

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم : علوم الاعلام و الاتصال



مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي

الميدان : علوم الإنسانية

الشعبة : علوم الإعلام والاتصال

التخصص : إتصال جماهيري والوسائط الجديدة

من إعداد الطالبتين:

مروة بكاكرة

إيمان جليد

بعنوان :

قيم التكافل الإجتماعي عبر البرامج الاجتماعية التلفزيونية الجزائرية

دراسة ميدانية على عينة من المشاهدين (حاسي مسعود ،تقرت ،ورقلة)

نوقشت وأجيزت بتاريخ 20/06/2019

أمام اللجنة المكونة من السادة الأعضاء

الاستاذ (ة) : بورندة ليليا جامعة قاصدي مرباح ورقلة (رئيسا)

الدكتور (ة) : بودريالة عبد القادر جامعة قاصدي مرباح ورقلة (مشرفا و مقررا)

الاستاذ (ة) : طرابلسي أمينة جامعة قاصدي مرباح ورقلة (مناقشا)

السنة الجامعية: 2018/2019

الإهداء

بكنوز الأرض أفديكم وعطر العود أهديكم وبوسط القلب أسكنكم وبأحلى الكلام أمدحكم ولعباد الرحمان أرويكم يا أحلى جوهرة وجود ويا نبع كل مولود، يامن أنرتي الدروب، يامن مجزت الكلام أن توفيك حقيقي أنتي الأم الحنونة الغالية (أمي الحبيبة)، وإلى من عجز القلم أن يحصي فضائله الأب الحبيب (أبي الغالي) حفظه الله وأطال عمره.

فتهننتي تجاوزت كل العبارات الكلاسيكية والأحلام الوردية والكلمات الرومانسية والمشاعر النرجسية التي يرددها أغلب الناس لن أقول سوى حفظكم الله ورعاكما وجعل الجنة مثواكما، أبعد أرق تحية وأعذب سمفونية سمعتها وأرددها لكم بأنني أحببتكم من كل قلب.

إلى كل الإخوة والأخوات كل باسمه، لكل من علمني حرفا أهديه وأحببه وأطلب المولى أن يتقبل طاعتهم وأن يعتقهم من النار ويدخلهم في الجنان مع النبيين والصالحين وحسن أولئك رفيقا.

إلى زملائي في المذكرة وإلى كل من ساهم في إنجاز هذه المذكرة كما نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى جميع الأساتذة الذين رافقونا طيلة مرحلة الدراسة والذين ساهموا في تعليمنا وأثاروا عقولنا بالعلم والمعرفة، وخاصة أستاذ المشرف "محمد القادر بودريالة"، وإلى كل طاقم العمل قسم علوم الاعلام والاتصال، وكل عمال جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-

وإلى من كانت عوناً لي في إنجاز هذا العمل صديقتي وزميلتي في السكن "إيمان بوماس"، إلى كل من كان الصدق رمزاً لصداقتهم والوفاء عهداً لوفائهم أحبائي وأصدقائي وزميلاتي .

إلى كل من سقط من قلبي سمو أهدي هذا العمل المتواضع.

شكر وعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم ، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين خاتم الأنبياء أجمعين:

"قَبَسْتُ مِنْ قَوْلِهَا وَقَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ
صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴿١٩﴾ سورة النمل الآية 19

وافر الشكر والعرفان للأستاذ عبد القادر بودربالة

الذي تفضل على الإشراف على هذه المذكرة

وكان لنصائحه وتوجيهاته وعمونه الأثر البالغ في إنجازها

نسأل الله أن يجزيه خير الجزاء

نخص بالشكر كذلك الأستاذة أمال عامر

والأستاذة زينب بن طراد الذين كانوا دليلنا في العمل الميداني

وفي تيسير صعوبات الدراسة

كما لا يفوتني أن أتوجه بالشكر الخاص إلى الدكتور الزاوي محمد الطيب والذي

كان المرشد والمنير والسند الكبير في إنجاز هذا العمل .

وبالمثل أيضا كل من ساعدنا في إتمام هذه الدراسة وعلى ما قدموه لنا من تعاون

صادق الأساتذة والزملاء.....

جزاهم الله خير الجزاء

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
II	الإهداء:.....
III	شكر وعرهان:
IV	فهرس المحتويات:.....
VI	فهرس الجداول:
VII	فهرس الأشكال:.....
VIII	فهرس الملحقات:
أب	مقدمة
الفصل الأول : الجانب المنهجي	
01	أولا : الإشكالية
02	ثانيا: تساؤلات الدراسة.....
03	ثالثا : أسباب اختيار الموضوع
03	رابعا : أهداف الدراسة
04	خامسا: أهمية الدراسة
04	سادسا: تحديد مفاهيم الدراسة.....
08	سابعا : منهج الدراسة
10	ثامنا: أدوات جمع البيانات
12	تاسعا : مجتمع البحث وعينة الدراسة
13	عاشرا:الدراسات السابقة.....
17	حادي عشر : المقاربة النظرية
الفصل الثاني : الجانب التطبيقي	

27	أولاً: مدخل تمهيدي.....
28	ثانياً : مجالات الدراسة
عرض وتحليل نتائج المعطيات الميدانية	
29	أولاً: عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية
33	ثانياً: عرض وتحليل نتائج محور اقبال الجمهور الجزائري على البرامج الاجتماعية
41	ثالثاً: عرض وتحليل نتائج محور القيم التي تعمل البرامج الاجتماعية على تعزيزها لدى جمهورها
55	رابعاً: عرض وتحليل نتائج محور الأساليب الاقناعية التي تعتمد عليها البرامج الاجتماعية في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي
60	خامساً: عرض وتحليل نتائج محور إرساء قيم التكافل الاجتماعي كوسيلة لنبذ السلوكيات السلبية في المجتمع
73	النتائج العامة للدراسة
74	مناقشة نتائج الدراسة
75	خاتمة
77	قائمة المراجع
81	قائمة الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
عرض وتحليل محور خصائص العينة		
01	قائمة أساتذة المحكمين	11
02	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	29
03	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	30
04	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	31
05	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الإقامة	32
عرض وتحليل المحور الأول		
06	إجابات مفردات عينة الدراسة حول مشاهدة البرامج الاجتماعية	33
07	إجابات مفردات عينة الدراسة حول الوسيلة المعتمدة عليها في مشاهدة البرامج الاجتماعية	34
08	إجابات مفردات عينة الدراسة حول الفترة المفضلة في مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية	35
09	إجابات مفردات عينة الدراسة حول القنوات التلفزيونية الجزائرية الأكثر مشاهدة.	36
10	إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرنامج الأكثر اقتناعا	38
11	إجابات مفردات عينة الدراسة حول الوسائط المعتمدة عليها في إعادة مشاهدة البرامج الاجتماعية	39
12	إجابات مفردات عينة الدراسة حول أين تتم مشاهدة البرامج الاجتماعية التلفزيونية	40
عرض وتحليل المحور الثاني		
13	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيم التعاون والتكافل والتضامن الاجتماعي	41
14	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الترابط الأسري	42
15	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الانتماء للمجتمع الواحد	43
16	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة المسؤولية الاجتماعية	44

45	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة التعاطف	17
46	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الرحمة والمودة	18
47	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الأمانة	19
48	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيم التسامح والعفو	20
49	إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية التي تعمل على دعم القيم الاجتماعية من خلال عرض نماذج اجتماعية ناجحة	21
49	إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية التي تعمل على دعم القيم الاجتماعية من خلال نقد المشاكل الاجتماعية	22
50	إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية التي تراعي الخصوصية القيمية للمجتمع الجزائري	23
51	إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية التي ساهمت في تدعيم القيم بشكل فعال داخل المجتمع الجزائري	24
52	إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية التي ساهمت في تدعيم القيم بشكل فعال داخل المجتمع الجزائري في حالة الإجابة ب نعم	25
53	إجابات مفردات عينة الدراسة حول مشاهدة البرامج الاجتماعية	26
عرض وتحليل المحور الثالث		
55	إجابات مفردات عينة الدراسة حول العناصر التي تجذب لمشاهدة البرامج الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية	27
57	اجابات مفردات عينة الدراسة حول الطريقة المستعملة لجذب انتباه الجمهور في مثل هذه البرامج	28
58	اجابات مفردات عينة الدراسة حول الجانب الذي يتعامل به أثناء مشاهدة البرامج الاجتماعية	29
59	اجابات مفردات عينة الدراسة حول المشاعر الناتجة عند متابعة للبرامج الاجتماعية	30

عرض وتحليل المحور الرابع

60	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على تقوية العلاقات بين العائلات	31
61	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على نشر النزاهة بين الافراد	32
62	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على العداوة بين الأفراد ونشر الكره والحقد بينهم	33
62	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على نشر الآفات الاجتماعية (تعاطي الخمر والمخدرات مثلا)	34
63	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على زيادة المشاكل بين العائلات	35
64	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على نشر المحبة بين الأفراد	36
65	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على تفكك الأسرة الجزائرية	37
66	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على تلاشي خصوصيات الأسرة الجزائرية	38
67	إجابات مفردات عينة الدراسة حول تراجع او عدم تراجع قيم التكافل الاجتماعي	39
68	إجابات مفردات عينة الدراسة حول أسباب تراجع قيم التكافل الاجتماعي	40
70	إجابات مفردات عينة الدراسة حول متابعة البرامج الاجتماعية التلفزيونية تؤدي إلى اكتساب سلوكيات سلبية	41
70	إجابات مفردات عينة الدراسة حول تقييم البرامج التي تتضمن قيم التكافل الاجتماعي	42

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
عرض وتحليل محور خصائص العينة		
01	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	29
02	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	30
03	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	31
04	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الإقامة	32
عرض وتحليل المحور الأول		
05	إجابات مفردات عينة الدراسة حول مشاهدة البرامج الاجتماعية	33
06	إجابات مفردات عينة الدراسة حول الوسيلة المعتمدة عليها في مشاهدة البرامج الاجتماعية	34
07	إجابات مفردات عينة الدراسة حول الفترة المفضلة في مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية	35
08	إجابات مفردات عينة الدراسة حول القنوات التلفزيونية الجزائرية الأكثر مشاهدة.	37
09	إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرنامج الأكثر اقناعا	38
10	إجابات مفردات عينة الدراسة حول الوسائط المعتمدة عليها في إعادة مشاهدة البرامج الاجتماعية	39
11	إجابات مفردات عينة الدراسة حول أين تتم مشاهدة البرامج الاجتماعية التلفزيونية	40
عرض وتحليل المحور الثاني		
12	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيم التعاون والتكافل والتضامن الاجتماعي	42
13	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الترابط الأسري	43
14	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الانتماء للمجتمع الواحد	44
15	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة المسؤولية الاجتماعية	45
16	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة التعاطف	46

46	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الرحمة والمودة	17
47	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الأمانة	18
48	إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيم التسامح والعمو	19
49	إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية التي تعمل على دعم القيم الاجتماعية من خلال عرض نماذج اجتماعية ناجحة	20
50	إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية التي تعمل على دعم القيم الاجتماعية من خلال نقد المشاكل الاجتماعية	21
51	إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية التي تراعي الخصوصية القيمية للمجتمع الجزائري	22
52	إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية التي ساهمت في تدعيم القيم بشكل فعال داخل المجتمع الجزائري	23
53	إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية التي ساهمت في تدعيم القيم بشكل فعال داخل المجتمع الجزائري في حالة الإجابة ب نعم	24
53	إجابات مفردات عينة الدراسة حول مشاهدة البرامج الاجتماعية	25
عرض وتحليل المحور الثالث		
56	إجابات مفردات عينة الدراسة حول العناصر التي تجذب لمشاهدة البرامج الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية	26
57	اجابات مفردات عينة الدراسة حول الطريقة المستعملة لجذب انتباه الجمهور في مثل هذه البرامج	27
58	اجابات مفردات عينة الدراسة حول الجانب الذي يتعامل به أثناء مشاهدة البرامج الاجتماعية	28
59	اجابات مفردات عينة الدراسة حول المشاعر الناتجة عند متابعة للبرامج الاجتماعية	29

عرض وتحليل المحور الرابع

60	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على تقوية العلاقات بين العائلات	30
61	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على نشر النزاهة بين الافراد	31
62	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على العداوة بين الأفراد ونشر الكره والحقد بينهم	32
63	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على نشر الآفات الاجتماعية (تعاطي الخمر والمخدرات مثلا)	33
64	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على زيادة المشاكل بين العائلات	34
65	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على نشر المحبة بين الأفراد	35
66	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على تفكك الأسرة الجزائرية	36
67	إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على تلاشي خصوصيات الأسرة الجزائرية	37
68	إجابات مفردات عينة الدراسة حول تراجع او عدم تراجع قيم التكافل الاجتماعي	38
69	إجابات مفردات عينة الدراسة حول أسباب تراجع قيم التكافل الاجتماعي	39
70	إجابات مفردات عينة الدراسة حول متابعة البرامج الاجتماعية التلفزيونية تؤدي إلى اكتساب سلوكيات سلبية	40
71	إجابات مفردات عينة الدراسة حول تقييم البرامج التي تتضمن قيم التكافل الاجتماعي	41

فهرس الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
81	استمارة الاستبيان	01
87	بطاقة فنية للبرامج الاجتماعية محور لدراسة	02

مقدمة

مقدمة

شهد العصر الحالي العديد من التطورات في مختلف جوانب الحياة الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية، التكنولوجية، هذه الأخيرة تزايدت بشكل ملحوظ وبصورة كبيرة، حيث يعتبر الاعلام ظاهرة اجتماعية عرفتھا المجتمعات البشرية مع ظهور وسائل الاعلام الجماهيرية، فهو يشكل عصب الحياة المعاصرة اذ يعبر عن السياسات والاتجاهات الفكرية والظروف الاجتماعية الموجودة في المجتمع ويؤثر فيها كما يتأثر بها، رغم كل ما ذكر الا ان ذلك لم يقلل من أهمية باقي وسائل الاتصال التي ظهرت للمجتمع في سنوات سابقة، فالتلفزيون لا يزال يحظى بأهمية كبيرة من مختلف شرائح المجتمع رغم ما يحيط به من وسائل اتصالية معاصرة ويعود السبب في ذلك لكون التلفزيون اول وسيلة تقوم ببث البرامج الاجتماعية التي تهتم بالشؤون الاجتماعية والاسرية كما انها تتضمن قيم التكافل الذي يعالج اهم القضايا الإنسانية التي تدعوا افراد المجتمع الجزائري من اجل بناء مجتمع متماسك قائم على أساس المحبة، التعاطف، التعاون، التضامن، حيث يحتل مفهوم القيم أهمية كبيرة في العلوم الاجتماعية والإنسانية باعتباره احد العوامل التي تكون سلوك الفرد حيث تتجلى في مجموعة من الوظائف الأخلاقية والاجتماعية التي تحقق قيم التكافل الاجتماعي والذي يعد ظاهرة أخلاقية لكل تجمع انساني وتشكيل ملامحها على هاته الأسس والقيم والمبادئ التي تقوم عليها هذه البرامج.

وقد اثبتت الدراسات السابقة ان الجمهور يولي أهمية كبيرة لهذا النوع من البرامج وللمكانة التي تحتلها مجموعة القيم في أي مجتمع من المجتمعات، وفي هذا الصدد تعالج هذه الدراسة موضوعا هاما يتعلق بما تقوم به هذه البرامج الاجتماعية التي تبث عبر القنوات الجزائرية المختلفة من قيم التكافل الاجتماعي وتعزيزها لدى جمهورها، حيث تعتبر هذه الدراسة امتداد لجهود باحثين سابقين فموضوعات تأثير وسائل الاعلام او البرامج على القيم تعتبر من اكثر الموضوعات دراسة من قبل الباحثين من أمثال الدكتور " عبد الرحمان عزي" في نظريته الحتمية القيمية، وكذا "السعيد بومعيزة" في دراسته المعنونة باثر وسائل الاعلام على قيم الشباب الجامعي وغيرهم، وهذا ما نسعى الى مناقشته من خلال هذه الدراسة التي قسمت الى قسمين تغطي الاطار المنهجي و الاطار التطبيقي وكانت على النحو التالي:

فيما يخص الاطار المنهجي للدراسة تطرقنا فيه الى إشكالية الدراسة والتي تضمنت ابراز المفاهيم الأساسية للموضوع وربطها ببعضها البعض في سياق منهجي منضم، ثم طرحنا التساؤل الرئيسي لإشكالية الدراسة ونفرع عنه اربع تساؤلات فرعية تعبر عن محاور الدراسة بدقة، وأسباب اختيار موضوع الدراسة والتي قسمت الى أسباب ذاتية و أسباب موضوعية، ثم تطرقنا الى صياغة الأهداف التي نسعى

الى تحقيقها من خلال الدراسة، ثم اهمية الدراسة، ثم تطرقنا الى تحديد المفاهيم والمصطلحات الأساسية لموضوع الدراسة، ومن ثم منهج الدراسة واعتمدنا على المنهج المسحي والمنهج المقارن، وتطرقنا كذلك الى أدوات جمع البيانات واعتمدنا فيها على استمارة الاستبيان أيضا استخدمنا صدق الأداة وثباتها، ثم قمنا بتحديد مجتمع البحث والعينة، وكذا الدراسات السابقة التي تناولت ذات الموضوع، واعتمدنا على نظرية الحتمية القيمية.

فيما يخص الإطار التطبيقي تطرقنا من خلاله الى مدخل تمهيدي ثم تحديد مجالات الدراسة وتضمنت ثلاثة مجالات (المجال البشري والزمني والمجال المكاني)، ثم تأتي عملية عرض وتحليل نتائج الدراسة واستخلاص النتائج العامة للمحاور الأربعة وتليها مناقشة نتائج الدراسة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- ✓ الإشكالية
- ✓ تساؤلات الدراسة
- ✓ أسباب اختيار الموضوع
- ✓ أهداف الدراسة
- ✓ أهمية الدراسة
- ✓ تحديد مفاهيم الدراسة
- ✓ منهج الدراسة
- ✓ أدوات جمع البيانات
- ✓ مجتمع البحث وعينة الدراسة
- ✓ الدراسات السابقة
- ✓ المقاربة النظرية

1- اشكالية الدراسة:

شهد العالم عدة عصور فكل عصر اسهاماته في حقل التراكم المعرفي وأيضا أدواره في تثبيت حقائقه وفرز السمات التي تكتسبها صفة الامتياز والخصوصية، ومن حقائق هذا العصر تقلص المسافات الجغرافية بفضل تقدم وسائل النقل والاتصال، وبحكم تكنولوجيات التواصل وانتقال الأفكار والآراء والقيم مقارنة مع العصور السابقة، ان عجز النظريات الكلاسيكية عن تفسير ظواهر الاتصال والإعلام وفهم الفرد والمجتمع فهما سليما، يسمح بالوصول الى نتائج أكيدة مقنعة تعبر عن حقيقة الظاهرة الإعلامية ما أدى الى ظهور نظريات حديثة حيث أثبتت أن تأثيرات وسائل الاتصال والإعلام نسبية وهي تتعلق بالمتغيرات التي تحدد خصائص الجمهور المتلقي سواء كانت على المستوى الفردي أو المستوى الجماعي، ويتعلق الأمر بالقيم و الروابط الثقافية والاجتماعية.

إن المجتمع الجزائري على غرار المجتمعات الانتقالية عرف تحولات هامة على عدة مستويات فمع تطور تكنولوجيات الاتصال مع بداية الألفية الثالثة وانتشار وسائل الاعلام الالكترونية وابتداء مرحلة التلفزيون الفضائي "المباشر" و ظهور شبكة الأنترنت وارتباطها بالوسائط الجديدة مما اتحت للمشاهد فرصة في تلقيه للبرامج الاجتماعية بأي وسيلة كانت كالهاتف الذكي، اللوح الالكتروني، كمبيوتر... الخ، وكذا مشاهدته في أي وقت أراد عبر موقع youtube مثلا، حيث ساعد في زوال كل الحواجز الثقافية والاتصالية بين شعوب العالم، ونظرا لأهمية الدور الذي يؤديه الاعلام في المجال الاقتصادي، الرياضي، السياسي، الثقافي، الاجتماعي وهذا الأخير له العديد من المزايا والأهمية، اذ يساهم في تحقيق أهداف اجتماعية عن طريق وسائل الاعلام من خلال رسائله أو فقراته التلفزيونية في تدعيم المبادئ والقيم التكافلية الاجتماعية عبر البرامج التلفزيونية المختلفة التي تبثها القنوات الفضائية الجزائرية في ترسيخها للمواطنين منذ الصغر تقوم على أساس المساعدة والدعم وتقديم يد العون للمحتاجين أو ذوي الاحتياجات الخاصة.

وانطلاقا من مبدأ التكافل الاجتماعي الذي يعد غاية أساسية اجتماعيا ودينيا تتسع دائرته حتى تشمل جميع البشر دون تحيز عرقي أو ديني، لقول الله تعالى " يأيها الناس ان خلقنكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا ان أكرمكم عند الله أتقاكم " الحجرات 13.¹

فيقصد بالتكافل الاجتماعي أن يكون أفراد المجتمع مشاركين في المحافظة على المصالح العامة والخاصة ودفع المفسد والأضرار المادية والمعنوية، بحيث يشعر كل فرد له الحق في الوقوف مع واجبات الآخرين،

سورة الحجرات، الآية 13. 1

وخاصة الذين ليس باستطاعتهم أن يحققوا حاجاتهم الخاصة وذلك بإيصال المنافع اليهم ودفع الأضرار عنهم، أي يتدرج ليشمل الإنسانية جمعاء، حيث يبدأ الانسان مع ذاته ثم مع دائرته الأسرية، ثم محيطه الاجتماعي، ثم الى تكافل المجتمعات المختلفة، فاختلاف طبيعة المجتمعات يؤدي بالضرورة الى اختلاف القيم، حيث تشمل القيم الاجتماعية مجموع العادات والأعراف ومعايير السلوك والمبادئ المرغوبة التي تمثل ثقافة مجموعة من الناس أو جماعة أو فرد، وتعتبر عناصره بنائية مشتقة من التفاعل الاجتماعي، وتعتبر عن مكونات أساسية للمجتمع الانساني، اختص هذا التعريف بالجانب الايجابي، أي المرغوب فيه والذي يسعى المجتمع لتحقيقه من خلال حث افراده على الاقتداء بهذه القيم والعمل على تجسيدها في جميع جوانب الحياة المختلفة، فالتطور الحاصل في تكنولوجيات الاتصال الحديثة، وبالأخص التلفزيون الذي يعتبر من أهم الوسائل الاعلامية والأكثر تأثيرا واقناعا للمشاهد باعتبار أنه يجمع بين الصورة والصوت محاولا في ذلك بأن يضمن وصول الرسالة الاعلامية الى الجمهور في أحسن الأحوال، في وضع مثل هذه البرامج حيث ظهرت عدة تحديات للوصول الى أكبر درجة من التعاون والتكافل الاجتماعي وقد تتمثل هذه التحديات سواء كانت في تحديات عامة حول نشر فكرة التكافل الاجتماعي بين افراد المجتمع وقد تكون تحديات خاصة ذات هدف مالي أو خيرى سواء بجمع الرأي العام عبر هذه القنوات الاعلامية أو عن طريق كسب تعاطف الجمهور أو السعي نحو القضاء على بعض الآفات الاجتماعية المنتشرة أو الحد من هذه الآفات، مما ساعد على جذب الجمهور المشاهد لمتابعتها وتعمل على ترقية الاتصال الجماعي بين أفراد المجتمع الجزائري.

وبناء على ما ذكر سنسلط الضوء على هذا الموضوع من خلال التساؤل الرئيسي مفاده:

- هل تعمل البرامج الاجتماعية عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية على تعزيز قيم التكافل الاجتماعي لدى الجمهور؟

انطلاقا من التساؤل الرئيسي للإشكالية تتفرع التساؤلات التالية:

1. هل يقبل الجمهور الجزائري على البرامج الاجتماعية لنبذ الآفات الاجتماعية وتعزيز قيم التكافل الاجتماعي لديه؟
2. ماهي القيم التي تعمل البرامج الاجتماعية على تعزيزها لدى جمهورها؟
3. ماهي الأساليب الإقناعية التي تعتمد عليها البرامج الاجتماعية في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي؟
4. هل يؤدي تعزيز قيم التكافل الاجتماعي الى نبذ السلوكيات السلبية في المجتمع؟

2- أسباب اختيار الموضوع :

من بين أهم مراحل تصميم البحوث الإعلامية، مرحلة اختيار الموضوع الذي يجعل منه الباحث مشكلة بحثية يتناولها في البحث المنهجي والجهد الفكري، إلى أن تكشف له عن جميع جوانبها، وبذلك يكون قد توصل إلى حلها، و من الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع ما يلي:

أسباب ذاتية:

1/ يعود سبب اختيارنا لهذه الدراسة لكونها شغلت ذهننا والدور الملحوظ الذي تركه التكافل الاجتماعي بين افراد المجتمع الجزائري عبر البرامج التلفزيونية.

2/ الفضولية والتأثير والتفاعل نحو هذه البرامج وكيف ساهمت على ترسيخ قيم التكافل الاجتماعي في أذهان المشاهدين، إذ أعطيت وخصصت لها أهمية قصوى وأوقات كبيرة من طرف الأفراد.

3/ الاهتمام الشخصي نحو هذا النوع من الدراسات، وكذا معرفة مدى نجاح أو فشل هذه البرامج التلفزيونية، المتمثل في نشر الثقافات والعمل على تنبيه وتوعية الأفراد كحل مشكلات الغير، وتقديم المساعدة والدعم والإشهار بثقافات بعضهم البعض، لإعطاء صورة حسنة عن المجتمع الجزائري.

أسباب موضوعية:

1/تمثل الدراسة ظاهرة اجتماعية وجب دراستها والوقوف على أسبابها وعلى أهم شريحة في المجتمع وهم المشاهدين واقناعهم وكذلك لكونها تلامس أهم مقومات المجتمع وهي القيم الاجتماعية.

2/ من ناحية اخرى محاولة معرفة هدف هذه البرامج في المجتمع، هل تلعب دورا في ترقية الاتصال الاجتماعي وهل تستقطب اذان وأنظار الجمهور، وهل استطاعت أن تتجح في تمرير الرسالة الاعلامية، فكلما تكاثفت الجهود لتمرير رسالة الاعلامية قد تختلف من حيث الشكل والمحتوى وكلما كانت نسبة نجاح الرسالة أكبر وكل هذه النقاط ترمى الى أهداف عديدة: وهي ترقية الاتصال الاجتماعي، حماية الصالح العام في المجتمع، تقديم يد العون، مساعدة المحتاجين، ايجاد حلول لمشاكل الغير.

3/ الدور الذي تلعبه هذه البرامج الاجتماعية في خلق فضاء للحوار بين أفراد المجتمع الجزائري.

3-أهداف الدراسة: تهدف دراستنا هذه الى:

1- محاولة معرفة تأثير البرامج الاجتماعية التلفزيونية على المجتمع الجزائري بصفة عامة، إذ عرفت

انتشارا واسعا وجمهورا ضخما في تقبله لها، ومن الاثار التي خلفتها نذكر نشر ثقافات، ايجاد

حلول لمشاكل الغير، الاشهار والحفاظ على العادات والتقاليد.

2- الفائدة المرجوة من غرس وتعزيز القيم من خلال البرامج الاجتماعية في المحافظة على النسيج الاجتماعي.

3- التعرف على أهم القنوات التي تقدم للمشاهدين البرامج ذات أهمية للمجتمع الجزائري.

4- تسليط الضوء على قضايا تشغل الرأي العام كوضع برامج تكافلية تقوم على بحث وتحليل مشكلات أفراد مجتمع الجزائري.

5- التعرف على جمهور المشاهدين ومدى استخدامهم للوسائل التكنولوجية الحديثة سواء كان (الهاتف الذكي، اللوح الكروني، كمبيوتر، تلفاز... الخ) وذلك أثناء تلقيهم للبرامج.

6- محاولة الوصول الى أي حد نجحت البرامج الاجتماعية التلفزيونية في تمرير الرسالة الاعلامية.

7- نشر الوعي لدى الجمهور المتلقي في مثل هذه المضامين التي تبثها هذه البرامج في تنمية وتشكيل قيمهم وشخصياتهم، وارشادهم على الأخذ بها وتطبيقها على أرض الواقع.

4-أهمية الدراسة: تتبع أهمية هذه الدراسة من طبيعة الموضوع وفقا لمعطيات كثيرة أهمها:

أهمية وسائل الاتصال بكل أشكالها وخاصة التلفزيون كونه وسيلة اتصال فعالة وله مقدرات إقناعيه لا يتمتع بها غيره من وسائل الاتصال من حيث تلقي المعلومة والتي تؤثر بدورها في الأفكار والسلوك، كما لهذا النوع من البرامج يلقى اهتمامات كبيرة من مشاهديها فهي تلبى طموحاته وترضى تطلعاته وتجعله مواكبا للعالم الخارجي في ظل التدفق الاعلامي مع المحافظة على القيم الاجتماعية والتي بدوره تمنح المجتمع حقه في حماية الآداب العامة والمحافظة على القيم والعادات والتقاليد والترابط الاجتماعي.

5-تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة:

إن تحديد المفاهيم التي تبني عليها الدراسة من أهم الخطوات العلمية والمنهجية التي ينبغي أن يراعيها الباحث، ويقول الباحث "كابلان" KABLAN هي مجموعة من المترادفات كفيلة بأن تعطي الفهم اللازم لما نحن بصدد تعريفه فموضوع دراستنا الذي يتمحور حول "البرامج الاجتماعية التلفزيونية في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي لدى الجمهور، ومن أهم المفاهيم التي بنيت عليها هذه الدراسة هي كالاتي:

البرامج الاجتماعية التلفزيونية-تعزيز- قيم-القيم الاجتماعية-التكافل الاجتماعي-الجمهور.

1.5. البرامج الاجتماعية: (أنظر الملحق ص 87)

هي البرامج التي تهتم بالظواهر الاجتماعية المختلفة والعلاقات الاجتماعية التي تربط الافراد فيما بينهم سواء على الصعيد الاسري العائلي، او المجتمع ككل من علاقات العمل والجيرة.....

حيث يعالج هذا النوع من البرامج المواضيع المختلفة التي تندرج ضمن المواضيع الاجتماعية على اختلاف أنواعها والبرنامج الاجتماعي يكون ملما بكل ما يخص الفرد داخل الجماعة من تعليم وتربية وتنشئة.¹

التعريف الإجرائي: هي تلك البرامج التي تهتم بالشؤون الاجتماعية والأسرية ويكون بثها وفق مواعيد منتظمة (أسبوعية، نصف شهرية، شهرية) كما ان هذا النوع من البرامج يعالج ويقدم القضايا الاجتماعية للجمهور بهدف ابرازها وتفسيرها ويسعى لإعطاء الحلول للمتلقين ويجعلهم يتفاعلون مع ما يجري في بيئتهم الاجتماعية.

2.5. التعزيز:

لغة: يقال عز فلان على فلان كرم عليه وأعزه: قواه وجعله عزيزا وأكرمه. وعزز سدده وقواه قال تعالى : " اذ أرسلنا اليهم اثنين فكذبوهما فعززنا بثالث"²
اصطلاحا:

يعني بالمساندة والابقاء على قوة الاندفاع للشخص المعزز، والتعزيز فتح الطرق للمتريدين بغرض الوصول الى الأهداف وتأييد الرأي والاتجاه وتدعيم أصحاب الفكرة في المضي الى غايات الحوار والتعارف وفتح المناطق المبهمة واضاءة المناطق المظلمة في قيم الحضارات الأخرى.³
التعريف الإجرائي:

تعني بالوصول الى الأهداف ومساندة للشخص المعزز، مع تدعيم أصحاب الفكرة وتأييد الرأي والاتجاه.

3.5 القيم:

لغة : وردت كلمة قيمة في اللغة اللاتينية وهي مأخوذة من الفعل valeo ومعناه قوي ويعبر عن فكرة أن الانسان يعيش في صحة جيدة وأنه مفيد ومتكيف، واستخدم الفرنسيون القيمة بمعنى valeur وارتبطت بمعنى اقتصادي وبفكرة بذل المال من أجل الحصول على الأشياء، أما في الانجليزية فاستخدم مصطلح worth واحتفظ بالمعنى اللاتيني الذي يعني القوة.⁴

¹ أديب خضور، الاعلام والأزمات، دار الأيتام، ط1، الجزائر، 1999، ص31.

² المعجم الوسيط، القاهرة، ط2، ص628.

³ عبد العزيز مالك، محاضرة بعنوان، سلوك ومواقف بإذاعة FM97، سبتمبر، 2007.

⁴ سلوى عبد القادر، الأنثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر، الإسكندرية، 2013، ص19.

ووردت كلمة قيمة بالقران الكريم في قوله تعالى " فيها كتب قيمة " ، كما وردت أيضا في قوله تعالى " دين القيمة " ¹ ، فالإنسان أو العمل أو الدين يكون قيما بمعنى أنه مستقيم والانسان القيم هو المستقيم في أفعاله وسلوكه ، كما أستخدم الشعراء هذا المفهوم لإبراز بعض المقومات الخاصة بالشجاعة والكرم. اصطلاحا: هي الحكم الذي يصدره الشخص على الشيء ما مهتديا بمجموعة من القواعد والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من أنماط السلوك. ²

التعريف الإجرائي:

القيم هي عبارة عن المبادئ والأفكار والأفعال المقصودة التي تقوم بها الفرد أو الجماعة في المواقف الاجتماعية المختلفة.

4.5. القيم الاجتماعية:

تعرف بأنها: مجموعة القوانين والمقاييس التي تتبثق من جماعة ما، وتكون بمثابة موجبات للحكم على الأعمال والممارسات المادية والمعنوية، ويكون لها من التأثير والقوة على الجامعة بمالها من صفة الضرورة والإلزام والعمومية، وأي خروج عليها أو انحراف عنها يصبح بمثابة خروج عن أهداف الجماعة ومثلها العليا. ³

- تعرف كذلك بأنها خبرات اجتماعية، يعتبرها المجتمع مرغوبا فيها نظرا لاعتقاد أفرادها أنها تساهم في توجيه السلوك الانساني نحو الأشياء والأهداف المرغوبة التي تتفق مع مبادئ وقيم المجتمع، كما انها تساهم في تحقيق حياة جيدة ورفاهية عامة لهم وتؤدي بالتعلم الى السلوكيات الايجابية في المواقف المختلفة التي يتفاعلون بها مع بعضهم البعض داخل الجماعات، وذلك في ضوء المعايير التي ارتضتها هذه الجماعات لتنشئة أفرادها ألا وهي الدين، العرف، فلسفة المجتمع. ⁴

التعريف الاجرائي:

يتمثل في قيم التعاون والتكافل والتضامن الاجتماعي، الترابط الأسري، الانتماء للمجتمع، التسامح، النزاهة، المحبة....

¹سورة البينة، الآية 3 و5.

²سلوى عبد القادر، (المرجع السابق)، ص19.

³لطفى بركات أحمد، القيم والتربية، دار المريخ، الرياض، 1403 هـ، ص4.

⁴علي عبد المعطى الحلاطه، القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011/2012، ص17.

5.5 التكافل:

لغة : كفله وكفله : أعاله، والكافل أي العائل أو هو القائم بأمر اليتيم المربى له سواء كان الكافل من ذوي رحمه أو أنسابه أو كان أجنبياً، وفي التنزيل العزيز " وكفلها زكرياء " أي ضمنها إياه حتى تكفل بحضانتها.¹

اصطلاحاً : التكافل الاجتماعي هو أن يتكفل المجتمع شؤون كل فرد فيه من كل ناحية من النواحي الاقتصادية والثقافية والصحية والاجتماعية.²

التعريف الاجرائي:

يعالج التكافل الاجتماعي أهم قضايا الانسانية، وهي مشاركة أفراد المجتمع في القضاء على الفقر والتخفيف من معاناة الضعفاء من أجل ضمان مستوى معيشي لائق يحافظ على كرامتهم وشرفهم ويساعدهم على دمجهم داخل المجتمع.

التعريف الاجرائي للقيم التكافل الاجتماعي:

يعتبر هدفاً خلاقاً وسامياً لمعالجة الكثير من قضايا المجتمع على اختلافها وتنوعها سواء كانت على نطاق واسع أو نطاق ضيق ويبقى الأساس من التكافل هو إيجاد حلول للقضايا الانسانية وتوحيد أفراد المجتمع للقضاء على هذه الظواهر والحد من تفشيها من أجل الوصول الى مجتمع راقى وحضاري، مع الحفاظ على العادات والأعراف التي تمثل ثقافة مجموعة من الناس من أجل تمسك بقيم مجتمع سليم.

6.5 الجمهور:

- يعرف الدكتور أحمد كمال الجمهور بأنه جماعة من الناس قد تكون جماعة صغيرة في بعض الأحيان الا أنها في غالب الأمر جماعة كبيرة وفي كلتا الحالتين تجمعهم مواقف معينة يتأثرون بها ويؤثرون فيها.³

- يعرفه فؤاد عبد المنعم البكري على أنه " عدد من المتفرجين الذين لا يجمعهم زمان أو مكان واحد كل فرد من الجمهور قد لا يعرف جميع الأشخاص الآخرين.⁴

¹ محمد بن يعقوب الفيروز أبادي مجد الدين، **المحيط**، مؤسسة الرسالة، بيروت، 2005، ص46.

² محمد بن مكرم بن منظور الافريقي المصري جمال الدين أبو الفضل، **لسان العرب**، دار صادر، بيروت، 2010، ص125.

³ عبد المحي محمود صالح وآخرون، **العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية**، دار المعرفة الجامعية، (الأزاريطة، مصر)، 2004، ص72.

⁴ فؤاد عبد المنعم البكري، **الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال**، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، مصر، ص127.

- يعرفه دكتور محمد فريد محمود: على أنه " عدد كبير من الأفراد يشتركون في مصلحة عامة أو اهتمام واحد يعرفون به، ونظرا لوجود هذه المصلحة المشتركة التي تجمع أعضاء الجمهور، فإنهم يشعرون بدرجة معينة من الوحدة والتوحيد، التي تتفاوت من جمهور الى اخر، وتتميز الجماهير عادة بضخامة حجمها، بانفصالها فيزيقيا وقد تكون مختلفة الى حد بعيد.¹
- يعرف أيضا: أولئك الذين يستقبلون وسائل الاتصال الجماهيري، ولا يتكون الجمهور ولا يمثل طبقة اجتماعية بل يمثل مزيجا متداخلا وواسعا، لأن الطبقة الاجتماعية تشير الى جميع الأفراد المتماسكين الذي: يحقق لديهم في مجتمع ما خصائص متماثلة.²

التعريف الاجرائي:

تطلق كلمة الجمهور بصفة عامة جماعة من الناس شرط أن تكون هذه الجماعة غير محدودة الحجم وفي بعض قد يصغر حجمها، إلا أن أفرادها يجمعهم موقف أو اهتمام واحد ويشتركون في مصلحة عامة هذا ما يؤدي الى تجمع أفراد الجمهور، كما انهم يستقبلون وسائل الاتصال الجماهيري بصفة منفردة او مشتركة.

6- المنهج المستخدم:

قبل التعرض الى تعريف المنهج المعتمد عليه في هذه الدراسة، وجب علينا التطرق الى التعريف بالمنهج، فالمنهج بمعناه الفني العلمي والاصطلاحي الدقيق هو: "الطريق الأقصر والأسلم للوصول الى الهدف المنشود"³.

- يرى الباحث كابلان " أن المعنى الحقيقي للمنهج يظهر في عملية المساهمة على الفهم وليس في النتائج المتحصل عليها"⁴.

- كما يعرف أيضا: مجموعة الإجراءات الذهنية التي يتمثلها الباحث مقدما لعملية المعرفة التي سيقبل عليها، من أجل التوصل الى حقيقة المادة التي يستهدفها⁵.

¹ Dr.mohamed farid mahmoud, **Adictionary of mass communication terns**, English-arabic, first published, Jeddah, 1984, p27.

² هادي عثمان الهيثي، **ثقافة الأطفال**، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، الكويت، ص 58-59.

³ عبد الرحمان بدوي، **مناهج البحث العلمي**، وكالة المطبوعات، ط3، الكويت، 1977، ص7.

⁴ Madeleine grawitz, **méthodes des sciences sociales, neuvième édition**, edition dalloz, paris, 1993, p14..

⁵ محمد طه بدوي، **المنهج في علم السياسة**، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2000، ص115.

1.6. المنهج المسحي:

يعتبر المنهج المسحي من أهم المناهج المستخدمة في الدراسات الانسانية، بل ان الدراسات المسحية هي قاعدة باقي الدراسات الأخرى، حيث لا يمكن دراسة أسباب ظاهرة ما او طرق التحكم فيها او أساليب علاجها ما لم يتم التأكد من وجود الظاهرة وانتشارها في واقع معين، وهذه هي مهمة الدراسات العلمية القائمة على المنهج المسحي فهو " عملية جمع الحقائق عن جماعة من الناس في بيئة معينة من حيث ظروف معيشتهم وانشطتهم"، وهو حس موزر (moser) " يتناول الخصائص الديمغرافية والبيئة الاجتماعية والأنشطة والآراء او الاتجاهات السائدة في جماعة معينة " وبالتالي كان " أسلوبا لجمع البيانات يتم من خلاله الحصول على المعلومات مباشرة من الافراد وتتيح البحوث المسحية الحصول على خمسة أنواع من المعلومات من المبحوثين: حقائق، ادراك، اراء، اتجاهات، تقارير سلوكية"¹

إذا المنهج المسحي هو المنهج الذي يهدف الى وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط بالاعتماد على البيانات التي يجمعها من جميع افراد المجتمع او عينة كبيرة منهم.

ففي دراستنا اعتمدنا على المنهج المسحي عن طريق مسح العينة للظاهرة على ضوء البرامج الاجتماعية التلفزيونية الجزائرية.

2.6. المنهج المقارن:

يعرف بأنه: مقابلة الاحداث و الآراء ببعض البعض لكشف ما بينها من وجوه شبه او علاقة و هو الطريقة التي يتبعها الباحث للموازنة بين الاشياء² .

-هي تلك الخطوات التي يتبعها الباحث في مقارنته للظواهر محل البحث والدراسة، بقصد معرفة العناصر التي تتحكم في أوجه التشابه والاختلاف في تلك الظواهر، وهو يستهدف التفسير العلمي عبر كشفه للعلاقات بين المتغيرات لأنه في كشفه للعلاقة بين متغيرين او اكثر قد يعزل تأثير بقية العوامل والمتغيرات الأخرى، فالمقارنة العلمية لا تقف عند التصنيف المبسط لأوجه الشبه والاختلاف، وانما تسعى لإعطاء دلالات لصور ذلك التشابه و الاختلاف، وارجاع تلك الظواهر الى العوامل القابضة خلفها، وكل هذا من اجل الوصول الى نظريات كبرى تفسر الظواهر المختلفة، او على الأقل التوصل الى صياغة نظريات متوسطة من شأنها ان تفسر بعض الظواهر³.

¹ عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2010، ص ص 49، 51.

² عبد الهادي الفضلي، أصول البحث، دار المؤرخ العربي، ط1، لبنان، 1996، ص62.

³ رشيد عبد الرحمان العبيدي، العربية والبحث اللغوي المعاصر، منشورات المجمع العلمي، بغداد، 2004، ص 122.

ففي دراستنا وظفناه من أجل إبراز أوجه الشبه والاختلاف بين البرامج الاجتماعية التي تبثها القنوات التلفزيونية الجزائرية.

7- أدوات جمع البيانات:

- تعتبر أدوات جمع البيانات وتقنياتها وسائل تسمح بجمع المعلومات من الواقع، وتعد من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في دراسته من أجل تحليل وتفسير الظواهر المراد دراستها¹، فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على الملاحظة كأداة مساعدة والاستبيان كأداة رئيسية، وتم اعتماد هذه الأدوات باعتبارها أكثر الأدوات التي تسمح لنا بجمع المعلومات عن المبحوثين بشكل معمق.

1.7. الملاحظة:

تعتبر إحدى أدوات جمع البيانات وتستخدم في البحوث الميدانية لجمع البيانات التي لا يمكن جمعها عن طريق الاستمارة أو المقابلة أو السجلات الإدارية أو الإحصاءات الرسمية أو التقارير أو التجريب².

والملاحظة هي أداة رئيسية للبحث الاجتماعي، بل يمكن القول ان كل بحث اجتماعي يستخدم الملاحظة بدرجات مختلفة من الدقة والضبط، ابتداء من الملاحظة السريعة غير المضبوطة، وصولاً الى الملاحظة العلمية الدقيقة، فالعلم يبدأ بالملاحظة، ثم يعود إليها مرة أخرى لكي يتحقق من صحة النتائج التي توصل إليها³.

ونوع الملاحظة المختارة في هذه الدراسة هي الملاحظة بدون مشاركة وهي نوع من الملاحظة يكتفي فيها الباحث بمراقبة المجتمع محل الدراسة دون مشاركة أعضائه حياتهم الخاصة⁴.

* وقد استخدمناها في دراستنا للاطلاع على بعض أفراد المشاهدين للبرامج الاجتماعية التلفزيونية الجزائرية، وذلك من خلال معرفة تصرف أفراد وتفاعل فيما بينهم سواء داخل الأسرة، داخل العمل... الخ، وهل ساهمت البرامج على تغيير وتأثير سلوكيات الأفراد، ومدى ارتباطهم بالقيم، كذلك الاهتمام الكافي من طرف المشاهدين الذي يعتبر محرك أساسي لهذه الدراسة.

¹ مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصبية بوزيد صحراوي، ط2، الجزائر، 2006، ص107.

² عمار الطيب (المرجع السابق)، ص221.

³ محمد سيد فهمي، تصميم وتنفيذ بحوث الخدمة الاجتماعية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2006، ص166.

⁴ أحمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص205.

2.7. الاستبيان:

• صدق الأداة وثبات الاستمارة:

قد اعتمدنا على الاستمارة كأداة أولية من أدوات جمع البيانات وقد تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين لقياس صدق الأداة من خلال عرضنا لأداة جمع بياناتنا على أساتذة محكمين في ميدان تخصصنا وقد ألقناه بجدول المحكمين، وثباتها من خلال معامل ألفا كرونباخ " **Alpha de Cronbach** " والذي قدر 0.86 وهو جيد وعالي وبالتالي ثبات استمارتنا.

الاسم	اللقب	الرتبة	الجامعة
محمد الطيب	الزاوي	أستاذ مساعد أ	قاصدي مباح ورقلة
عيسى	بوكرموش	أستاذ مساعد أ	قاصدي مباح ورقلة
امال	عامر	أستاذ محاضر ب	احمد زبانة غليزان

جدول رقم 01: يبين الأساتذة المحكمين

للتأكد من صدق أداة الدراسة تم استخدام طريقة صدق المحكمين، حيث وزع الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين من بينهم (د- الزاوي محمد الطيب / أ- بوكرموش عيسى / د- عامر امال) من المتخصصين في مجال علوم الاعلام والاتصال، وهذا لهدف التحقق من مناسبة المقياس لما اعد له والتأكد من سلامة صياغة فقرات الاستبيان بشكل متناسب وقد كانت نسبة الاتفاق بين المحكمين على جميع فقرات الاستبيان مقاربة، وهو ما يشير الى ان المقياس يتمتع بصدق مقبول، وتم اجراء بعض التعديلات على الصياغة اللغوية لفقرات الاستبيان في ضوء آراء المحكمين، وتم حذف بعض الأسئلة، أيضا تم تعديل و توضيح البعض منها، بعد كل التعديلات وإدراج ملاحظات المحكمين واقتراحاتهم وموافقة الأستاذ المشرف عليها تم التوصل إلى الشكل النهائي لها .

*فيعرف الاستبيان بأنه " قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة ترسل الى عدد كبير من أفراد المجتمع الذين يكونون العينة الخاصة بالبحث"¹ .

ويعرف أيضا: هي أداة ملائمة ومناسبة وفعالة للحصول على المعلومات او البيانات او الحقائق المرتبطة بموضوع معين او دراسة محددة او موقف معين او بحث محدد ويقوم الاستبيان على تحديد

¹مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2000، ص 166.

عدد من الأسئلة يطلب من الافراد المعنيين او المفردات تحت الدراسة او موضوع الاستبيان سواء كانوا يمثلون المجتمع او عينة الدراسة¹.

بعدها توصلنا إلى الشكل النهائي للإستمارة قمنا بتوزيعها على عينة من المشاهدين كل من منطقة (حاسي مسعود، نفرت، ورقلة) موجهة خصيصا لمشاهدي البرامج الاجتماعية التلفزيونية الجزائرية ذات علاقة بقيم التكافل الاجتماعي حيث اشتملت على أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة في صورة أربعة محاور تضم مجموعة من الأسئلة ممثلة كالاتي:

• البيانات الشخصية: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الإقامة.

-**المحور الأول:** خاص بقبول الجمهور الجزائري على البرامج الاجتماعية لنبذ الآفات الاجتماعية وتعزيز قيم التكافل الاجتماعي لديه وبه سبعة أسئلة.

-**المحور الثاني:** خاص بالقيم التي تعمل البرامج الاجتماعية على تعزيزها لدى جمهورها وبه خمسة أسئلة.

-**المحور الثالث:** خاص بالأساليب الاقناعية التي تعتمدها البرامج الاجتماعية في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي وبه أربع أسئلة.

-**المحور الرابع:** خاص ب ما إذا كان يؤدي تعزيز قيم التكافل الاجتماعي الى نبذ السلوكيات السلبية في المجتمع وبه خمسة أسئلة.

تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة:

-كلمة "مجتمع" في العلوم الانسانية، تأخذ معنى خاص، يشير الى مجموعة من الأشخاص أي مجموعة عناصر من نفس الفضاء الملاحظ، مجردة وقابلة للعد.²

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من اهم الخطوات المنهجية في البحوث الإنسانية والاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة حيث يتوقف عليها اجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتاجه، ويواجه الباحث عند قيامه ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع البحث او العينة التي سيجري عليها دراسته وتحديدها.³

¹ إبراهيم ابراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2009، ص268.

² Jean de bonville, J'analyse de contenu des médiad, de book université, bruxelle, 2000, p102.

³ محمد شفيق، الخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص112.

ومجتمع البحث في دراستنا هذه يتمثل في جميع المشاهدين او متتبعي البرامج التلفزيونية الجزائرية، لذلك خصصنا مجتمع الجنوب الجزائري لمعرفة آرائهم اتجاه ما تقدمه هذه البرامج من قيم التكافل الاجتماعي.

عينة الدراسة:

العينة عبارة عن مجموعة جزئية من الأفراد أو المشاهدات أو الظواهر التي تشكل مجتمع الدراسة الأصلي¹، فبدلاً من إجراء البحث على كامل مفردات المجتمع، يتم اختيار جزء من تلك المفردات بطريقة معينة ثم تعميم النتائج التي تم الحصول عليها على مجتمع الدراسة الأصلي.

ففي بحثنا اعتمدنا على العينة القصدية (العمدية) اين يختار الباحث عمدا الأفراد المبحوثين بما يتناسب مع تحقيق هدف البحث، والتي يعرفها كل من ذوقان عبيدات، عبد الرحمان عدس و"كايد عبد الحق" بأنها تلك العينة التي يختارها الباحث اختياراً حراً على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها².

وكان اختيارنا للعينة القصدية اختياراً قصدي للجمهور المتابع للبرامج الاجتماعية التلفزيونية الجزائرية التي تعالج قيم التكافل الاجتماعي

حجم العينة: لا يمكن تحديد الحجم اللازم لعينة الدراسة بقواعد جامدة، لأنه يتغير من حالة الى أخرى حسب طبيعة المجتمع المدروس وأسلوب دراسته وموضوع البحث، وعليه يبلغ حجم العينة 60 مفردة من المتابعين برامج القنوات قيد الدراسة موزعين بالتساوي بين: حاسي مسعود، تقرت، ورقلة.

10-الدراسات السابقة:

ان موضوع دراستنا كان نتيجة لعدة دراسات تطرق إليها بعض الباحثين وتمثلت فيما يلي:

الدراسة الاولى:

دراسة بعنوان دور البرامج الاجتماعية التلفزيونية في نشر القيم الاجتماعية الإنسانية، هي عبارة عن مذكرة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص "دراسات الجمهور" قامت بهذه الدراسة ولد محبوسي أحلام، أجريت هذه الدراسة خلال السنة الجامعية 2013-2014 بكلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الجزائر "3"، امتدت هذه الدراسة من 12جانفي 2014 الى 15مارس 2014 قامت الباحثة بطرح عدة تساؤلات من بينها :

¹ محمد عبيدات، محمد أبو نصار وآخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر، ط1، عمان، 1997، ص28.

² ذوقان عبيدات، عبد الرحمان عدس وآخرون، البحث العلمي، دار الفكر للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 1992، ص116.

- ماهي عادات و أنماط المشاهدة لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال للحصة التلفزيونية "جزائريون" ؟

- ماهي الدوافع التي تجعل طلبة علوم الاعلام والاتصال يشاهدون حصة "جزائريون" بقناة النهار؟
- هل تساهم حصة "جزائريون" في نشر القيم الاجتماعية والإنسانية لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال ؟

تم الاعتماد على المنهج المسحي في هذه الدراسة واستخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، عينة الدراسة العينة القصدية شملت 80 مفردة من طلبة علوم الاعلام والاتصال تضم كلا الجنسين (ذكر/انثى)

اما نتائج الدراسة نذكر من بينها:

يستوي كل من الاناث والذكور في مشاهدتهم لبرامج التلفزيون الجزائري كما ان الطلبة ذو الأصول الريفية هم الأكثر مشاهدة لبرامج التلفزيون الجزائري (دائما وأحيانا) من زملائهم في المدينة.
يفضل الذكور والاناث مشاهدة الفضائيات العربية أكثر من الغربية ويفضل المبحوثين الذين هم في الريف والمدينة مشاهدة الفضائيات العربية أكثر من الغربية.

اجمع الشباب المبحوث على ان القيمة الجمالية الأكثر تشكيلا لديهم نتيجة مشاهدتهم لبرامج التلفزيون في قيمة الفكاهة والمضحك وهذا يدل على الدور الذي يقوم به التلفزيون في مجال الفكاهة والضحك.
كان الدور إيجابيا في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي المبحوث.

الدراسة الثانية:

دراسة بعنوان توظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز القيم الاجتماعية للشباب الجامعي، هي عبارة عن بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الاعلام الأمني، قام بهذه الدراسة بدور عبد الوهاب المنير، أجريت هذه الدراسة خلال السنة الجامعية 2014 بكلية الدراسات العليا قسم الاعلام بجامعة الرباط الوطني (السودان) امتدت هذه الدراسة من 2013 الى 2014، قام الباحث بطرح عدة تساؤلات من بينها:

- هل هناك خطة استراتيجية لقناة الشروق لتعزيز القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب بنية على الخطة الاستراتيجية القومية الشاملة ؟

- الى أي مدى نجحت قناة الشروق في تنفيذ الخطة من خلال الخارطة البرمجية للقناة ؟

- ماهي المعوقات التي تؤدي الى فشل تحقيق اهداف الخطة البرمجية ؟

- ماهي اكثر القوالب البرمجية تعزيزا للقيم في المجتمع ؟
- هل هذا البرنامج (برنامج أوراق شبابية) يحقق طموحات الشباب الجامعي و يلبي احتياجاته ؟
- هل نجح برنامج أوراق شبابية في تقديم صورة مثلى للبرامج التعزيزية للشباب من حيث الاعداد والتقديم والتأثير على السلوك ؟

اما نتائج الدراسة نذكر من بينها:

أكدت الدراسة ان درجة المشاهدة لقناة الشروق الفضائية ليست منتظمة او دائمة في جميع أنواع البرامج ماعدا البرامج الترفيهية وبرامج المسابقات قد نالت اعلى نسبة. بينت الدراسة ان مشاهدة قناة الشروق على درجة عالية من الوعي. أوضحت الدراسة ان قناة الشروق في ظل العولمة والاعلام الجديد قد تبين وبدرجة عالية قضايا الشباب ومشاكله من خلال توظيف مواقع التواصل الاجتماعي. تسهم اسهاما كبيرا وملحوظا في مناقشة قضايا الشباب للإسهام في البناء الاجتماعي والأخلاقي من خلال افساح المجال لهم لمناقشة مشاكلهم واتاحة مساحة من الحرية لهم للتعبير عن آرائهم أكدت الدراسة ان البرنامج يخدم الخطة الاستراتيجية لتنمية التيار من حيث تعزيز القيم الاجتماعية والأخلاقية

يعمل البرنامج على تعزيز الترابط والمحافظة على النسيج الاجتماعي بصورة جيدة درجة كبيرة

الدراسة الثالثة:

دراسة بعنوان تأثير البرامج التلفزيونية على القيم الاجتماعية للشباب (الدراما التركية انموذجا) هي عبارة عن مذكرة ماستر في علم اجتماع الاتصال، قامت بهذه الدراسة صباح زين، أجريت هذه الدراسة خلال السنة الجامعية 2014-2015 بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الوادي، امتدت هذه الدراسة من 2015.04.21 الى 2015.04.22 قامت الباحثة بطرح عدة تساؤلات من بينها:

- ماهي عادات و أنماط مشاهدة الشباب للدراما التركية ؟
- ماهي الأسباب التي تدفع الشباب لمتابعة الدراما التركية ؟
- ماهي انعكاسات مشاهدة الدراما التركية على القيم الاجتماعية ؟

تم الاعتماد على المنهج الوصفي واستخدمت الباحثة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، عينة الدراسة شملت 70 طالب وطالبة الذين تم اختيارهم بطريقة قصدية. من نتائج الدراسة نذكر من بينهم:

ان الأوقات التي يفضلها المبحوثون لمتابعة الدراما التركية: في نهاية الأسبوع، في فترة الليل والفترة المسائية، يقضون ساعة الى ساعتين.
 المظهر الخارجي للممثلين.
 التعرف على الثقافة التركية.
 الفضول وحب التعرف على المناطق السياحية بتركيا لمتابعة هذه الدراما.
 رومنسية القصص المعروضة.

من خلال اطلاعنا على مجموع الدراسات السابقة استطعنا بناء خلفية نظرية لموضوع الدراسة والإلمام ومتغيراتها كما تمكنا من تحديد زاوية تناولنا للموضوع اما بخصوص الفروق ففي حين تبحث دراستنا على بعض نقاط التشابه مع الدراسات السابقة التي وظفناها، حيث استفدنا من الدراسة الأولى بعد الاطلاع على تفاصيلها لاحظنا انها تخدم دراستنا خاصة تلك المتعلقة بمتغير القيم الاجتماعية لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال والذي يعتبر المتغير المستقبل في دراستنا، وكذلك استفدنا من بعض المصطلحات المتعلقة بموضوع بحثنا ، اما الدراسة الثانية بعد الاطلاع عليها لاحظنا وجود بعض التشابه مع دراستنا الحالية من حيث انها ركزت على متغير البرامج التلفزيونية والدور الذي تلعبه في تعزيز القيم الاجتماعية لدى المشاهدين وهذا ما يساعدنا بدرجة كبيرة في اثراء الجانب المنهجي والتطبيقي لدراستنا، أما الدراسة الثالثة استفدنا من جانبها المنهجي في صياغة مصطلحات الدراسة المتعلقة بالبرامج الاجتماعية وقيم التكافل الاجتماعي لدى جمهورها الجزائري.

بعد تطرقنا إلى كل من التعريف بالمصطلحات الأساسية لهذه الدراسة والمنهج المستخدم والعينة المتبعة، أدوات جمع البيانات... الخ، وجب علينا اللجوء الى البحث على المقاربة النظرية الأنسب لهذه الدراسة أي ما تطابق دراستنا الحالية، فكانت النظرية الحتمية القيمة للدكتور عزي عبد الرحمان هي الأنسب لذلك اعتمادنا على هذه النظرية وأفكارها وافترضاها القيمة في تفعيل الإعلام الجزائري ليساهم في الحفاظ على القيم .

المقاربة النظرية:

نظرية الحتمية القيمة:

الخلفية الفكرية لنظرية الحتمية القيمة للإعلام:

إذا كان اصحاب النظريات السابقة اهتموا بالأثر او التأثير الذي تحدثه وسائل الاتصال، فان نظرية عزي عبد الرحمان يصب جزءا منها في هذا الإطار ومن هذا المنطلق فدراسة الأثر لا يتم في منظوره من دون مرجعية تربط محتويات وسائل الاعلام بالقيمة، وقد استخدم الأستاذ عزي عبد الرحمان أداة منهجية من الفكر الاجتماعي البنوي في الكشف عن هذه التأثيرات الإيجابية او السلبية وهي أداة التضاد الثنائي والتي ترى ان الإيجابي لا يفهم الا عند مقابلته بالسلبى ، فتعزيز القيم يقابله تحييد القيم، وتوسيع دائرة الاستفادة من الثقافة يقابلها تبسيط وتشويه الثقافة، تحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاجتماعي يقابلها اضعاف نسيج الاتصال الاجتماعي، ونقد الذات وتغييرها يقابلها منع الفرد من نقد ذاته وتغييرها.

أهمية النظرية في حقل علوم الاعلام والاتصال:

نظرية الحتمية القيمة ذات أهمية بالغة في الابحاث الاعلامية حيث حاولت تخطي الخلل النظري في النظريات الغربية التي تدرس فقط الجانب المحسوس، وهذا لا يعبر عن الواقع كما هو بل يعبر عن جزء من هذا الواقع، وبالتالي تكون النتائج جزئية، كما ان نظرية الحتمية القيمة حاولت تحديد الأسس النظرية لدارسة أثر وسائل الاعلام عبر محدد واحد وهو الرسالة الاعلامية وارتباطها بالقيم.

من جهة أخرى يذهب الباحث " سعيد بومعيزة " الى ان نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي على درجة كبيرة من الأهمية لأنها تجعل من القيم متغيرا مستقلا وليس متغيرا تابعا، وبالتالي يقول الباحث توضع هذه النظرية في مصاف تنظير المفكرين أمثال ماكس فيبر الذي حاول شرح تطور الراسمالية الغربية انطلاقا من الدور الذي تلعبه القيم الدينية البروتستانية... وفي سياق اخر يشير السعيد بومعيزة

الى ان أهمية نظرية الحتمية القيمة تبرز في قدرتها على مساعدتنا في فهم ازمة البنية القيمة في المجتمع الإنساني ككل¹.

اهم الفروض وركائز نظرية الحتمية القيمة:

الرسالة هي القيم:

ان القارئ والمتمعن في دراسات وابحاث المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي يجد هذا الهاجس الجوهرى المركزي (الرسالة هي القيم) أي ان يكون الاتصال دائما حاملا للقيم الثقافية والروحية التي تدفع بالإنسان والمجتمع الى التقدم، واذا كان ماكلوهان في مقولته - الوسيلة هي الرسالة - يعني مجتمع الحاضر، فان عبد الرحمان عزي من خلال مقولته الرسالة هي القيم حسب ما توصل اليه الباحث نصير بوعلي من خلال التمعن في اطروحات العلامة يرنو بها الى المستقبل، أي ما ينبغي ان يكون عليه الاعلام في كتلة المجتمع الإسلامي و غير الإسلامي، وان يكون الاتصال نابعا ومنبتقا من الابعاد الثقافية و الحضارية التي ينتمي اليها المجتمع، فالرسالة تكون هادفة نافعة اذا ما تمت في اطار او تصور او فكر او انتماء².

وبفهم من هذا الكلام ان القيمة حتمية ضرورية عند دراسة الاعلام وكلما اقترنت القيمة بالإعلام كلما كان التأثير إيجابيا على المجتمع وكلما ابتعد الاعلام عن القيمة او تناقض معها كلما كان التأثير سلبيا يقول عزي عبد الرحمان ان القيمة تؤسس الانسان ولا يكون هذا الأخير مصدر القيمة بل أداة لها (أي تجسد فيه القيمة)

ثانيا: الأثر الاعلامي ونظام القيم:

ان الجديد في نظرية عزي عبد الرحمن هو تقسيمه للتأثير الى تأثيرات ايجابية واخرى سلبية على غرار ما هو معروف في الدراسات الامبريقية من تأثيرات كامنة واخرى ظاهرة، مباشرة وغير مباشرة، تأثيرات على المدى القصير واخرى على المدى البعيد.... الخ. وتتضمن تأثيرات محتويات وسائل الاعلام الايجابية في منظوره ما يلي: تعزيز القيم، التنشئة الاجتماعية، توسيع دائرة الاستفادة في الثقافة، الوعي بالعالم الخارجي، أو توسيع المحيط، النظر من زاوية خارجية، معايشة عوالم متعددة، تحمل الانسان عبر الزمان والمكان، الاشباع، الترفيه، نقد الذات وتغييرها، الاعلام والتفسير والتحليل.

¹ عبد الرحمان عزي، دراسات في نظريات الاتصال: نحو فكر اعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، السلسلة رقم (28)، بيروت لبنان، 2003، ص09.

² نصير بوعلي، الاعلام والقيم في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي، دار الهدى، الجزائر، 2005، ص05.

أما السلبية فهي: تحديد القيم، تبسيط وتشويه الثقافة، تضيق المحيط، تقليص المحلي وتوسيع العالمي، أضعاف نسيج الاتصال الاجتماعي، اضعاف دور قادة الرأي والفكر، تقمص أدوار النجوم.... الخ. وقد استخدم عبد الرحمان عزي أداة التضاد الثنائي والتي ترى أن الايجابي لا يفهم الا عند مقابلته بالسلب كما سبق أن ذكرنا الله بها.

ثالثاً: ربط ثقافة الحواس بالقيم:

ان التحليل الذي قدمه عبد الرحمان عزي في قراءته الأستمولوجيا في تكنولوجيا الاتصال يحيل المتمعن الوقوف أمام معرفته الكاملة بالموضوع، أي بوصفها نظرية في علوم الاعلام والاتصال مبنية على تكنولوجيا الحواس وهي في الأصل معرفة انسانية ولذلك يمكن فعلا فهم العالم الذي من حولنا من خلال الحواس، ويمكن معرفة تطور البشرية من خلال وظيفة الحواس في الانسان أيضا¹. ويقول نصير بوعلي أن الغاية والمقصد من تفسير عزي عبد الرحمان للإعلام حواسيا هو أولاً التنبيه الى العلاقة الترابطية بين العالم والمعلوم أي بين العارف وغيره، كما يقصد بها التنبيه الى مخاطر تجزأ الانسان.

¹ نصير بوعلي، (المرجع نفسه)، ص ص05،06.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

- تمهيد
- مجالات الدراسة
- عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية
- عرض وتحليل نتائج محور اقبال الجمهور
الجزائري على البرامج الاجتماعية
- عرض وتحليل نتائج محور القيم التي تعمل البرامج الاجتماعية على تعزيزها لدى جمهورها
- عرض وتحليل نتائج محور الأساليب الاقناعية التي تعتمد عليها البرامج الاجتماعية في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي
- عرض وتحليل نتائج محور إرساء قيم التكافل الاجتماعي كوسيلة لنبذ السلوكيات السلبية في المجتمع

تمهيد:

بعد تطرقنا الى الجانب المنهجي لعرض المشكلة الأساسية للدراسة سيتم في هذا الفصل عرض الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، وذلك من خلال عرض مجالات الدراسة ثم تأتي عملية تحليل البيانات وتفسير النتائج و التي تعتبر من المراحل الأساسية التي يعتمد عليها البحث العلمي، فهي خطوة تلي عملية جمع البيانات من أفراد العينة المدروسة ومن خلال هذا الفصل يهدف الباحث الى عرض وتحليل ومناقشة البيانات الميدانية التي جمعت بواسطة الاستمارة للإجابة على تساؤلات الدراسة وعرض مؤشرات كل محور ومدى تأثيره في متغيرات الدراسة معتمدا في ذلك على العرض الجدولي البسيط، والقيام بالعمليات الاحصائية الأساسية من تكرارات ونسب مئوية، كما نهدف من خلال هذا الفصل الى عرض وتفسير نتائج الدراسة التي تم التوصل اليها ومناقشتها .

مجالات الدراسة:

- تحتل حدود الدراسة مكانة كبيرة ضمن البحوث والدراسات العلمية وتعد ركيزة أساسية فيها، تمكن الباحث من معرفة وجهة والمكان المخصص لإجراء الدراسة وجميع الخصائص الموجودة ضمنه لذلك نجدها تنقسم الى 3 مجالات وهي:
- **المجال البشري:** يشمل على عدد أفراد المشاهدين المتتبعين للبرامج الاجتماعية التلفزيونية الجزائرية، حيث قدر عددهم ب 60 مشاهد ومشاهدة.
- **المجال الزمني:** زمن اجراء الدراسة هو الموسم الجامعي 2019/2018، حيث تم اجراء دراسة أولية وكانت ابتداء من 10 جانفي 2019 الى غاية 30 جانفي 2019، وتم فيها ملاحظة تصرف أفراد العينة أي المشاهدين نحو البرامج الاجتماعية التلفزيونية الجزائرية، وبعد ذلك قمنا بضبط استمارة الاستبيان، وتم مجددا النزول الى الميدان، وتمت عملية توزيع الاستبيانات على المشاهدين خلال مدة دامت ابتداء من يوم 2019/02/24 الى غاية 2019/03/07.
- **المجال المكاني:** تمثل المجال المكاني لهذه الدراسة في:
3 مناطق من الجنوب الجزائري (حاسي مسعود، تقرت، ورقلة)
- **المجال الموضوعي:** يتمحور المجال الموضوعي لهذه الدراسة حول البرامج الاجتماعية التلفزيونية الجزائرية وتعزيزها في قيم التكافل الاجتماعي لدى الجمهور الجزائري.

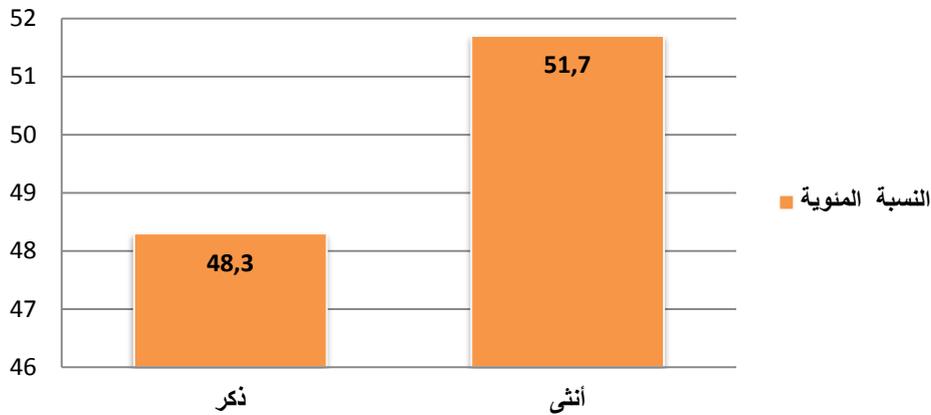
* عرض وتحليل نتائج الدراسة:

البيانات الشخصية:

1 - توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
48,3	29	ذكر
51,7	31	أنثى
100,0	60	المجموع

جدول رقم (02) : يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس



الشكل رقم (01) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

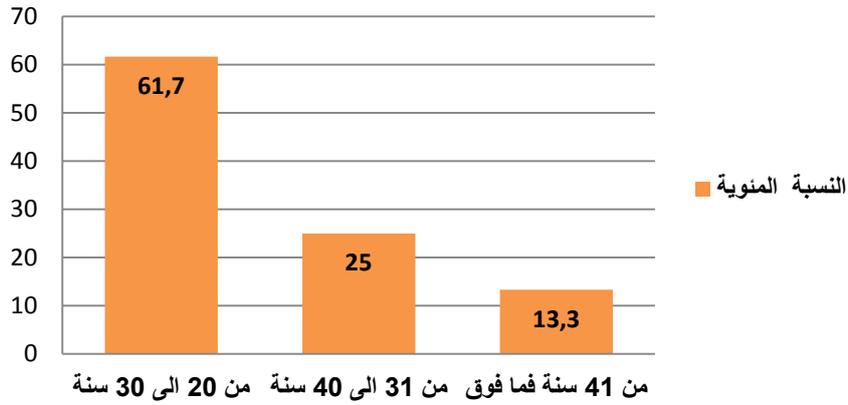
من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية تجلت في 51,7 % لجنس الإناث ، في حين كانت النسبة مئوية منخفضة تقدر بـ 48,3 % كانت لجنس الذكور .

يتضح لنا أن معظم أفراد العينة إناث لكون البرامج الاجتماعية تبث في أوقات تناسب الإناث كما أنهم متواجدين في البيوت أكثر من الرجال أو الذكور هذا من جهة ومن جهة أخرى كون جنس الإناث جنس حساس جدا ولهن مشاعر أكثر من الرجال فهن أكثر ميلا لمثل هذه البرامج عكس الذكور الذين يميلون الى البرامج الاخبارية والرياضية والسياسية..

2- السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
61,7	37	من 20 الى 30 سنة
25,0	15	من 31 الى 40 سنة
13,3	8	من 41 سنة فما فوق
100,0	60	مجموع

جدول رقم (03) : يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن



الشكل رقم (02) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

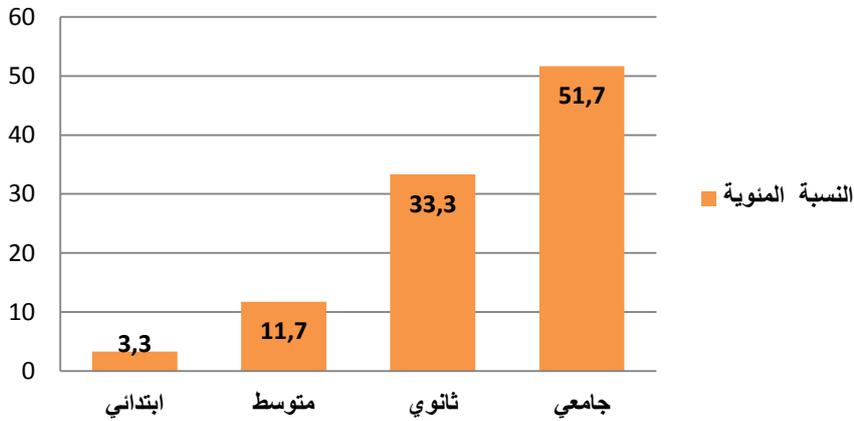
من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية تجلت في 61,7 % لفئة الراشدين (الناضجين) من 20 إلى 30 سنة ، في حين كانت النسبة مئوية لفئة الشباب من 31 إلى 40 سنة منخفضة قليلا تقدر بـ 25,0 % في حين كانت منخفضة تماما لفئة الكهول من 41 سنة فما فوق 13,3 %.

ويعود فوز الفئة من 20 إلى 30 سنة كون فئة الراشدين هي أكثر الفئات مشاهدة للبرامج الاجتماعية عبر التلفزيون الجزائري أكثر من غيرها من الفئات الأخرى هذا من جهة أما من جهة أخرى تكمن قوة جذب هذه البرامج لفئة الراشدين كونها كسبت حبههم وميلهم نحو البرامج الاجتماعية من غيرها من الفئات الأخرى كونها تحب الفضول والاطلاع على تجارب الآخرين.

3 - المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
3,3	2	ابتدائي
11,7	7	متوسط
33,3	20	ثانوي
51,7	31	جامعي
100,0	60	مجموع

جدول رقم (04) : يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



الشكل رقم (03) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

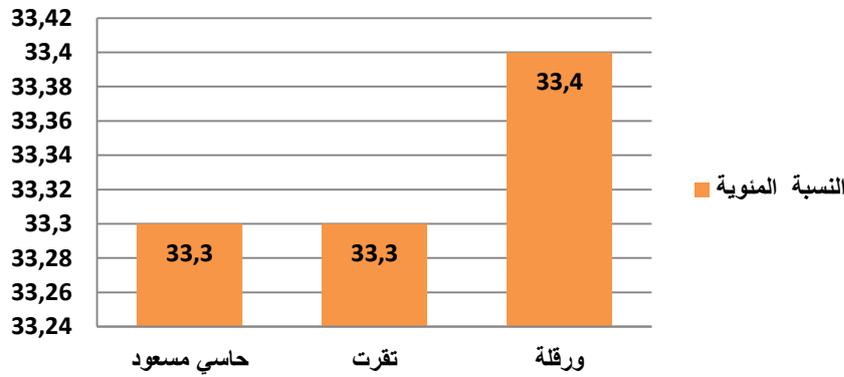
من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية للمستوى التعليمي تمثلت في 51,7 % للجامعي، في حين كانت النسبة مئوية للثانوي قليلة قدرت بـ 33,3 %، في حين كانت منخفضة تماما للمتوسط تمثلت في 11,7 % والابتدائي بـ 3,3 % .

يتضح لنا بان هناك مزيج ما بين المستويات لكن بنسب متفاوتة إلا انه المستوى الجامعي احتل الصدارة وهذا راجع إلى أن هذه الفئة متميزة ومثقفة ذات تطلعات بعيدة المدى وذات إدراكات موسعة مقارنة مع فئات أخرى فهي أكثر الفئات المدركة لقيم التكافل الاجتماعي المنبثقة عبر البرامج الاجتماعية التلفزيونية الجزائرية، بينما الفئة ذات المستوى الابتدائي احتلت المرتبة الأخيرة كون المشاهدين لا يستوعبون الرسالة الإعلامية بشكل فعال لذا نلاحظ قلة مشاهدة وتمسك بهذه البرامج.

4 - مكان الإقامة

النسبة المئوية	التكرار	الإقامة
33,3	20	حاسي مسعود
33,3	20	تقرت
33,4	20	ورقلة
100,0	60	مجموع

جدول رقم (05) : يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الإقامة



الشكل رقم (04) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الإقامة

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية تجلت في 33,4 % للمقيمين بورقلة، في حين كانت النسبة المئوية للمقيمين بحاسي مسعود وتقرت تقدر بـ 33,3 % أي متساوية تماما.

وهذا راجع إلى طبيعة سكان المنطقة الاقتصادية يتميزون بذوي المستويات ذات الدخل المرتفع كلهم من عمال مؤسسات اقتصادية مثل: نفضال، سوناطراك....، فهم أكثر من تتبثق منهم القيم الاجتماعية وأكثر من متتبعي برامج التكافل الاجتماعي فهم المبادرين الأولون في المنطقة.

عرض نتائج البيانات الشخصية لأفراد العينة:

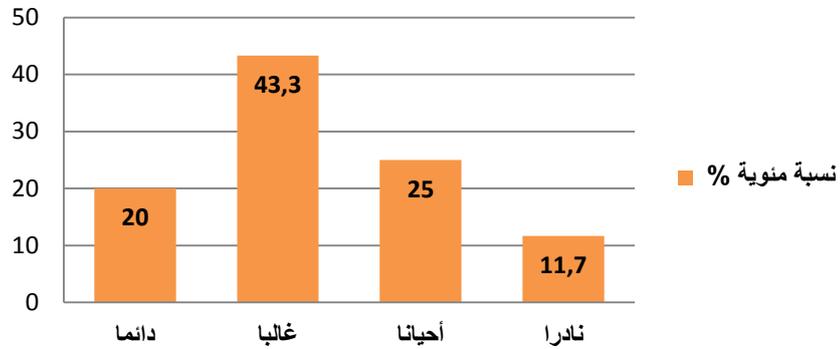
- تبين من خلال نتائج الدراسة ان اغلب المشاهدين للبرامج الاجتماعية التلفزيونية هم الاناث بنسبة مئوية قدرت بـ 51,7 % مقابل نسبة 48,3 % بالنسبة للذكور، وهذا ما يفسر النسبة الكبيرة لمشاهدة البرامج هم الاناث.

- كما أوضحت الدراسة ان اغلب المشاهدين تتراوح أعمارهم ما بين (20 الى 30) بنسبة 61,7% وهذا ما يدل على ان معظم المشاهدين هم من فئة الراشدين(الناضجين).
- لوحظ ان اغلب المشاهدين للبرامج الاجتماعية كان للجامعيين بنسبة تقدر ب51,7%.
- ظهرت نسبة مشاهدة البرامج الاجتماعية التلفزيونية 33,3 % بالنسبة لسكان حاسي مسعود، تقرت، كانت متشابهة بنسبة 33,3 % اما ورقلة 33,4%.

المحور الأول: اقبال الجمهور الجزائري على البرامج الاجتماعية

نسبة مئوية %	تكرارات	هل تشاهد البرامج الاجتماعية
20,0	12	دائما
43,3	26	غالبا
25,0	15	أحيانا
11,7	7	نادرا
100,0	60	مجموع

جدول رقم (06) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول مشاهدة البرامج الاجتماعية

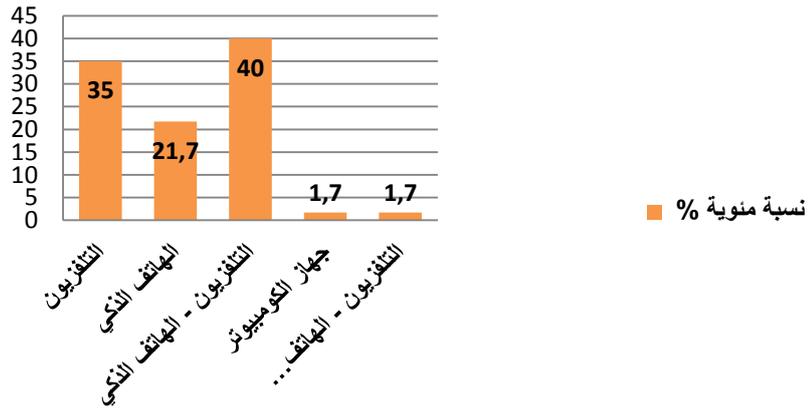


الشكل رقم (05) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول مشاهدة البرامج الاجتماعية

من خلال النتائج المحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية قدرت بـ 43,3 % لصالح غالبا، في حين كانت نسبة مئوية منخفضة قليلا 25,0 % لأحيانا أما الدائمين فقد غلبت عليه النسبة بـ 20,0 % في حين كانت ضعيفة جدا لصالح نادرا بتقدير 11,7 % وهذا يعود إلى فقدان الثقة في القنوات الجزائرية الخاصة والقنوات العمومية لأنها كانت تزيف حقائق في نظرهم كذلك نظرا للأوضاع الأخيرة كان الشغل الشاغل للشعب هو المسيرات والحراك الشعبي كان جل اهتمامهم بالبرامج السياسية التي أخذت حصة الأسد.

نسبة مئوية %	تكرارات	ما هي الوسيلة التي تعتمد عليها في مشاهدة البرامج الاجتماعية
35,0	21	التلفزيون
21,7	13	الهاتف الذكي
40,0	24	التلفزيون - الهاتف الذكي
1,7	1	جهاز الكمبيوتر
1,7	1	التلفزيون - الهاتف الذكي - اللوح الالكتروني - جهاز الكمبيوتر
100,0	60	مجموع

جدول رقم (07) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول الوسيلة المعتمدة عليها في مشاهدة البرامج الاجتماعية



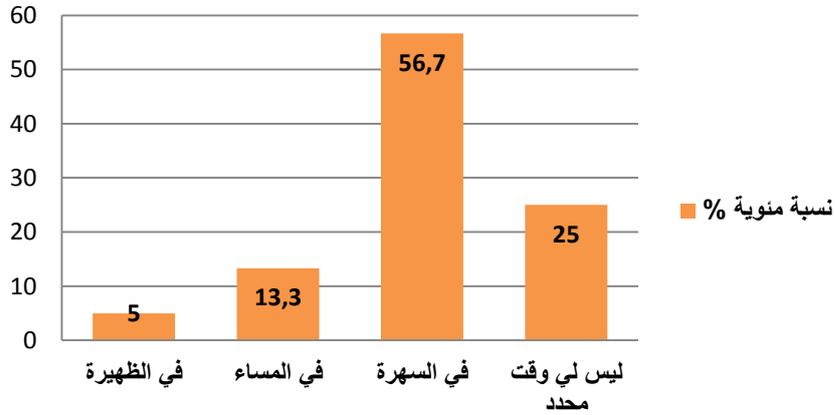
الشكل رقم (06) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول الوسيلة المعتمدة عليها في مشاهدة البرامج الاجتماعية من خلال النتائج المحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن نسبة مئوية موافقين تقدر بـ 40,0 % لصالح كل من التلفزيون - الهاتف الذكي ، في حين كانت نسبة مئوية 35,0 % لصالح التلفاز ولقد كانت مرتفعة قليلا بالنسبة للهاتف الذكي قدرت بـ 21,7 % ، في حين كانت منخفضة بالنسبة لكل من جهاز الكمبيوتر و التلفزيون - الهاتف الذكي - اللوح الالكتروني - جهاز الكمبيوتر على التوالي وبنفس النسبة قد قدرت بـ 1,7 % .

وهذا راجع إلى إلزامية وجود التلفاز والهاتف الذكي في كل منزل باعتباره من الضروريات التي لا يمكن الاستغناء عنها، كذلك كون الهاتف الذكي أصبح من الضروري استخدامه لسهولة استعماله في مشاهدة البرامج الاجتماعية في كل وقت ودون قيد.

كذلك كشفت هذه الدراسة أن الجمهور الجزائري يستعمل التلفزيون والهاتف الذكي بكثرة كون التلفزيون مزال وسيلة لشمّل العائلة وهذا نظرا للنسبة التي تحصل عليها 40,0% وذلك من خلال نسبة الذين يشاهدون برامجه في التلفزيون الجزائري وهو ما يوافق دراسة السعيد بومعيزة¹.

نسبة مئوية %	تكرارات	ما هي الفترة التي تفضل فيها مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية؟
5,0	3	في الظهيرة
13,3	8	في المساء
56,7	34	في السهرة
25,0	15	ليس لي وقت محدد
100,0	60	مجموع

جدول رقم (08) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول الفترة المفضلة في مشاهدة البرامج الاجتماعية



الشكل رقم (07) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول الفترة المفضلة في مشاهدة البرامج الاجتماعية من خلال النتائج المحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن نسبة 56,7% أعلى نسبة في ما يخص في السهرة، في حين كانت نسبة مئوية 25,0% على التوالي ليس لي وقت

¹ السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب - دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية -،

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، منشورة، سنة 2006/2005، ص

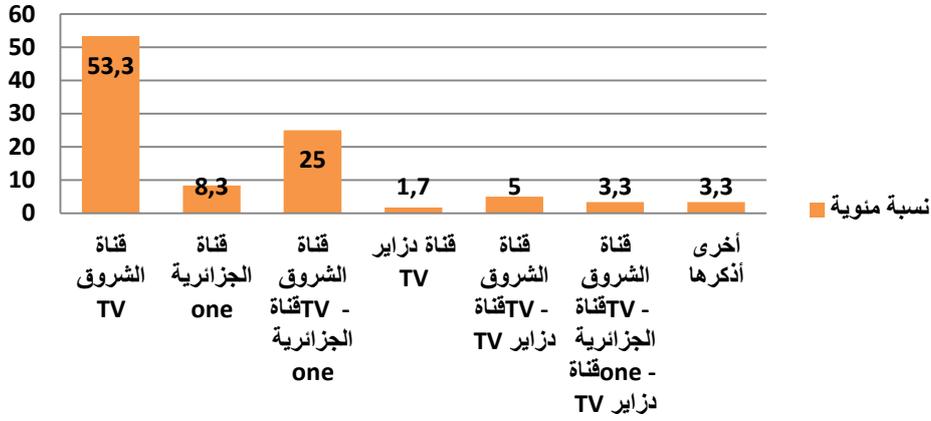
محدد ولقد كانت ضئيلة نظرا لاستعمال في الظهيرة وفي المساء بتقدير على التوالي بـ 5,0 % و 13,3 %.

وهذا راجع طبيعة المجتمع الجزائري بثقافته إلى أن فترة السهرة هي فترة الراحة والرجوع إلى المنزل والاندماج مع العائلة وبالتالي يفضل فيها أفراد المجتمع الجزائري مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية كذلك عدم تقيدهم بأعمال أو واجبات تحول دون تفرغهم لمشاهدة البرامج الاجتماعية، وهذا ما أكدته دراسة سابقة أن أفضل وقت لمشاهدة البرامج التلفزيونية وبرامجه الاجتماعية في السهرة إذ تعتبر أفضل الأوقات بعد الواجبات في الفترات الصباحية، كما يعود تفضيل فترة السهرة لأن معظم الأفراد يقضي أوقاتهم في اليوم منشغلين بسبب ارتباطهم بالأعمال الخارجية كالعامل مثلا والدراسة وغيرها فتجدهم يخصصون هذه الفترة لكي يزيلوا تعب الفترة الصباحية وكل ما كان يربطهم من ظروف محيطية وانشغالات، هذا لكي يروحو عن أنفسهم وهذا ما أكدته دراسة نعيم المصري في دراسته التي كانت بعنوان أثر المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني أن أفضل وقت لمشاهدة التلفزيون وبرامجه هي الفترة المسائية وفترة الليل، إذ تعتبر هذه الفترات هي أفضل الأوقات بعد العمل والجهد في فترة الصباح.¹

نسبة مئوية	تكرارات	ماهي القنوات التلفزيونية الجزائرية التي تشاهدها بكثرة؟
53,3	32	قناة الشروق TV
8,3	5	قناة الجزائرية one
25,0	15	قناة الشروق TV - قناة الجزائرية one
1,7	1	قناة دزاير TV
5,0	3	قناة الشروق - TV قناة دزاير TV
3,3	2	قناة الشروق - TV قناة الجزائرية - one قناة دزاير TV
3,3	2	أخرى أنكرها
100,0	60	مجموع

¹نعيم فيصل المصري ، أثر المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، العدد الثاني، فلسطين، 2010، ص382.

جدول رقم (09) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول القنوات التلفزيونية الجزائرية الأكثر مشاهدة

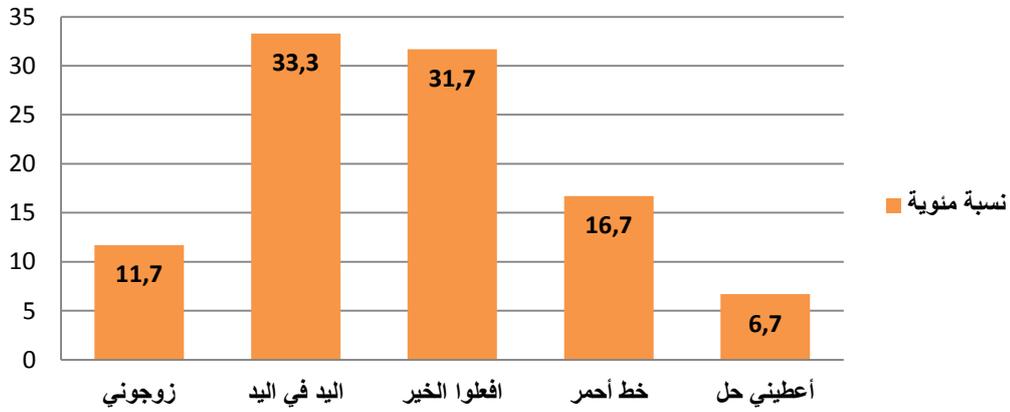


الشكل رقم (08) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول القنوات التلفزيونية الجزائرية الأكثر مشاهدة من خلال النتائج المحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة المئوية 53,3 % قناة الشروق TV ، في حين كانت النسبة المئوية 25,0 % لصالح قناة الشروق - TV الجزائرية one ، وكانت ضئيلة بنسبة لصالح قناة الجزائرية one بتقدير 8,3 %، في حين كانت بتقدير أضعف لقناة الشروق - TV قناة الجزائرية - one قناة دزاير TV بـ 3,3 % و أخرى اذكرها بل تتعدى هذه القنوات في حين كانت ضعيفة جدا لصالح كل من قناة دزاير TV بتقدير 1,7 %.

وهذا راجع لقناة الشروق tv قناة جديّة منوعة ومستقلة وتسلط الأضواء الكاشفة على واقع المجتمع بكل مهنية واحترافية بعيدا عن التهويل والتقليل وتعتبر أيضا لسان حال للمواطنين، وتكون منبرا مفتوحا للمواطن وانشغالاته ومشاكله الاجتماعية مع ضمان نقلها دون تحريف أو تزيف وتتيح للمشاهدين المشاهدة برؤية موضوعية وحيادية، ولأنها أيضا أثبتت تضامنها كثيرا مع الشعب منذ بداية الحراك في 22 فيفري كانت السبّاقة لتغطية كل الأحداث على المباشر عكس القنوات الأخرى التي تجاهلت الحدث ولم توليه اهتماما مما جعلها تفوز بثقة الشعب وحصولها على مكانة كبيرة في الوسط الشعبي الجزائري .

نسبة مئوية	تكرارات	ما هو البرنامج الأكثر إقناعاً لديك من بين البرامج التالية
11,7	7	زوجوني
33,3	20	اليد في اليد
31,7	19	افعلوا الخير
16,7	10	خط أحمر
6,7	4	أعطيني حل
100,0	60	مجموع

جدول رقم (10) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرنامج الأكثر إقناعاً



الشكل رقم (09) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرنامج الأكثر إقناعاً

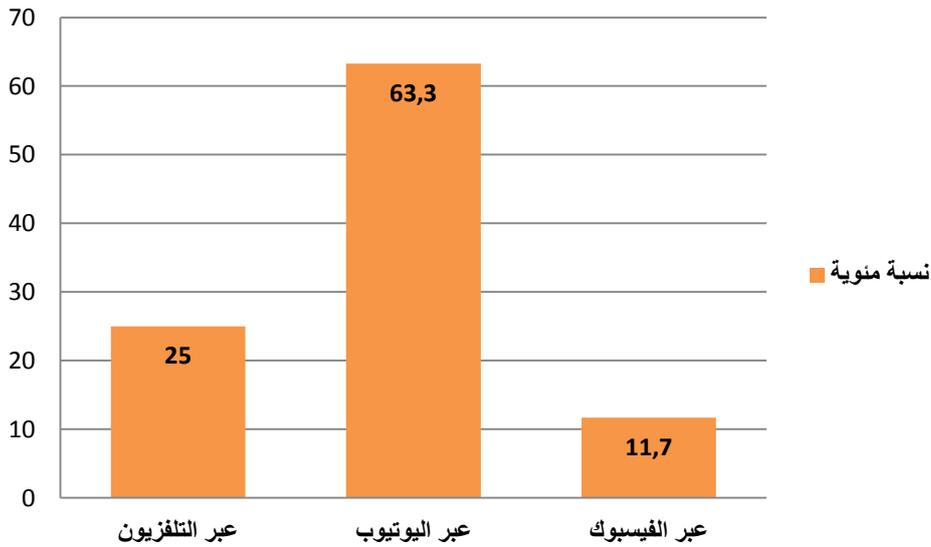
من خلال النتائج المحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أنا النسبة المئوية الغالبة في الجدول والتمثيل البياني أعلاه هي 33,3 % لصالح اليد في اليد، في حين كانت بنسبة مئوية منخفضة لصالح افعلوا الخير بتقدير 31,7 % ، في حين كانت ضئيلة ومنخفضة لباقي البدائل لصالح كل من 16,7 % للخط الأحمر، في حين كانت لحصة زوجوني بـ 11,7 % و كانت ضعيفة جدا لصالح أعطيني حل بتقدير 6,7 % .

وهذا راجع إلى كون برنامج اليد في اليد يرسخ روح التضامن الحقيقي بمفهومه الراقى والفعال، حيث حقق نجاحا باهرا وهويسير في طريق الإمتياز عسى أن يواصل التفريغ عن كرب العديد من المهمومين الذين يملكون الوسائل والإمكانيات لتوفير شروط حياة طبيعية وكريمة، أما برنامج وافعلوا الخير هو برنامج يقدم خدمات جليلة للفقراء والمعوزين والمرضى ، وكان له دور فعال في إحياء ثقافة التعاون والعمل الخيري خاصة لدى فئة الشباب كما ساهم البرنامج في حل مشاكل المئات من الحالات

الاجتماعية و لأن كلى من البرنامج يعالجون قضايا اجتماعية من عمق الواقع الجزائري خاصة في الفئة الهشة والتي تميز النسبة العالية في مجتمعنا بالإضافة إلى التنوع المواضيع التي تعالجها هذه البرامج مثلا الصحية والعائلية و مواضيع الخاصة بالشرف

نسبة مئوية	تكرارات	ما هي الوسائط التي تعتمد عليها في إعادة مشاهدة البرامج الاجتماعية
25,0	15	عبر التلفزيون
63,3	38	عبر اليوتيوب
11,7	7	عبر الفيسبوك
100,0	60	مجموع

جدول رقم (11) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول الوسائط المعتمدة عليها في إعادة مشاهدة البرامج الاجتماعية



الشكل رقم (10) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول الوسائط المعتمدة عليها في إعادة مشاهدة البرامج الاجتماعية

الاجتماعية

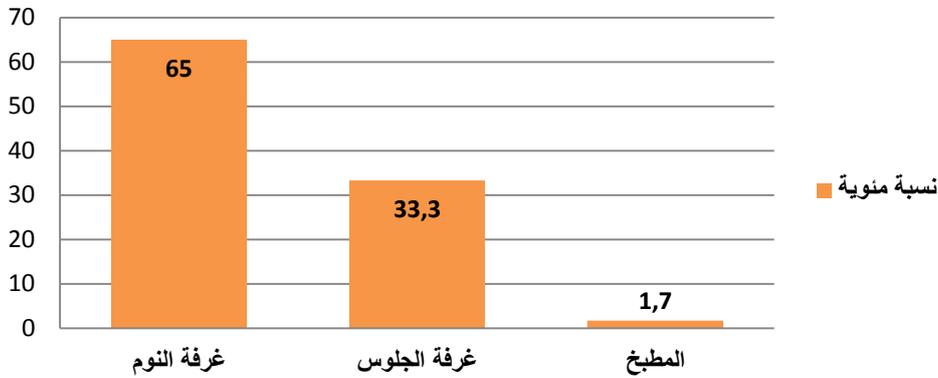
من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية قد قدرت بـ 63,3 % لصالح عبر اليوتيوب ، في حين كانت النسبة المئوية 25,0 % للتلفزيون منخفضة، في حين كانت بنسبة مئوية لعبر الفيسبوك بنسبة تقدر بـ 11,7 % ضعيفة جدا .

وهذا يعود إلى وجود بعض الحالات ضمن البرامج تمنع المشاهد من متابعتها مع العائلة لوجود خلق الحياء الذي مازال يطبع الكثير من أفراد الأسر الجزائرية وهذا ما أدى إلى المشاهد إعادة متابعة

البرامج عبر اليوتيوب، كما نجد سهولة استعمال اليوتيوب والوصول إليه بتوفر الانترنت والكم الهائل من الأخبار والفيديوهات الخاصة بالبرامج الاجتماعية، نظرا لباقي الوسائط الاتصال الأخرى .

نسبة مئوية	تكرارات	كيف تشاهد البرامج الاجتماعية التلفزيونية؟
65,0	39	غرفة النوم
33,3	20	غرفة الجلوس
1,7	1	المطبخ
100,0	60	مجموع

جدول رقم (12) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول اين تتم مشاهدة البرامج الاجتماعية التلفزيونية



الشكل رقم (11) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول اين تتم مشاهدة البرامج الاجتماعية التلفزيونية

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية 65,0 % في غرفة النوم، في حين كانت النسبة مئوية بغرفة الجلوس 33,3 % أما في المطبخ كانت بنسبة مئوية تقدر بـ 1,7 % .

وهذا راجع إلى الطابع السائد في العائلات الجزائرية الحديثة بتوفره في كل غرفة نوم وبالتالي أصبح كل فرد يمكنه مشاهدة البرامج الاجتماعية لوحده في غرفة منفردة مما تمكنه من مشاهدتها بكل راحة وتلقائية، فبين حين ان أغلب المشاهدين يميلون الى الانفرادية والرغبة في إبراز الذات والتميز، وهذا أيضا لا ينسبنا توجه بعض العائلات الجزائرية نحو فردية المشاهدة وذلك بسبب توفر أفرادها على أكثر من جهاز تلفزيون أو هاتف ذكي في المنزل، أما الذين يفضلون أن يشاهدوا البرامج الاجتماعية في غرفة الجلوس نسبتهم 33,3 % هي نسبة قليلة مقارنة بالنسبة السابقة، لكنها تبين لنا أن بعض المشاهدين لا

يزالوا يحافظون على النمط التقليدي في مشاهدة التلفزيون وهو التجمع مع أفراد العائلة لمتابعة البرامج الاجتماعية.

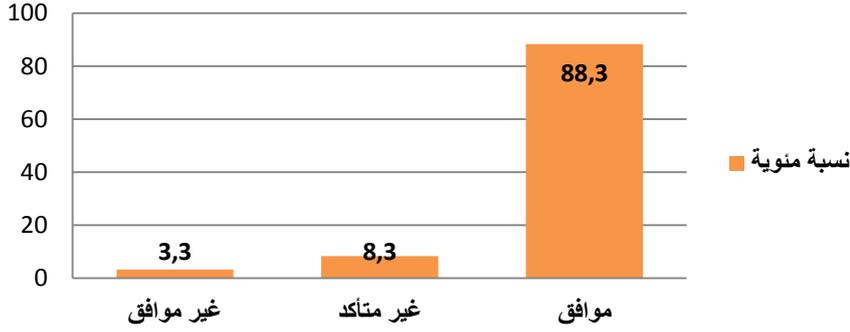
عرض نتائج المحور الاول اقبال الجمهور الجزائري على البرامج الاجتماعية:

- توصلت الدراسة الى ان اغلب المشاهدين يشاهدون البرامج الاجتماعية وكانت النسبة الأعلى للذين اجابو ب غالبا 43,3 %.
- توصلت الدراسة ان الوسيلة التي يعتمد عليها المشاهدين في مشاهدة البرامج الاجتماعية (التلفزيون، الهاتف الذكي) بنسبة تقدر ب 40 %.
- تأكد من خلال الدراسة ان معظم المشاهدين اختاروا وقت السهرة لمشاهدة البرامج الاجتماعية بنسبة تقدر ب 56,7 %.
- تبين لنا من خلال الدراسة ان القناة التلفزيونية الجزائرية التي يشاهدها المجتمع الجزائري بكثرة هي قناة (الشروق TV) بنسبة 53,3 %.
- يفضل المشاهدين مشاهدة برنامج (اليد في اليد) و (افعلوا الخير) بنسبة 33,3 % و 31,7 % كونهم من اكثر البرامج التي تعالج القضايا الاجتماعية من عمق الواقع الجزائري.
- ظهرت نسبة الوسيط (اليوتيوب) الذي يعتمد عليه المشاهدين في إعادة مشاهدة البرامج الاجتماعية وصلت الى 63,3 % حيث يعتبر (اليوتيوب) من اكثر الوسائط عرضة لإعادة المشاهدة .
- لوحظ ان المكان المفضل لدى المشاهدين لمشاهدة البرامج الاجتماعية هي غرفة النوم بنسبة 65%.

المحور الثاني: القيم التي تعمل البرامج الاجتماعية على تعزيزها لدى جمهورها:

نسبة مئوية	تكرارات	التعاون والتكافل والتضامن الاجتماعي
3,3	2	غير موافق
8,3	5	غير متأكد
88,3	53	موافق
100,0	60	مجموع

جدول رقم (13) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيم التعاون والتكافل و التضامن الاجتماعي



الشكل رقم (12) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيم التعاون والتكافل و التضامن الاجتماعي

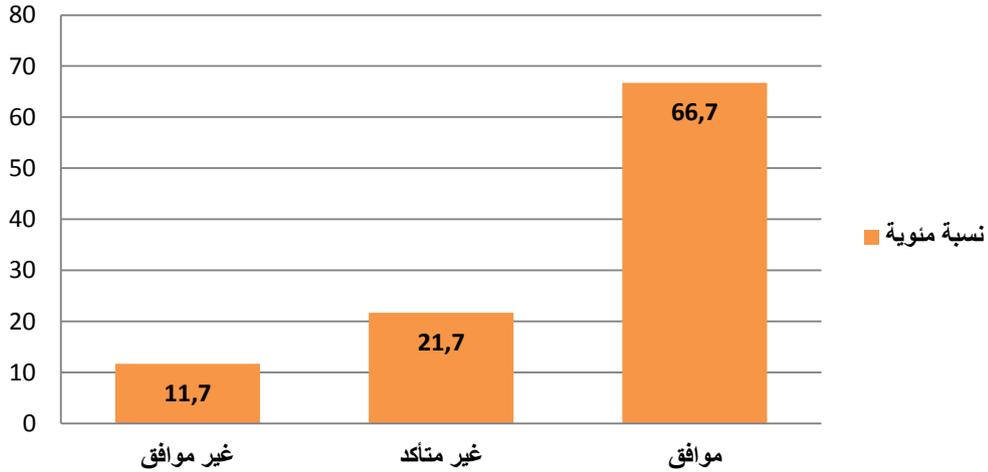
من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن نسبة المئوية العلية قدرت بـ **88,3% للموافق**، في حين كانت النسبة مئوية بغير متأكد **8,3%** أما غير موافق كانت بنسبة مئوية تقدر بـ **3,3%** .

وهذا كون الإسلام شجع على التعاون والتضامن بين افراد المجتمع لأن هذا أساس كل نجاح وتقدم وبه يقوم دين الأفراد وديناهم ،فكلمتهم لن تتوحد ومصالحهم الدنيوية لن تترتب ،وعدوهم لن يخشي بأسهم، إلا بالتضامن الذي أوجبه الإسلام وجعله من أهم الواجبات التي يجب فعلها لتحقيق صلاح المجتمع فالمسلمون مثل البنيان المرصوص والجسد الواحد إن هم تعاونوا وقد وضح الله عز وجل في قوله "وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان" سورة المائدة ¹فبذلك مجتمع الجزائري يحتاج في طبيعة تركيبته الاجتماعية إلى المساندة الاجتماعية والدعم لبعضهم البعض بغية إيجاد حلول ومساعدة الآخرين والصبو إلى حياة أفضل .

الترابط الأسري	تكرارات	نسبة مئوية
غير موافق	7	11,7
غير متأكد	13	21,7
موافق	40	66,7
مجموع	60	100,0

جدول رقم (14) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الترابط الاسري

¹سورة المائدة الآية 2



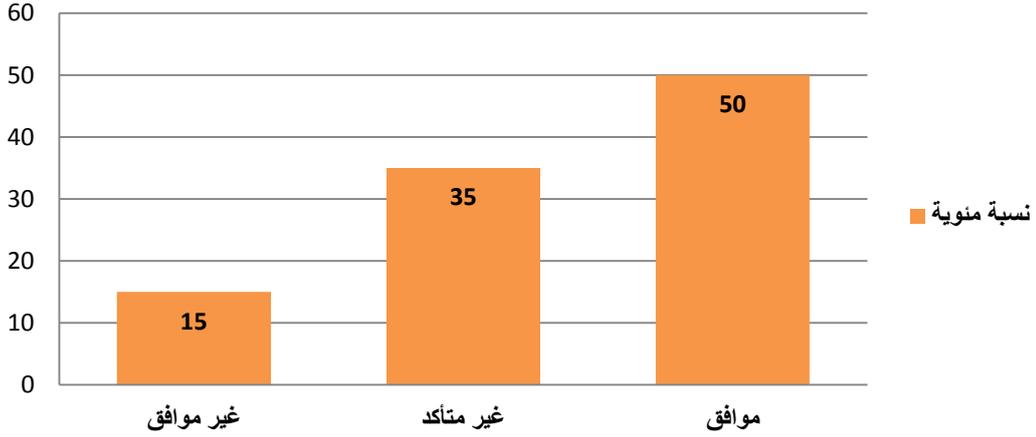
الشكل رقم (13) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الترابط الأسري

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن نسبة 66,7% للموافقين، في حين كانت بنسبة مئوية منخفضة لغير متأكد قد قدرت بـ 21,7%، في حين كانت ضعيفة لصالح غير الموافقين بتقدير 11,7%.

وهذا راجع إلى كون هدف المواضيع المطروحة في هذه البرامج كلها تعالج مواضيع ومشاكل أسرية عائلية وتساهم في نشر إعلانات ونداءات لذوي الاحتياجات الخاصة وبعض فئات المرضى الذين يطلبون بالعلاج من الأمراض كل هذا من خلال حملات وتبرعات خيرية شعارها " كلنا يد واحدة "، يعود هذا بفعل العامل الديني والاجتماعي والاقتصادي والنفسي لتحقيق الترابط والتماسك الأسري بين الأفراد.

الانتماء للمجتمع الواحد	تكرارات	نسبة مئوية
غير موافق	9	15,0
غير متأكد	21	35,0
موافق	30	50,0
مجموع	60	100,0

جدول رقم (15) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الانتماء للمجتمع الواحد



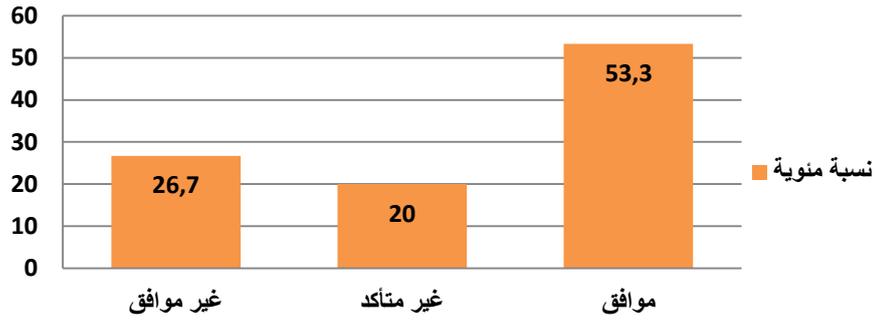
الشكل رقم (14) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الانتماء للمجتمع الواحد

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية قدرت بـ 50,0% للموافقين في حين كانت النسبة مئوية بغير متأكد قد قدرت بـ 35,0% أما غير الموافقين فقد كانت بنسبة مئوية تقدر بـ 15,0% .

وهذا راجع إلى كون هذا التضامن والمساندة يدعم ويحفز الإحساس بالانتماء إلى مجتمع واحد ولبلد واحد ويكفل حق المعوز والفقير والمحتاج ويعتبر قيم من القيم السامية التي جاء بها الدين الإسلامي الحنيف، كما يعود هذا لكون البرامج يمكنها أن تعيد توجيه الأفراد نحو بناء علاقات الرحم والترابط بين أبناء المجتمع الواحد.

المسؤولية الاجتماعية	تكرارات	نسبة مئوية
غير موافق	16	26,7
غير متأكد	12	20,0
موافق	32	53,3
مجموع	60	100,0

جدول رقم (16) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة المسؤولية الاجتماعية



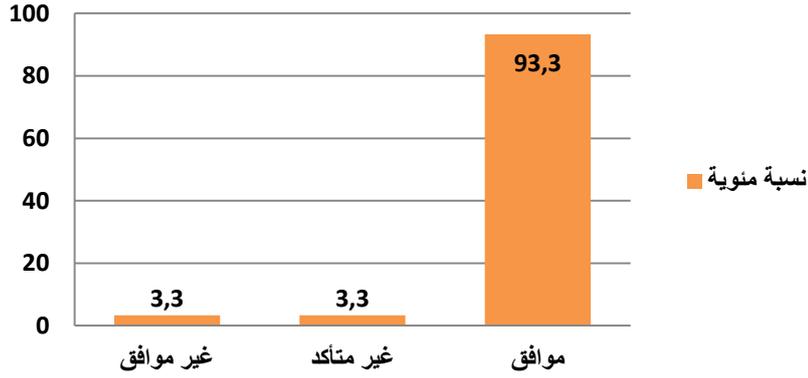
الشكل رقم (15) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة المسؤولية الاجتماعية

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن نسبة المئوية قدرت بـ 53,3 % وهي أعلى نسبة مئوية للموافقين ، في حين كانت النسبة مئوية لغير الموافقين منخفضة قد قدرت بـ 26,7 % أما الغير متأكدين فقد كانت النسبة المئوية ضعيفة نظرا للبدائل التي تم عرضها حيث تم تقديرها بـ 20,0 %.

وهذا راجع أن مشاهدة هذه البرامج على ظهور ارتباط القوي بالقيم الاجتماعية منها المسؤولية الاجتماعية بموافقة أغلب أفراد عينة دراستنا وذلك مرده إحساس كل فرد بمسؤوليته اتجاه الآخر وهذا ما يشكل لحمة التضامن في المجتمع وتناسق الأبنية النسقية العائلية والاجتماعية ، كما أن طبيعة شخصية الفرد الجزائري تتسم بصفة التضامن والمساندة الاجتماعية وأبسط مثال : في يوم الحراك الشعبي الهبة التضامنية بجلب الطعام والماء للمتظاهرين في مسيرات الحراك كل جمعة ، كما يعود أيضا كون المسؤولية الاجتماعية ركنا أساسيا في حياة المجتمعات وبدونها تصبح الحياة فوضى، ويأكل القوي الضعيف ، وينعدم التعاون وتغلب الأنانية والفردية

التعاطف	تكرارات	نسبة مئوية
غير موافق	2	3,3
غير متأكد	2	3,3
موافق	56	93,3
مجموع	60	100,0

جدول رقم (17) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة التعاطف



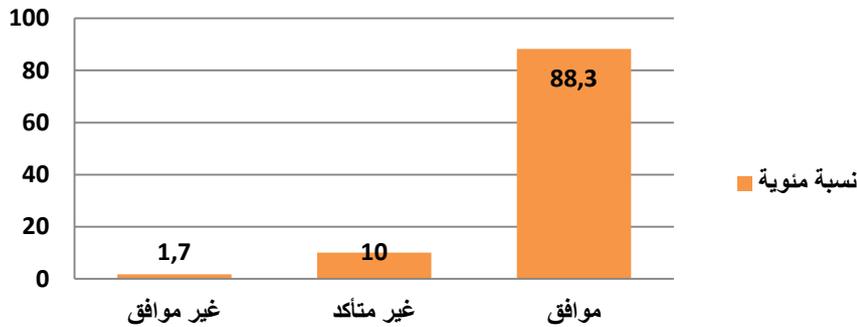
الشكل رقم (16) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة التعاطف

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن نسبة 93,3 % للموافق، في حين كانت النسبة المئوية لغير المتأكدين وغير الموافقين متساوية وضعيفة على التوالي بـ 3,3 %.

وهذا راجع إلى كون طبيعة بنیان وتركيبة المجتمع الجزائري يمتاز بالتعاطف والحنان خاصة في المواضيع الاجتماعية الحساسة هنا تبرز قمة تعاطف الشعب مع بعضه البعض، كذلك التعاطف الإنساني يربطنا ببعضنا ليس بالشفقة أو بالتسامح ولكن كبشر تعلموا كيفية تحويل المعانات المشتركة إلى أمل للمستقبل، ويعود هذا كون التعاطف هو القدرة على الاستيعاب والفهم والتجاوب والتجاوز والتفاعل مع الآخرين وتفهم مشاعرهم واحترامها والتعاطف معها.

الرحمة والمودة	تكرارات	نسبة مئوية
غير موافق	1	1,7
غير متأكد	6	10,0
موافق	53	88,3
مجموع	60	100,0

جدول رقم (18) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الرحمة والمودة

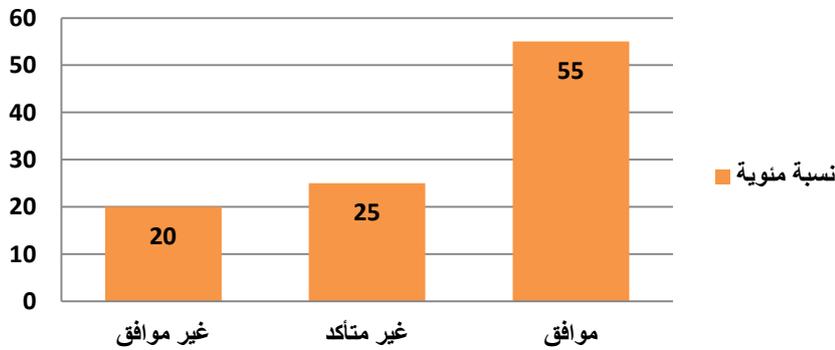


الشكل رقم (17) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الرحمة والمودة

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن نسبة مئوية قدرت بـ **88,3 % للموافق** في حين كانت النسبة مئوية منخفضة بالنسبة لأفراد العينة الذين أجابوا بغير متأكدين قد قدرت بـ **10,0 %** ، في حين كانت ضعيفة بالنسبة لغير الموافقين قد قدرت بـ **1,7 %** . وهذا راجع إلى كون طبيعة مجتمعنا الجزائري يمتاز بالرحمة والمودة مما يزيد من تكاتف أفرادهم مع بعضهم البعض خاصة في المشاكل الاجتماعية فهم كاليد الواحدة، ويعود هذا كون المودة والرحمة من أرقى أنواع المحبة وهي عاطفة فطرية تدعو الإنسان إلى أن يعطف على غيره، لأن الإنسان قد يرحم من لا تربطه به أية مودة وإنما يفعل ذلك بدافع الشفقة وحب الإحسان وابتغاء مرضاة الرحمان.

نسبة مئوية	تكرارات	الأمانة
20,0	12	غير موافق
25,0	15	غير متأكد
55,0	33	موافق
100,0	60	مجموع

جدول رقم (19) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الأمانة



الشكل رقم (18) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة الأمانة

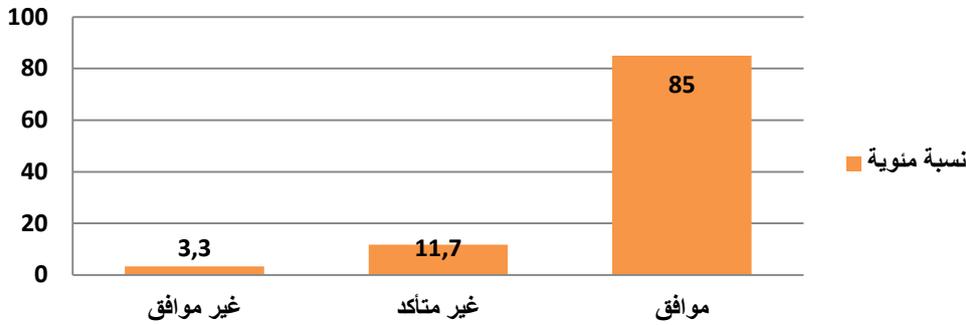
من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية قد قدرت بـ **55,0 % للموافق**، في حين كانت النسبة مئوية منخفضة لصالح غير متأكدين بتقدير **25,0 %** في حين كانت ضعيفة بالنسبة لغير موافقين بتقدير **20,0 %** .

وهذا راجع إلى كون طبيعة المجتمع الجزائري القائم على الدين الإسلامي الحنيف وعلى سنة نبيه محمد صلى الله عليه وسلم بتطبيق تعاليم القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة اتفقوا جل أفراد عينة دراستنا بأكثر نسبة مئوية **55,0 %** اتصف بقيمة الأمانة وهذا أمر عادي فمن خلال تطبيقنا لتعاليم

القرآن والسنة النبوية الشريفة أصبحت قيمة الأمانة مبدأ موروث في كل جزائري أمر مفروغ منه ،وورد ما يستودع الي مودعه لقوله تعالى "إن الله يأمركم أن تؤدوا الأمانات إلى أهلها وإذا حكمتم بين الناس ان تحكموا بالعدل إن الله نعماً يعظكم به إن الله كان سميعاً بصيراً " سورة النساء ¹

نسبة مئوية	تكرارات	التسامح والعفو
3,3	2	غير موافق
11,7	7	غير متأكد
85,0	51	موافق
100,0	60	مجموع

جدول رقم (20) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة التسامح والعفو



الشكل رقم (19) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول ارتباطهم بقيمة التسامح والعفو

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية قد قدرت بـ 85,0 % للموافق ، في حين كانت النسبة مئوية لغير المتأكد 11,7 % ، وكانت لغير موافقين بنسبة مئوية قدرت بـ 3,3 % .

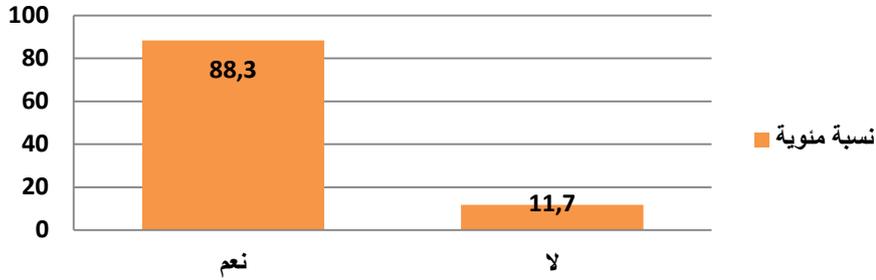
وهذا راجع إلى كون طبيعة بنیان وتركيبة المجتمع الجزائري يمتاز بالتسامح والعفو خاصة بعد مشاهدته لهذه البرامج الاجتماعية التي ترتبط بالقيم الاجتماعية ذلك أن أفراد مجتمعنا الجزائري يقامون بمبدأ التسامح أهم خلق للمؤمن فقد وصانا به رسول الله صلى الله عليه وسلم حيث قال " بُعثت بالحنفية السّمة " بمعنى أن التسامح ليس التنازل أو التساهل مع الآخرين بل معناه الاعتراف بالآخر واحترامه وإعطاؤه حقوقه وتغاضي عن زلاته إن أخطأ واعتذر، هذا ما وصانا به الرسول الكريم لأن قيمة التسامح زينة الفضائل وأعقل الناس أعذرهم للناس، كون التسامح والعفو خلقان كريمان تحتاجهما النفس البشرية

¹سورة النساء الآية رقم 58.

لنتخلص من كل الشوائب التي قد تعلق في القلب من أثر الأذى وكذلك لينعم الافراد بالخير والحب وإشراح الصدر.

نسبة مئوية	تكرارات	هل ترى أن البرامج الاجتماعية تعمل على دعم القيم الاجتماعية من خلال عرض نماذج اجتماعية ناجحة
88,3	53	نعم
11,7	7	لا
100,0	60	المجموع

جدول رقم (21) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية تعمل على دعم القيم الاجتماعية من خلال عرض نماذج اجتماعية ناجحة



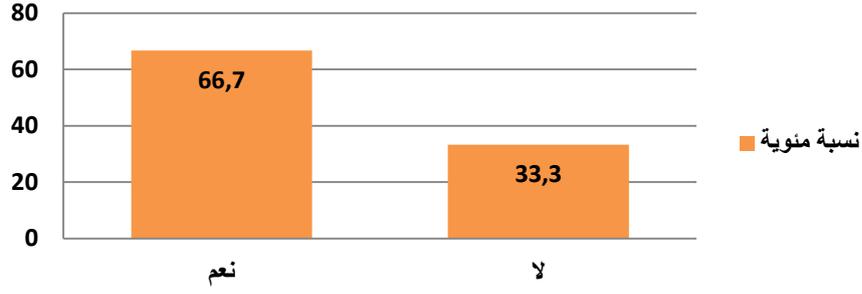
الشكل رقم (20) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية تعمل على دعم القيم الاجتماعية من خلال عرض نماذج اجتماعية ناجحة

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية بنعم قدرت بـ 88,3 % في حين كانت النسبة مئوية منخفضة بـ لا لصالح 11,7 %.

وهذا راجع إلى كون النموذج الاجتماعي الناجح هو قدوة ومثال يحتذى به ويتأثر به جميع فئات المجتمع ويحاولون تقليده من خلال ما تحتويه هذه البرامج الاجتماعية من قيم مثل: التعاون والتكافل والترابط الأسري والانتماء لمجتمع واحد والشعور بالمسؤولية الاجتماعية والتعاطف والرحمة والمودة فيما بينهم.....من رسائل فعالة وإيجابية ومحفزة.

نسبة مئوية	تكرارات	هل ترى أن البرامج الاجتماعية تعمل على دعم القيم الاجتماعية من خلال نقد المشاكل الاجتماعية ؟
66,7	40	نعم
33,3	20	لا
100,0	60	مجموع

جدول رقم (22) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية تعمل على دعم القيم الاجتماعية من خلال نقد المشاكل الاجتماعية



الشكل رقم (21) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية تعمل على دعم القيم الاجتماعية من خلال نقد المشاكل الاجتماعية

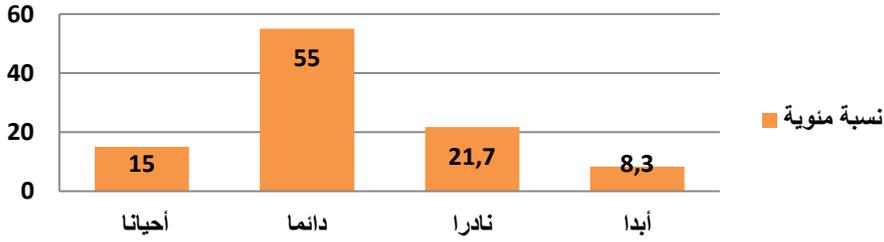
من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية بنعم قدرت بـ 66,7% في حين كانت النسبة مئوية ضعيفة بـ لا 33,3% .

وهذا راجع إلى أن النقد ينفع في إزاحة الغموض عن بعض المشاكل والصعوبات من خلال تبادل آراء الآخرين في اقتراح حلول وبدائل جديدة من مختلف مشكلات الحياة .

نسبة مئوية	تكرارات	هل ترى أن البرامج الاجتماعية تراعي الخصوصية القيمية للمجتمع الجزائري؟
15,0	9	أحيانا
55,0	33	دائما
21,7	13	نادرا
8,3	5	أبدا
100,0	60	مجموع

جدول رقم (23) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية تراعي الخصوصية القيمية للمجتمع الجزائري.

نسبة مئوية



الشكل رقم (22) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية تراعي الخصوصية القمية

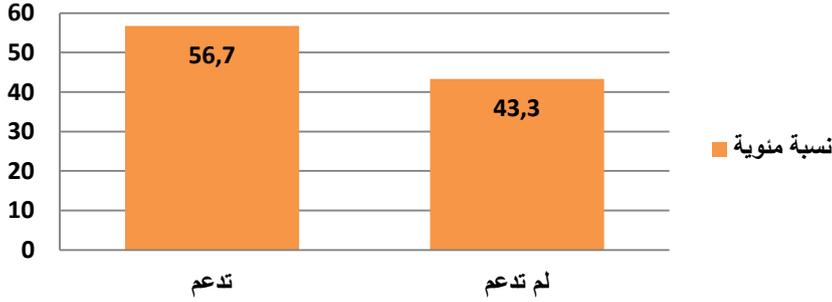
للمجتمع الجزائري

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية كانت **55,0 % دائما** حيث كانت منخفضة قليلا بنسبة مئوية قد قدرت بـ **21,7 %** لصالح نادرا، في حين كانت نسبة مئوية لصالح **أحيانا** تقدر بـ **15,0 %**، أما في ما يخص أبدا فقد كانت ضعيفة جدا بتقدير **8,3 %**.

وهذا راجع إلى كونها في بعض الأحيان تعالج مواضيع من طابوهات الاجتماعية التي يعتبرها الفرد الجزائري من المواضيع المصموت عنها وهي مواضيع حساسة مما يجعلهم يشعرون بالإحراج في عرضها بالبرامج الاجتماعية على المباشر.

نسبة مئوية	تكرارات	هل ترى أن البرامج الاجتماعية ساهمت في تدعيم القيم بشكل فعال داخل المجتمع الجزائري؟
56,7	34	تدعم
43,3	26	لم تدعم
100,0	60	مجموع

جدول رقم (24) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية ساهمت في تدعيم القيم بشكل فعال داخل المجتمع الجزائري.



الشكل رقم (23) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية ساهمت في تدعيم القيم بشكل

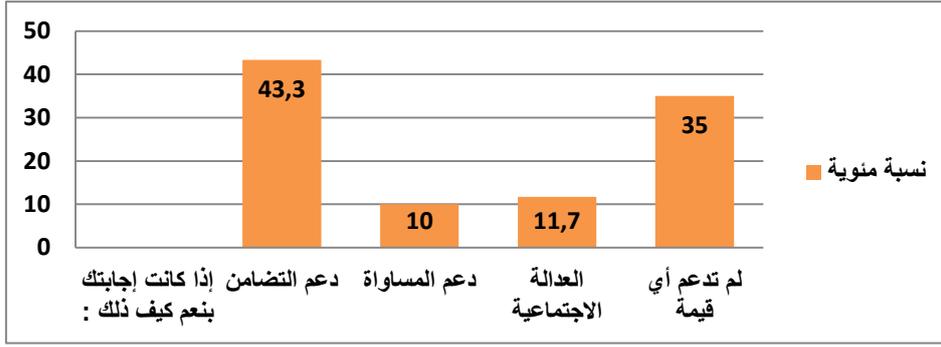
فعال داخل المجتمع الجزائري

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية قد قدرت بـ 56,7 % تدعم أن البرامج الاجتماعية ساهمت في تدعيم القيم بشكل فعال داخل المجتمع الجزائري، في حين كانت النسبة مئوية ضعيفة بعدم الدعم قد تمثلت في 43,3 % . وهذا راجع إلى كونها هي الملجأ الوحيد للشعب الجزائري لما تتناوله هذه البرامج من قيم وأهداف مسطرة لتقديم رسائل قيمية فعالة تحمل جوانب أخلاقية وجوانب إنسانية لها تأثير كبير داخل المجتمع الجزائري.

نسبة مئوية	تكرارات	هل ترى أن البرامج الاجتماعية ساهمت في تدعيم القيم بشكل فعال داخل المجتمع الجزائري إذا كانت إجابتك بنعم كيف ذلك :
43,3	26	دعم التضامن
10,0	6	دعم المساواة
11,7	7	العدالة الاجتماعية
0,35	21	لم تدعم أي قيمة
100,0	60	مجموع

جدول رقم (25) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية ساهمت في تدعيم

القيم بشكل فعال داخل المجتمع الجزائري في حالة الإجابة ب نعم



الشكل رقم (24) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول البرامج الاجتماعية ساهمت في تدعيم القيم بشكل

فعال داخل المجتمع الجزائري في حالة الإجابة ب نعم

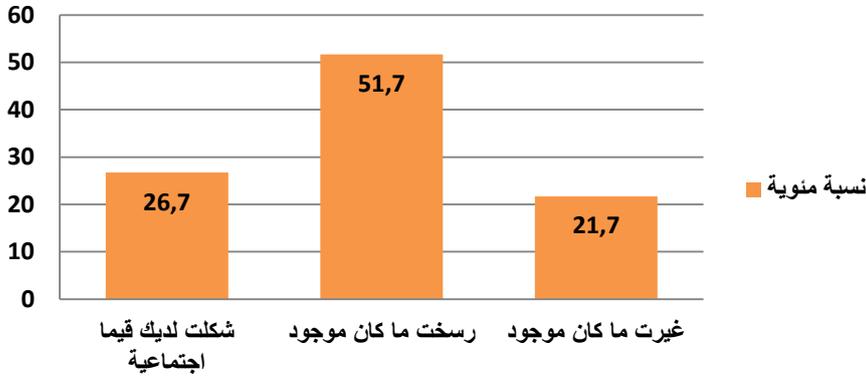
من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني حول هل ترى ان البرامج الاجتماعية ساهمت في تدعيم القيم بشكل فعال داخل المجتمع الجزائري؟ نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية لدعم التضامن تجلت في 43,3 %، في حين كانت النسبة المئوية لم تدعم أي قيمة منخفضة تقدر بـ 35,0 % وكانت ضعيفة لكل من العدالة الاجتماعية بتقدير منوي 11,7 % و دعم المساواة بتقدير 10,0 %.

وهذا راجع إلى طبيعة المجتمع الجزائري وخصوصيته في التضامن والتكافل الاجتماعي حيث في

بعض البرامج الاجتماعية هناك تكافل من خلال تبرعات

هل مشاهدتك للبرامج؟	تكرارات	نسبة مئوية
شكلت لديك قيما اجتماعية	16	26,7
رسخت ما كان موجود	31	51,7
غيرت ما كان موجود	13	21,7
مجموع	60	100,0

جدول رقم (26) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول مشاهدة البرامج الاجتماعية



الشكل رقم (25) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول مشاهدة البرامج الاجتماعية

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني والمتمثل في هل مشاهدتك للبرامج؟ نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية لصالح رسخت ما كان موجود تجلت في 51,7 % ، في حين كانت النسبة مئوية منخفضة قد قدرت بـ 26,7 % لصالح شكلت لديك قيما اجتماعية، وكانت منخفضة بنسبة 21,7 % لغيرت ما كان موجود.

تبين لنا من خلال الجدول أن المشاهدين (20-30) الراشدين في مدينة ح-م تقرت ورقلة خلال مشاهدتهم للبرامج الاجتماعية ساهم في ترسيخ ما كان موجود عندهم من قيم بنسبة أكثر وذلك من خلال أنهم يفضلون مشاهدة البرامج لأنها تعبر عن أحاسيسهم ومشاعرهم كما تعبر أيضا عن مواقف تعرضوا لها كما تساعدهم في حياتهم الشخصية ومعالجة قضايا المجتمع في جميع حالاتها، وهذا راجع إلى كون هذه البرامج مساندة للواقع الاجتماعي المعاش هذا من جهة ومن جهة أخرى كون الشعب الجزائري لديه تلك المبادئ بل راسخة منذ القديم ومشاهدتهم للبرامج الاجتماعية كانت بمثابة تنبيه ليس إلا لتشكيل قيم أو تغييرها بل كانت موجودة منذ القديم .

عرض نتائج المحور الثاني القيم التي تعمل البرامج الاجتماعية على تعزيزها لدى جمهورها:

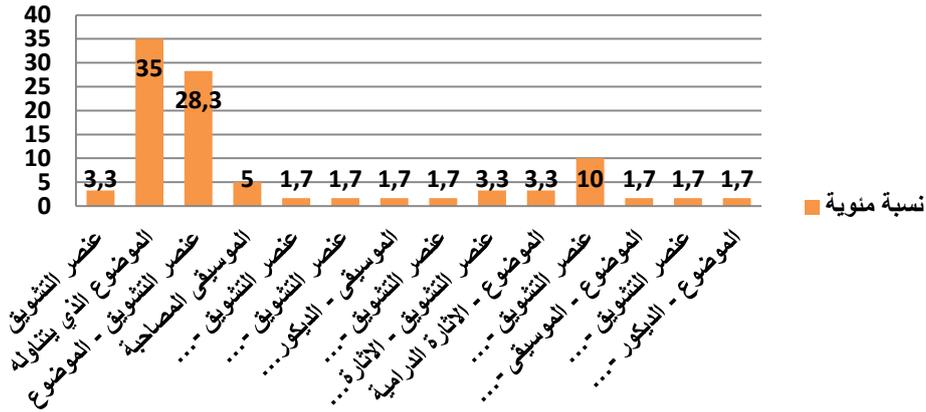
- أوضحت نتائج الدراسة على ان نسب الذين وافقوا على ان مشاهدة هذه البرامج ساعدتهم ان يرتبطوا بالقيم الاجتماعية وهي كالاتي:
- التعاون والتكافل والتضامن الاجتماعي 88,3%، الترابط الاسري 66,7%، الانتماء للمجتمع الواحد 50%، المسؤولية الاجتماعية 53,3%، التعاطف 93,3%، الرحمة والمودة 88,3%، الأمانة 55 %، التسامح والعفو 85 %.
- أوضحت نتائج الدراسة ان المشاهدين الذين يرون ان البرامج الاجتماعية تعمل على دعم القيم الاجتماعية من خلال عرض نماذج اجتماعية ناجحة بنسبة قدرت بـ 88,3%.
- أوضحت نتائج الدراسة ان المشاهدين الذين يرون ان البرامج الاجتماعية تعمل على دعم القيم الاجتماعية من خلال نقد المشاكل الاجتماعية بنسبة قدرت بـ 66,7%.
- بينت نتائج الدراسة ان البرامج الاجتماعية تراعي دائما الخصوصية القومية للمجتمع الجزائري بنسبة 55 %.

- بينت الدراسة ان نسبة 56,7% يرون ان البرامج الاجتماعية ساهمت في تدعيم القيم داخل المجتمع الجزائري.
- بينت الدراسة ان نسبة 43,3% من المشاهدين يرون ان البرامج الاجتماعية ساهمت في تدعيم قيمة التضامن.
- بينت الدراسة ان نسبة 51,7% من المشاهدين للبرامج الاجتماعية من رسخت ماكان موجود عندهم من قيم.

المحور الثالث: الأساليب الإقناعية التي تعتمد عليها البرامج الاجتماعية في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي:

نسبة مئوية	تكرارات	ما هي العناصر التي تجذبك لمشاهدة البرامج الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية؟
3,3	2	عصر التشويق
35,0	21	الموضوع الذي يتناوله
28,3	17	عصر التشويق - الموضوع
5,0	3	الموسيقى المصاحبة
1,7	1	عصر التشويق - الموضوع - الموسيقى
1,7	1	عصر التشويق - الديكور المستخدم
1,7	1	الموسيقى - الديكور المستخدم
1,7	1	عصر التشويق - الموضوع - الموسيقى - الديكور المستخدم
3,3	2	عصر التشويق - الاثارة الدرامية
3,3	2	الموضوع - الاثارة الدرامية
10,0	6	عصر التشويق - الموضوع - الاثارة الدرامية
1,7	1	الموضوع - الموسيقى - الاثارة الدرامية
1,7	1	عصر التشويق - الموضوع - الموسيقى - الاثارة الدرامية
1,7	1	الموضوع - الديكور - الاثارة الدرامية
100,0	60	مجموع

جدول رقم (27) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول العناصر التي تجذب لمشاهدة البرامج الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية.



الشكل رقم (26) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول العناصر التي تجذب لمشاهدة البرامج الاجتماعية

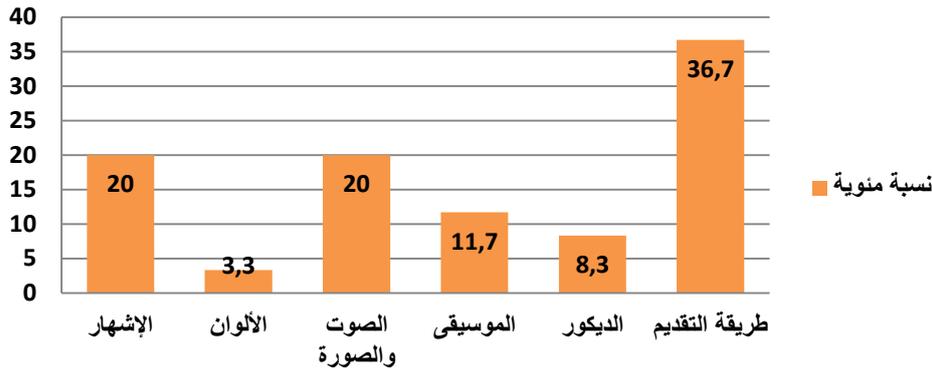
في القنوات التلفزيونية الجزائرية

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني والذي ينص على ما هي العناصر التي تجذبك لمشاهدة البرامج الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية؟ نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية الموضوع الذي يتناوله تجلت في 35,0 % ، في حين كانت النسبة مئوية منخفضة لصالح عنصر التشويق - الموضوع تقدر بـ 28,3 % ، وكذلك منخفضة قليلا ل عنصر التشويق - الموضوع - الإثارة الدرامية بنسبة قد قدرت بـ 10,0 %، في حين كانت ضعيفة لكل من النسب التالية : لصالح كل من الموسيقى المصاحبة 5,0 % ، الموضوع - الإثارة الدرامية 3,3 %، عنصر التشويق - الموضوع - الموسيقي 1,7 % ، عنصر التشويق - الديكور المستخدم 1,7 %، الموسيقي - الديكور المستخدم 1,7 % .

دليل على أن مستوى الفكري لدى المشاهدين متطور وجيد لانهم ركزوا على لب رسالة البرنامج الاجتماعي اضافة إلى تركيزهم على عنصر التشويق بغية تجاوز الملل في مشاهدة مثل هذه البرامج الاجتماعية، وما يؤكد ذلك على مصداقية هذه النتائج أن معظم المشاهدين بمدينة ح-م و ورقلة و تقرت تهتم بالمواضيع التي يتناولها البرنامج 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 الى الموضوع الذي يتناوله البرنامج اكثر من عنصر التشويق والديكور والموسيقي...

نسبة مئوية	تكرارات	في رأيك ما هي الطريقة المستعملة لجذب انتباه الجمهور في مثل هذه البرامج؟
20,0	12	الإشهار
3,3	2	الألوان
20,0	12	الصوت والصورة
11,7	7	الموسيقى
8,3	5	الديكور
36,7	22	طريقة التقديم
100,0	60	مجموع

جدول رقم (28) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول الطريقة المستعملة لجذب انتباه الجمهور في مثل هذه البرامج



الشكل رقم (27) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول الطريقة المستعملة لجذب انتباه الجمهور في مثل

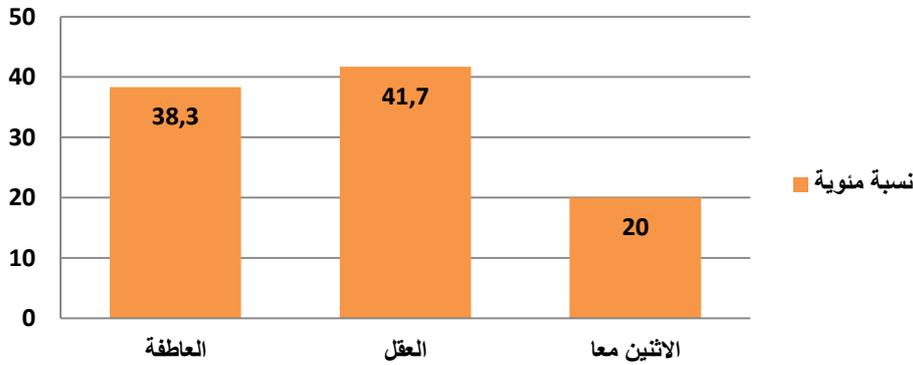
هذه البرامج

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني القائل بـ في رأيك ماهي الطريقة المستعملة لجذب انتباه الجمهور في مثل هذه البرامج بأعلى نسبة مئوية لصالح 36,7 % لطريقة التقديم، في حين كانت منخفضة لصالح الصوت والصورة و الإشهار متساوية تجلت في 20,0 % في حين كانت النسبة مئوية للموسيقى تقدر بـ 11,7 % ، وكانت ضعيفة للديكور بنسبة 8,3 %، وكانت لصالح الألوان 3,3 % .

وهذا راجع إلى تركيز على محتوى المادة الإعلامية التي يهدف إلى نشرها هذا البرنامج تعتبر قاعدة أساسية من أجل الوصول إلى أهداف المسطرة وتحقيق الغايات السامية لهذه البرامج الاجتماعية.

نسبة مئوية	تكرارات	ما هو الجانب الذي تتعامل به أثناء مشاهدة البرامج الاجتماعية؟
38,3	23	العاطفة
41,7	25	العقل
20,0	12	الاثنين معا
100,0	60	مجموع

جدول رقم (29) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول الجانب الذي يتعامل به أثناء مشاهدة البرامج الاجتماعية



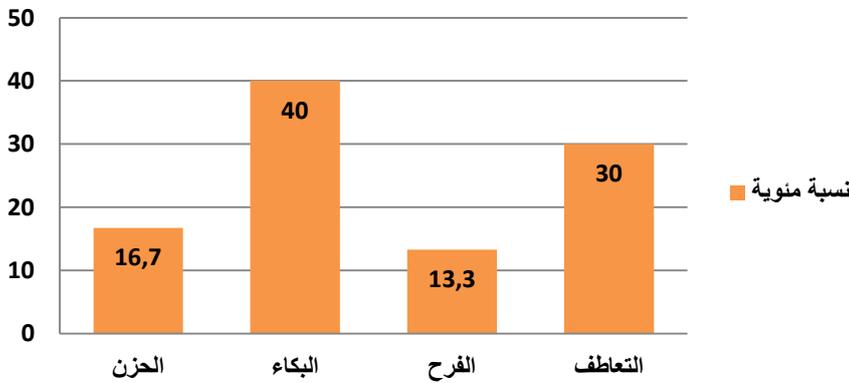
الشكل رقم (28) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول الجانب الذي يتعامل به أثناء مشاهدة البرامج الاجتماعية

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني بعنوان ما هو الجانب الذي تتعامل به أثناء مشاهدة البرامج الاجتماعية؟ نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية كانت لصالح العقل تجلت في 41,7 % ، في حين كانت النسبة المئوية للعاطفة منخفضة تقدر بـ 38,3 % ، وكانت للأثنين معا ضعيفة بنسبة 20,0 % .

وهذا راجع إلى المستوى التعليمي للمشاهدين في المرحلة الجامعية أكد ينضرون لمعالجة المادة الإعلامية بالجانب العقلي أكثر من باقي الجوانب الأخرى وهذا لا يعني الاستغناء عن الجانب العاطفي فهناك استثناءات لبعض المشاكل الاجتماعية التي تتطلب الجانب العاطفي أكثر من الجوانب الأخرى، ويعود هذا كون البرامج الاجتماعية تستخدم أساليب إقناعية عاطفية وعقلية من شأنها إقناع المشاهد بأفكار البرنامج.

نسبة مئوية	تكرارات	ما هي المشاعر التي تنتج عنك عند متابعتك للبرامج الاجتماعية؟
16,7	10	الحزن
40,0	24	البكاء
13,3	8	الفرح
30,0	18	التعاطف
100,0	60	مجموع

جدول رقم (30) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول المشاعر الناتجة عند متابعة البرامج الاجتماعية



الشكل رقم (29) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول المشاعر الناتجة عند متابعة البرامج الاجتماعية

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني والمتمثل في ما هي المشاعر التي تنتج عنك عند متابعتك للبرامج الاجتماعية؟ نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية للبكاء تجلت في 40,0 % في حين كانت النسبة مئوية منخفضة لصالح التعاطف تقدر بـ 30,0 % ، وكانت للحزن ضعيفة بنسبة 16,7 %، في حين كانت ضعيفة جدا لصالح الفرح بتقدير 13,3 % .

وهذا راجع إلى تأثر مشاعرهم حيال المواقف والمواضيع المثيرة للشفقة والتعاطف الإنساني في هذه البرامج الاجتماعية والتي كانت استجابتهم بالبكاء أحيانا والحزن أحيانا أخرى. عرض نتائج المحور الثالث الأساليب الإقناعية التي تعتمدها البرامج الاجتماعية في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي:

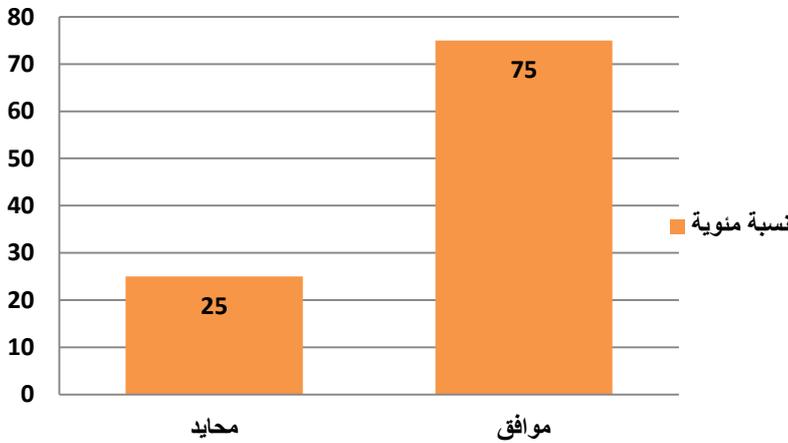
- توصلت نتائج الدراسة ان نسبة 35 % من المشاهدين من يجذبهم الموضوع الذي يتناوله البرنامج الذي يعرض في القنوات التلفزيونية الجزائرية.

- توصلت نتائج الدراسة ان الطريقة المستعملة لجذب انتباه الجمهور في مثل هذه البرامج هي طريقة التقديم التي تقدر بنسبة 36,7 %.
- كشفت الدراسة ان نسبة 41,7% من المشاهدين يتعاملون بالجانب العقلي اثناء مشاهدتهم للبرامج الاجتماعية.
- بينت الدراسة ان نسبة 40 % من المشاهدين الذين تنتج عنهم مشاعر البكاء اثناء متابعتهم للبرامج الاجتماعية .

المحور الرابع: إرساء قيم التكافل الاجتماعي كوسيلة لنبذ السلوكيات السلبية في المجتمع

نسبة مئوية	تكرارات	مشاهدة البرامج الاجتماعية تقوي العلاقات بين العائلات
25,0	15	محايد
75,0	45	موافق
100,0	60	مجموع

جدول رقم (31) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على تقوية العلاقات بين العائلات



الشكل رقم (30) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على تقوية

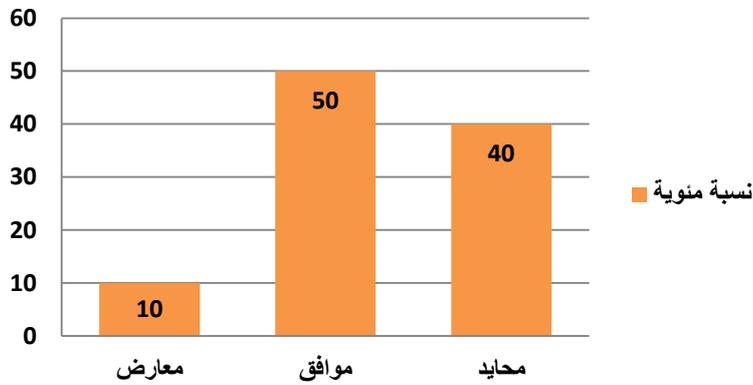
العلاقات بين العائلات

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني والمتمثل في مشاهدة البرامج الاجتماعية تقوي العلاقات بين العائلات نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية بالموافقة تجلت بـ 75,0 % ، في حين كانت النسبة مئوية بمحايد تقدر بـ 25,0 % .

وهذا راجع إلى أنها تتسم بالهبة التضامنية وأنها تعالج مشاكل عائلية تترك في حياة الإنسان أثر وتجارب الآخرين هي عبرة يقتدي بها الفرد مما تسهم في صون الإنسان بعدم القيام بنفس أخطاء الآخرين.

نسبة مئوية	تكرارات	مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى نشر النزاهة بين الأفراد
10,0	6	معارض
0,05	30	موافق
0,04	24	محايد
100,0	60	مجموع

جدول رقم (32) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على نشر النزاهة بين الافراد



الشكل رقم (31) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على نشر

النزاهة بين الافراد

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني القائل ب مشاهدة البرامج

الاجتماعية تؤدي إلى نشر النزاهة بين الأفراد نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية بالمحايدة تجلت ب 50,0

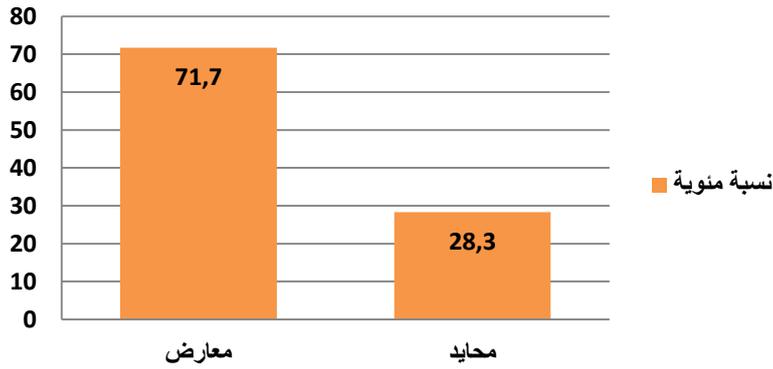
% في حين كانت النسبة مئوية بموافقة تقدر بـ 40,0% ، وكانت بمعارض بنسبة 10,0% .

وهذا راجع إلى فاعلية هذا البرنامج في توصيل الرسائل الايجابية وبعض التجارب للأفراد التي تتضمن

مشاكل متعلقة ببرامج تخص موضوع النزاهة تأخذ منه الأفراد العبرة.

نسبة مئوية	تكرارات	مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى العداوة بين الأفراد ونشر الكره والحقد بينهم
71,7	43	معارض
28,3	17	محايد
100,0	60	مجموع

جدول رقم (33) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على العداوة بين الأفراد ونشر الكره والحقد بينهم

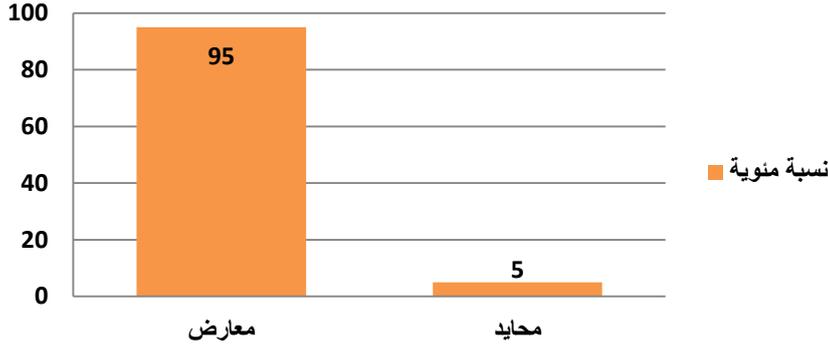


الشكل رقم (32) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى العداوة بين الأفراد ونشر الكره والحقد بينهم

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني والمتمثل في مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى العداوة بين الأفراد ونشر الكره والحقد بينهم نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية بالمعارض تجلت بـ 71,7 % ، في حين كانت النسبة مئوية بمحايد تقدر بـ 28,3 % . يستحيل أن يكون هدف برنامج اجتماعي إلى نشر التفرقة والكره والحقد والعداوة بل العكس هو هدفه لم الشمل وحل بعض المشاكل بين الأطراف خاصة العائلية بين الوالدين والأبناء وبين الأزواج.

نسبة مئوية	تكرارات	مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى نشر الآفات الاجتماعية (تعاطي الخمر والمخدرات مثلاً)
95,0	57	معارض
5,0	3	محايد
100,0	60	مجموع

جدول رقم (34) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على نشر الآفات الاجتماعية (تعاطي الخمر والمخدرات مثلاً)



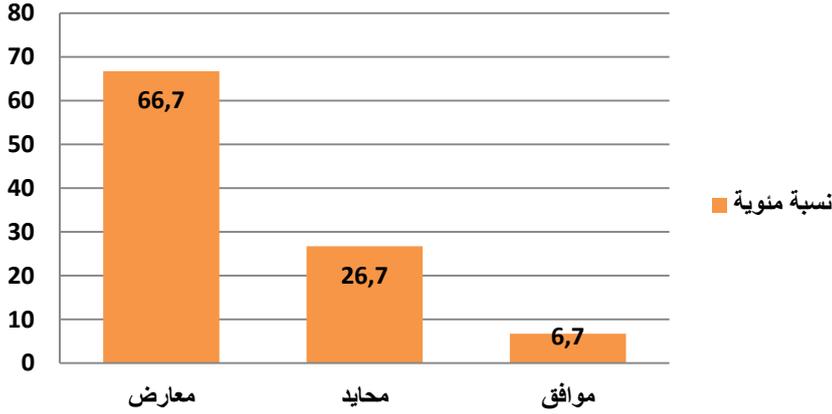
الشكل رقم (33) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى

نشر الآفات الاجتماعية (تعاطي الخمر والمخدرات مثلا)

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني، مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى نشر الآفات الاجتماعية (تعاطي الخمر والمخدرات مثلا) نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية بالمعارضة تجلت بـ 95,0 % ، في حين كانت النسبة مئوية بمحايد تقدر بـ 5,0 % . نظرا للهدف النبيل لهذه البرامج الاجتماعية ويصبوا الى زرع الفضائل السامية في المجتمع والحد من المشاكل الاجتماعية بالسرعة لإيجاد لها حلول مقبولة اجتماعيا لا يمكن أن تخلق آفات اجتماعية جديدة مثل تعاطي الخمر والمخدرات.

نسبة مئوية	تكرارات	مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى زيادة المشاكل بين العائلات
66,7	40	معارض
26,7	16	محايد
6,7	4	موافق
100,0	60	مجموع

جدول رقم (35) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على زيادة المشاكل بين العائلات



الشكل رقم (34) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى

زيادة المشاكل بين العائلات

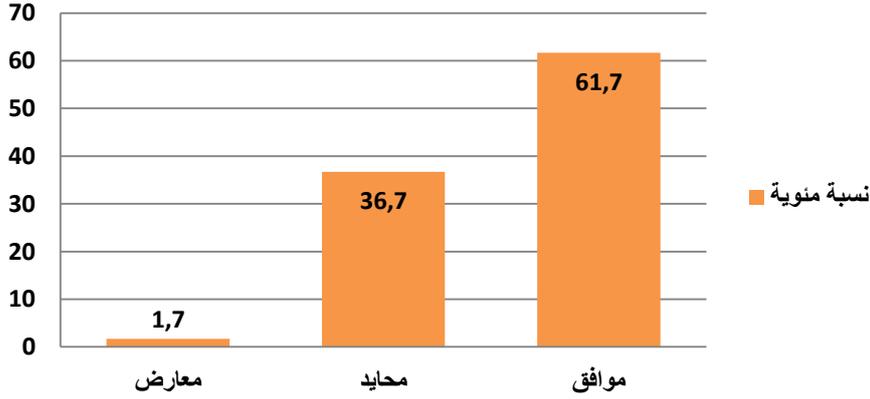
من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ مشاهدة البرامج

الاجتماعية تؤدي إلى زيادة المشاكل بين العائلات أن أعلى نسبة مئوية بالمعارضة تجلت بـ 66,7 % في حين كانت النسبة مئوية بمحايد منخفضة تقدر بـ 26,7 % ، وكانت بموافقة ضعيفة جدا بنسبة 6,7 %.

وهذا راجع إلى كون هذه البرامج الاجتماعية تسعى إلى حل المشاكل ولم تشمل الأسر الجزائرية، ومحاولة الوصول إلى سبل التوافق القائم على الحوار والتفاهم والاحترام المتبادل لتفادي الوقوع في المشاكل مرة أخرى فيستحيل لمثل هذه البرامج أن تؤدي إلى نفور العائلات.

نسبة مئوية	تكرارات	مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى نشر المحبة بين الأفراد
1,7	1	معارض
36,7	22	محايد
61,7	37	موافق
100,0	60	مجموع

جدول رقم (36) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على نشر المحبة بين الأفراد



الشكل رقم (35) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى

نشر المحبة بين الأفراد

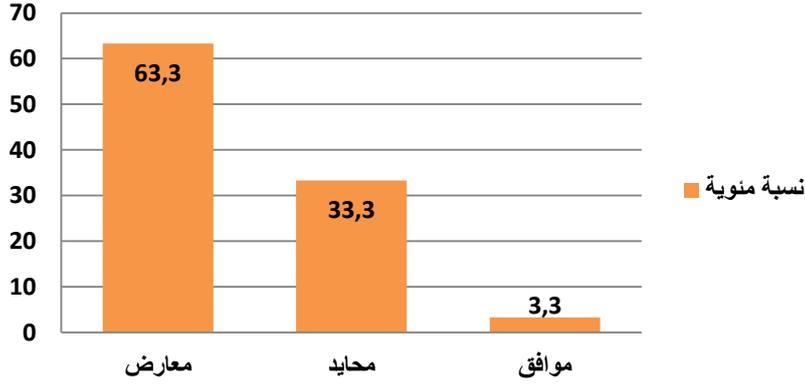
من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية بالموافقة تجلت بـ 61,7% للمشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى نشر المحبة بين الأفراد ، في حين كانت النسبة مئوية بمحايد منخفضة تقدر بـ 36,7% ، وكانت بمعارض بنسبة ضعيفة جدا 1,7%.

وذلك أن حل المشاكل وأفراح العائلات من جهة ومن جهة أخرى في هذا الوقت بالذات أصبح الأفراد في أمس الحاجة إلى محبة بينهم وبالتالي فإن المحبة هي رأس مال المجتمع المسلم كما أن الدعوة إلى الخير والألفة في المجتمع من خلال هذه البرامج الاجتماعية يعد من أسباب نشر المحبة.

مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى تفكك الأسرة الجزائرية	تكرارات	نسبة مئوية
معارض	38	63,3
محايد	20	33,3
موافق	2	3,3
مجموع	60	100,0

جدول رقم (37) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية

على تفكك الأسرة الجزائرية



الشكل رقم (36) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى

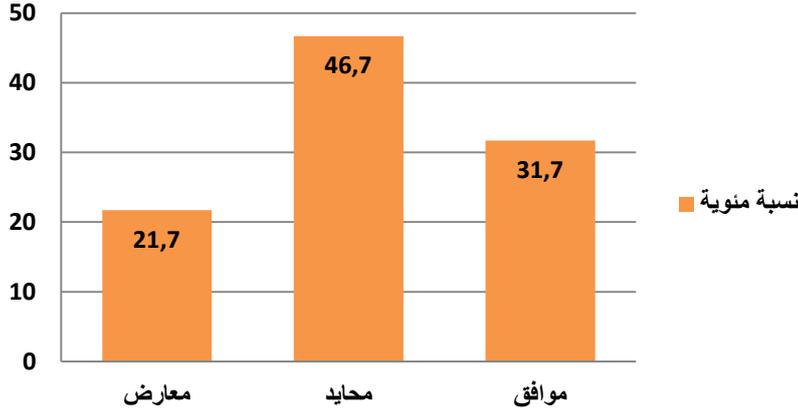
تفكك الأسرة الجزائرية

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية بالمعارضين تجلت في 63,3% للمشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى تفكك الأسرة الجزائرية ، في حين كانت النسبة مئوية بمحايد منخفضة تقدر بـ 33,3% ، وكانت بمعارض ضعيفة جدا بنسبة 3,3% .

وهذا ما يثبت أن هذه البرامج تقوم بالتكفل بالعائلات الجزائرية فهي تسعى إلى لم شمل الأسرة وليس تفكيكها كذلك عرض هذه البرامج إلى حالات اجتماعية حساسة ليس الهدف من وراءها تفكيك العائلات بل هدفها نبيل في حلها ومحاولة التخفيف من حدتها مستقبلا.

نسبة مئوية	تكرارات	مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى تلاشي خصوصيات الأسرة الجزائرية
21,7	13	معارض
46,7	28	محايد
31,7	19	موافق
100,0	60	مجموع

جدول رقم (38) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية على تلاشي خصوصيات الأسرة الجزائرية



الشكل رقم (37) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول انعكاسات مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى

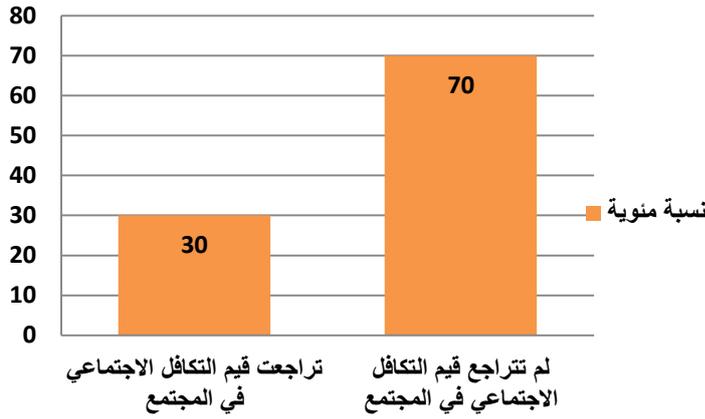
تلاشي خصوصيات الأسرة الجزائرية

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية بالمحايد تجلت بـ 46,7% لمشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي إلى تلاشي خصوصيات الأسرة الجزائرية ، في حين كانت النسبة مئوية بالموافقين منخفضة تقدر بـ 31,7% ، وكانت بمعارضين ضعيفة بنسبة 21,7%.

لأن هذه البرامج لا تؤدي إلى تلاشي خصوصيات الأسر الجزائرية بل بالعكس تدعم وترسخ القيم السامية والخصوصيات الايجابية للأسرة الجزائرية في التكافل والمساندة والتضامن الاجتماعي سواء كانت مادية أو معنوية.

هل ترى أن قيم التكافل الاجتماعي قد تراجعت في المجتمع الجزائري؟	تكرارات	نسبة مئوية
تراجعت قيم التكافل الاجتماعي في المجتمع	18	0,03
لم تتراجع قيم التكافل الاجتماعي في المجتمع	42	0,07
مجموع	60	100,0

جدول رقم (39) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول تراجع او عدم تراجع قيم التكافل الاجتماعي



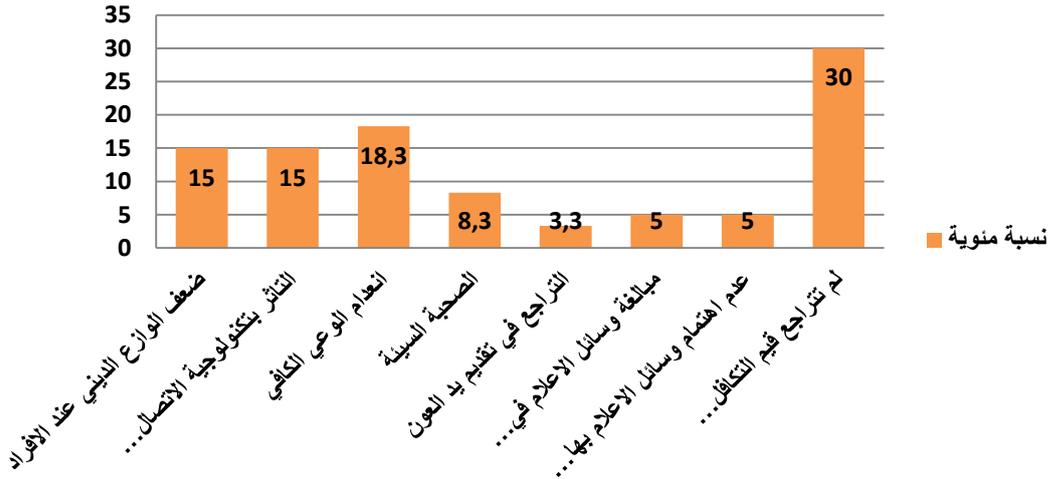
الشكل رقم (38) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول تراجع او عدم تراجع قيم التكافل الاجتماعي

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني القائل ب هل ترى أن قيم التكافل الاجتماعي قد تراجعت في المجتمع الجزائري؟ نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية لتراجعت قيم التكافل الاجتماعي في المجتمع تجلت ب 70,0 % في حين كانت النسبة مئوية لم تتراجع قيم التكافل الاجتماعي في المجتمع تقدر ب 30,0 %.

وهذا راجع إلى طبيعة المجتمع و محافظته على هاته الميزة والصفة التي يتصف بها أفراد هذا من جهة ومن جهة أخرى كون هذه البرامج تعتبر توعوية وهادفة لترسيخ مختلف القيم النبيلة والايجابية في المجتمع.

نسبة مئوية	تكرارات	هل ترى أن قيم التكافل الاجتماعي قد تراجعت في المجتمع الجزائري؟ إذا كانت إجابتك ما هي أسباب تراجع هذه القيم في المجتمع
15,0	9	ضعف الوازع الديني عند الأفراد
15,0	9	التأثر بتكنولوجية الاتصال والتواصل
18,3	11	انعدام الوعي الكافي
8,3	5	الصحة السيئة
3,3	2	التراجع في تقديم يد العون
5,0	3	مبالغة وسائل الإعلام في تناولها وتضخيمها
5,0	3	عدم اهتمام وسائل الإعلام بها أساسا
30,0	18	لم تتراجع قيم التكافل الاجتماعي في المجتمع
100,0	60	مجموع

جدول رقم (40) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول أسباب تراجع قيم التكافل الاجتماعي



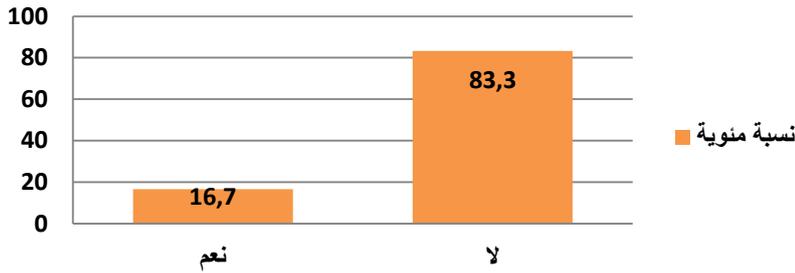
الشكل رقم (39) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول أسباب تراجع قيم التكافل الاجتماعي

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني القائل بـ هل ترى ان قيم التكافل الاجتماعي قد تراجعت في المجتمع الجزائري؟ نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية لم تتراجع قيم التكافل الاجتماعي في المجتمع تجلت بـ 30,0 % ، في حين كانت النسبة مئوية انعدام الوعي الكافي تقدر بـ 18,3 % ، وكانت ضعف الوازع الديني عند الأفراد و التأثير بتكنولوجية الاتصال والتواصل متساوية في نسب بتقدير 15,0 %، في حين كانت باقي النسب منخفضة جدا لكل من الصحة السيئة 8,3 %، مبالغة وسائل الإعلام في تناولها وتضخيمها و عدم اهتمام وسائل الإعلام بها أساسا 5,0 % ، التراجع في تقديم يد العون 3,3 %.

وهذا راجع إلى كون نتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه حول البديل الغالب هنا هو أنه لم تتراجع قيم التكافل الاجتماعي في المجتمع بنسبة مئوية كبيرة وذلك بسبب أن هذه البرامج الاجتماعية هدفها نبيل ومرتكز على سلوكيات الايجابية والمحبوبة من طرف أفراد المجتمع، إضافة إلى المواقف الفعالة من تضامن ومساندة وحلول لبعض المشكلات المطروحة خاصة فيما يخص المشاكل العائلية وبين الأزواج، فهذا راجع أيضا الى أن البرامج الاجتماعية الجزائرية استطاعت توجيه المشاهدين الى سلوكيات إيجابية من خلال مضامينها لأن هذه البرامج هادفة غايتها الأولى السعي إلى توجيه سلوك المشاهدين خاصة (الراشدين والشباب) نحو الأفضل وبالتالي فهي برامج هادفة لها غاية سامية ،أما الذين وافقوا على أن هذه البرامج تؤدي إلى إكتساب سلوكيات سلبية فهذا غير صحيح لأن المواضيع التي تتناولها البرامج هدفها التوجيه الى سلوكيات الإيجابية.

نسبة مئوية	تكرارات	هل تؤدي متابعة البرامج الاجتماعية التلفزيونية إلى اكتساب سلوكيات سلبية؟
16,7	10	نعم
83,3	50	لا
100,0	60	مجموع

جدول رقم (41) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول متابعة البرامج الاجتماعية التلفزيونية تؤدي إلى اكتساب سلوكيات سلبية

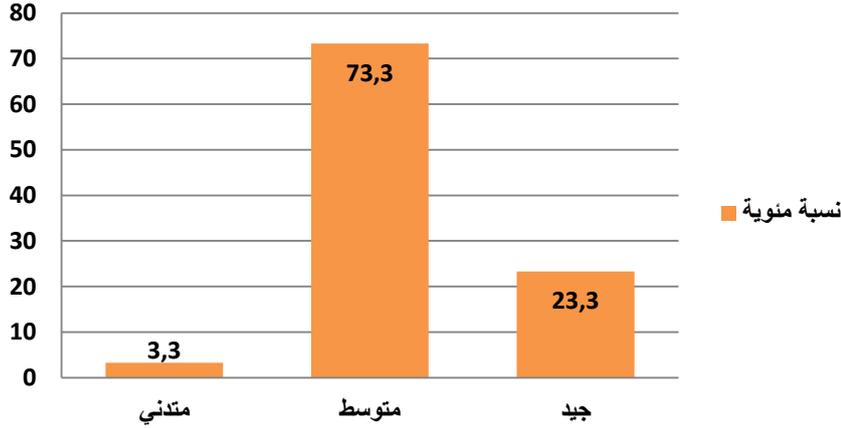


الشكل رقم (40) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول متابعة البرامج الاجتماعية التلفزيونية تؤدي إلى اكتساب سلوكيات سلبية

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني بعنوان تؤدي متابعة البرامج الاجتماعية التلفزيونية إلى اكتساب سلوكيات سلبية؟ نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية بالرغم من أنها لا تجلت بـ 83,3 % ، في حين كانت النسبة مئوية بموافقة بنعم تقدر بـ 16,7 % . وهذا ما يؤكد ويدعم البند السابق حيث أكدوا بالأهداف النبيلة والفعالة لهذه البرامج وتحقيقها للغايات المسطرة والإيجابية.

نسبة مئوية	تكرارات	كيف هو تقييمك للبرامج التي تتضمن قيم التكافل الاجتماعي؟
3,3	2	متدني
73,3	44	متوسط
23,3	14	جيد
100,0	60	مجموع

جدول رقم (42) : يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول تقييم البرامج التي تتضمن قيم التكافل الاجتماعي.



الشكل رقم (41) يبين إجابات مفردات عينة الدراسة حول تقييم البرامج التي تتضمن قيم التكافل الاجتماعي

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني الذي نص على كيف هو تقييمك للبرامج التي تتضمن قيم التكافل الاجتماعي؟ نلاحظ أن أعلى نسبة مئوية بمتوسط تجلت بـ 73,3 %، في حين كانت النسبة مئوية بجيد تقدر بـ 23,3 % ، وكانت بمتدني بنسبة 3,3 %.

وهذا يعود إلى درجة الوعي المقبولة في أوساط هذه الفئة من خلال ارتفاع مستواهم التعليمي وكذلك تطور قدراتهم المعرفية أدت بهم إلى الحكم بتقييمهم لهذه البرامج التي تتضمن قيم التكافل الاجتماعي بدرجة متوسط .

عرض نتائج المحور الرابع إرساء قيم التكافل الاجتماعي كوسيلة لنبذ السلوكيات السلبية في المجتمع:

- كشفت نتائج الدراسة ان نسبة 75% من المشاهدين وافقوا على ان مشاهدة البرامج الاجتماعية تقوي العلاقات بين العائلات.
- كشفت نتائج الدراسة ان نسبة 50% من المشاهدين وافقوا على ان مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي الى نشر النزاهة بين الافراد.
- كشفت نتائج الدراسة ان نسبة 71,7% من المشاهدين عارضوا على ان مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي الى العداوة بين الافراد ونشر الكره والحقد بينهم.
- كشفت نتائج الدراسة ان نسبة 95% من المشاهدين عارضوا على ان مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي الى نشر الآفات الاجتماعية.

- كشفت نتائج الدراسة ان نسبة 66,7% من المشاهدين عارضوا على ان مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي الى زيادة المشاكل بين العائلات.
- كشفت نتائج الدراسة ان نسبة 61,7% من المشاهدين وافقوا على ان مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي الى نشر المحبة بين الافراد.
- كشفت نتائج الدراسة ان نسبة 63,3% من المشاهدين عارضوا على ان مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي الى تفكك الاسرة الجزائرية.
- كشفت نتائج الدراسة ان نسبة 46,7% من المشاهدين اجابوا بمحايد على ان مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي نوعا ما الى تلاشي خصوصيات الاسرة الجزائرية.
- تاكد نتائج الدراسة ان نسبة 70% من المشاهدين يرون ان قيم التكافل الاجتماعي لم تتراجع في المجتمع الجزائري.
- تاكد نتائج الدراسة ان نسبة 18,3% من المشاهدين الذين يرون ان قيم التكافل الاجتماعي تراجعت بسبب انعدام الوعي الكافي في المجتمع الجزائري.
- يتبين لنا في الدراسة ان نسبة 83,3% من المشاهدين لم يكتسبوا سلوكيات سلبية اثناء متابعتهم للبرامج الاجتماعية التلفزيونية.
- تشير النتائج ان اغلبية المشاهدين كان تقييمهم للبرامج الاجتماعية التي تتضمن قيم التكافل الاجتماعي كانت متوسطة بنسبة قدرت ب 73,3%.

النتائج العامة للدراسة:

لقد توصلنا من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها إلى مجموعة من النتائج وسنعرض هذه النتائج وفق ترتيب المحاور في دراستنا حيث توصلنا إلى جملة من نتائج الجد مهمة والتي كانت ختاماً لدراستنا وبداية تسطير نقاط دراسة جديدة أخرى:

- كان إقبال الجمهور الجزائري على البرامج الاجتماعية بصورة كبيرة جداً وذلك من خلال نتائج البنود التي تم اعتمادها لتمثيل هذا المحور وكانت معظم إجابة أفراد العينة بدرجة مرتفعة.
- كذلك في القيم التي تعمل البرامج الاجتماعية على تعزيزها لدى جمهورها كانت ردود أفعال مجتمع عينتنا بالإيجاب ومرتفعة كون هذه البرامج الاجتماعية تعمل على تعزيز القيم في جمهور الجزائري.
- أما فيما يخص الأساليب الإقناعية التي تعتمد عليها البرامج الاجتماعية في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي كانت مرتفعة لما لها من أهمية بالغة كونها هي نقطة إقناع وسبب تعتمد عليه البرامج الاجتماعية بغية تعزيز التكافل الاجتماعي بين الأفراد الجزائريين.
- وأخيراً فيما يخص إرساء قيم التكافل الاجتماعي كوسيلة لنبذ السلوكيات السلبية في المجتمع فهي سر نجاح المجتمعات وتطورها اليوم كونها سبباً وجيهاً في نبذ وإزاحة كل السلوكيات السلبية والسلبية والتي لا توافق مبادئ المجتمعات المتطورة ومتقدمة.

مناقشة نتائج الدراسة:

من خلال ما تم التوصل إليه من نتائج الاستمارة، يمكن مناقشة هذه النتائج في ضوء الأسئلة الفرعية التي تم وضعها:

أولاً: مناقشة نتائج السؤال الفرعي الأول، إقبال الجمهور الجزائري على البرامج الاجتماعية:

اتضح حسب نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من العينة مهتمة بمشاهدة البرامج الاجتماعية دون غيرها، باعتماد التلفزيون والهاتف الذكي بدرجة كبيرة جداً وبالأخص في فترة السهرة، ومن بين القنوات الأكثر متابعة قناة الشروق TV.

بخصوص البرنامج الاجتماعي الأكثر متابعة تبين أن برنامج اليد في اليد هو أكثر البرامج مشاهدة خصوصاً عبر اليوتيوب، بينما شكل فضاء غرفة النوم أحسن مكان للمشاهدة حسب العينة. يمكننا القول ان إقبال الجمهور الجزائري على البرامج الاجتماعية راجع إلى كونه مجتمع يتميز بميله نحو هذه البرامج الحساسة والتي تساند الأفراد الذين بحاجة ماسة إلى المساندات كون المجتمع الجزائري يغلب عليه في التقسيم الطبقة المتوسطة المعيشة.

ثانياً: مناقشة نتائج السؤال الفرعي الثاني، القيم التي تعمل البرامج الاجتماعية على تعزيزها لدى جمهورها:

من خلال دراستنا وحسب إجابات العينة فان مجمل القيم التي تسعى الى نشرها مختلف البرامج الاجتماعية تتم وفق طابع تحفيزي تلخص المبادئ الإنسانية والدينية التي تميز المجتمع الجزائري. بخصوص البرامج الاجتماعية التي تعمل على دعم القيم الاجتماعية من خلال عرض نماذج اجتماعية ناجحة، أجمع أفراد العينة أنه يمكن أن يحتذى بها كقدوة حسنة مثل باقي الشعوب العربية مع ضرورة مراعاة مبدأ خصوصية كل مجتمع، وهو ما يؤكد ضرورة دعم مثل هذه البرامج التي تقوم على ترسيخ ما كان موجود منذ القديم.

كما يمكن القول ان البرامج الاجتماعية تعمل على تعزيز قيم التكافل الاجتماعي لدى جمهورها بشكل فعال بما ترسخه من روح التضامن والتعاون بين افراد المجتمع الجزائري وهو ما يؤدي إلى تأسيس مجتمع متماسك وواحد.

ثالثا: مناقشة نتائج السؤال الفرعي الثالث: الأساليب الإقناعية التي تعتمد البرامج الاجتماعية في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي:

تبين من خلال نتائج الدراسة ان العنصر الذي يجذب لمشاهدة البرامج الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية هو المواضيع المتناولة وكذا طريقة التقديم المعتمدة لجذب انتباه الجمهور، واعتماد الاستمالات العقلية والعاطفية، كما يمكننا القول ان البرامج الاجتماعية التي تنتجها القنوات التلفزيونية الجزائرية احتلت الصدارة من خلال العمل على تمرير الرسالة الإعلامية باعتماد الاساليب الإقناعية.

رابعا: مناقشة نتائج السؤال الفرعي الرابع: إرساء قيم التكافل الاجتماعي كوسيلة لنبذ السلوكيات السلبية في المجتمع

_ اتضح من خلال إجابة مفردات العينة حول انعكاسات مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية على قيم التكافل الاجتماعي للمشاهدين متفاوتة نوعا، إلا أن الأغلبية يرى أنها قد تراجعت بسبب ضعف تقديم يد العون وغياب الوازع الديني، في حين البعض الآخر يرى ان البرامج الاجتماعية لا تؤدي الى تقادي اكتساب سلوكيات سلبية، كون هذه البرامج تسعى الى حل المشاكل وليس التحسيس به.

بعد فترة البحث التي أمضيها في عملية التربص الميداني ومن خلال الملاحظة وتوزيع استمارات دراستنا، وجدنا مجموعة من النقائص الواجب أخذها بعين الاعتبار وفكرنا نحن جماعة البحث بوضع بعض الاقتراحات، التي رأيناها جديرة بالطرح وتتمثل هذه الاقتراحات في النقاط التالية:

يجب على الإعلام العمل أكثر على ترسيخ العمل الخيري للإعلام مثل: معلومات عن العمل الخيري أو خلق اتجاه جديد في تناول المواضيع الاجتماعية بعيدا عن التضخيم والتهويل، والعمل على خلق قيم خيرية جديدة أو تدعيمها ومحاربة السلوكيات السلبية ليكون الأثر تعديل سلوك قائم أو العدول عنه إلى سلوك جديد، وهذا كله ما يعبر عنه باسم اتجاهات التأثير التي تضعها البرامج الاجتماعية في محتوى تقديمها.

اجراء استطلاعات للرأي حول ما يبثه الإعلام الجزائري من قيم اجتماعية في برامجه الاجتماعية لمعرفة تطلعات المشاهدين ورغباتهم.

خاتمة

خاتمة:

تعتبر البرامج الاجتماعية التلفزيونية من اهم برامج التوعية التي تهتم بقضايا المجتمع ومختلف مشاكله، فهي تحاول دوما تسليط الضوء على كل ما يهم الفرد داخل بيئته الاجتماعية، عن طريق معالجة مواضيع هامة ومناقشتها مع افراد المجتمع.

وقد عرفت هذه البرامج تطورا ملحوظا خاصة في الآونة الأخيرة في ظل مجتمع طغت عليه الثقافات الدخيلة على المجتمع الإسلامي، ومن خلال اجرائنا لهذه الدراسة التي اقتصرنا الى معرفة ما تسعى اليه هذه البرامج الاجتماعية عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية في تعزيز قيم التكافل الاجتماعية لدى جمهورها.

كما يجب على الفرد منا ان يتحلى بالقيم الاجتماعية والإنسانية وان يحاول التمسك بها وان لا يتأثر بالظروف المحيطة به لان هذه القيم تميزه عن باقي المخلوقات، ولان قوة المجتمع مستمدة من قيم الفرد.

ومما لاحظناه عند دراستنا لعينة من المشاهدين للبرامج الاجتماعية التلفزيونية واقبالهم الكبير عليها عبر التلفزيون والهاتف الذكي وقت السهرة، ومن خلال هذه الدراسة تبين لنا ان برنامج "اليد في اليد" و "وافعلو الخير" من بين البرامج التي تعالج القضايا الإنسانية الاجتماعية. كما توضح ان هذه البرامج ساعدت المشاهدين على ان يرتبطوا بالقيم الاجتماعية التضامن، التعاون، التسامح، التعاطف، بشكل فعال داخل المجتمع الجزائري.

ومن خلال هذه الدراسة توضح لنا ان من بين العناصر التي تجذب المشاهدين لمشاهدة البرامج عبر القنوات هي الموضوع الذي يتناوله البرنامج وطريقة التقديم، هذا ما ساهم في نجاح البرامج الاجتماعية التلفزيونية الجزائرية التي تعزز قيم التكافل السائدة، وهذا ما يدل على الوعي الثقافي لدى المشاهدين.

وتبين أيضا ان البرامج الاجتماعية التلفزيونية لم تساعدهم على اكتساب سلوكيات وقيم سلبية. وفي الأخير نأمل ان نكون قد وفقنا في دراستنا هذه وساهمنا ولو بالقليل في اثراء الرصيد المعرفي للمشاهدين.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع

المصادر:

القران الكريم:

- 1- سورة البينة، الآية 3 و5.
- 2- سورة النساء الآية رقم 58.
- 3- سورة المائدة الآية 2.
- 4- سورة الحجرات الآية 13.

القواميس:

- 5- المعجم الوسيط، القاهرة، ط2.

المراجع:

- 6- إبراهيم ابراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1 ، عمان، الأردن، 2009.
- 7- أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- 8- أديب خضور، الاعلام والأزمات، دار الأيتام، ط1، الجزائر، 1999.
- 9- عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، ط3، الكويت، 1977.
- 10- ذوقان عبيدات، عبد الرحمان عدس واخرون، البحث العلمي، دار الفكر للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 1992.
- 11- رشيد عبد الرحمان العبيدي، العربية والبحث اللغوي المعاصر، منشورات المجمع العلمي، بغداد، 2004.
- 12- سلوى عبد القادر، الأنثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية للطبع والنش، الإسكندرية، 2013.
- 13- عبد المحي محمود صالح واخرون، العلاقات العامة والاعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، (الأزاريطة، مصر)، 2004.
- 14- عبد الرحمان عزي، دراسات في نظريات الاتصال: نحو فكر اعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، السلسلة رقم (28)، بيروت لبنان، 2003.
- 15- عبد الهادي الفضلي، أصول البحث، ط1، دار المؤرخ العربي، لبنان، 1996.

- 16- فؤاد عبد المنعم البكري، الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، مصر .
- 17- لطفي بركات أحمد، القيم والتربية، دار المريخ، الرياض، 1403 هـ .
- 18- محمد سيد فهمي، تصميم وتنفيذ بحوث الخدمة الاجتماعية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2006.
- 19- محمد شفيق، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999.
- 20- محمد طه بدوي، المنهج في علم السياسة، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2000.
- 21- محمد عبيدات، محمد أبو نصار و آخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر، ط1، عمان 1997،
- 22- محمد بن مكرم بن منظور الافريقي المصري جمال الدين أبو الفضل، لسان العرب، دار صادر، بيروت، 2010.
- 23- محمد بن يعقوب الفيروز أبادي مجد الدين، المحيط، مؤسسة الرسالة، بيروت، 2005.
- 24- مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2000.
- 25- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصة بوزيد صحراوي، ط2، الجزائر، 2006.
- 26- نصير بوعلي، الاعلام والقيم في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي، دار الهدى، الجزائر، 2005.
- 27- هادي عثمان الهيثي، ثقافة الأطفال، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، الكويت

مذكرات:

- 28- السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب - دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية -، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، منشورة، 2006/2005 .

29- علي عبد المعطى الحلاحلة، القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام ،كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط،الأردن،2011/2012.

مجلات:

30- نعيم فيصل المصري، أثر المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، العدد الثاني، فلسطين، 2010.

محاضرة:

31- عبد العزيز مالك ، محاضرة بعنوان ،سلوك ومواقف باذاعة FM97 ، سبتمبر، 2007.

كتب باللغة الأجنبية:

32- Madeleine grawitz ,méthodes des sciences sociales ,neuvième édition ,edition dalloz , paris,1993.

33- Jean de bonville, l'analyse de contenu des médiad ,de book université,bruxelle,2000.

34- Dr.mohamed farid mahmoud,Adictionary of mass communication, terns ,English-arabic,first published,Jeddah,1984.

قائمة الملاحق

الملحق رقم 01: استمارة الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح – ورقلة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص: سنة ثانية ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

استبيان

أخي المشاهد، أختي المشاهدة، في إطار اعداد مذكرة التخرج المكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، تحت عنوان: قيم التكافل الاجتماعي عبر البرامج الاجتماعية التلفزيونية الجزائرية لدى المشاهدين، نضع بين يديك هذا الاستبيان ونرجو تعاونك معنا للإجابة على جميع الأسئلة التي تعبر عن رأيك بصدق، مع العلم ان المعلومات التي ستقدمها ستحظى بالسرية التامة ولا تستعمل الا لأغراض علمية، وفي الأخير نشكر لكم حسن تعاونكم معنا.

ملاحظة: ضع علامة (x) أمام الإجابة التي تناسب اختيارك.

السنة الجامعية: 2018/2019

البيانات الشخصية

- 1 الجنس : ذكر أنثى
- 2 السن : من 20 الى 30 سنة من 31 الى 40 سنة من 41 سنة فما فوق
- 3 المستوى : ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
- 4 مكان الإقامة: حاسي مسعود تقرت ورقلة

المحور الأول: اقبال الجمهور الجزائري على البرامج الاجتماعية:

1- هل تشاهد البرامج الاجتماعية؟

- دائما غالبا أحيانا نادرا

2- ماهي الوسيلة التي تعتمد عليها في مشاهدة البرامج الاجتماعية؟

(يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- التلفزيون الهاتف الذكي اللوح الالكتروني جهاز الكمبيوتر

3- ماهي الفترة التي تفضل فيها مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية؟

- في الصباح في الظهر في المساء في السهرة
- ليس لي وقت محدد

4- ماهي القنوات التلفزيونية الجزائرية التي تشاهدها بكثرة؟

(يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- قناة الشروق TV قناة الجزائرية one قناة دزاير TV

أخرى أذكرها:

5- ماهو البرنامج الأكثر اقناعا لديك من بين البرامج التالية:

- زوجوني اليد في اليد افعلو الخير خط احمر
- اعطيني حل

برنامج اخر اذكره:

6- ماهي الوسائط التي تعتمد عليها في إعادة مشاهدة البرامج الاجتماعية؟

عبر التلفزيون عبر Youtube عبر صفحة الفايسبوك
 عبر صفحة القناة الالكترونية

7- أين تشاهد البرامج الاجتماعية التلفزيونية؟

داخل المنزل خارج المنزل

- داخل المنزل حدد:

غرفة النوم غرفة الجلوس المطبخ

- خارج المنزل حدد:.....

المحور الثاني: القيم التي تعمل البرامج الاجتماعية على تعزيزها لدى جمهورها:

8 - هل ساعدتك مشاهدة هذه البرامج على ان ترتبط بالقيم الاجتماعية التالية؟

غير متأكد	غير موافق	موافق	القيم الاجتماعية
			التعاون والتكافل والتضامن الاجتماعي
			الترابط الأسري
			الانتماء للمجتمع الواحد
			المسؤولية الاجتماعية
			التعاطف
			الرحمة والمودة
			الأمانة
			التسامح والعفو

9- هل ترى ان البرامج الاجتماعية تعمل على دعم القيم الاجتماعية من خلال :

- عرض نماذج اجتماعية ناجحة:

نعم لا

- نقد المشاكل الاجتماعية:

نعم لا

أخرى:.....

10- هل ترى ان البرامج الاجتماعية تراعي الخصوصية القيمية للمجتمع الجزائري؟

دائما أحيانا نادرا أبدا

11- هل ترى ان البرامج الاجتماعية ساهمت في تدعيم القيم بشكل فعال داخل المجتمع الجزائري؟

تدعم لم تدعم

إذا كانت الإجابة ب "نعم" كيف ذلك:

دعم التضامن دعم المساواة العدالة الاجتماعية حسن الجوار

12- هل مشاهدتك للبرامج؟

- شكلت لديك قيما اجتماعية لم تكن لديك

- رسخت ماكان موجودا عندك

- غيرت ماكان موجودا عندك من هذه القيم

المحور الثالث: الأساليب الاقناعية التي تعتمدها البرامج الاجتماعية في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي:

13- ماهي العناصر التي تجذبك لمشاهدة البرامج الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية؟

(يمكنك اختيار اكثر من إجابة واحدة)

- عنصر التشويق في البرنامج
- الموضوع الذي يتناوله البرنامج
- الموسيقى المصاحبة للبرنامج
- الديكور المستخدم في البرنامج
- الاثارة الدرامية

14 - في رأيك ماهي الطريقة المستعملة لجذب انتباه الجمهور في مثل هذه البرامج؟

الاشهار الألوان الصوت والصورة
الموسيقي الديكور طريقة التقديم

15- ماهو الجانب الذي تتعامل به أثناء مشاهدة البرامج الاجتماعية؟

العاطفة

إذا الاثنين معا لماذا.....

16- ماهي المشاعر التي تنتج عنك عند متابعتك للبرامج الاجتماعية؟

الحزن البكاء الفرح التعاطف

أخرى اذكرها

المحور الرابع : إرساء قيم التكافل الاجتماعي كوسيلة لنبذ السلوكيات السلبية في المجتمع :

17-- ماهي انعكاسات مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية على قيم التكافل الاجتماعي للمشاهدين؟

الرقم	العبارة	موافق	محايد	معارض
1	مشاهدة البرامج الاجتماعية تقوي العلاقات بين العائلات			
2	مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي الى نشر النزاهة بين الأفراد			
3	مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي الى العداوة بين الأفراد ونشر الكره والحقد بينهم			
4	مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي الى نشر الافات الاجتماعية (تعاطي الخمر والمخدرات مثلا)			
5	مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي الى زيادة المشاكل بين العائلات			
6	مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي الى نشر المحبة بين الأفراد			
7	مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي الى تفكك الأسرة الجزائرية			
8	مشاهدة البرامج الاجتماعية تؤدي الى تلاشي خصوصيات الأسرة الجزائرية			

18- هل ترى ان قيم التكافل الاجتماعي قد تراجعت في المجتمع الجزائري؟

تراجعت قيم التكافل الاجتماعي في المجتمع لم تتراجع قيم التكافل الاجتماعي في المجتمع

إذا كانت الإجابة ب "نعم" فما هي أسباب تراجع قيم التكافل الاجتماعي في المجتمع؟

- ضعف الوازع الديني عند الافراد
- التأثير بتكنولوجية الاتصال والتواصل
- انعدام الوعي الكافي
- الصحبة السيئة
- التراجع في تقديم يد العون
- مبالغة وسائل الاعلام في تناولها وتضخيمها
- عدم اهتمام وسائل الاعلام بها أساسا

19- هل تؤدي متابعة البرامج الاجتماعية التلفزيونية الى اكتساب سلوكيات سلبية؟

نعم لا

20- في حالة الإجابة ب"نعم" ماهي هذه السلوكيات السلبية التي تنتج عن متابعة البرامج الاجتماعية التلفزيونية:

.....
.....

21- كيف هو تقييمك للبرامج التي تتضمن قيم التكافل الاجتماعي؟

متدني متوسط جيد

الملحق رقم 02: بطاقة فنية للبرامج الاجتماعية محور لدراسة



برنامج افعلوا الخير

برنامج اجتماعي خيري اسبوعي يساهم في حل مشاكل المئات من الحالات الاجتماعية التي تحتاج الى المساعدة
مقدم البرنامج: رشيد فضيل برفقة الشيخ الداعية فيزازي بغدادي
قناة البث: الشروق TV



برنامج اليد في اليد

برنامج خيري ذو هدف نبيل يسعى الى ترسيخ روح التضامن الحقيقي بمفهومه الراقى و الفعال
مقدم البرنامج: نعيم فتحي
مدير القناة: محمد حاكم
قناة البث: الجزائرية 1



برنامج زوجوني

برنامج خيري يسعى الى تقديم المساعدة الى المحتاجين للذين لم تسمح لهم الظروف لاتمام مراسيم الزواج
مقدم البرنامج: يحيى طيبش
قناة البث: الشروق TV

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة الى التعرف على " قيم التكافل الاجتماعي عبر البرامج الاجتماعية التلفزيونية الجزائرية " ودراسة ما اذا كانت البرامج الاجتماعية تعمل على تعزيز قيم التكافل الاجتماعي لدى مشاهديها عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية. وقد حاولت الدراسة الاجابة عن التساؤلات الاتية:

1. هل يقبل الجمهور الجزائري على البرامج الاجتماعية لنبدأ الافات الاجتماعية وتعزيز قيم التكافل الاجتماعي لديه؟
2. ماهي القيم التي تعمل البرامج الاجتماعية على تعزيزها لدى جمهورها؟
3. ماهي الأساليب الاقناعية التي تعتمد عليها البرامج الاجتماعية في تعزيز قيم التكافل الاجتماعي؟
4. هل يؤدي تعزيز قيم التكافل الاجتماعي الى نبذ السلوكيات السلبية في المجتمع؟

- تمثل الدراسة عينة من المشاهدين ب3 مناطق من الجنوب الجزائري(حاسي مسعود، تقرت، ورقلة) سنة 2019 والبالغ عددهم 60 مشاهد ومشاهدة، قد لجننا في بحثنا لدراسة مسحية ومقارنة، حيث تطلبت الدراسة استخدام المنهج المسحي والمنهج المقارن لمقارنة بين البرامج الاجتماعية، كما اعتمدنا على الاستبيان كأداة رئيسية للحصول على المعلومات حول موضوع الدراسة، حيث ساعدنا في الكشف عن اراء المبحوثين حول الظاهرة ،وتكونت استمارة استبيان من 21 سؤال ،وبعد جمع الاستمارات تم تفرغها في جداول احصائية وحساب النسب المئوية باستخدام برنامج " SPSS" وتحليلها ،ومن خلال هذا ظهرت النتائج المتعلقة بالدراسة التي تهدف الى ابراز " قيم التكافل الاجتماعي عبر البرامج الاجتماعية التلفزيونية الجزائرية وتعزيزها لدى الجمهور".

وقد توصلت الدراسة الى ان البرامج الاجتماعية التلفزيونية الجزائرية تعمل على تعزيز قيم التكافل الاجتماعي لدى الجمهور بشكل فعال الكلمات المفتاحية: قيم التكافل الاجتماعي، البرامج الاجتماعية، الجمهور.

Résumé :

L'étude visait à identifier "les valeurs de solidarité sociale à travers les programmes sociaux algériens, et télévisés" et à examiner si les programmes sociaux travaillaient à promouvoir les valeurs de solidarité sociale auprès des téléspectateurs à travers les chaînes de télévision algériennes.

L'étude a tenté de répondre aux questions suivantes:

1. Le public algérien accepte-t-il les programmes sociaux visant à renoncer aux fléaux sociaux et à promouvoir les valeurs de solidarité sociale?
2. Quelles sont les valeurs que les programmes sociaux travaillent à les promouvoir auprès de leurs publics?
3. Quelles sont les méthodes de persuasion adoptées par les programmes sociaux pour promouvoir les valeurs de solidarité sociale?
4. La promotion des valeurs de solidarité sociale entraîne-t-elle le rejet des comportements négatifs dans la société?

L'étude est représentée par un échantillon des téléspectateurs de trois régions du sud algérien (Hassi Messaoud, Touggourt et Ouargla) en 2019, dont le nombre est 60 téléspectateurs. Nous avons utilisé dans notre recherche une méthodologie d'enquête et une méthodologie comparaison pour comparer des programmes sociaux. Nous avons utilisé le questionnaire comme outil de collecte de données sur l'objet d'étude, ce qui nous a aidés à appréhender les avis des répondants sur le phénomène. Le questionnaire comportait 21 questions, qui ont ensuite été rassemblées dans des tableaux statistiques et les pourcentages ont été calculés à l'aide du programme SPSS. Les résultats obtenus ont mis en évidence "les valeurs de solidarité sociale à travers les programmes sociaux algériens, et télévisés et à les renforcer auprès du public."

L'étude a révélé que les programmes de télévision sociale algérienne promeuvent activement les valeurs de solidarité sociale auprès du public

Mots-clés: valeurs de solidarité sociale, programmes sociaux, public.

