

LARBI TEBESSI –
TEBESSAUNIVERSITY
UNIVERSITE LARBI TEBESSI –
TEBESSA–

جامعة العربي التبسي - تبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الإعلام والاتصال

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية

الشعبة: علوم الاتصال

التخصص: اتصال في التنظيمات

العنوان: البرامج الاجتماعية التلفزيونية ودورها في تفعيل العمل التطوعي لدى
الأسر الجزائرية

دراسة ميدانية لعينة من الأسر التبسية المتابعة لبرنامج "وافعلوا الخير" على قناة الشروق TV

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر " ل.م.د "

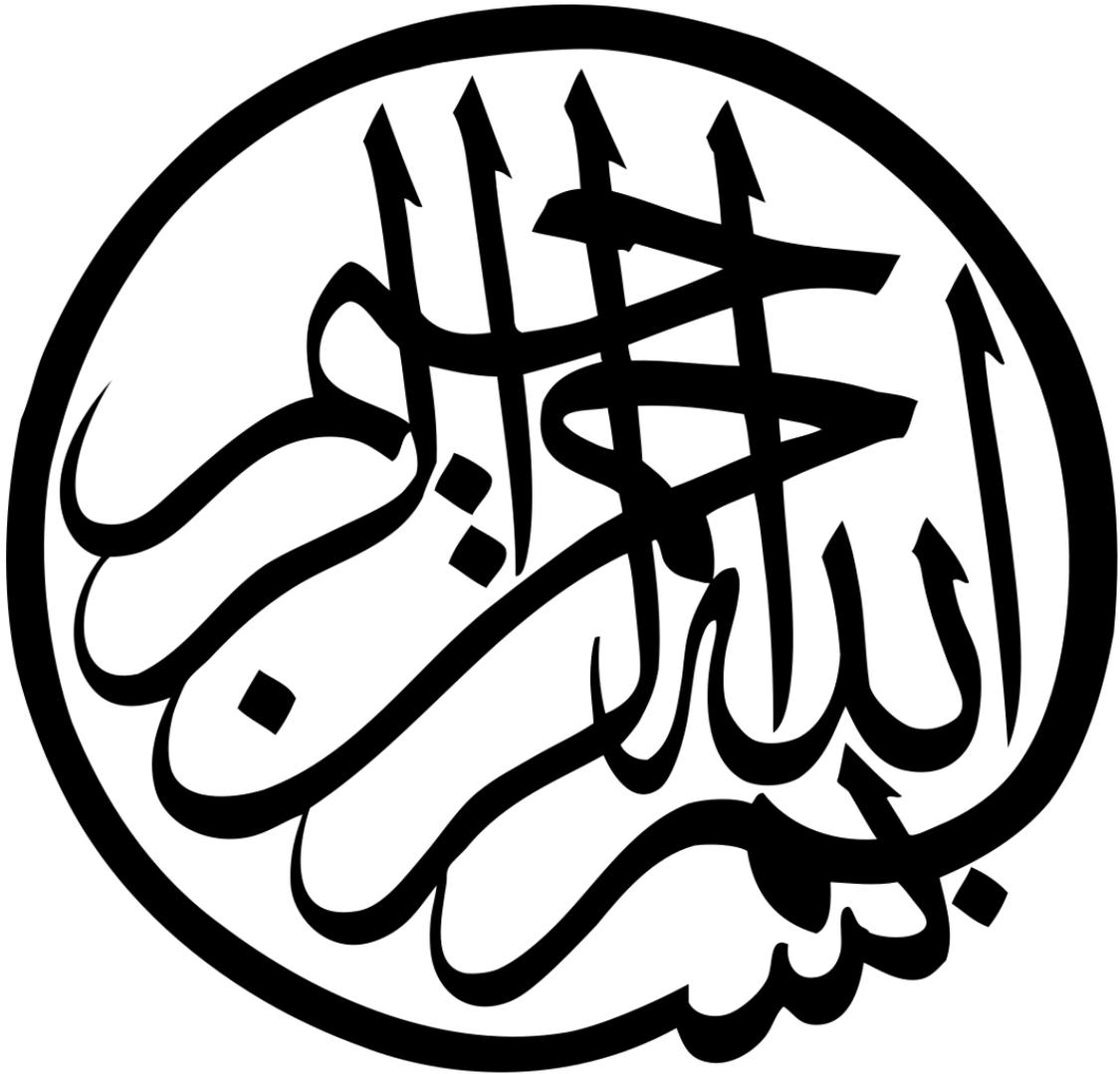
دفعة: 2020

إشراف الدكتور:
معمر ربوح

إعداد الطالب:
وليد غريب

جامعة العربي التبسي - تبسة
Université Larbi Tébessi - Tébessa

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
عابدي لدمية	أستاذ محاضر - أ -	رئيسا
معمر ربوح	أستاذ مساعد - أ -	مشرفا ومقررا
البار الطيب	أستاذ محاضر - أ -	عضوا ممتحنا



شكر و عرفان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم :

" من لم يشكر الناس لم يشكر الله " صدق رسول الله عليه الصلاة والسلام
الحمد لله على احسانه والشكر له على توفيقه وامتنانه ونشهد أن لا اله الا الله وحده لا شريك
له تعظيماً لشأنه ونشهد أن سيدنا ونبينا محمداً عبده ورسوله الداعي إلى رضوانه صلى الله عليه
وعلى آله وأصحابه وأتباعه وسلم
بعد شكر الله سبحانه وتعالى على توفيقه لإتمام هذه المذكرة أتقدم بحمـل الشكر إلى الوالدين
العزيزين الذين أعانوني و شجعوني على الاستمرار في مسيرة العلم والنجاح وأكمال الدراسة
الجامعية .

كما يطيب لي أن أتقدم بوافي الشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور " معمر ربوح " الذي لن
تكفي حروف هذه المذكرة للإيفاء حق بصبره الكبير علي، ولتوجيهاته العلمية التي لا تقدر بثمن
والتي ساهمت بشكل كبير في إتمام وإستكمال هذا العمل .
وأنتقدم بالشكر الجزيل إلى أعضاء لجنة المناقشة .

كما أتوجه بخالص شكري وتقديري إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد على إنجاز
وإتمام هذا العمل، إضافة إلى جميع الأساتذة دون أن ننسى الصـدقاء والزملاء .
" رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ
وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ "

الطالب : غريب وليد

فهرس المحتويات

شكر و عرفان

فهرس المحتويات

فهرس الجداول والأشكال

مقدمة.....	أ-ب
2- تساؤلات الدراسة:	5
3- أهداف الدراسة:	6
4- أهمية الدراسة:	6
5- أسباب اختيار الموضوع:	7
6- مفاهيم الدراسة:	8
1- المفاهيم الأساسية:	8
2- المفاهيم الثانوية:	10
7- الدراسات المشابهة:	11
8- الخلفية النظرية للدراسة:	14
9- المنهج:	17
تمهيد:	20
1- مدخل عام للتلفزيون:	21
1-1- نشأة وتطور التلفزيون:	21
1-2- أهمية التلفزيون:	23
1-3- التعرض للتلفزيون وإشباع رغبات وحاجات إنسانية متنوعة:	24
1-4- وظائف التلفزيون:	25
1-5- خصائص التلفزيون:	28
1-6- البرامج التلفزيونية:	30
1-7- مراحل إعداد البرامج التلفزيونية:	31

- 8-1- أنواع البرامج التلفزيونية: 32
- 9-1- أساليب تصنيف البرامج التلفزيونية: 34
- 10-1- تصنيف القنوات الجزائرية الخاصة: 35
- 2- البرامج التلفزيونية الاجتماعية: 45
- 1-2- مفهوم البرامج الاجتماعية: 45
- 2-2- مفهوم الإعلام الاجتماعي: 46
- 3-2- شروط الإعلام الاجتماعي: 46
- 4-2- مراحل إعداد البرامج الاجتماعية التلفزيونية: 47
- 5-2- أنواع البرامج التلفزيونية الاجتماعية: 48
- 6-2- تصنيفا البرامج الاجتماعية: 49
- 7-2- خصائص البرامج الاجتماعية: 49
- 8-2- مميزات البرامج الاجتماعية: 50
- 9-2- أهداف البرامج الاجتماعية: 50
- تمهيد: أ
- 1- ماهية العامل التطوعي ب
- 1-1- العمل التطوعي في الحضارات والديانات السماوية: ب
- 2-1- أهمية العمل التطوعي: و
- 3-1- أهداف العمل التطوعي: ز
- 4-1- أشكال وأنواع ممارسة العمل التطوعي: ل
- 5-1- مقومات العمل التطوعي: ع
- 6-1- الدور الأمني للعمل التطوعي: ف
- 7-1- معوقات العمل التطوعي: ص
- 2- علاقة البرامج الاجتماعية بالعمل التطوعي ودورها الأساسي ق
- 1-2- علاقة الإعلام بالعمل التطوعي: ق

ش	2-2- دور الإعلام في تعزيز العمل التطوعي:.....
ث	2-3- دور البرامج الاجتماعية في تربية الناشئة:.....
خ	2-4- تثمين دور الجمعيات والمجمع المدني:.....
ظ	2-5- تقييم نتائج البرامج الاجتماعية في ترقية العمل التطوعي:.....
83	تمهيد:.....
84	التعريف بقناة الشروق:.....
85	تعريف برنامج "وافعلوا الخير" -بطاقة تقنية-.....
86	مجتمع معينة الدراسة:.....
87	1- التحليل الكمي والكيفي للبيانات:.....
87	البيانات الشخصية:.....
91	المحور الأول: عادات وأنماط الأسر التبسية نحو البرامج الاجتماعية.....
96	المحور الثاني: دوافع الأسر الجزائرية لمشاهدة البرامج الاجتماعية.....
101	المحور الثالث: تقييم الأسر للبرامج الاجتماعية في قناة الشروق الجزائرية.....
108	المحور الرابع: انعكاسات برنامج وافعلوا الخير على الأسر الجزائرية.....
116	2- نتائج الدراسة:.....
119	خاتمة:.....

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

فهرس الجداول والأشكال

الصفحة	عنوان الجدول	رقم
87	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	1
88	توزيع أفراد العينة حسب السن	2
89	توزيع أفراد العينة حسب الرتبة	3
90	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	4
91	استجابة الأفراد للعبارة رقم (05)	5
92	استجابة الأفراد للعبارة رقم (06)	6
93	استجابة الأفراد للعبارة رقم (07)	7
94	استجابة الأفراد للعبارة رقم (08)	8
95	استجابة الأفراد للعبارة رقم (09)	9
96	استجابة الأفراد للعبارة رقم (10)	10
97	استجابة الأفراد للعبارة رقم (11)	11
98	استجابة الأفراد للعبارة رقم (12)	12
99	استجابة الأفراد للعبارة رقم (13)	13
100	استجابة الأفراد للعبارة رقم (14)	14
101	استجابة الأفراد للعبارة رقم (15)	15
102	استجابة الأفراد للعبارة رقم (16)	16
103	استجابة الأفراد للعبارة رقم (17)	17
104	استجابة الأفراد للعبارة رقم (18)	18
105	استجابة الأفراد للعبارة رقم (19)	19
106	استجابة الأفراد للعبارة رقم (20)	20
107	استجابة الأفراد للعبارة رقم (20)	21
108	استجابة الأفراد للعبارة رقم (21)	22
109	استجابة الأفراد للعبارة رقم (22)	23
110	استجابة الأفراد للعبارة رقم (23)	24
111	استجابة الأفراد للعبارة رقم (24)	25
112	استجابة الأفراد للعبارة رقم (25)	26
113	استجابة الأفراد للعبارة رقم (26)	27
114	استجابة الأفراد للعبارة رقم (27)	28
115	استجابة الأفراد للعبارة رقم (28)	29
116	استجابة الأفراد للعبارة رقم (29)	30

قائمة الجداول

قائمة الشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم
87	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	1
88	توزيع أفراد العينة حسب السن	2
89	توزيع أفراد العينة حسب الرتبة	3
90	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	4
91	استجابة الأفراد للعبارة رقم (05)	5
92	استجابة الأفراد للعبارة رقم (06)	6
93	استجابة الأفراد للعبارة رقم (07)	7
94	استجابة الأفراد للعبارة رقم (08)	8
95	استجابة الأفراد للعبارة رقم (09)	9
96	استجابة الأفراد للعبارة رقم (10)	10
97	استجابة الأفراد للعبارة رقم (11)	11
98	استجابة الأفراد للعبارة رقم (12)	12
99	استجابة الأفراد للعبارة رقم (13)	13
100	استجابة الأفراد للعبارة رقم (14)	14
101	استجابة الأفراد للعبارة رقم (15)	15
102	استجابة الأفراد للعبارة رقم (16)	16
103	استجابة الأفراد للعبارة رقم (17)	17
104	استجابة الأفراد للعبارة رقم (18)	18
105	استجابة الأفراد للعبارة رقم (19)	19
106	استجابة الأفراد للعبارة رقم (20)	20
107	استجابة الأفراد للعبارة رقم (20)	21
108	استجابة الأفراد للعبارة رقم (21)	22
109	استجابة الأفراد للعبارة رقم (22)	23
110	استجابة الأفراد للعبارة رقم (23)	24
111	استجابة الأفراد للعبارة رقم (24)	25
112	استجابة الأفراد للعبارة رقم (25)	26
113	استجابة الأفراد للعبارة رقم (26)	27
114	استجابة الأفراد للعبارة رقم (27)	28
115	استجابة الأفراد للعبارة رقم (28)	29
116	استجابة الأفراد للعبارة رقم (29)	30

مقدمة

مقدمة:

يعدّ الأعلام المرئي من أهمّ الوسائل المستخدمة في توجيه الرأى العام نحو قضية معينة والتأثير فيه بصورة سريعة وفاعلة، حيث يمكن استخدام هذه الوسيلة بصورة إيجابية في تعزيز مفاهيم العمل التطوعي في المجتمع أو بالعكس، وظهور التلفزيون في الخمسينيات والستينيات اسهم في معرفة وإهتمام جلاّ الأسر بمشكلاتها وتغيير الإعتقاد الذي كان سائداً حول قوّة وسائل الإعلام الجماهيري والتلفزيون يعتبر أقوى هذه الوسائل، إذ أنّه يُخاطب كل حواس الإنسان بدرجة كبيرة، وبهذا أدّى إلى ظهور مرحلة جديدة في الدراسات الإعلامية وكان تمهيداً لكثير من المعطيات في المرحلة الحالية.

وتشكل البرامج التلفزيونية الاجتماعية أهميّة بالغة في كافة المجتمعات وهذه الأهمية ترجع لكون هذه الأخيرة تُعنى بالقضايا والمشكلات الأسرية والعائلية والمجتمع ككل، وتتناول مضامينه أو محاورها عوامل التغيير سواء بالسلب أو الإيجاب في البناء الإجتماعي، وعوامل تماسك المجتمع وهدمه وتعالج الكثير من القضايا والمشكلات الاجتماعية والنفسية التي يعيشها الفرد والأسرة في المجتمع.

حيث أدرك مختلف الباحثين أنّ لدى أفراد الجمهور العديد من الدوافع الإحتياجات المختلفة التي يتابعون من خلالها المواد والبرامج في وسائل الإعلام، وبهذا فإنّ مدخل الإستخدامات والإشباعات يبحث فيما يفعله الجمهور بالوسائل بدلاً ممّا تفعله الوسائل بالجمهور أو ماهية دوافع استخدام الأفراد لوسائل الإتصال والإعلام والذي يتحقق من ذلك الإستخدام بدلاً من كيفية استخدامهم لهم بشكل سطحي.

وكما أنّ التلفزيون يمثل الوسيط السمعي البصري ويتجاوز حدود الزمان والمكان وله قدرة كبيرة على الجذب والتأثير فهو يعتبر الوسيلة الأكثر تأثيراً من الوسائل الأخرى.

وفي هذا الإطار عالجنا الموضوع وفق الخطة مقسمة على النحو التالي:

الفصل الأول: والمعنون بموضوع الدراسة وإطارها المنهجي، الذي نبدأه بطرح إشكالية الدراسة وأهميتها وأهدافها، بالإضافة إلى دوافع إختياره أو مشكلتها التي تعالجها بشرح الموضوع وطرح الإشكالية، يتفرّع من خلال السؤال عدّة أسئلة فرعية ثمّ المصطلحات الرئيسية الثانوية في الدراسة، وبعد ذلك تحديد المنهج الوصفي لجمع البيانات ثمّ بعد ذلك الدراسات المشابهة وذات الصلة والتي تعدّ قليلة إلى حدّ ما.

الفصل الثاني: تناول هذا الفصل التلفزيون، نشأته وخصائصه بالإضافة إلى البرامج التلفزيونية أهميته وأنواعه وأهم أساليب تصنيفها، وكذا البرامج التلفزيونية الاجتماعية من خلال نظرة مبسطة حول ظهورها، كما تمّت الإشارة إلى أهميته وأنواعه ومميزاته وأهدافه.

الفصل الثالث: تناول ظهور العمل التلفزيوني وأنواعه وأدواره بالإضافة إلى أهداف العمل التطوعي ومقوماته وأهم المعوقات التي تواجه العمل التطوعي، وكذلك الإشارة إلى علاقة الإعلام بالعمل التطوعي ودوره في تعزيز ثقافة العمل التطوعي وتفعيله في المجتمع الجزائري.

الفصل الرابع: جاء على أساس الجانب التطبيقي لدراستنا، حيث احتوى على بطاقة فنية لقناة الشروق وبرنامج "افعلوا الخير"، نقوم بجمع البيانات وتحليلها كما ووصفا للخروج بنتائج بحثنا.

الفصل الأول

إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي

1- الإشكالية:

يعدُّ التلفزيون أحد أهم وسائل الإتصال الجماهيرية بالرغم من الإنتشار الواسع للتكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام والإتصال، وهذا راجع إلى خصائصه المتميزة التي تؤثر في المتلقّي، فالتلفزيون بعدُّ أكثر قُرباً من الجمهور والأكثر إنتشاراً ن خلال جمعه للكلمة والصورة والصوّة والحركة، فهذه الوسيلة تؤدّي دوراً هاماً وبارزاً في حياة الأفراد والمجتمعات، وقد شهد أواخر الثمانينيات وبداية التسعينيات أهمّ التطورات الإعلامية نتيجة التقدم التكنولوجي وهي إنتشار القنوات الفضائية غير المتخصصة ذات محتوى متنوّع، إضافةً إلى كونها تعرض للمتلقّي الأحداث بطريقة مشوقة ومباشرة حين وقوع الحدث، هذا مكّن الشعوب من التعارف وتبادل الثقافات والحضارات بينهم عندها بدأ البث الفضائي في الظهور أكثر، ففي سنة 2011 بلغ عدد هذه الفضائيات 1069 قناة منها 109 عمومية و960 قناة خاصّة، منها الفضائية الجزائرية الخاصة، حي تعدّ من الدول التي ساهمت في تطوير وفتح السمي البصري أمام الخواص وبعد إقرار حرية الصحافة المكتوبة سنة 1990 ثمّ الإقرارية بالسمي البصري ممّا ساهم في بروز القنوات الخاصة الجزائرية إضافة إلى التلفزيون الجزائري بكل قنواته، وذل للسعي وراء تحقيق الأهداف المرجوة بنشر المبادئ والقيم التي تؤمن بها.

وتعدّ قناة الشروق أحد أهمّ هذه الفضائيات والتي ظهرت بتقسّمها لبرامج مختلفة تمس جميع النواحي، وتتمثل هذه البرامج في: (دينية، اجتماعية، اقتصادية، إخبارية) وغيرها من البرامج، سعيّاً منها لتكوين جمهور قريب ومحاولة إقناعه بمختلف المضامين التي تقوم ببحثها، ونجد قناة الشروق السباقّة في الاهتمام بالمضامين التي تعالج القضايا المنتشرة في المجتمع الجزائري ومعالجتها من خلال البرامج الاجتماعية التي من خلالها يتعرّف الجمهور على المشكلات ومن بينها برنامج "وافعلوا الخير".

وهو حصة إعلامية ذات طابع اجتماعي يتناول موضوعا اجتماعية موجودة في المجتمع الجزائري، مثل العمل التطوعي، فالتطوع ظاهرة اجتماعية تعدُّ ركيزة أساسية في بناء وتنمية المجتمع ونشر التماسك بين المواطنين، وهو عملية جوهرية لتحريك الهياكل الأساسية للمجتمعات فضلاً عن كونه مظهراً من مظاهر التحديث وقيمة إنسانية، فمن خلاله يكون ارتقاء الأمم والشعوب وتقدّمها.

ومن هنا تسعى دراستنا للكشف عن مدى أهمية البرامج التلفزيونية الاجتماعية في دفع المواطنين نحو الأعمال الخيرية (التطوع)، حيث قمنا بدراسة ميدانية لعينة من الجمهور التبسي، وتسلط الضوء على نموذج "وافعلوا الخير" وذلك للإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: كيف يتحدد دور البرامج التلفزيونية في تفعيل العمل التطوعي لدى الأسر الجزائرية؟ وعلى ضوء ذلك نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

2- تساؤلات الدراسة:

أ- السؤال الرئيسي:

ما دور البرامج "وافعلوا الخير" في تفعيل وتنمية هذا الحس التطوعي الإنساني؟

ب- التساؤلات الفرعية:

✓ ما هي عادات الأسر التبسية في مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية؟

✓ ما هي دوافع الأسر التبسية لمشاهدة البرامج الاجتماعية؟

✓ ما هي انعكاسات البرامج التلفزيونية الاجتماعية في تفعيل وتنمية العمل التطوعي على أسرة

التبسية؟

✓ كيف تقيم الأسر برنامج "وافعلوا الخير" في قناة الشروق الجزائرية TV؟

3- أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة على تحقيق مجموعة من الأهداف نذكر منها:

- 1- التعرف على عادات وأنماط المشاهدة، نحو البرامج الاجتماعية من قبل الأسر؛
- 2- محاولة التعرف على دوافع الأسر لمشاهدة البرامج الاجتماعية "وافعلوا الخير"؛
- 3- محاولة التعرف على انعكاسات البرامج الاجتماعية في تفعيل وتنمية العمل التطوعي لدى الأسر الجزائرية التبسية.

4- أهمية الدراسة:

تتمحور الدراسة حول البرامج التلفزيونية ودورها في تنمية العمل التطوعي وتكمن أهميتها فيما

يلي:

- مدى قدرة البرامج الاجتماعية على وضع حلول لمشكلات مختلفة يعاني منها الجمهور؛
 - إلقاء نظرة على مدى صلة الجمهور بالبرامج الاجتماعية؛
 - التعرف على دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في توجيه المجتمع نحو الأعمال الخيرية.
- كونها تعالج موضوعاً دينياً بالدرجة الأولى، إنعكست آثاره على الفرد والمجتمع وله تأثير كبير على الفرد والمجتمعات انطلاقاً من التفاعل مع نوعيّة هذه المضامين التي تطرّحها البرامج الاجتماعية والتي لاقت رواجاً كبيراً في الآونة الأخيرة، والعمل التطوعي يهدف إلى مساعدة المحتاجين والفقراء من خلال ممارسة هذا العمل من طرف المتفاعلين مع البرنامج، إضافة إلى التعرف على أبرز أهدافه ومدى نجاحها، والتي تفيد في الإجابة على التساؤلات المطروحة حول كيفية تناول البرامج الاجتماعية للعمل التطوعي، حيث يمكن أن تكون هذه الدراسة انطلاقة جديدة للباحث في مجال الإعلام والاتصال من أجل إجراء مزيد من الدراسات في مثل هذه المواضيع.

- نشر ثقافة العمل التطوعي لدى مختلف فئات المجتمع، خصوصاً في المجتمع الجزائري من خلال البرامج الاجتماعية.

5- أسباب اختيار الموضوع:

ترجع أسباب اختيار الموضوع إلى طبيعته الحيوية ومن المعروف إنّ البحث العلمي ينطلق من مشكلة تثير اهتمام الباحث والتي تحتاج على تفسير، ولذا ارتأينا دراسة موضوعنا هذا لأسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

أ- الأسباب الذاتية:

- ✓ تفاعلي مع البرنامج؛
- ✓ الرغبة في تسليط الضوء على الأبعاد الأخرى للبرنامج الاجتماعية، حتى تتجاوز إلى الأبعاد الإنسانية؛
- ✓ الميول الشخصي للبرامج الاجتماعية؛
- ✓ اكتساب خبرة في مجال البحث العلمي؛
- ✓ الرغبة في توسيع الحقل المعرفي وإثرائه في مجال التلفزيون.

ب- الأسباب الموضوعية:

- ✓ تسليط الضوء على البرامج الاجتماعية في القنوات الخاصة الجزائرية؛
- ✓ أهمية الموضوع ومكانته الاجتماعية التي تشكل أهمية كبيرة في المجتمع؛
- ✓ قلة البحوث والدراسات الخاصة بالبرامج الاجتماعية؛
- ✓ أهمية العمل التطوعي بالنسبة للفرد والمجتمع، أي جوهر الموضوع كسبب في حدّ ذاته؛
- ✓ كون العمل التطوعي ملفتا للانتباه، خاصّة بما حملهُ من سموّ للأخلاق الإنسانية.

6- مفاهيم الدراسة:

1- المفاهيم الأساسية:

1-1- البرامج التلفزيونية: هي عبارة عن مجموعة من الفقرات المنتقاة يتولّى وضعه مخرجو التنفيذ، ويعتبر بمثابة دستور العمل الذي تلتزم به جميع الأقسام والدوريات والهندسة ووحدات التشغيل والإنتاج، ويتضمن إلى أسماء البرامج ومواقيت إذاعتها بدقة أسماء المشاركين الرئيسيين فيها، المخرجيين والمنتجين وجميع التفاصيل الفنية المطلوبة، فأرقام التسجيلات وأنواع الشرائط وضرورة شغل الفراغات الزمنية الطارئة، وبعد الانتهاء منه يتم توزيعه على مختلف الدوريات والأقسام لبعثه.⁽¹⁾

1-2- التعريف الإجرائي للبرامج التلفزيونية: هي جميع القنوات الفضائية التي تستقبل من الفضاء الخارجي عبر الأطباق أو الشبكات العنكبوتية أو الجوال أو وسائل الاتصال الأخرى، وتبث بطريقة رسمية أو غير رسمية مشفرة أو غير مشفرة.

2- البرامج الاجتماعية: هو ما ينشر بالإذاعة ويستخدم هذا الاصطلاح في الإذاعة والتلفزيون للإشارة إلى الشكل فني يشغل مساحة زمنية محددة وله اسم ثابت ويقدم مواعيد محددة وثابتة.⁽²⁾

1-2- التعريف الإجرائي للبرامج الاجتماعية: هي البرامج التي تتناول مضامينها ومحاورها عوامل التغيير سلباً أو إيجاباً في البناء الاجتماعي وعوامل تماسك المجتمع وهدمه وتعالج الكثير من المشكلات الاجتماعية والنفسية التي يعيشها الفرد والأسرة.

3- الدور لغةً: "Le role"، جمع أدوار، "Les roles".⁽³⁾

1 - الجفيري محمد: إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار ضاع الإبداع للإنتاج والتوزيع، ص 11.

2 - نفس المرجع، ص 11-12.

3 - دانييل ديغ لاروس: عربي - فرنسي، مكتبة لاوس، باريس، 1983، ص 187.

إِصْطِلَاحاً: عرّفه باستور في مؤلفه "النسق الإجتماعي" على أنه نموذج يرتكز على بعض الحقوق والواجبات ويرتبط بوضع حد للمكانة داخل المجتمع، ويتحدّد الدور أي شخص في أي وقت عن طريق مجموعة توقعات يعتنقها الشخص بنفسه.

- التعريف الإجرائي: هو مجموعة الحقوق والواجبات والاتجاهات والسلوك والمهارات التي يقوم بها الفرد أو مجموعة من الأفراد تجاه قضية.

4- القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

4-1- القناة لغة: هي الرمح الأجوف، وهي بمعنى مجرى الماء، يقال فلان صلب القناة أي القامة.

4-2- إِصْطِلَاحاً: القنوات الفضائية لفظة حديثة، هي في الواقع اختصار لقنوات تلفزيونية رقمية التي تبت من خلالها الأقمار الصناعية.⁽¹⁾

أما القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة فهي تشكل خدمات الإتصال السمعي البصري المرخص لها من القنوات الموضوعاتية المنشأة من قبل مؤسسات وهيئات وأجهزة للقطاع العمومي أو أشخاص معنيون يخضعون للقانون الجزائري، ويمتلك رأسمالها أشخاص طبيعيين أو معنويون يتمتعون بالجنسية الجزائرية.⁽²⁾

أ- إجرائياً: هي مؤسسات إعلامية تلفزيونية التي يمتلكها الخواص الجزائريون، وتبث برامج ومضامين إعلامية مختلفة وفق سياستها الإعلامية.

1 - سليم عبد الغني: الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 25.

2 - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: قانون الإعلام، العدد 16، مارس 2014، الجزائر، ص 8.

ب- **التطوع**: هو عبارة عن جهود إنسانية تبذل من أفراد المجتمع بصورة فردية أو اجتماعية، وتقوم بصفة أساسية على الرغبة والدافع الذاتي سواء كان هذا الدافع شعوري أو لاشعوري.⁽¹⁾

د- **التعريف الإجرائي للتطوع**: هو جهد إنساني فردي أو جماعي يستند إلى الرغبة في خدمة المجتمع والقيام بأعمال الخير وإيصال المنافع إلى الغير من دون مقابل مادي أو عائد دنيوي محسوس.

2- المفاهيم الثانوية:

2-1- **التنمية**: هي عملية تهدف إلى تحسين قدرات الفرد الذاتية بحيث يصبح قادراً على إشباع حاجاته الشخصية والاجتماعية وقادراً على تحقيق أهدافه وفق الظروف المحيطة بالفرد.⁽²⁾

2-3- **المشاركة**: هي العملية التي من خلالها يلعب الفرد دوراً في الحياة السياسية والاجتماعية لمجتمعه وتكون لديه الفرصة لأن يشارك في وضع الأهداف العامة لذلك المجتمع، وكذلك أفضل الوسائل لتحقيق وإنجاز الأهداف المسطرة.

2-4- **الإعلام الإجتماعي**: هو نسق فكري وعلمي يبحث عن الرقي بالإنسان فرداً أو جماعة كفاعل أو كمضمون للاتصال وهو المجتمع المدني ليقدم مختلف مكوّناته.⁽³⁾

2-5- **القنوات الفضائية العامة الجزائرية**: هي قنوات تلفزيونية جزائرية حكومية تابعة للمؤسسة العمومية للتلفزيون، أنشأت عام 1956 أثناء الفترة الاستعمارية الفرنسية في الجزائر، من أهم القنوات التلفزيونية الجزائرية، وتقدم إنتاج فني وبرامج تلفزيونية متنوعة، مسلسلات، أفلام... إلخ.

1 - عاطف غيث محمد: **معجم كلم الاجتماع**، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، دط، القاهرة، 1995، ص 255.

2 - مدحت محمد أبو النظر، **العمل التطوعي في الوطن العربي رؤية مستقبلية للتطوير**، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، دط، القاهرة، 2015، ص 19.

3 - إحسان محمد الحسن: **النظريات الاجتماعية المتقدمة**، دار وائل للنشر والتوزيع، دط، 2015، ص 159.

7- الدراسات المشابهة:

من أهم الدراسات المشابهة التي لها صلة بالموضوع، نجد الدراسات التالية:

- 1- نورة بوخميس، إلهام لعيساوي: دور البرامج التلفزيونية في نشر القيم الأخلاقية، برنامج "أحكي حكايتك" أنموذجاً الشروق TV، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة، 2016-2017.

تناولت هذه الدراسة موضوع دور البرامج التلفزيونية في نشر القيم الأخلاقية بهدف الإجابة عن مجموعة من التساؤلات للوصول إلى معرفة ما طبيعة الدور الذي تلعبه البرامج التلفزيونية في تشكيل وصينة القيم الأخلاقية لدى فئة من الشباب الجامعي؟ وعلى ضوء مشكلة الدراسة تقسمت التساؤلات على النحو التالي:

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة الشباب المدروس للتلفزيون ونفره لوسائل الإتصال الأخرى؟
 - ما مدى إهتمام الطلبة بالبرامج التلفزيونية في قناة الشروق العامة (TV)؟
 - ما هي مواقف وآراء الشباب الجامعي من برنامج "أحكي حكايتك"؟
 - ما هو التأثير الذي يتركه متابعة الشباب الجامعي لبرنامج "أحكي حكايتك" على قيمتهم الأخلاقية؟
- وقد قامت الباحثات باتباع المنهج المسحي الملائم لدراستهما لأنّ فيه جميع المعلومات اللازمة حول الظاهرة المدروسة من جميع الوحدات البحث وذلك بالإعتماد على أداة الإستبيان.

أمّا عن نتائج الدراسة، قد توصل الباحثات إلى أهم النتائج التالية:

- تثبت الدراسة أنّ البرامج الاجتماعية هي الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة وأنّ الغرض من ذلك هو التثقيف واستقاء الأخبار معاً؛

- أكدت الدراسة أنّ أكثر من نصف المبحوثين يتعرضون لبرنامج "أحكي حكايتك"، وأنّ أبرز القضايا التي تهمهم: المساعدات، التشرّد، الطلاق؛

- كشفت الدراسة أنّ نسبة كبيرة من الطلبة بأنّ البرنامج يساهم في نقل أفكار وقيم جديدة.

التعقيب على الدراسة:

من خلال استعراض الدراسة ودراستنا، نجد أنّ الدراسة الأولى ركزت على واقع مشاهدة الأسر الجزائرية نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية لقناة الشروق TV، أمّا الدراسة الثانية هي بذاتها على أهمية البرامج التلفزيونية الاجتماعية على نشر القيم الأخلاقية التطوعية والعمل الخيري، أمّا الدراسة الحالية: برنامج من البرامج الاجتماعية "وافعلوا الخير" في تفعيل العمل التطوعي لدى الأسر الجزائرية، وهذه الدراسة هي من ضمن الدراسات الوضعية التي تمّ فيها الإعتماد على الإستبانة وتمّت الإستفادة من الدراسات المشابهة وأهميتها واختيار الأداة والمنهج التي يتناسب مع الدراسة الحالية.

2- حنان قندوزي: دور البرامج الاجتماعية التلفزيونية في توجيه سلوك الشباب الجزائري، برنامج "خواطر" أنموذجاً -دراسة ميدانية على عينة من مدينة أم البواقي- مذكرة ماستر علوم واتصال، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016-2017. هذه الدراسة لها صلة وثيقة بموضوع دراستنا، وذلك بتسليطها الضوء على دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في تنمية الوعي ونشر القيم الأخلاقية لدى فئة من الشباب في مدينة أم البواقي وعلى ضوء مشكلة الدراسة تقسمت التساؤلات على النحو التالي:

- ما هي عادات وأنماط تعرض شباب مدينة أم البواقي على برنامج خواطر؟

- ما هو دافع تعرض شباب مدينة أم البواقي على متابعة البرنامج؟

- هل يدرك شباب مدينة أم البواقي للقيم التي يحملها برنامج خواطر؟

- ما هي المجالات التي استطاع برنامج خواطر توجيه سلوك شباب مدينة أم البواقي؟

وقد قامت الباحثة بالإعتماد على المنهج الوصفي الذي يعد الأنسب لمثل هذه الدراسة وهو طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منتظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعيّ ' أو مشكلة اجتماعية.

أما عن نتائج الدراسة تمثلت في:

- وجود إقبال لفئة الإناث أكثر من الذكور على القنوات الفضائية والتي تخص بمتابعة مستمرة لمختلف برامجها.

- وجود ارتفاع ملحوظ في نسبة المشاهدين اليومية المنتظمة. لهذه الوسائل عند الإناث أكثر من الذكور. وجود تقارب في نسب تفضيل المبحوثين للبرامج الاجتماعية وخاصة برامج "خواطر"، ومدى إقبالهم عليها، فغالبية عينة الدراسة يفضلون مشاهدة برنامج "خواطر" باعتباره إجتماعي ديني.

التعقيب على هذه الدراسة:

من خلال استعراض الدراسة المشابهة ودراستنا نجد أنّ الدراسة ركّزت على دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في توجيه سلوك الشباب الجزائري، ويمكن القول أنّ ما جاء به التلفزيون من برامج قد أحدثت تغييرات عميقة في بنية العلاقات الاجتماعية وسلوكيات الأفراد داخل الأسرة الجزائرية من جهة وفي المجتمع من جهة أخرى، أمّا تزايد الإقبال على التلفزيون والتعرض لشبّتيّ برامجه بشكل كبير تزايدت معه المخاطر، فأصبح الفرد في عزلة داخل الأسرة الواحدة، أمّا الدراسة الحالية (موضوع المذكرة) فتناولت برنامج من البرامج الاجتماعية في التلفزيون الجزائري، ألا وهي برنامج "وافعلوا الخير" وهو برنامج إنساني يقوم على دفع الأسر والجمهور المتابع للبرنامج إلى الإلتفاف نحو الأعمال الخيرية

التطوعيّة كما يدعو إلى القيم الأخلاقية داخل المجتمع، ممّا يؤدي إلى بث روح التعاون والتناسق بين الناس وخلق روح المبادرة لحل المشاكل الاجتماعية، إعتدت كلا الدراستين على الإستبانة (إستمارة الإستبيان) وتمت الإستفادة من الدراسة السابقة والمشابهة وأهميتها، وذلك مما تحويه من أدوات ومنهج تناسب مع الدراسة الحالية.

8- الخلفية النظرية للدراسة:

تعتبر بحوث الإستخدام والإشباع من المقاربات التي تتدرج ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي ظهرت في أواخر الستينات من القرن الماضي، وترتكز على دراسة أسباب استخدام وسائل الإعلام والاتصال والتعرف إليها من مختلف فئات المجتمع في محاولة لربط هذه الأسباب والإستخدام، من هذا الإستخدام الذي يحققه الفرد ويرى أصحاب هذا الإتجاه بأن إقبال الناس على وسائل الإعلام والاتصال ويمكن تفسيره على ضوء استخدامهم وكذلك حول العائد والإشباع الذي يحققه.

8-1- مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع

تعرف هذه النظرية بأنها دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون لدوافع معينة لإشباع حاجات فرد معينة⁽¹⁾، ويعني ذلك تعرف الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات معينة واستجابة لدوافع الحاجات الفردية، وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الإتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة.⁽²⁾

¹ - مرزوق عبد الحكيم العادلي: الإعلانات الصحفية في الإستخدامات والإشباع، دار الفجر، ط1، القاهرة، مصر، 2004، ص 109.

² - باديس لونيس: جمهور الطلبة الجزائريين والإنترنت، جامعة منتوري، دط، قسنطينة، الجزائر، 2008، ص 32.

8-2- فروض النظريات وأهدافها:

تعتمد نظرية الإستخدامات والإشباعات على مجموعة فروض أساسية وضعها "ألياهو كانز" و"بوقبتيش" ويمكن إجمال هذه الفروض في:

1- أنّ جمهور وسائل الإعلام يتسم بالإيجابية والفاعلية ويستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف معينة خاصة به؛

2- أنّ جمهور وسائل الإعلام هو الذي يقوم بدور رئيسي في إشباع حاجاته من وسائل الإعلام، حيث يرتبط بين إشباع حاجاته واختياره للوسائل.⁽¹⁾

8-3- نقد نظرية الإستخدامات والإشباعات :

على ضوء ما سبق يبدو أنّ منظور الاستخدامات والإشباعات يقع على النقيض من النظريات التي تقدس تأثير وسائل الإتصال، ولذلك رأى الكثير من الباحثين ضرورة مراجعة بعض المفاهيم والافتراضات المتعلقة بهذه النظرية ولعل أكثر هذه الإنتقادات تلك التي أوردها "ماك كوايل"، والتي يمكن جمعها في النقاط التالية.⁽²⁾

- ◀ تعتبر مقارنة نفسية جدية ومبالغ فيها تلقى احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى؛
- ◀ تعتمد بإفراط على دفاثر ذاتية للحالات النفسية للمستعملين؛
- ◀ تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستعمل وبين تطوعية التفاعل مع الوسائل، وهما حدّتان متناقضان؛
- ◀ توجه فلسفة الإستخدامات والإشباعات استمرار مسألة قوة تأثير مضمون وسائل الإتصال،
- ◀ تناقش وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المعينة والمتعددة؛

1 - محمد منير دجاب، نظريات الإتصال، دار الفجر، ط1، القاهرة، مصر، د س ن، ص 299-300.

2 - منال هلال الزاهرة: نظريات الإتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 327.

◀ أن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه وإهتماماته واختيار المضمون الذي يلبي حاجاته.(1)

يحقق منظور الإستخدامات والإشباعات ثلاث أهداف رئيسية تتمثل في:

أ. السعي لاكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته؛

ب. شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإعلام والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض؛

ج. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الإتصال الجماهيري، كما تركز

نظرية الإستخدامات والإشباعات على مجموعة من العناصر تمثل محاور النظرية، وهي: (2)

- الجمهور النشط؛
- الأحوال النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام؛
- دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام؛
- توقعات الجمهور من إستخدام وسائل الإعلام؛
- التعرف لوسائل الإعلام والإشباعات الناجمة منه.

إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام:

- إشباعات المحتوى: وتنتج نتيجة الرض لمحتوى وسائل الإعلام، وهي نوعان: إشباعات توجيهية والتي تتمثل في مراقبة البيسة والحصول على المعلومات، وإشباعات اجتماعية؛
- إشباعات عملية وتنتج عن عملية الإتصال بوسيلة محددة، وهي نوعان: إشباعات شبع توجيهية وتتحقق من خلال تحقيق الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والإثارة

1 - محمد منير دجا، مرجع سابق، ص 305-306.

2 - مرزوق عبد الحكيم العادلي، مرجع سابق، ص 114.

والترفيه، إضافة إلى ذلك هناك اشباعات شبه إجتماعية مثل التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة.⁽¹⁾

9- المنهج:

المنهج بصفة عامّة هو عبارة عن جملة الخطوات المنظمة التي يجب على الباحث اتّباعها في إطار الإلتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة، ويعرّفه محمد طلعت بأنّه وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة.

ويرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناءً على الإشكالية التي تمّ تحديدها، وبما أنّ دراستنا هذه تسعى إلى جمع معلومات حول البرامج الاجتماعية وكيف تؤثر في تفعيل العمل التطوعي في المجتمع، فإنّ هذه الدراسة تدرج ضمن البحوث الوضعية، تمّ الإعتماد في هذه الدراسة في الجانب النظري على المنهج الوصفي الذي يتناسب مع طبيعة البحث ومتطلباته.

9-1- تعريف المنهج الوصفي:

هو دراسة واقع الأحداث والظواهر والأداء ووصفها وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة قصد تصحيح الواقع أو تطويره وهو طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراضه المحددة لنوعية أو مشكلة اجتماعية.

9-2- خطواته:

✓ الشعور بالمشكلة وجمع البيانات ومعلومات تساعد على تحديدها؛

✓ تحديد المشكلة وصيغتها في شكل سؤال محدّد؛⁽²⁾

✓ وضع فروض كحلول للمشكلة؛

¹ - مرزوق عبد الحكيم العادلي، مرجع سابق، ص 120.

² - موريس أنجريس: منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار القصب، الجزائر، ط2، 2006، ص 288.

- ✓ وضع الإطار النظري الذي يسير عليه الباحث في دراسته؛
- ✓ إختيار أدوات البحث؛
- ✓ جمع المعلومات بدقة وتنظيم؛
- ✓ تحليل النتائج وتفسيرها واستخلاص التعميمات والاستنتاجات؛
- ✓ إختيار المنهج الوصفي لملائمته لهذا الوضع. (1)

9-3- تبرير إختيار المنهج الوصفي:

- يعتبر المنهج الوصفي الأنسب لدراسة البرامج الاجتماعية ودورها في تفعيل العمل التطوعي؛
- يعتبر المنهج الوصفي من الطرق التي تتقدم في التحليل ووضع حلول للمشكلات الاجتماعية؛
- لأنه يهتم بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة؛
- لأنه متصل بطريقة الدراسات المسحية التي أثبتت كفاءات في دراسة مواقف الناس والموضوعات التي يعايشونها في حياتهم اليومية. (2)

1 - موريس أنجرس، مرجع سابق، ص 288.

2 - سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي للنشر، ط1، لبنان، 2017، ص 42.

الفصل الثاني

مدخل للتلفزيون وخصوصية البرامج التلفزيونية
الاجتماعية

تمهيد:

تعددت وسائل الإعلام وتتنوع منها ما تميز بالصوت ومنها ما تميّز بالصوت والصورة، ومنها ما يتميز بالكلمة المكتوبة، فالتلفزيون من الوسائل التي إنفردت بالصوت والصورة وقد شهد مراحل عديدة ساهمت في تطوّره، ولعلّ من أهم ما طرأ عليه من تطوّرات هو إدخال تقنية البث الفضائي عليه، هذه الخيرة ساهمت في نعدد القنوات واختلاف المضامين.

1- مدخل عام للتلفزيون:

1-1- نشأة وتطور التلفزيون:

يعتبر التلفزيون من أهم إختراعات القرن العشرين وقد أطلقت على التلفزيون العديد من الأسماء، وأكثر الأسماء شهرة هو ما أطلقه "نيوتن تيتو" سنة 1961 بأنه فكاهة شاسعة، الطفل المعجزة، صندوق البلاهات، قانون الأبله، قاتل الوقت الأكبر، العملاق الجبان، إلى غير ذلك من التسميات، أما كلمة تلفزيون كما نعرفها الآن إلى بركسي عام 1900، وهو جرجر نسباك عام 1909، بحلول العشرينيات من القرن الماضي، انتشر هذا اللفظ على نطاق واسع، وقد سبق تحقيق هذا الإختراع إلى حيز الوجود جهود عديدة قام بها الكثير من العلماء، فتخيل بعض الكتاب منذ الآلاف من السنين ذلك اليوم الذي يستطيع فيه الإنسان أن يرى وراء الأفق، أما تاريخ العلم فخالل بذلك الكفاح الذي نشأ منذ القدم بين العقل البشري والطبيعة بهدف تحقيقه، وبالفعل حقق البشري ما تمنى ورأى ما وراء الأفق وتمكن من رؤية ونقل الصور والمناظر والأحداث في لحظة دونها من خلال الإختراع وهو التلفزيون.⁽¹⁾

وقد بدأ الإرسال التلفزيوني ينتشر في بلاد عديدة من العالم عقب الحرب العالمية الثانية، وإذا كانت بريطانيا ق قامت بمحاولات قبل نشوب الحرب وبالتحديد عام 1963، إذ أمكن بدأ الإرسال على نطاق ضيق في لندن.⁽²⁾

لكن قيام الحرب العالمية الثانية جمّد تلك المحاولات، ثمّ عقب انتهاء الحرب العالمية الثانية بسنوات عديدة بدأ التلفزيون البريطاني يستأنف ارساله على نطاق واسع وعلى أسس جديدة ولقد جاء

¹ - مصطفى حميد كاظم الطائي: القنوات الإذاعية والتلفزيونية وفسفة الإجتماع، دار الوفاء للطباعة والنشر، ط1، الإسكندرية، 2007، ص 28.

² - عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، دار الثقافة، ط1، عمان، 2011، ص 168.

التقدم المفاجئ⁽¹⁾ نحو التلفزيون على يد العالم الروسي "فلاديمير زوركيت" الذي استطاع اختراع جهاز الإيكونوسكوب ثم التطور على يد العالم الأمريكي "فانزورف" الذي قام بتصميم جهاز تلفزيون عالي الوضوح.⁽²⁾

وتواصلت وتيرة التطور في التلفزيون من حيث تقنياته أو من خلال بثه بشكل واسع فترة الستينات من القرن الماضي، حيث أصبح البث التلفزيوني في متناول مساحات شاسعة من العالم بعد أن نجح الإنسان بنقل الصورة والصوت والألوان باستعمال الأقمار الصناعية في منتصف الستينات من القرن الماضي ومن هنا بدأت مرحلة تاريخ التلفزيون، وهو عصر البث الفضائي.⁽³⁾

البث الفضائي التلفزيوني يمثل أهم ملامح الثورة الإتصالية الجديدة والتي يمثل التلفزيون والأقمار الصناعية والتقنوات الفضائية إحدى أهم أدواتها، وأطلق عام 1955 عشرون قمر صناعي جديد خاص بالبث الفضائي، ونتيجة للتطور المستمر في تكنولوجيا البث الفضائي بدأ تشغيل النظام الرقمي بالتلفزيون، فظهرت نماذج بجودة عالية مدامها ستيريو والشاشة بقياس 16/9 بدل 3/4 حيث ظهر التلفزيون رفيع المستوى شديد الوضوح حسب النموذج الأوروبي، وبهذا أصبح التلفزيون جزءاً فاعلاً في حياة الإنسان اليومية، فلم يعد في مقدوره الاستغناء عنه باعتباره أهم وسائل الإتصال الجماهيري في مجال البث الرسائل، حيث جمع بين مزايا متعددة مثل الصورة والصوت باعتبارهما تعدان من أهم

1 - شعبان مالك: دور التلفزيون في التنشأة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد 7، جمعة بسكرة، الجزائر، ص 215.

2 - شعبان مالك، مرجع سابق، ص 215.

3 - محمد منير دجاب، مرجع سابق، ص 207.

العناصر التي تؤثر في الجمهور المتلقي، إضافة إلى عناصر أخرى كالحركة والألوان، وبالتالي فإن الحاجة المتزايدة لإنتاج تلفزيونات أكثر جودة وأعلى تقنية.⁽¹⁾

1-2- أهمية التلفزيون:

تقول الباحثة الكندية "تاجررت K. Taggert": (ذات يوم كان التلفزيون مثل حلوى ما بعد الطعام يتقاسمه أفراد الأسرة بعد العشاء أو بعد الأعمال اليومية الرتيبة والأحاديث، ولكن في هذه الأيام أصبح التلفزيون هو الوجبة الكاملة التي سادت الصمت والحذر بدلاً من أحاديث الود).⁽²⁾

وفي هذا السياق تظهر الأهمية الكبيرة التي يحظى بها التلفزيون على غرار الوسائل الأخرى، فقد أصبح واحداً من الأساسيات التي لا يمكن الإستغناء عنها وله أهمية سيكولوجية، فهو يحمل في طياته أهمية نفسية كبيرة وهي نظرية التراكم. فالقضايا التي ينتابها ترسب في عقول المشاهدين لفترة طويلة وعلى المدى البعيد، وذلك من خلال التكرار ونلاحظ ذلك في برنامج التوعية وإعلانات تنظيم الأسرة والحملات التلفزيونية المختلفة.

وله أيضاً أهمية سياسية، حيث يعتبر أداة مهمة ووسيلة فعالة في توصيل سياسة الدول والحكومة والأفراد وله دور كبير في عملية صنع القرار وازدادت أهمية التلفزيون كوسيلة إتصال جماهيرية وذلك لعدة عوامل كما يلي:⁽³⁾

أ. التلفزيون سمة من سمات العصر: فأى كانتأراؤنا واتجاهاتنا إتجاه ما يقوم به التلفزيون من وظائف، فإنّ هناك إتفاق على أنّه يشكل سمة أساسية من سمات العصر التي نعيشها؛

1 - نفس المرجع، ص 208-209.

2 - ماجي حلوان: مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، ألم الكتب، ط1، القاهرة، 2005، ص 267.

3 - محمد معوض: فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، د س ط، ص 14-15.

ب. التلفزيون وتشكيل العادة اليومية: ويتضح ذلك أنّ الفرد لا يستطيع أن يعزل عما تبثه وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون، فهو اليوم مهما كان موقفه لديه الفرصة لمشاهدة ما يجري من أحداث أول بأول، وما يدور في عالمنا من تطورات، لهذا ازدادت أهميته كوسيلة سمعية بصرية لتصبح جزءاً من نمط حياتنا.

1-3- التعرض للتلفزيون وإشباع رغبات وحاجات إنسانية متنوعة:

حيث يمكّن الوسائل الإعلامية والتلفزيونية من تلبية رغبات كثيرة للجمهور المشاهد، بغض النظر إذا كانت محتوياتها للترفيه أو التسلية أو التثقيف أو التعليم أو الإعلام، ويلاحظ المختصون بأنّه يستطيع أن يثير الرغبة للإستطلاع أو الفضول للمعرفة.

أ- التلفزيون والحالية المزاجية للمتلقّي:

حيث يرى "مندلسون" أنّ قابلية التلفزيون للتعديل وفق مزاج المستمع وإطارة السيكولوجي من أهمّ مميزاتة، حيث أنّ وجود محطات إرسال عديدة إنّما يعني وجود مجال واسع أمام المشاهد للإختيار والانتقاء، بحيث يمكنه أن يشاهد ما يوافقه سيكولوجياً ومزاجياً ومن ثمة فإنّ التلفزيون يتوافق مع الحالة المزاجية للمتلقّي. (1)

ب- التلفزيون والإنترنت:

من الإعتقادات الخاطئة التي سادة في أوساط الإعلاميين في إحدى فترات التطور الكبير والملاحظ في الإنترنت هو أنّها "الإنترنت قتلت التلفزة" وأنّ زمن الإعلام المتلفز قد ولّى، وأنّ الجهاز الذي يتعدى عمره أكثر من 70 سنة يحتضر، في الحقيقة وحسب دراسة قامت بها شركة "نلسون"، نحن

1 - محمد معوض، مرجع سابق، ص 15.

نشاهد التلفزيون أكثر من قبل. وبالرغم من ارتفاع عدد المستخدمين للأجهزة المحمولة الذكية واللوحات الإلكترونية لمشاهدة الفيديوهات، الإنترنت أصبحت الصديق المقرب للتلفاز، حيث يزداد عدد المشاهدين في الإنترنت والتلفاز معاً فأصبحت مصاحبة لها.⁽¹⁾

1-4-وظائف التلفزيون:

تزداد أهمية التلفزيون يوماً بعد يوم، حيث بات استخدامه يمس جميع الميادين الاجتماعية والإقتصادية والسياسية حيث يقول "مارشال ماكلوهان": (أصبح نظاماً يقلب الأوضاع الثقافية والاجتماعية والخلقية والمالية والسياسية قلباً شاملاً لا مجال لنكرانه).

لإن فالتلفزيون كوسيلة إتصال جماهيرية لم يعد مجرد أداة لنقل المعلومات والرسائل الإعلامية المصورة المسجلة أو المباشرة عن الأقمار الصناعية، بل أصبح يتميز بقدرة هائلة على الإقناع والتأثير وتغيير السلوك، ولهذا يتم الخلط بين الوظائف والتأثيرات، فالوظائف تهتم بالدور العام الذي يؤديه التلفزيون بينما التأثيرات هي نتاج لهذا الدور العام وتحديده وتخصيصه، يقوم التلفزيون على مجموعة من الوظائف شملت مجالات عدّة من حياة الأفراد والمجتمعات وتتمثل في: ⁽²⁾

أ- الوظيفة الإعلامية: يقوم التلفزيون بأعلام الجماهير المستقبلية لبرامجه بكل الأخبار والأحداث والمعلومات التي تستفيد منها مهما كان نوعها إقتصادياً أو سياسياً أو اجتماعية أو فنية سواء كانت

¹ – Mike PROULX, Stacey SHEPATIN, Social Tv/ How marketing can reach an engage audiences by connecting television to th web, social media and mobile, John WILEY & Sons, Canada, 2012, P: 12.

² – محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 265.

محلية أو إقليمية أو دولية، باعتبارها وسيلة جذب إعلامية للكبار والصغار، فهو يمتلك ما يتيح له نقل الأخبار والأحداث والوقائع والمعلومات العلمية الدقيقة التي تعجز الأجهزة الأخرى الوصول إليها. (1)

ب- **الوظيفة التعليمية:** يقدم التلفزيون نوعاً من المعلومات المنهجية التي تستخدم إما لتدعيم عملية التعليم الرسمي أو تقدم معلومات تكسب المرء مهارات جديدة في إطارها التعليمي غير الرسمي، خاصة من خلال تعرفه للبرامج التعليمية التي توفر له مادة تفيد في حياته مادياً ومعنوياً، فتزوده بأخر منجزات المعلومة والتكنولوجيا والآداب والفنون والعلوم والآداب، كما تقوم بتسليط الحقائق العلمية والأدبية. (2)

ج- **الوظيفة الترفيهية:** لا تقل هذه الوظيفة أهمية عن باقي الوظائف الأخرى بالنسبة للتلفزيون، فالفرد لا يمكنه أن يعيش حياة عمل جادة، بحيث لا يجد فيها ما يخفف عن نفسه، وعن متاعبه ولذلك لطالما كان يلجأ إلى الغناء والرقص، النكت، اللعب، الرياضة وغيرها، وقد وقر لهكل هذا دون أن يغادر منزله فيحتاج إلى للترويح عن نفسه من خلال هذا الوقت في حرية دون التقيد بالتزامات مفروضة عليه، فيتعرض للرسائل التلفزيونية المختلفة كالدراما، الرقص، الموسيقى، الرسوم المتحركة باعتبارها أشكال ترفيهية أساسية والتي يمكن من خلالها تحقيق الأهداف بطريقة غير مباشرة وعلى الأخص إبراز التراث الثقافي للمجتمعات، ولذلك لطالما استخدم التلفزيون لتحقيق بعد الإشباع النفسية والاجتماعية لإزالة مختلف أشكال توتر الفرد خاصة من خلال البرامج الترفيهية. (3)

د- **الوظيفة الاجتماعية:** وتظهر هذه الوظيفة من خلال البرامج المتنوعة بما فيها من مسلسلات وأفلام ذات الطابع الاجتماعي، ويشير "لفين نوفر" إلى تأثير وأهمية العرض التلفزيوني في المجال

1 - محمد هاشم الهاجمي: الإعلام المعاصر وتقنيته الحديثة، دار المنهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006، ص 116-115.

2 - محمد هاشم الهاجمي ، مرجع سابق، ص 116-117.

3 - صالح خليل أبو وضح: الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط5، عمان، 2006، ص.

الإجتماعيحيث يقول: (صحيح أنّ المضمون المقصود للعرض التلفزيوني أي ذروته وسلوك الشخصيات الرئيسية فيه، كثيراً ما يرسم من الواقع الإجتماعي، غير أنّ معظم البرامج والإعلانات وكذلك الأفلام السينمائية تتضمن مستوى تكميلي أي ما يختزنه في ذاكرته ليشكل بذلك مخزون معلوماته التي يسقطها على حياته الاجتماعية ويستفيد منها).

هـ- **الوظيفة الإعلامية والترويجية:** يعد الإعلان من الوظائف الأساسية للتلفزيون في المجتمعات الحديثة والإعلان هو الوسيلة الحديثة للترويج وتسويق السلع والخدمات بأشكال مختلفة، حيث يقدم معلومات على مستويات عدّة تخدم المستهلك خاصة الإعلان التلفزيوني الذي يقدم خدمة لتنشيط الحركة الاقتصادية والتجارية الوطنية والعالمية.⁽¹⁾

و- **الوظيفة السياسية:** لا يقتصر دور التلفزيون على نقل الأخبار والمعلومات، فهو يستخدم كوسيلة تفسير وإقناع وتشكيل الرأي العام، مثلما يمكن أن يكون وسيلة لإيصال صوت الشعب إلى السلطة، أو مناقشة القضايا السياسية العامة من خلال مشاركة الأطراف الثلاثة (السلطة - الشعب - الإعلاميون) وفي هذه الحالة فإنّ التلفزيون يمكن أن يوصف بأنه منبر يستخدمه السياسيون لشرح أفكارهم وآرائهم ومواقفهم لعامة الناس بهدف تحقيق الإقناع وتغيير السلوك السياسي لمصالحهم ولا بد من توفر مجموعة من العوامل لتحقيق ذلك، من بينها حُسن إعداد البرامج وتنوعها وجاذبيتها للمشاهد والبعد عن السطحية.⁽²⁾

ز- **الوظيفة الثقافية:** يقوم التلفزيون كوسيلة إتصال جماهيرية بدور في نشر الثقافة بين الجماهير ونقل التراث الثقافي، فيربط أفراد الأسرة ببعضهم البعض والذي يمن من ربط أفراد المجتمع ببعضهم البعض بمجتمعات أخرى من خلال عرض قيمة وتقاليد ولغة وعادات، فعن طريق تقديم البرامج التلفزيونية

1 - محمد هشام الهاشمي: مرجع سابق، ص 116-117.

2 - محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 266.

المختلفة يتمكن أي مجتمع من الحفاظ على خصائصه ومميزاته وتجعله كذلك قادراً على الحفاظ على خصائصه ومميزاته، وتجعله أيضاً قادراً على حفظ تماسكه ووحدته وحماية فلسفته، بالإضافة إلى أن خصائص التلفزيون الفنية في نقل الصورة والصوت الحركة واللون وتروّد المتلقي بزداد ثقافي مشترك واسع⁽¹⁾ يساهم في تشكيل التذوق الفني والجمالي للجماهير المتلقية دون أن ننسى أن هناك برامج ثقافية تساهم في التثقت الإجتماعي من جانبها السلبي والإيجابي.⁽²⁾

1-5- خصائص التلفزيون:

تتميز وسيلة التلفزيون عن غيرها من وسائل الإتصال الجماهيري بعدة خصائص فيما يلي:

- الصورة والحركة واللون، حيث أنّ أهم ما يميز التلفزيون عن سائر وسائل الإعلام الأخرى، هو اعتماده على حاسة البصر بالدرجة الأولى، إلى جانب حاسة السمع وعن طريق حاسة البصر يكتسب الإنسان ثمانية أعشار معلوماته، كما أنّ استيعاب المرء للمعلومات يزداد بنسبة 35%، عند استخدام الصوت والصورة في آن واحد، كما تطول مدة الإحتفاظ بهذه المعلومة عندئذ بنسبة 55%، والحركة في التلفزيون تطرد عن المشاهد السأم والملل وذلك يحقق الهدف الأساسي وهو إيصال المعلومة؛⁽³⁾

- لكونه لا يكلف الناس مشقة الإنتقال لمشاهدة ما يقدمه ويعرضه من معلومات أو برامج عكس السينما، فهو يوجه رسائله إلى الأفراد في إطارهم الإجتماعي، حيث لا يتطلب مشاهدة التلفزيون استعدادات كالخروج من البيت أو التردد إلى دار السينما، فه لا يتسبب بأي عناء للمشاهد سواء الضغط على زر التحكم؛

1 - سمير عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010، ص 185.

2 - محمد هاشم الهاشمي، مرجع سابق، ص 115-116.

3 - ماجي الحلواني، مرجع سابق، ص 69.

الفصل الثانيمدخل للتلفزيون وخصوصية البرامج التلفزيونية

١٠٠٠

- التلفزيون أداة فعالة لإعلام والأخبار والتعليم والتبادل الثقافي بقل الأحداث التي تقع في أي مكان من العالم، لذلك يعتبر النافذة التي يطل منها المشاهد على العالم كله وبسبب طاقته الفورية ومشابهته للواقع يعتبر التلفزيون وسيلة مهمة في الإقناع والوصول على الأفراد؛⁽¹⁾
- يمكننا التلفزيون من مشاهدته والاستماع إليه أثناء القيام بأعمال أخرى كما يعطينا حرية اختيار أكثر من قناة؛
- عدم الحاجة إلى مهارة عند تشغيله، ويوفر عنصر التشويق لدى المشاهدة ، بالإضافة لكونه من بين أكثر الوسائل تمثيلاً للواقع، بما يمثله من مادة مصورة بألوان الطبيعة وصوت حقيقي.⁽²⁾
- تعدد إمكاناته من: مناقشة، حوار، تمثيل، تعليق علمي؛
- تجاوزه للبعدين المكاني والزمني إذ يمكن أن يصور لك قصصا من التراث وينقل لك صورة حية من التعليم في اليابان على سبيل المثال؛
- له القدرة على جذب الناس وانتباههم وله القدرة أيضاً على تركيز اهتمام الناس في أشياء محددة؛
- عدساته تكبر الأشياء التي لا تراها العين؛
- وصفه "سلفستون" بأنه وسيلة ساحرة معقدة مليئة بالتناقض يتميز عن باقي الوسائل بأنه وسيلة سمعي بصري تجذب العين والأذن لا يرسل الصورة فقط وإنما الصور المتحركة بما فيها حرة الجسم والتغييرات التي تنعكس على الوجوه، كما أنها وسيلة قوية وأنية يمكن بواسطتها الوصول إلى جميع الناس.⁽³⁾

1 - لمياء طالة: الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص 148.

2 - ماجي حلوان، مرجع سابق، ص 70-71.

3 - أحمد أبو هلال: المرجع في مبادئ التربية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 1993، ص 573.

1-6- البرامج التلفزيونية:

1-6-1- تعريف البرامج التلفزيونية:

أ- اصطلاحاً: هو كل ما ينشر ويبث ويستخدم في التلفزيون للإشارة إلى عمل فني يشغل مساحة زمنية محددة وثابتة ودورية ليعرض مادة من المواد الفنية أو العلمية أو الثقافة... إلخ.⁽¹⁾

ب- هي فكرة أو مجموعة من الفقرات المنتقاة يتولّى وضعها مخرج التنفيذ وتعتبر بمثابة العمل الذي يلتزم به جميع الأقسام والدوريات الفنية والهندسية ووحدات التشغيل والإنتاج، ويتضمن بالإضافة إلى أسماء البرامج ومواقيت إذاعتها بدقة أسماء المشاركين الرئيسيين فيهما المخرجين والمنتجين وجميع التفاصيل الفنية المطلوبة كأرقام التسجيلات وأنواع الأشرطة والأفلام المستخدمة، وضرورة شغل الفراغات الزمنية الطارئة التي قد تنشأ بين برنامج وآخر، وبعد الإنتهاء منه يتم توزيعه على صفحات الدوريات والأقسام.⁽²⁾

ب- **التعريف الإجرائي:** عبارة عن فكرة تُصاغ على شكل مضمون إعلامي يبث إما حياً أو مسجلاً، يشغل فترات زمنية محددة ضمن فترات البث التلفزيوني، عادة ما يجعل طابع معين يجسد طابع أو قالب يعالج ما يكون وفق سياسة القناة التي تبثه ويتخذ شكلاً مباشراً أو أفلاماً أو شرائط.

1-6-2- أهداف البرامج التلفزيونية:

البرنامج التلفزيوني شأنه شأن البرنامج التعليمي، ينبغي أن تتوافر فيه جملة شروط، وهذا البرنامج ينبغي ان يكون له أهداف يمكن حصرها فيما يلي:

1 - خالد محمد عبد القادر بوبكر، دور البرامج التلفزيونية في بث ثقافة المسلم المجتمعي (دراسة اتجاهات الجمهور

نحو برامج المسامح كريم على موقع يوتوب)، عدد 39، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة جازان.

2 - مرزوق عبد الحميد العادلي: الإعلانات الصحفية دراسة الاستخدامات والإشباع، دار الفجر للنشر والتوزيع، دط، القاهرة، 2004، ص 98.

أ- أهداف عقلية:

- ✓ توعية الأفراد وتثقيفهم بثقافة عصرية من خلال البرامج الثقافية والفكرية؛
- ✓ تدريب الأفراد وتزويدهم بالمهارات اللازمة للحياة؛
- ✓ توسيع مدارك الأفراد حول المكتشفات والمخترعات العلمية؛
- ✓ تعريفهم بأمور دينهم التي تعصمهم من الوقوع في الحرام والخطيئة.⁽¹⁾

ب- أهداف نفسية:

- ✓ المساعدة على تربية العواطف والمشاعر والأحاسيس الوطنية وتنمية التذوق؛
- ✓ المساعدة على التكيف السليم مع الجماعة وتجنب الانحراف؛
- ✓ المساهمة في بناء شخصية المواطن بنفس مطمئنة ووجدان مرهف وتخفيف العبء الحياتي عنه بألوان من الترفيه السليم.⁽²⁾

1-7- مراحل إعداد البرامج التلفزيونية:

أ- **الفكرة الأساسية (الموضوع):** يستطيع المعد من خلال المعاشية الكاملة للواقع المحيط به وإحساسه بمشكلاته وبقضاياها واهتماماته أن يدمج الأفكار التي تتناسب مع سياق البرنامج الذي يعده، ولا بد للفكرة المختارة أن تهم الجمهور المستهدف وتثير إنتباهه.

ب- **تحديد الغرض:** يتراوح غرض البرنامج ما بين الإعلام أي تقديم المعلومات بجمهور المشاهدين أو لفئة منهم، ويفتح ذلك أكثر من خلال النشرات والبرامج الإخبارية التثقيفية كالسياسية أو الدينية، وما يهمنها هي البرامج "الاجتماعية"، ويكون بغرض تبيان أو معالجة قضية اجتماعية مختارة تمس الجمهور.

1 - محسن جلول الكنانى: **تقنيات الحوار الإعلامي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص 129.

2 - نفس المرجع، ص 129.

ج- جمع المادة العلمية: جمع المعلومات، نبدأ هذه المرحلة بعد الاستقرار على موضوع أو فكرته الأساسية بشكل عام وتحديد الهدف منه.⁽¹⁾

د- كتابة السيناريو: يعرف كتاب معدو البرامج الاجتماعية شكلين هما:

أولاً: النصوص الكاملة فهي التي تستخدم عادة في البرامج الدرامية، حيث يكون بوسع الكاتب أن يتحكم في كل عناصرها ويحدّد كافة تفاصيلها من البداية حتّى النهاية؛
ثانياً: هي تلك النصوص غير الكاملة وفي هذا النوع لا يستطيع الكاتب أو المعد للبرنامج أن يتحكم في كل عنصر من البرامج الاجتماعية.

هـ- الإتصال والتنسيق: وهي المرحلة التي تعتبر الممارسات النهائية لإعداد البرامج التلفزيونية بالمصادر والتأكيد معهم على ميعاد التصوير والتنسيق مع فريق العمل، كالمخرج ومقدم البرنامج والتواجد في مكان التصوير لمتابعة سير العمل وفق الطريقة المتفق عليها.⁽²⁾

1-8- أنواع البرامج التلفزيونية:

أ- البرامج الإخبارية: وهي نوعية من البرامج هدفها الأساسي الإعلام الإخباري الذي يتمثل في تزويد الجماهير بالمعلومات والآراء التي لم يعرفوها من قبل أو التي تحظى باهتمامهم، لذا فإنّ مهمتها الأساسية هي إحاطة المتلقي بكل ما هو جديد بطريقة فورية ودقيقة.⁽³⁾

1 - سمير عبد النبي، مرجع سابق، 176.

2 - هدى بو عبد الله: تلفزيون الواقع وتأثيره على المراهقين (دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ الثانوي بغاية)، رسالة ماجستير، تخصص إعلام، قسنطينة، 2008-2009، ص 89.

3 - طارق سيد أحمد الخلفي: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعة، ط1، مصر، 2005، ص 100.

ب- **برامج الحديث:** هو أبسط الأنواع إذ يقتصر على متحدث واحد، يوجه حديثه إمّ للجمهور على الشاشة أو الجمهور في الأستوديو، حيث يعتمد بالدرجة الأولى على شخصية مقدمة.⁽¹⁾

ج- **برامج الأطفال الصغار:** منها البرامج الموجهة للصغار وأفلام الأطفال وقد تأخذ شكلاً كالمجلة المتعددة الفقرات أو برامج منوعات أو إستعراض أو أغاني أو تمثيلية أو على شكل عرائض تقدم أيضاً للكبار في شكل برامج تهدف إلى الترفيه من المتلقين أو إلى المتعة وإبداع.

د- **البرامج الثقافية:** هي مجموعة البرامج التي تعرض بشكل مباشر للأنشطة المتصلة في الأدب والنقد الأدبي والفنون التشكيلية والمسرح والسينما أو العلوم والدراسات الإنسانية والدينية وتبسيط العلوم والمعارف للعامة.

هـ- **البرامج الدرامية:** هي أشكال درامية يقدمها التلفزيون، وهي من أهم ما يربط المشاهدين بالشاشة لأنّ لها جانب كبير من التسلية وهذا راجع لكون التمثيلية أو المسلسل التلفزيوني يعالج قصة ذات هيكل وبناء وخط درامي مقتبسة من الوسط الإجتماعي.

و- **البرامج التعليمية:** منها المنهجية تشمل تعليم مدارس الابتدائي والمتوسط والثانوي أو التعليمي الجامعي وبرامج تعليم الكبار موجه إلى كل الفئات أمية أو متعلمة، وتعلم لغات وبرامج جامعات مفتوحة، حيث تخصص لها أوقات تتلاءم مع أوقات المستقبليين.⁽²⁾

ز- **البرامج السياسية:** هي التي تقدم في ثناياها أخباراً أو لقطات ومقابلات وتحليلات تعمل على تقديم آراء متنوعة للجمهور تساعدهم على إدراك الأحداث الجارية وتكوين رأي عام منها.

¹ - فهد بن عبد الرحمن الشميمري، **التربية الإعلامية**، كيف تتعامل مع الإعلام، مؤسسة التربية الإعلامية، دط، الرياض، د س ط، 2010، ص 45.

² - مرجع نفسه، ص 48.

ح- البرامج الاجتماعية: هي البرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية والبرامج التربوية الموجهة للشباب أو الأطفال أو المرأة وغيرها من البرامج كالصحية والأمنية.⁽¹⁾

1-9- أساليب تصنيف البرامج التلفزيونية:

من أساليب تصنيف البرامج التلفزيونية نجد:

❖ **التصنيف حسب الموضوع:** وتعني حسب المحتوى ومن ذلك نجد أنّ هناك برامج تحمل أخبار أو أخرى عبارة عن اجتماعية تهتم بقضايا المجتمع وثالثة علمية تركز على إمداد المتلقي بالمعلومات والتطورات، وأخرى تحتوي على مواد تعليمية أو مقررات دراسية وأخرى دينية إلى غير ذلك،⁽²⁾

❖ **حسب توقيت البث:** شهري، نصف شهري، يومي، صباح، مساء، ظهيرة، سهرة... إلخ؛

❖ **حسب اللغة:** استعمال اللغة الفصحى أو العامية أو ترجمة من لغة إلى أخرى أجنبية أو الدبلجة؛

❖ **حسب الهدف:** وذلك بتحديد الهدف الرئيسي، حيث يمكن تصنيفها إلى اجتماعية إذا كانت موجهة إلى الفرد وتمس حاجاته الإنسانية.⁽³⁾

❖ **حسب الجمهور:** يتم تصنيف البرامج التلفزيونية حسب حجم ونوعية الجمهور باختلاف حجمه وشرائحه ويمكن تصنيف البرامج التلفزيونية وفق ذلك إلى برامج قومية، إقليمية، محلية وأخرى أقليات دينية وثقافية وأخرى موجهة بشكل خاص (امرأة، أطفال، شباب)؛

1 - عاطف حمدي: **العمل الإذاعي والتلفزيوني (مفاتيح لنجاح وأسرار الإبداع)**، ددن، ط1، أبو ظبي، 2004، 184.

2 - فهد بن عبد الرحمن الشميمري، مرجع سابق، ص 45.

3 - طارق سيد أحمد الخلفي، مرجع سابق، ص 88.

❖ الشكل أو القالب الفني: سواء كان، تحقيق أو مجلة، ويعتبر هذا من أهم الأنواع في التصنيف

لأنه يمثل المدخل الذي يسهل دراسة البنية السياسية للتلفزيون.⁽¹⁾

10-1- تصنيف القنوات الجزائرية الخاصة:

إنّ القنوات الجزائرية الخاصة تعد انجازاً إعلامياً يستحق التشجيع على مزيد من الإحترافية والعمل المتواصل من أجل تكريس الإحترافية في الإعلام العربي الفضائي، فبعض الفضائيات الخاصة قد أوجدت على ما يأخذ عليها من تقليدية وضعف في المحتوى والشكل مشاهداتاً ناضجاً وواعياً وملماً بمجريات الأمور والأحداث، ولقد تنوعت القنوات الجزائرية والإقتصادية والدينية وقنوات الأغاني والقنوات الرياضية والثقافية والإعلامية والتجارية.⁽²⁾

1-10-1- التصنيف حسب المحتوى:

أ- القنوات العامة:

هي قنوات عامة تمتاز بالشمولية والتنوع، حيث تتوجه ببرامجها نحو جمهور عريض من مختلف الأعمار والذواق ومن مختلف الفئات الاجتماعية والفكرية والثقافية... إلخ، وهي تتشابه إلى حد كبير مع القنوات التلفزيونية الجزائرية، وتدرج ضمن هذا النوع من الفضائيات القنوات التالية:

◀ قناة الشروق تي في العامة: هي قناة تلفزيونية جزائرية مستقلة تصدر من مؤسسة الشروق،

انطلق بثها في الذكرى السابعة والخمسون (57) لاندلاع الثورة التحريرية المجيدة، وبمناسبة

الذكرى الحادية عشر (11) لتأسيس جريدة الشروق اليومي، حيث اتخذت من عمان مقراً لها،

¹ - فهد بن عبد الرحمن الشميري، مرجع سابق، ص 46.

² - الصغير بوحديدة: التلفزيون الجزائري وفئة الشباب (دراسة استطلاعية على عينة من الشباب بالعاصمة)، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 1989-1999، ص.

الفصل الثانيمدخل للتلفزيون وخصوصية البرامج التلفزيونية

١٠٢١

فيما بدأ بثها الرسمي في 15 مارس 2012، شعارها قناة كل العائلة، وتملك القناة مجموعة من المكاتب على مستوى الوطن ومكاتب عالمية أخرى، وتبث القناة على القمر الصناعي نيل سات، عربسات وهوت بيرد، إضافة إلى المسلسلات والحصص المتنوعة، تبث قناة الشروق مجموعة من البرامج أهمها:

- "وافعلوا الخير"؛
- "زدني" من إعداد وتقديم الإعلامي المعروف سليمان بخليلي؛
- "حرودي"، وهي سلسلة فكاهية؛
- "الصحة للجميع" من إعداد وتقديم الدكتور حمدي؛
- "موعد الأساطير" برنامج رياضي يستضيف ألمع نجوم الرياضة؛
- البرنامج الأسبوعي "خط أحمر" من إعداد وتقديم الإعلامية فضيلة مختاري؛
- "المنشار" سلسلة يومية فكاهية، من بطولة الفكاهي "سليم ألك".⁽¹⁾

◀ **قناة دزير تي في:** هي قناة جزائرية مستقلة انطلق بثها على الساتل في الثامن ماي 2013، بعد أن كانت تبث عبر الواب مجموعة من البرامج الرياضية ومباريات الدوري الجزائري، دزير تي في هي قناة عامة تتنوع برامجها بين نشرات الأخبار الرياضية والبرامج الاجتماعية والترفيهية، يوجد المقر الرئيسي للقناة في المرادية بالجزائر العاصمة، إلى جانب مكاتب أخرى بالعواصم العالمية، تبث القناة مجموعة من البرامج منها:

- "صباح دزير"؛
- "أحوال الناس"؛
- "دار بوب"؛

¹ - عبد الحميد الحفيزي، مرجع سابق، ص 161-162.

○ "المجلة الاقتصادية"؛

○ "الدار داركم"

○ "System DZ و Buzzshow"؛

○ "ملح الدار"؛

○ "ساعة الحقيقة"؛

○ "أقلام وآراء".

◀ **قناة الجزائرية:** هي قناة جزائرية خاصة، تم إطلاقها على القمر الصناعي أتلانتيك بيرد 7 في

بث تجريبي ثم انطلق بثها الرسمي ابتداءً من يوم 5 جويلية 2012، بشبكة برامج ثرية جداً،

تهدف القناة من خلال برامجها إلى إيصال صورة أكثر إشراقاً عن الجزائر، ومن أهم برامجها:

○ "قهوة القوسطو" هو برنامج أسبوعي يتنافس فيه مجموعة من الشباب على عرض أعمال

كوميديية تقيم من طرف لجنة مكونة من ثلاث أفراد وتقيم من طرف الجمهور من خلال

رسائل النقال القصيرة؛

○ "برامج جزائريات" وهو برنامج أسبوعي يتطرق إلى حياة المرأة الجزائرية وحياتها اليومية

من مختلف الجوانب؛

○ "دزايرنا" برنامج يومي يتعرض في كل حلقة إلى بطل من أبطال الثورة التحريرية؛

○ "كافي سبور" برنامج رياضي متنوع من تقديم مراد بوطاجين؛

○ "كريبتيكا" برنامج أسبوعي ثقافي اجتماعي يقده الأستاذ ناصر جابي؛

○ "30 يوم تحقيق" برنامج شهري؛

○ "في الدين والحياة" برنامج أسبوعي ديني؛

○ "دير دورا" برنامج حوارى مع الفنانين في الجزائر؛

○ "اليد في اليد" برنامج خيري أسبوعي من إعداد وتقديم نعيم سلطاني.(1)

ب- القنوات المتخصصة:

نقصد بها القنوات المتوجهة إلى فئة خاصة داخل المجتمع، نذكر منا:

1- قنوات الأسرة والمرأة:

يتم تقديم برنامج بكل ما يتعلق بالأسرة والمرأة من أجل بناء هادف لها من خلال التوعية الصحية والنفسية والبيئية وغيرها، إضافة إلى برامج الطبخ والجمال والموضة في مجال عرض الزياء والديكور ومن هذه القنوات:(2)

◀ قناة سميرة تي في: هي قناة متخصصة موجّهة للنساء الجزائريات والمغربيات، تهتم بالطهي، الخياطة، التقاليد في الحياة، يوجد مقرها بالجزائر العاصمة وتبث على النايل سات حاليا، تبث برامج الطهي والمأكولات والحلويات الجزائرية والسورية .

2- قنوات الأطفال:

تقدم برامج للأطفال تتميز بالترفيه والمسابقات المثيرة إضافة إلى أفلام الكرتون وبرامج وثائقية وتعليمية ومغامرات علمية، تعتبر قناة جرجة للأطفال القناة الوحيدة لحد الآن التي تحتل الساحة الإعلامية المرئية في الجزائر، وهي قناة مستقلة خاصة ببرامج الأطفال، انطلق بثها التجريبي في أفريل 2013، للقناة ثلاث مقرات في كل من بغداد، الجزائر العاصمة وجنيف. أمّا انطلاق البث الرسمي للقناة فكان في عيد الطفولة الفاتح من جوان من نفس السنة، وتعتبر قناة جرجة أول قناة جزائرية ومغربية موجهة للأطفال، والتي جاءت في ظل وجود العديد من القنوات بالمشرق والخليج العربي والبعيدة كل البعد عن هوية الطفل الجزائري والمغربي، إضافة إلى الرسوم المتحركة والأناشيد وبرامج الأطفال، تبث

1 - عبد الحميد الحفيزي، مرجع سابق، ص 162-163.

2 - الموقع الإلكتروني: web.kbc.algerie.tv، أطلع عليه بتاريخ: 2020/04/23، على الساعة 13:15.

قناة جرجرة مجموعة من البرامج الهادفة من إنتاجها الخاص من مثل ذلك: "كريمو"، "الماجيك"، "حاجة من والو"، "مصطلحات مدنية"، "خريشات"، "ذراري في داري"، "ربيني صح"، "ذاكرة الأيام"، "سلسلة هل تعلم؟"، "لقطة اليوم".⁽¹⁾

3- القنوات الرياضية:

نعني ببرامج الرياضة العربية والعالمية ، كما تقدم نقل مباشر للعديد من المباريات، سواء في كرة القدم أو كرة السلة وأنواع السباقات والملاكمة وغيرها من الرياضات الأخرى، هذا بالإضافة إلى تعليق خبراء ومتخصصين في المجال الرياضي، ومن بين القنوات الرياضية نذكر: ستاد نيوز " والهداف تي في".

4- قنوات التسوق والإعلانات التجارية:

وهي قنوات تهتم بأخبار السوق وكل ما له علاقة بالمال والأعمال، كما تهتم أيضا ببث إعلانات نصية أو مصورة للسلع والخدمات، ومن بين هذه القنوات نذكر: "دزاير شوب" و"دزاير 24"، وهي قنوات إعلامية تجارية شعارها "أعلن بالصرف وخلي الكاغط عندك"، هي أيضا قناة جزائرية مخصصة في بث ونشر الإعلانات التجارية وقد رأت النور في شهر ماي 2013.⁽²⁾

5- القنوات الإخبارية:

هي التي تهتم بالشأن السياسي والإقتصادي في البلاد:

¹ - الموقع الإلكتروني: www.startimes.com/1fastp=29879209، أطلع عليه بتاريخ: 2020/04/23، على الساعة 11:34.

² - علي بيّاتة: إتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القنوات الفضائية الخاصة (دراسة على عينة طلبة الماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المدية)، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة يحيى فارس، المدية، الجزائر، 2014، ص72.

المغربية: هي قناة حوارية وإخبارية تأسست في نوفمبر 2011 وبدأت في بث برامجها يوم 16 ديسمبر 2011، تعمل على تسليط الضوء على القضايا السياسية والإقتصادية والإجتماعية، تهتم بالمواطنين في جميع الدول المغربية وتبث مباشرة من المملكة المتحدة البريطانية، وقد أعلنت قناة المغربية أنها قناة موجهة بنسبة 50 إلى 60% من شبكتها البرمجية للمشاهد الجزائري مع برمجة متنوعة وإخبارية وأسئلة موضوعاتية ومختلف الآراء، وقد أعلن سليم صالحى أنّ أحد مؤسسيها هو نجل عباسي مدني رئيس الجبهة الإسلامية للإنقاذ المحصورة في الجزائر، وتسمى قناة المغربية لأن تكون فضاء لتواصل الشعوب المغربية، شعارها "مغربية بلا حدود"، ومن أهم برامجها نجد:

- "صدى الشارع"؛
- "قالت الصحف"؛
- "الحدث المغربي"؛
- "العالم اليوم"؛
- "مواطنين مع وقف التنفيذ"؛
- "واش قالو فيفي الجرنان".

قناة النهار تي في: هي قناة جزائرية مستقلة أنشأها مجموعة من الإعلاميين والصحفيين الجزائريين، انطلق بثها يوم 06 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية وإتخذت القناة مقرها الرئيسي بالعاصمة الأردنية عمان، ليبدأ البث من هناك على قمر النايل سات، تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي بالجزائر، حيث أنّ برامجها كانت مزيجاً بين نشرات الأخبار الرياضية والأخبار الاقتصادية في الجزائر، وكذا أخبار الصحف الوطنية، من أهم برامجها التي تقدمها:

- "نشرات الأخبار"؛

- "أخبار النهار"؛
- برامج اجتماعية؛
- "الحدث"؛
- برامج رياضية؛
- الأركان السياسية.(1)

◀ **نوميديا نيوز:** هي قناة إخبارية جزائرية مستقلة، قد اتخذت هذا الاسم تيمناً بمملكة نوميديا الأمازيغية التي قامت فيما قبل التاريخ، وهي الجزائر حالياً. انطلق في 11 ديسمبر 2011 بثها حيث اهتمت بآخر المستجدات السياسية والرياضية على الساحة الجزائرية العربية والدولية، وهي قناة إخبارية لكون معظم برامجها ذات صبغة إخبارية إلى جانب بعض البرامج الحوارية والتفاعلية والاجتماعية، مقرها المركزي بجنيف بسويسرا، إلى جانب مقرها الفرعي بالجزائر وفروع أخرى بدول الخليج وأمريكا. تهدف القناة بالدرجة الأولى إلى إيصال صورتها إلى مختلف أرجاء العالم وهذا من خلال بثها لنشرات إخبارية تتابع الأحداث في كل مكان وبكل مصداقية، خاصة وأنّ القناة تحصلت على رخصة من أكبر الهيئات العالمية وتبث إلى جانب اللغة العربية وباللغة الأمازيغية والفرنسية والإنجليزية والإسبانية، ومن أهم برامج القناة:

- "نشرة الجزائر": التي تسلط الضوء على أهم المستجدات السياسية في الجزائر؛
- "نشرة المغرب العربي والساحل": تهتم بأخبار دول المغرب العربي ودول الساحل؛
- "نشرة اليمن وشبه الجزيرة العربية": وتهتم بآخر المستجدات في منطقة شبه الجزيرة العربية واليمن؛

¹ - الموقع الإلكتروني: www.startimes.com/1fastp=29879209، أطلع عليه بتاريخ: 2020/04/23، على الساعة 15:15.

- "نشرة فلسطين": وهي نشرة خاصة بدول فلسطين المحتلة وأهم مجريات الأحداث؛
 - "نشرة تركيا وما جاورها": نشرة خاصة بمختلف الدول القريبة من تركيا؛
 - "نشرة أوروبا الشرقية": وهي نشرة تهتم بأخبار هذه الدول؛
 - "المجلة الأوروبية": وهي نشرة عامة عن أخبار دول أوروبا؛
 - "نشرة أمريكا": وهي نشرة تلم بأهم الأخبار والأحداث في القارة الأمريكية؛
 - "رأي في الحدث" و"سري جداً" مع طوني خليفة؛
 - "تحقيقات": الذي يسلط الضوء على مظاهر الفساد وغيرها في الوطن والعالم.⁽¹⁾
- ◀ قناة الشروق نيوز: هي قناة إخبارية تابعة لمؤسسة الشروق، حيث انطلق البث الرسمي لها يوم 19 ماس 2014، في احتفالية خاصة بمناسبة السنة الثانية لإطلاق أول قناة تابعة للمؤسسة، تهتم بتغطية الأحداث الوطنية والدولية، شعارها "كن أول من يعلم" ويدير القناة سمير بوحاجة، وتسعى القناة للإلتزام بالمهنية والموضوعية، كما سخرت القناة كل الإمكانيات المادية لتزويد جميع المراسلين داخل الوطن وخارجه بأحدث الوسائل في القطاع السمعي البصري لمواكبة الأحداث الوطنية وتغطيتها بكل حيادية ومهنية، من أهم برامجها:⁽²⁾
- الأخبار، موجز الأنباء، الاقتصاد، النشرات؛
 - البرامج الحوارية السياسية: "هنا الجزائر"، "الساعة الدولية"؛
 - "التحقيقات الكبرى"، "الشروق تحقق"؛
 - البرامج الحوارية الرياضية: "ستوديو فوت"؛
 - "الحلقة المفقودة"؛

1 - علي بيّاتة: مرجع سابق، ص 75.

2 - عبد الحميد الحفيزي: مرجع سابق، ص 164.

○ "يحدث في العالم".

◀ قناة دزاير نيوز: قام رجل الأعمال صاحب شركة حداد للأشغال العمومية "علي حداد"، بإنشاء قناة دزاير نيوز، والتي هي عبارة عن قناة إخبارية بامتياز، وقد ظهرت في الجزائر مقام قناة الوثائم تي في. وتبث القناة مجموعة من البرامج والحصص المتنوعة في مختلف المجالات، أهمها البرامج السياسية والرياضية، بالإضافة إلى الحصص لدينية.⁽¹⁾

1-10-2- التصنيف حسب الملكية:

القنوات الفضائية الحكومية الرسمية:

ويقصد بها تلك القنوات التي تمتلكها الهيئات التلفزيونية الرسمية وتتبعها تبعية كاملة، تمويلاً وسياسة وتوجيهاً، ومن بين هذه القنوات نجد:

◀ **كنال ألبيري الفضائية:** التي تعمل كرابط ثقافي مع الجالية الجزائرية بالخارج وبالأخص أوروبا؛

◀ **قناة الجزائرية الثالثة:** وتعرف أيضاً باسم تلفزيون الثالثة، وهي تتوجه إلى العالم العربي؛

◀ **قناة الأمازيغية:** وهي عبارة عن قناة ناطقة بالأمازيغية بمختلف لهجتها القبائلية، الشاوية، الترقية. بالإضافة إلى قناة القرآن الكريم.⁽²⁾

◀ **قناة الهقار:** هي قناة جزائرية مستقلة تم افتتاحها في التاسع من شهر ماي 2012 حيث بدأت كبت تجريبي إلى غاية انطلاق بثها الرسمي في نوفمبر من نفس السنة، القناة ملك لحسان بومعروف صاحب شركة المشروبات "فلاش" وشريكه "مولودي محمد" صاحب دار الوعي للنشر،

¹ - جمعي فتيحة: دور القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة في تنمية الوعي السياسي لدى أساتذة الجامعة (دراسة ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية)، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة يحيى فارس، المدية، الجزائر، 2014، ص 34.

² - جمعي فتيحة: مرجع سابق، ص 38.

الفصل الثانيمدخل للتلفزيون وخصوصية البرامج التلفزيونية

١٠٢١

القناة عامة محافظة باعتبار أنّ محمد مولودي درس الشريعة الإسلامية في سوريا ولبنان وأغلب إصدارات دار الوعي تهتم بالجانب الديني، والهقار قناة عائلية متنوعة، تبت مجموعة من البرامج منها:

○ "برنامج الخط البرتقالي": هو برنامج اجتماعي يعالج بعض القضايا والمشاكل الاجتماعية، من إعداد وتقديم مهدي قجور؛

○ "برنامج أهل الخير": وهو برنامج اجتماعي من إعداد وتقديم عثمان شهباري؛

○ "كونك كيفهم": برنامج شباب يهتم بالموهب الشابة التي شقت طرقها في عالم النجاح؛

○ "الكاميرا المكشوفة": وهو برنامج يهتم بمشاكل الأحياء والبلديات وكل ما يعني المواطنين، من إعداد وتقديم أحمد حضري؛

○ برنامج "الهقار الرياضي"؛

○ برنامج "صدى النجوم"؛

○ تقارير إخبارية يومية عما يحدث في الساحة الوطنية والعالمية.

◀ **قناة الخبر:** هي قناة تلفزيونية خاصة تابعة لمؤسسة الخبر، وهي قناة عامة تبت الأخبار

والمسلسلات والحصص وبرامج الأطفال والطبخ وبرامج الموسيقى، أنشئت في ديسمبر 2013

تحت إدارة المدير العام السابق لجريدة الخبر السيد علي جري، تضم طاقماً من الصحفيين مقرها

العاصمة الجزائرية، من أهم برامجها:

○ برنامج "عن قرب": مختص في التحقيقات والروبورتاجات من إعداد وتقديم الإعلامي

زبير فاضل.⁽¹⁾

¹ - الموقع الإلكتروني: www.dzguidetv.com/akph21545، أطلع عليه بتاريخ: 2020/04/11، على الساعة

2- البرامج التلفزيونية الاجتماعية:

2-1- مفهوم البرامج الاجتماعية:

من أكثر البرامج تشعباً، لما تحمله من قيمة وارتباط وثيق بالمجتمع ويعالج المشاكل الاجتماعية، ويكون موجّه للشباب أو الأطفال أو المرأة وغيرها، ومضمون البرامج الاجتماعية يعتمد على الموضوع والفئة الموجهة لها، فالبرامج الموجهة للأطفال تختلف عن تلك التي تكون معدّة للشباب من حيث الطريقة واللغة المستخدمة والمادة التي يضمنها البرنامج.

وقد يكون الإعلام من نوع آخر نسميه الإعلام الاجتماعي وهو الذي يتعلق بالإعلام الذي يستهدف جماعة أو مجتمعاً معيناً بقصد الإخبار وتوصيل المعلومات والحقائق من أجل إحداث تأثير في سلوك هؤلاء الأفراد والجماعات الأخرى ذات الصلة من ناحية أخرى وخصوصاً علم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع وطبيعة الإعلام الاجتماعي كنوع من أنواع الإعلام أذن نجد إن الإعلام الاجتماعي ذا صلة وثيقة بالمجتمع.⁽¹⁾

ويقوم البرنامج الاجتماعي على مبدأ المشاركة الجماهيرية في إنتاج من خلال المقابلات الميدانية التي يقوم بها مقدم البرنامج، ويكون محور البرنامج الاجتماعي الجمهور نفسه بواقعه ومشاكله ووجهات نظره، حيث يعالج هذا النوع من البرامج المواضيع التي تندرج ضمن المواضيع الاجتماعية على اختلاف أنواعه أو البرنامج الاجتماعي يكون ملماً بكل ما يخص الفرد داخل الجماعة أو بمفرده من تعلم وتربية وتنشئة وإتيكيت.⁽²⁾

1 - د. سناء محمد الجبور: الإعلام الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 12.
2 - إبراهيم عزيز: تكنولوجيا الإتصال الحديث وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، ط1، الجزائر، 2012، ص 197.

2-2- مفهوم الإعلام الاجتماعي:

نسق عملي فكري يبحث عن النهوض بالإنسان، كمضمون للاتصال، والذي يهدف إلى وضع الأفراد والمجموعات الاجتماعية في علاقات بعضهم مع البعض الآخر، ويبدو أنّ الإعلام الاجتماعي هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدم مختلف مكوناته وسماته لخلق باب التحوار والتفاعل في جو من التسامح والاحترام المتبادل فيما بينهم.⁽¹⁾

2-3- شروط الإعلام الاجتماعي:

من أهم شروط الإعلام الاجتماعي احترام الجمهور والبحث عن تفاعلية حقيقية معه ويتم تقييم الإعلام الاجتماعي عن طريق:

- احترام الجمهور والنظر إليه على أنّه إتصال وليس مجرد مستقبل بسيط؛
- البحث عن تفاعلية حقيقية مشاركة الجماهير في فعل الإتصال؛
- انتباه خاص معطى لأخلاقيات الإتصال مستنداً إلى الشرعية الأخلاقية الخاصة؛
- هاجس تربوي يسعى ليكون الجمهور شريكاً مستقبلاً؛
- نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية والثقافية والاجتماعية؛
- أنماط معالجة إعلامية تخرج عن الأمور المطروحة.⁽²⁾

ويقوم الإعلام بتعزيز الأمور التالية:

- البحث عن استقلالية المحاور؛
- احترام الأخلاقيات؛

¹ - القادري عيسى نهون: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على نجوم التفكير، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007، ص 131.

² - القادري عيسى نهون: مرجع سابق، ص 232.

- التبادل المعاكس لكن واقع الحال يقول غير ذلك، وإذا كان الإتصال الإجتماعي يريد أن يشغل المكان الذي يعود له في قلب الإتصال المؤسساتي والإعلامي؛
- متابعة جهود الإتصال الدافعي للقطاع الثالث أو للمجتمع المدني؛
- توسيع دائرة الموصول إلى الميديا؛
- تشجيع البحث حول مساهمة إتصال القطاع الثالث في علم الإتصال بشكل عام، ومساهمة الإتصال التعاوني في إشكالية الإتصال الجماعي.⁽¹⁾

2-4- مراحل إعداد البرامج الاجتماعية التلفزيونية:

تخضع عملية إعداد البرامج التلفزيونية الاجتماعية إلى مجموعة من المراحل والخطوات التي تمكن معدّ البرنامج من السير المنهجي المؤدي إلى عمل ناجح بمقياس إعداد البرامج، ويتم إخراجها في شكله النهائي الذي يصل للجمهور عبر موجات الأثير، وتكون أول خطوة في إعداد هذه البرامج إنطلاقاً من الفكرة التي تأتي عند عرض قضية اجتماعية محددة من المجتمع والرغبة في البحث عن حل لها، ويضع معدّ البرنامج الإجتماعي تصوراً عنها يعززها بالبحث والتقفي ويحدّد فيه نوع من المضمون الذي يسعى إلى طرحه ومعالجته إعلامياً أو على طرحه دون معالجته.⁽²⁾

- فالبرامج يبدأ بفكرة في ذهن معدّه ثم يجسدها في الواقع؛
- يتبناها المنتج؛
- الإخراج: أي يتوقف على إخراجها من طرف منتج معين؛
- تحديد الأهداف المرجوة والخطوات المتبعة؛
- جمع المادة الإعلامية؛

1 - نفس المرجع، ص 233.

2 - كرم شلبي: المنبع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، دار مكتبة الهلال، بيروت، ط1، 2008، ص 282.

الفصل الثانيمدخل للتلفزيون وخصوصية البرامج التلفزيونية

١٠١

- اختيار القالب الفني للبحث من بين القوالب الأخرى الشائعة؛

- تحديد الجمهور المستهدف؛

- تحديد الزمن والمدة؛

- وأخيراً، بلورة البرنامج في شكل مادة إذاعية تبث مع البرامج المحصص إذاعتها.(1)

وخلال الإعداد يجب: أن يكون واعي ومدرك أهمية المشاكل الاجتماعية لإعطاء الصورة الحقيقية ونقلها

للجمهور المستهدف وذلك بالنظرة الشمولية عن القضايا وليس نظرة سطحية مع مرأى مستوى الجمهور

ودرجة استيعابه وما يلائم قدراته وما يتماشى مع تصوراتهِ.(2)

ويمكن إيجاز إعداد البرامج الاجتماعية فيما يلي:

✓ التفكير بأكثر مشكلة تهتم أكبر قدر من الناس؛

✓ التفكير في بأكثر مشكلة تهتم أكبر قدر من الناس؛

✓ تحديد الجمهور المستهدف وما يتطلبه من خصائص وسمات؛

✓ الوقت؛

✓ المستضافين -الشخصيات التي يتم استضافتهم في البرنامج-(3)

2-5- أنواع البرامج التلفزيونية الاجتماعية:

يستوحي البرنامج الاجتماعي مادته من داخل عمق المجتمع وتتعدد المضامين والمواضيع

الاجتماعية من مجتمع لآخر.

1 - كرم شلبي، مرجع سابق، ص 282.

2 - نورية بوقزولة: البرامج التلفزيونية في محيط متغير (دراسة تحليلية لشبكة برامج الجزائر TV لموسم 1999-

2000)، قسم لوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2003-2004، ص 116.

3 - كرم شلبي: مرجع سابق، ص 282-283.

فيود هناك نوعان من البرامج الاجتماعية التلفزيونية هما:

أ- البرنامج الإجتماعي العام:

ويبث بانتظام أسبوعي أو نصف شهري أو شهرياً، حيث يعالج مضمون اجتماعي كتربية

الأطفال، العنف، الطفل بين البيت والمدرسة، وخاصة المشاكل الأسرية كالتفكك الأسري.⁽¹⁾

2-6- تصنيفا البرامج الاجتماعية:

يمكن تصنيف الحصص إلى قسمين:

✓ الحصة الخاصة بالحياة الدولية: كالتعرف على قضايا الدول ويطلق عليه في الأخبار:

التحقيقات الكبرى؛

✓ الحصة الخاصة: وتهتم بحياة المواطن وقضاياه المختلفة والمشاكل والقضايا الهامة.

2-7- خصائص البرامج الاجتماعية:

تعتبر البرامج الاجتماعية شكلاً من أشكال البرامج الحديثة نسبياً في الجزائر والعالم العربي وبها

العديد من الخصائص التي تميزها عن غيرها من البرامج، وتتمثل في:

- الحالة؛

- الإشارة؛

- ارتفاع نسبة المشاهدة؛

- تنوع الجمهور المستهدف؛

- التفاعل مع المشاهد؛

¹ - سامية بنت علجية: أولويات البرامج الاجتماعية على الفضائيات العربية، مذكرة ماستر، كلية علوم السياسة والإعلام، جامعة الجزائر 3، 3013، ص 102.

- المصداقية وحرية التعبير.(1)

ولهذا تعتبر البرامج الاجتماعية أحد اشكل البرامج التي تتمتع بالعديد من الخصائص التي تهتم في بناء هذا القالب البرامجي الذي يتمتع بالمصداقية والحيوية والتفاعلية مع الجمهور، وأداة قوية للإستعانة والتأثير على سوك الأفراد والرأي العام.

2-8- مميزات البرامج الاجتماعية:

- يخصص للبرامج الاجتماعية وقت محدد أو ثابت يتعود عليه الأفراد؛
- الوصول إلى عمق المجتمع وذلك راجع لمعالجته للقضايا الداخلية كالأسرة (المشاكل الأسرية)؛
- الأداء الفني العالي المتميز والمؤثر والقوي؛
- التركيز على طبيعة الجمهور لإستهدافهم بمواضيع تهمهم.(2)
- الإقناع وهو محاولة مقصودة من المرسل لتغيير معتقدات أو اتجاهات أو سلوكيات المستقبل عن طريق نقل بعض الرسائل.(3)

2-9- أهداف البرامج الاجتماعية:

- ✓ تنثير اهتمام الجمهور بمختلف القضايا الاجتماعية والسياسية الهامة، فقد إهتمت بموضوعات كثيرة مثل: المساواة، حقوق المرأة وقضايا المجتمع.(4)
- ✓ العمل على توعية المجتمع ببعض المشاكل التي قد يواجهها المجتمع في حياته؛
- ✓ أن تكون هذه البرامج متنفس للجمهور من خلال مشاكله؛

1 - كرم شلبي: مرجع سابق، ص 282.

2 - سامية بنت علجية: مرجع سابق، ص 103.

3 - د. سناء محمد الجبور، مرجع سابق، ص 152.

4 - إبراهيم عزيز: مرجع سابق، ص 200.

الفصل الثانيمدخل للتلفزيون وخصوصية البرامج التلفزيونية

١٠١

- ✓ إستشراف المشكلات الاجتماعية؛
- ✓ تقديم حلول مؤقتة أو دائمة للمشكلات الاجتماعية؛
- ✓ المحافظة على الإرث الثقافي والاجتماعي؛⁽¹⁾
- ✓ تنمية الإتجاهات الإيجابية والعادات الاجتماعية السليمة؛
- ✓ التحذير من أفاق والمشكلات الاجتماعية مثل: الفقر، السرقة، الطلاق، الرشوة؛
- ✓ تعريف الأفراد بمستجدات الأفراد؛
- ✓ تبيان القوانين والحقوق والواجبات الاجتماعية؛
- ✓ عرض التجارب الناجحة على المستوى العالمي أو الإسلامي لأخذ التجربة.⁽²⁾
- ✓ فتح مجال أمام الإشهارات والتسويق بشكل كبير من خلال الإعلانات المتلفزة خلال بث البرامج الاجتماعية، قد يرفع نسبة المبيعات وتحسين الاقتصاد.⁽³⁾

1 - سامية بنت علجية، مرجع سابق، ص 103.

2 - محسن جلول الكناني، مرجع سابق، ص 31.

3 - The Impact of Social TV on How We Consume Advertisements, Marketing faculty. (see <https://msb.georgetown.edu/news-story/social-tv/#>).

الفصل

الثالث

ماهية العمل التطوعي

تمهيد:

لقد اضحى العمل التطوعي في عصرنا الحالي ضرورة من الضروريات في الحياة، لما له من رسالة إجتماعية هدفها الأساسي المشاركة في تنمية المجتمع وتعزيز تماسكه مما جعل الحكومات في المجتمعات سواء متقدّمة أو نامية تعوّل عليه كشريك لها في مسيرة البناء والتنمية الحضارية التي تنتشدها، والعمل التطوعي ليس وليد اللحظة وإنما ضارب بجذوره في عمق التاريخ منذ بدايات الأولى للإنسان، وحاجته للنقابين ضمن الإطار الجماعة التي تقتضي منه التعاون معها ومساعدة من هو في حاجة للمساعدة.

1- ماهية العامل التطوعي

1-1- العمل التطوعي في الحضارات والديانات السماوية:

1-1-1- العمل التطوعي في الحضارات:

لقد ارتبط ظهور العمل التطوعي ظهور الإنسان على وجه الأرض وتفاعله مع الطبيعة، الأمر الذي حتمّ عليه أن يكون دائماً في حاجة لمساعدة الآخرين له في قيامه بأداء الحياة وهم بدورهم في حاجة لمساعدته لهم وهذا ضمن إطار تفاعله مع محيطه الاجتماعي، وهكذا أخذ العمل التطوعي يتطور بتطور المجتمعات الإنسانية عبر الحضارات المتعاقبة⁽¹⁾. والتي يمكن رصد بعض صور العمل التطوعي في لوحات الحضارات الإنسانية القديمة فيما يلي:

أ- **العمل التطوعي في الحضارة المصرية:** لقد عرفت الحضارة المصرية القديمة مظاهر العمل التطوعي والذي يتجسد في مساعدة الفقراء على سد احتياجاتهم الأساسية، كتقديم المئّن (التغذية) الغذائية والألبسة من قبل العائلة الفرعونية، خاصة التبرعات من التجار والحرفيين لفائدة الفقراء والأيتام والعبيد، وذلك ما عبرت عنه الآثار المصرية القديمة.⁽²⁾

ب- **العمل التطوعي في الحضارة الرومانية والإغريقية:** لم يقتصر العمل التطوعي فقط على الحضارة المصرية القديمة، وإنما كذلك أوروبا قديماً⁽³⁾. إذ عرفت أشكال العمل التطوعي وذلك من خلال الحضارتين الإغريقية والرومانية، ففي الحضارة الإغريقية ظهر العمل التطوعي فيها من خلال اهتمام طبقات النبلاء والأغنياء بتقدّم مختلف أوجه الرعاية إلى أبناء السبيل والأيتام وكذلك توفير المئّن

¹ - عبد الله العلي النعيمي: العمل التطوعي الاجتماعي مع التركيز على العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية، مكتبة فهد للنشر والتوزيع، دط، الرياض، 2005، ص 23.

² - راغب السرجاني: رحاء بينهم (قصة التكافل والإغاثة)، شركة نهضة مصر للطباعة والنشر، ط1، الجيزة، مصر، 2010، ص 119.

³ - عبد الله العلي النعيمي، مرجع سابق، ص 23.

للغرباء، وإعداد الأكل لهم، ولم يقتصر هذا النشاط على المجتمع الإغريقي فقط بل تعدّاه إلى السلطة الحاكمة، والتي تكفلت بتوفير الاحتياجات الأساسية لمختلف فئات المجتمع الإغريقي، بينما في الحضارة الرومانية والتي تتميز بناؤها الاجتماعي بالفوارق الطبقيّة فكانت طبقة النبلاء طبقة الأشراف تهيمن على مجال الحياة العامة في المجتمع الروماني، إلّا أنّ ذلك لم يمنع من وجود مظاهر العمل التطوعي في هذا المجتمع، فقد عملت طبقة النبلاء على توزيع المؤن الغذائيّة على العبيد والفقراء والمحتاجين والأرامل وعوائل الجنود المحاربة في الجيش الروماني، كما حرصت المعابد على جمع التبرعات من التجار والفئات الميسورة وتشكيل لجنة تحت إشرافها لتوزيع أكياس القمح والشعير والزيت والخضر على الفقراء والدقيق من المجتمع الروماني خاصة من فترات القحط.⁽¹⁾

1-1-2- العمل التطوعي في الأديان السماوية:

على الرغم من ظهور العمل التطوعي منذ القديم في الحضارات الإنسانيّة القديمة والتي كان بعضها متزامناً مع بعض وبعضها الآخر قبل ظهور هذه الديانات السماوية، إلّا أنّ العمل التطوعي لم يتخذ الرؤية الواضحة والإدراك العميق إلّا بعد الزوال، نزول الشرائع السماوية والتي دعت صراحة له وحثّت على ممارسته من خلال الأديان السماوية الثلاثة هي:⁽²⁾

أ- **العمل التطوعي في الديانة اليهودية:** لقد حثّت التعاليم اليهودية على العمل التطوعي ورغبت إليه الناس من خلال عديد النصوص اليهودية، خاصّة في العهد القديم ولعلّ أبرز صور هذا الترغيب ما جاء في الوصايا العشر التي نزلت على سيدنا موسى عليه السلام والتي من بينها:⁽³⁾

- طوبى الذي نظر إلى المساكين في يوم الشر ينجيه الرب؛

1 - نفس المرجع، ص 120.

2 - حسن الصغار: **العمل التطوعي في خدمة المجتمع**، الأطياف للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 2007، ص 35.

3 - راغب السرجاني، مرجع سابق، ص 121.

- افتح بابك لأخيك المسكين والفقير في أرضك؛
- من يرحم الفقير يعرف الرب، وعن معرفته يجازيه؛
- من الضروري تقديم العون والمساعدة إلى للفقير والمسكين والمفطر ولا يجب أن ينهر الفقير ولا يحقر المسكين.⁽¹⁾

ب- العمل التطوعي في الديانة النصرانية: لقد جاءت الديانة النصرانية لفي أصولها الأولى امتداداً للديانة اليهودية وتأكيداً للشريعة الإلهية على الأرض والتي أقرت منذ نزولها على توطيد أوامر التعاون والتضامن والبر والإحسان بين بني البشر على اختلاف مستوياتهم وانتماءاتهم، وهذا تجلّى في تعاليم العهد الجديد الذي أسس منذ ظهوره إلى الأصول الأولى للرعاية الاجتماعية وقيم التطوع، ومن بين ما جاء فيه:

- بالصدقة يقبل الصوم، ومعها تقبل الصلاة؛
- من سألك أعطه ومن أراد أن يقترض منك فلا ترده؛
- الله سبحانه وتعالى يكافئ من يشيع الفقير؛
- كل أنواع الهبات مرغوبة فيها.

لذلك عملت النصرانية منذ ظهورها الأول على الدعوى إلى ترسيخ قيم التسامح والتضامن والتكافل بين أفراد المجتمع، وظهرت ملامحها في رعاية الأيتام والأرامل الذي عملت الكنائس المسيحية على التكفل بهم من خلال الأديار (دير) التي تم تأسيسهم لخدمة الكنيسة ورعاية هؤلاء الأفراد، ما تم

¹ - نفس المرجع، ص ص 121-122.

انشاء بيوت المحبة وهي عبارة عن مراكز تقدم خدمات إنسانية للأطفال والنساء والمهاجرين، يتم تمويلها من قبل الكنائس إلى جانب تأسيس المؤسسات الخيرية والملاجئ.⁽¹⁾

ج- العمل التطوعي في الدين الإسلامي: لقد تواصلت شريعة الله في الأرض إلى آخر ديانة سماوية وهي الدين الإسلامي والذي أرسى دعائمه على أسس الإخاء والتكافل الإجتماعي والتعاون بين المسلمين فيما بينهم، ولم يكتفِ الإسلام بالبحث والترغيب في العمل التطوعي بل ويثاب فاعله بالأجر في الدنيا والآخرة، وهذا ما جعل الإسلام يعطي رؤية متكاملة وفريدة من نوعها حل العمل التطوعي، شملت كل ما جاءت به الديانات السماوية الأخرى وزادت عليها كونه جعل منه مصدر للإثابة والجزاء في الآخرة بالجنة، وهذا ما جعل الإسلام يؤسس أخلاقه وقيمه على أساس الإخاء والتعاون والتراحم بين المسلمين، ضعيفهم وقويهم وصغيرهم وكبيرهم، وذلك بهدف خلق أمة إسلامية متراحمة فيما بينها، وهذا ما عملت منابع الشريعة الإسلامية ألا وهو القرآن الكريم، والسنة على ترسيخه من خلال عديد الآيات القرآنية والأحاديث النبوية التي دعت إلى تلاحم المسلمين فيما بينهم وتعاونهم، وذلك من خلال العمل التطوعي الذي حث عليه الإسلام، وبأنزله منزلة الواجب والفرص على المؤمن⁽²⁾. ومن بين الآيات القرآنية التي دعت إلى عمل الخير وتكافل المسلمين فيما بينهم قوله تعالى: "وَأَتَّ الْمَالِ عَلَىٰ حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ" (البقرة 177)، فالإسلام لم يرغب على فعل الخير وكفى، وإنما صنّف الفئات الأولى بهذا الفعل دون غيرها والتي فعلا هي في حاجة للمساعدة، ومن خلال هذه الآية نلاحظ أنّ الله سبحانه وتعالى حث في تعداده لمن هو أولى بفعل الخير، فقد فضل في المرتبة الأولى، أولي القربى وهم الأهل ليأتي بعدها الشرائح الأخرى ممن هم في حاجة له كاليتامى والمحتاجين، وقوله أيضاً: "أُمَّ الْيَتِيمِ فَلَا تَقْهَرْ وَأُمَّ السَّائِلِ فَلَا تَنْهَرْ" (الأضحى 10).

1 - عبد الله العلي النعيمي، مرجع سابق، ص 26.

2 - عبد الحميد الخطيب: **العمل التطوعي**، الشركة العربية المتحدة للتسويق والنشر والتوزيع، دط، القاهرة، 2010، ص 9.

أمّا ما جاء في السنة النبوية وفي سياق الحث على عمل الخير والتطوع، قوله صلّى الله عليه وسلّم: "أنا وكافل اليتيم في الجنة كهاتين" (وأشار بإصبعين الوسطى والسبابة) (رواه الترميذي)، وبذلك فالعقل التطوعي قد رافق الإنسن منذ فجر التاريخ نظراً لتفاعل الإنسان الدائم مع محيطه الاجتماعي لتحقيق إحتياجاته التي لا يمكن له أن يحققها بمعزل عن هذا المحيط الاجتماعي الذي يتواجد فيه، ومن هنا تبرز أهمية العمل التطوعي بالنسبة للفرد والذي ما فتئت الحضارات الإنسانية المتعاقبة ترسيخه والإعلاء من شأنه وتمجيده، بل وحتّى أقرّته من بين الواجبات الدينية التي يثاب عليه الفرد على غرار الدين الإسلامي الذي صنّفه من بين الفروض الكفائية التي تلزم المسلمين القيام بها تجاه أفراد مجتمعيهم، خاصّة في أوقات الحاجة إليه كالأزمات والكوارث.⁽¹⁾

1-2- أهمية العمل التطوعي:

تزداد الحاجة إلى التطوع كلما تقدمت المجتمعات وانتقلت من طابعها البسيط إل المعقد، نتيجة العلاقات الاجتماعية بسيطة ومباشرة، الأمر الذي جعل الجهود التطوعية تكون تلقائية وفردية تبعاً لبساطة هذه العلاقات الاجتماعية التي تتميز بالتداخل والتساند.⁽²⁾

على العكس من ذلك في المجتمعات المعاصرة أين تمتاز بالتعقيد الشديد الذي أدى إلى ضعف العلاقات الاجتماعية فيها نظرا للظروف والعوامل السوسيواقتصادية التي تمرّ بها، الأمر الذي يجعل من الجهود التطوعية الفردية عاجزة بمفردها في تلبية احتياجات مثل هذا النوع من المجتمعات غير المتجانسة في تركيبتها، ممّا فسح المجال إلى الجهود التطوعية المنظمة والتي ترعاها تنظيمات أو

1 - راغب السرجاني: مرجع سابق، ص 124.

2 - أحمد السيد كردي: مفهوم العمل التطوعي (أهميته، أهدافه)، <http://ahmedkerdy.blogspot.com>، أطلع عليه بتاريخ 2020/04/22، على الساعة 12:35.

جمعيات تطوعية للعمل على اشباع الإحتياجات المتنوعة لأفراد المجتمع، فإنه لا مكنها تغطيتها لوحدها، في ظل تزايد احتياجات ومتطلباته. (1)

1-3- أهداف العمل التطوعي:

يسعى العمل التطوعي لتحقيق العديد من الاهداف تتدرج من اهداف عامة ذات علاقة مباشرة بالوظائف الأساسية للعمل التطوعي، وتزداد عمقاً وخصوصية عندما تتخذ عمقاً وخصوصية، وعندما تتخذ الأعمال التطوعية أشكالاً مختلفة في مجالات متفرعة ولعلّ من أهم الأهداف العامة للأعمال التطوعية ما يلي: (2)

- يسعى إلى تخطي الحواجز العامة السلبية والإنعزالية في المجتمع؛
- اعداد وتوجيه الطاقة البشرية والمادية وتحويلها إلى عمل إجتماعي؛
- توفير أسباب التقدم والرفاهية لأفراد المجتمع بالوسيلة الأيسر وصولاً لأسلوب الأفضل أداء والأكثر نفعاً.
- شد الفراغ في الخدمات وتوسيع فائدتها لمبدأ الكفاية الاجتماعية بتحويل الطاقات الخاملة إلى طاقات قادرة وعاملة ومنتجة؛
- تسهم الجهود التطوعية من خلال البرامج والأنشطة التطوعية التي تشرف عليها التنظيمات التطوعية في بناء المجتمع وترقيته، وذلك من خلال الدور التنموي الذي تقوم به هذه التنظيمات التطوعية في المجتمع؛

1 - مدحت محمد أبو النصر، رؤية مستقبلية لتطوير العمل التطوعي في الوطن العربي، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2015، ص 26.

2 - رحاب فايز أحمد سيداً: التنقيب على مؤسسات العمل التطوعي على الواب (دراسة تحليلية)، مجلة كلية الآداب، عدد 27، بني سويف، 2013، ص 291-292.

- يدعم التطوع مكانة الجمعيات والتنظيمات التطوعية في بيئتها الاجتماعية خاصة إذا كانت برامجها وأنشطتها تستهدف فئات إجتماعية واسعة، ويتمتع القائمين عليها بسمعة وثقة كبيرة في أوساط المجتمع، هذا ما يكسب هذه التنظيمات سمعة وصيت واسعة.⁽¹⁾
- كنا يعزز التطوع عنصر الثقة بين أفراد المجتمع والمؤسسة الاجتماعية، حيث أنّ كلّ فرد في المجتمع يصبح على دراية بأهداف المؤسسة وما يدور بها، وبالتالي كسبها مزيداً من التأييد والترحيب من جانب أفراد المجتمع؛
- يعدّ المتطوعين جسر تواصل بين الجمعيات التطوعية والمجتمع المحلي الذي ينشطون به. إذ توكل إليهم مهمة تعريف أفراد المجتمع بهذه الجمعيات ونشاطها وما تهدف إلى تحقيقه في هذا المجتمع، هذا من جهة، ومن جهة أخرى إطلاع الجمعيات التطوعية على ميولات واتجاهات وقيم وأعراف المجتمع والبنية الاجتماعية التي تنشط فيها وهذا ما يسهل على هذه الجمعيات معرفة احتياجات أفراد المجتمع ومن ثمّ عملها على اشباعها⁽²⁾، وهذا انطلاقاً من مبدأ التنظيمات على اختلاف مجالاتها وطبيعتها، لا يمكن لها الإستمرار والعيش بمعزل عن محيطها الإجماعي، فهي أولاً وأخيراً تنظيمات اجتماعية؛
- كما تستفيد التنظيمات التطوعية من خلال المتطوعين في سد العجز في أعداد الأخصائيين الاجتماعيين أو العاملين من تخصصات مختلفة، والتي قد تعجز على توفيرهم نتيجة ضعف ميزانيتها في تسديد أجور هؤلاء العاملين المأجورين، فتستعين بالأفراد المتطوعين للقيام بهذه المهمة.⁽³⁾

1 - عبد الكامل فريحات: العمل التطوعي وقيم المواطنة لدى الشباب الجزائري (دراسة ميدانية مطبقة على عينة من

المتطوعين بولاية الوادي)، العدد 7، سبتمبر 2018، ص 251.

2 - مدحت محمد أبو النصر، مرجع سابق، ص ص 26-27.

3 - عبد الكامل فريحات، مرجع سابق، ص 252.

أ- أهداف متعلقة بالمتطوعين: يسهم انخراط الأفراد في ممارسة النشاط التطوعي المنظم إلى تحقيقهم ما

يلي:

- استثمار أوقاتهم الحرة بطريقة مثمرة، يمكن أن تعود بالمنفعة على الصالح العام، نتيجة توحيد طاقاته نحو قنوات شرعية بعيدة عن الإنحراف؛
- تعدُّ البيئة التطوعية المناخ الأكثر ملائمة للفرد المتطوع في تفجير مواهبه وميولاته من خلال الأنشطة التي يمارسونها كذا جو المنافسة الخلاقة والتحدى لبعض الإحتياجات النفسية والاجتماعية؛
- اشباع احتياجاته النفسية نحو مساعدة الآخرين وعمل الخير وكذا تعزيز شعوره بالنجاح ولتقدير نتيجة قيامه بعمل يلقى تقديراً واحتراماً من قبل الجميع؛
- اشباع احتياجاته النفسية نحو مساعدة الآخرين وعمل الخير كحصوله من خلال ممارسته للعمل التطوعي على مكانة اجتماعية رفيعة في أوساط مجتمعه وكذا تعزيز انتمائه لجمعيته التطوعية والتي تلقى هي الأخرى قبولاً وتأييداً من قبل المجتمع إلى جانب توسيع شبكة علاقاته الاجتماعية بين أفراد المجتمع نتيجة احتكاكه بهم وتفاعلهم معهم؛
- كما يستفيد المتطوع من خلال البيئة التطوعية التي يتواجد بها واحتكاكه مع الناس من توسيه مدركاته حول القضايا التي تحيط به وتكوين لديه نظرة متكاملة اتجاهه؛
- إنَّ التطوع يؤثر على النسق القيمي لدى الأفراد وذلك من حيث تنمية روح المشاركة والتعاون لديه وكذا تقوية الشعور بالمواطنة والانتماء إلى الوطن. وهذا ما يجعل هذه الحكومات تعمل على تسهيل تدخل التنظيمات التطوعية والاجتماعية للمشاركة في تلبية احتياجات أفراد المجتمع على

عدّة أصعدة، ومن هنا تبرز الأهمية البالغة التي باتت تعتلها الجهود التطوعية والتي يمكن

تحديدها من خلال ثلاث مستويات رئيسية: المجتمع، التنظيمات التطوعية، المتطوعين.⁽¹⁾

- تكميل العمل الحكومي وتدعيمه لصالح المجتمع عن طريق رفع مستوى الخدمة أو توسيعها؛
- توفير خدمات قد يصعب على الإدارة الحكومية تقديمها لما تتسم به الأجهزة التطوعية من مرونة وقدرة على الحركة السريعة؛
- تطبيق الأسلوب العلمي من خلال خبراء متطوعين وضع قنوات اتصا مع المنظمات شبيه بدول أخرى دون حساسية أو التزام رسمي والإستفادة من تجاربها الناجحة لقابلة للتطبيق⁽²⁾؛
- جلب خبرات وأموال من خارج البلاد من منظمات مهتمة بالمجال نفيه بجانب المشاركة في ملتقيات أو مؤتمرات لتحقيق تبادل الخبرات ومن ثمّ المزيد من الإستفادة والنجاح؛
- التطوع ظاهرة مهمّة للدلالة على حيوية الجماهير وإيجابياتها، لذلك يؤخذ مؤشراً للحكم على مدى تقدّم الشعوب؛
- ابراز الصورة الإنسانية للمجتمع وتدعيم التكامل بين الناس وتأكيد اللمسة الحانية المجردة من التنافس والصراع؛
- نظر إلى قطاع التطوع على أنّه قطاع رائد وسبب المرجع كونه جهاز متنقل، وصغير الحجم الأمر الذي يساعده على تجريب أمور جديدة أو تغيير ونصب أمور القائمة بدون أن تكون هناك أي عقبات وصعوبات، الأمر الآخر لا يتوفر في جهاز كبير وبيروقراطي كالجهاز الحكومي؛

¹ - محمد أحمد قبلان الشهوان: دور التلفزيون الأردني في تنمية العمل التطوعي من وجهة نظر الشباب، هيئة شباب كلنا الأردن أنموذجاً، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأول، كانون الأول، 2017، ص 19.

² - محمد أحمد قبلان الشهوان، مرجع سابق، ص 19.

- يتضح لنا إنّ للعمل التطوعي أهمية كبرى في الحث على أعمال الخير والبر بما يتحقق التكافل الكامل الإجتماعي بين أفراد المجتمع.(1)

- يعد التطوع أحد الأنشطة الإنسانية، التي كانت وليدة تجربة اجتماعية واعية، منذ أن خبر الإنسان العمل المشترك ضمن جماعته، والذي برز كصمام أمان للمجتمع في تحقيق تماسكه، ولم يقف العمل التطوعي عند الحد لما يمكن أن يحققه وإنما تتعدّد أهدافه وتتنوع بحسب الظروف، إلا أنّ لا تخرج عن المحاور الثلاثة الإنسانية.(2)

ب- أهداف متعلقة بالمجتمع:يسعى العمل التطوعي إلى تحقيق التماسك الإجتماعي بين مختلف فئات المجتمع وذلك من خلال:

- مساهمة الجهود التطوعية بالتخفيف من حدة المشكلات الاجتماعية التي تعترض المجتمع المحلي الذي تنشط فيه التنظيمات التطوعية، وذلك من خلال البحث عن السبل الكفيلة لمعالجتها وتطويرها، إلى جانب إشباعها لبعض الحاجيات الاجتماعية لأفراد المجتمع، ممّا يعمل على زيادة رشا هؤلاء الأفراد عليها، الأمر الذي من شأنه أن يحق التكامل والتماسك الإجتماعي لدى أفراد هذا المجتمع الذي تنشط فيه هذه التنظيمات؛

- حفظ التوازن في حركة تطوير المجتمع بطريقة تلقائية وذاتية؛

- تخطي الحواجز السلبية والإنعزالية في المجتمع؛

- كما تنتج الجهود التطوعية فرصة تعريف الجماهير العريضة من أفراد المجتمع بالظروف الواقعية والأحوال المتردية التي تعيشها بعض فئات المجتمع من فقراء معوزين وأيتام، مسنين ومعاقين...إلخ، وهذا ما سيؤدي إلى تعبئة هذه الجماهير تجاه أحوال وأوضاع هذه الفئات

1 - عبد الكمال فريجات، مرجع سابق، ص 252.

2 - محمد أحمد قبلان الشهبان، مرجع سابق، ص 19.

الاجتماعية من أفراد المجتمع، والتي من خلال نظام جهود الجماهير سيسعون إلى مساعدتهم على تلبية احتياجاتهم والتخفف من معاناتهم، ولا يمكن التحقيق ذلك إلا من خلال إيجاد صيغة مشتركة بين أفراد المجتمع حول المشكلات الاجتماعية والقضايا التي تعترض نمو وازدهار هذا المجتمع.⁽¹⁾

1-4- أشكال وأنواع ممارسة العمل التطوعي:

نستعرض هنا أنواع العمل التطوعي، وهو ينقسم إلى أنواع متعددة حسب العمل الذي يقده ووقته الذي نشأ فيه العمل وتطوره، منها:

أ- **العمل التطوعي الفردي:** وهو الفعل والسلوك الاجتماعي الذي يمارسه الفرد من تلقاء نفسه وبغربة منه، ويقوم على أسس دينية واجتماعية وأخلاقية ولا ينبغي لفاعله أي مردود مادي ويتضمن أي نشاط اجتماعي يصدره الفرد من تلقاء نفيه بإرادة حرّة منه، دون أن يتوقّ وجود أجر سيتلقاه مقابل ما يقوم به، وعادة يستند في ممارسة العمل التطوعي بشكل فردي إلى اعتبارات دينية أو أخلاقية، إجتماعية أو إنسانية. إلا أنّ هذا النوع من التطوع غالباً ما تطبعه العشوائية والتلقائية، لذلك يكون تأثيره محدوداً.

ب- **العمل التطوعي المؤسسي (المنظم):** ويعدّ هذا النوع من أعمال التطوع أكثر أشكال التطوع تنظيماً وأوسع تأثيراً في المجتمع مقارنة بالعمل التطوعي الفردي، فهو وليد التطور الاقتصادي والاجتماعي الذي عرفه العالم، فيجسد بذلك أحد أنصع صور التفاعل الاجتماعي الإيجابي في المجتمع، إذ يقوم على توحيد جهود الأفراد التطوعية، التي تعمل على توفير الحاجة الأساسية لعدد من شرائح المجتمع، ويتمظهر العمل التطوعي المؤسسي في مختلف التنظيمات التطوعية والخيرية والتي تتخذ من العمل

التطوعي مجالاً لنشاطها، وفقاً لأهداف تطوعية تسطرها وتسهر على تحقيقها، استناداً لرؤية تنظيمية معاصرة.⁽¹⁾

تصنيف العمل التطوعي وفقاً لمستوياته: تتعدد الأعمال التطوعية وتختلف بحسب طبيعتها ونوعيتها ومستويات النشاط المطلوب القيام به، لذلك يمكن تمييز الأعمال التطوعية وفقاً لمستوياتها إلى نوعين أو قسمين هما:

أ- **خدمات تطوعية مباشرة:** وهي التي يكون فيها كل من المتطوع والأفراد المستفيدين من العمل التطوعي على تواصل مباشر، أي أطراف العملية التطوعية على تواصل مباشر، وتكون عادة في شكل خدمات مباشرة، يؤديها الفرد للفئات الاجتماعية الخيرية أو المؤسسات الإيوائية أو التنظيمات التطوعية، وإنها يكون هناك وسيط بينهما يتوسط أطراف العملية التطوعية، كأن يقوم المتطوع بتأدية خدماته لمساعدة هيئة ما أو مؤسسة في تحقيق أهدافها.⁽²⁾

تلك الأهداف التي يحققها في أثر رجعي ذو فائدة للجماهير، فيكون المتطوع في هذه الحالة قد قدم خدماته إلى هؤلاء الجماهير بطريقة غير مباشرة ويظهر في اشتراك الأفراد المتطوعين في أعمال اللجان ورؤساء مجالس الهيئات والجمعيات التطوعية أو في الأعمال الإدارية وغيرها.

ب- **خدمات تطوعية غير مباشرة:** هي الخدمات والأنشطة التي يقوم بها المتطوع وترجع الآثار المترتبة عنها بالفائدة على الجماهير المستفيدة من خدماته، أي أنّ في ذه الحالي المتطوع لا يكون على تواصل مباشر بالجماهير المعنية بالإستفادة من الأعمال التطوعية، وإنما يكون هناك وسيط بينهما يتوسط أفراد

¹ - رندة محمد زينو: العمل التطوعي في السنة النبوية، دراسة موضوعية، مذكرة ماجستير، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة، 2007، ص 61.

² - محمد عبد الفتاح: ممارسة تنظيم المجتمع في الأجهزة والنظمات الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، دط، الإسكندرية، 2003، ص ص 195-196.

العملية التطوعية، كأن يقوم المتطوع بتأدية خدماته لمساعدة هيئة ما أو مؤسسته في تحقيق أهدافا، تلك الأهداف الي في تحقيقها أثر رجعي ذو فائدة للجماهير.⁽¹⁾

تصنيف العمل التطوعي وفقاً لمجال ممارسته: ويتخذ هذا النوع من التطوع في العمل التطوعي وفقاً لطبيعة ممارسته، فيمكن كذلك تصنيفها تبعاً للمجالات التي يشملها وهي عديدة ومتنوعة، إلا أن ÷ يمكن حصر بعضها فيما يلي:

أ- العمل التطوعي الخيري: ويتخذ هذا النوع من التطوع في العمل الخيري المباشر مجالاً له، حيث يعني بتقديم المساعدات والخدمات الخاصة بالرعاية للفئات الإجتماعية الهشة كالأيتام والأرامل والفقراء، وذوي الإحتياجات الخاصة والمسنين والمشردين...إلخ. وذلك دون أن تولى الأهمية في نشاطها إلى الجوانب المتعلقة بالتنمية كتطوير قدرات وامكانيات هذه الفئات، والعمل على دمجهم في الحياة الاجتماعية أو سعيها إلى احداث تغيير جوهري في أحوالهم، يسمح لهم بتحمل مسؤوليات أنفسهم بأنفسهم مستقبلاً، وإنّما يقتصر دور العمل التطوعي الخيري في كونه يعمل كوسيط بين الراغبين في عمل الخير والمتبرعين وبين الأفراد الذين هم بحاجة للمساعدات الإنسانية والإجتماعية الخيرية التطوعية.

ب- العمل الخيري التنموي: وفي هذا النوع من العمل التطوعي تتخذ الجمعيات الخيرية التطوعية من الجوانب التنموية مجالاً رئيسياً لنشاطها التطوعي، ويشمل ذلك التعرف على احتياجات المناطق أو الفئات الاجتماعية المهمشة والمقصية وتحديد خصائصها، ومن ثمّ تسيطر وفقاً لبرنامجها التنموية، منها ما يتمّ تنفيذه على المدى القصير ومنعها ما يكون تنفيذه على المدى الطويل، ولكن الهدف الرئيسي من هذه البرامج التطوعية هي مساعدة الفئات الاجتماعية على فتح مجال لإستثمار طاقاتها ممّا يسمح لهم من

1 - محمد عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 195.

ترقية أنفسهم والسير بهم إلى ضمان حياة اجتماعية كريمة⁽¹⁾، كما تهتم هذه التنظيمات التطوعية ذات الطابع التنموي بكيفية المساهمة الإيجابية في المجال الاقتصادي، وذلك بالعمل على فتح مصادر رزق للأفراد المحتاجين وبالتالي تحسين مستوى دخلهم من جهة ومن جهة أخرى الاستفادة من مشاريعهم إقتصادياً في المجالات التنموية المختلفة.

3- العمل التطوعي الدفاعي: وهي تتمثل في التنظيمات التطوعية ذات الطابع الدفاعي، والتي تتخذ من الدفاع عن بعض القضايا والمبادئ والقيم الجوهرية مجالاً رئيسياً لنشاطها، ويستهدف هذا النوع من التطوع التأثير على توجهات وقيم وسلوكيات أفراد المجتمع تجاه بعض القضايا بهدف تشكيل حركة إجتماعية مساندة لهذا التوجه الذي تتبناه إلى إحداث التغيير في توجيه الجماهير نحوه وعادة ما تكون القضايا التي تعد مجالاً لنشاط هذه التنظيمات التطوعيّة تتعلّق بكل من المرأة والطفولة والبيئة وحقوق الإنسان وغيرها.⁽²⁾

ج- تصنيف العمل التطوعي من حيث المؤهلات المطلوبة توفرها في المجتمع: إنّ أي عمل إنساني واعي يستند إلى نمط تنظيمي معيّن يتطلب ضرورة تقسيم هذا العمل وفقاً لمعايير معينة يتوجب توفرها، والعمل التطوعي شأنه في هذا الشأن أي نشاط إنساني منظم وهادف نحو الآخر يعتمد على تقسيمات معينة في العمل التطوعي يتمّ اعتمادها من قبل القائمين عليه، ومن خلال هذه التقسيمات أو المستويات المتعددة في تصنيف الأعمال التطوعيّة في تصنيف الأعمال التطوعية يمكن اعتمادها كمعيار تصنيف الأعمال التطوعية داخل التنظيمات التطوعية وفقاً، وعلى هذا الأساس تقسّم الأعمال التطوعية إلى ثلاث مستويات وهي:

¹ - نايف محمد المرواني: العمل التطوعي (إشكالاته وتطبيقاته) رؤية إجتماعية، <http://alma3raka.md//srpip.php?article>، أطلع عليه في: 2020/04/17، على الساعة 15:46.

² - نايف محمد المرواني، مرجع سابق، ص.

◀ **مستوى الأعمال المهنية المتخصصة:** والأعمال التطوعية التي تتطلب في تأديتها كفاءات مهنية وفنية متخصصة، إذ لا يمكن لأي متطوع لا تتوفر فيه هذه الميزة القيام بها، مثل الأعمال التطوعية الطبية والهندسية والمحاماة وغيرها من الأعمال التطوعية التي تتطلب من الفرد المتطوع أن يكون مُلمّاً ومُعَدّاً إعداداً نظرياً وعملياً للمهام التي توكل إليه.

◀ **مستوى الأعمال التطوعية شبه متخصصة:** وهي تلك النوعية من الأعمال التطوعية التي لا تتطلب من التطوع أن يون دقيقاً في إنجازها، كما أنه في نفس الوقت لا يمكنه إغفال التخصص الذي يمارسه كلياً، ويمكن أن نلمس ذلك في الأعمال التطوعية مع الوقت، يكتسب الخبرة الكافية لإنجاز هذه المهام التطوعية الموكلة إليه، إلا أنه يتوجب عليه أن يكون على دراية بأبجديات العمل الإداري مسبقاً.⁽¹⁾

◀ **مستوى الأعمال غير المهنية:** وتتمثل في الأعمال التطوعية التي إمكان أي متطوع مهما كان مستواه القيام بها، فهي لا تتطلب أي مجهود فكري أو عقلي أو تخصص مهني دقيق أو شبه دقيق، ويمكن أن تظهر هذه الأعمال التطوعية في عملية توزيع المساهدات على المحتاجين والأيتام وكذلك زيارات المرضى وغيرها من الأعمال التطوعية الأخرى.⁽²⁾

1-5- مقومات العمل التطوعي:

- إدراك المتطوع لأهمية التنقيف والتعليم والتدريب وأثره في إكتساب الخبرات والمهارات الكفيلة بتحقيق المستوى المطلوب لإتقان العمل؛
- عدم التقليل من شأن المتطوع إذا قلَّ جُده بسبب بعض الظروف الطارئة فيجب تشجيع العمل التطوعي مهما كان حجمه أو صورته أو مقداره؛

1 - محمد عبد الفتاح، مرجع سابق، ص ص 195-196.

2 - محمد عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 196.

- قيام العلاقة بين المتطوع والمتطوعين والمهتمين العاملين معه بالجمعية التطوعية؛
- تكريم المتطوعين الرواد وتقديم كل الشكر والعرفان لما قدّموه للجمعية من خدمات هي جزء من الخدمات المقدمة للمجتمع ككل والحرص على التواصل معهم؛
- في العمل التطوعي ينبغي التفريق بين نوعين، طموح متوسط لا يصعد إلى القمم وطموح أكثر ندرة من الأول، فهو أكثر قوّة خص بالأفراد الراغبين بالسلطة.(1)

1-6- الدور الأمني للعمل التطوعي:

يضطلع العمل التطوعي بعدد الأدوار التي هي ملقاة على عاتقه، توزيع المساعدات على المحتاجين والأيتام وكذلك زيارة المرضى وغيرهم.

أ- الدور الأمني للعمل التطوعي:

- إشراك الجمهور في النشاط الأمني كالمساهمة بالحملات التحسيسية والتوعية ضد مخاطر حوادث المرور؛
- استخدام خلايا أمنية تكون على تواصل دائم مع أفراد المجتمع، مع تدعيمها بخط هاتفي للتبليغ عن المخالفات كمظاهر العنف والتحرش وغيرها؛
- اشتراك رجال الأمن في البرامج الاجتماعية التطوعية التي تهّم الجماهير لكي تتسع مساحة الإنفتاح لهذه الفئة على المجال الأمني وبالتالي تعميق التفاهم بينهما؛(2)

¹ - فاطمة محمد رفيده: العمل التطوعي ودوره في تنمية المجتمع، رؤية لدور الجمعيات الأهلية في مدينة مصراتة، مجلة كلية الآداب، العدد السابع، ص 208.

² - معلوي بن عبد الله الشهراني، العمل التطوعي وعلاقته بأمن المجتمع، مذكرة ماجستير، في العلوم الاجتماعية، جامعة نايف، العلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، 2006، ص ص 83-84.

ب- الدور التثقيفي للعمل التطوعي: لقد شكّل العمل التطوعي في الوقت الراهن ركيزة أساسية، إذ تعتمد عليه الحكومات في عملية التنمية الاجتماعية على مستويين:

- على المستوى التربوي التثقيفي: ويبرز الدور التربوي والتثقيفي للعمل التطوعي من خلال ما تسطره التنظيمات التطوعية من خطط وبرامج تربوية؛

- على مستوى الخدمات التطوعية التثقيفية: حيث يكون هناك دعم لبرامج الفنون التشكيلية وذلك عن طريق رعاية المواهب الشبانية ذات الميل للأعمال التشكيلية كالنحت والرسم وغيرها ، مع توفير المناخ الملائم لها مع تشجيع وتنظيم المعارض لتبرز إبداعاتها ومواهبها.⁽¹⁾

ج- الدور الاجتماعي للعمل التطوعي: كما أنّ البرامج الخدمانية التطوعية تعدّ هي الأخرى من بين الأدوار الاجتماعية المهمة التي يضطلع بها العمل التطوعي خاصة في تقديم المساعدات الإنسانية المادية من أغذية وألبسة...إلخ.

1-7- معوقات العمل التطوعي:

يواجه العمل التطوعي المؤسسي والفردى عقبات تحد من فعاليته، فمنها ما هو مرتبط ومتعلق بالمتطوع نفسه ورغبته وجديته في التطوع، أضف إلى ذلك مسائل تتعلق ببعد أو قرب المكان ن التطوع ممّا قد يترتب عليه تباين مالية لا يتحمّلها المتطوع.⁽²⁾

أ- معوقات إدارية:

- عدم وضع المتطوع في العمل المناسب لقدراته؛

- عدم المشاركة في بناء التنظيمات والهياكل الإدارية؛

1 - محمد عبد الفتاح محمد، مرجع سابق، ص 24.

2 - حسن فخري: معوقات مشاركة المرأة في العمل التطوعي من وجهة نظر المتطوعين والعاملين في مؤسسات المجتمع المدني في محافظة نابلس، مذكرة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2014، ص 17.

- ضعف اللوائح والأنظمة الخاصة بالعمل التطوعي.

ب- معوقات إجتماعية:

- عدم معرفة المجتمع بأهمية العمل التطوعي؛
- عدم وجود لوائح وتنظيمات واضحة تنظم العمل التطوعي؛
- استغلال العمل التطوعي لتحقيق أهداف غير مشروعة.

ج- معوقات إقتصادية:

- عدم توفر المبالغ اللازمة للعمل التطوعي، مما قد يوقع بعض المنظمات التطوعية في فخ المنح والمساعدات الأجنبية، تمكن وراءها أهداف مشبوهة؛
- فرض ضرائب ورسوم جمركية كبيرة على معدات وأجهزة وهيئات المتطوعة؛
- لكل هذه المعوقات على الوقوف حاجز أمام تطوير تطوير العمل الخيري، وتفعيل نشاطات الجمعيات.⁽¹⁾

2- علاقة البرامج الاجتماعية بالعمل التطوعي ودورها الأساسي

2-1- علاقة الإعلام بالعمل التطوعي:

بالإعتماد على نظرية الحاجة لماسو وهي الحاجة النفسية والحاجة البيولوجية والحاجة إلى الأمان والحاجة إلى الإنتماء، هذه الحاجات مما يطلب من الإعلام تحقيقه للجمهور الذي يتعرض لرسالته، والعمل الخيري نفسه يساهم في تحقيق هذه الحاجات، فالبديل المادي يضمن الحاجات المادية والنفسية ويعزز الحاجة إلى الإنتماء لدى أفراد المجتمع، إذ يحسون أنّ المجتمع لم يتخلى عنهم، وهي قريبة من

¹ - فاطمة محمد رفيدة، مرجع سابق، ص 210.

نظرية مقاصد الشريعة الإسلامية ولكن في الإسلام أوسع، إلا أنّ المدلولات الإعلامية عندها غير كافية غتاليا وغير مفعلة بشكلح تظهر فيه مراعاة الضروريات والحاجيات بشكل واضح.⁽¹⁾

إنّ الإعلام للعمل الخيري إعلام متميز عن سزاه لأنّه منبثق من الإعلام الإسلامي الذي حمل مبادئ أخلاقية وأحكام سلوكية، وقواعد وظوابط لا يحيد عنها، فهو إعلام واضح صريح، عنيف الأسلوب، نظيف الوسيلة، شريف القصد، الإعلام في العمل الخيري هو أسلوب العصر الحديث لتبلغ من خلال الأعمال الخيرية، والسماحة التي تتجلّى في أبهى صورها، ويؤكد سلمان العمري أنّ الإعلام يتحمل مسؤولية كبيرة في دعم العمل التطوعي ومساندته والتعريف بالآثار الإيجابية في اقطاع الخيري ودفع الشبهات التي تحاك ضدها مشيراً إلى أنّ الإعلام لا يمكن أن يقوم بهذا الدور بتنظيم بلياتالإستقبال لمعلومات الخاصة بعمل المؤسسات والجمعيات الخيرية داخل المؤسسات الإعلامية ذاتها⁽²⁾، وفتح قنوات إتصال دائئمة مه مع هذه الجمعيات الخيرية واستضافة القائمين عليها وغلقاء الضوء على النتائج الإيجابية للأعمال الخيرية، والعمل الخيري في علاقتهما محكوم بمدخلين:

أ- أن يصبح الإعلام الخيري خادما للإعلام الإسلامي، بحيث تنشأ أوقات للعمل الخيري بكل صفوفها وأنواعها لما تجد من تجارب واعدة في عالم الإعلام الإسلامي اليوم، فقد بدأت فضائيات إسلامية تشد جزءا من الجمهور المسلم اليوم وتقوم بتوصيل رسائل الخير غليه، وتنشئه نشأة إيمانية، ولكن الغالب على هذه الفضائيات هو الطابع الديني كما يمكن أن يتطوع بعض الإعلاميين لخير لتتشيط بعض البرامج، وكذلك بعض المشتغلين بالإنتاج الإعلامي بإنتاج بعض الأعمال الفنية التي يمكن أن تتوع الإنتاج في الفضائيات الإسلامية، وهذا يحتاج إلى أموال وخبرات فنية راقية، كما يحتاج إلى جهود

¹ - باعلي سعيدة: دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي، دراسة ميدانية بجمعية كافل اليتيم الخيرية فرع أدرار، مذكرة ماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة أدرار، 2016-2017، ص.

² - محمد أحمد قبلان الشهوان، مرجع سابق، ص 26.

مضنية حتى يتطور الإعلام الإسلامي، ذلك أنّ الصراع في المجال الإعلاني هو صراع أنماك بالدرجة الأولى ثمّ صراع استراتيجيات معلواتية ثمّ صراع قنوات. (1)

ب- أن يصبح الإعلام في خدم العمل، بحيث يزرع ثقافة العمل في الناس حتى نستنتج قنوات وآليات اجتماعية واضحة وثابتة ومتخصصة، بحيث تقوم هذه الآليات بتثشة أجيال من الخيرين وبالتالي الإعلام الحالي في خدمة العمل الخيري والرقمي. (2)

2-2- دور الإعلام في تعزيز العمل التطوعي:

إنّ الدور الإعلاني في مجال التطوع بالعمل الخيري هو أن يساعد الإعلام الجهات الخيرية في استقطاب عدد مطلوب من المتطوعين وأن يحافظ على هؤلاء المتطوعين بصفتهم عناصر صالحة داخل هذه الجهات الخيرية، ويمكن جهة الإعلام العامة أن تشارك أجهزة الإعلام الداخلية للجهات الخيرية في استقطاب المتطوعين إلى الجهات الخيرية من مسؤوليات الأجهزة الإعلامية الداخلية. (3)

أ- وسائل الإعلام المتطوعين إلى الجهات الخيرية:

إنّ وسائل الإعلام تولي بعضها بالعمل التطوعي، ولكن هذه العناية لا تزال قليلة من أجل توعية العوام وضرورة العمل الخيري التطوعي توعيتهم لبيذلون من أوقاتهم للأعمال الخيرية، لذلك بات من الضروري أن ترفع وسائل الإعلام إهتمامها بالتطوع، وعليه فإنّ أجهزة الإعلام الداخلية للجهات الخيرية القيام بمطالبة إقامة حملة قوية منسقة ومنظمة لتوعي العاملين على أجهزة الإعلام بأهمية العمل الخيري التطوعي دينيا واجتماعيا، ولا بد لهذا التواصل أن يستمر حتى تصبح عناية أجهزة الإعلام بالعمل

1 - باهي سعيدة، مرجع سابق، ص .

2 - سمية بوحادة، الإعلام الجديد وتنمية العمل التطوعي، بحث مقدم إلى كلية الحقوق، جامعة طنطا، المؤتمر العلمي الرابع حول (القانون والإعلام)، 23-24 أبريل 2017، أدرار، الجزائر، ص 16.

3 - نفسه، ص ص 17-18.

الخيرى التطوعى سمة لازمة لها وحتى يصبح هذا الاهتمام ركنا ثابتاً، وهكذا لا يمكن لأجهزة الإعلام أن تقوم بإذكاء الوعي الإجماعى لدى أفراد المجتمع وتعبئتهم ودعوتهم للتطوع فى المؤسسات الخيرية بتوضيح ماهية العمل التطوعى ومدى حاجة المجتمع إليه وتبضيرهم بأهميته ودوره فى عملية التنمية، ولابد من أجهزة الإعلام الداخلىة فى الجهات الخيرية أن تمد أجهزة الإعلام بالأخبار والإحصائات والتقارير والصور لأنشطتها المختلفة من أجل تعريف المجتمع بهذه الإحتياجات حتى يكون مجال التطوع وأهدافها.⁽¹⁾

2-3- مهمة البرامج الإجماعى بالنسبة للعمل التطوعى:

وذلك من خلال تبني خطط إعلامية قوية ومدعومة، وحتى تترسخ الثقافة اللازمة بأهمية دعم الخيرى، والمشاركة فيه أن تقصير قيادات المنظمات تجاه سياسة دعم البرامج الإجماعية فى المنظمات الخيرية كلها تعتمد على التسويق من خلال البرامج الاجتماعية، ونجاح المنظمة دالة تتأثر بحجم نشاط البرامج الاجتماعية لها وفى تقديرنا إنّ التخفيف من دعم بعض المشاريع وتخصيص هذا الدعم لتطوير البرامج الاجتماعية والمجال الإعلامى للمنظمة، وعمل خطط اللازمة لذلك، إختيار الأكفاء من الكوادر المتخصصة إنّ هذا سيؤدى إلى ظهور وازدهار ونمو هذه المنظمات التطوعية وسيغير المجتمع نظرتها حولها، ودفع المجتمع نحو الأعمال الخيرية بغية إعطائه الطابع الإنسانى المتناسق. وترسيخ قيم لاسيما فعل الخير وإعطاء روح القيام بإعداد جمعيات خيرية فى خدمة المعوزين والفقراء والمساكين.... إلخ، إلى جانب ذلك نجد إنّ البرامج الاجتماعية تساهم وبشك كبير فى تنمية التطوع للفرد والمجتمع وخلق المبادرات الفردية وقد تون هذه المبادرات إما مبادرات عن طريق الأنترنىت تحديدا مواقع التواصل الإجماعى والتي تعد المحور والقاعدة التى من خلالها أصبح بإمكان أى شخص أن يقوم بأعمال خيرية

¹ - صحراوي مقلاني: تطوير الإعلام الخيرى فى ضوء مقاصد الشريعة افسلامية، مركز الأبحاث والدراسات، ص 19-

لذوي الإحتياجات الخاصة وفتح صفحات فايسبوكية تحمل في طياتها دفع الناس نحو العمل التطوعي. إذاً نجد أن للبرامج الاجتماعية أهمية كبيرة في زرع التطوع، حيث يقول الله تعالى: "فَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ" (البقرة 184)، هكذا قال المولى عزّ وجلّ وهذا ما ينطبق على المجتمع.

2-4- دور البرامج الاجتماعية في تربية الناشئة:

تعتبر التنشئة من المتغيرات التي يمر بها الفرد خلال حياته وتسير به نحو إكمال النضج، ولا يحدث هذا النمو فجأة وإنما يتمّ تدريجياً، وتعتبر التنشئة النفسية الاجتماعية وذلك بالإنخراط مع أقرانه في جماعات تصبح معاييرها وأراءها لدى الطفل أكثر مصداقية من آراء أسرته وبهذا ينتقدها ويسعى للإستقلال على المساعدة على إتخاذ وجهة نظر الآخرين في تنمية التميز الخلقي.

فالبرامج الاجتماعية وسيلة تتغلغل في أعمال المجتمع فتطرق باب الأسرة وتدخل وتؤثر بطريقة سيكولوجية إجتماعية فعالة في تطوير التصورات الفعالة لدى الطفل في تطوير التطورات العائلية وترقية الأذواق، وقد طغى فن التلفزة على باقي قنوات الإعلام لما له من حاجات الطفل الراشد ويتألف من قيم ومفاهيم ومظاهر السلوك الإجتماعي، كما يزيد ويعمق من الخبرات التي تنمي المعارف وترتقي بالإدراك العام ويقرب المسافات فيما بين الحضارات⁽¹⁾. ولقد توصلت دراسة محمد إبراهيم على الأثر السريع للبرامج الاجتماعية كبرنامج "وافعلوا الخير" حيث يحفز على القيم الأخلاقية والإنسانية وتدفع إلى عمل الخير والتعاون وخلق الإتساق والإنسجام بين الناس، وقد احتل البرنامج الإجتماعي أهمية أساسية في التربية والتعليم والتثقيف ودفع الناس نحو الإلتفاف للأعمال الخيرية، فبواسطتها يتعرف الفرد عندما يجول في مجتمعه من آفات ومظاهر اجتماعية، فالتنشئة الاجتماعية عند "دوركايم"، هي العملية التي بواسطتها يتعلم الفرد ويتعرف على أعراف مجتمع آخر أو جماعة معينة، حيث يصبح قادراً على ممارسة أنشطة

¹ - نورة بن بوزيد، دور التلفزيون في التنشئة النفسية والاجتماعية للطفل، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، ص 226.

أجتماعية داخلها، ولما كانت التنشئة الاجتماعية⁽¹⁾، بهذا المعنى فإنّ المشهد المكثفة للبرامج الاجتماعية لدى الأطفال تتبع رغبتهم في التعرف على الجماعة التي ينتمون إليها ويعيشون داخلها، فالتلفزيون يدفع الأطفال إلى عالم الكبار المعقد ويوفر لهم الدافع والحافز لأنّ يسألوا عن معاني وأقوال ما كانوا يسمعون عنها أو يقرؤونها لولا الإعلام والبرامج الاجتماعية فيه، إذ لم يعد الوالد يمثل النموذج بالنسبة للطفل بل أصبح بطل ما يشاهد هو المثل والقُدوة.⁽²⁾

2-5- تثمين دور الجمعيات والمجمع المدني:

أ- تعمل الجمعيات الخيرية من خلال دورها الثقافي على تفعيل العمل التطوعي، بحيث يعد البرامج التطوعية الثقافية على تسطير الجمعيات الخيرية والتي لها دوراً مهماً.⁽³⁾

تعد الجمعيات الأهلية أحد اللبّات الأساسية التي يقوم عليها المجتمع المدني والتي أضحت تستحوذ على أهمية بالغة في المجتمعات المعاصرة، وذلك لما تتيده من مساهمات وأدوار تمس عديد الجوانب الحياتية لأفراد المجتمع، ويمكن أن تبرز أهمية الجمعيات الأهلية فيما يلي:

- تعد الجمعيات الأهلية أحد القنوات المجتمعية التي تعمل على إتاحة الفرصة للمشاركة الواعية للمواطنين في صنع القرارات المتعلقة بحياتهم والقضايا التي تواجههم كما تسمح لهم بالمشاركة في تحمل مسؤولية تسيير وتنفيذ وتمويل مشروعات وبرامج هذه الجمعيات وذلك باعتبار أنّها تعد مجالاً هاماً للمشاركة الفاعلة للمواطنين في الحياة المدنية والاجتماعية وحتى الاقتصادية منها،

¹ - باهي لخضر، دور المخيمات الصيفية في التنشئة الاجتماعية (دراسة ميدانية لأطفال مخيم برج بلدية ولاية جيجل)، مذكرة ماجستير، قسم علوم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010-211، ص.

² - نورة بن بوزيد، مرجع سابق، ص 226.

³ - كلثوم حمدي: وسائل الإعلام الاجتماعي كآلية لزيادة مداخل الجمعيات الخيرية، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والإقتصادية، عدد 4، 2018، ص 423.

وهذا ما يجعل منها أحد الروافد الديمقراطية وذلك من خلال ما تسعى لتكريسه من قيم التسامح وقيم الحوار وقبول الراي الآخر (1).

- من بين ما يميّز الجمعيات الأهلية أنّها ذات انتشار واسع في كل المجتمعا وهذا ما يكسبها أهمية كبيرة كونها أكثر ملامسة للحياة اليومية للأفراد لقربها منهم، وهذا ما يجعلها على دراية أكثر من غيرها من التنظيمات الرسمية بالمشكلات التي يواجهها أفراد المجتمع، وهذا ما يسهل عليها التعامل مع هذه المشكلات بواقعية والعمل على التخفيف من حدّتها، خاصّة إذا كانت في المناطق النائية، إلى جانب ذلك فالجمعيات الأهلية تعمل على تحويل الطاقات البشرية الكامنة والخاملة في المجتمع لإبى طاقات تحركة ونشطة، خاصة في أوساط الشباب الذي يعاني من البطالة والفراغ.(2)

- تتيح للفرد فرصة تفجير موهبه وطاقاته، وافتقاده منها لخدمة الصالح العام، كما تجنبه مخاطر الإنزلاق في الآفات الاجتماعية التي تهدد الملايين من الشباب في العالم، كما تتي الجمعيات الأهلية والخيرية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى الأفراد وتعودهم على الإعتماد على النفس بدلا من الإعتماد على الدولة في خدمة البلد؛

- تعمل على حطيم القيم السلبية والإنعزالية في المجتمع، وترسخ عوضاً عنها قيماً إيجابية تظهر في تفعيل المبادرات الفردية وتنمية روح التشاركية، إضافة إلى ذلك تضطلع الجمعيات الخيرية بدورا راد في مختلف المجتمعات وذلك من خلال ما تقدمه من مساعدات مادية وصحية وتعليمية ورعاية يستفاد منها الملايين من الفقراء والمعوزين واليتام والمسنين حول العالم؛

1 - موسى عبد الرافع: الجمعيات الأهلية والأساس القانوني التي تقوم عليها، دار النهضة العربية، ط1، القاهرة، مصر، ص 21.

2 - أبو كامل حمدي: أصول التنظيم والإدارة في المؤسسات والجمعيات الخيرية، مكتبة عين شمس للنشر والتوزيع، ط1، مصر، ص21.

- مساهمتها الكبيرة في دعم البرامج التنموية في المجتمعات المحلية سواء كانت إجتماعية أو ثقافية

وحتى اقتصادية، وهذا الدور يزداد كلما اتجهت الحكومات نحو الخصخصة.(1)

وأمام هذا الدور الكبير الذي أصبحت الجمعيات الأهلية تحظى به، أضحت العديد من الحكومات تعول عليها من خلال إشراكها في عملية التنمية بمفهومها الشامل والعمل على دعمها وتشجيعها عن طريق توفير لها مناخ التنظيمي الملائم لنشاطها وتذليل الصعوبات والعراقيل في إجراءات تأسيسها وعملها ومنحها مزيداً من الحرية والمرونة في العكس، إلى جانب تقديم المساعدات المالية والتي تظهر في شكل قروض مالية وإعانات موجهة لفائدة الجمعيات وإعفائها من الضرائب وغيرها من الإجراءات المشجعة.(2)

ب- التأثيرات التي تحدثها مواقع التواصل الإجتماعي:

✓ **التغيير المعرفي:** كون وسائل الإعلام لها القدرة على أن تؤثر في التكوين المعرفي للأفراد وذلك

يتم من خلال عملية التعرض الطويلة المدى لوسائل الإعلام لمصادر المعلومات الموثوقة به؛(3)

✓ **تغيير الموقف:** قدرة وسائل الإعلام الإجتماعي من خلال ما تنشره وتبثه من موضوعات على

تغيير نظرة وموقف وإتجاه الجمهور إلى العالم سوائ على مستوى الأشخاص أو القضايا أو على

مستوى السلوك والقيم؛

¹ - بوخنفوف ياقوت: **الحركة الجماعية والعمل التضامني بالجزائر (دراسة ميدانية لبعض الجمعيات بمدينة سطيف)**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص علوم الاجتماع السياسي، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 02، 2016-2017.

² - أبو كامل حمدي، مرجع سابق، ص ص 21-22.

³ - أمجد جميل صبحي الإمام: **الجمعيات الخيرية والتهرب الضريبي (في الضفة الغربية في عهد السلطنة الفلسطينية)**، رسالة ماجستير في المنازعات الضريبية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، فلسطين، 2006، ص 15.

✓ **تعبئة الرأي العام:** وهي من أهم خصائص وسائل التواصل الاجتماعي استطاعتها ومقدرتها على غثارة الجماهير وتحريكها لتحقيق غرض معين، عن طريق تكثيف الجماهير معه، وكان من أبرز حراك الشباب العربي الذي تمثل في الثورات التي شهدتها بعض الدول العربية والتي سميت بثورات الفيسبوك والذي أثبتت قدرة هذا النوع من الإعلام؛

✓ **تمويل الحملات الإغاثية:** بدأت العديد من الفرق الإغاثية بتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لإطلاق مبادراتها الإغاثية الخاصة باللاجئين السوريين وجمع التبرعات اللازمة لتمويل تلك الحملات.

✓ **عالم الاقتصاد والتجارة:** التسويق عن طريق وسائل الإعلام الاجتماعية لزيادة حجم المبيعات في عالم الأعمال والشركات والتسويق الاجتماعي كوسيلة حيوية للشركات من خلال وضع خطة للتواجد على مواقع التواصل الاجتماعي مع العملاء من ناحية وموظفي الشركة من ناحية أخرى.⁽¹⁾

2-6- تقييم نتائج البرامج الاجتماعية في ترقية العمل التطوعي:

أ- قبل الخوض في هذا العنصر يجب حصر مسؤولية البرامج الاجتماعية تجاه المتطوع، فنجد أنها تقوم على الآتي:

- تحديد أنظمة ولوائح تنظم العمل بشكل واضح؛
- توضيح خطة العمل في الأنشطة التطوعية والمستوى الذي يبين من يستطيعون لهم ومن أصحابالمنتطوعين (المرسل والمستفيد)؛
- تحدي الدور الذي سيلعبه المتطوع؛

1 - أمجد جميل صبحي الإمام، مرجع سابق، ص ص 15-16.

- تكليف المتطوع بالمهام التي تتناسب مع مؤهلاته وقراته وبما يسمح له؛
- معاملة المتطوع باحترام والمحافظة على كرامته.⁽¹⁾

ب- تساهم البرامج الاجتماعية في ترقية العمل التطوعي من خلال:

- تفعيل مشاركة المتطوع في العمل الذي تقوم به المنظمة وتحفيزه؛
- الإعراف بإنجازات المتطوع وعطاآته والعمل عل شكره وتقديره؛
- إتاحة الفرص أمام المتطوعين ودفعهم نحو الإلتفاف للعمل الخيري.

ج- كذلك نجد أنّ البرامج الاجتماعية تعمل على توعية المجتمع ببعض المشاكل التي قد تواجه المجتمع في حياته وأن تكون قائمة على اكتشاف المشكلات الاجتماعية وتقييم الحلول المؤقتة أو الدائمة للمشكلات الاجتماعية التي تمر على البرنامج وهذا ما يدفع بالجمهور نحو التطوع والعمل الخيري، وكذلك تعريف الأفراد بمستجدات الحياة وعرض التجارب الناجحة على المستوى العالمي او الإسلامي لأخذ التجربة، ونج أنّ البرامج الاجتماعية تحاول دائما الوصول إلى عمق المجتمع ذلك راجع لمعالجتها للقضايا الداخلية، كالمشاكل الأسرية وللبرامج الاجتماعية تأثير وذلك لإستهدافهم بمواضيع تهمهم ولهم علاقة وطيدة بها، من خلال تبيان ما يجول في المجتمع من مشاكل إجتماعية.⁽²⁾

1 - إبراهيم عزيز: مرجع سابق، ص 197.

2 - مدحت محمد أبو النصر، مرجع سابق، ص 19.

الفصل التطبيقي

دراسة وتحليل النتائج

تمهيد:

استكمالاً لمنهجية البحث التي اتبعناها لكي نصل للهدف المطلوب ومحاولة إيجاد تفسيرات ذات دلالة علمية للموضوع، نصل إلى التحليل المبني على دلالات إحصائية مستخرجة من إستجابات الأفراد عينة الدراسة التي تنتمي لمجتمع الدراسة وهي الأسر التبسية، هذه الإستجابات كانت منظمة وفق عبارات مطروحة على شكل أسئلة ممنهجة في ورقة استبيان.

تم توزيع 80 استمارة على ثلاثة أحياء بمدينة تبسة واسترجعت جميعها سليمة، هذه الإستمارات تمّ تبويبها وتفريغها بالإستعانة ببرنامح الحزم الإحصائية SPSS 25، وإخضاعها لسلسلة من الأدوات الإحصائية يعرضها هذا البرنامح على شكل بيانات، هذه البيانات تترجم على شكل نسب مئوية وتكرارات، أقراص وأعمدة بيانية وجداول، نحاول من خلالها التعليق عليها كمّا وكيفاً للوصول إلى نتائج الدراسة النهائية.

التعريف بقناة الشروق:

هي قناة جزائرية تابعة لمؤسسة الشروق، انطلق البث التجريبي في عيد ذكرى الثورة، ذكى تأسيس جريدة الشروق اليومي، حيث إتخذت مكتباً بالجزائر، بينما بدأ البث من عمان، بيروت، ليتوسع إلى دبي والدوحة على النايلسات. أطلقت مؤسسة الشروق بداية من الساعة الصفر ليوم الفاتح من نوفمبر عام 2011 وحاءت هذه الإنطلاقة في الذكرى 57 لإندلاع الثورة التحريرية المباركة والذكرى الحادسة عشر لاسيس يومية الشروق، تمتلك الشروق مجموعة من المكاتب على المستوى الزطني وشعارها: "رأينا صواب يحتمل الخطأ ورأيكم خطأ يحتمل الصواب"، مالکها السيد علي فوضيل رحمه الله، مقرها الجزائر العاصمة وهي تنتمي للقطاع الخاص.

تعريف برنامج "وافعلوا الخير" -بطاقة تقنية-

اسم البرنامج: "وافعلوا الخير"

أول بث: 01 مارس 2012

القناة التي يبث فيها البرنامج: قناة الشروق تي في

التوقيت: كل يوم إثنين على الساعة التاسعة ليلا 21:15

ويعاد كل يوم ثلاثاء على الساعة 16:00 ويوم الجمعة على الساعة 11:00

مدة بثه: ساعة ونصف

الصفحة الرسمية على الفيسبوك: [/https://ar-ar.facebook.com/Waf3alouElkheir](https://ar-ar.facebook.com/Waf3alouElkheir)

للإتصال بالبرنامج : +213674727374 / +213540234349

المدير العام للبرنامج: رشيد فوضيل

منشط البرنامج: المهندس محمد مشقق

الضيافة العامة: الشيخ فزاددي والجمعيات العامة الخيرية

طابع البرنامج: يكرس الجانب الإجتماعي الإنساني

إهتماماته: يهتم بمساعدة الحالات الاجتماعية، المرضى، المعوزين، الفقراء والمحتاجين وجميع القضايا

الاجتماعية

هدف البرنامج: بث روح التعاون ونشر الخير والأمل وأيضا مساعدة الحالات التي تمر في الحصة.

1- مجتمع الدراسة:

يقصد به جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث، أي كل العناصر التي تنتمي إلى مجال الدراسة.

ويعرف أيضاً أنه جميع المفردات والأشياء التي نريد معرفة حقائق عليها، فقد تكون أعداد في حالة تقييم مضمون وسائل الإعلام، كما قد تكون برامج إذاعية أو نشرات إخبارية⁽¹⁾. وفي حالة دراسة الراي العام فإنّ مجتمع الدراسة في حالتنا هو "أسر مدينة تبسة".

2- مجتمع الدراسة:

هي عبارة عن عدد محود من المفردات التي سوف يتعامل معها منهجياً، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً Representatif لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي توصف من خلالها هذا المجتمع.⁽²⁾

❖ **العينة Sample:** هي جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليها، وعليه أن يختار وفق قواعد صحيحة لكي تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً. أمّا العينة التي اعتمدنا عليها في دراستنا تمثلت في عدد من أفراد السر في مدينة تبسة -بلدية تبسة، وهي عينة قصدية عددهم هو 80 أسرة.

❖ **العينة القصدية:** هي العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظراً لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم⁽³⁾، تتكون تلك الخصائص هي الأمور الهامة بالنسبة للدراسة كما يتم اللجوء لهذا النوع من اعينات في حالة توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي.

1- سعد سلمان المشهداني: منهاج البحث العلمي، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، ط1، دولة الإمارات العربية المتحدة والجمهورية اللبنانية، 2017، ص 43.

2- أحمد بن مرسي: منهاج البحث العلمي ف يعلوم الإعلام والاتصال، ديوان للمطبوعات الجامعية، الجزائر، د س ط، ص 268.

3- سهيل رزق ذياب: منهاج البحث العلمي، المركز التربوي بوكالة الغوث سابقاً، غزة، فلسطين، 2003، ص 89.

1- التحليل الكمي والكيفي للبيانات:

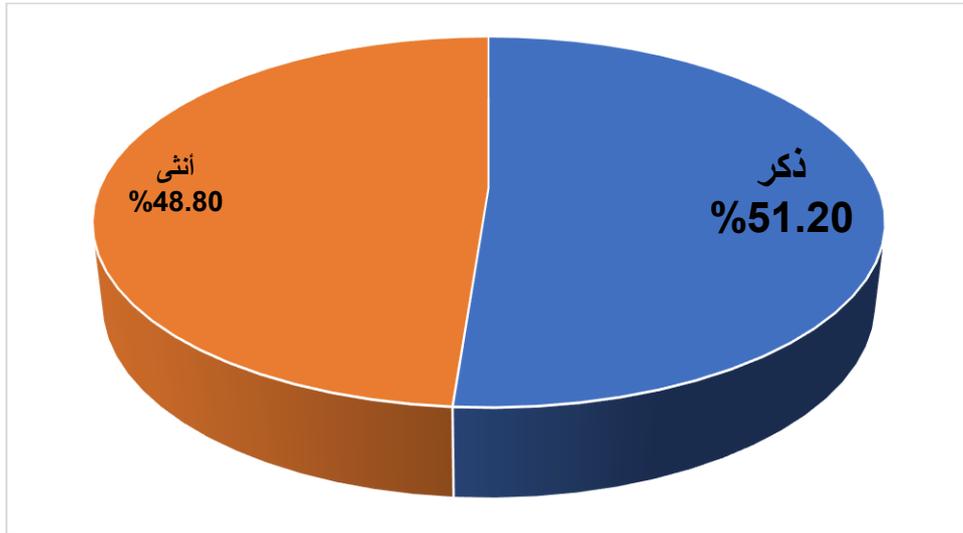
البيانات الشخصية: (1)

أ- الجنس:

جدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
51.2	41	ذكر
48.8	39	أنثى

شكل رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

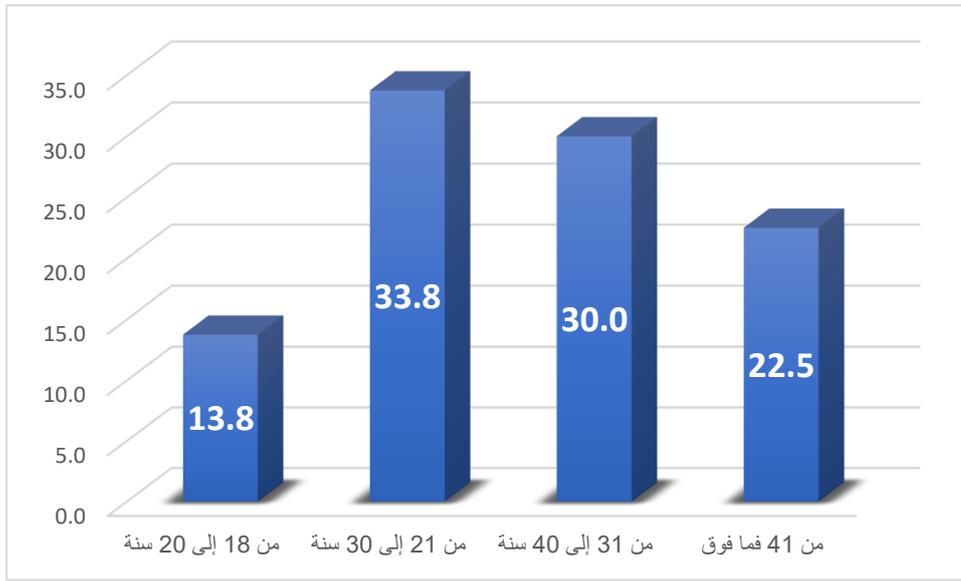


من نتائج الجدول رقم (01)، نلاحظ أنّ نسبة الذكور في عينة الدراسة هي 51.2% أعلى بقليل من نسبة الإناث التي تساوي 48.8%، بالتالي توزيع أفراد العينة حسب الجنس متقارب كثيراً، هذا بالطبع راجع للبنية الأسرية للعائلات التبسية التي يتكافأ فيها الأفراد من حيث الأم والأب، الأخ والأخت بصفة عامة. هذه النتيجة بهذا الشكل تعزز كثيراً الدراسة من حيث وجهة نظر الذكور ووجهة نظر الإناث.

¹- ينظر الملحق رقم (0).

النسبة %	التكرار	السن
13.8	11	من 18 إلى 20 سنة
33.8	27	من 21 إلى 30 سنة
30.0	24	من 31 إلى 40 سنة
22.5	18	من 41 فما فوق

شكل رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب السن

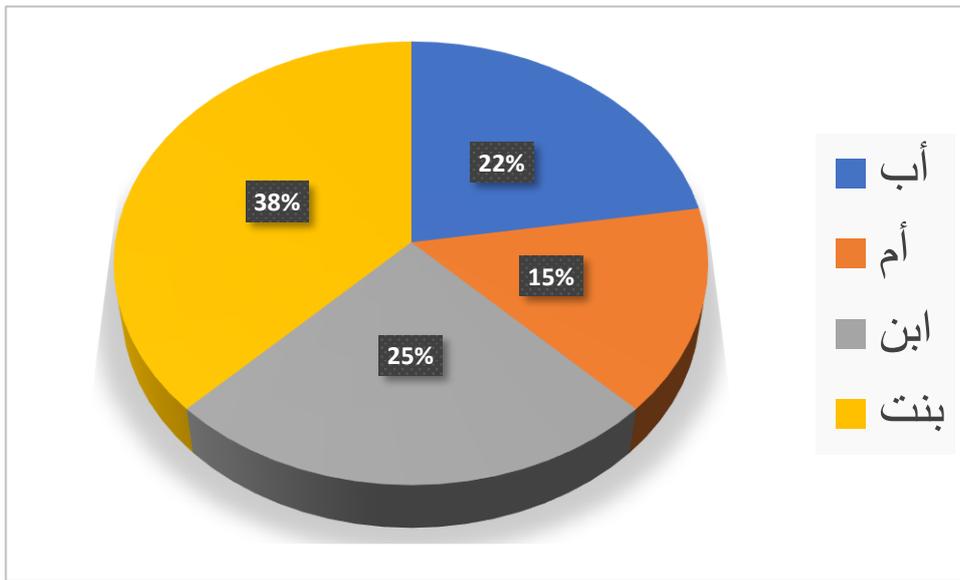


النتائج في الجدول رقم (02) تبين لنا أنّ ما نسبته 33.8% من الأفراد الذين يتراوح سنهم ما بين 21 إلى 30 سنة ثم تليها نسبة 30% من الأفراد الذين هم ما بين 31 إلى 40 سنة، ثم نسبة 22.5% التي تخص فئة الكهول من 41 سنة فما فوق، وأخيراً فئة 18 سنة إلى 20 سنة وهي الأقل نسبة بما يساوي 13.8%. من خلال ذلك يمكننا القول أنّ عينة الأفراد جيدة للدراسة بمحافظتها على طابع العشوائية، حيث تميزت بتوزيع مقبول بين كل الفئات دون وجود إقصاء لأي منها، أيضاً نستطيع القول أنّ الأفراد المعنيون بالبرامج الاجتماعية هم ما بين 21 سنة على 40 سنة، وهذا طبيعي لأنهم الفئة التي تكون مندمجة أكثر في المجتمع بكثير من المسؤوليات، كالأزواج والخطوبة، شراء أو كراء منازل، تربية الأطفال، منازعات ومشاكل الميراث...إلخ. بالتالي يكون إنجذابهم للبرامج الاجتماعية أمر منطقي.

جدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب الرتبة

النسبة %	التكرار	الرتبة في الأسرة
22	18	أب
15	12	أم
25	20	ابن
38	30	بنت

شكل رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب الرتبة

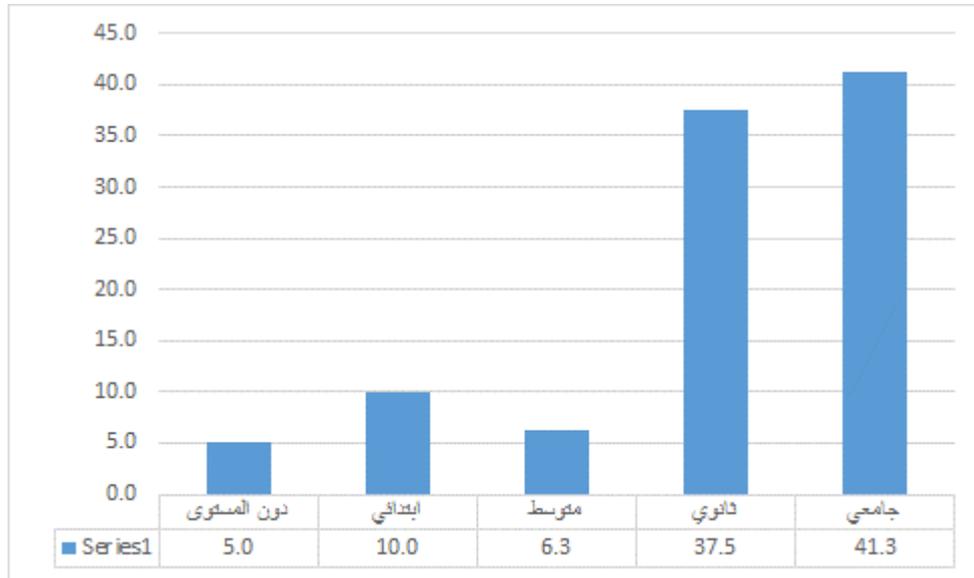


نتائج الجدول رقم (03) والقرص البياني المماثل له تبين لنا أنّ نسبة الإناث برتبة (بنت) في الأسرة تحصلت على النسبة الكبيرة بمقدار 38%، تليها نسبة الشباب برتبة (ابن) بنسبة 25%، ثم الآباء بنسبة 22%، وأخيرا الأمهات بنسبة 15%. هذا يعكس الطابع الفضولي لفئة الإناث على الإطلاع على أحوال الناس أو التثقيف من جهة أخرى، أيضا مكوث الإناث بالمنزل يجعلها تبحث على متنفس وهو التلفاز على غرار الأنترنت (التي أصبحت متوفرة بقوة حاليا) ومشاهدة البرامج الاجتماعية.

جدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
5.0	4	دون مستوى
10.0	8	إبتدائي
6.3	5	متوسط
37.5	30	ثانوي
41.3	33	جامعي

شكل رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



الجدول رقم (04) والأعمدة البيانية الموافقة له تبين نتائج أن جميع الفئات موزعة بنسب متفاوتة دون إقصاء لأي فئة، بالتالي البرامج الاجتماعية في المقام الأول لا تشترط مستوى أو شهادة مخصصة لمشاهدتها، بالتالي يكون جمهورها المتلقي من كافة الأصناف والفئات، أما من منظور النسب التي كانت فئة المستوى الجامعي هي المهيمنة بنسبة 41.3% ثم الثانوي بفارق ضئيل وبقيمة 37.5% يمكن أن نرجح ذلك إلى حب الإطلاع والتثقيف من جهة ومن جهة أخرى الإطلاع على أحوال المجتمع لهاتين الفئتين، خاصة أن البرامج الاجتماعية تعمل على جذب الفئات المتعلمة لمناقشة القضايا التي تعالجها وتطرحها بشكل علمي وممنهج.

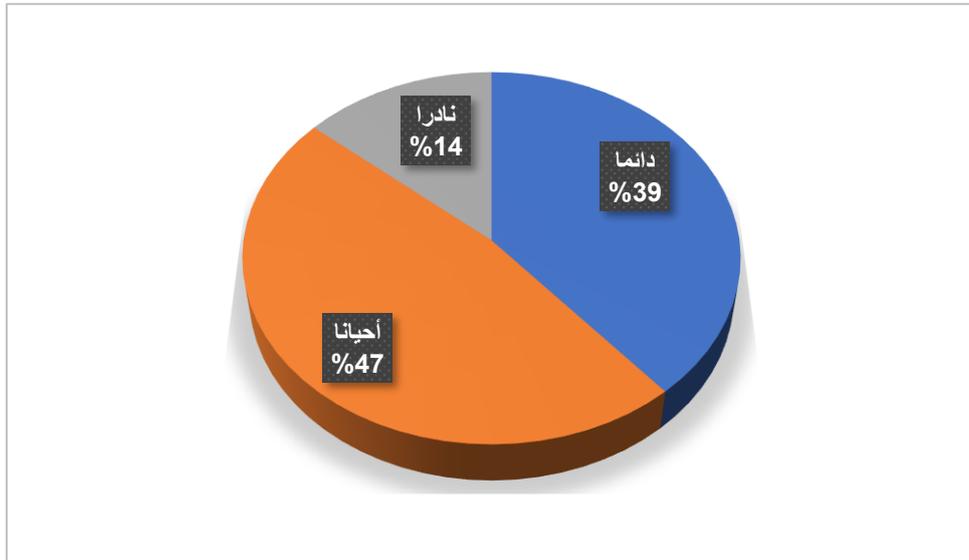
المحور الأول: عادات وأنماط الأسر التبسية نحو البرامج الاجتماعية⁽¹⁾

العبرة رقم (05): "هل تشاهدون البرامج الاجتماعية؟"

جدول رقم (05): استجابة الأفراد للعبرة رقم (05)

النسبة %	التكرار	العبرة رقم (05)
38.8	31	دائما
47.5	38	أحيانا
13.8	11	نادرا

شكل رقم (05): استجابة الأفراد للعبرة رقم (05)



من خلال نتائج الجدول رقم (05) الذي يمثل مدى مشاهدة الأفراد للبرامج الاجتماعية، والذي بينت نتائجه أنّ ما نسبته 47% من أفراد العينة أحيانا ما يشاهدون البرامج الاجتماعية ثمّ نسبة 39% يشاهدون دائما هذا النوع من البرامج. أي أنّ البرامج الاجتماعية تلقى جمهورا مهماً يتابعها حتى لو كان بطريقة ليست دائمة ولها شعبية بين أنواع البرامج الأخرى التي يعرضها التلفزيون. أمّا 14% منهم نادرا فقط ما يتابعون هذه البرامج، وهي نسبة ضئيلة لا تأثر إطلاقاً على نسبة المشاهدة الكلية للبرامج الاجتماعية.

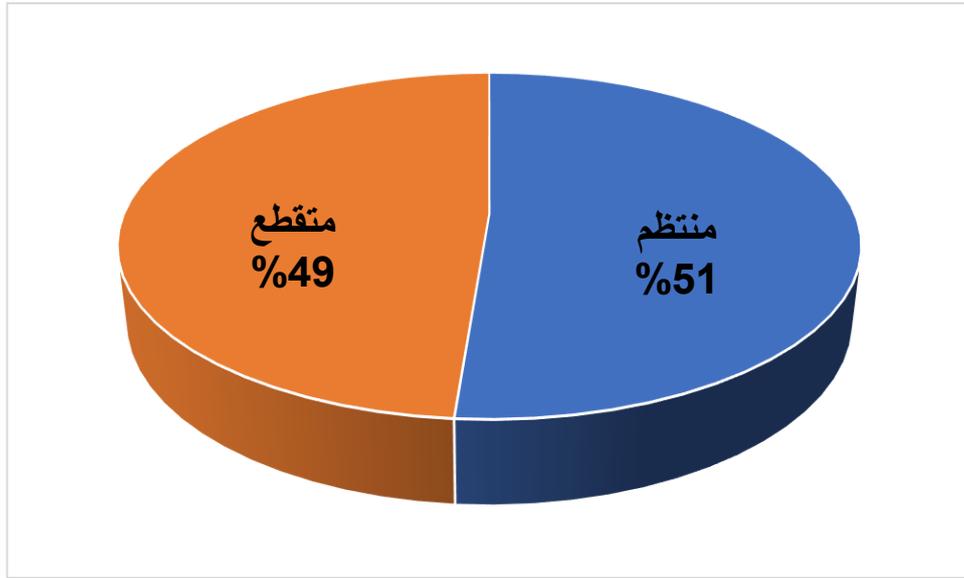
¹ - ينظر الملحق رقم (0).

العبارة رقم (06): "هل تشاهدون البرامج الاجتماعية بشكل متقطع أو منتظم؟"

جدول رقم (06): استجابة الأفراد للعبارة رقم (06)

النسبة %	التكرار	العبارة رقم (06)
51.2	41	منتظم
48.8	39	متقطع

شكل رقم (06): استجابة الأفراد للعبارة رقم (06)



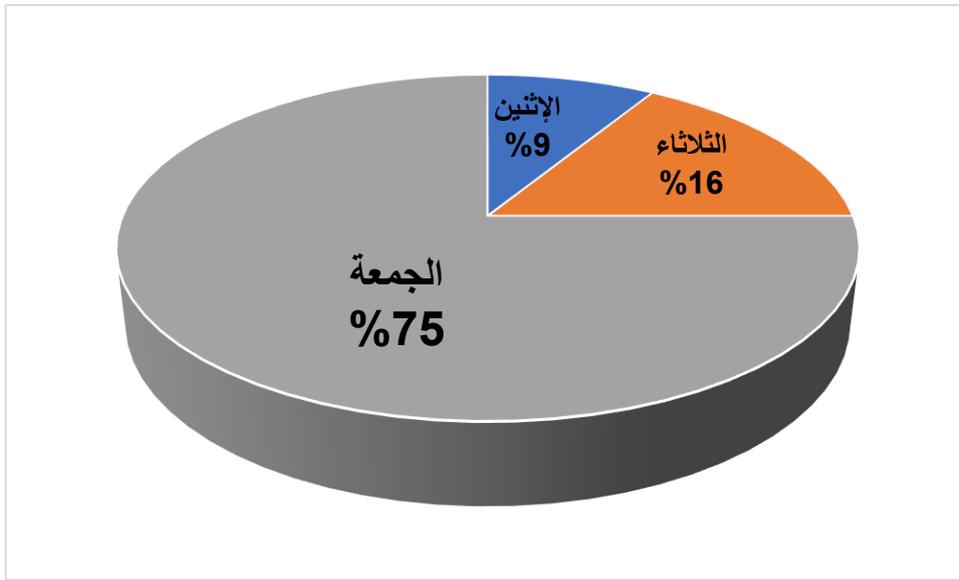
النسب والتكرار في الجدول رقم (06) بين لنا أنّ 51% من المتابعين للبرامج الاجتماعية لديهم روتين منتظم لها، ويخصصون لها أوقات مضبوطة لمتابعتها على التلفزيون بمواعيها المحددة وما نسبته 49% من الجمهور يشاهدها بشكل متقطع، بالتالي نستطيع القول أنّ البرامج الاجتماعية لديها ولاء جيد من طرف الأسر وذلك بتخصيص رزنامة زمنية لمتابعتها.

العبارة رقم (07): "ما هو اليوم الذي تحبذون مشاهدة البرامج الاجتماعية؟"

جدول رقم (07): استجابة الأفراد للعبارة رقم (07)

العبارة	التكرار	النسبة %
الاثنين	7	8.8
الثلاثاء	13	16.3
الجمعة	60	75.0

جدول رقم (07): استجابة الأفراد للعبارة رقم (07)



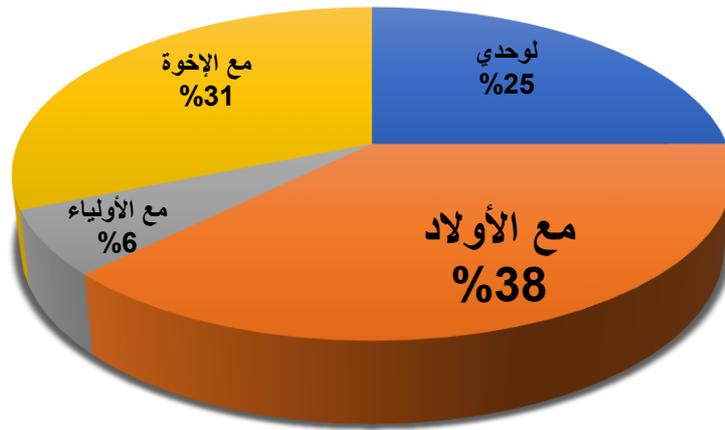
نلاحظ من خلال الجول أعلاه والشكل البياني الموافق له أنّ نسبة ساحقة تقدر بـ75% من إستجابات الأفراد تقر أنّها تشاهد البرامج الاجتماعية خلال أيام الجمعة، وهذا أمر طبيعي لأنّه آخر أيام الأسبوع وبداية العطلة الأسبوعية في معظم الوظائف الإدارية (Weekend)، بالتالي نسبة كبيرة من الجماهير تستفيد من هذه العطلة لمشاهدة البرامج الاجتماعية وفي نفس الوقت تعتمد القنوات التي تبث هذا النوع من البرامج على هذا التوقيت لبث أو إعادة البث لجذب أكبر عدد من المتلقين.

العبارة رقم (08): "مع من تفضلون مشاهدة البرامج الاجتماعية؟"

جدول رقم (08): استجابة الأفراد للعبارة رقم (08)

النسبة %	التكرار	العبارة
25.0	20	لوحدي
37.5	30	مع الأولاد
6.3	5	مع الأولياء
31.3	25	مع الإخوة

شكل رقم (08): استجابة الأفراد للعبارة رقم (08)



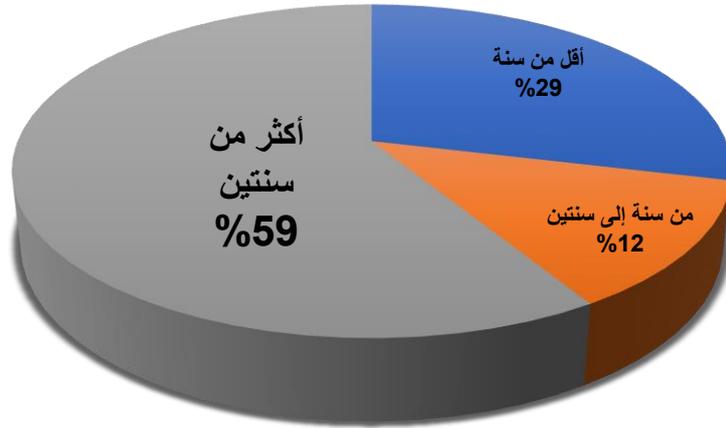
النتائج المبينة في الجدول والشكل رقم (08) كانت فيها النسبة الأكبر لإستجابات الأفراد تعود إلى الأفراد الذين يحبذون مشاهدة البرامج الاجتماعية مع الأولاد بمقدار 38%، هذا بين بشكل أو بآخر أنّ الجماهير لا تجد إخراج في مشاهدة ما يحتويه هذا النوع من البرامج مع الأولاد وأيضاً رغبة الأولياء في تعليم أبنائهم والإستفادة من هدف كل حلقة أو كل ظاهرة إجتماعية يطرحها البرنامج الإجتماعي، هذا أيضاً ينطبق على ما نسبته 31% من الأفراد الذين يشاهدون البرامج مع الإخوة فهي بالطبع عائلية وتعرض على جميع الفئات. أمّا النسب المتبقية فهي لا تنقص من كيفية تلقي الجماهير لهذا النوع من البرامج، لأنّ ما نسبته 25% يشاهدون البرامج الاجتماعية بمفردهم يمكن أن يعكس فقط حب الإطلاع لبعض الجماهير.

العبارة رقم (09): "منذ متى وأنتم تشاهدون البرامج الاجتماعية؟"

جدول رقم (09): إستجابة الأفراد للعبارة رقم (09)

النسبة %	التكرار	العبارة
28.7	23	أقل من سنة
12.5	10	من سنة إلى سنتين
58.8	47	أكثر من سنة

شكل رقم (09): إستجابة الأفراد للعبارة رقم (09)



بين لنا الجدول والشكل رقم (09) أنّ ما نسبته 59% من الأفراد يشاهدون البرامج الاجتماعية منذ أكثر من سنتين، بالتالي هناك ولاء واضح وتفضيل صريح من طرف الجماهير لهذا النوع من البرامج باعتبار أن المدة الزمنية كبيرة نوعاً ما، وتليها نسبة 29% من الأفراد الذين يشاهدون البرامج الاجتماعية منذ أقل من سنة، وهي نسبة معتبرة تدل أنّ هناك زيادة في الشعبية وجماهير جديدة مقبلة على مشاهدة البرامج الاجتماعية التي هي في تطور ملحوظ.

العبارات السابقة (من العبارة 5 إلى 9) التي تدرج في المحور الأول للإستبيان تعطينا لمحة ومعلومات كافية عن نمط الأسر في مشاهدة البرامج الاجتماعية، والتي تحبذ مشاهدتها بانتظام في أوقات العطلة الأسبوعية مع كافة أفراد الأسرة. وهذا النمط من المتابعة قد يكون ناتجاً عن طبيعة بث البرامج الاجتماعية في القنوات مع البرامج الأخرى وكيفية الإشهار لها.

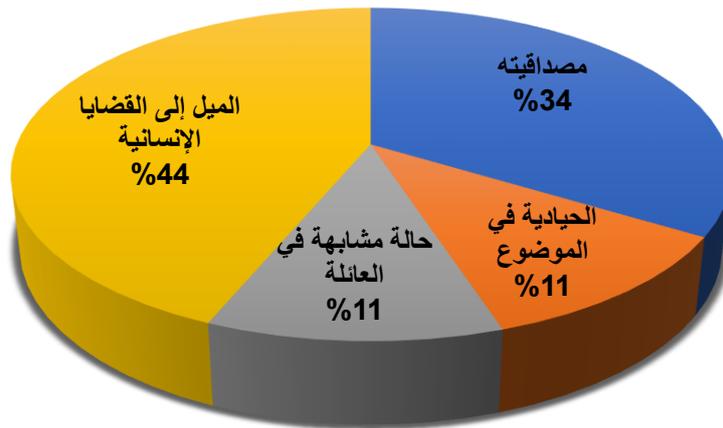
المحور الثاني: دوافع الأسر الجزائرية لمشاهدة البرامج الاجتماعية⁽¹⁾

العبارة رقم (10): "ما الذي يدفعك لمشاهدة البرامج الاجتماعية؟"

جدول رقم (10): إستجابة الأفراد للعبارة رقم (10)

النسبة %	التكرار	العبارة
33.8	27	مصادقته
11.3	9	الحيادية في تناول الموضوع
11.3	9	حالة مشابهة في وسط العائلة
43.8	35	الميل إلى القضايا الإنسانية

شكل رقم (10): إستجابة الأفراد للعبارة رقم (10)



نتائج الجدول أعلاه الموافق للعبارة رقم (10) والممثل بالقرص البياني الذي يليه، يوضح لنا دافع الأفراد في متابعة أو مشاهدة البرامج الاجتماعية حيث كانت النسبة 43.8% وهي النسبة الأعلى والتي تعبر عن الأفراد الذين يميلون للقضايا الإنسانية وهذا ما يدفعهم لمشاهدة هذه البرامج، وهو بالطبع ما يميزها عن باقي البرامج حيث تعالج قضايا وظواهر في لب المجتمع تعبر عن الجانب الإنساني في التعاون ولتطوع، تليها النسبة 33.8% من الجماهير التي ترى فيها المصادقية والتي تغلب على هذا النوع من البرامج أي أنها تعالج حالات أو مظاهر متفشية في المجتمع الجزائري ويتعرض لها في حياته اليومية والاجتماعية.

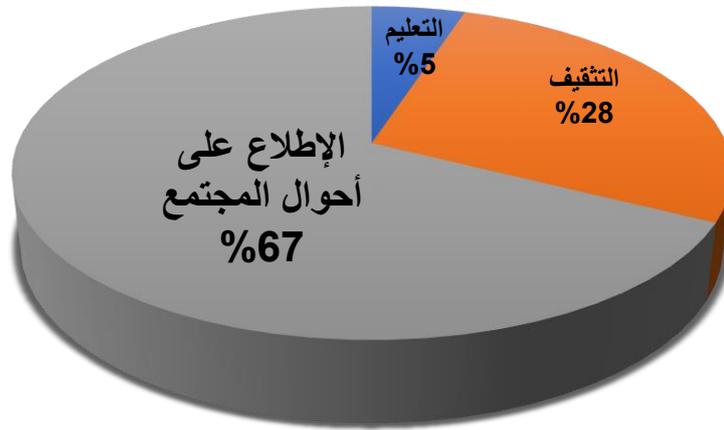
¹- ينظر الملحق رقم (0).

العبارة رقم (11): "هل تشاهدون البرامج الاجتماعية من أجل التثقيف، التعليم أو الإطلاع على أحوال الناس؟"

جدول رقم (11): استجابة الأفراد للعبارة رقم (11)

العبارة	التكرار	النسبة %
التعليم	4	5.0
التثقيف	22	27.5
الإطلاع على أحوال الناس	54	67.5

شكل (11): استجابة الأفراد رقم (11) للعبارة رقم (11)



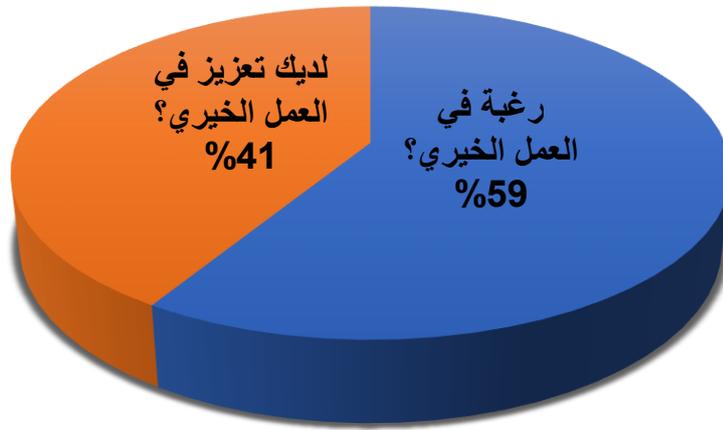
من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح استجابة الأفراد للسؤال رقم (11)، تحصلنا على نسبة 67% من الأفراد الذين يشاهدون البرامج الاجتماعية بغية الإطلاع على أحوال المجتمع، وهي نسبة ساحقة مقارنة بالنسب المتبقية، يدل ذلك على حدّ التقدير وجود رابط كبير بين أفراد المجتمع والذي يبحث أفرادها دائما على التحديث في ما يخص الأحوال الاجتماعية والظواهر المستجدة والمنتشرة حديثاً، فيكون بذلك على استعداد للمساعدة أو حتى حماية نفسه وعائلته في الحياة الاجتماعية.

العبارة رقم (12): "ما هو دافع تفضيلك لمشاهدة البرامج الاجتماعية؟"

جدول رقم (12): استجابة الأفراد للعبارة رقم (12)

النسبة %	التكرار	العبارة
58.8	47	رغبة في العمل الخيري
41.3	33	لديك تعزيز في العمل الخيري

جدول رقم (12): استجابة الأفراد للعبارة رقم (12)



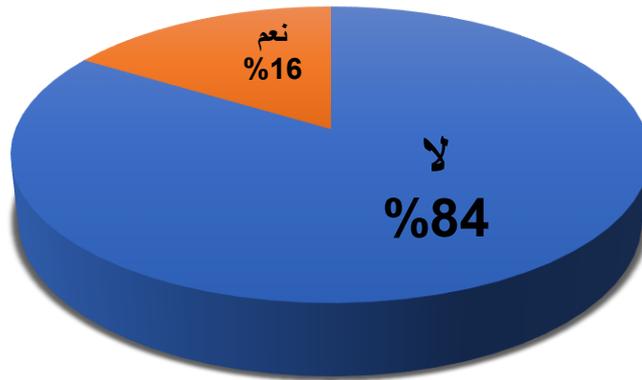
الجدول رقم (12) والشكل التابع له، بين لنا أنّ نسبة الأفراد الذين يشاهدون البرامج الاجتماعية رغبة في العمل الخيري كانت الأكبر وبنسبة 59%، هذا بين طبيعة الفرد في المجتمع الذي يميل إلى التعاون والتطوع ومد يد العون للأفراد المحتاجين، والبرامج الاجتماعية تشبع هذه الرغبة بطريقة أو بأخرى، سواءً بعرض حالات محتاجة ليد العون أو عرض مظاهر إجتماعية سلبية تحتاج إلى أفراد صالحين لمعالجتها. أم باقي النسبة والتي تقدر بـ 41% فهم الأفراد الذين لديهم تعزيز في العمل الخيري، أيضا هذا النوع من البرامج لا بقصيمهم ويخلق لهم البيئة المواتية لذلك. البرامج الاجتماعية إذا ذات هدف خير تلبي حاجات الفرد وتشبع غريزة فعل الخير لديه.

العبارة رقم (13): "هل سبق لكم أن شاركتم في البرنامج"

جدول رقم (13): استجابة الأفراد للعبارة رقم (13)

النسبة %	التكرار	العبارة
83.8	13	نعم
16.3	67	لا

شكل رقم (13): استجابة الأفراد للعبارة رقم (13)



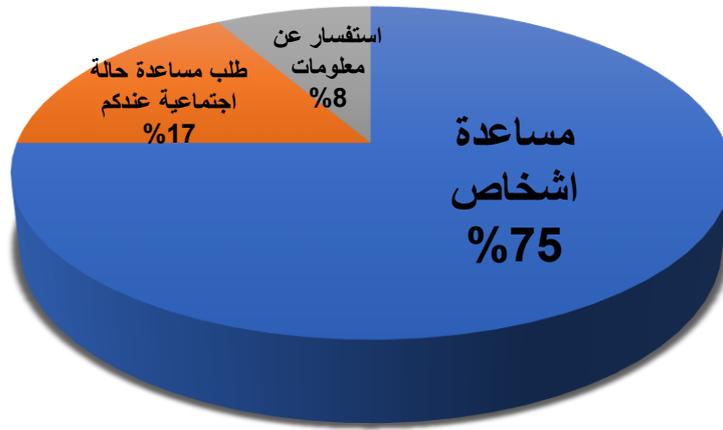
نتائج العبارة في الجدول رقم (13) تبين لنا مباشرة أنّ نسبة كبيرة من الأفراد لم يشاركوا في أي برنامج إجتماعي متلفز، ويمكن اعتبار أنّ البرامج الاجتماعية قد لا تستوعب معالجة جميع الحالات الاجتماعية لعددها الهائل، هذا من جهة وأيضاً لا يمكن عرض أو معالجة كل القضايا أو الحالات الاجتماعية لأنها لا تستوجب ذلك، فهي فقط تعرض ما تراه فيه فائدة وأهمية كبيرة أو حالات خطيرة، وهذا ما أكدته أيضاً نسبة 16% فقط ممّن شاركوا في البرامج الاجتماعية. والجدول الموالي قد يبين السبب أو الدافع للمشاركة.

العبارة رقم (14): "ما هو السبب الذي دفعكم للمشاركة؟"

جدول رقم (14): استجابة الأفراد للعبارة رقم (14)

النسبة %	التكرار	العبارة
75.0	9	مساعدة أشخاص
16.7	2	طلب مساعدة حالة إجتماعية عندكم
8.3	1	استفسار عن معلومات

شكل رقم (14): استجابة الأفراد للعبارة رقم (14)



مكماً لما جاء في نتائج الجدول السابق رقم (13) والعبارة الموافقة له، الجدول رقم (14) يخص الأفراد الذين أجابوا بنعم في العبارة السابقة أي أنهم شاركوا في برنامج إجتماعي، فقد جاءت نسبة 75% للأفراد الذين شاركوا بدافع مساعدة أشخاص عرضت حالاتهم في البرنامج الاجتماعية وكرد فعل منهم للمساعدة ومد يد العون والعمل التطوعي، وهي نسبة كبيرة تعبر عن غريزة العمل الخيري لدى الفرد خاصة عندما يتأثر بالحالات المعروضة، ما نسبته 17% فهي للأفراد الذين طلبوا المساعدة من خلال البرامج الاجتماعية وهي نسبة مهمة تدل على ثقة هذه الأفراد في البرامج الاجتماعية من جهة وكحل ناجع لمساعدتهم من جهة أخرى. وذلك في الأساس دور البرامج الاجتماعية وهدفها من بثها للجماهير.

هذا المحور بعباراته (من 10 إلى 14) يبرر لنا دوافع الأسر إلى مشاهدة البرامج الاجتماعية، فهي لا تتبعد عن نطاق البحث عن العمل الخيري، خاصة وأن هذه البرامج معروفة بمصداقيتها لأنها تعرض حالات من المجتمع، وفي الوقت نفسه تُبقي الفرد مطلع على أحوال المجتمع الذي يعيش فيه، يؤثر ويتأثر به، ويترك له مجال لمد يد العون إن أمكنه ذلك، وهذا ما تهدف إليه البرامج الاجتماعية.

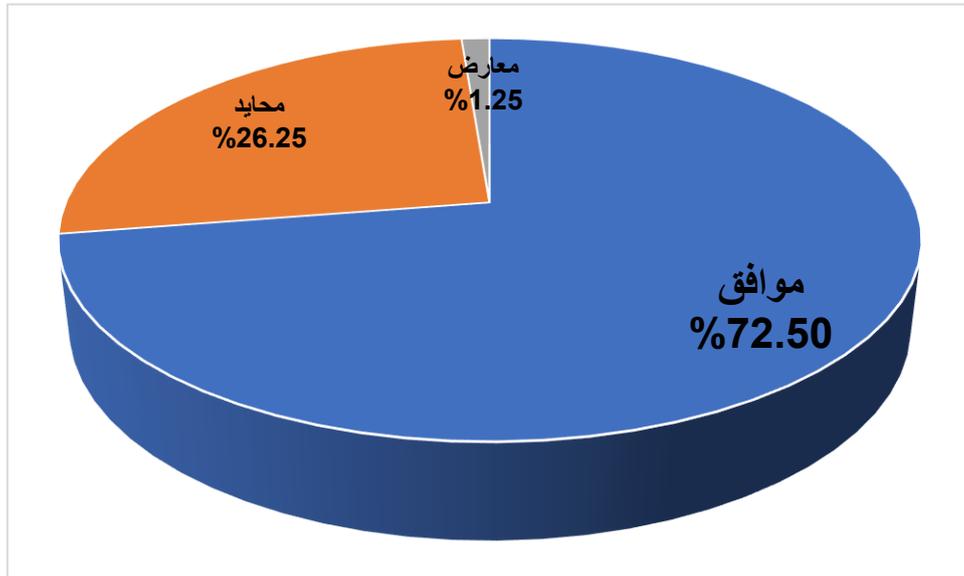
المحور الثالث: تقييم الأسر للبرامج الاجتماعية في قناة الشروق الجزائرية⁽¹⁾

العبرة رقم (15): "هل البرامج الاجتماعية على قناة الشروق الجزائرية تتوافق مع القيم ومبادئ الأسرة الجزائرية؟"،

جدول رقم (15): استجابة الأفراد للعبرة رقم (15)

النسبة %	التكرار	العبرة
72.5	58	موافق
26.3	21	محايد
1.3	1	معارض

شكل رقم (15): استجابة الأفراد للعبرة رقم (15)



من خلال الجدول أعلاه والتمثيل المماثل له، يتبين لنا أنّ نسبة كبيرة تقدر بـ72.5% من إستجابات الأفراد لهذه العبرة موافقون عليها، أي أنّهم يرون بأنّ البرامج الاجتماعية التي تبثها قناة الشروق تناسب الأسرة، وهذا ما يعكس نتائج ما سبق من نتائج العبارات التي تبين أنّ أكثر المشاهدات تكون في جو أسري، والبرامج الاجتماعية التي قد يشاهدونها في قناة الشروق تحترم وتقدر مبادئهم وقيمهم، وتركز أكثر على الإفادة.

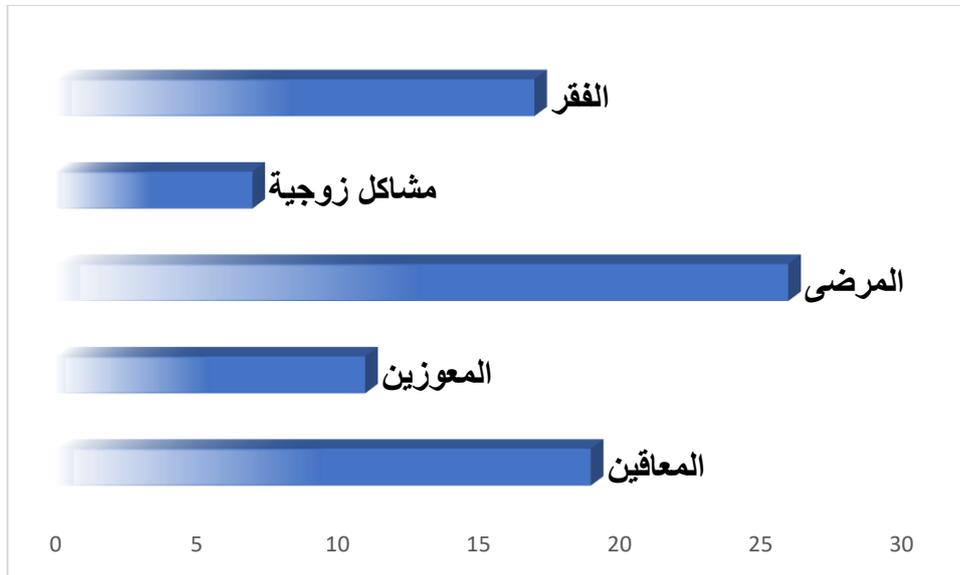
¹- ينظر الملحق رقم (٠).

العبارة رقم (16): "رتب القضايا التي يعالجها البرنامج حسب أهميتها من 1 إلى 5"،

جدول رقم (16): استجابة الأفراد للعبارة رقم (16)

المرتبة	النسبة %	التكرار	العبارة
الثانية	23.8	19	المعاقين
الرابعة	13.8	11	المعوزين
الأولى	32.5	26	المرضى
الخامسة	8.8	7	مشاكل زوجية
الثالثة	21.3	17	الفقر

شكل رقم (16): استجابة الأفراد للعبارة رقم (16)



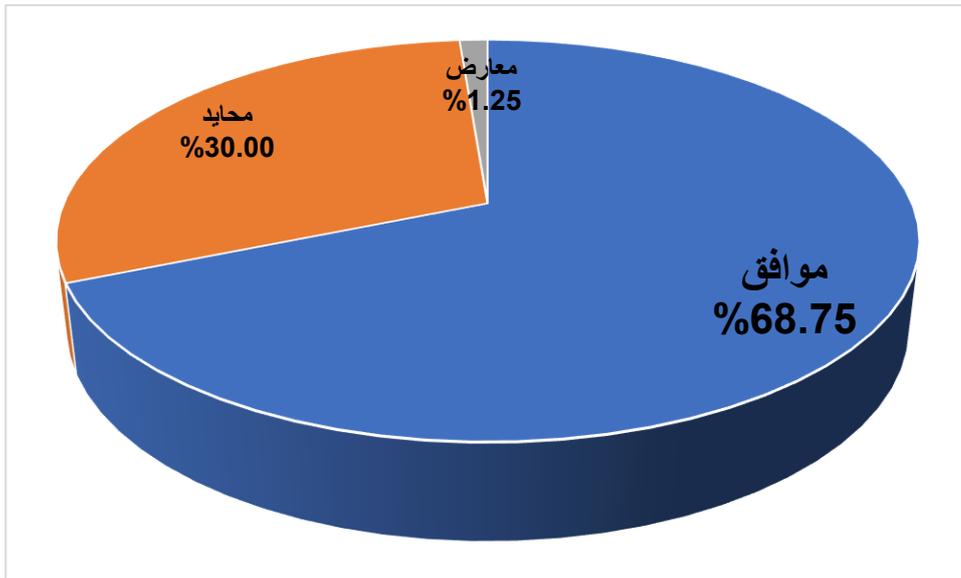
من خلال نتائج الجدول يتبين لنا وبوضوح أنّ المواضيع التي تخص المرض هي التي تجذب المشاهد في الأسر، يليها موضوع المعاقين ثم قضايا الفقر بعدها المعوزين وجاءت في الأخير قضايا أو المشاكل الزوجية، وهذه النتيجة قد تدل على أنّ الجماهير المنتبحة للبرامج الاجتماعية تريد المساعدة ومد يد العون قدر الإمكان وقضايا المرض هي التي تتيح الفرصة وتجعل الفرد يصنع الفرق في المجتمع، ثمّ تليها قضايا المعاقين التي لا تتعد كثيرا عن المرض لأنهم في ميدان الصحة الجسمية، وهذه القضايا بطبيعة الحال مؤثرة على إنسانية المشاهد وتجذبه بالتالي بالبرامج الاجتماعية في قناة الشروق تركز على هذا الجانب، لاحظنا أيضاً أنّ المشاكل الزوجية في المرتبة الأخيرة والخامسة بنسبة ضعيفة، قد نؤول ذلك بأنّ هذه القضايا بالذات قد تحوي موضوعات حساسة قد لا تتيح الفرصة للمشاهدة في جو أسري أو الاستفادة الأسرية منها، هذا من جهة، ومن جهة أخرى قد لا يستطيع المشاهد مد يد العون لأنّها تحتاج إلى مختصين في علم الاجتماع أو أطباء نفسيين أو أطباء جسمانيين للمساعدة.

العبارة رقم (17): "الطريقة التي يعرض بها البرنامج تتناسب مع المضمون"،

جدول رقم (17): استجابة الأفراد للعبارة رقم (17)

النسبة %	التكرار	العبارة
68.8	55	موافق
30	24	محايد
1.3	1	معارض

جدول رقم (17): استجابة الأفراد للعبارة رقم (17)



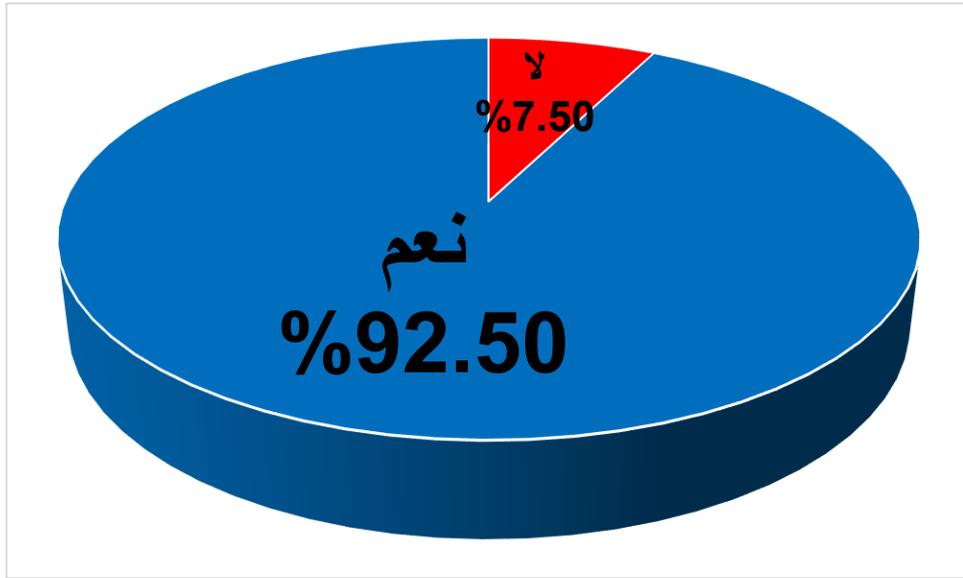
النتائج في الجدول رقم (17) تظهر لنا أنّ ما نسبته 68.8% من المشاهدين يرون بأنّ الطريقة التي يعرض بها البرنامج تتوافق مع المضمون، وهذا يدل على أنّ قناة الشروق قد درست جمهورها ووضعت منهجية لبحث برنامجها الاجتماعي شكلاً ومضموناً.

العبارة رقم (18): "هل طريقة الحوار التي يعتمدها المقدم مقبولة بالنسبة إليك؟"،

جدول رقم (18): استجابة الأفراد للعبارة رقم (18)

النسبة %	التكرار	العبارة
92.5	74	نعم
7.5	6	لا

جدول رقم (18): استجابة الأفراد للعبارة رقم (18)



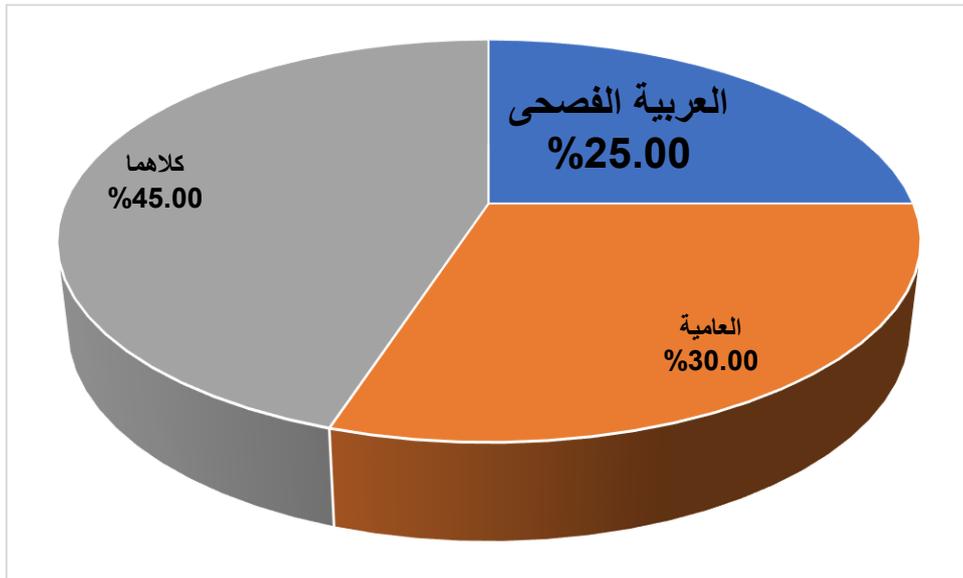
في الجدول أعلاه يتبين لنا أنّ نسبة 92.5% من استجابات الأفراد يرون بأن طريقة الحوار التي يعتمدها المقدم في البرنامج مقبولة بالنسبة لهم، وهذه النسبة كبيرة تعكس مدى رضا الأسر على طريقة التقديم وتعتبر أيضاً على استعداد القناة لترضي جمهورها وتبث برامج إجتماعية ذات حوار بناء وهداف، هذه البرامج تستوفي جميع عناصر التقديم الفني والعرض.

العبارة رقم (19): "ما هي اللغة المناسبة التي تفضل أن يعرض بها البرنامج؟"،

جدول رقم (19): استجابة الأفراد للعبارة رقم (19)

النسبة %	التكرار	العبارة
25.0	20	العربية الفصحى
30.0	24	العامية
45.0	36	كلاهما

جدول رقم (19): استجابة الأفراد للعبارة رقم (19)



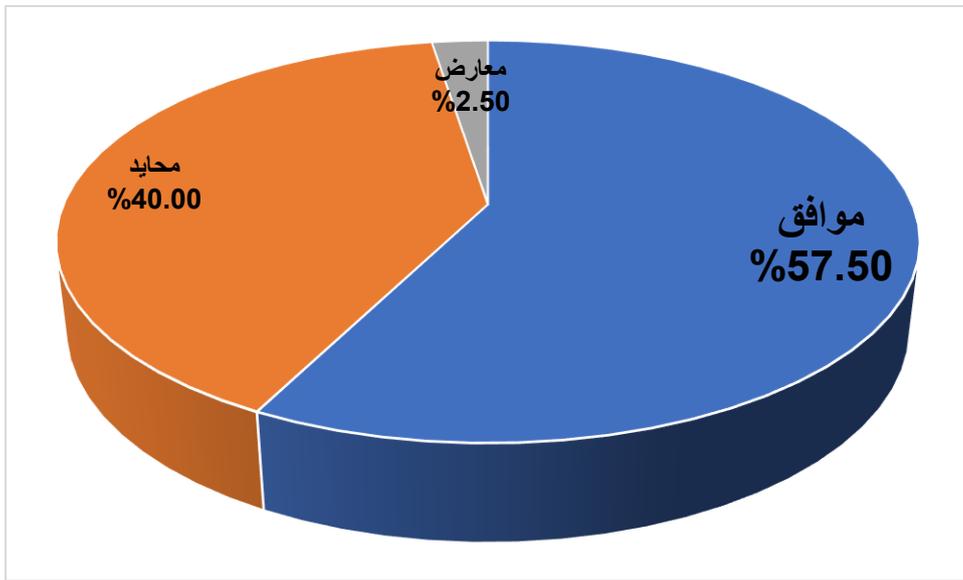
الجدول رقم (19)، يوضح لنا تباين النسب حول اللغة التي يجذبها الأسر لمتابعة البرنامج، لكن النسبة الكبيرة تعود للجماهير التي تريد تلقي البرنامج باللغة العامية والفصحى بنسبة 45%، ثم العامية بـ30% بالتالي اللغة أو اللهجة التي يتلقى بها الجماهير البرنامج يمكن أن تكون عامية أكثر منها بالعربية الفصحى، فهي بذلك تخاطب جميع الفئات وتؤثر أكثر على المشاهد.

العبارة رقم (20): "هل الصور والروبورتاجات التي يعرضها البرنامج تعكس القضايا المطروحة؟"،^{٢٢٠١١}

جدول رقم (20): استجابة الأفراد للعبارة رقم (20)

النسبة %	التكرار	العبارة
57.5	46	موافق
40.0	32	محايد
2.5	2	معارض

شكل رقم (20): استجابة الأفراد للعبارة رقم (20)



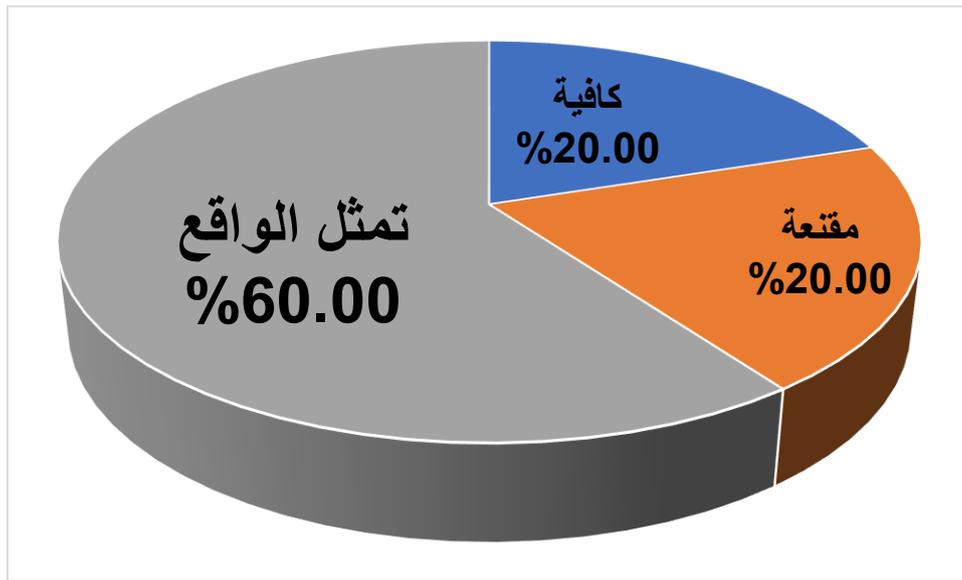
من خلال النتائج يتبين لنا أنّ نسبة 57.5% من الأسر ترى أن الروبورتاج والصور المعروضة توافق القضايا المطروحة، أي أنّ القناة نجحت إلى حد مقبول في الإخراج الفني والإشهار لجذب الجماهير واستقطاب أكبر عدد ممكن. ومن جهة أخرى تريح مصداقية وثقة المشاهدين.

العبارة رقم (21): "هل المعلومات التي يقدمها البرنامج؟"،^{١٠٠١١ ٢٢ ٠}

جدول رقم (21): استجابة الأفراد للعبارة رقم (21)

النسبة %	التكرار	العبارة
20.0	16	كافية
20.0	16	مقنعة
60.0	48	تمثل الواقع
00	00	لا تمثل الواقع

شكل رقم (21): استجابة الأفراد للعبارة رقم (21)



النتائج من الجدول والشكل والقرص البياني للعبارة 21 تبين لنا أنّ نسبة 60% أكثر من النصف توافق على أنّ البرنامج يعكس الواقع ولا يوجد معارضة لهذا الطرح، بالتالي القضايا المطروحة هي حقيقية ومن قلب المجتمع، ومنه تحوز البرامج الاجتماعية في قناة الشروق على مصداقية أكثر ومشاهد أكثر وتعالج مشاكل تنفع الأسر المتابعة.

من خلال العبارة العبارات التي تخص هذا المحور، نستطيع القول بأنّ القناة قد نجحت إلى حد مقبول في استقطاب الجماهير والأسر لمتابعة البرامج الاجتماعية، هذا النجاح نتاج لدراسة القناة لطابع الأسر والإخراج الفني من حيث الربورتاج الصادق والإشهار.

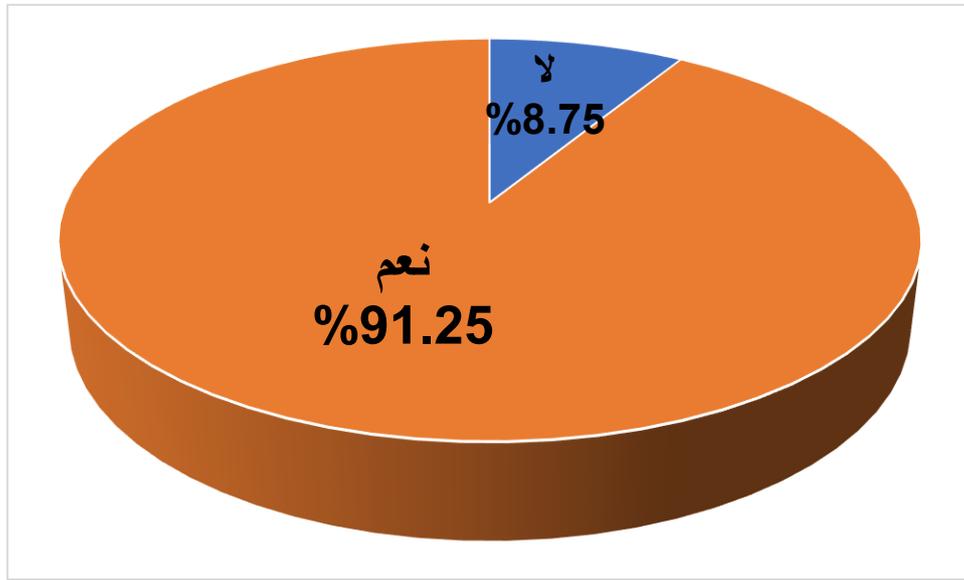
المحور الرابع: انعكاسات برنامج وافعلوا الخير على الأسر الجزائرية⁽¹⁾

العبارة رقم (22): "هل ترى أنّ مشاهدة برنامج وافعلوا الخير أثر على أفكارك"،

جدول رقم (22): استجابة الأفراد للعبارة رقم (22)

النسبة %	التكرار	العبارة
91.3	73	نعم
8.8	7	لا

شكل رقم (22): استجابة الأفراد للعبارة رقم (22)



النتائج المتحصل عليها في الجدول تبين لنا أنّ برنامج "وافعلوا الخير"، قد أثر على أفكار المشاهد بطريقة معينة. والنسبة 91.25% تؤكد ذلك، وهي نسبة كبيرة تعكس أيضا نجاح فكرة البرنامج ووصوله إلى نفسية وذهنية الجماهير المتابعة، بالتالي تحقيق البرنامج لحد الآن لهدفه الذي بث من أجله.

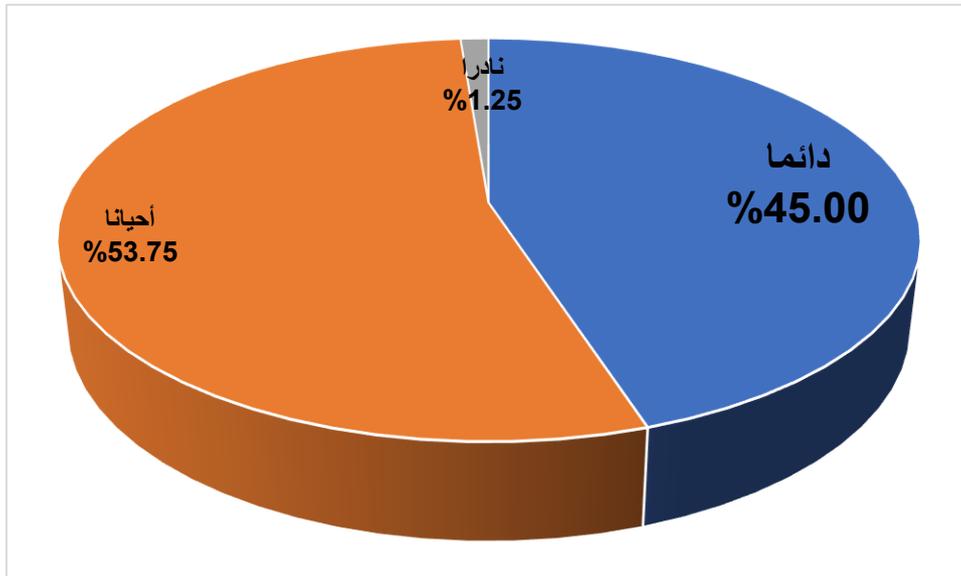
¹- ينظر الملحق رقم (0).

العبارة رقم (23): "هل ترى أنّ مشاهدة البرنامج وما يعكسه من قيم وأفكار تخدم الثقافة والعادات والعلاقات الإجتماعية؟"،

جدول رقم (23): استجابة الأفراد للعبارة رقم (23)

النسبة %	التكرار	العبارة
45.0	36	دائما
53.8	43	أحيانا
1.3	1	نادرا

شكل رقم (23): استجابة الأفراد للعبارة رقم (23)



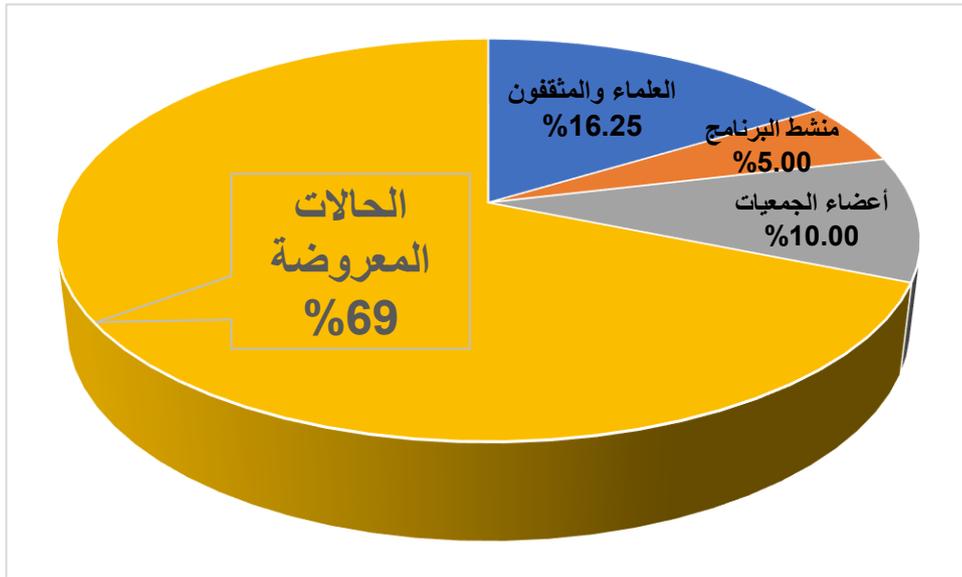
من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أنّ ما نسبته 53.8% من إستجابات الأفراد تعود للذين يرون بأنّ مشاهدة البرامج الاجتماعية وما يعكسه من قيم، أفكار أحيانا ما تخدم الثقافة والعادات والعلاقات الاجتماعية يمكن أن نرجع ذلك إلى نقص في التطبيق على أرض الواقع للحالات المعروضة على الشاشة في البرنامج، أو أنّ الحالات المعروضة عبارة عن أحداث مكرّرة وقضايا تتداول في الوسط الإجتماعي، بينما النسبة المجاورة والتي جاءت بـ45% وهي نسبة ليست هينة، ترى أنّ ما تعكسه البرامج الاجتماعية من قيم وأفكار تخدم الثقافة والعادات والتقاليد دائما، وهذه الخدمة يمكن أن تترجم في حلول القضايا المطروحة التي بدورها تؤثر على المجتمع بشكل إيجابي.

العبارة رقم (24): "برأيك، ما هي الشخصيات التي تؤثر فيك عند مشاهدة البرنامج؟"،

جدول رقم (24): استجابة الأفراد للعبارة رقم (24)

النسبة %	التكرار	العبارة
16.3	13	العلماء والمتفنون
5.0	4	منشط البرنامج
10.0	8	أعضاء الجمعيات
68.8	55	الحالات المعروضة

شكل رقم (24): استجابة الأفراد للعبارة رقم (24)



النتائج في الجدول أعلاه تبين لنا أنّ ما نسبته 69% من الحالات المعروضة هي التي تؤثر على المشاهد للبرنامج، هذه النسبة قد ترجع إلى العامل النفسي والعاطفي وإلى الجنب الإنساني للمشاهد الذي يتلقى من البرنامج التأثير المباشر، والبرنامج بدوره يصوغ الحالة المعروضة بطريقة تصل إلى المشاهد رغبة في رد فعل، بالتالي فبرنامج "وافعلوا الخير" قد نقول حقق نسبة كبيرة من هدفه.

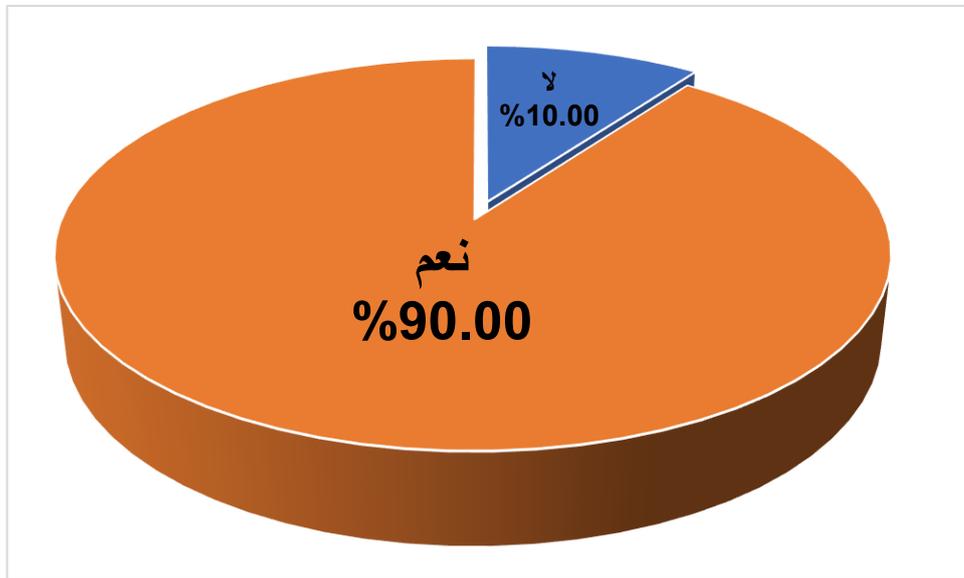
العبارة رقم (25): "هل استطاع برنامج "وافعلوا الخير" أن ييبث فيك روح المنافسة مع أفراد المجتمع للإنخراط في العمل الخيري؟"،

جدول رقم (25): استجابة الأفراد للعبارة رقم (25)

النسبة %	التكرار	العبارة
10.0	8	لا
90.0	72	نعم

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على مخرجات SPSS 25

شكل رقم (25):



استجابة الأفراد للعبارة رقم (25)

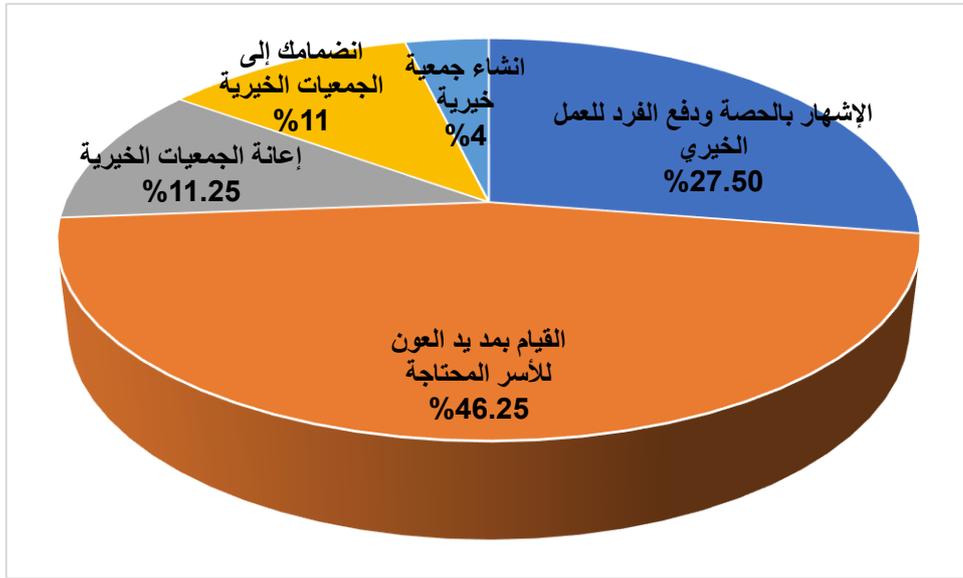
جاءت نتائج هذا الطرح بنسبة 90%، كما هو مبين في الجدول والقرص البياني المماثل له، أي أنّ إستجابة الأفراد تقرر بأنّ برنامج "وافعلوا الخير" ييبث روح المنافسة فيهم وفي غيرهم، وهذه المنافسة تكون في الإنخراط في عمل خيري على سبيل المثال وقد نريد أن نضيف أيضا أنّ هذا الحماس هو رد فعل لما جاء في العبارة السابقة رقم (24). كذلك هذا الجانب يوضح أنّ مخرجو برنامج "وافعلوا الخير" قد أحسنوا توظيف عنصر من عناصر البرامج الاجتماعية على غرار الإثارة وهو الحماس.

العبارة رقم (26): "ما هي المبادرة الإنسانية التي دفعت على أقدامها من خلال مشاهدتك للبرنامج؟"،

جدول رقم (26): استجابة الأفراد للعبارة رقم (26)

النسبة %	التكرار	العبارة
27.5	22	الإشهار بالحصة ودفح الفرد إلى العمل الخيري
46.3	37	القيام بمد يد العون إلى الأسر المحتاجة
11.3	9	إعانة الجمعيات الخيرية
11.3	9	انضمامك إلى الجمعيات الخيرية
3.8	3	إنشاء جمعية خيرية

شكل رقم (26): استجابة الأفراد للعبارة رقم (26)



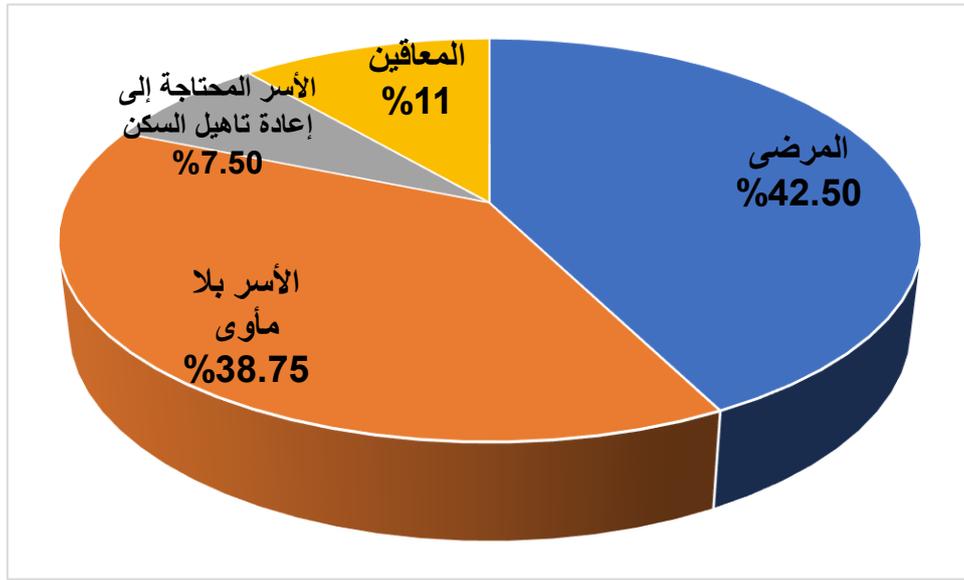
الجدول رقم (26) أظهر لنا أنّ نسبة 46.3% من عينة الدراسة مدو يد العون للأسر المحتاجة، وهي نسبة كبيرة تظهر التأثير الإيجابي لبرنامج "وافعلوا الخير" على الأسر التبسية، بالتالي فالبرنامج ينشر فعل الخير ويعزز، والنسب الأخر جاءت ضعيفة ومتقاربة لكنها لا تخرج عن نطاق التأثير الإيجابي للبرنامج. بهذا يمكن أن نعتبر أنّ برنامج "وافعلوا الخير" قد عزز القيم والمبادئ.

العبارة رقم (27): "ما هي الحالات التي أثرت فيك أكثر عند مشاهدتك البرنامج؟"،

جدول رقم (27): استجابة الأفراد للعبارة رقم (27)

العبارة	التكرار	النسبة %
المرضى	34	42.5
الأسر بلا مأوى	31	38.8
الأسر المحتاجة إلى إعادة تأهيل السكن	6	7.5
المعاقين	9	11.3

شكل رقم (27): استجابة الأفراد للعبارة رقم (27)



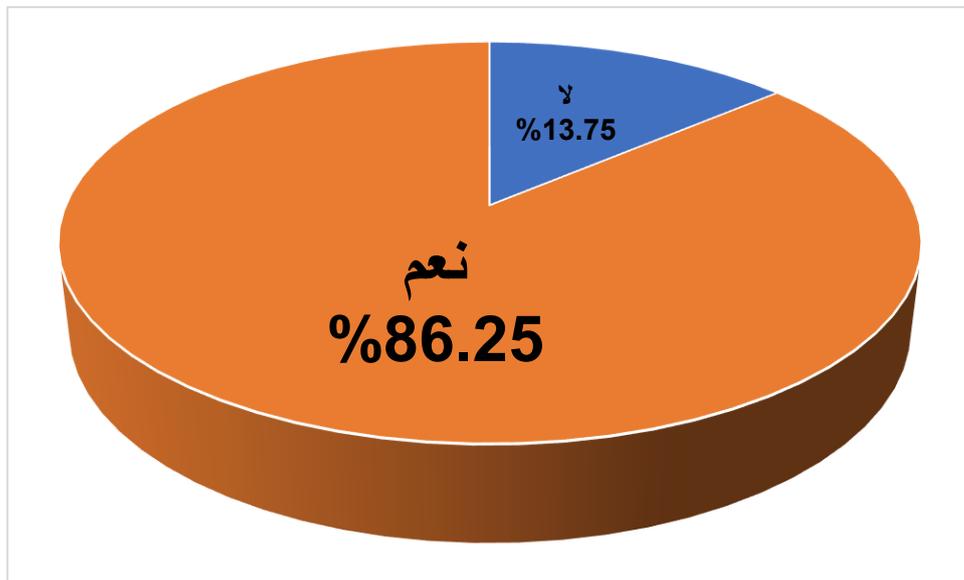
العبارة رقم (27) جاءت نتائجها في الجدول أعلاه، كانت نسبة المشاهدين الذين تأثروا بحالات نسبة المرضى 42.5%، بذلك توافق العبارة رقم (16) حيث كانت حالات المرضى في الرتبة الأولى، من ذلك يتبين لنا أنّ الأفراد يميلون أكثر ويتأثرون بأفراد المجتمع المصابين بأمراض نادرة وأخرى خطيرة أو حتى عمليات باهضة تقام فقط في الدول الأجنبية، تجعلهم عاجزين كل العجز وهذا ما يدع الفرد يتأثر ويتحمس للمساعدة، والنسب الأخرى لم تكن معدومة لكن الإستجابات من الأفراد تظهر لنا أنّ الأسر بلا مأوى أقل ضرراً من المرضى، فعلى كل حال يمكن مساعدتهم في الكراء أو حتى التبرع بمنازل لهم.

العبارة رقم (28): "من خلال مشاهدتك البرنامج، هل استطاع أن يغير سلوكك؟"،

جدول رقم (28): استجابة الأفراد للعبارة رقم (28)

النسبة %	التكرار	العبارة
13.8	11	لا
86.3	69	نعم

شكل رقم (28): استجابة الأفراد للعبارة رقم (28)



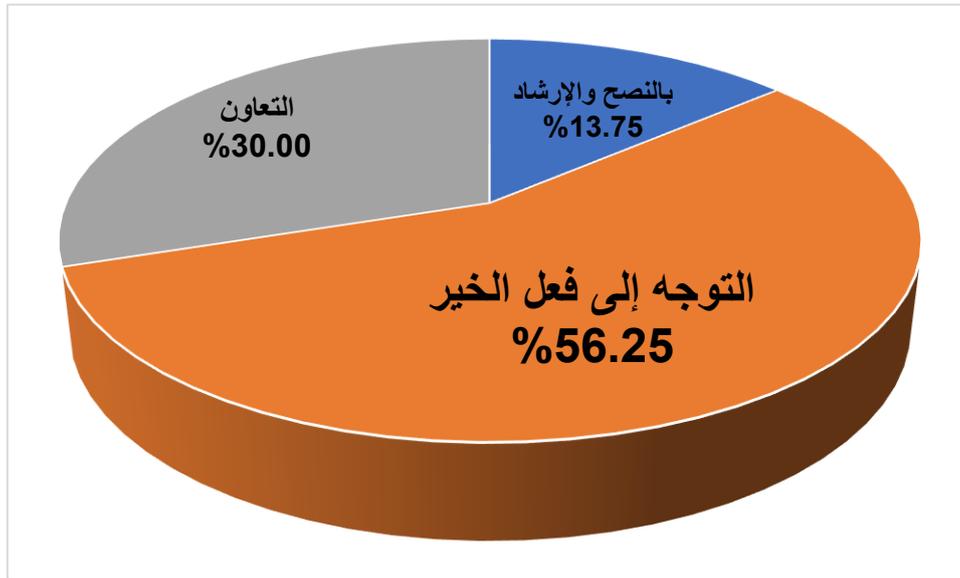
جاءت النتائج في الجدول أعلاه بنسبة 86.25% من الأفراد الذين غير برنامج "وافعلوا الخير" سلوكهم، هذا التغيير بالطبع إيجابي إذا ربطنا هذه العبارة بالعبارات التي سبقتها، فالمبادرة بفعل الخير أحد السلوكيات الخيرة الاجتماعية والتضامنية. ونوه فقط أنّ تغيير السلوك لا يعني أنّ الفرد كان لا يستجيب لفعل الخير ثم تغير بعد مشاهدته البرنامج، لكن عززه وذكره وأثار الحماس والمنافسة لفعل الخير. ونعلق أيضا على نسبة 13% التي لا توافق على هذا الطرح، حيث أنّ عدم الموافقة لا يعني أنّهم ليسوا خياراً أو لا يمدون بيد المساعدة لكنهم -في ضننا- خيار ومستعدون للتضامن قبل أو بعد البرنامج فهو لا يؤثر على سلوكهم.

العبارة رقم (29): "فيما تجلّى دور برنامج "وافعلوا الخير" في تنشيط العمل الخيري في رأيكم؟؟"،

جدول رقم (29): استجابة الأفراد للعبارة رقم (29)

النسبة %	التكرار	العبارة
13.8	11	بالنصح والإرشاد
56.3	45	التوجه إلى فعل الخير
30.0	24	التعاون

جدول رقم (30): استجابة الأفراد للعبارة رقم (30)



تدل إجابات الأفراد من خلال الجدول أنّ 56.3% يرون بأنّ البرنامج الاجتماعي "وافعلوا الخير" ينشط عمل الخيري ويدعوا إلى فعل الخير، وهذه الإجابة شاملة ودالة، أي أنّ فعل الخير يحوي في معناه مدلولات الخير كلها الصغيرة منها والكبيرة، بالتالي البرنامج نجح إلى حد ما في بلوغ هدفه.

من خلال عبارات المحور الرابع في هذا الاستبيان نستطيع أن نخرج بفكرة أنّ برنامج "وافعلوا الخير" قد انعكس إيجاباً على الأسر التبسية، من خلال التأثير على أفكار المشاهد لحثه على فعل الخير أو تعزيزه، ثمّ بث روح التنافس للمسارعة إلى مد يد العون والتوجه إلى فعل الخير.

2- نتائج الدراسة:

بعد استعراضنا لنتائج إستجابة الأفراد للاستبيان من خلال الجداول والتمثيل البياني الموافق لكل جدول خلصنا إلى بعض النتائج المهمة:

✓ لا يوجد تفضيل على أساس الجنس بين الذكور والإناث لمشاهدة البرامج الاجتماعية، أو مشاهدة قناة الشروق، فهي قناة عائلية قد يشاهدها أي فرد، كذلك المستوى التعليمي لا يهم فهي تخص كل المستويات؛

✓ فئة كبيرة من الأسر تشاهد قناة الشروق، وتتلقى من خلالها برامج إجتماعية مختلفة بصفة دائمة أو نادرة وبشكل منتظم مع أفراد الأسرة؛

✓ تتمحور دوافع مشاهدة البرامج الاجتماعية على قناة الشروق للأسرالتبسية عموماً حول الإطلاع على أحوال الناس، رغبة في العمل الخيري وتعزيزاً له، أيضاً الميل للقضايا الإنسانية؛

✓ البرامج الاجتماعية في قناة الشروق حافظت على القيم والمبادئ للأسر، وحافظت كذلك على طابع العادات والتقاليد، فبرامجها الاجتماعية من جهة ذات مصداقية ولم تكسر حاجز الطابوهات في المجتمع، بل مثلت الواقع؛

✓ استطاع برنامج "وافعلوا الخير" أن يطرح قضايا من قلب المجتمع تخص المرضى، المعاقين، المعوزين، الأسر بلا مأوى وغيرها من الحالات التي من خلالها استطاع البرنامج التأثير على جماهيره؛

✓ برنامج "وافعلوا الخير"، تمكّن من توظيف خصائص البرامج التلفزيونية عامّة والبرامج الاجتماعية خاصة من خلال الإخراج والروبورتاجات الصادقة، والمقدم، أيضاً المستضافين، بالتالي نال رضا المشاهد بامتياز؛

✓ أثر البرنامج على السلوك الفردي للمشاهد إيجابا، بتعزيز العمل الخيري والتطوعي، بالتالي هذا التأثير ينتشر في المجتمع ككل؛

- ✓ تمكن برنامج "وافعلوا الخير" من تحريك العمل التطوعي، فتمت مساعدة الكثير من الحالات المعروضة من طرف المشاهدين، الذين لم يتأخر بالإتصال بالبرنامج ومد يد العون؛
- ✓ برنامج "وافعلوا الخير" كونه برنامج اجتماعي كغيره من عشرات البرامج الاجتماعية في القنوات الجزائرية وأيضاً العربية والأجنبية، استطاع أن يثبت شعاره ويجذب إليه المشاهدين بنسبة جيدة تمكنه من الإستمرار.

خاتمة

خاتمة

خاتمة:

دخلت الجزائر عام 2012 بحزمة من الإصلاحات السياسية المعلنة لمرحلة جديدة في إرساء مسارها الديمقراطي، فسخرت لقطاع الاعلام والاتصال الامكانيات اللازمة لتمكينه من استيعاب وتوظيف الانفجار المعلوماتي التكنولوجي الناجم عن الثورة التقنية وذلك من أجل تأطير الممارسة الإعلامية والمهنية للصحفيين وقطاع الاعلام في الجزائر تواكب هذه التحولات، صارت عشرات القنوات تشكل المشهد الإعلامي الجزائري الجديد، والتي دخلت في منافسة وسعي لجذب المشاهدين بكل الطرق، فكانت البرامج الاجتماعية الملجأ لشد الأبصار، فكان الطرح للقضايا الكثيرة والمتنوعة التي تنتشر في المجتمع وتنتظر من يشير إليها بالإصبع هي المحرك لهذه البرامج وكانت الإثارة المتبوعة بالفرح والأسى هي الهدف.

أحياناً يجنح الجزائريون لبعض البرامج الاجتماعية من أجل حل مشاكلهم خاصة البرامج التي كانت تبثها الإذاعة الوطنية ليلاً حيث تتوفر لهم هناك طمأنينة عدم ظهورهم والكشف عن هويتهم فدخلت عدة حصص وبرامج بيوت الجزائريين وشكلت لهم فسحة وفضاء لتشارك همومهم مع مستمعين آخرين. لكن بعد ظهور الحصص الاجتماعية التلفزيونية تغير الأمر، تبدلت المواضيع وطريقة طرحها، فمن حيث الفكرة يرى الكثيرون أن البرامج الاجتماعية في الجزائر مجرد استنساخ لبرامج فرنسية أو بعض الحصص التي كانت تبث على قنوات عربية ومغربية، استنساخ حتى في التسمية والديكور وطريقة العرض دون مراعاة واقع الفضاء الجزائري المتميز بكونه فضاءً محافظاً يبقى فيه طرح بعض القضايا محل أخذ ورد.

يعتبر جزء من الشارع الجزائري أن مواضيع بعض هذه البرامج صار "غير عائلي بالمرّة" إن صح التعبير، بل وصادماً في أحيان كثيرة. فموضوع الخيانة الزوجية مثلاً صار موضحة لدى معدي هذه البرامج وصار مشهداً متكرراً كثيراً إلى درجة الملل في غالبية البرامج، فقط يختلف الضيوف وطريقة

خاتمة

الخيانة، إضافة إلى تكرار الحلقات عن جرائم الشرف وزنا المحارم وكذا تلك المشاكل العائلية المتعلقة بالسر والشعوذة.

صارت البلاطوهات فضاءً لنشر غسيل العائلات وأسرارها مما جعل بعض المتابعين يعلقون أن تلك البرامج "ابتعدت كثيرًا عن الهدف الأسمى للبرامج الاجتماعية" وهو، بحسبهم، محاولة عرض الظواهر وإيجاد الحلول الناجعة، المجتمع الجزائري اليوم بحاجة لبرامج اجتماعية تربية توعوية، حسب هؤلاء، أكثر من حاجته لبرامج إثارة، فمشاكل المجتمع الجزائري أعمق من تلك المرتبطة بقضية الجنس مباشرة، ولو أن غاية القنوات من التوجه لمثل هذه المواضيع هو الجري وراء نسب المشاهدة فقط وليس معالجتها. لكن، في كل الأحوال، لا تزال هذه البرامج تلقى متابعة عالية من الجمهور.

قائمة

المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

المصادر:

1. القرآن الكريم.

المعاجم:

1. دانييل ديغ لاروس: عربي - فرنسي، مكتبة لاوس، باريس، 1983.

2. عاطف غيث محمد: معجم كلم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، دط، القاهرة، 1995.

الكتب:

1. إبراهيم عزيز: تكنولوجيا الإتصال الحديث وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، ط1، الجزائر، 2012.

2. أبو كامل حمدي: أصول التنظيم والإدارة في المؤسسات والجمعيات الخيرية، مكتبة عين شمس للنشر والتوزيع، ط1، مصر.

3. إحسان محمد الحسن: النظريات الاجتماعية المتقدمة، دار وائل للنشر والتوزيع، دط، 2015.

4. أحمد أبو هلال: المرجع في مبادئ التربية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 1993.

5. الجفيري محمد: إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار ضاع الإبداع للإنتاج والتوزيع.

6. القادري عيسى نهون: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على نجوم التفكيك، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007.

7. باديس لونيس: جمهور الطلبة الجزائريين والإنترنت، جامعة منتوري، دط، قسنطينة، الجزائر، 2008.

8. حسن الصغار: العمل التطوعي في خدمة المجتمع، الأطياف للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 2007.

9. سناء محمد الجبور: الإعلام الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.

10. راغب السرجاني: رحاء بينهم (قصة التكافل والإغاثة)، شركة نهضة مصر للطباعة والنشر، ط1، الجيزة، مصر، 2010.

11. سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي للنشر، ط1، لبنان، 2017.

12. سمير عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

قائمة المصادر والمراجع

13. صالح خليل أبو وضح: الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط5، عمان، 2006.
14. طارق سيد أحمد الخلفي: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعة، ط1، مصر، 2005.
15. عاطف حمدي: العمل الإذاعي والتلفزيوني (مفاتيح لنجاح وأسرار الإبداع)، ددن، ط1، أبو ظبي، 2004.
16. عبد الحميد الخطيب: العمل التطوعي، الشركة العربية المتحدة للتسويق والنشر والتوزيع، دط، القاهرة، 2010.
17. عبد الرزاق محمد الدليمي: المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، دار الثقافة، ط1، عمان، 2011.
18. عبد الله العلي النعيمي: العمل التطوعي الإجتماعي مع التركيز على العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية، مكتبة فهد للنشر والتوزيع، دط، الرياض، 2005.
19. فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية، كيف تتعامل مع الإعلام، مؤسسة التربية الإعلامية، دط، الرياض، د س ط، 2010.
20. كرم شلبي: المديع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، دار مكتبة الهلال، بيروت، ط1، 2008.
21. لمياء طالة: الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014.
22. ماجي حلوان: مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، ألم الكتب، ط1، القاهرة، 2005.
23. محسن جلول الكنانى: تقنيات الحوار الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2013.
24. محمد معوض: فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، د س ط.
25. محمد منير حجاب، نظريات الإتصال، دار الفجر، ط1، القاهرة، مصر، د س ن.
26. مدحت محمد أبو النصر، رؤية مستقبلية لتطوير العمل التطوعي في الوطن العربي، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2015.
27. مرزوق عبد الحكيم العادلي: الإعلانات الصحفية في الإستخدامات والإشباعات، دار الفجر، ط1، القاهرة، مصر، 2004.

قائمة المصادر والمراجع

28. مرزوق عبد الحميد العادلي: الإعلانات الصحفية دراسة الاستخدامات والإشباع، دار الفجر للنشر والتوزيع، دط، القاهرة، 2004.
29. مصطفى حميد كاظم الطائي: القنوات الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإجتماع، دار الوفاء للطباعة والنشر، ط1، الإسكندرية، 2007.
30. محمد عبد الفتاح: ممارسة تنظيم المجتمع في الأجهزة والنظمات الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، دط، الإسكندرية، 2003.
31. محمد هاشم الهاشمي: الإعلام المعاصر وتقنيته الحديثة، دار المنهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006.
32. منال هلال الزاهرة: نظريات الإتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
33. موريس أنجريس: منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار القصة، الجزائر، ط2، 2006.
34. موسى عبد الرفع: الجمعيات الأهلية والأساس القانوني التي تقوم عليها، دار النهضة العربية، ط1، القاهرة، مصر.
- المذكرات والملتقيات الجامعية:

1. أمجد جميل صبحي الإمام: الجمعيات الخيرية والتهرب الضريبي (في الضفة الغربية في عهد السلطنة الفلسطينية)، رسالة ماجستير في المنازعات الضريبية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، فلسطين، 2006.
2. الصغير بوحديدة: التلفزيون الجزائري وفئة الشباب (دراسة استطلاعية على عينة من الشباب بالعاصمة)، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 1989-1999.
3. باعلي سعيدة: دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي، دراسة ميدانية بجمعية كافل البيتم الخيرية فرع أدرار، مذكرة ماجستير، قسم علم الإجتماع، جامعة أدرار، 2016-2017.
4. باهي لخضر، دور المخيمات الصيفية في التنشئة الاجتماعية (دراسة ميدانية لأطفال مخيم برج بليدة ولاية جيجل)، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010-2011.
5. بوخنفوف ياقوت: الحركة الجماعية والعمل التضامني بالجزائر (دراسة ميدانية لبعض الجمعيات بمدينة سطيف)، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص علو الإجتماع السياسي، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 02، 2016-2017.

قائمة المصادر والمراجع

6. جمعي فتيحة: دور القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة في تنمية الوعي السياسي لدى أساتذة الجامعة (دراسة ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية)، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة يحيى فارس، المدية، الجزائر، 2014.
7. حسن فخري: معوقات مشاركة المرأة في العمل التطوعي من وجهة نظر المتطوعين والعاملين في مؤسسات المجتمع المدني في محافظة نابلس، مذكرة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2014.
8. سامية بنت علجية: أولويات البرامج الاجتماعية على الفضائيات العربية، مذكرة ماستر، كلية علوم السياسة والإعلام، جامعة الجزائر 3، 2013.
9. خالد محمد عبد القادر بوبكر، دور البرامج التلفزيونية في بث ثقافة المسلم المجتمعي (دراسة اتجاهات الجمهور نحو برامج المسامح كريم على موقع يوتوب)، عدد 39، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة جازان.
10. رندة محمد زينو: العمل التطوعي في السنة النبوية، دراسة موضوعية، مذكرة ماجستير، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة، 2007.
11. سمية بوحادة، الإعلام الجديد وتنمية العمل التطوعي، بحث مقدم إلى كلية الحقوق، جامعة طنطا، المؤتمر العلمي الرابع حول (القانون والإعلام)، 23-24 أبريل 2017، أدرار، الجزائر.
12. محمد أحمد قبلان الشهوان: دور التلفزيون الأردني في تنمية العمل التطوعي من وجهة نظر الشباب، هيئة شباب كلنا الأردن أنموذجا، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأول، كانون الأول، 2017.
13. معلوي بن عبد الله الشهراني، العمل التطوعي وعلاقته بأمن المجتمع، مذكرة ماجستير، في العلوم الاجتماعية، جامعة نايف، العلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، 2006.
14. نورة بن بوزيد، دور التلفزيون في التنشئة النفسية والاجتماعية للطفل، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
15. نورية بوقزولة: البرامج التلفزيونية في محبط متغير (دراسة تحليلية لشبكة برامج الجزائر TV لموسم 1999-2000)، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2003-2004.

قائمة المصادر والمراجع

16. هدى بو عبد الله: تلفزيون الواقع وتأثيره على المراهقين (دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ الثانوي بعنابة)، رسالة ماجستير، تخصص إعلام، قسنطينة، 2008-2009.

الجرائد والمجلات:

1. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: قانون الإعلام، العدد 16، مارس 2014، الجزائر.
 2. رحاب فايز أحمد سيدا: التنقيب على مؤسسات العمل التطوعي على الواب (دراسة تحليلية)، مجلة كلية الآداب، عدد 27، بني سويف، 2013.
 3. شعبان مالك: دور التلفزيون في التنشأة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد 7، جامعة بسكرة، الجزائر.
 4. صحراوي مقلاني: تطوير الإعلام الخيري في ضوء مقاصد الشريعة افسلامية، مركز الأبحاث والدراسات.
 5. عبد الكامل فريحات: العمل التطوعي وقيم المواطنة لدى الشباب الجزائري (دراسة ميدانية مطبقة على عينة من المتطوعين بولاية الوادي)، العدد 7، سبتمبر 2018.
 6. فاطمة محمد رفيدة: العمل التطوعي ودوره في تنمية المجتمع، رؤية لدور الجمعيات الأهلية في مدينة مصراتة، مجلة كلية الآداب، العدد السابع.
 7. كلثوم حمدي: وسائل الإعلام الاجتماعي كآلية لزيادة مداخل الجمعيات الخيرية، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والاقتصادية، عدد 4، 2018.
- المواقع الإلكترونية:

1. أحمد السيد كردي: مفهوم العمل التطوعي (أهميته، أهدافه)، <http://ahmedkerdy.blogspot.com>، أطلع عليه بتاريخ 2020/04/22، على الساعة 12:35.
2. الموقع الإلكتروني: web.kbc.algerie.tv، أطلع عليه بتاريخ: 2020/04/23، على الساعة 13:15.
3. الموقع الإلكتروني: www.startimes.com/1fastp=29879209، أطلع عليه بتاريخ: 2020/04/23، على الساعة 11:34.
4. الموقع الإلكتروني: www.dzguidetv.com/akph21545، أطلع عليه بتاريخ: 2020/04/11، على الساعة 10:30.

قائمة المصادر والمراجع

5. نايف محمد المرواني: العمل التطوعي (إشكالاته وتطبيقاته) رؤية إجتماعية،

أطلع عليه في: 2020/04/17، <http://alma3raka.md//srpip.php?article>، على

الساعة 15:46.

المراجع الأجنبية:

1. The Impact of Social TV on How We Consume Advertisements, Marketing faculty. (see <https://msb.georgetown.edu/news-story/social-tv/#>).
2. Mike PROULX, Stacey SHEPATIN, Social Tv/ How marketing can reach an engage audiences by connecting television to the web, social media and mobile, John WILEY & Sons, Canada, 2012.

الملاحق

ملحق 01 : البرامج الاجتماعية التلفزيونية الجزائرية



ملحق 02 : يمثل حالة من الحالات التي تعرض في البرنامج



ملحق 03 : شعار قناة الشروق الجزائرية



ملحق 04: مقدمي برنامج وافعلوا الخير وتوقيت عرض الحصة



وزارة التعليم أعالى والبحث العلمى
جامعة العربى التبسى - تبسة-
كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية
قسم علوم الإعلام والإتصال
تخصص: إتصال تنظيمى



إستمارة استبيان

- يشرفنا أن نضع بين أيديكم هذه الإستمارة فى إطار إنجاز بحث علمى ميدانى ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر فى علوم الإتصال، تخصص: إتصال تنظيمى

العنوان

البرامج الاجتماعية التلفزيونية ودورها فى تفعيل العمل

التطوعى لدى الأسر الجزائرية

دراسة ميدانية على عينة من الأسر التبسية المتابعة لبرنامج وأفعلوا الخير على قناة الشروق TV

إشراف الدكتور:

من إعداد الطالب:

- ربّوح معمر

- غريب وليد

ملاحظة: نرجو منكم ملاء هذه الإستمارة من خلال الإجابة على هذه الأسئلة بكل موضوعية وصدق، وهذا إسهاماً منكم فى إنجاز البحث مع العلم أنّ المعلومات التى تصرّحون بها لا تستعمل إلاّ لغرض علمى

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر: أنثى:
- 2- السن: 18-20 سنة: 21-31 سنة: من 31-40 سنة:
- 3- الرتبة في الأسرة: أب أم ابن بنت
- 4- المستوى التعليمي: بدون مستوى ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

المحور الثاني: عادات وأنماط الأسر الجزائرية نحو البرامج الاجتماعية

- 5- هل تشاهدون البرامج الاجتماعية: دائما أحيانا نادرا
- 6- هل تشاهدون البرامج الاجتماعية بشكل منتظم منقطع
- 7- ماهو اليوم الذي تحبذون فيه مشاهدة البرنامج الاثنين الثلاثاء الجمعة
- 8- مع من تفضلون مشاهدة البرامج الاجتماعية لوحدي مع الأولاد مع الأولياء مع الإخوة
- 9- منذ متى وأنتم تشاهدون البرامج الاجتماعية أقل من سنة من سنة إلى سنتين أكثر من سنتين

المحور الثالث: دوافع الأسر الجزائرية لمشاهدة البرامج الاجتماعية

- 10- ما الذي يدفعك لمشاهدة البرامج الاجتماعية مصداقيته الحيادية في تناول الموضوع حالة مشابهة في وسط العائلة الميل إلى القضايا الإنسانية

11- هل تشاهدون البرامج الاجتماعية من أجل

التعليم التثقيف الاطلاع على أحوال المجتمع

12- ما هو دافع تفضيلك لمشاهدة البرامج الاجتماعية

رغبة في العمل الخيري لديك تعزيز في العمل الخيري

13- هل سبق وأن شاركتكم في البرنامج نعم لا

14- في حالة الإجابة بنعم ماهي المشاركة التي دفعتكم إلى ذلك

مساعدة أشخاص طلب مساعدة لحالة إجتماعية عندكم استفسار عن المعلومات

المحور الرابع: تقييم الأسر للبرامج الاجتماعية في قناة الشروق الجزائرية

15- هل البرامج الاجتماعية في قناة الشروق الجزائرية يتوافق مع قيم ومبادئ الأسرة

الجزائرية؟ موافق محايد معارض

16- رتب القضايا التي يعالجها البرنامج حسب أهميتها (1، 2، 3 ...)

المعاقين المعوزين المرضى مشاكل زوجية الفقر

17- الطريقة التي يعرض بها البرنامج تتناسب مع المضمون

موافق محايد معارض

18- هل طريقة الحوار التي يعتمدها المقدم في البرنامج مقبولة بالنسبة لك

نعم لا

19- ماهي اللغة المناسبة التي تفضل أن يعرض بها البرنامج

العربية الفصحى العامية كلاهما

20- هل الصور والربورتاجات التي يعرضها البرنامج يعكس القضايا المطروحة

موافق محايد معارض

21- هل المعلومات التي يقدمها البرنامج

كافية مقنعة تمثل الواقع لا تمثل الواقع

المحور الخامس: انعكاسات برنامج وافعلوا الخير على الأسر الجزائرية

22- هل ترى ان مشاهدة برنامج وافعلوا الخير اثر على أفكارك

نعم لا

23- هل ترى ان مشاهدة البرنامج وما يعكسه من قيم وأفكار يخدم الثقافة والعادات

والعلاقات الاجتماعية؟ دائما أحيانا نادرا

24- برأيك ماهي الشخصيات التي تؤثر فيك عند مشاهدة البرنامج

العلماء والمتقنون منشط البرنامج أعضاء الجمعيات الحالات المعروضة

25- هل استطاع برنامج وافعلوا الخير ان ييبث فيك روح المنافسة مع أفراد المجتمع

للاخراط في العمل الخيري نعم لا

26- ماهي المبادرة الإنسانية التي دفعت على اقدمها من خلال مشاهدتك للبرنامج

- الاشهار بالحصة ودفع الفرد الى العمل الخيري القيام بمد يد العون إلى الأسر المحتاجة
- اعانة الجمعيات الخيرية انضمامك الى جمعية خيرية انشاء جمعية خيرية

27- ماهي الحالات التي أثرت فيك أكثر عند مشاهدتك للبرنامج

- المرضى الأسر بلا مأوى الأسر المحتاجة الى إعادة تأهيل السكن المعاقين

28- من خلال مشاهدتك للبرنامج هل استطاع ان يوجه سلوكك

- نعم لا

29- فيما يتجلى دور البرنامج وافعلوا الخير في تنشيط العمل الخيري في رأيكم

- بالنصح والإرشاد التوجه الى فعل الخير التعاون



الاستمارة الإلكترونية للتسجيل في برنامج " وافعلوا الخير "

The name and photo associated with your Google Account will be recorded when you upload files and submit this form. Not redjimi.yahia@gmail.com? [Switch account](#)

*Required

Section sans titre

* الإسم

Your answer

* اللقب

Your answer

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة الى التعرف على دور البرامج الاجتماعية التلفزيونية في تفعيل وتعزيز العمل التطوعي لدى الأسر الجزائرية، وذلك باستخدام نموذج برنامج "وأفعلوا الخير" بالتعرف على أنماط وعادات الأسر والدوافع وتقييمات الأسر للبرامج الاجتماعية التلفزيونية وانعكست دراسة وصفية أجريت على عينة تمثلت في 80 مفردة من ولاية تبسة حيث كان اختيار العينة قصدية باستخدام المنهج الوصفي واعتمادا على استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات توصلنا للنتائج التالية:

كشفت الدراسة أن أغلب أفراد الأسر أحيانا ما يشاهدون البرامج الاجتماعية يتابعونها بشكل متقطع وأن الأسر تتابع برنامج وأفعلوا الخير لميل البرنامج إلى القضايا الإنسانية وكذلك لمصداقية المضامين التي يعرفها وأن أكبر غرض من مشاهدة هذا البرنامج هو بدافع الاطلاع على أحوال المجتمع وأن أغلب آراء الأسر موافقة على أن البرنامج يتوافق مع القيم والمبادئ، وأن أغلب أفراد العينة يتفقون على أن هذا البرنامج له قدرة على بث روح التعاون والمساعدة بين أفراد المجتمع.

Abstract:

The study aimed to identify the role of social television programs in activating and promoting volunteer work among Algerian families, by using the model of the "Do Good" program, by identifying the families' patterns and habits, motives, and families' assessments of social television programs. A descriptive study was conducted on a sample of 80 individuals from the governorate of Tébessa. Where the selection of the sample was intentional using the descriptive approach, and based on the questionnaire form as a tool for gathering information, we reached the following results:

The study revealed that most family members sometimes watch social programs, they follow them intermittently, and that families follow a program and do good because of the program's tendency towards humanitarian issues as well as the credibility of the contents it knows and that the greatest purpose of watching this program is to see the conditions of society and that most of the families' opinions agree that The program is consistent with values and principles, and most of the sample members agree that this program has the ability to spread the spirit of cooperation and assistance among members of society.