



جامعة عبد الحميد ابن باديس _ مستغانم



كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الاعلام و الاتصال

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر ل م د في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص وسائل الاعلام و المجتمع الموسومة ب:

دور قناة الشروق العامة في معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر

دراسة وصفية تحليلية لبرنامج إفتح قلبك

إشراف الأستاذة:

د. صفاح أمال



إعداد الطالبتين:

عبد النبي صورية

عتو خيرة

مناقشا	رئيسا	مقرا
د. بلفوضيل نصيرة	د. عيسى عبيد نورية	د. صفاح أمال

السنة الجامعية: 2017-2018

الإهداء

إلهي لا يطيب لي الليل إلا بهضرك ولا يطيب لي النهار إلا بطاعتك ولا تطيب لي اللطائف إلا بذكرك ولا تطيب لي الآخرة إلا بحضرك ولا تطيب لي الجنة إلا بروية الله جلّ جلاله

أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع والذي أسأل الله أن يفيد به السّاعين من خلال العلم وأن يجعل الغاية منه خالصة لتقويم الرّسالة الإعلاميّة وبلوغ بلادنا والأمة الإسلاميّة مكانتها بين الأمم.

أهدي عملي إلى من يحب الله ورسوله ثمّ العلم و العلماء والوطن

إلى والدي العزيز

الذي طالما شجعتني على السّعي لدروب العلم

إلى والدتي الحنونّة

التي طالما دعت لي في ظلام الليل

وأرجو من الله أن يبارك لي فيهما ويحفظهما ويطول عمرهما

كما لا أنسى رفقاء دربي أخوتي أمينة، سيهام، حنان، جميعي و عدة

وإلى الكتاكيت.. آية، خالد و ريهام

إلى من أثروني على أنفسهم ومن أسند إليهم ظهري.. إلى من هم أجمل

فتيحة، توته، مليكة.. إلى كل من أحبهم و يحبونني

صورية

الإهداء

"وَقُلْ إِنَّمَلُوا فَمِىرَى اللّٰه مَمَلَكُوهُ وَرَسُولُهُ وَالمُؤْمِنُونَ"

صدق الله العظيم

إلى من لم يدخرا نفسا في تربيتي و رعائتي والدي الكريمين

إلى إخوتي.. إلى أحبائي و أصدقائي و زملائي في الدراسة

و إلى كل من نصحتني، و إلى من شاركتني عملي

أرجو أن يكون بحثنا هذا خالصا لوجه الله و أن تكون فيه الفائدة

خيرة

الشكر و التقدير

قال الله تعالى

{ يرفع الله الذين آمنوا و الذين أتوا العلم درجات و الله بما تعملون خبير }

صدق الله العظيم

قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: " من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

لا يسعنا في هذا المقام إلا أن نشكر الله تعالى الذي أعاننا بالقدرة على قطع مسيرتنا لله الحمد و المنة، نحمد و نشكر و لا ننسى.

نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة المشرفة "صفاح أمال" التي شرحت لنا صدرها فكانت نعم الموجه وخير المرشد، ولم تبخل علينا بنصائحها وإرشاداتها التي كان لها الأثر الطيب فلها جزيل الشكر.

ولا يفوتنا أن نتقدم بالشكر لجميع هيئة التدريس في قسم علوم الإعلام والاتصال، وإلى كل من شجعونا وأفادونا بملاحظة أو زودونا بمرجع أو رأي علمي أو مد يد العون حتى ولو بالكلمة الطيبة لإتمام هذه الدراسة.

إلى كل من يحمل شعلة العلم لينيرها على قلب جاهل من أجل المواصلة والمثابرة

إلى كل طالب علم أراد أن ينتفع.

إلى كل طلاب دفعة 2017-2018 تخصص "وسائل الإعلام والمجتمع" .. إلى جميعهم

نقول جزاكم الله خيرا، والحمد لله أولا وآخرا الذي بفضلته تتم الصالحات

❖ ملخص الدراسة:

الملخص:

تناولت هذه الدراسة موضوع "دور قناة الشروق العامة في معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر"، حيث تسعى إلى معرفة أهم القضايا الاجتماعية المتضمنة لبرنامج "إفتح قلبك" و الكشف عن الانعكاسات التي تحدثها، و تتبع أهمية هذه الدراسة من خلال التركيز على البرامج الاجتماعية و إلقاء نظرة على القنوات التلفزيونية الخاصة، كذلك التعرف على دورها في عمليات التوجيه و الإرشاد للمواطن الجزائري، و استخدمنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي باعتباره المنهج الأكثر استخداما في مثل هذه الدراسات، حيث تكوّن مجتمع البحث من عدد من البرامج الاجتماعية الحوارية التلفزيونية في الفضائيات الجزائرية الخاصة و البالغ عدده 04 مفردات، و تم اختيار الفترة الممتدة من 2016/11/24 الى 2017/05/04، طبقت على الدراسة أداة تحليل المضمون، و أظهرت نتائج الدراسة أن الفضائيات الجزائرية الخاصة -قناة الشروق العامة- تعالج القضايا الاجتماعية في الجزائر من خلال البرامج الاجتماعية-إفتح قلبك- بعدة طرق منها الحوارية و الاتصالية، كما تساهم في نشر الوعي الاجتماعي من خلال العمل على تغيير الإتجاهات و المواقف إزاء قضايا المجتمع، كما توصلت الدراسة الى أن التلفزيون هو الوسيلة التي فرضت نفسها في تشكيل أهم القيم و تكوين الإتجاهات، إضافة إلى ارتباط هذه البرامج ببيروت قنوات تلفزيونية جديدة في الساحة الاعلامية الجزائرية.

قائمة المحتويات:

إهداء	
الشكر و التقدير	
ملخص الدراسة.....	
قائمة المحتويات	
قائمة الجداول	
مقدمة	أ-د
الإطار المنهجي:	05
الإشكالية.....	06
تساؤلات الدراسة.....	09
أسباب الدراسة.....	10
أهمية الدراسة.....	11
الهدف من الدراسة	12
الدراسات السابقة	13

21.....	المنهج العلمي و أداة البحث
23	مجتمع البحث و العينة
26	تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة
29	الخلفية النظرية
31	حدود الدراسة
32	صعوبات الدراسة
33	الإطار النظري:
65 - 35.....	الفصل الأول: الإعلام الفضائي والفضائيات الجزائرية
35.....	تمهيد
36	المبحث الأول: مفهوم القنوات الفضائية ونشأتها
36	المطلب الأول: مفهوم الإعلام الفضائي
37	المطلب الثاني: نشأة القنوات الفضائية العربية
39	المطلب الثالث: التقسيمات المختلفة للفضائيات العربية
41	المطلب الرابع: مضامين ومهام الفضائيات العربية

44	المبحث الثاني: القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
44	المطلب الأول: لمحة تاريخية عن القطاع السمعي البصري في الجزائر
49	المطلب الثاني: الإعلام الفضائي الجزائري الخاص
56	المطلب الثالث: أنواع القنوات العامة والخاصة
59	المطلب الرابع: أهمية القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
60	المبحث الثالث: القنوات الفضائية الجزائرية الموضوعاتية
60	المطلب الأول: طفرة في القنوات التلفزيونية الخاصة
61	المطلب الثاني: الموضوعاتية لا تعني التخصص
62	المطلب الثالث: القنوات الخاصة مجبرة أن تكون موضوعاتية
63	المطلب الرابع: مهام وصلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري
65	خلاصة الفصل
66 - 96	الفصل الثاني: البرامج التلفزيونية وقضايا المجتمع
67	تمهيد
68	المبحث الأول: ماهية البرامج التلفزيونية

68	المطلب الأول: مفهوم البرنامج التلفزيوني.....
70	المطلب الثاني: أنواع البرامج التلفزيونية.....
74	المطلب الثالث: مقومات نجاح البرنامج التلفزيوني.....
76	المطلب الرابع: البرامج الحوارية.....
80	المبحث الثاني: القضايا الاجتماعية في وسائل الإعلام
80	المطلب الأول: مفهوم القضية الاجتماعية.....
82	المطلب الثاني: مفهوم الوعي الاجتماعي.....
84	المطلب الثالث: الإعلام وقضايا المجتمع.....
87	المطلب الرابع: الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي.....
91	المبحث الثالث: الإعلام الاجتماعي.....
91	المطلب الأول: مفهوم الإعلام الاجتماعي.....
92	المطلب الثاني: مستويات الإعلام الاجتماعي.....
94	المطلب الثالث: شروط الإعلام الاجتماعي.....
95	المطلب الرابع: الإعلام الاجتماعي العام والإعلام الاجتماعي المتخصص.....

96 خلاصة الفصل
139 - 97 الإطار التطبيقي:
98 تمهيد
99 المبحث الأول: البيانات الأساسية للعينة المدروسة
99 المطلب الأول: بطاقة فنية لقناة الشروق
101 المطلب الثاني: بطاقة فنية لبرنامج افتح قلبك
102 المطلب الثالث: بطاقة شخصية لمقدمة البرنامج
105 المبحث الثاني: دراسة تحليلية لبرنامج افتح قلبك
105 المطلب الأول: عرض البرنامج من الناحية الشكلية
108 المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي لأعداد العينة المدروسة
139 المطلب الثالث: نتائج الدراسة
141 خاتمة
144 قائمة المراجع
150 قائمة الملاحق

قائمة الجداول:

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
54	يمثل القنوات الفضائية الجزائرية حسب التغطية الجغرافية	01
55	يمثل توزيع القنوات الفضائية الجزائرية حسب نوعية و نظام البث	02
99	يمثل باقة قناة الشروق الجزائرية	03
103	يمثل عدد مواسم برنامج إفتح قلبك	04
111	يمثل البيانات الأساسية لبرنامج إفتح قلبك	05
112	يمثل فئة مدة زمن البرنامج	06
113	يمثل فئة اللغة المستخدمة	07
114	يمثل فئة الموضوعات الرئيسية	08
116	يمثل فئة الموضوعات الفرعية للمعاناة للمعاناة مع مرض السرطان	09
118	يمثل فئة الموضوعات الفرعية للتبني	10
120	يمثل فئة الموضوعات الفرعية للحماة و الكنة	11
121	يمثل فئة الموضوعات الفرعية لتكريم الوالد	12
122	يمثل فئة الموضوعات الفرعية للغيرة على الزوج	13
123	يمثل فئة الموضوعات الفرعية لخلاف عائلي بسبب الميراث	14
124	يمثل فئة الموضوعات الفرعية للتكافل الأسري	15
126	يمثل فئة المواقف والاتجاهات للقائم بالاتصال في برنامج إفتح قلبك على قناة الشروق	16
128	يمثل فئة القيم التي يضمنها برنامج إفتح قلبك على قناة الشروق	17
130	يمثل المدة الزمنية المخصصة للفاعلين للمعاناة المرض و التبني	18

132	يمثل المدة الزمنية المخصصة للفاعلين للحماية و الكنة	19
134	يمثل المدة الزمنية المخصصة للفاعلين لتكريم الوالد و الغيرة على الزوج	20
136	يمثل المدة الزمنية المخصصة للفاعلين للخلاف العائلي بسبب الميراث و التكافل الأسري	21
137	يمثل فئة الجمهور المستهدف	22

مقدمة

مقدمة

أصبح الاعلام في عالم اليوم قوة عظيمة فرضت نفسها أمام مختلف المجالات، خاصة فيما تعلق بمشهد الصورة و مرورها بمجموعة من الثورات و الإكتشافات و تأثيرها بالاتصال و التطور التكنولوجي، فقد شهد القرن التاسع عشر طفرة كبيرة في مجالات الاختراعات العلمية منها الكهرياء و الهاتف و تطوير صناعة الورق و آلات الطباعة، أما القرن العشرين فكان حقبة لوسائل الاتصال الجماهيرية من صحافة و سينما و إذاعة و تلفزيون، و قد أسهمت بدورها كثيرا في نشر الثقافة الجماهيرية، و أما القرن الحادي و العشرون فقد عاشت فيه البشرية منعمة بثمار تلك الانجازات و الاكتشافات العلمية.

فوسائل الاعلام و الاتصال السمعية البصرية تعتبر من أهم وسائط الاتصال الحديثة التي تسيطر على الأفراد و الجماعات و الدول في غالبية أنحاء العالم في عصرنا الحالي؛ و ذلك لما تتميز به من مميزات لا تتوفر في الوسائل الأخرى خاصة في ظل التنامي المتسارع للتكنولوجيات الحديثة و الإنفتاح الإعلامي، كذلك الأقمار الاصطناعية التي شكلت القفزة الهائلة في مجال تقنيات الاتصال الحديثة و الإدماج الذي حدث بينها و بين بقية الوسائل الاتصالية الأخرى أدى الى ظهور أنماط فنية جديدة أسهمت في تطوير أساليب الاتصال بين البشر.

و كانت القنوات الفضائية من أكثر الوسائل الاعلامية استفادة من هذا التطور و تأثيراته، اذ دخلت الحسابات الالكترونية و قوة البث و مواكبته مع تطبيقات تكنولوجيا الاتصال في كل مراحل العمل التلفزيوني و البث الفضائي، و قد انتشرت الفضائيات في كافة أنحاء العالم سواء مملوكة لأفراد أو مؤسسات أو الدول، و الفضائيات تعتبر من أفضل أنواع الاتصال مع الجماهير محليا و عالميا و أوسعها انتشارا فلم يعد الجمهور يعتمد على

محطة بث واحدة.

حيث تشير العديد من الدراسات الى أن التلفزيون قد استطاع الانتقال بمشاهديه كبارا و صغارا الى عادات و ممارسات جديدة، تمثلت في إيجاد علاقات اجتماعية مختلفة و في قدرته المتميزة على إحداث تغييرات في السلوك و المواقف و الأوضاع الاجتماعية بشكل عام، و أمام كل هذه التغيرات و الظروف الجديدة يبقى الاعلام عنصرا مهما في حياة المجتمعات البشرية بازدياده لأهميته و درجة تأثيره سلبا أو إيجابا وفق المنظور الذي يستخدم فيه.

و في ضوء ما تعرفه وسائل الاعلام و الاتصال من ثورة حقيقية، انعكس ذلك على مسيرة الاعلام في الجزائر التي لا تعيش بمعزل عما يحدث في العالم، حيث عرف هذا القطاع الاعلامي و الاتصالي تغييرات و تحولات شملت كل نواحي الحياة.

و تبعا لهذا التحول و التأثير يأتي الموضوع الذي يتناول دور قناة الشروق العامة في معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر، حيث ظهرت في الساحة فضائيات تلفزيونية جزائرية خاصة إثر قانون الاعلام الجديد و قانون السمعي البصري، و أصبحت تلعب دورا مهما في حياة الفرد الجزائري بل أصبحت تشكل محورا مهما من محاور حياته و جعله طرفا فعالا في العملية التنموية الشاملة.

و يندرج الاهتمام بهذا الموضوع في سياق متابعة ما يشهده الفضاء الاتصالي العربي عامة و الجزائري على وجه الخصوص، من تكاثر للقنوات التلفزيونية المتخصصة التي غيرت المشهد السمعي البصري، و أكسبته حيوية لا غنى عن تحسس أبعادها من جوانب مختلفة، و قياس أثرها داخل الوطن و خارجه، و الوقوف على مدى إسهام هذه القنوات في اثراء هذا المشهد، و جعله يقدم الأهداف الكبرى للأمة و صياغة ثوابت قيمها و يساير في

الوقت ذاته التطور التكنولوجي و الثورة الرقمية من أجل استيعاب مكوناتها و الاستفادة من مراميها.

و من هنا نجد أن الفضائيات الجزائرية الخاصة هي ظاهرة جديدة في الجزائر، و لهذا فكرنا في طرح الموضوع المتعلق بدور قناة الشروق العامة في معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر الذي قسمناه على الشكل الآتي:

أولا الإطار المنهجي و تم التطرق فيه للإجراءات المنهجية للدراسة، حيث يحتوي على مشكلة الدراسة و التساؤل الرئيسي متبوعة بالتساؤلات الفرعية إضافة الى تحديد أسباب اختيار الموضوع و من ثم الأهمية ثم الأهداف، كذلك الدراسات السابقة يليها تحديد المنهج العلمي المتبع و أداة البحث و من تحديد المفاهيم و المصطلحات الخاصة بالدراسة، ثم الخلفية النظرية ثم حدود الدراسة و أخيرا تحديد الصعوبات.

ثانيا الإطار النظري و تناول فصلين و كل فصل به ثلاثة مباحث و كل مبحث به أربعة مطالب، أما الفصل الأول جاء بعنوان الاعلام الفضائي و الفضائيات الجزائرية، و يضم المبحث الأول مفهوم القنوات الفضائية و نشأتها أربعة مطالب على النحو التالي: مفهوم و نشأة ثم تقسيمات القنوات الفضائية ثم مضامينها و مهامها، أما المبحث الثاني فكان بعنوان القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة و الذي يحتوي على أربعة مطالب معنونة كما يلي: لمحة تاريخية عن القطاع السمعي البصري في الجزائر ثم الاعلام الفضائي الجزائري الخاص يليه أنواع القنوات العامة و الخاصة و أخيرا أهمية القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة، و تناول المبحث الثالث القنوات الفضائية الجزائرية الموضوعاتية و نجد فيه أربعة مطالب هي كالتالي: المطلب الأول بعنوان طفرة في القنوات التلفزيونية الخاصة، يليه المطلب الثاني معنون بالموضوعاتية لا تعني التخصص ثم المطلبين الثالث و الرابع تحت عنوان القنوات الخاصة مجبرة أن تكون موضوعاتية ثم مهام و صلاحيات سلطة ضبط

السمعي البصري.

و فيما يخص الفصل الثاني هو البرامج التلفزيونية و قضايا المجتمع و فيه المبحث الأول بعنوان ماهية البرامج التلفزيونية، ضمّ أربعة مطالب و تمّ الحديث فيه عن مفهوم البرامج التلفزيونية و أنواعها و مقومات نجاحها ثم البرامج الحوارية، أما المبحث الثاني تطرقنا فيه الى القضايا الاجتماعية في وسائل الإعلام مشكلا أربعة مطالب بعنوان مفهوم القضية الاجتماعية و مفهوم الوعي الاجتماعي ثم الاعلام و قضايا المجتمع و أخيرا الاعلام و تشكيل الوعي الاجتماعي، إضافة الى المبحث الثالث الذي تناول الاعلام الاجتماعي من خلال أربعة مطالب أولها بالحديث عن مفهوم الاعلام الاجتماعي و مستوياته ثم شروطه و كذلك الاعلام الاجتماعي العام و المتخصص.

ثالثا الإطار التطبيقي و هو الذي استخدمنا فيه أداة تحليل المضمون لنحاول معرفة مضامين البرامج الحوارية الاجتماعية من خلال دراسة تحليلية لمضمون برنامج إفتح قلبك الذي يعرض على قناة الشروق العامة، تناول مبحثين الأول بعنوان البيانات الأساسية للعينة المدروسة يليه المبحث الثاني دراسة تحليلية لبرنامج إفتح قلبك، تطرقنا فيه الى عرض و تحليل البرنامج ثم عرض نتائج الدراسة.

الإطار المنهجي

- الإشكالية:

يشكل الإعلام بكل وسائله المختلفة منظومة متكاملة ومتماسكة الأجزاء والأدوار في جميع المجالات والاختصاصات السياسية والثقافية والاجتماعية، خاصة في القرن الواحد والعشرين نظرا للدور الكبير الذي تلعبه هذه الأخيرة في توصيل الأخبار والمعلومات وكل ما يهم الفرد في وقت حدوثه، وبهذا فهي تجعله في الصورة الآنية لكل ما يحدث ويدور حوله مما يؤثر على حياته الخاصة، ولعل أبرز هذه الوسائل التلفزيون وترجع أهميته في كونه يتميز بتقديم محتواه مدعما بالصوت والصورة على غرار الوسائل الإعلامية والاتصالية الأخرى، فالتلفزيون كغيره من الوسائل شهد تطورات عديدة منها التي مسّت الشكل كالتوجه نحو التصغير وظهور ما يعرف بتلفزيون الجيب، ومنها ما مسّت المضمون كظهور البث الفضائي الذي فتح المجال أمام العديد من القنوات الفضائية وسمح بفكرة التعددية، كما ساهم أيضا ظهور الفضائيات وانتشارها على أوسع نطاق في التطور الهائل للتلفزيون كأخذ أكثر وسائل الاتصال تأثيرا في الأذهان و الطباع و القنوات و الحفاظ على جمهوره، وتقديم العديد من الخدمات للجمهور المشاهد، فمنذ عشرية التسعينيات للقرن الماضي تطور عديد الفضائيات وانهارت الحدود الإلكترونية أمام انتشار الصورة، وأصبح البث الفضائي يشكل عصب الاتصالات الدولية في عصر تكنولوجيا الاتصال، حيث أتاحت الأجهزة الاتصالية المتطورة اليوم الاتصال السريع والمباشر ومعايشة الأحداث، وقد أصبح من الموضوعات

التي تشغل صناع القرار، وأدى انتشار القنوات التلفزيونية إلى نشأة اهتمامات خاصة ومحددة لدى جمهور المشاهدين، وأصبح مطلوبا من القائمين على الصناعة التلفزيونية التعبير عن هذه الاهتمامات الخاصة والاستجابة لانتظارات الجمهور، وإزاء هذه التطورات المتواصلة في تكنولوجيا الاتصال تضاعف عديد القنوات الفضائية العامة والخاصة التي نجحت في جذب نسب عالية من الجمهور منها القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة التي من بين الدول التي ساهمت في فتح السمي البصري أمام الخواص، فبعد أزيد من خمسين سنة على الاستقلال واسترجاع السيادة على الإذاعة والتلفزيون، ظل النظام السياسي مسيطرا على الأجهزة الإعلامية، وبعد إقرار حرية الصحافة المكتوبة سنة 1990 تم مؤخرا فتح السمي البصري والإقرارية، وبرزت على الساحة الإعلامية الجزائرية العديد من الفضائيات الخاصة إضافة إلى التلفزيون الجزائري بكل قنواته، فأصبح بإمكان المشاهد متابعة قناة تحصر اهتماماتها في مجال الأسفار والرحلات وأخرى في مجال الطبخ أو الرياضة أو المنوعات..

وتراوحت طريقة بث هذه القنوات بين البث المفتوح والمشفر ليبرز مفهوم جديد هو الدفع مقابل المشاهدة، وتختلف من البرامج الترفيهية وأخرى أخذت عمل عنصر المكبوت السياسي من خلال برامج تستخدم الإثارة والتقديم، فالفضاء التلفزيوني أصبح يشهد تنافسا بين القنوات الحكومية والقنوات الخاصة إلى جانب التنافس القائم بين القنوات العربية من جهة والقنوات الغربية من جهة أخرى.

كل هذا في الوقت الذي تواصل فيه القنوات العامة بث برامجها محاولة الصمود وباحثة عن مبرر للوجود، وفي الوقت نفسه تفتقد فيه القنوات الفضائية الرسمية قدرتها على المنافسة، كما نلمس منافسة بين الفضائيات الجزائرية الخاصة في تقديم الافضل من خلال طرح انشغالات واهتمامات الجمهور وقضاياها، ومحاولة الإلمام بكل الجوانب الاجتماعية، السياسية، الثقافية والرياضية، وهذا ما قد يضع الجمهور الجزائري أمام زحم إعلامي كبير بعدما ظل لفترة طويلة غير راض على ما يقدمه التلفزيون العمومي، ومن بين هذه القنوات الخاصة نخص بالذكر قناة الشروق التي تعتبر واحدة من الكثير التي تسعى إلى جلب اهتمام الجمهور الجزائري والعربي بفضل التغطية الشاملة والكاملة للأحداث، وتقديم الأخبار التي تهم الجمهور، وتبث الكثير من البرامج التلفزيونية المتنوعة منها البرامج الاجتماعية التي يحصل الجمهور من خلالها على معلومات عن مشكلات المجتمعات العربية ومجتمعه بصفة خاصة، كما نجد أن الجمهور وفئات منه يقبل على مشاهدة هذه البرامج و ذلك من خلال تفسيرها و تحليلها و عرضها لمختلف وجهات النظر حسب هرم هذه البرامج و متطلبات الجذب وكذا المصادقية، حيث باتت مثل هذه الأخيرة تمارس تأثيرا كبيرا على الجماهير وتساهم في تشكيل توجهات الرأي العام وتفسير الأخبار والمستجدات والإحاطة بكل جوانبها حتى تصل إلى الجمهور الجزائري، وهنا نسعى في بحثنا هذا إلى دراسة البرنامج الحوارى الاجتماعى "إفتح قلبك" الذى يعرض على قناة الشروق العامة بهدف التعرف و الكشف عن أهم القضايا الاجتماعية التى يتم بثها، وتحديد دور القناة فى معالجة

هذه المواضيع، وهذا بإجراء دراسة وصفية تحليلية لعينة من الحلقات الخاصة بالبرنامج و حددت الإشكالية فيما يلي:

- كيف تساهم قناة الشروق العامة في نشر الوعي الاجتماعي من خلال برنامج

افتح قلبك؟

وتحت هذه الإشكالية يمكن إدراج مجموعة من التساؤلات:

- هل تسعى قناة الشروق العامة للتركيز على المواضيع الاجتماعية في إعداد

برامجها من خلال برنامج افتح قلبك؟

- هل يساهم البرنامج في تسليط الضوء على القضايا الاجتماعية بنفس درجة

تركيزه على القضايا الأخرى؟

- كيف تؤثر مضامين هذا البرنامج على المجتمع الجزائري؟

أولاً: أسباب اختيار الموضوع:

لابد من إبراز الأسباب الحقيقية الذاتية والموضوعية التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع عن غيره، والتي تتمحور حول ما يلي:

أ- الأسباب الذاتية:

- ميولنا الكبير لمتابعة قناة الشروق و برامجها المتنوعة.
- رغبتنا في معرفة أهم الجوانب التي تركز عليها القناة في طرح القضايا وكيفية تناولها.
- تخصصنا في وسائل الإعلام والمجتمع حيث أن لوسائل الإعلام دور كبير وفعال في طرح القضايا خاصة الاجتماعية.
- إضافة إلى ندرة البحوث والدراسات الخاصة بالبرامج الاجتماعية في القنوات الجزائرية الخاصة، لهذا قد تأتي هذه الدراسة بالفائدة لهذا الجانب من الموضوع وكإضافة رصيد بحثي إلى المكتبة الجامعية.

ب- الأسباب الموضوعية:

- بحكم أننا طلبة ندرس تخصص وسائل الإعلام والمجتمع نوّمن بالدور الفعال لوسائل الإعلام في طرح القضايا الاجتماعية خاصة التلفزيون، و لإبراز هذا الدور اخترنا برنامج إفتح قلبك على قناة الشروق العامة الجزائرية.
- الموضوع مثير للانتباه نظرا لأهميته ومكانته الاجتماعية التي تحدد القضايا المطروحة والتي تشكل أهمية كبيرة في المجتمع.
- يعدّ برنامج إفتح قلبك من البرامج الاجتماعية التفاعلية إضافة إلى أنه برنامج ذو طابع إنساني و تفاعلي حوارى بالدرجة الأولى.
- زيادة إلى أهمية الدراسات التي تعنى بوسائل الإعلام وعلاقتها بالمجتمع.

ثانيا: أهمية الموضوع:

يعتبر موضوع بحثنا من المواضيع التي تتطلب دراسة تحليلية ومعرفة أهم القضايا الاجتماعية التي أصبحت تهدد البناء الاجتماعي، وتبرز أهمية الموضوع من خلال التركيز على البرامج الاجتماعية والتي تلعب دورا كبيرا من خلال سعيها لتغيير السلوكيات و المواقف، وكذلك الأوضاع داخل المجتمع الجزائري بشكل عام و طريقة مناقشتها للقضايا و المشاكل التي تحدث فيه.

كما تمكنا هذه الدراسة من إلقاء نظرة للإحاطة بالقنوات الجزائرية الخاصة وبثها للبرامج الاجتماعية؛ ومدى إقبال الجمهور عليها خاصة في ظل الانتشار الواسع للفضائيات و إتجاهها نحو التخصص أكثر في طرح القضايا و طبيعة الظواهر المتناولة.

ثالثا: الهدف من الموضوع:

تكمن الأهداف المرجوة من وراء هذه الدراسة في الكشف عن دور قناة الشروق العامة الجزائرية في طرحها للقضايا الاجتماعية المختلفة، بمعنى إبراز ما يجب أن تكون عليه القناة ومعرفة الانعكاسات التي تحدثها على المجتمع الجزائري من خلال برنامج "افتح قلبك"، مع اعتبار التلفزيون من بين الوسائل الإعلامية التي لها أهمية في معالجة الواقع الاجتماعي.

إضافة إلى التعرف على الأسباب التي تجعل المشاهد يفضل البرامج الحوارية ومعرفة العلاقة القائمة بين حالة المجتمع و وسائل الإعلام، ويأتي هذا تزامنا و حداثة القنوات الجزائرية من حيث النشأة.

رابعاً: الدراسات السابقة:

تمثل الدراسة السابقة والبحوث نقطة انطلاق للعديد من الدراسات والأبحاث التي تليها، وبعد البحث عن الدراسات السابقة لموضوعنا الخاص بدور قناة الشروق العامة في معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر، تم العثور على بعض الدراسات المشابهة لدراستنا وللدراسات السابقة فائدة كبيرة، حيث أنها تمكننا من معرفة نقطة الضعف في دراستنا وكذا التزود بالمفاهيم والمعايير والمصطلحات التي قد نحتاجها، إضافة إلى أنها تحصر مشكلتنا في جوانب محددة و تبيين موقع و فائدة الدراسة التي نحن بصدد إنجازها مقارنة مع الدراسات الأخرى؛ لذلك قمنا بجمع بعض الدراسات التي تناولت متغيرات الدراسة سواء كانت هذه الدراسات قد تناولت المتغيرين معا أو كل متغير لوحده مع متغيرات أخرى، ومن هذه الدراسات نجد ما يلي:

الدراسة الأولى:

دراسة لإيمان عبد الحكيم أحمد زايد، تحت إشراف الأستاذ حسن عماد مكوي، سنة 2016، وهي رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام، من قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة بعنوان "دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري"، تهدف الدراسة إلى كيفية تناول البرامج التلفزيونية الجماهيرية المقدمة على القنوات المصرية التي تعرض للقضايا الاجتماعية ومدى تلبيتها لحاجات

الجمهور ومدى استفادته منها، وتحليل أساليب معالجة المشكلات والقضايا الاجتماعية، استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة بشقيه الوصفي والتحليلي على عينة من البرامج الاجتماعية بالفضائيات المصرية، زيادة إلى إجراء دراسة مسحية على 400 مبحوث، وكانت أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة الآتي:

- بالنسبة للدراسة التحليلية نجد أن قضية العلاقات الزوجية والأسرية قد احتلت أعلى النسب في القنوات الخاصة 26,9%، أما بالنسبة للقنوات الحكومية فقد احتلت قضية الرعاية الصحية أعلى النسب حيث كانت 33%.

- بالنسبة لمصادر المعلومات لدى المبحوثين فقد تصدرت القنوات الفضائية أعلى النسب حيث كانت 96%⁽¹⁾.

الدراسة الثانية:

تمثلت في دراسة قامت بها مايا باشا، تحت إشراف الدكتور الطاهر بن خرف الله، سنة 2008، وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، بن يوسف بن خدة سنة 2008، تحت عنوان "الحصص الخاصة في التلفزيون الجزائري، دراسة وصفية تحليلية لحصة "... وكل شيء ممكن"،

¹. إيمان عبد الحكيم أحمد زايد، دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري، رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام، القاهرة 2016.

تحددت إشكالية الدراسة في: ما هي الرسالة الإعلامية التي تعمل الحصة التلفزيونية الخاصة وكل شيء ممكن على تمريرها للتخفيف من الآفات الاجتماعية؟ وتفرعت عنها تساؤلات هي: ما دور الحصص الخاصة الاجتماعية؟ ما هي أهمية بثها على المباشر؟ هل تقدم حصة وكل شيء ممكن المعلومات الكافية حول الآفات الاجتماعية؟ هل استطاعت الحصة خلق فضاء للحوار داخل المجتمع؟ ما مدى تأثير الحصة لترسيخ أو لتغيير بعض الأفكار والمعتقدات السائدة في المجتمع؟

وضفت الباحثة منهج المسح للتعرف على الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه، من خلال مسح المعلومات ذات العلاقة بالظاهرة المدروسة، كذلك من حيث التعرف على العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، ومن الاستنتاجات العامة للدراسة:

- تنطبق الحصص الاجتماعية الخاصة إلى مواضيع حساسة و آنية مأخوذة من رحم المجتمع.

- تقدم الحصة معلومات حول الآفات الاجتماعية من خلال التعريف بالموضوع وأسباب وجوده.⁽¹⁾

¹. مايا باشا، الحصص الخاصة في التلفزيون الجزائري: دراسة وصفية تحليلية لحصة وكل شيء ممكن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2006.

- عدد كبير من الأشخاص استطاعوا العودة إلى أهاليهم وذويهم بفضل هذه الحصة.
- إن تجاوب الجمهور مع الحصة و عدد الرسائل و المكالمات التي تصلها يؤكد على تأثيرها عليه.
- ساهمت الحصة في كسر بعض الطابوهات داخل المجتمع الجزائري (المواضيع المحرمة).
- تساهم حصة " .. وكل شيء ممكن " إلى جانب حصص اجتماعية أخرى إلى نشر التوعية للوقاية من الآفات الاجتماعية. (1)

الدراسة الثالثة:

تمثلت في دراسة قام بها اليمين شعبان تحت إشراف الأستاذ أحمد بوزراع، سنة 2006 وهي مذكرة مقدمة لنيل الماجستير في علم الاجتماع العائلي، بكلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة باتنة، تحت عنوان "الإعلام والتوعية الأسرية في المجتمع الجزائري: (2)

¹. مايا باشا، مرجع سبق ذكره.

². اليمين شعبان، الإعلام والتوعية الأسرية في المجتمع الجزائري: دراسة ميدانية للأسر المقيمة بباتنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع العائلي، باتنة، 2006.

دراسة ميدانية للأسر المقيمة بمدينة باتنة". سعت هذه الدراسة إلى وصف و تحديد و معرفة العلاقة القائمة بين الإعلام والتوعية الأسرية في الجزائر، وحاول الباحث من خلالها التعرف على ذلك من خلال الخوض في حقيقة و واقع الإعلام في الجزائر للوصول إلى معرفة مدى إسهامه في تأدية الدور المنوط به، إزاء المجتمع بصفة عامة والأسرة على وجه الخصوص، و لمعالجة إشكالية الدراسة حاول الباحث تحديد المنطلقات لدراسة الموضوع انطلاقا من طرح التساؤلات التالية: هل توجد علاقة بين وسائل الإعلام المتنوعة في الجزائر والتوعية الأسرية؟ هل للأسرة الجزائرية مكانة في وسائل الإعلام الجزائرية؟ هل يساهم الإعلام في التوعية الأسرية؟

وضفت هذه الدراسة المنهج الوصفي لأنه كفيل بتحقيق الغرض المطلوب وهو جمع البيانات و المعلومات و المعطيات الضرورية لبلوغ أهداف الدراسة، و يساعد أيضا في وضع تصور دقيق يسمح بالوقوف على حقيقة دور الإعلام في التوعية الأسرية في المجتمع من خلال الكشف عن علاقة والوقوف على مواضيع تأثيره على الأسرة و منه على المجتمع⁽¹⁾

⁽¹⁾. اليمين شعبان، مرجع سبق ذكره.

و من أهم النتائج التي تحصل عليها في هذه الدراسة ما يلي:

- وجود علاقة بين ما تقدمه وسائل الإعلام والتوعية الأسرية.
- للأسرة الجزائرية مكانة في وسائل الإعلام الجزائرية.
- أثر الإعلام على التوعية الأسرية يبقى ضعيفا. (1)

¹. اليمين شعبان، مرجع سبق ذكره.

التعقيب على الدراسات:

الدراسة الأولى:

"دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري"، هي دراسة مشابهة بالنسبة لدراستنا في اهتمامها بالدور الفعال لوسائل الإعلام، خاصة البرامج التلفزيونية التي تعالج القضايا الاجتماعية لها دور مهم في المجتمع، ومدى طرحها لحلول لهذه المشكلات والقضايا الاجتماعية، في حين تختلف عن موضوعنا في المنهج الذي استخدمته الباحثة و هو المسح بالعينة على البرامج الاجتماعية وعلى المبحوثين، و ركزت كليا على عرض المشكلات الاجتماعية في المجتمع المصري والتي تناولتها البرامج الجماهيرية، و باللجوء إلى نظرية التوقعات الاجتماعية.

الدراسة الثانية:

"الحصص الخاصة في التلفزيون الجزائري"، هي دراسة تتشابه مع دراستنا الحالية في بعض الجوانب القيمة والسلوكية للمشاهدين نحو البرنامج و التأثير به، وباستخدام أداة تحليل المضمون المتعلق بتحليل الرسالة الإعلامية المتمثلة في حصة "وكل شيء ممكن"، ولكن هذه الدراسة ركزت على دور الحصص الخاصة في التوعية من الآفات الاجتماعية على وجه الخصوص، كما و استعانت الباحثة بمنهج المسح.

وقد اعتمدنا عليها في بعض النقاط التي ساعدتنا بدورها في الإطار المنهجي للدراسة.

الدراسة الثالثة:

"الإعلام و التوعية الأسرية في المجتمع الجزائري"، أشارت هذه الدراسة إلى الإعلام والتوعية الأسرية من حيث البحث عن الأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام بصفة عامة، دون أن تربط أساليب تقديم الرسائل الإعلامية بتعزيز المشاهدة والتوعية، و دون أن تخصص وسيلة معينة أو برنامجا معيناً، وتلتقي مع دراستنا في التطرق للدور الفعال للوسائل الإعلامية في التوعية، وتختلف من حيث تعميم وسائل الإعلام وحصريتها في التوعية الأسرية، في حين دراستنا تبحث في دور التلفزيون بصفة خاصة في توعية المجتمع.

خامسا: المنهج العلمي وأداة البحث:

1- المنهج: يجب على أي باحث أن يتبع خطوات منهجية من أجل الوصول إلى نتائج وحقائق علمية، وعليه يمكن تعريف المنهج على "أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقائق في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة حتى يصل إلى نتيجة معلومة".⁽¹⁾

"فالمنهج هو مجموعة من القواعد و الإجراءات و الأساليب، التي تجعل العقل يصل إلى معرفة حقة بجميع الأشياء التي يستطيع الوصول إليها بدون أن يبذل مجهودات غير نافعة".⁽²⁾

"هو أسلوب فني يُتبع في تقصي الحقائق و تباينها، ويحتوي على عناصر التشويق التي تحفز القراء على البحث و تمكنهم من التعرف على أسرارها".⁽³⁾

وقد اتبعنا المنهج الوصفي وهو المنهج المناسب لمثل هذه الدراسة، قصد تصور وضع دقيق لقناة الشروق العامة و دورها في معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر.

¹ - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، 2010، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ص 283.

² - مروان عبد الحميد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، 2000، عمان، مؤسسة الوراق، ص 60.

³ - نفس المرجع، ص 64.

"والبحوث الوصفية هي التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع و وصف الظواهر وصفا دقيقا، وتحديد خصائصها تحديدا كيميا أو كمي، و كما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر و كيف وصلت إلى صورتها الحالية، و تحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل وباختصار فهي تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها، إذ يوفر لنا انتهاجه القيام بالدراسة المساعدة والكافية لجمع البيانات والمعلومات الضرورية لبلوغ أهداف هذه الدراسة و استخلاص دلالات الظاهرة الموصوفة".⁽¹⁾

2- أداة البحث: فيما يخص أدوات الدراسة فهي "الوسائل التي يستخدمها الباحث قصد

جمع البيانات من الميدان، و ذلك لتحليلها والوقوف على دلالاتها ومعانيها وربطها بالمعطيات النظرية المقدمة"⁽²⁾.

وقد استعملنا في دراستنا هذه أداة واحدة من أدوات البحث العلمي وهي تحليل المضمون.

"وهو وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من

حيث الشكل والمضمون".⁽³⁾

¹- مروان عبد المجيد إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 40.

²- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، 2007، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ص

³- وائل عبد الله محمد، تحليل محتوى المنهج في العلوم الإنسانية، الطبعة الأولى، 2012، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص 19.

ويعرفه برلسون بأنه: "البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال".⁽¹⁾

سادسا: مجتمع البحث وعينته:

1- مجتمع البحث: يعتبر مجتمع البحث مجموعة منتهية أو غير منتهية من عناصر محددة مسبقا، لها خاصية مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث والتقصي، وعليه فقد حددنا مجتمع بحثنا بطريقة تسمح لنا من دراسة العينة في سياقها الاجتماعي.

"إن أساس نجاح التعيين يقوم أولا على تحديد حجم مجتمع البحث الأصلي، وهو ما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعريفا دقيقا يشمل طبيعة وحداته، يعرف على أنه جميع المفردات التي لها صفة أو صفات مشتركة، وجميع هذه المفردات خاضعة للدراسة و للبحث من قبل الباحث".⁽²⁾

¹ - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، بيروت، دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر، 2008، ص 17.

² .سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط2، دار المسيرة، 2007، ص 209.

2- **العينة:** "إن هدف كل باحث هو الوصول إلى استنتاجات سليمة عن المجتمع الأصلي الذي تتبعت منه المشكلة، وهي طريقة من طرق البحث وجمع المعلومات، فتؤخذ عينة من مجتمع ما بالانتقال من الجزء إلى الكل أو التوصل إلى الحكم على المجتمع في ضوء بعض أفراده".⁽¹⁾

"العينة المستخدمة في البحث العلمي هي نموذج يشمل ويعكس جانبا أو جزء من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يعني الباحث عن دراسته كل وحدات مفردات المجتمع الأصلي، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل وحدات المجتمع المعني بالبحث".⁽²⁾

3- **عينة الدراسة:** العينة العشوائية المنتظمة "و هي من أكثر أنواع العينات استعمالا في بحوث الاعلام و الاتصال، و ذلك للسهولة النسبية التي يتم بها استخراج وحداتها، فاذا كانت العينة العشوائية المنتظمة تشبه العينة العشوائية البسيطة في"⁽³⁾

¹. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، الطبعة الأولى، 2004، دار الفجر، ص 381.

². عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، 2002، ص 212.

³- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، الطبعة الاولى، 2007، الجزائر، طاكسيج-كوم للدراسات و النشر و التوزيع، ص 30.

استعمال الأعداد العشوائية، فإنها تزيد عليها الانتظام في مسافة اختيار الوحدات، بمعنى أن الباحث يختار العدد الأول عشوائيا ثم يحدد مسافة متساوية بين الوحدات الاخرى التي يختارها"

كما اقترح بعض الباحثين استعمال " الأسبوع الصناعي" أي يختار الباحث العدد الموافق لليوم الأول، و العدد الثاني الموافق لليوم الثاني من الأسبوع الثاني..الخ.⁽¹⁾

و في موضوع دراستنا هذه نتطرق لأهم القضايا الاجتماعية التي تعالجها قناة الشروق من خلال برنامج إفتح قلبك من موسمته الأول، مع العلم أن العدد الإجمالي للحلقات هو 24 حلقة، و اخترنا 04 أعداد كعينة منها للفترة الممتدة من 24 نوفمبر 2016 إلى غاية 04 ماي 2017.

و السبب الذي دفعنا لإختيار هذا النوع من العينات هو أنه سهل التطبيق، و مختصر للوقت والجهد.

¹ - يوسف تمار، مرجع سبق ذكره، صص 30-32.

سأب عا: تحديد المفاهيم:

- الدور لغة:

(مص) ج أدوار: الحركة/ عود الشيء إلى حيث كان أو إلى ما كان عليه، (مو)
القطعة المركبة من بيتين فأكثر. (علم الأدوار): علم الموسيقى.⁽¹⁾

اصطلاحاً: يُعرف جميل صليبا الدور منطقياً فيقول: "والدور في المنطق علاقة بين
حدّين يمكن تعريف كل منهما الآخر، أو علاقة بين شرطين بتوقف ثبوت أحدهما على
ثبوت الآخر.⁽²⁾

إجرائياً: وفي الدراسة يقصد بكلمة الدور الوظيفة المتوقعة من قناة الشروق العامة والتي
يؤديها برنامج افتح قلبك من خلال طرحه للقضايا الاجتماعية الجزائرية.

- القناة لغة:

يقصد بكلمة قناة في اللغة الرمح و(قناة) الظهر و(قناة) المحفورة ويجمع الكل على
(القنى) مثل حصاة وحصى، وعلى (قناة) مثل حبال و(قنوات) و(قنوا) على وزن فعول.⁽³⁾

¹ - المنجد في اللغة، ط 40، بيروت، دار المشرق، ص 228.

² - جميل صليبا، المعجم الفلسفي، ج 1، بيروت، دار الكتاب اللبناني، 1978، ص 10.

³ - محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية، المجلد 3، 2003، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 559.

و(قنيت) القناة بالتشديد، احتقرتها و(القنوات) القناة الرمح وجمعها قناة وقني والمراد بها هنا الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها خلال طبق خاص.⁽¹⁾

اصطلاحاً: ممر الكتروني مغناطيسي لنقل برامج التلفزيون، عادة ما يشار إليها برقم معين على جهاز الاستقبال أو حتى تسمية القناة في حد ذاتها، حتى يتسنى للمشاهد معرفة قنواته والبرامج التي يفضل مشاهدتها عليها. ⁽²⁾

إجرائياً: الشروق العامة هي قناة فضائية خاصة جزائرية تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية. تعمل على نشر الأخبار والوقائع وعرضها بكفاءة مهنية عالية من طرف صحفيي القناة التي تبث موادها للمشاهد الجزائري بصفة عامة.

- البرنامج لغة:

لغة أقول "البرنامج" مُعرب دخيل، وأصل الفارسي "برنامج"، ومثل هذا نموذج وطازج. ⁽³⁾

¹ - محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 559.

² - مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للاعلام و الاتصال، الطبعة الاولى، دار النهضة العربية، 2014، ص 229

و غيرهما.

اصطلاحاً: هو ما ينشر بالإذاعة أو إحدى وسائل النشر الأخرى ليصف شيئاً، ويستخدم هذا الاصطلاح في الإذاعة والتلفزيون للإشارة إلى شكل فني يشغل مساحة زمنية محددة، وله اسم ثابت ويقدم في مواعيد محددة وثابتة يومياً أو أسبوعياً أو كل أسبوعين، أو شهرياً ليعرض مادة من المواد الفنية. (1)

- القضايا الاجتماعية:

إجرائياً: هي مختلف المواضيع التي تهم المجتمع و أفراده بالدرجة الأولى، و التي تعرض على القنوات التلفزيونية بهدف معالجتها.

¹ - المعجم الوجيز في مصطلحات الاعلام، الطبعة الاولى، 1999، بيروت، مكتبة ناشرون، ص 214

ثامنا: الخلفية النظرية:

تعد نظرية تحليل الإطار الإعلامي واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية و الوجدانية لتلك القضايا.

فالإطار الإعلامي هو "تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة، والإطار الإعلامي لقضية ما يعني انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، واستخدام أسلوب وتحديد أسبابها و تقييم أبعادها و طرح حلول مقترحة بشأنها".⁽¹⁾

تجد فكرة تشكيل الأطر الإعلامية أصولها في كل من علم النفس وعلم الاجتماع التي ترى أن التعديلات التي تدخل على تعريفات الأحكام تؤدي إلى تغيير فيها، ويربط علم الاجتماع تشكيل الأطر في وسائل الإعلام بالثوابت من القيم والمعتقدات. ومن هنا كانت

¹ - أسامة بن مساعد المحيا، نظريات التأثير الإعلامية، 1433هـ، ص 35.

الفكرة الرئيسية لتشكيل الإطار الإعلامي على أنه تنظيم للأحداث و ربطه بسياقات معينة ليكون للنص أو للمحتوى معنى معيناً.

و تبلورت نظرية الأطر الإعلامية على يد عالم الاجتماع Erving Goffman عام 1974م.⁽¹⁾

ويحدد إنتيمان أربع وظائف لتحليل الإطار الإعلامي هي:

1. تحديد المشكلة أو القضية بدقة.

2. تشخيص أسباب المشكلة.

3. وضع أحكام أخلاقية.

4. اقتراح سبل العلاج.

ويشير كذلك إلى إمكانية تناول الأطر الإعلامية وفق مستويين أساسيين:

- **المستوى الأول:** تحديد مرجعية تساعد في عملية تمثيل المعلومات واسترجاعها

من الذاكرة.⁽²⁾

¹ - نسرين حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، ماجيستر صحافة، 2015، مقال على شبكة الألوكة.

² - أسامة بن مساعد المحيا، مرجع سبق ذكره، ص 35.

- المستوى الثاني: يتعلق بوصف السمات التي تمثل محور الاهتمام في النص الإعلامي.

ويتضمن تحليل الإطار الإعلامي ثلاثة مكونات أساسية هي:

1. البناء التركيبي (الشكلي) للقصة الإخبارية.

2. الفكرة المحورية.

3. الاستنتاجات الضمنية.⁽¹⁾

تاسعا: حدود الدراسة:

الحدود الزمانية:

لقد كان الإطار الزمني للمجال النظري لهذه الدراسة محصورا بين شهر ديسمبر ومارس من سنتي 2017 / 2018، بعدما تبلورت فكرة إجراء الدراسة بعد موافقة الأستاذة المشرفة عليها، وبالإستشارة مع مجلس الأساتذة لقسم علوم الإعلام و الاتصال في كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية.

¹ - أسامة بن مساعد المحيا، مرجع سبق ذكره، ص 35.

وفيما يخص الإطار الزمني للمجال الميداني فقد انحصر بين شهر مارس و ماي من نفس السنة الدراسية 2017 / 2018.

ستجرى هذه الدراسة على "دور قناة الشروق العامة في معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر"، وكون البرنامج أسبوعي يبيث كل يوم خميس على القناة، وكونه برنامج حوارى اجتماعي بامتياز يتناول العديد من الموضوعات والقضايا الاجتماعية في كل جوانب الحياة، اختيرت الحلقات على مدار شهرين ابتداء من حلقة الخميس الموافق ل 24 نوفمبر 2016 إلى غاية 15 ديسمبر 2017، وبالتالي يكون إجمالي الحلقات 4 حلقات للتحليل.

عاشرا: صعوبات الدراسة:

لا يخلو أي بحث علمي من الصعوبات والعقبات التي تواجهه، فهي جزء لا يتجزأ من أي دراسة يقوم بها الباحث، ولهذا لا يمكننا أن نعدد كل المشاكل التي واجهتنا أثناء قيامنا بهذا البحث، لأن الصعوبات بالنسبة لنا أمر طبيعي ومفروغ منها، وبما أننا ملزمون من الناحية العلمية ذكرها حتى نكمل خطوات الإطار المنهجي للدراسة، فنذكر أهم التي واجهتنا، قلة المراجع التي تناولت الإعلام الجزائري الخاص وكذلك المراجع المتعلقة بالقضايا الاجتماعية و علاقتها بالإعلام، إضافة إلى صعوبة تحديد و تحليل بعض المفاهيم الخاصة بموضوع دراستنا.

الإطار النظري

الفصل الأول: الإعلام الفضائي و الفضائيات الجزائرية

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم القنوات الفضائية و نشأتها

المبحث الثاني: القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

المبحث الثالث: القنوات الفضائية الجزائرية الموضوعاتية

خلاصة

تمهيد:

إذا كان هذا العصر يطلق عليه عصر الأقمار الصناعية والثورات المعلوماتية، فإنه في العقدين الأخيرين تربعت القنوات الفضائية وشبكات الانترنت على عرش هذا العصر. فالיום نعيش انفجار فضائي مما أدى إلى الانفتاح العالمي على الحضارات، فمئات القنوات الفضائية على أي قمر صناعي وعشرات الأقمار تدور في عالمنا، وبذلك ساهمت هذه الأخيرة في تطوير الكفاءات الإعلامية وتزايد عددها وظواهرها.

المبحث الأول: مفهوم القنوات الفضائية ونشأتها.

المطلب الأول: مفهوم الإعلام الفضائي:

تعددت المفاهيم التي تناولت مصطلح الإعلام الفضائي، وقد بينت في مجملها انطلاقاً من التعريفات المقدمة عن مفهوم الفضاء والأقمار الصناعية، ومفهوم القنوات الفضائية، ومن أبرز التعاريف للقنوات الفضائية بصفة عامة "أنها محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لدولة الإرسال، حيث يمكن استقباله في دول ومناطق أخرى عبر أجهزة خاصة لاستقبال والتقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي".

هذا التعريف يركز على الجانب التقني لعملية الإرسال أما عن الإعلام الفضائي العربي فقط تم تعريفه بأنه: "نتاج التطوير والتحديث المستمر للبيئة الاتصالية العربية، و لوسائل الإعلام لعصر اتسم بأنه عصر المعرفة وعصر ديمقراطية الاتصال".⁽¹⁾

⁽¹⁾. حليلة عايش. "الإعلام الفضائي العربي في زمن العولمة"، جامعة قسنطينة -3- صص 2-3.

المطلب الثاني: نشأة القنوات الفضائية:

كانت بدايتها الأولى في سنة 1945م، حيث قام كاتب قصص الخيال العلمي آرثر كلارك بنشر مؤلفة "أوديسة الفضاء" 2001، ومن خلاله وصف نظامها للاتصال عبر الأقمار الصناعية، و من هنا جاءت فكرة استخدام الأقمار الصناعية في مجال الاتصال لتظهر عدة محاولات لإطلاق أقمار صناعية قادرة على نقل الإشارات التلفزيونية و الهاتفية.

وأنت الفقرة التي استغل فيها الإنسان الفضاء اتصاليا و إعلاميا لتمثل متغيرا كبيرا في حياة الأفراد والشعوب و الدول، نتج عنه متغيرات بجميع وسائل الإعلام والاتصال، و دعمت مركزية التلفزيون والصورة الموافقة للأحداث على مستوى العالم كله، و مع مرور الوقت و إطلاق الصواريخ الحاملة للأقمار الصناعية المتخصصة بنقل الرسائل الإعلامية المصورة إلى مداراتها، فقد ظهر التلفزيون الفضائي في كل من الاتحاد السوفياتي والولايات المتحدة الأمريكية، كما لحق بهذا الركب العديد من الدول الأخرى مثل: فرنسا، الصين، اليابان⁽¹⁾.

ولقد تطور استخدام القنوات الفضائية بعد ذلك حيث أدخلت عليها تحسينات كبيرة وسارعت الدول في انتقائها معجزة القرآن، حيث بدأت التأثيرات على المشاهد بشكل واضح

¹. هناء السيد. الفضائيات وقادة الرأي: دراسة أثرها على السلوك، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، 2005، ص12.

مؤثرة في تفكيره وعلى ثقافته و سلوكه، و أصبحت القنوات الفضائية هي وسيلة اتصال الأكثر انتشارا أو الأوسع مدى، والأكثر جذبا وإغراء لجمعها بين الصوت و الصورة و الضوء واللون و الحركة، و قد حاولت الفضائيات الإعلام اليومي من مجرد نقل المعلومات والأفكار إلى الإسهام الفعلي في تكوين الحياة في أبعادها السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية.⁽¹⁾

ب_ القنوات الفضائية العربية:

قامت الدول العربية في عام 1990م بإطلاق قمرها الصناعي الرائد "عربسات" ثم اتبعته بـ "عربسات 2"، وكانا يغطيان بهما دول المنطقة و العديد من الدول المجاورة لها و بعض البلدان الأوروبية، وكان لهذين القمرين دورهما في توفير البديل الملائم للمواطن العربي ولمشاهدة القنوات، و المتتبع لهذه القنوات العربية يلاحظ فروقا في التعامل مع المادة الإعلامية فبعضها مرتبطة بالقنوات المحلية بالاتصال المباشر في تمرير الرسالة الإعلامية إلى العالم الخارجي مثل القنوات السودانية و الجزائرية و السعودية و هناك من القنوات⁽²⁾

⁽¹⁾. سعد لبيب، العرب وأقمار البث التلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، 2001، ص39.

⁽²⁾. طه أحمد الزيدى وآخرون، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفئاته، الطبعة الأولى، 2013، عمان، دار النفائس للنشر والتوزيع، ص 21.

من سعت إلى نقل السياسات العامة لدولها و حكوماتها بشكل واضح إلى العالم، وفي

هذه الحالة تعتمد الفضائيات العربية على البرامج المنتجة محليا.⁽¹⁾

المطلب الثالث: التقسيمات المختلفة للقنوات الفضائية العربية:

توجد تقسيمات عديدة للقنوات الفضائية في فضاء المنطقة العربية منها:

أ- **التقسيم الأول:** ويقسم القنوات الفضائية العربية إلى نوعين على النحو التالي:

1- القنوات الرسمية: بدأت مصر بإطلاق أول قناة تلفزيونية فضائية رسمية عبر عربسات في 12 ديسمبر 1990، ثم توالى إطلاق القنوات الفضائية العربية الرسمية الأخرى، وتختلف أسباب الإطلاق فعدد من هذه القنوات يحمل القناة الأرضية ذاتها للوصول إلى تجمعات أكثر مثل: السعودية وليبيا و السودان، وهناك دول أقامت نظامها الفضائي لربط محطاتها التلفزيونية المحلية كلها في شبكة واحدة للتبادل مثل: سلطنة عمان و الجزائر، و في هاتين الحالتين لا تقدم القنوات الفضائية برامج خاصة بل تنقل ما تحمله القنوات الأرضية، وهناك عدد آخر من القنوات الفضائية العربية الرسمية هدفها التعريف بسياسات الدول و ثقافتها خارج الحدود مثل: مصر و سوريا.⁽²⁾

¹. طه أحمد الزيدى وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 21.

². عاطف عادل العبد ونهى عاطف العبد، وسائل الإعلام: نشأتها وتطورها وآفاقها المستقبلية، الطبعة الأولى، 2006، القاهرة، دار الفكر العربي، ص 253.

2- القنوات الخاصة: ويوجد العديد من القنوات الفضائية العربية الخاصة (غير

الحكومية) ومنها: MBC، Orbit، و art ، كلها استثمارات عربية.

ب- **التقسيم الثاني:** ويقسم الفضائيات الناطقة باللغة العربية كما يلي:

1- القنوات ذات التوجه الحكومي: وهي محطات حكومية تقدم رؤية الحكومة و آراءها،

وهي ذات العدد الأكبر حيث أن كل دولة عربية لها محطة حكومية على الأقل.

2- القنوات ذات التوجه الديني والسياسي: وهي محطات تتبنى توجيهات فكرية و دينية

وسياسية خاصة، ومنها: القناة الإسرائيلية و التي تغطي الشرق الأوسط و أوروبا الوسطى:

قناة اقرأ الإسلامية.⁽¹⁾

ت- **التقسيم الثالث:** يقسم القنوات الفضائية إلى نوعين هما:

1- قنوات فضائية يتخلل برامجها بعض الإعلانات التجارية: وهي تمثل حوالي

80% من القنوات الفضائية.

2- قنوات فضائية لا تذيع إعلانات: مثل قناة ديزني... هذه القنوات تتيح برامجها من

حصيلة اشتراكات المشتركين، وعادة ما تقدم مضامين ترفيهية مثل: المسلسلات الاجتماعية

والأفلام الكوميدية التي تمتاز بالتححرر والتميز بشكل أكبر من القنوات التعليمية وتحاول⁽²⁾

¹. عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد. مرجع سبق ذكره. ص 253.

². نفسه، 254.

باستمرار تطوير خدماتها بما يتلاءم مع رغبات المشاهدين خوفا من خسارة المشتركين.

ث- التقسيم الرابع: ويقسم القنوات الفضائية إلى نوعين هما:

1- قنوات فضائية عامة: تقدم كافة أنواع البرامج لفئات الجمهور المختلفة.

2- قنوات فضائية متخصصة: تقدم نوعيات متخصصة من البرامج لفئات معينة من

الجمهور كقنوات الأطفال والمرأة، و متخصصة في مضمون معين كالقنوات الموسيقية أو

الرياضية أو التعليمية.⁽¹⁾

المطلب الرابع: مضامين ومهام الفضائيات العربية:

1- مضامين الفضائيات العربية:

إن السياسة التي تتبعها محطة ما تحدد في الغالب النسبة المخصصة لكل نوع من أنواع

البرامج وتتفاوت هذه النسبة من برامج لأخرى كما تختلف من محطة لأخرى، وهناك بعض

المحطات التي تركز على البرامج الدينية مثلا أكثر من تركيزها على البرامج الثقافية تبعا

لتوجهها ويمكن تصنيف من المضمون فيما يلي:⁽²⁾

⁽¹⁾. عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، مرجع سبق ذكره، ص 254.

⁽²⁾. عاصم حمدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني ومفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، الطبعة الأولى، أبو ظبي، 2004، ص 156.

- البرامج الثقافية التربوية
- البرامج الاجتماعية
- البرامج الاقتصادية (التموية)
- البرامج الدينية
- البرامج الرياضية
- البرامج الخفيفة المنوعة
- البرامج السياسية.⁽¹⁾

كما أجريت العديد من الدراسات العربية والأجنبية والتي هدفت إلى تحليل مضمون مواد البث التلفزيوني على فترات متعاقبة، وتتفق هذه الدراسات رغم تنوعها و تباعد فترات إنجازها على أن مضامين البث التلفزيوني يغلب عليها مثل الجنس و العنف و الرعب، و أن هذا الوضع يزداد إصرارا و جرأة على مر السنين، و خاصة مع تطور التقنيات و التكنولوجيا الإعلامية، كما و لا ننسى الإعلانات التي تعتبر كأحد أبرز المضامين في الفضائيات حيث شجعت العديد من الأطروحات دخول الإعلان ضمن البرمجة التابعة للقنوات الفضائية.⁽²⁾

¹. عاصم حمدي، مرجع سبق ذكره، ص 156.

². نسيمه طبشوش، القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الأسرية لدى الشباب، الجزائر، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2011، صص 49-50.

2- مهام الفضائيات العربية:

تعددت مهمات الفضائيات العربية و تنوعت من خلال جهود منظمة عريسات، وأسفرت تلك الجهود في عمل الفضائيات العربية العامة والخاصة، و ساهم بعض خبراء الإعلام العربي في تحديد بعض نماذج تلك المهام، و يأتي في مقدمتها:

1- ضرورة إنتاج و عرض برامج عربية تسهم في عمليات التنمية، و تدعيم الهوية الوطنية و رفع وتائر العلم.

2- توعية المشاهد العربي و تحصينه ضد المؤثرات الخارجية التي تستهدف قيمه و ثقافته.

3- توظيف قنوات البث و استخدامها في برامج التوعية الثقافية و الاجتماعية.

4- خلق مشاركة واسعة من خلال ربط المواطنين العرب داخل الوطن العربي و خارجه.

5- فرضت تطورات العصر توسيع مديات توعية الرأي العام العالمي بقضايا العرب و التحديات التي يواجهونها.⁽¹⁾

¹. عبد المالك ردمان الدناني، البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية. مصر، المكتب الجامعي الحديث للنشر، 2006، ص 129.

المبحث الثاني: القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن القطاع السمعي البصري في الجزائر:

تعود الملامح الأولى للقطاع السمعي البصري في الجزائر إلى ظهور الإذاعة والتلفزيون خلال الحقبة الاستعمارية، حيث أدخل الفرنسيون لأول مرة الإذاعة عام 1924، وكانت موجهة إلى الأقلية الأوروبية من المعمرين في البلد، لتغيير وجهتها فيما بعد، خاصة مع اندلاع الثورة، أين سارعت السلطات الاستعمارية لإنشاء أول محطة تلفزيونية بالعاصمة الجزائرية في 24 ديسمبر 1956.

سعت البرامج الفرنسية لانتزاع القيم الوطنية من الجزائريين وتجريدتهم من هويتهم الأصلية، كما كرست اتفاقيات افيان الممضاة بين السلطات الجزائرية والفرنسية، تبعية القطاع الإذاعي والتلفزيوني للسلطات المستعمرة، رغم مغادرتها التراب مجبرة عام 1962. نصت هذه الاتفاقيات الممضاة بين الجانبين على تأجيل مسألة الفصل في موضوع هذه المؤسسة الإعلامية إلى مرحلة لاحقة، والتي لم تحدد بتاريخ مضبوط، فلم يتمكن الإعلام⁽¹⁾

¹. قاسي علاء الدين، صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها، قناة النهار نموذجاً، دراسة ميدانية بجامعة 08 ماي 1945 بقالة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة 08 ماي 1945، قالة، 2017، ص 64.

الجزائري من التخلص بشكل فعلي من هذه السيطرة الفرنسية على قطاع الإعلام إلا بتاريخ 28 أكتوبر 1962، أين استرجعت الجزائر السيادة على محطتي الإذاعة والتلفزيون.

ثم استكملت الجزائر مظاهر الاستقلال في شقه الثقافي والإعلامي باسترجاع محطتي الإذاعة والتلفزيون، و من هذا السياق مر قطاع الإعلام الجزائري بشكل عام و السمعي البصري بشكل خاص بعدة مراحل و حقب زمنية، يمكن تصنيفها إلى خمسة مراحل أساسية، و هي على النحو التالي:⁽¹⁾

- المرحلة الأولى: 1962 - 1965:

تميزت المرحلة الأولى التي جاءت مباشرة عقب استقلال الجزائر من المستعمر الفرنسي عام 1962، في القرار الذي اتخذته السلطة الجزائرية الفتية شهورا بعد تحرير البلد من احتلال دام أكثر من قرن ونصف قرن من الزمن، والقاضي باسترجاع محطتي الإذاعة والتلفزيون، كان قرارا سياديا بامتياز، وحرصا منها على لعب هذا القطاع الاستراتيجي دورا في التنمية ومحاولة فك الارتباط الثقافي مع المستعمر الفرنسي، لكن الإشكال الذي ترتب عن هذا الاسترجاع هو الفراغ القانوني الرهيب الذي وقع في تسيير المؤسسات الإعلامية⁽²⁾

¹. قاسي علاء الدين، مرجع سبق ذكره، ص 64.

². نفسه، ص 65.

في البلد، هذا ما دفع بمتخذي القرار آنذاك لإبقاء العمل بالنصوص الفرنسية في هذا المجال الإعلامي إلى وقت لاحق.

- المرحلة الثانية: 1965 - 1976:

أهم نقطة ميزت هذه الحقبة الزمنية التي امتدت 11 سنة، هو إلغاء العمل بالنصوص الفرنسية في مجال الإعلام سنة 1967، برر رئيس مجلس الثورة آنذاك "هوارى بومدين" قرار إلغاء العمل بالقوانين الفرنسية، أنه من غير المعقول أن تواصل الثورة مسيرتها بقوانين غير ثورية، فالسياسة الإعلامية التي اتبعت خلال هذه المرحلة تميزت بالكثير من الغموض على الصعيد القانوني أو على الصعيد الميداني.

النقطة الثانية هو انعدام قانون خاص ينظم ممارسة الأنشطة الإعلامية بشكل عام في الجزائر، وبشكل خاص القطاع السمعي البصري، فكانت المؤسسات الإعلامية الحكومية عبارة عن لسان حال العرب الواحد (أحادية حزبية في البلد).⁽¹⁾

- المرحلة الثالثة: 1976 - 1988:

شكلت هذه المرحلة نقطة تحول حقيقية في قطاع الإعلام في الجزائر، بداية بصدور الميثاق الوطني عام 1976، أين بدأت معالم السياسة الإعلامية تتضح أكثر فأكثر، ووجدت

⁽¹⁾. قاسي علاء الدين، مرجع سبق ذكره، ص 65.

الجزائر مفهومها للإعلام كبلد اشتراكي ينتمي إلى العالم الثالث، يقوم أساسا على الملكية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وأكدت أن الإعلام جزء لا يتجزأ من السلطة المتمثلة في حزب جبهة التحرير الوطني، وأداة من أدواتها، يكمن دورها في أداء مهام التوجيه والرقابة والتنشيط.

النقطة الثانية هي صدور أول قانون للإعلام في الجزائر 1982 بعد مرور 20 سنة بالتمام على استرجاع محطتي الإذاعة والتلفزيون من المستعمر الفرنسي، سعى لتنظيم الممارسة الإعلامية في الجزائر، لكنه لم يتعدى عن خدمته الحزب الواحد واديولوجياته.

- المرحلة الرابعة: 1990 - 2012:

الجديد الذي جاءت به هذه المرحلة، هو ظهور التعددية الحزبية والإعلامية التي أقرها دستور 1989، حيث أجاز حرية انشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي، وذلك بعد الأحداث التي عاشت البلد في الخامس أكتوبر 1988، هذا ما دفع بالسلطة الحاكمة إلى مراجعة قانون الإعلام لسنة 1982، واستصدار قانون جديد للإعلام 1990، الذي فتح مجال التعددية للصحافة المكتوبة، إلا أن قطاع السمعي البصري بقي تحت ملكية ووصاية الدولة، لم يمنع هذا الواقع من التحرك لفك احتكار الدولة للقطاع في فترة التسعينات أمام حالة (1)

¹. قاسي علاء الدين، مرجع سبق ذكره، ص 66-68.

الانسداد السياسي وبداية التدهور الأمني في البلد لم تخلو هذه الفترة من بعض الانجازات التي تحققت في قطاع السمعى البصرى، وهو إنشاء المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائرى لقناة فضائية جديدة، ثم ميلاد قناة "Canal Algérie" فى أكتوبر 1994، وعرفت الساحة الإعلامية الجزائرية ميلاد القناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعى "عربسات"، وهو مشروع يعود إلى نوفمبر 1998، تم تنفيذه فى ديسمبر 1999 لتعرف القناة ميلادها الفعلى فى 05 جويلية 2001، بعد ذلك شهدنا قدوم القناة الرابعة باللغة الأمازيغية إلى جانب القناة الخامسة وهى قناة القرآن الكريم.

- المرحلة الخامسة: 2012 - 2015:

تميزت المرحلة بقفزة نوعية فى المشهد الإعلامى الجزائرى بشكل عام، وبشكل خاص فى قطاع السمعى البصرى، حيث ساهمت فى هذه النقطة الظروف الخارجية المحيطة بالبلد أكثر من نظيراتها الداخلية، نظرا لما عاشته البلدان العربية تحت ما اصطلح على تسميته ربيعاً عربياً، وما لعبه الإعلام من دور فى تأجيج هذا العراك الشعبوى، حيث سارعت الجزائر إلى احتواء الوضع آنذاك، و أقرت قانوناً عضواً للإعلام سنة 2012، و أبدت نية محتشمة فى فتح السمعى البصرى أمام الملكية الخاصة.⁽¹⁾

¹. قاسى علاء الدين، مرجع سبق ذكره، ص 69.

المطلب الثاني: الإعلام الفضائي الجزائري الخاص.

تعد القنوات الجزائرية الخاصة التي تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال الجزائرية، إحدى المعالم الحديثة للإعلام الجزائري، حيث برزت هذه القنوات كنتيجة للتغيرات السياسية في الوطن العربي، وكذا لثورة الاتصالات بعد عقود طويلة من احتكار الحكومات العربية للإعلام المرئي والمسموع، و قد شهدت السنوات القليلة الماضية تدفقا هائلا لرأس المال الجزائري الخاص، في مجال اطلاق القنوات الفضائية الجزائرية، سواء من خارج الوطن أو داخله، واستطاعت العديد من هذه القنوات الفضائية جذب اهتمام المشاهد الجزائري، و حقق بعضها رغم قصر المدة فكرة الاستقلال التام لبعض المحطات الخاصة، مع ذلك فإن القنوات الفضائية الخاصة قد استطاعت تحريك المياه الراكدة في مجال الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي. و تمثل القنوات الفضائية الخاصة إحدى خطوات تطور الخدمات الاتصالية العالمية، و التي بدأت بمرحلة الصفوة التي تستهدف الوصول إلى صفوة المجتمع و تطورت إلى مرحلة الحشد التي تستهدف ملاقة اهتمامات جميع أفراد المجتمع، إلى مرحلة التخصص التي تستهدف خدمة احتياجات جماهير محددة، و أخيرا مرحلة التفاعل التي⁽¹⁾

¹. رزيق سامية. "البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة، برنامج -ما وراء الجدران- قناة النهار- نموذجاً"، دراسة تحليلية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2016، ص 64.

تهدف إلى التبادل و التفاعل بين الجمهور و قنوات الاتصال، و يتزايد خلالها التحكم الانتقائي للجمهور في المعلومات التي يتم اختيارها.

تسعى القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة لمخاطبة جمهور محدد بتقديم مواد إعلامية بعينها، و تختلف ما بين قنوات متخصصة من حيث نوعية الجمهور و التلقي للخدمة مثل: قنوات الأطفال و المرأة.⁽¹⁾

و نستعرض بعض الفضائيات الجزائرية الخاصة الأولى في الساحة الاعلامية:

1- قناة الشروق تي في:

تعد قناة "الشروق تي في" أول فضائية جزائرية خاصة لها الفضل في اختراق المجال السمعي البصري، و بهذا تكون قد خطت خطوة عملاقة في طريق افتكاك مكاسب إعلامية جديدة، من خلال حصولها على اعتماد لمكتبها بالجزائر من وزارة الاتصال بشكل رسمي، بعد أن قدمت للوزارة كافة الوثائق والعقود الموقعة مع المدينة الإعلامية في العاصمة الأردنية، لتظل على الجمهور الجزائري ببرامجها المتنوعة و يبدأ بثها التجريبي في عيد الثورة المصادف للأول من نوفمبر عام 2011 كذكرى لتأسيس جريدة الشروق اليومي.⁽²⁾

¹. رزيق سامية، مرجع سبق ذكره، ص 65.

². <http://echoroukonline.Com> / 14. 03. 2018 / 13 : 55.

ثم توسعت الشبكة لتضع قناة أخرى باسم الشروق الإخبارية بتاريخ مارس 2014، وبعد ثلاث سنوات أطلقت الشروق قناة خاصة بالمرأة و الطبخ "قناة بنة" لتصبح بذلك أول قناة جزائرية خاصة، و تمتلك الشبكة مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني و مكاتب عالمية أخرى.⁽¹⁾

2- قناة النهار:

قناة جزائرية إخبارية مستقلة تابعة لجريدة النهار الجديد الجزائرية، انطلق بثها التجريبي يوم 06 مارس 2012، اتخذت القناة مقرها الرئيسي بالعاصمة الأردنية عمان ليبدأ البث من هناك على قمر نايل سات، تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر حيث أن برامجها مزيج بين الأخبار والرياضة وأخبار الاقتصاد في الجزائر، وكذا أخبار الصحف الوطنية والعديد من البرامج الأخرى (وثائقيات، أحوال جوية..).

3- قناة الجزائرية:

قناة جزائرية خاصة تم اطلاقها على القمر الصناعي أتلانتيك سرت 7، انطلق بثها التجريبي في فيفري من عام 2012 بشبكة برمجية ثرية جدا، و بعدها انطلق بثها الرسمي⁽²⁾

¹⁾ <http://echoroukonline.Com/> 14. 03. 2018. 13 : 55.

²⁾ رزيق سامية، مرجع سبق ذكره، ص 69.

ابتداء من يوم 05 جويلية 2012، تهدف لإيصال صورة أكثر إشراقا عن الجزائر، غير أن خروجها نوعا ما عن التقاليد المحافظة طرح أكثر من تساؤل حول ماهية قناة من هذا النوع وفي مثل هذا الوقت وحول مصادر تمويلها... لكن تبقى الكلمة لمالكي القناة الذين أكدوا أنها من تمويل جزائري 100%.

4- قناة الهقار:

هي قناة جزائرية مستقلة تم افتتاحها في شهر ماي 2012، يوجد مقرها في لندن، تعرض القناة أخبار يومية وبرامج سياسية وأخرى ثقافية دينية، بالإضافة إلى الأغاني والعديد من الأفلام المدبلجة بالفرنسية وكذلك تعرض مسلسلات كورية أمريكية مترجمة بالفرنسية، تهدف إلى بث كل ما هو جديد، كما أنها تقوم بالسعي جاهدة للقيام بمتابعة تغطيات شاملة لكل ما يحدث في العالم وترصد جميع الأخبار في المنطقة العربية.

5- قناة نوميديا نيوز:

قناة جزائرية إخبارية دولية انطلق بثها في أكتوبر من عام 2012 تتناول مختلف القضايا الراهنة في العالم، توعدها مشاهديها بالاحترافية والموضوعية، لها مراسلين ومكاتب في مختلف دول العالم، تهتم ببث آخر المستجدات السياسية والرياضية على الساحة⁽¹⁾

⁽¹⁾رزيق سامية، مرجع سبق ذكره، ص71.

الجزائرية، العربية و الدولية، هي قناة إخبارية كون معظم برامجها ذات صبغة إخبارية إلى جانب بعض البرامج الحوارية والتفاعلية والاجتماعية.

6- قناة المغاربية:

قناة المغاربية هي إحدى القنوات الفضائية الجزائرية المستقلة، الناطقة باللغة العربية والتي ظهرت حديثاً، تم تأسيس القناة خلال شهر نوفمبر 2011، وشرعت في بث برامجها ابتداء من 16 ديسمبر 2011 من العاصمة البريطانية لندن تحت إشراف السياسي "سليم صالح"، تعمل على تسليط الضوء على القضايا السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية، تهتم بالمواطنين في جميع الدول المغاربية، تهدف من خلال موادها الإعلامية إلى مد جسور التواصل بين شعوب المنطقة، و تركز على المهنية و الحرفية و تضمن حرية التعبير و تبرز الرأي الآخر.⁽¹⁾

⁽¹⁾. قاسي علاء الدين، مرجع سبق ذكره، ص 79.

جدول رقم (01): القنوات الفضائية العربية الجزائرية حسب التغطية الجغرافية:

اسم القناة	السوائل المستخدمة	منطقة التغطية
القناة الجزائرية الفضائية	Nilesat	المنطقة العربية، آسيا، إفريقيا
القناة الجزائرية الثالثة	Arabsat	أوروبا
القناة الجزائرية الرابعة	Hotbird	
القناة الثانية Canal Algérie	Eutelsat	
قناة القرآن الكريم		
قناة النهار	Nilesat	المنطقة العربية، آسيا، إفريقيا
قناة النهار دراما	Arabsat	أوروبا
قناة النهار Movies		
قناة Sports		
قناة المغربية	Nilesat	المنطقة العربية، إفريقيا
قناة الهقار		
قناة الشروق	Nilesat/ Hotbird	المنطقة العربية، إفريقيا، أوروبا

المنطقة العربية، إفريقيا	Nilesat	قناة سميرة تي في قناة دزاير 3
--------------------------	---------	----------------------------------

(1)

جدول رقم(02): توزيع القنوات الفضائية العربية الجزائرية حسب نوعية ونظام البث:

البث		نوعية القناة		اسم القناة
مشفّر	مفتوح	متخصصة	جامعة	
				القناة الجزائرية الفضائية
				القناة الجزائرية الثالثة
				القناة الجزائرية الرابعة
				القناة الثانية Canal Algérie
			دينية	قناة القرآن الكريم الفضائية 5
				قناة النهار
				قناة الهقار
				قناة الشروق

¹. سامية رزيق، مرجع سبق ذكره، صص 72، 73.

		إعلانات نصية		قناة سميرة تيفي
		إعلانات نصية		قناة دزاير 24
				قناة دزاير 3

(1)

المطلب الثالث: أنواع القنوات (العامة والخاصة):

بالرغم من أن المصطلحات المتداولة مترجمة عن اللغتين الإنجليزية والفرنسية، فإن الغموض يكتنفها عند مقارنتها بما يقصد بها في لغتها الأصلية لافتقارها إلى الدقة التي تتأى بها عن الالتباس، وهكذا نجد اللفظة العربية الواحدة تستعمل للدلالة على شيئين مختلفين، فإيرانا بقناة عامة المعنى الشمولي لكلمة Generaliste وفي الوقت نفسه العمومي في كلمة Publique، وفي المعنى الفرنسي نفسه لكلمة Generaliste نجد ثلاث كلمات عربية مستعملة وهي عامة وشمولية وجامعة، فأى هذه الكلمات الثلاث أول بالاستعمال وأوفى للمعنى. (2).

¹. سامية رزيق، مرجع سبق ذكره، ص 72-73.

². المنصف العياري، "القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة"، اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية 56، تونس، 2006، ص 10.

1- قناة عامة أو عمومية؟

تخلط بعض الكتابات في الدلالة على المرفق العمومي Service Public بين كلمتي عام وعمومي، والقناة العمومية هي القناة التي تعود كامل ملكيتها إلى حكومة هذه الدولة أو تلك، وسيأتي أغلب تمويل هذه القناة من ميزانية الدولة المالكة للقناة بقطع النظر عن التمويل الذاتي وعن رسوم الاستهلاك على الأجهزة، فالقناة العمومية هي القناة الحكومية.

2- قناة خاصة أم حرة أم مستقلة؟

يقابل القناة العمومية من حيث الملكية والتمويل، القناة الخاصة أي القناة التي يأتي رأسمالها كليا أو في معظمه من القطاع الخاص وتكون ملكيتها لرأس المال الغالب، وقد يستعمل البعض كلمتي حرة أو مستقلة في هذا المعنى، لكننا نرى في استخدام هذين الكلمتين تجاوزا لمفهومَي الحرية والاستقلالية والتي تبقى نسبية في معظم الأحيان، ذلك أن مساهمة الحكومات في رأس مال هذه القنوات بشكل أو بآخر لا يكاد يغيب عن جل هذه القنوات.⁽¹⁾

ولئن كان الغموض يسود خارطة تمويل كل القنوات الخاصة، فقد أكدت بعض التصريحات هذا الاتجاه كما أنه يكفي أن نتابع خطاب هذه القناة أو تلك حتى نلتصم انتماءها ولون الخطاب الذي تسعى لترويجه.

⁽¹⁾. المنصف العياري، مرجع سبق ذكره، ص 10.

3- قناة جامعة أم شمولية؟

عندما ظهرت القنوات التلفزيونية في القطاعين العمومي والخاص كانت لهما قنوات شمولية، وكلمة شمولية تفيد بالفرنسية ويستعمل البعض للدلالة نفسها كلمة جامعة للدلالة نفسها فيقال قناة جامعة بمعنى قناة شمولية، والقناة الجامعة أو الشمولية هي القناة التي تبتث برامج تجمع بين أكثر من مجال اهتمام وتشتمل برمجتها على مواد مختلفة الأغراض والأهداف من إعلام وتثقيف وترفيه.

4- قناة متخصصة:

القناة المتخصصة تقابل القناة الجامعة أو الشمولية، وهي التي تخلت عن شمولية المضمون والمقصد لتختص في مجال برامجي منفرد أو لتتوجه إلى جمهور محدد.

إن القناة المتخصصة هي التي تركز اهتمامها على فرع واحد من فروع التخصصات التي يهتم بها نوع من الجمهور.⁽¹⁾

⁽¹⁾. المنصف العياري، مرجع سبق ذكره، ص- ص 11- 12.

ويطلق عليها أيضا الجامعة تقدم برامج متنوعة بدءا من المواد الدرامية (الأفلام والمسلسلات) إلى البرامج الإخبارية و الدينية و برامج الأطفال، و البرامج الثقافية و المرأة والاقتصاد و العلوم و التكنولوجيا و الطب و برامج الشباب و الرياضة..⁽¹⁾

المطلب الرابع: أهمية القنوات الفضائية الجزائرية:

تبدو استقلالية هذه القنوات من خلال عدم قدرة الدولة على مراقبة النشاط الفضائي الخاص بهذه القنوات فظهرت أهمية هذه القنوات الخاصة في أنها مؤشر فعال ومستقل نسبيا اتجاه الكثير من القضايا والمواقف، كما أنها قادرة على تشكيل رأي عام مستقل وداعم لما تطرحه من أفكار ومواقف.

تجذب القنوات الخاصة قطاعات معينة من جمهور المشاهدين على نفس النحو الذي تجذب به المحطات الإذاعية للمستمعين، و ذلك بتوجيه الجهود نحو سوق من المستهلكين.

إن كل من القنوات التلفزيونية الخاصة و المذيع يشتركان في كثير من أوجه الشبه و يتمثل ذلك في أنهما أيضا يوجهان الجهود نحو نوعية محددة من الجمهور.⁽²⁾

⁽¹⁾ نصر الدين العياضي، "فن البرمجة وإعداد الخارطة البرمجية في القنوات التلفزيونية العربية، جدلية، جدلية التصور والممارسة"، اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية 59، تونس، 2007، ص 36.

⁽²⁾ قاسي علاء الدين، مرجع سبق ذكره، ص 82.

المبحث الثالث: القنوات الفضائية الجزائرية الموضوعاتية:

المطلب الأول: طفرة في القنوات الفضائية الخاصة:

تستهدف الجزائر فورة في القنوات الخاصة حيث بلغ عدد القنوات التلفزيونية التي أنشأت حتى الآن حوالي 43 قناة خاصة، تبث مضامين إخبارية و فنية و برامج سياسية واجتماعية تتعلق بالجزائر، و يكاد يجمع المختصون في قانون السمعي البصري على أن القنوات التلفزيونية الخاصة مازالت في المراحل الأولى، مشيرين بالضرورة إلى ضمان تكوين و احترام صحفيين للاستجابة إلى تطلعات الجمهور الجزائري.

وبعد قناة "الخليفة" أول قناة تلفزيونية تبث من باريس علم 2002 و إغلاقها بسبب إفلاس صاحبها، تلتها قناة الشروق ثم النهار ثم الجزائرية و الهقار و دزاير و الأطلس و المؤشر، ثم قناة جرجرة الموجهة للأطفال ثم قناة سميرة خاصة بالمرأة و الطبخ و الموضة، قناة بربر موسيقى إضافة إلى قناة نوميديا نيوز الإخبارية.⁽¹⁾

⁽¹⁾. جازية سليمان، "طفرة في القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية"، 28 أكتوبر 2014، مقال منشور على الموقع

المطلب الثاني: الموضوعية لا تعني التخصص:

"أكد وزير الاتصال عبد القادر مساهل إلى أن فتح مجال السمعى البصرى أمام الخواص أمرا مفروغا منه ولا رجعة فيه، موضحا بأن الحديث عن قنوات موضوعاتية لا يعنى أبدا إلزام أصحاب القنوات الخاصة بموضوع واحد مثل ما يراد الترويج له، وأصحاب القنوات الخاصة أحرار في انتقاء المواضيع التي يريدون..." ونبه إلى ضرورة الابتعاد عن القراءات السياسية لمشروع قانون السمعى البصرى، وبأنه يحكمه قانون عضوي، و يتعلق الأمر بالقانون العضوي للإعلام 2012، وهذا الأخير يبقى الأقوى مقارنة بالقوانين العادية.

صياغة مشروع القانون لم تكن اعتباطية و خضعت إلى قراءات مقارنة موسعة شملت مختصين و خبراء في المجال.

وأكد الوزير على أن الموضوعاتية التي يتخوفون منها لا تعنى أن الحكومة ستمنع القنوات من بث قنوات مختلفة أو تلزمها بموضوع واحد فقط، و أن أصحاب القنوات الخاصة أحرار في بث البرامج و المواضيع الذي يريدون، و الموضوعاتية لن تكون سيفا على رقاب هؤلاء. (1)

¹. سميرة بلعمري، دليلة بلخير، "القنوات الموضوعاتية لا تعنى التخصص.. وأصحاب القنوات أحرار"، 04 جانفي 2014، مقال منشور على الموقع www.Elchouroukonline.Com le 11. 04. 2018/ 19 :46

وأوضح أن المشكل يكمن في الترجمة من اللغة الفرنسية إلى اللغة العربية، فالموضوعاتية لا تعني غلق باب التنوع في تناول المواضيع.⁽¹⁾

المطلب الثالث: القنوات الخاصة مجبرة أن تكون موضوعاتية:

لم تتجح لجنة الثقافة والاتصال بالمجلس الشعبي الوطني في ايجاد مخرج لغرض القنوات الخاصة بين اصطدامها بالمادة 63 من القانون العضوي للإعلام (يخضع انشاء كل خدمة موضوعاتية للاتصال السمعي البصري إلى ترخيص يمنح بموجب مرسوم)⁽²⁾، وتوقف المقترح عند فتح الباب للقنوات الموضوعاتية من أجل تقديم برامج متنوعة من تخصيص حيز زمني محدد للأخبار تحدده هيئة سلطة الضبط، حيث كانت المناقشات حول هذه النقطة المتعلقة بفتح باب السمعي البصري للقنوات العامة هي الأبرز.

رخص قانون المشروع لإنشاء قنوات موضوعاتية إذاعية وتلفزيونية يسمح لها أن تدرج حصص وبرامج إخبارية، ونصت المادة 05 من القانون العضوي للإعلام تتشكل خدمات الاتصال السمعي البصري المرخص لها من القنوات الموضوعاتية، ما يجعل القنوات⁽³⁾

¹. سميرة بلعمري، دليلة بلخير، مرجع سبق ذكره.

². القانون العضوي للإعلام رقم 12. 05. ص 08.

³. دليلة بلخير، "القنوات الخاصة مجبرة أن تكون موضوعاتية ببرامج متنوعة"، 02 جانفي 2014 مقال منشور على الموقع www.Elchoroukonline.Com le 13. 04. 2018. 10 :16

الناشطة الحالية غير مرتاحة سواء تعلق الأمر بالقنوات العامة أو الإخبارية، حيث تسمح المادة 17 من المشروع للقنوات الإذاعية و التلفزيونية مرخص لها بإدراج حصص وبرامج إخبارية وفق حجم ساعي يحده رخصة الاستغلال، و تشترط المادة 18 من النص القانوني أن تتوفر في المترشحين المؤهلين لإنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري الموضوعاتية: الجنسية الجزائرية و أن يكون رأس مالها الاجتماعي حصريا وطنيا. (1)

المطلب الرابع: مهام وصلاحيات وتشكيلة سلطة ضبط السمعي البصري:

تنص المادة 53 من مشروع القانون على "أن مهام سلطة ضبط السمعي البصري هي السهر على حرية ممارسة النشاط السمعي البصري ضمن الشروط المحددة قانونا، و على دعم تحيز القطاع العمومي للسمعي البصري، و على احترام التعبير التعددي لتيارات الفكر و الرأي بكل الوسائل الملائمة في برامج خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني".

و تتطرق المادة 54 إلى صلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري منها دراسة طلبات إنشاء خدمات الاتصال السمعي البصري، و تحدد الشروط التي تسمح لبرامج الاتصال السمعي البصري باستخدام الإشهار. (2)

¹. دليلة بلخير، مرجع سبق ذكره.

². (www.Algeriapressonline.Com / le 13. 04. 2018/ 13 :55.

و تشترط المادة 57 "أن يتم اختيار أعضاء سلطة السمعى البصرى بناء على كفاءتهم و خبرتهم و اهتمامهم بالنشاط السمعى البصرى".

و يمنع على كل عضو فيها ممارسة نشاط له علاقة بأى نشاط سمعى بصرى خلال السنتين التاليتين لنهاية عهده.⁽¹⁾

¹ .(www.Algeriapressonline.Com / le 13. 04. 2018/ 13 :55.

خلاصة:

التلفزيون من بين أهم وسائل الاتصال الجماهيري التي لاقت ولا زالت تحظى باهتمام كبير من طرف الجمهور المشاهد، نظرا لما يتميز به هذا الأخير من مميزات تجعله يفضل عن غيره من الوسائل الأخرى، كتميزه بتقديم محتواه مدعما بالصوت و الصورة، و لكونه أيضا خفف العناء على جمهور المشاهدين، خاصة المشاهد الجزائري أو العربي عامة، بالانتقال من مكان تواجده إلى أماكن العروض كما كانت عليه السينما والمسرح في سابق الأيام، لكونه أيضا يقدم عديد البرامج، هذه الأخيرة تتنوع و تختلف باختلاف مضمونها ومحتواها على سبيل الذكر البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية التي تلقى إقبالا واضحا من قبل الجماهير نظرا لكونها تتناول مواضيع عديدة تهم المجتمع الجزائري و تعالجها بطريقة تجعلها أكثر قربا من الجمهور المشاهد.

الفصل الثاني: البرامج التلفزيونية و قضايا المجتمع

تمهيد

المبحث الأول: ماهية البرامج التلفزيونية

المبحث الثاني: القضايا الاجتماعية في وسائل الإعلام

المبحث الثالث: الإعلام الاجتماعي

خلاصة

تمهيد:

بعد الثورة الهائلة التي حققتها الاتصالات اتسع نطاق تأثير وسائل الإعلام على نواحي المجتمع كافة، فتعددت الوقائع والقضايا التي تناولتها وسائل الإعلام على اختلافها و التلفزيون خصوصاً. و قد قدمت في هذا السياق العديد من الآراء و الأفكار لمعالجة و تناول أبعاد الظواهر المنعكسة من مضامين و معالجة و تقديم وسائل الإعلام المختلفة، ولعلّ التطورات التقنية الاتصالية الفنية كما و نوعاً أسهمت بلا ريب في تشابك الوقائع و القضايا التي أفرزتها الوسائل الإعلامية.

المبحث الأول: ماهية البرامج التلفزيونية

المطلب الأول. مفهوم البرنامج التلفزيوني:

البرنامج التلفزيوني وفقا لنظريات الاتصال هو: رسالة، وبما أنها رسالة، فهذا يعني يجب أن يكون هناك مرسل يقوم بتحرير هذه الرسالة و إرسالها إلى مستقبل يقوم باستلام هذه الرسالة التي يجب أن ترسل عبر وسيلة ما، أي يتم من خلالها إيصال ما حرره المرسل في رسالته لكي تصل إلى المستقبل، أي قناة اتصال، و قناة الاتصال في البرنامج التلفزيوني هي الصوت و الصورة المتتابعان، في ما يسمى بقلم يوصل إلى المستقبل عبر أجهزة البث الموجودة في المحطات التلفزيونية، وأجهزة الاستقبال الموجودة عند المستقبل، إذا فإن العناصر الرئيسية للبرنامج التلفزيوني وفقا لما تحدده نظريات الاتصال هي: رسالة من مرسل عبر قناة إلى مستقبل.⁽¹⁾

الكلام عن البرامج التلفزيونية يعود بنا إلى الراديو و السينما و حتى المسرح، حيث ظهرت البرامج الأولى و كأنها إذاعة مصورة من حيث تغطية الخطاب و أسلوبه و ثبات الممثلين، إذ لم يكن التلفزيون يتحكم في تسجيل الصور المتحركة (صور الفيديو) فاعتمد⁽²⁾

¹. فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني: كتابته ومقومات نجاحه، ط1، العراق. دار الفجر. 2008. ص 17.

². فضيل دليو: تاريخ وسائل الاتصال، دار أقطاب الفكر، ط3، 2007، ص 122.

على التسجيل الإذاعي المباشر وعلى تقنيات العرض المسرحي، أما بالنسبة لطريقة تسجيل البرامج فاستعملت في ذلك تقنيات سينمائية للبث التلفزيوني لصور مسجلة بطريقة سينمائية، و بمرور الوقت تخلص التلفزيون من هذا التقليد بفضل استعماله لكاميرات متنقلة تسمح بتسجيل الصوت و الصورة معا.⁽¹⁾

تستمد البرامج التلفزيونية أهدافها و وظائفها من وظائف الإعلام الأساسية كالأخبار، الترفيه، التنقيف، الإعلان و التعليم، و تقوم رسالتها على نقل المعلومات بمختلف أنواعها وتقديم التسلية، و يتضمن الشق الأول من الإعلام: التفسير، التوجيه و الإرشاد، و الترويج و لتسويق، بينما يتضمن الشق الثاني منه، الترويج و المتعة النفسية و تنمية الذوق الفني و الحس الأدبي و الجمالي، و الموسيقى، و كلاهما يساهمان في زيادة الوعي العام و التنشئة الاجتماعية، و يساعدان على بلورة المواقف إتجاه قضايا معينة.⁽²⁾ ،

¹. فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 122.

². عبد النبي خزعل، فن تاريخ الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الإذاعية، دار النهضة العربية، ص 33.

المطلب الثاني: أنواع البرامج التلفزيونية:

البرامج التلفزيونية أنواع منها:

- برامج المقابلات أو اللقاءات:

تتم هذه الشخصيات البارزة أو الفذة سواء كانت مشهورة أم غير ذلك، والهدف من هذه اللقاءات أن لديها ما يمكن أن يفيد المشاهدين بخبراتها و ثقافتها و تجاربها المتعددة في شتى مجالات الحياة، و تختلف عن المقابلات في الوسائل الإعلامية الأخرى كونها تعتمد على الكلمة المنشورة و الصور الثابتة التي لا تدع مجالات للتصور أو التخيل، الآن المشاهد بعينه الصورة و بأذنيه الصوت، ومثل هذه البرامج تحتاج إلى منهج علمي لصياغة الأسئلة التي يجب أن تكون بأسلوب لمارح و جذاب و مشوق.

- البرامج التي تعقد الندوات:

و تتعقد هذه الندوة التلفزيونية بين عدد من المشتركين والمتحدثين والمتحاورين، و تتراوح ما بين ثلاثة و خمسة و ستة على أكثر تقدير، على أن يقوم بتنظيم الندوة و إدارتها مزيع أو مقدم لبرامج، إذا كانت له القدرة على ذلك، و هذه البرامج هي في حقيقتها تدريب⁽¹⁾

⁽¹⁾. نبيل راغب، العمل الصحفي، الطبعة الأولى، 1999، مصر، الشركة المصرية العالمية، ص500.

على الممارسة الديمقراطية الناجحة، و هدف الندوة الأساسي هو إثارة تفكير و تكوين رأي خاص اتجاه موضوع المناقشة والحوار.

- برامج المسابقات الثقافية:

تعد من البرامج الشائعة في تلفزيونات العالم التي تسعى إلى نشر الثقافة والمعلومات بطريقة مسلية، بل و مثيرة و يشترك المشاهدين في هذه البرامج إما بالحضور الفعلي في الاستوديو أثناء التصوير أو بالاتصال التلفزيوني على الأرقام التي يحددها مقدم البرامج لهم، وغالبا ما يشترك أكثر من معد في هذه البرامج وغالبا ما يقتصر دور مقدم البرنامج على التقديم و التحكيم و الرد على المكالمات الهاتفية الواردة في البرنامج.

- برامج الثقافة العامة:

التي تعتمد على الأفلام التسجيلية التي تصور منطقة جغرافية أو تراثية، أو ظاهرة أنثروبولوجية، أو مشروع قوميا جديرا بالمناقشة أو غير ذلك من الظواهر والقضايا الجديدة بالمعرفة و الاطلاع، و هذه البرامج تقدم الثقافة العامة بأسلوب شيق و جذاب لأنه ليس على المشاهد سوى أن يتابع باستمتاع المناظر التي تتابع أمام عينيه. (1)

¹. نبيل راغب، مرجع سبق ذكره، ص 501.

- البرامج السياحية:

تلعب دورا إعلاميا ضروريا في الجذب السياحي، ليس بالنسبة للأجانب فحسب بل لأبناء البلد أيضا، بعد أن كسبت السياحة الداخلية أهمية بالغة في دعم الاقتصاد القومي، مثلها في السياحة القادمة من الخارج، و نظرا لأن السياحة أصبحت صناعة بكل ما تحمله هذه الكلمة من معان، فقد أصبحت البرامج السياحية مادة خصبة و ثرية ومشوقة للمشاهدين، و هي مادة لا تقتصر على المناطق الأثرية العريقة أو مختلف أنواع الفنادق و صناعة التذكارات السياحية التي يحملها السائح معه عند عودته إلى بلده.

- برامج المرأة و البيت:

التي أصبحت من أهم البرامج المميزة لكل تلفزيونات العالم، فالمرأة بصفتها نصف المجتمع و النواة الأساسية التي ينهض عليها، فإذا كانت الأم هي المدرسة الأولى التي تربي فيها الطفل، فإن للتلفزيون جانبا تربويا في منتهى الخطورة أيضا، إذ أنه أول نافذة يطل منها الطفل على العالم خارج البيت و الأسرة، و كلما كانت الأم واعية و ناضجة فإنها تستطيع أن تربي أبنائها على النهج المستوي و الصحيح، و لاشك أن برامج المرأة تساعد في هذه المهمة الحضارية.⁽¹⁾

¹. نبيل راغب، مرجع سبق ذكره، ص501.

- برامج الأطفال:

و الهدف من هذه البرامج هو هدف تعليمي و تثقيفي و تربوي بالضرورة، و إن كان يقدم كل برامج التسلية و الترفيه و الإثارة التي تجذب الأطفال إليها بالقوة، و تجعلهم يتعاطون الجرعة التعليمية و التثقيفية و التربوية بعيدا عن ممارسة الدروس المباشرة، و خاصة أن الطفل يبدأ ارتباطه بالتلفزيون مبكرا قبل التحاقه بالمدرسة، أي أن صياغة عقله و إحساسه بالحياة يبدأ بالتلفزيون قبل المدرسة.

- برامج الشباب والرياضة:

فهي تقدم كل ما يهم الشباب من قضايا و مشكلات من خلال استطلاع آراء الخبراء و أهل الاختصاص لعلم النفس و الطب و الرياضة و الثقافة.⁽¹⁾

⁽¹⁾. نبيل راغب، مرجع سبق ذكره، ص 502.

المطلب الثالث: مقومات نجاح البرنامج التلفزيوني:

و للوقوف على مقومات نجاح البرنامج لابد من معرفة عوامل نجاحه للعمل بها وعلى ضوئها، و معرفة مواصفات عنصري الصوت و الصورة و إمكانياتها للعمل على استغلالها و كذلك تحديد ما هو البرنامج الناجح، و ما هي صفاته للعمل على أن يكون البرنامج الذي نكتبه متصفا بصفاته.

كما لابد لنا من معرفة معيار نجاحه، لتحديد مستوى هذا النجاح.

أ- معيار نجاح البرنامج التلفزيوني:

المعيار الرئيسي لقياس درجة نجاح البرنامج، هو في درجة تحقيقه الأهداف المحددة له، سفي الشريحة المراد الاتصال بها المستقبل بواسطة المعلومات التي تحتويها الرسالة، فكلما اقترب البرنامج من الوصول بأهدافه إلى مستواه الأعلى، فإن ذلك يعني أن البرنامج يقترب مستويات النجاح العليا، أما المعايير الأخرى، مثل استمرار البرنامج لدورات تلفزيونية كثيرة أو متابعة البرنامج من قبل أعداد كبيرة من المشاهدين أو التي تعرف بواسطة الاستفتاءات أو الاتصال، أو المشاركة في البرنامج، فإنها معايير قد تدل على النجاح ولكنها من أحسن أحوالها لا تحدد مستوى النجاح لأن استمرار البرنامج عبر زمن طويل. (1)

¹ فاروق ناجي محمود، مرجع سبق ذكره، ص 40.

قد يعود إلى رغبات و منافع شخصية، ليس للعملية دور فيها، وأن متابعة البرنامج من قبل أعداد كبيرة من المشاهدين، قد يصاحبه جنوح البرنامج عن الأهداف المحددة له، بل أحيانا هناك برامج تحقق أهدافا مخالفة للأهداف التي كانت مرجوة من عملية انتاجها.

وإذا كان المعيار الرئيسي الذي يقيس مستوى نجاح البرنامج هو في مستوى تحقيقه للأهداف المحققة له مسبقا، كيف يكون البرنامج محققا لأعلى مستوى ممكن من الأهداف؟ و بعبارة أخرى ما هي عوامل نجاحه؟

ب- عوامل نجاح البرنامج:

هناك اعتقادات شائعة حول أسباب نجاح البرنامج عند كثير من العاملين المتخصصين في الإعلام المرئي و المسموع، ليست بخاطئة و لكنها تلامس أجزاء من الحقيقة العلمية، فمنهم من يعتقد أن نجاح البرنامج يعتمد على الموضوع، فمثلا إن أي برنامج يعنى بالرياضة سيكون برنامجا ناجحا و ذلك لاهتمام جمهور واسع في هذا الموضوع و منهم من يعتقد أن أي موضوع له علاقة بهوم الناس سيكون برنامجا ناجحا، و منهم من يعتقد بأن طريقة عرض البرنامج هي السر في نجاح البرنامج، و بمجرد استنكار سريع⁽¹⁾ لكثير من البرامج الرياضية و كثير من البرامج التي تهتم بهوم الناس، و كثير من البرامج

¹. فاروق ناجي محمود، مرجع سبق ذكره، ص 24. 25.

التي تقدم معلومات التي يحتاجها المستقبل، و كثير منها التي كانت ذات طرق عرض جيدة سيعلمنا هذا الاستذكار بأن كثيرا من هذه البرامج قد فشلت، و السبب هو أن البرنامج الناجح يعتمد على العوامل التالية، لا على عامل واحد:

1- أهمية الموضوع بالنسبة للمستقبل.

2- أن تكون غاياته من الغايات التي ينشدها المستقبل.

3- اختيار الطريقة الأمثل.

4- اختيار المعلومات الأنسب للموضوع.⁽¹⁾

المطلب الرابع: البرامج الحوارية:

1. تعريف البرنامج الحوارية:

يعرف معجم Larousse البرنامج الحوارية بأنه: "برنامج تلفزيوني عبارة عن حوار بين

إعلامي وضيف أو أكثر حول مواضيع محددة"

منذ الأيام الأولى لانطلاقة التلفزيون ظهر البرنامج الحوارية مع Joe Franklin.⁽²⁾

⁽¹⁾. فاروق ناجي محمود، مرجع سبق ذكره، ص 25.

⁽²⁾. جوسلين نادر وطوني مخايل، رصد البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونية، مؤسسة مهارات، بيروت، 2015، ص 07.

منذ العام 1951 و المدة الأطول في حياة البرنامج الحوارية هو برنامج The Tonight Show في الولايات المتحدة الأمريكية، الذي بدأ منذ العام 1954 و لا يزال، أما البرنامج الأكثر متابعة في أمريكا فكان "The Oprah Winfrey Show" الذي بدأ في 6 أيلول 1986 و انتهى عرضه في العام 2011 و هو شكل حالة خاصة تميز بها.

عن بدايات البرامج الحوارية في الدول العربية يذكر أن "حمدي قنديل" في برنامجه الأشهر "رئيس التحرير"، كان رائداً في هذا المجال قبل منعه، وهو ما يجعله الأب الشرعي لبرامج ال "توك شو" التي تمتلئ بها الفضائيات العربية، مؤكداً أن نجاحه كان مضاعفاً، لأنه عمل في التلفزيون الحكومي المصري و انتزع حريته منه في الوقت الذي كان من الصعب الحصول عليها.

2. تصنيفات البرامج الحوارية:

أ- لجهة النوع:

يتفق الجميع على أن أنواع البرامج الحوارية أو ال talk show أو débat télévisé

كما يطلقون عليه التسمية في فرنسا، تركز على ثلاث أنواع من الحوارات:

- حوار الرأي للإضاءة على رأي الضيف في مواضيع و قضايا محددة.⁽¹⁾

¹. جوسلين نادر وطوني مخايل، مرجع سبق ذكره، ص 8.

- حوار معلومات لتقديم شروحات علمية أو عرض، تحليل أحداث ملفات معينة.
- حوار الشخصية للإضاءة على الشخصية، الضيف و التعرف عليها.

بالطبع قد تجمع البرامج الأنواع الثلاثة معا.

ب- لجهة الضيف:

و قد تستضيف البرامج الحوارية (و في غالبيتها الساحقة هنا سياسية):

- شخصية واحدة.
- شخصيتين سياسيتين كل شخصية تمثل أو تنتمي إلى طرف، أو شخصية سياسية و صحافي.
- عدة شخصيات سياسية أو سياسيين و صحفيين و أشخاص من المجتمع المدني أو خبراء... إلخ.

ت- لجهة البث:

البرامج بغالبيتها تبث مباشرة و بعضها قد يكون مسجلا، لكنها بشكل عام تبث من الاستوديو إلا في حالات معينة في خارجه، من مكتب أو منزل الضيف (الأسباب أمنية أو كون الشخصية خارج البلد) أو ساحة العاصمة (كما مع الحراك المدني).⁽¹⁾

⁽¹⁾. جوسلين نادر وطوني مخايل، مرجع سبق ذكره، ص 09.

ث- لجهة حضور أو لا حضور الجمهور مباشرة:

هناك برامج مع جمهور حاضر في الاستوديو فيها أخرى من دون جمهور.

وهناك برامج حوارية تستقبل اتصالات من الجمهور أو فقط رسائل إلكترونية ومنها لا

تستقبل.

3. مكونات البرنامج الحوارى

تتشكل مكونات البرنامج الحوارى من:

- مدير الحوار أولاً (أو المحاور).
- الضيف أو الضيوف.
- الاستوديو أو الديكور، يجلس الجميع خلف طاولة مستديرة أو مثلثة أو غيرها...، و الديكور و أهميته أحياناً (الصورة الخلفية أو الشعار...)
- الجمهور (ليس أساسياً في الاستوديو).
- و الموضوع المحدد. : (1)

¹. جوسلين نادر وطونى مخايل، مرجع سبق ذكره ، صص 08-09.

البرامج الحوارية قد تكون سياسية أو ثقافية أو اجتماعية.. تبتث في أوقات تحدد تبعا للجمهور المستهدف و لنسب المشاهدة المتوقعة، و مصدر منافسة بين المحطات.

المبحث الثاني: القضايا الاجتماعية في وسائل الإعلام:

المطلب الأول: مفهوم القضية الاجتماعية:

تشمل المشاكل الاجتماعية، الصراع الاجتماعي و المعاناة الاجتماعية، و تشير أيضا هذه القضية بأنها تؤثر على شريحة كبيرة من الأفراد داخل المجتمع فغالبا تكون نتيجة هذه العوامل غير القضية الفردية الاجتماعية سبب في صراع الأداء، والتي ينظر لها بأنها قضية أخلاقية من مجرد الحياة الشخصية و العادات الاجتماعية، تختلف القضايا الاجتماعية عن القضايا الاقتصادية و لكن بعض القضايا مثل الهجرة لها جوانب اجتماعية و اقتصادية، هناك قضايا لا تقع في أي من هذه الفئات مثل: الحروب، وهي تتعارض مع القضايا الاجتماعية ذات الحلول القيمة، فاختلاف الأفراد و المجتمعات يلعب دورا كبيرا في اختلاف المدارك أو التصورات، قال المفكر "توماس بفي" ما يخص حقوق الرجل و المعاني الشائعة لهذا المسمى السماح بتطبيق نفس الحقوق على الآخرين كما طبقناها على أنفسنا،⁽¹⁾ فسبب

¹ <https://ar.Wikipedia.Org> / 06- 03- 2018/ 11 :42.

الفشل في تطبيقه نشوء قضية اجتماعية، فاستخدم الناس العديد من طرق الصراع في القضايا الاجتماعية.

فالبعض صوت للقادة في الدول الديمقراطية ليكونوا مثلهم الأعلى، والبعض الآخر قام بالتبرع أو المشاركة بوقته، وماله، وطاقاته أو المصادر الآخر في العملية السياسية الخارجية، فغالبا يأخذ شكل المتطوعين هذا الشكل، و تتشكل المنظمات غير الربحية بأنها الغرض الوحيد المحدد لحل قضية اجتماعية، يتضمن تنظيم المجتمع جمع الناس مع بعضهم البعض لغرض شائع، فيعد هذا المسمى متميزا و لكنه مرتبط بمعنى مصطلح قضية اجتماعية، و يستخدم بالتحديد في الولايات المتحدة الأمريكية، و الذي يشير إلى مواضيع المصالح السياسية الوطنية، و التي على أساسها انقسم الجمهور وأيضا موضوع المصالح المناصرة الحزبية و النقاش و التصويت و التي تشمل نفس الجنس من الزواج و الإجهاض. وفي هذه الحالة أو القضية ليس بالضرورة بأنها تشير إلى مرض يجب التوصل معه إلى حل بل موضوع يستدعي النقاش.⁽¹⁾

¹ <https://ar.Wikipedia.Org> / 06- 03- 2018/ 11 :42.

المطلب الثاني: مفهوم الوعي الاجتماعي

- يعرف مصطلح الوعي في اللغة على أنه: الفهم و سلامة الإدراك.
- و يعرف الوعي بأنه: إتجاه عقلي يمكن الفرد من إدراك نفسه و البيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح و التعقيد.
- و يعرف الوعي الاجتماعي في دائرة المعارف البريطانية بأنه "هو الفهم وسلامة الإدراك"، و يقصد بالإدراك هنا معرفة الإنسان لنفسه، و المجتمع الذي يعيش فيه.
- كما و يعرف الوعي الاجتماعي بأنه: "مجموعة من المفاهيم و التصورات و الآراء والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة، و التي تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم تم تبنيها الآخرون، لإقناعهم بأنها تعبر عن موقفهم".

أشكال الوعي الاجتماعي:

- أ- **الوعي الاجتماعي:** الوعي الاجتماعي و عي عام يشتمل على إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا الاجتماعية و السياسية، و الاقتصادية و حتى العلمية التي لها دخل في حياتهم. (1)

¹. موسى عبد الرحيم حلس و ناصر علي مهدي، "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني"، مجلة جامعة الأزهر بغزة، المجلد 12، العدد 2، 2010، ص 142.

ب- **الوعي السياسي:** إن الحياة الاجتماعية هي المكان الذي يعيش فيه الإنسان، فهو بحاجة إلى السياسة فالحكم طبيعة في الإنسان لما فيه من طبيعة الاجتماع كما يقول ابن زيدون، فلا بد من نظم سياسية ينتظم بها أمر العمران البشري.

فالوعي السياسي خبرة عامة نحتاجها من أجل شؤون المجتمع، كما يلعب الوعي السياسي دوراً هاماً في إنارة الطريق للممارسة السياسية

ج- **الوعي الاقتصادي:** يعبر الوعي الاقتصادي عن نفسه في التصورات النظرية و اليومية مثل:

تنظيم و إدارة وسائل الإنتاج على المستوى، و فاعلية البشر و روابطهم في عملية الإنتاج و التوزيع و لتبادل و الاستهلاك.

د- **الوعي الديني:** يمثل الدين جزءاً لا يتجزأ من السلوك الاجتماعي، و ينظر إليه باعتباره مجموعة من المعتقدات الإلهية و الشعائر، و الثواب و العقاب، التي تؤثر في أشكال و درجات و مستويات الوعي الفردي و الجماعي.

هـ- **الوعي الثقافي:** الثقافة في مجملها هي المعرفة و التعليم، و أن الوعي بهما يرقى بالفرد إلى مستوى اجتماعي أفضل، و الوعي الثقافي يعني الوعي بالحياة اليومية بما (1)

¹. موسى عبد الرحيم حلس و ناصر علي مهدي، ص 147

يشمل من عادات و تقاليد و أعراف و تدين و أحكام و تفاعل و صور النشاط العام الثقافي المنظم، و هناك أشكال أخرى من أشكال الوعي و هي الوعي الأخلاقي و الوعي القانوني، و الوعي العلمي، و الوعي الجماهيري، و الوعي بالذات، و الوعي الطبقي.⁽¹⁾

المطلب الثالث: الإعلام و القضايا المجتمع:

أبرز التطور الهائل لتقنيات الإعلام و الاتصال على المستوى الكوني ظاهرة تحول حضاري، بحيث يترك العصر الصناعي و مجتمع الاستهلاك تدريجيا مكانهما لما يسمى بـ مجتمع الاتصال، و لقد أثار هذا التدفق الإعلامي و الثقافي القادم من الولايات المتحدة الأمريكية قلعة عالمية، باعتبار الظاهرة الإعلامية من أخطر الظواهر تهديدا للأمن الثقافي و الإيديولوجي و الوحدة و الهوية القومية داخل الإقليم الوطني للدولة.

أ- العولمة الاتصالية:

يرتبط الإعلام بالبيئة السياسية الدولية و بالبيئة الاقتصادية و الاجتماعية، وبالبيئة الثقافية وترى نظرية الإعلام التنموي أن وسائل الإعلام في أي نسق اجتماعي تعد بمثابة المؤشر و العامل الرئيس أو الوكيل للتغيير فيه، و هكذا فإنه من المتوقع من وسائل.⁽²⁾

⁽¹⁾. موسى حلس وناصر علي مهدي، مرجع سبق ذكره، صص 147 - 148.

⁽²⁾. موسى عبد الرحيم حلس و ناصر علي مهدي، صص 150-151.

الإعلام تغيير اتجاهات الناس و تعليمهم التوحد، أو الحراك النفسي المهم والضروري لعملية التغيير الاجتماعي.

ب- الإعلام والثقافة:

للإعلام اليوم سطوة و نفوذ في عصر ثورة الاتصال، والحق أن مكانة الإعلام تحمل في طياتها فرصا لأن يكون التأثير إيجابيا لصالح الإنسان و رقيه، إذا أحسن توظيف الوسائل الإعلامية، كما تحمل في طياتها مخاطبة أن يكون التأثير سلبيا إذا وظفت قوى الهيمنة الإعلام لاستقطاب الهوية و تقييم القيم الهابطة.

و تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا في تشكيل ثقافة الانسان المعاصر، حيث زالت الحدود أمام ثقافة الصورة فازدادت سلطتها و نفوذها، و أصبحت تمثل تهديدا للخصوصيات الثقافية الحالية، و يمكن أن تسهم في معالجة إشكالية تنظيم العلاقات الإعلامية بالتالي الثقافية بين الدول.⁽¹⁾

¹. موسى حلس وناصر علي مهدي، مرجع سبق ذكره ص151.

ت - الإعلام و السياسة:

لقد أصبح واضحا أن وسائل الإعلام تمتلك من القوة و الحرية ما يؤهلها لكي تلعب دورا بارزا في رسم السياسات المحلية، و الإقليمية و الدولية، كما أصبحت وسائل الإعلام جزءا من العملية السياسية تؤثر و تتأثر بها.

فالإعلام غالبا ما يلعب دورا نشطا في تشكيل السياسة و القيام بخدمات متعددة و وظائف للرأي العام..، و تسهم وسائل الإعلام في زيادة الوعي السياسي للأفراد و اطلاعهم و تعريفهم بالقضايا السياسية المثارة من خلال نشراتها و برامجها الإخبارية.

وبالرغم من اعتبار الإعلام الجديد مدخلا رئيسيا لطرح تساؤلات عديدة حول ما إذا كنا نعيش فعلا حقبة إعلامية صار فيها الاتصال من أعلى إلى أسفل، ونلج مرحلة جديدة تشير إلى حالة من التنوع في الخصائص والسمات ولعل أبرزها تنامي خاصيتي الفردانية والتخصيص في الاستخدامات والتطبيقات لدى الجماهير.

وتبعاً لذلك يمكن القول أن الإعلام هو فرصة المجتمع للإنطلاق من جديد في بناء أفراد يمتلكون مسؤوليات عالية من الديمقراطية والمشاركة المجتمعية، على جانب دورها على الصعيدين الثقافي والسياسي، ومساهمتها في تطوير الفرد.⁽¹⁾

⁽¹⁾. موسى حلس و ناصر علي مهدي، مرجع سبق ذكره، ص 151.

المطلب الرابع: الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي:

يشمل الإعلام جميع أوجه النشاط الاتصالية التي تعمل على تزويد الإنسان بجميع الحقائق والمعلومات المعرفية، باعتبار أن الاتصال هو قوة محرّكة للمجتمع بحيث يؤدي إلى حركة المجتمع حركة تفاعلية مؤثرة و متأثرة، فالاتصال عملية اجتماعية تجري في بيئة معينة، تؤثر فيها و تتأثر بها، و هناك تفاعل بين الاتصال و المجتمع.

و يلفت عبد الباسط عبد المعطي الانتباه إلى أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام، يتوقف على طبيعة العلاقة بينه وبين النظامين السياسي و الاجتماعي السائدين في البلد.

و يشير البعض إلى حقيقة أن "العملية الإعلامية من خلال وسائل الإعلام، والثقافة تتحرك من خلال أيديولوجية المجتمع، فأيديولوجية المجتمع هي مفهوم متغير، بمعنى أنه يتحدد وفقا للتيارات الفكرية والثقافية، و الاتجاهات السياسية، و الثقافية في المجتمع".

و يرى مارشال ماكلوهان: " أن التحولات في التكنولوجيا لها تأثيرها الواضح على التنظيم الاجتماعي وعلى المشاعر الانسانية، ويتحدد النظام الاجتماعي بطبيعة وسائل الإعلام التي تتم من خلالها عملية الاتصال، فبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه (1)

¹. موسى حلس و ناصر علي مهدي، مرجع سبق ذكره، ص 146.

وسائل الإعلام لا نستطيع الوصول المعرفة لكيفية التغييرات الاجتماعية و الثقافية التي تطرأ على المجتمعات.

و يتزايد دور وسائل الإعلام في تنمية وعي الأفراد و زيادة معلوماتهم و تطلعاتهم، وتعد تلك الوسائل في الوقت الراهن، مصدرا هاما بل أهم مصدر نأخذ منه معارفنا و معلوماتنا عن العالم المحيط بنا، فهي تلعب دورا مؤثرا في تشكيل وعي المواطنين حيث تؤثر هذه الوسائل في الطريقة التي يدرك بها الأفراد والأمور، كما و ترسم الصورة الذهنية لدى الأفراد عن الدول، و المواقف، و القضايا، و الأحداث.⁽¹⁾

دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية:

تتمتع وسائل الإعلام بدور هام في تشكيل الصور عن العالم الخارجي للإنسان، نظرا لأنها تقدم قدرا كبيرا من المعلومات عن العالم، ومن ثم تصبح هذه الوسائل مناسبة أكثر للتأثير لأنها تضيف شيئا لتصورنا للواقع، و تؤثر بقوة على الطريقة التي نبنى بها جوانب من الظروف المحيطة التي ليس لدينا فرصة في الحصول على معلومات عنها، علاوة على ذلك فإن وسائل الإعلام نفسها قد تتبنى وجهات نظر محددة في المواضيع المطروحة نقدمها في زوايا التحليلات و تؤثر بها على المتلقي.

⁽¹⁾. موسى حلس و ناصر علي مهدي، مرجع سبق ذكره، ص 146.

و تعمل وسائل الإعلام على تشكيل الصورة الإعلامية من خلال قيامها بثلاثة أدوار

هي:

أن تكون ساحة أو طرفاً، أو أداة لطرح التصورات، فقد تلجأ الحكومات أو القوى السياسية المختلفة لاستخدام وسائل الإعلام كساحة تطرح فيها تصوراتها، وقد تكون وسائل الإعلام طرفاً فعالاً له مفاهيمه و تصوراته، و ربما تتداخل الأدوار الثلاثة مع بعضها و تتفاعل لتصبح وسائل الإعلام ساحة و طرفاً و أداة في نفس الوقت.

و يرى شرام أن ما نسبته 70% من الصور التي يبينها الإنسان لعالمه مستمدة من وسائل الإعلام الجماهيرية، حيث تعد احتمالات تأثر الفرد بما يتعرض له من وسائل الإعلام احتمالات كبيرة، كون هذه الوسائل من أكثر العوامل الضاغطة على المجتمعات لدفعها باتجاه قولبة الإنسان فرداً أو جماعة، كما يبدو ذلك جلياً من خلال الرسائل التي توجهها شبكات الإعلام الغربية التي تعمد إلى زرع مفاهيم النزعة الفردية وتغيب التباين الاجتماعي، و التركيز على التعددية كتبرير لنتائج ممارستها.⁽¹⁾

¹. قاسي علاء الدين، صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها، قناة النهار نموذجاً: مذكرة لنيل شهادة الماستر، بجامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2017، ص 47-48.

و تؤكد جيهان رشتى أن وسائل الإعلام تسهم في صنع الواقع لقدرتها على صنع (الأجندة) بإعطائها أهمية لقضايا وأحداث معينة، فالجمهور يتعلم الحقائق و أهمية تلك الحقائق مما تتقله و تفسره وسائل الإعلام، و هي بذلك تشكل الإدراك و الآراء إتجاه القضايا و تكون اتجاهات أو مواقف تجاه الأفراد الذين يشاركون في تلك القضايا، و من هنا يعتبر الجمهور بعض القضايا أو الموضوعات أكثر أهمية من غيرها.

كما تقوم وسائل الإعلام الجماهيرية بتضخيم هذه الصورة بدرجة كبيرة و طبعها بقوة في الأذهان إلى درجة أن القارئ أو المستمع أو المشاهد يشعر في أحيان كثيرة أنه التقى فعلا بالشخصيات التي تتناولها وسائل الإعلام، على الرغم من أنه لم يقابلها قط، ذلك أننا ننشئ علاقات مع هؤلاء الأشخاص المعنويين كما ننشئ علاقات مع أصدقائنا.⁽¹⁾

¹. قاسي علاء الدين، مرجع سبق ذكره، ص 49.

المبحث الثالث: الإعلام الاجتماعي:

المطلب الأول: مفهوم الإعلام الاجتماعي:

يمكن تحديد الإعلام الاجتماعي كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالإنسان (فرداً أو جماعة)، كفاعل أو كمضمون للاتصال، وهذا التعريف يحيلنا في البداية على التصور الفلسفي للإنسان و للمجتمع، و الذي يهدف إلى وضع الأفراد و المجموعات الاجتماعية في علاقات بعضهم مع البعض الآخر. ومن منظور الاستقلالية و المسؤولية و بشكل ملموس يبدو أن الإعلام الاجتماعي هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدم مختلف مكوناته.

ليتعرفوا بعضهم على بعض وليتحاوروا فيما بينهم، وهو الإمكانية المفتوحة لكل مواطن أو مجموعة من المواطنين للدخول بحرية وبفعالية للاتصال مع أي مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جو من التسامح والاحترام المتبادل.⁽¹⁾

¹ - القادر عيسى نهود، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية، الوقوف على تخوم التفكيك، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007، ص 231.

المطلب الثاني: مستويات الإعلام الاجتماعي:

أ. الملتقى هو شريك:

يمكن أن تؤول هذه الروحية للإعلام الاجتماعي الفعلي إلى عدة مستويات.

- البحث عن التفاعلية الحقيقية، سواء كانت عن قرب أو من خلال الميديا.
- تكمن ميزة الإعلام الاجتماعي بإبعاده أي مشكل من التنظيم الذي يجند العلاقات ذات الاتجاه الواحد، لأن الانخراط بعلاقة تفاعلية يفترض توفر عدد من الشروط.
- يعتبر ملتقى الرسالة شريكا جديرا بالاستقلالية، و ليس متلقيا سلبيا.
- الحوار يتم بالتساوي على صعيد وسائل و إمكانات التعبير، و في حالة اللاتوازن يجب أن يستفيد الطرف غير المحظي من التدريب أو على الأقل من المساعدة التقنية.
- لكل محاور الخيار بأن يجيب بطريقة لا تكون مقبولة سلفا من قبل المرسل أو الناقل أو الوسيط أو الوسيلة الاتصالية، و هذا ما يجرّد الأنساق شبه التفاعلية من أهليتها التي تقتضي إعطاء الانطباع بالتحاور؛ إذ يكفي الضغط على زر معلوماتي للحصول على الجواب المبرمج مسبقا. (1)

¹ - القادر عيسى نهود، مرجع سبق ذكره، ص 232.

- الاتصال يتم دون وسيط، و إذا تم اللجوء إلى وسيط لأسباب تقنية فإن هذا الأخير يجب ألا يشكل عائقا للحوار، بل على العكس يجب أن يكون في خدمته و في إطار الحوار، لا شيء يرضي طلبات المحاور لكن الحد الأدنى من الإجابة تقتضي إعطاء فعل لكلام آخر.

ب. الاتصال البديل يركز على مجموعة قيم أخلاقية:

قد تكون هذه المعايير المذكورة أعلاه ذات صفة انتقائية، و هي تعود إلى المثاليات فطمح الوصول إليها أكثر ما تعود إلى وقائع يومية معيشية، بما فيها داخل الأجهزة الإعلامية نفسها التي تقول أنها أجهزة اتصال اجتماعي، لأن الحياة التعاونية التي يمكن أن تكون مصدرا غنيا لتجديد الحوار الاجتماعي توشك أن تقترب من مخاطر الماسة المتصلة و ممارسة اللغة الخشبية

المطلب الثالث: شروط الإعلام الاجتماعي:

من أهم شروط الإعلام الاجتماعي احترام الجمهور والبحث عن تفاعلية حقيقية معه ويتم تقويم الإعلام الاجتماعي تبعا لعدة معايير: (1)

¹ - القادر عيسى نهود، مرجع سبق ذكره، صص 232-233.

- احترام الجمهور و النظر إليه على أنه اتصال و ليس مجرد مستهلك بسيط للإعلام.
- البحث عن تفاعلية حقيقية (مشاركة الجمهور في فعل الاتصال).
- نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية و الثقافية و الاجتماعية.
- أنماط معالجة إعلامية تخرج عن الأمور المطروحة.
- هاجس تربوي يسعى ليكون الجمهور شريكا مستقلا و متحملا لمسؤولياته.
- إنتباه خاص معطى لأخلاقيات الاتصال مستندا إلى الشرعية الأخلاقية الخاصة.

إذ يبدو الاتصال الاجتماعي من هذا المنظور كنمط من العلاقة يمكن أن يعزز القيم

التالية:

- البحث عن استقلالية المحاور.
- احترام الأخلاقيات.
- الحرارة في العلاقات.
- التبادل المعاكس.⁽¹⁾

¹ - القادر عيسى نهود، مرجع سبق ذكره، ص 234.

المطلب الرابع: الإعلام الاجتماعي العام و الإعلام الاجتماعي المتخصص:

إن الإعلام الاجتماعي يهدف إلى توجيه المجتمعات و سلوك الأفراد ضمن الجماعة، قد يكون إعلاما اجتماعيا محليا أو اقليميا، وقد يكون إعلاما اجتماعيا و دوليا و عالمي، و هذين الشكلين من أشكال الإعلام الاجتماعي قد اتخذ أحد المسارين:

1- الإعلام الاجتماعي العام: هو الإعلام الذي يوجه إلى المجتمع كافة، لجميع شرائحه وفئاته دون التركيز على شريحة معينة أو فئة، كنقل أخبار عامة للمجتمع عن قضايا محلية أو دولية للعالم، وإثراء المعلومات ويكون التأثير متساويا أو مختلفا بين كل شريحة وأخرى وقد لا تهتم بعض الشرائح بالأخبار أو المعلومات وتمر عليها مرورا سطحيا.

2- الإعلام الاجتماعي المتخصص: يهدف فئة القائمين على الإعلام الاجتماعي وعبر وسائل الإعلام المختلفة، إلى إيصال رسالة إعلامية لفئة محددة أو شريحة من شرائح المجتمع، بهدف التأثير على سلوك تلك الفئة أو الشريحة من المجتمع أو جماعة محددة.

إذن في هذه الحالة أصبح التخصص و التوجه إلى فئة محددة حاجة ملحة لابد منها لإثراء تلك الفئة و حاجتها للمعلومات الكافية لغرض الاستفادة و تعديل بعض السلوكيات الخاطئة إتجاه قضية ما.⁽¹⁾

¹. سناء محمد الجبور، الإعلام الاجتماعي، عمان، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2014، ص 37.

خلاصة:

حظي الموضوع باهتمام العديد من المفكرين و الأكاديميين و الباحثين، لما له من دور في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا و المشكلات المطروحة، لذا تناول هذا الفصل هذا الجانب من الدراسة للتعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي، و منها تساهم في فهم طبيعة دور وسائل الإعلام على الوعي الاجتماعي لدى الجمهور المشاهد، بداية من تحولات هائلة في مجالات الإعلام و الاتصال التي أدت في السنوات الأخيرة إلى تغيرات كبيرة في أساليب إنتاج و توزيع و تلقي المعلومات إلى التأثير المباشر لهذه الأخيرة على تشكيل الوعي الاجتماعي.

الإطار التطبيقي

تمهيد

نتطرق في هذا الإطار إلى عملية التحليل الكمي و الكيفي لأهم القضايا الاجتماعية التي عالجتها قناة الشروق العامة من خلال برنامج إفتح قلبك، حيث تم تحليل مجموع الفئات المستخدمة في هذه الدراسة، و التي اتضحت في كل من فئات الشكل و فئات الموضوع، و بعد عرض الجداول التكميمية التي تعرض فيها جميع المعطيات التي تؤشر عن كل فئة من فئات التحليل المستخدمة، نقوم بعملية تحليل تلك المعطيات بناء على قراءتها أولاً، و التعليق عليها ثم تفسيرها تبعا لطبيعة تلك المعطيات، بالإضافة إلى عرض استنتاجات لكل فئة من فئات التحليل.

المبحث الأول: البيانات الأساسية للعينة المدروسة

المطلب الأول: بطاقة فنية لقناة الشروق:

جدول رقم (03): يمثل باقة الشروق:

الشروق TV، الشروق الإخبارية، بنة TV، سي بي سي بنة.

البث				الانطلاق	القناة
أي بي تي في	كابل	ساتل	Btt		
نعم	نعم	نعم	نعم	2012	الشروق SD
نعم	نعم	نعم	نعم	2015	الشروق HD
نعم	نعم	نعم	نعم	2014	الشروق الإخبارية
نعم	لا	نعم	لا	2015	بنة
نعم	لا	نعم	لا	2017	سي بي سي بنة

(1)

¹ <https://ar.m.Wikipedia.Org> / 25. 04. 2018/ 10:43.

بطاقة فنية للقناة: (الشروق TV)

- معلومات عامة:

الشعار (بالعربية: قناة كل العائلة)

التأسيس 01 نوفمبر 2011

النوع إعلام

البلد الجزائر

المقر الرئيسي الجزائر العاصمة

المالك مجمع الشروق للإعلام والنشر

الموقع الرسمي <http://www.Echoroukonline.com>

- الشروق تي في:

قناة تلفزيونية جزائرية خاصة تابعة لمؤسسة الشروق ضمن باقة الشروق.

- ملكية القناة:

تعود ملكية القناة إلى "علي فضيل" مدير عام لجريدة الشروق، اشتغل في الميدان الإعلامي بداية من التسعينات لها أسس أسبوعية الشروق العربي ثم أسس بعدها يومية الشروق الجزائرية، والتي من خلالها تم تأسيس فضائية "الشروق تي في".

- برامج قناة الشروق:

تبث القناة مجموعة من البرامج المتنوعة طوال فترات اليوم، صباحية مثل: صباح الشروق، برامج دينية، مسلسلات، برامج رياضية، برامج مسابقات، وغيرها من البرامج الترفيهية والمتنوعة.⁽¹⁾

المطلب الثاني: بطاقة فنية لبرنامج افتح قلبك:

التعريف بالبرنامج: افتح قلبك Iftah 9albek

النوع برنامج اجتماعي

تقديم سليمة سواكري

¹ <https://ar.Wikipedia.Org> / 20. 03. 2018/ 10 : 24.

البلد	الجزائر
لغة العمل	لغة عربية
عدد المواسم	2
القناة	الشروق تي في
الموقع الرسمي	http://iftahtv.Com

جدول رقم (04): عدد المواسم:

المواسم	عدد الحلقات	القناة	البث الأصلي	
			أول عرض	آخر عرض
1	24	الشروق TV	24 نوفمبر 2016	04 ماي 2017
2	-	الشروق TV	28 ديسمبر 2017	-

المطلب الثالث: بطاقة شخصية لمقدمة البرنامج:

بطاقة شخصية للمعد: (سليمة سواكري)

التخصص	لاعبة جودو
السنف	أقل من 52 كغ
الجنسية	جزائرية
تاريخ الولادة	06 ديسمبر 1974
مكان الولادة	برج الكيفان - الجزائر العاصمة
فترة النشاط	1992 - 2008
الميداليات	10 ألقاب قارية - 15 وطنية

- سليمة سواكري: Souakri Salima

مصارعة جودو جزائرية، بدأت مشوارها في الثمانينات في سن مبكرة، اختيرها للجودو جاء من منطلق "رياضة للعائلة" حصدت عدة ألقاب قارية ووطنية، كما نالت المركز الخامس

عالميا في أولمبياد أثينا 2004، أصبحت مدربة وطنية للجودو ثم سفيرة لليونيسيف بالجزائر، وهي الآن تعمل كذلك في تقديم افتح قلبك على قناة الشروق.⁽¹⁾

¹ <https://ar.Wikipedia.Org> / 25/ 04/ 2018- 12 :44.

المبحث الثاني: دراسة تحليلية لبرنامج افتح قلبك:

بالنظر إلى تساؤلات الدراسة و الأهداف المتوخاة منها، فإنه يجدر بنا إخضاع عينة البرنامج محل الدراسة للتحليل خلال شهري نوفمبر و ديسمبر، و ذلك بالاعتماد على أداة تحليل المضمون الذي يعد أحد أساليب البحث العلمي الوصفي، و الذي يعد حسب برلسون Berlson أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهري أو الصريح وصفا موضوعيا منتظما و كميًا، و قمنا باختيار الأعداد الصادرة خلال هذه الفترة عن طريق العينة العشوائية المنتظمة و تعرف بعينة المسافة، و هذا للإجابة على التساؤلات التي طرحت في هذا السياق و التي تتعلق بما إذا كان برنامج "افتح قلبك" يساهم في نشر الوعي الاجتماعي أم لا.

المطلب الأول: عرض البرنامج سميولوجيا:

في بوابة الجنيريك يغلب عليه اللون الأزرق مع التدرج في الألوان من الداكن إلى الأزرق الفاتح و من أعلى إلى أسفل الشاشة، كونه من الألوان الباردة و الهاربة و هو يوحي بالبعد و عمق المساحة و من الناحية النفسية يمنح الهدوء و الاسترخاء، بالإضافة إلى شعار البرنامج الذي يظهر بشكل ثابت و دائم على جهة اليمين أسفل الشاشة، تصحبه إيقاعات موسيقية و في مشهد متحرك تظهر خطوط متفرعة تصحبها كلمة إفتح ثم كلمة قلبك، تليها اسم شركة الإنتاج ثم اسم مقدمة البرنامج مرفق بصورتها، ثم اسم معدة البرنامج ثم اسم المنتج المنفذ و يليه اسم المخرج،

كلها باللون الأبيض و بالحجم الكبير، و في الأخير يظهر شعار البرنامج بمشهد متحرك يتوسط الشاشة بالحجم الكبير.

يفتح البرنامج على لقطة عامة على الديكور، الديكور يغلب عليه اللون الأسود و الأبيض مع ألوان مختلطة، إذ يوحي اللون الأسود بالتفوق و القوة و يزيد معدل التأمل و التفكير، أما اللون الأبيض يعتبر ذو تأثير كبير في إدخال مشاعر الطمأنينة والهدوء، ثم يظهر منبرين أساسيين في المشهد بشكل دائري، و في إطار عام يبدو الاستوديو مع السقف والأرضية و المنبرين مع الجمهور في شكل مشهد مليء بالإثارة، مع وجود ستة شاشات كبيرة تتوسط الاستوديو بالأعلى تذكر بالحضور الكلي للصورة، بها اسم البرنامج و تتغير الصور لما خلف الكواليس.

و هناك عدد من الكاميرات التي تظهر تنوع الإطارات و يظهر الاستوديو بشكل دائري، إذ تتغير كثيرا اللقطات فيرتاح المشاهد عندما يكون الضيف شخصية واحدة، بينما المحاورة تستضيف شخصيات متعددة من المواطنين مرفقة بأوراقها و ذلك للإشارة إلى التحضير و الدقة في العرض و الموضوع المحدد أساسي في البرنامج.

جاء اسم البرنامج في كلمتين "افتح قلبك" بصيغة الأمر، إذ همزة كلمة إفتح على شكل مفتاح مصاحبة بشريط أحمر على شكل قلب، و ذلك للفت النظر بأساليب فنية و زيادة الانتباه و ثبوته في الذاكرة أكثر من أي شيء آخر، كما يدل اللون الأحمر على الطاقة و الحيوية، و يرمز إلى القرب، كذلك توحى الخطوط و الدوائر بالأرضية إلى تلطيف المشهد وتوحى الزوايا بحدة الصورة.

يظهر كذلك شريط أسفل الشاشة بصفة متقطعة لمدة 22 ثانية، فيه أرقام الهاتف والبريد الإلكتروني و صفحة الفايسبوك و تويتر، هناك أيضا في المشهد استخدام تقنية الصورة التي مثلا تتغير كثيرا من خلال اللقطات، و هو عنصر جذب مهم دائم و لابد أيضا من الإشارة أنه يتم العمل على ملامح الوجه، كالتركيز على مقدمة البرنامج أو الضيوف أو حتى الجمهور لكثرة الإنارة، و لأن الصورة انطباع، فالهدف أن يشاهد المتلقي الشخصية و ليس فقط يسمعا.

و قبل دخول الضيف المدعو بلحظات يتم تقسيم الأستوديو بستار أبيض يتوسط المنبرين مكان جلوس الضيوف، مما يدل اللون على القيم التي يحملها البرنامج من النقاء و المسامحة.

التعريف بالعينة المختارة من برنامج "افتح قلبك":

تم اختيار العينة من البرنامج المذكور، و استندنا في اختيارنا إلى السياق الزمني و مدى مجاراتها للأحداث، كذلك تعلق البرنامج ببعض المسائل أكثرها في الجانب الاجتماعي، و كانت مواضيع حساسة أكثر منها عادية، يغلب على البرنامج بصفة عامة الحوار و أسلوب النقاشات في طرحه للمواضيع المتناولة، و قد تم اختيار 04 عينات من البرنامج، و كانت أوقات البث كل يوم خميس على التاسعة مساء.

المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي لأعداد العينة المدروسة:

أ- فئات التحليل:

يقصد بفئة التحليل مجموعة كلمات ذات معنى متشابه أو تضمينات مشتركة، و تعرف أيضا بأنها العناصر الرئيسية أو الثانوية التي يتم وضع وحدات التحليل فيها، و التي يمكن وضع كل صفة من صفات المحتوى فيها على أساسها

ب- وحدات التحليل:

سيتم في هذه الدراسة الاعتماد على:

- وحدة الفكرة: و التي هي من الوحدات المهمة في تحليل المضمون على أساس أنه عبارة عن موضوع كفكرة تدور حول مسألة معينة، و كذلك وحدة العبارة.

وحدة المساحة: كون المادة المدروسة من المواد السمعية البصرية، فنستبدل أو نعوض المساحة بالزمن، و ذلك لتقدير الموضوعات، ضمن البرامج التلفزيونية مقاسا بالدقيقة، و قد تمثلت هذه الوحدة في احتساب الزمن المخصص للقضايا الاجتماعية و لموضوعاتها في الدراسة. (1)

¹ .رشدي أحمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الانسانية: مفهومه أسسه و استخداماته ، سلسلة المراجع في التربية و علم النفس، القاهرة، دار الفكر العربي، 2004، ص 272.

- تسعى هذه العملية إلى تبسيط و تنظيم عملية و طريقة التحليل فهي تهدف إلى تقسيم المحتوى إلى عدة أفكار تكون لها علاقة بالموضوع و إشكالية الدراسة، و بالأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها، و قد تم استخدام فئات الشكل و فئات الموضوع لتحليل مضمون البرامج الاجتماعية في قناة الشروق العامة و هي:

- فئات الشكل: وهي الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل؟

إن الشكل الذي يقدم به المضمون الإعلامي إلى جمهور وسائل الإعلام سواء كانوا قراء أو متفرجين أو مستمعين من خلال مختلف القنوات الاتصالية و وسائلها، يعد من الأهمية التي تجعل الجمهور يتعرض في كثير من الأحيان إلى المضمون أم لا، لأن الشكل الذي تقدم به المادة الإعلامية ليس عفويا، فعناصر مثل: الصوت و الصورة و اللون و البنط الذي تقدم به المادة الإعلامية، و كذلك المساحة المخصصة للمواضيع الاجتماعية تستعمل لزيادة تأثير المضمون الإعلامي.

و في الموضوع محل الدراسة تم استخدام فئة المساحة، و فئة اللغة المستخدمة.

- فئة اللغة المستخدمة:

من خلال هذه الفئة يتم الكشف عن اللغات التي تم اكتشافها في برنامج إفتح قلبك، سواء كانت لغة عربية أم أجنبية.. و معرفة المستويات اللغوية المستعملة.

- فئة الزمن و المساحة:

هي الفئة التي نقيس من خلالها الحجم المتاح للمضمون الخاضع للتحليل، حيث أن عنصر الحجم يعطي دلالة الاهتمام بعرض الموضوع و تقديمه، كما أن زيادة المساحة تشير و تدل على زيادة الاهتمام.

- فئات الموضوع: أو فئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل؟

- هي مجموعة من الفئات التي تصف المعاني و الأفكار التي تظهر في المحتوى، و تهتم بالإجابة عن كل ما له علاقة بالمضمون و الكشف عن المواضيع الأكثر بروزا في برنامج إفتح قلبك على قناة الشروق.

- فئة الموضوع

هذه الفئة يتم الإجابة عن السؤال، على ما يدور الموضوع ؟ و تقسم إلى مواضيع فرعية.

- فئة الفاعل:

تساعدنا هذه الفئة في تحديد المحركين الأساسيين في المضمون، و الذين يصنعون الحدث محل التحليل.

- فئة القيم:

نحاول من خلالها معرفة القيم الموجودة في البرنامج، و ما إذا كانت قيما اجتماعية سلبية أم قيما ايجابية.

- فئة الجمهور المستهدف:

تسعى هذه الفئة إلى معرفة الجمهور الذي يسعى القائم بالاتصال إلى الوصول إليه سواء كان عام أو خاص.

جدول رقم (05): يمثل البيانات الأساسية لبرنامج افتح قلبك:

اسم القناة	اسم البرنامج	يوم البث	مدة البث	دورية البث
الشروق العامة	افتح قلبك	الخميس	حوالي 85 د	أسبوعي

ت- عرض و تحليل البيانات من حيث الشكل و المضمون:

1- فئات الشكل:

جدول رقم (06): يمثل فئة اللغة المستخدمة:

النسبة %	التكرار	اللغة
10,71	06	_ اللغة العربية الفصحى
26,79	15	_ اللغة الفرنسية
62,5	35	_ الجمع بين العامية و الفصحى
%100	56	المجموع

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى أن الجمع بين العامية و الفصحى في المرتبة الأولى بنسبة

62.5%، من خلال تطرقه لمصطلحات يتداولها المجتمع الجزائري و ذلك من أجل كسب أكبر

عدد من الجماهير، ثم تأتي في المرتبة الثانية اللغة الفرنسية بفارق كبير حيث بلغت النسبة 26.79%، في حين كانت اللغة العربية الفصحى بنسبة ضئيلة جدا بلغت 10.71%.

و من خلال هذه النتائج يتبين أن اللغة الغالبة المستخدمة في البرنامج هي المزيغ بين اللهجة الجزائرية و الفصحى، و هذا ما دلّ على أن اللغة الأساسية التي اعتمد عليها القائم بالاتصال في إيصال رسالته هي اللغة القريبة من لغة الشارع (العامية) و جمعها باللغة العربية، و التي أصبحت السلاح القوي للبرنامج، كذلك لسهولة استخدامها و حتى يكون موضوع البرنامج مفهوما لدى جميع شرائح المجتمع أو جمهور المشاهدين، و شدّ انتباههم إليه و ارتفاع نسب المشاهدة.

جدول رقم (07): يشمل فئة مدة زمن البرنامج:

النسبة %	التكرار	مدة البرنامج
25%	01	من 60 إلى 75 دقيقة
25%	01	من 75 دقيقة إلى 82 دقيقة
50%	02	من 85 دقيقة إلى 90 دقيقة
100%	04	المجموع

يعد تحديد زمن البث من أهم محددات خصائص العينة المدروسة، وانطلاقا من الجدول نلاحظ أن نسبة المدة الزمنية لبرنامج إفتح قلبك بشكل متغاير، حيث تشير إلى أن غالبية أعداد

الحصص ثبت من 85 دقيقة إلى 90 دقيقة بنسبة 50% ، بينما ظهرت فترات البث من 60 دقيقة إلى 75 دقيقة، ومن 75 دقيقة إلى 85 دقيقة بتكرارها على التوالي و بنسبة مئوية 25%.

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

2- فئات المضمون:

جدول رقم (08): يمثل فئة الموضوعات الرئيسية:

النسبة %	التكرار	فئة الموضوعات الرئيسية
12,5%	02	_ المعاناة مع مرض سرطان الثدي
12,5%	02	_ التبني
25%	04	_ الحماية و الكنة
12,5%	02	_ تكريم الوالد
6,25%	01	_ الغيرة على الزوج
18,75%	03	_ خلاف عائلي بسبب الميراث

التكافل الأسري	02	12,5%
المجموع	16	100%

يتبين من الجدول رقم (08) أن البرامج الاجتماعية الحوارية في الفضائيات الجزائرية الشروق بصفة خاصة، تركز بصفة كبيرة على المشاكل العائلية داخل الأسر الجزائرية بين الحماة و الكنة حيث تكررت بنسبة 25%، و هذا يرجع إلى التجرد من العادات و التقاليد و التعصب في المعاملات، و التهرب من المسؤوليات خاصة في تربية الأبناء، إضافة إلى القربة الدموية بين الطرفين العامل الأساسي في خلق بؤادر الخلاف، فكل منهما ينتهج أسلوبا معيناً على أساس دوافع و معايير كالأسلوب التسلطي للحفاظ على هيئتها و سيادتها، و هذا ما يفكك الأسرة ليكون الحل هو السبيل نحو الطلاق.

ثم نجد الموضوع الحساس و الذي يجعل الأسر و المجتمع في شتات دون الإحساس بذلك و هو قضية الإرث بنسبة 18,75%، بحيث يتخلى الأفراد عن إنسانيتهم في سبيل الحصول على المال أو قطعة أرض، وعلى حساب التمرد و اللامبالاة بالقوانين و لا حتى بالتشريعات، ليسوء الأمر أكثر بدوام هذه الخلافات و حدة النزاعات و تولد الحقد و الكره لسنوات عديدة بين العائلات، و بالتالي قطع صلة الرحم و النفور من عادات و تقاليد مجتمعنا الجزائري العريقة.

بينما نجد المواضيع مثل: المعاناة مع سرطان الثدي

- التبني
- تكريم الوالد
- التكافل الأسري

كل هذه المواضيع الاجتماعية لا تحمل أية خطورة على المجتمع، في حين لها موقعها فيه نظرا لأهميتها بداية من المعاناة مع المرض إلى قصة التبني، مروراً إلى تكريم الوالد وإنهاء بالتكافل الأسري، و ذلك بتكرار 03 و بنسبة مقدرة ب 12،25%.

أما بالنسبة إلى موضوع الغيرة على الزوج جاء بنسبة 6،25%، و هو الأقل درجة ضمن بقية المواضيع، وهذا ما يفسر الدور الذي تمثله البرامج الاجتماعية الحوارية في خلق ثقافة الحوار داخل المجتمع و الأسرة، و نشر قيم التسامح و التصالح و التعاون و الإحسان بين جميع فئات المجتمع الواحد.

جدول رقم (09): يمثل فئة الموضوعات الفرعية للمعاناة مع مرض سرطان الثدي:

النسبة %	التكرار	فئة الموضوعات الفرعية
		المعاناة مع مرض سرطان الثدي
33،33%	02	_ مرحلة إكتشاف المرض
33،33%	02	_ تخلي الزوج عن الزوجة لإصابتها بمرض السرطان

01	16,67%	_ الطلاق و المرض - ابتلاءين في عام واحد
01	16,67%	_ مرحلة العلاج و تخطي الصدمة
06	100%	المجموع

بين الجدول رقم (09) فئة الموضوعات الفرعية للمعاناة مع مرض سرطان الثدي من خلال مرحلة إكتشاف المرض المبكرة، و بداية فترة العلاج وذلك مع التأكيد على تدهور الحالة النفسية للمريضة و حاجاتها إلى سندها المتمثل في الزوج، الذي بدوره تخلى عنها في هذه الفترة الحرجة بنسبة 33,33%، هذا راجع إلى قلة الرحمة في قلب الزوج و هجره لزوجته في أوقات المرض والابتلاء، كذلك الطلاق و المرض خلال عام واحد نتيجة تحريض الحماة للابن، ثم مرحلة العلاج و تخطي الصدمة بنسبة 16,67%، والملاحظ من التحليل و الجدول أن المشاكل الاجتماعية المتكررة و المتكاثرة كالطلاق أكثر سبب لها هو تدخل الأهل في مشاكل و حياة الزوجين.

- تهرب الآباء من الإنفاق على ذويهم، إذ أصبح الأب يستغني عن زوجته و أولاده و بناته مقابل أن يتزوج من جديد، وهذا الأمر وارد في المجتمع الجزائري، و مهما كانت الظروف الاجتماعية قاسية إلا أن الأب لا يهتم أمر الزوجة و لا يهتم بأولاده و يمضي قدما مع هذه المساوئ التي يرتكبها دون أن يعلم بذلك.

- مَد يد العون و المساعدة من طرف الأقارب و أولياء المريضة.

جدول رقم (10): يمثل فئة الموضوعات الفرعية للتبني:

النسبة %	التكرار	فئة الموضوعات الفرعية التبني
25%	02	_ إطلاع الابن بحقيقة التبني بطريقة قاسية
25%	02	_ تمرد الابن و إفتعال المشاكل
25%	02	_ تعنيف الابن من طرف الوالدين و إرجاعه إلى المركز
25%	02	_ بحث الابن عن الوالد البيولوجي
100%	08	المجموع

الرابط الحقيقي و الأساس الذي يحمي الأسرة ويجعل فيها الاستقرار هو الأم، سواء كانت الأم المرأة التي ولدت أو المرأة التي ربت، و من خلال قراءتنا للجدول رقم (10) نلاحظ أن اخبار الابن بحقيقة تبنيه والتي جاءت بعبارات قاسية من قبل الأم، والتي رفضت تواجهه بينهم بعد أن رزقها الله بعد الحرمان من الأطفال، و بعد كفالة يتيم لسنوات، هذا ما أثر على نفسية و سلوك الابن ليتطور من إفتعال للمشاكل إلى التمرد على الوالدين مما حال دون السيطرة عليه، بالتالي يلجأ الأولياء غالباً إلى الضرب و التعنيف بدل التحكم في الأعصاب، هذا ما أدى بهم إلى إرجاعه إلى المركز و رفع اليد لإخلاء مسؤوليتهم إتجاه الابن، هذا ما يترتب عنه:

- محاولة الابن الهروب من المركز إلى رحم الشارع الذي لا يرحم، و العمل في ظل القوانين الجزائرية و العالمية التي تمنع عمالة الأطفال.
- سعي مجهولي النسب في سن النضج لمحاولة إيجاد الوالدين البيولوجيين، و كانت النسبة المئوية 25% و التكرار 02 على التوالي.

جدول رقم (11): يمثل فئة الموضوعات الفرعية للحماة و الكنة:

النسبة %	التكرار	فئة الموضوعات الفرعية الحماة و الكنة
33,33%	02	_ حماة ترفض كنتها لإعتبارها متبناة
16,67%	01	_ طلاق الكنة ثم ترمّلها
16,67%	01	_ حرمان الكنة من رؤية ابنتها
33,33%	02	_ أم تستغيث لرؤية ابنتها
100%	06	المجموع

نلاحظ من الجدول رقم (11) أن الحماة ترفض كنتها لاعتبارها متبناة بنسبة 33,33%، هذا ما يسلط الضوء على قضية مجهولي النسب و قبولها بالرفض من طرف المجتمع الجزائري دوماً، خاصة مسائل الارتباط و الزواج بهذه الفئة، هذا في حين تؤكد الكنة على أن الحماة التي هي الخالة في الوقت ذاته كانت على علم بالموضوع.

أما طلاق الكنة لهذا السبب ثم وفاة الزوج و حرمانها من ابنتها وهي في ديار الغربية بتكرار واحد و بنسبة مئوية 16,67%، ذلك ما يبين سلطة الحماية التي تمنع الأم من رؤية ابنتها بعد وفاة الزوج و بنسبة 33,33% الأمهات اللواتي يستغثن لرؤية أبنائهم الذين حرموا من رؤيتهم، سواء بالخطف من قبل الحماية أو الآباء و رفع قضايا في المحاكم من طرف الأمهات، و الملاحظ في التحليل و الجدول أن:

المشاكل الأسرية الاجتماعية الجزائرية متعددة و مختلفة الأطوار من حيث المشكلة و حلها و تفسيرها وهي معقدة الفهم، و هذا بسبب فقدان الأسر الجزائرية للحوار و النقاش و إيجاد الحلول دون مشاكل و اللجوء إلى المحاكم.

جدول رقم (12): يمثل فئة الموضوعات الفرعية لتكريم الوالد:

النسبة	التكرار	فئة الموضوعات الفردية	تكريم الوالد
16,66%	01		_ قصة حب بطلها أب
50%	03		_ نعم الأب رغم الإعاقة
16,66%	01		_ خير خلف لخير سلف
16,66%	01		_ المعاملة الحسنة للأبناء اتجاه الآباء
100%	06		المجموع

بين الجدول رقم (12) أن الآباء يمثلون دور البطل في حياة الأبناء و القدوة التي يستمدون منها صفات النبل و البر و الأخلاق الحميدة، فلا تستطيع الأسرة أن تحافظ على حصانتها و تمسكها لولا مكانة الأب و الدور الفعال الذي يلعبه، و يكون رد الجميل بالمعاملة بالمثل أو أكثر لتصل حد التكريم، تعبيرا عن الحب الأبوي المتبادل بين كلا من الأولياء وأبنائهم بنسبة 16,66%، بينما نجد نعم الأب رغم الإعاقة بنسبة مئوية مقدرة ب 50% كأكثر نسبة، فمهما كانت صفة الولي و مهنته و مكانته الاجتماعية إلا أنه يظل الأفضل، و متصدرا أولى المراتب في نظر الأبناء خاصة فئة ذوي الاحتياجات الخاصة التي هي كثيرة في مجتمعنا الجزائري، و الواقع أنهم يعيشون حولنا و قريبون منا، و لا تخفى علينا عادات و تقاليد المجتمع الجزائري التي توقر الأب الولي الوصي على الأسرة خاصة ما يكون نتيجة التربية الحسنة وما يزرعونه من قيم في نفوس الأجيال.

جدول رقم (13): يمثل فئة الموضوعات الفرعية للغيرة على الزوج:

النسبة %	التكرار	فئة الموضوعات الفرعية الغيرة على الزوج
50%	02	_ عدم تفاهم الزوجين بسبب الغيرة الزائدة
25%	01	_ الشهرة سلاح ذو حدين
25%	01	_ اعتذار الزوجة للزوج

المجموع	04	%100
---------	----	------

نلاحظ من الجدول رقم (13) أعلاه أن موضوع الغيرة على الزوج، وبتكرار 02 و بنسبة مئوية مقدرة ب 50%، عدم تفاهم الزوجين بسبب الغيرة الزائدة من قبل الزوجة، فالمرأة لا تسلم من شر الغيرة و الشك، و الزوج لا يسلم من خطر الوقوع في المحذور، هذا ما يجنب الاستقرار العائلي و العيش في مشاكل يومية متكررة و لنفس الأسباب.

فيما نجد الشهرة سلاح ذو حدين و يقابله إعتذار الزوجة من الزوج بتكرار واحد وعلى التوالي بنسبة 25%.

وهذا راجع إلى التطور التلفزيوني الذي غرس في ذهن الأسرة و المجتمع هذه الأفكار و المعاملات، فبتكرار المشاهدة للأفلام و المسلسلات الأجنبية عن الوطن وعن العادات و التقاليد، و في ظل التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام و الاتصال، خاصة ما نجده في مواقع التواصل الاجتماعي، و زيادة نسب الإقبال عليها و بشكل كبير من كلا الجنسين، و من جميع فئات المجتمع و في كل بقاع العالم.

هذا ما أدى إلى تزعزع الأسر والنسب في اختلال توازنها، فمن واجب الزوجة طاعة زوجها وكذا توقيره و إكرامه، و من حقه عليها الحفاظ على عهدهم في غير معصية الله و هذا ما يتعارف عليه المجتمع الجزائري خاصة و العربي الإسلامي عامة.

فما تبنيه الشهرة من اسم وما تجلبه من مال يقابله ضياع رابط الزواج لما تتركه من مشاكل في نفوس الأهل خاصة الزوجات.

جدول (14) يمثل: فئة الموضوعات الفرعية لخلاف عائلي بسبب الميراث:

النسبة %	التكرار	فئة الموضوعات الفرعية خلاف عائلي بسبب الميراث
33,33%	03	_ العادات والتقاليد داخل العشيرة
11,11%	01	_ العداوة بين الإخوة
33,33%	03	_ التفكك الأسري
22,22%	01	_ مبادرة للصلح
100%	09	المجموع

يتضح من الجدول رقم (14) أن التقيد بالعادات و التقاليد و إحترامها داخل المجتمع الجزائري أمر محتوم بل و مفروغ منه، سواء بما يتعلق بالمناسبات أو المعاملات.. خاصة في ظل التقسيمات المتعارف عليها للمجتمع من قبائل وعشائر.. في كل ربوع الوطن هذا بنسبة 33,33%، و يقابله التفكك الأسري بنفس النسبة الذي غالبا ما يكون سببه هو التعدي على هذه العادات و القوانين داخل المجتمع، بسبب النزاعات بين الأفراد و الأقارب مما يولد الكره والبغضاء فيما بينهم، و بنسبة مئوية مقدرة ب 11,11% العداوة بين الإخوة التي هي من بين المواضيع

الحساسية و الخطيرة و المنتشرة بكثرة، و أحيانا تكون الأسباب متعلقة بالطمع أو المشاكل الأسرية كالخيانة أو الطلاق، هذا ما يضيف الفجوة بين الأبناء و الأولياء و إثارة الحرب بين الإخوة، خاصة عند المطالبة بالميراث و معارضة البعض الآخر، بالتالي عدم تفاهم الأطراف يتطور إلى عدم قبول أي نقاش، و هذا ما نعيشه في مجتمعنا الجزائري.

المبادرة للصلح بنسبة 22،22% لذلك على كل الأفراد من المجتمع و الأسرة بالخصوص الحفاظ على صلة الرحم و التكفل بأولى الخطوات لإرجاع المياه إلى مجاريها، سواء من الكبار كالشيوخ أو من الأبناء المتقنين، و تدخلهم بهدف كسر حاجز العداة.

جدول رقم (15): يمثل فئة الموضوعات الفرعية للتكافل الأسري:

النسبة %	التكرار	فئة الموضوعات الفرعية التكافل الاسري
30%	03	_ انفصال الوالدين ومعاناة الأبناء
20%	02	_ مرض الوالدة وتشتت الأسرة
20%	02	_ جمع شمل الأسرة
30%	03	_ المعاملة الحسنة بالحسنة
100%	10	المجموع

يتبين من الجدول أن انفصال الزوجين و معاناة الأبناء بعد الطلاق بسبب الأوضاع الاجتماعية المزرية و غلاء المعيشة كانت بنسبة مقدرة ب 30% وبتكرار 03، و تليها مرض الأم و تدهور صحتها ثم تشتت الأبناء، و كذلك جمع الشمل مجددا بنسبة 20% و بتكرار 02، وذلك بعد سنوات من الحرمان و المعاناة مع المرض من طرف الأم بنسبة 20% وبتكرار 02 على التوالي، بينما هناك أطفال أيتام لم يرحمهم الشارع، و السعي لتوفير المال وعدم عيش الطفولة كما يجب.

- مما سبق نلاحظ أن الأبناء بإمكانهم الحفاظ على رابط الأخوة رغم كل ظروف الحياة الاجتماعية القاسية و هذا نتيجة التربية الحسنة و التمسك بالدين و الخلق.
- الواقع الذي لا يمكن تغييره هو تواجد الفقراء و الأيتام و الأرامل في مجتمعنا الجزائري فندعو الله أن يخفف من معاناتهم و نحس بهم حولنا و لا نغفل عنهم بمصالحنا، دون اللجوء إلى ما يقال في المجتمع لأن الظروف الاجتماعية هي التي تتحكم في الأفراد.

جدول رقم (16): يمثل فئة المواقف والاتجاهات للقائم بالاتصال في برنامج افتح قلبك في

قناة الشروق:

النسبة %	التكرار	نوع الموضوعات
37,5%	06	_الموضوعات المؤيدة
62,5%	10	_الموضوعات المعارضة
100%	16	المجموع

و من الموضوعات المؤيدة التي استتبطت من البرنامج ما يلي:

- عدم التسرع في الطلاق لأي سبب من الأسباب.
- الدعم المعنوي و المادي للمرضى.
- حرص الوالدين و شفقتهم على أبنائهم.
- المعاملة الحسنة.
- الدعوة إلى العفو و التسامح.
- التكافل و التعاون بين أفراد الأسرة و المجتمع.

و من الموضوعات المعارضة التي استتبطت من البرنامج ما يلي:

- تخلي الزوج عن زوجته دون أن يدعمها و يقف إلى جانبها.

- الإساءة إلى الأيتام و النظرة المشينة لمجهولي النسب من طرف أفراد المجتمع.
- الغيرة الزائدة سبب نفور الزوج من الزوجة و زيادة المشاكل.
- حرمان الأطفال من ذويهم.
- سعي الأفراد وراء الميراث و قطع صلة الرحم.

تأتي الموضوعات المعارضة للقضايا في البرنامج في مقدمة أنواع المواضيع التي يتضمنها البرنامج، حيث بلغ تكرارها 10 مواضيع معارضة أي بنسبة 62,5%، و لا شك أن ارتفاع هذه النسبة بهذا الشكل يدعو إلى أن ينتبه و يتقطن المجتمع الجزائري إلى هذه القضايا المهدمة و إيجاد الحلول لها.

و يليها الموضوعات المؤيدة و بلغ تكرارها 06 مواضيع ايجابية مؤيدة، أي بنسبة 37,5% و هي الموضوعات التي يرضى بها المجتمع و ينظر إليها أنها ايجابية و تخدم مصالحه و تجمع الأسرة و توحيدها.

و الملاحظ أن المجتمع الجزائري بحاجة إلى عرض آرائه بخصوص الموضوعات الاجتماعية، و اقتراح موضوعات مرتبطة بالحوار في البرامج الاجتماعية الحوارية بواقع و احتياجات جمهور المشاهدين و معالجة القضايا الجوهرية التي تسهم بطريقة مباشرة و ايجابية يؤيدها المجتمع.

جدول رقم (17): يمثل فئة القيم التي يضمنها برنامج افتح قلبك في قناة الشروق:

القيم	القيم النوعية	التكرار	النسبة %
التواصلية	_ عبارات منطوقة	05	9,43
	_ عبارات مكتوبة	06	11,34
الاجتماعية	_ الصبر	04	07,54
	_ المسؤولية	03	05,66
	_ الحب الأسري	04	07,54
	_ التعاون	06	11,34
	_ أسس تكوين الأسرة	04	7,54
	_ فضل التخلق	02	3,77
	_ إهداء النصيحة	04	7,54
	_ الواجبات الأسرية	03	5,66
دينية	_ كفالة اليتيم	03	5,66
	_ الإيمان بالقضاء و القدر	01	1,88
اقتصادية	_ فتنة المال	02	3,77
	_ نهم الطمع	01	1,88

1,88	01	_ فضل القناعة	
1,88	01	_ الترغيب في القيم الجمالية	جمالية
5,66	03	_ احترام الآراء المخالفة	
%100	53		المجموع

يشير الجدول رقم 17 إلى أن أغلبية الفاعلين متمسكين بالقيم المذكورة في الجدول، وفي سلوكياتهم اليومية أي أنها رسخت هذه القيم، حيث كانت القيم التواصلية الأكثر تداولاً بتكرار 6 و بنسبة 11,34%، و تليها قيمة التعاون بنفس النسبة ضمن القيم الاجتماعية، أما قيم الصبر و الحب الأسري و أسس تكوين الأسرة، و كذلك إسداء النصيحة بتكرار 04 و بنسبة متتالية مقدرة ب 7,54%.

و تأتي قيمة المسؤولية مع الواجبات الأسرية و كفالة اليتيم بنسبة 5,66% وبتكرار 03 على التوالي، تليها قيمتي فضل التخلق و فتنة المال بنسبة 3,77% و إحترام الآراء، و في الأخير بتكرار 01 القيم التالية ذم الطمع و فضل القناعة و كذلك الترغيب في القيم الجمالية، وهذا راجع إلى ربط القيمة بالموضوع الاجتماعي الذي يهم أفراد المجتمع سواء بالأسرة أو طائفة منها، و هي الأسرة و كل ما يدخل تحت الموضوعات الاجتماعية سواء كان بين الوالد و أبنائه أو بين الزوج و زوجته..

فظهر القيمة التواصلية في المرتبة الأولى من مجمل القيم راجع بالدرجة الأولى إلى كون البرنامج ذات صبغة تواصلية حوارية، تأتي القيم الاجتماعية في المرتبة الثانية و هذا يدل على أن البرنامج يطرح قضايا اجتماعية تخص المجتمع الجزائري إذ تترجم بسلوكيات الربط بين العلاقات الإنسانية، و من خلال النتائج الموضحة نرى أن القيم الاقتصادية و الدينية جاءت بنسب متساوية و هذا يدل على أن مضمون الفضائيات الخاصة في برامجها قد كسرت الطابوهات و فتحت الحرية التي كانت تعاني منها القنوات العامة، إذ أصبح الفرد يبحث عن المال بأي وسيلة و الإسلام بذلك جاء ليعزز هذه القيم و أعطى حق للفرد و الجماعة.

جدول رقم (18): يمثل المدة الزمنية المخصصة للفاعلين في البرنامج افتح قلبك في قناة

الشروق: المعاناة مع مرض سرطان الثدي / التبني:

الفاعلين	المدة الزمنية بالدقيقة	النسبة%
_ مقدمة البرنامج	14:42 د	19,24
_ الضيوف المعنيين	11:36 د	15,49
_ الضيوف المدعيين	5:54 د	7,55
_ مقدمة البرنامج	18:38 د	25,52
_ الضيوف المعنيين	20:10 د	27,42
_ الضيوف المدعيين	3:50 د	4,77

المجموع	73,3 د	%100
---------	--------	------

يتعلق الجدول رقم 18 بفئة الزمن للفاعلين في برنامج افتح قلبك في قناة الشروق، موزعة توزيعاً عشوائياً دون إعداد احترام الوقت لكل فاعل مع المناقشة أو الحوار، حيث كانت أعلى مدة زمنية للضيوف المعنيين للموضوع الثاني 20 دقيقة و 10 ثواني بنسبة 27,42%، وتليها مقدمة البرنامج بنسبة مقدرة ب 25,52%، و بأقل النسب الضيوف المدعويين.

و بتحليلنا للجدول نلاحظ أنه على الأسرة الجزائرية المحافظة على الأبناء خاصة الأيتام ولمّ شمل العائلات و مد يد العون للمرضى خاصة من الأهل و الوقوف إلى جانبهم، كل هذا لتفادي المشاكل وما يترتب عنها من طلاق و الدخول في مآهات الحياة و تشتت الأولاد في ظل الظروف القاسية، لأن هذه الأمور واردة في المجتمعات و في كثير من العائلات، فالتسرع في الطلاق و الإساءة للأيتام و إهانتهم هذا ما يجعل المشاكل تنمو بنمو المجتمع، و الحقيقة أنه على كل إنسان أخطأ أن يعترف بخطئه، كذلك انتشار ثقافة طلب السماح و ثقافة طلب العفو.

و قد كانت المدة الزمنية لهذه العينة حوالي 84 دقيقة و 41 ثانية، و من خلال النسب الموضحة في الجدول و المدة الزمنية للفاعلين المقدرة ب 73 دقيقة و 3 ثواني، تبقى النسبة المتبقية مقسمة بين الفواصل الإشهارية و التقارير.

جدول رقم (19): يمثل المدة الزمنية المخصصة للحماة و الكنة:

الفاعلين	المدة الزمنية بالدقيقة	النسبة %
_ ضيف سابق	د 3:36	5,85
_ مقدمة البرنامج	د 30:28	52,78
_ الضيوف المعنيين	د 14:08	24,54
_ الضيوف المدعوين	د 7:20	12,55
_ أم الكنة	د 2:45	4,28
المجموع	د 57:37	%100

من خلال الجدول رقم 19 نلاحظ أن المشاكل بين الحماة و الكنة و الزوج، تتطور إلى الطلاق و كذلك أسباب الطلاق، لذلك أثري البرنامج بهذا الموضوع مستهدفا التأثير في المشاهد و إثارة حاجاته النفسية و الاجتماعية، و ذلك بما يحقق هدف القائم بالاتصال، حيث كانت المدة المستغرقة للحماة 14 دقيقة و 8 ثواني بنسبة 24,54%، بينما الكنة التي كانت مدتها 7 دقائق و 20 ثانية بنسبة مقدرة بـ 12,55% وأمها التي كفلتها و ربته مدتها الزمنية دقيقتين و 45 ثاني، بينما كانت النسبة الأكبر لمقدمة البرنامج بمدة زمنية 30 دقيقة و 28 ثانية، بنسبة مئوية 52,78%، في حين الابن و هو ضيف في عدد سابق اتصل بالبرنامج و مدته 3 دقائق و 36

ثانية، و كانت المدة الزمنية للحلقة 61 دقيقة و50 ثانية، إذ تمتثل الأوقات المتبقية بين الفواصل الإشهارية والتقارير .

و هذا راجع إلى أن هذه القضايا راجعة إلى عدم الوعي الديني و القانوني و المجتمعي الذي لا يراعي هذه المشاكل، فحالات الإساءة لمجهولي النسب كثيرة ، مثلها مثل موضوع الشاب الذي بعد معاناة دامت 20 سنة و تعرفه على الأب الحقيقي، قام الوالد بالتخلي عنه للمرة الثانية، و نفس القضية بخصوص طلاق الزوجة و رفض الحماية لها كونها متبناة، و هذه الفئة لها كل الحق في العيش و السعادة و الزواج و الاستقرار، و هذا ما يغيب عن وعي الأفراد، فالمشكل يكمن في غياب الاتصال داخل الأسرة و على مصالح الدولة مراعاة هذه القضايا من أجل الأسر الجزائرية، فالمتضرر الأول من هذه النظرة هم الأطفال، و الحوار بين الأفراد هو الحل الأنجع للحفاظ على الاستقرار و ضمان حق الأفراد.

إضافة إلى قضية حرمان الأم من ابنتها و قطع الرحم، من الكبائر و الاختطاف ليس الحل، و الغضب و التذمر عبارة عن جمرة إذا توضع الإنسان تنطفئ.

وإرتفاع نسب الطلاق و ذنب الأولياء يعاقب عليه الأبناء، كما أن غياب الوازع الديني و المستشارين النفسانيين في مثل هذه القضية يؤدي إلى الخلل في المجتمع دون البحث عن موقعه، لذا على المجتمع الجزائري أن يحافظ على أصوله و قيمه و عاداته و تقاليده.

جدول رقم (20): يمثل قصة تكريم الوالد من ذوي الاحتياجات الخاصة:

- الغيرة على الزوج

الفاعلين	المدة الزمنية بالدقيقة	النسبة %
_ مقدمة البرنامج	13,60 د	25,43
_ الضيوف المعنيين	6,29 د	11,67
_ الضيوف المدعوين	3,57 د	6,67
_ مقدمة البرنامج	14,20 د	26,55
_ الضيوف المعنيين	8,32 د	15,55
_ الضيوف المدعوين	7,50 د	14,02
المجموع	53,48 د	100%

يوضح الجدول المدة الزمنية والنسب المئوية للفاعلين الاجتماعيين بقصة جد مؤثرة، فتاتان تكرمان والدهما من ذوي الاحتياجات الخاصة، ثم موضوع الغيرة على الزوج بسبب دخول عالم الفن و الشهرة و زيادة المعجبات، حيث وزعت النسب بأعلى نسبة للمقدمة بمدة 13 دقيقة و60 ثانية ثم 14 دقيقة و20 ثانية، بينما في الموضوع الأول كانت نسبة الضيوف المعنيين مقدرة ب 6 دقائق و29 ثانية، و الوالد 3 دقائق و 57 ثانية بنسبة 6,67%.

و في القصة الثانية الضيوف المعينون 8 دقائق و32 ثانية، أما الزوج 7 دقائق و50 ثانية.

و الملاحظ أن هذين القصتين قد أبرزتا فرقا جوهريا بينهما و بين القصتين السابقتين، فقد

أجمعت هذه الحلقة من البرنامج على:

- مبادرة طيبة لتكريم الوالد و الأب الذي أحسن تربية بناته.

- محاولة الزوجة إرضاء الزوج بعدم افتعال المشاكل بينهما.

وهذه هي عظمة المرأة الجزائرية، أولا الأم التي ربت أبناءها و المحافظة عليهم و الحرص

على تعليمهم العادات و التقاليد و القيم الحسنة، ثم المرأة الزوجة التي تحرص على صلة الرحم و

الحفاظ على استقرار الأسرة و طاعة الزوج لنيل مرضاة الله عز وجل، لأن المجتمع الجزائري اليوم

يوعي بمثل هذه القضايا الحسنة البناءة في المجتمع، كما يحتاج إلى أبناء و أولياء و زوجات

يصلحن للمجتمع والأسر الخاصة، لتصبح الجزائر كما كانت عليه في القدم عائلة واحدة و قبيلة

واحدة، و مجتمع واحد.

جدول رقم (21): يمثل قصة الخلاف العائلي بسبب الميراث.

- التكافل الأسري

الفاعلين	المدة الزمنية بالدقيقة	النسبة %
_ مقدمة البرنامج	20:13 د	33,73
_ الضيوف المعنيين	14:56 د	24,40
_ الضيوف المدعويين	6:44 د	10,79
_ مقدمة البرنامج	7:11 د	11,91
_ الضيوف المعنيين	8:16 د	13,67
_ الضيوف المدعويين	3:27 د	5,50
المجموع	59,67 د	100%

يبين الجدول قضية عائلتين متخاصمتين لسنوات بسبب الميراث و مبادرة الأبناء للصلح و جمع الشمل بين أفراد الأسرة، و الموضوع الثاني الذي تناوله التكافل الأسري إذ يعاكس تماما القضية الأولى، إذ كانت المقدمة في أولى المراتب بمدة 20 دقيقة و 13 ثانية، و الضيوف بـ 14 دقيقة و 6 دقائق، ما يقابلها في الموضوع الثاني من نفس العينة الضيوف المعنيين بنسبة 8 دقائق و 16 ثانية و المدعويين بـ 3 دقائق، مع العلم أن المدة الكلية مقدرة بـ 61 دقيقة و 5 ثواني، والمدة المتبقية مقسمة بين الإشهار و التقرير.

و من خلال الحوار الذي دار بين الفاعلين كانت حوصلة الموضوع كالتالي:

تربية الأبناء مهمة جسيمة وجب على الأولياء القيام بها على أحسن وجه، و أن يحذروا من تجسيد طبائع سيئة تعود على الأبناء بالسلب و سوء الأخلاق، فالتفرقة في الهبات و العطايا و التمييز له مخاطر عديدة ما يؤدي إلى عقوق الأهل و قطع الأرحام و زرع العداوة، فلا بد من التوعية للحفاظ على الأجيال القادمة، لذا نقول أن الإخوة هم شركاء و ليسوا أعداء.

جدول رقم (22): يمثل فئة الجمهور المستهدف:

النسبة %	التكرار	الجمهور المستهدف
18,75	03	_ المواطنين
25	04	_ الأبناء
18,75	03	_ الأزواج
25	04	_ الأمهات
12,5	02	_ الإخوة
%100	16	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول للجمهور المستهدف من البرامج الحوارية الاجتماعية عينة التحليل،

نجد في البرامج الاجتماعية الجزائرية أن الجمهور المستهدف بكثرة هم الأمهات و الأبناء بما

نسبته 25%، بينما جاء جمهور المواطنين و الأزواج بنسبة 18،75% بتكرار 03، و يليه الإخوة بتكرار 02 و بنسبة 12،5%، و هذا راجع إلى أن القائم بالاتصال هو الذي يتوقع و يدرك مخاوف و مشكلات الجمهور من حيث التأثير فيه، و يساعد ذلك في نجاح البرنامج، و ذلك من طرف قادة الرأي في المجتمع.

كما نجد عدم مشاركة الجمهور الخارجي، حيث أنه برنامج حوارى يتناول مختلف القضايا التي تهم المجتمع الجزائري وأكثرها انتشارا، و لا يحتاج إلى تفاعل مباشر مع الجمهور، فهو برنامج يعتمد على الحوار بين المقدم و الضيوف إضافة إلى أنه لا يبيث على المباشر.

المطلب الثالث: نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة لتحليل مضمون دور قناة الشروق العامة في معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر إلى مجموعة من النتائج هي:

✓ قناة الشروق العامة تساهم في نشر الوعي الاجتماعي وذلك من خلال القضايا الاجتماعية التي تطرحها في برامجها، خاصة البرنامج الاجتماعي الحواري "إفتح قلبك" الذي يهدف للإرشاد و التوجيه، وإبراز أهمية الحوار في حل المشكلات الاجتماعية و نشر القيم داخل المجتمع الجزائري.

✓ تسعى قناة الشروق العامة في إعداد برامجها إلى التركيز على القضايا الاجتماعية، حيث تناول برنامج "إفتح قلبك" مختلف المواضيع التي تهم المجتمع الجزائري بالدرجة الأولى، كالخلافات الأسرية والطلاق والتبني، كذلك سعى البرنامج من أجل الصلح الاجتماعي و العائلي و الأخوي .

✓ يساهم برنامج "إفتح قلبك" في تسليط الضوء على القضايا الاجتماعية أكثر من القضايا الأخرى كالدين أو السياسة ..الخ، بإعتباره برنامج اجتماعي يعالج كل المواضيع خاصة منها ما يخفيه رحم المجتمع الجزائري و القضايا المسكوت عنها كقنة ذوي الإحتياجات الخاصة و قضية مجهولي النسب.

✓ مضامين برنامج "إفتح قلبك" تؤثر على الجمهور الجزائري تسعى إلى تغيير السلوكيات والمواقف و الأوضاع داخل المجتمع، إذ يستهدف غالبية أفرادها كالأبناء و الأباء و الزوجات و المواطنين كافة.

خاتمة

خاتمة

من خلال دراستنا هذه نجد أن وسائل الاعلام المرئية و المسموعة و أيضا المقروءة، مصدرا مهما من مصادر التوجيه و التنقيف في أي مجتمع، و هي ذات تأثير كبير في جماهير المتلقين المختلفين، المتباينين في اهتماماتهم و توجهاتهم و مستوياتهم الفكرية و الأكاديمية و الاجتماعية، هذا مايكسبها أهميتها في عملية بناء المجتمعات، و يمكن الزعم بأنه أحد العناصر الأساسية في المساهمة في تشكيل بنية المجتمعات و رسم ملامحها، إضافة الى أن لوسائل الاعلام دورا في تحديد الأثر الذي تستطيع أن تحدثه فيها.

كذلك حقيقة أن التلفزيون الجزائري وفق الى حد ما في مواكبة التغيرات الاجتماعية، حيث سارعت إدارة التلفزيون في بث برامج خاصة تعالج القضايا الاجتماعية الآنية بفتح أجهزة الاعلام السمعية و البصرية على مشاكل المواطن اليومية، و ذلك من أجل استرجاع المصدقية التي فقدها التلفزيون الجزائري كوسيلة اعلامية ثقيلة لها وزنها على الساحة الوطنية و الدولية.

برنامج "إفتح قلبك" التلفزيوني اعلامي حوارى اجتماعي، يهتم بتسليط الضوء على انشغالات المواطن الجزائري وأهم القضايا الاجتماعية، ومحاولة إيجاد الحلول و لو نسبية لما يعانيه أفراد المجتمع في حياتهم اليومية، و يتطرق البرنامج الى مواضيع آنية تنبثق من أعماق المجتمع الجزائري، و هذا ما يشكل دفعا و محفزا قويا لاستمرارية البرنامج بحكم أنه المرآة

العاكسة لانشغالات و مشاكل المواطنين الذين بطبعهم يبحثون عن الصدق والمصادقية وهذا ما يوفره البرنامج من خلال استضافة المواطنين و التحوار معهم و الإنصات لقضاياهم على اختلافها، هذا ما يمنح البرنامج الموضوعية والجدية و المصادقية.

إن إنتاج برنامج تلفزيوني مهما كانت مدته الزمنية أو نوع المواضيع التي يعالجها ليست عملية بسيطة كما يراها المشاهد خلال التلفاز، و إنما هي عملية دقيقة تستلزم المرور بخطوات عديدة، و للتمكن من تحويل الفكرة الذهنية الى منتج كامل شكلا و مضمونا يتلقاه المشاهد عبر التلفزة.

وأخيرا عمل التلفزيون الجزائري و من خلال البرامج الخاصة نموذجاً برنامج "إفتح قلبك" على رفع الستار على حقيقة ما أخفاه رحم المجتمع الجزائري الذي يكشف عن القضايا الحقيقية و الأمور المصيرية التي يجب أن نوجه إليها شبابنا كي يكونوا عدة لنا في المستقبل وسط عالم مليء بالمتغيرات، و يبرز حقيقة آلام الأفراد الذين فقدوا الأمل و ليرفع شعار .. ويبقى الأمل.. و الواقعية ليعيش المشاهد الأحداث فعلا، و يقدم الحلول للقضايا الاجتماعية وتمير رسالة إعلامية مفادها ترقية الحوار داخل المجتمع الجزائري.

قائمة المراجع

I. المعاجم و القواميس:

(1) العبد الله مي، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، الطبعة الأولى دار النهضة العربية، 2014.

(2) المعجم الوجيز في مصطلحات الإعلام، الطبعة الأولى 1999، بيروت: مكتبة لبنان ناشرون.

(3) المنجد في اللغة، ط 40، بيروت: دار المشرق.

(4) حجاب محمد منير، المعجم الإعلامي، الطبعة الأولى، 2004، دار الفجر.

(5) صليبا جميل، المعجم الفلسفي، ج 1، بيروت: دار الكتاب اللبناني، 1978.

II. الموسوعات :

(1) حجاب محمد منير، الموسوعة الإعلامية، المجلد 3، 2003، دار الفجر للنشر و التوزيع.

III. الكتب:

(1) الجبور سناء محمد، الاعلام الاجتماعي، عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع، 2014.

(2) الدناني عبد المالك ردمان، البث الفضائي العربي و تحديات العولمة الإعلامية، القاهرة: المكتب الجامعي الحديث للنشر و التوزيع، 2006.

- (3) الزيدي طه أحمد و آخرون، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع و فئاته، الطبعة الاولى، 2003، عمان: دار النفائس للنشر و التوزيع.
- (4) السيد هناء، الفضائيات و قادة الرأي، دراسة أثرها على السلوك، الطبعة الاولى، القاهرة: دار الفكر العربي للنشر و التوزيع، 2005.
- (5) العبد عاطف عدلي و نهى عاطف العبد، وسائل الإعلام: نشأتها و تطورها و أفاقها المستقبلية، الطبعة الأولى، 2006، القاهرة: دار الفكر العربي.
- (6) القادر نهود عيسى، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التفكيك، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2007.
- (7) ابراهيم مروان عبد المجيد، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، الطبعة الأولى، 2000، عمان: مؤسسة الوراق.
- (8) بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، ط 3، 2007، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- (9) بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، ط 4، 2010، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- (10) بن مساعد المحيا أسامة، نظريات التأثير الإعلامية، 1433هـ.
- (11) تمار يوسف، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، الطبعة الاولى، 2007، الجزائر: طاكسيج - كوم للدراسات و النشر و التوزيع.

- 12) دليو فضيل، تاريخ وسائل الاتصال، ط 3، دار أقطاب الفكر، 2007.
- 13) راغب نبيل، العمل الصحفي، الطبعة الاولى، 1999، مصر: الشركة المصرية العالمية.
- 14) عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية و الاعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2002.
- 15) عبد الحميد محمد، تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، بيروت، دار و مكتبة الهلال للطباعة و النشر، 2008.
- 16) عبد الله محمد وائل، تحليل محتوى المنهج في العلوم الإنسانية، الطبعة الأولى 2012، عمان: دار الميسرة للنشر و التوزيع.
- 17) عبد النبي خزعل، فن تاريخ الأخبار في الفضائيات التلفزيونية و القنوات الإذاعية، دار النهضة العربية.
- 18) عبيد عاصم، العمل الإذاعي و التلفزيوني و مفاتيح النجاح و أسرار الإبداع، الطبعة الاولى، أبو ظبي، 2004.
- 19) طبشوش نسيم، القنوات الفضائية و أثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، الطبعة الاولى، 2011، الجزائر: كنوز الحكمة للنشر و التوزيع.
- 20) طعيمة رشدي أحمد، تحليل المحتوى في العلوم الانسانية: مفهومه أسسه و استخداماته، سلسلة المراجع في التربية و علم النفس، القاهرة: دار الفكر العربي، 2004.

(21) فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني: كتاباته و مقومات نجاحه، الطبعة

الاولى، بغداد: دار النفائس، 2007.

(22) لبيب سعد، العرب و أعمار البث التلفزيوني، القاهرة: دار الفكر العربي للنشر و

التوزيع، 2001.

(23) ملحم سامي محمد، مناهج البحث في التربية و علم النفس، ط 2، عمان: دار

المسيرة، 2007.

IV. المذكرات:

(1) أحمد زايد إيمان عبد الحكيم، دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا

الاجتماعية للجمهور المصري، رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الاعلام،

جامعة القاهرة، 2016.

(2) اليمين شعبان، الاعلام و التوعية الاسرية في المجتمع الجزائري: دراسة ميدانية

للأسر المقيمة بمدينة باتنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع العائلي،

جامعة الحاج لخضر باتنة، 2006.

(3) باشا مايا، الحصص الخاصة في التلفزيون الجزائري: دراسة وصفية تحليلية

لحصة و كل شيء ممكن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال،

جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008.

4) حليلة عايش، الاعلام الفضائي العربي في زمن العولمة، كلية علوم الاعلام و

الاتصال و السمعي البصري، جامعة قسنطينة -3.

v. الدوريات:

1) العياري المنصف، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، إتحاد إذاعات الدول

العربية، سلسلة بحوث و دراسات إذاعية (56) ، تونس، 2006.

2) العياضي نصر الدين، فن البرمجة و إعداد الخارطة البرمجية في القنوات

التلفزيونية العربية: جدلية التصور و الممارسة، إتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث و

دراسات إذاعية (59) ، تونس، 2007.

3) القانون العضوي للإعلام، رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433

الموافق 12 يناير سنة 2012.

4) جلس موسى عبد الرحيم و ناصر علي مهدي، دور وسائل الاعلام في تشكيل

الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم

الإنسانية، العدد2، المجلد 12، 2010.

vi. المؤتمرات و التقارير:

1) الاعلام الجديد و قضايا المجتمع المعاصر، التحديات و الفرص، المؤتمر الدولي

الثاني بجامعة بسكرة، يومي 22-25 نوفمبر 2014.

(2) نادر جوسلين و طوني مخايل، رصد البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونية،

بيروت: مؤسسة مهارات، 2015

.VII المواقع الالكترونية:

- 1) <https://ar.wikipedia.org>
- 2) <https://ar.m.wikipedia.org/wiki/>
- 2) <http://echoroukonline.com>
- 3) <https://www.alaraby.co.uk>
- 4) www.algeriapressonline.com

قائمة الملاحق

الملحق رقم (01):



شعار قناة الشروق تي في (أكتوبر 2014-لآن)



شعار الشروق تي في (أفريل 2013-أكتوبر 2014)



شعار الشروق تي في (مارس 2012-جوان 2012)

الملحق رقم (02):

صور لأستوديو برنامج إفتح قلبك



الملحق رقم (03):



صورة مقدمة برنامج إفتح قلبك



شعار برنامج إفتح قلبك



صورة تمثل شركة إنتاج البرنامج