



جامعة ابن خلدون تيارت



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص اتصال وعلاقات عامة

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة موسومة
بعنوان:

المعالجة الإعلامية للمشكلات الاجتماعية عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة
دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج لي فات مات على قناة الشروق العامة من
02 ديسمبر 2020 إلى 09 فيفري 2022

تحت إشراف:

د. حاسي مليكة

من إعداد الطالبتين :

● مرسل سعاد

● قاسم نعيمة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة	الجامعة
مختار جلولي	أستاذ محاضر " أ "	رئيسا	ابن خلدون-تيارت-
حاسي مليكة	أستاذ محاضر " ب "	مشرفا ومقررا	ابن خلدون-تيارت-
مداح خالدية	أستاذ محاضر " أ "	عضوا مناقشا	ابن خلدون-تيارت-

الموسم الجامعي: 2022/2021م

شكر وتقدير

نشكر الله سبحانه و تعالى الذي وفقنا في انجاز هذا
العمل و نسأله التوفيق و السداد.

اعترافا بالجميل نتقدم بالشكر الجزيل للأستاذة
المشرفة التي لم تبخل علينا بتوجيهاتها و نصائحها
حاسي مليكة

و إلى كل من قدم لنا يد العون و المساعدة طيلة هذه
الدراسة

الإهداء

اهدي ثمرة نجاحي هذا إلى من أوصى عليهم الله خيرا والداي
الكريمان حفظهما الله

و إلى إخوتي و أخواتي الأعزاء كل باسمه: إبراهيم، احمد، مُحَمَّد وليد
حورية، إكرام

و إلى الذي لا طالما شجعتني و ساندي على تحقيق هذا الهدف
خطيبي عناق عبد الصمد

و إلى جميع صديقاتي: سعاد، صليحة، مروة, فتيحة، أمينة، هدى

و إلى جميع زملائي و زميلاتي في قسم علوم الإعلام و الاتصال

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

سعاد

الإهداء

اهدي هذا العمل المتواضع إلى والداي العزيزان

منبع الوفاء و العطاء

الذنان لولا دعمهما لي و وقوفهما إلى جانبي لما

وصلت لهذه المرحلة فشكرا لكما و لمحبتكما أطال

الله في عمركما

و إلى كل إخوتي و أخواتي كل باسمه حفظهم الله

مصدر قوتي و دعمي

و إلى كل زميلاتي اللواتي لم يخلن علي بشيء

نعيمة

ملخص الدراسة:

يتمحور موضوع الدراسة حول "المعالجة الإعلامية للمشكلات الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج "لي فات مات" على قناة الشروق العامة من 02 ديسمبر 2020 إلى 09 فيفري 2022. حيث تهدف إلى معرفة كيفية معالجة المشكلات الاجتماعية في البرامج التلفزيونية الاجتماعية للقنوات الخاصة، وذلك بالتعرف على أهم المواضيع المطروحة في المجتمع الجزائري.

و اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي والعينة العشوائية في اختيارنا للعينة من مجتمع البحث الكلي المتاح على موقع القناة وتطبيق اليوتيوب.

كما اعتمدنا على أداة الملاحظة وأداة تحليل المضمون اللذان على أساسهما تم تصميم الاستمارة للتعرف على كيفية معالجة برنامج لي فات مات للمشكلات الاجتماعية.

و قد توصلنا في دراستنا إلى بعض النتائج أهمها:

- 1-اهتمام قناة الشروق العامة بإعداد برامج تعالج المشكلات الاجتماعية وتنقل صورة المجتمع.
- 2-تناول برنامج لي فات مواضيع اجتماعية متعددة ومتنوعة لكنه يركز بالدرجة الأولى على المواضيع الاجتماعية كالبطالة، الفقر، التشرد، التسول، الإدمان هذا لإظهار وإبراز نتائجها على الفرد والمجتمع.
- 3- تبين من خلال تحليل محتوى برنامج لي فات مات انه يعتمد اعتمادا كبيرا على مقدم البرنامج كطرف فاعل وذلك لما يحمله من خصائص وقدرات تمكنه من تسيير محتوى البرنامج.
- 4-أظهرت الدراسة أن اتجاه البرنامج والأطراف الفاعلين نحو معالجته للقضايا الاجتماعية كان مؤيدا وهذا ظهر من خلال انخياز الفاعلين للمواضيع والقصص المطروحة.
- 5-توصلنا في هذه الدراسة أن الأساليب العاطفية هي أكثر استخداما في معالجة المشكلات الاجتماعية كونها الأسلوب الأكثر فعالية في جذب الجماهير والتأثير فيهم.

الكلمات المفتاحية: المعالجة الإعلامية، المشكلات الاجتماعية، القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

Abstract :

The studied subject is about Media treatment of social issues in Algerian channels Analyzing a sample of some episodes from the TV show untitled « Li Fat Mat »

On Chourouk TV from the 2nd Decembre 2020 to the 9th February 2022 , wich lead To know how to treat the process of that show by get to know the subject dealt in Algerian society

we adobted the survey method and the random sample on the way of choosing the reasearched community

we also lean on the observation and analyzing methods wich are the principles handle the social problems of « Li Fat Mat

we get getshow leaded to the consequence below :

1- The chourouk TV Channel cares for making shows that handle social issues and Pictures the society.

2-« Li Fat Mat « show focus on social issues like poverty ,homeless, unemployment , Addiction and display the consequence on community.

3-The MC is the most important active member in the whole show.

4-The analyzing of the process shows that the program treats the social issues. According to the story given .

5-Due to the feelings method it is the most ued in healing the process .

Key words : Media Treatment ,Social issues ,Algerian TV channels .

فهرس المحتويات

الشكر والتقدير

اهداءات

ملخص الدراسة بالعربية

ملخص الدراسة باللغة الأجنبية

ملخص الدراسة

- مقدمة: أ
- 1-الإشكالية: 19
- 2- أهمية الدراسة: 20
- 3- أهداف الدراسة: 20
- 4- أسباب اختيار الموضوع: 21
- 5- منهج الدراسة: 21
- 6- مجتمع الدراسة: 22
- 7- عينة الدراسة : 23
- 8- أدوات جمع البيانات: 25
- 9- حدود الدراسة 32
- 10-تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة: 32
- 11-الدراسات السابقة..... 35
- 12- المقاربة النظرية للدراسة 40

الفصل الاول:التلفزيون والقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

- تمهيد: 49
- 1- ماهية التلفزيون وتأثيراته الايجابية والسلبية على المجتمع..... 50
- 2- نشأة وتطور التلفزيون في الجزائري: 53
- 3-القنوات التلفزيونية الخاصة: 56

4-الإعلام الفضائي الجزائري الخاص وواقع القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة:.....59

5-بطاقة فنية لقناة الشروق العامة :60

الفصل الثاني: رؤية البرامج التلفزيونية للمشكلات الاجتماعية

1- مفهوم وأنواع البرامج التلفزيونية:.....65

2- أشكال البرامج التلفزيونية:68

3-أساليب تقديم البرامج التلفزيونية:69

4-ماهية المشكلات الاجتماعية"مفهوم، أسباب":71

5-محاكاة المشكلات الاجتماعية:74

6-خصائص وتصنيف المشكلات الاجتماعية:76

7-مفهوم وأنواع المعالجة الإعلامية:.....79

8-العوامل المؤثرة في المعالجة الإعلامية:82

خلاصة:84

الجانب التطبيقي

تمهيد.86

1-التعريف ببرنامج لي " فات مات":87

2-التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون"ماذا قيل؟" وفئات الشكل "كيف قيل؟":88

3-النتائج العامة الدراسة:.....114

4- صحة الإسقاط النظري على الدراسة116

خاتمة:118

قائمة المصادر والمراجع:120

1- فهرس جداول الدراسة التحليلية:

الصفحة	العنوان	الرقم
24	يمثل العينة المختارة محل الدراسة	01
88	يمثل مجالات المواضيع المطروحة في برنامج لي فات مات	02
89	يمثل المواضيع المطروحة والمعالجة في برنامج لي فات مات	03
91	يمثل الأطراف الفاعلين في معالجة المشكلات الاجتماعية ضمن برنامج لي فات مات	04
92	يمثل اتجاهات الأطراف الفاعلين في برنامج لي فات مات	05
93	يمثل الأساليب الاقناعية المستخدمة لمعالجة المشكلات الاجتماعية في برنامج لي فات مات	06
94	يمثل القيم المكتسبة من معالجة المشكلات الاجتماعية في برنامج لي فات مات	07
96	يمثل الأهداف المراد تحقيقها من معالجة المشكلات الاجتماعية في برنامج لي فات مات	08
97	يمثل الجمهور المستهدف من برنامج لي فات مات	09
99	يمثل وظائف مضمون برنامج لي فات مات	10
100	يمثل دافع الحضور لبرنامج لي فات مات	11
101	يمثل سمات وخصائص الفاعلين (الضيف، المستضيف) في برنامج لي فات مات	12
103	يمثل اللغة المستخدمة في معالجة المشكلات الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة	13
104	يمثل القوالب الفنية المستخدمة في عرض برنامج لي فات مات	14
105	يمثل أساليب تقديم برنامج لي فات مات في إطار معالجة المشكلات الاجتماعية	15
107	يمثل طبيعة لقطات التصوير في المعالجة الإعلامية للمشكلات الاجتماعية في برنامج لي فات مات	16
108	يمثل زوايا التصوير المعتمدة في برنامج لي فات مات	17
109	يمثل الألوان المستخدمة في برنامج لي فات مات	18
110	يمثل الإضاءة المستخدمة في عرض المشكلات الاجتماعية ضمن برنامج لي فات مات	19
111	يمثل المؤثرات المعتمدة في برنامج لي فات مات لمعالجة المشكلات الاجتماعية	20
112	يمثل المدة الزمنية المخصصة لكل من "المواضيع، المؤثرات الموسيقية، الفاصل، ملخص الحلقة" لإجمالي حلقات برنامج لي فات مات عينة الدراسة	21

2- فهرس الأشكال البيانية للدراسة التحليلية:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح نسبة مجالات المواضيع المطروحة في برنامج لي فات مات	88
02	يوضح نسبة الأطراف الفاعلين في معالجة المشكلات الاجتماعية ضمن برنامج لي فات مات	91
03	يوضح نسب اتجاهات الأطراف الفاعلين في برنامج لي فات مات	92
04	يوضح نسب الأساليب الإقناعية المستخدمة لمعالجة المشكلات الاجتماعية في برنامج لي فات مات	93
05	يوضح نسبة القيم المكتسبة من معالجة المشكلات الاجتماعية في برنامج لي فات مات	95
06	يوضح نسبة الأهداف المراد تحقيقها من معالجة المشكلات في برنامج لي فات مات	96
07	يوضح نسبة الجمهور المستهدف من برنامج لي فات مات	98
08	يوضح نسب وظائف مضمون برنامج لي فات مات	99
09	يوضح نسب دوافع الحضور لبرنامج لي فات مات	100
10	يوضح نسب سمات وخصائص الفاعلين (الضيف، المستضيف) في برنامج لي فات مات	102
11	يوضح نسبة اللغة المستخدمة في معالجة المشكلات الاجتماعية في برنامج لي فات مات	103
12	يوضح نسب القوالب الفنية المستخدمة في عرض برنامج لي فات مات	104
13	يوضح نسب أساليب تقديم برنامج لي فات مات في إطار المعالجة الإعلامية للمشكلات الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة	106
14	يوضح نسبة طبيعة لقطات التصوير في المعالجة الإعلامية للمشكلات الاجتماعية ضمن برنامج لي فات مات	107
15	يوضح نسب زوايا التصوير المعتمدة في برنامج لي فات مات	108
16	يوضح نسب الألوان المستخدمة في برنامج لي فات مات	109
17	يوضح نسب الإضاءة المستخدمة في عرض المشكلات الاجتماعية ضمن برنامج لي فات مات	110
18	يوضح نسبة المؤثرات المعتمدة في برنامج لي فات مات لمعالجة المشكلات الاجتماعية	111
19	يوضح نسبة المدة الزمنية المخصصة لكل من "المواضيع، المؤثرات الموسيقية، الفاصل، ملخص الحلقة" الإجمالي الحصص المعالجة في برنامج لي فات مات	112

مقدمة

مقدمة:

يعتبر التلفزيون أحد أهم الوسائل الإعلامية الجماهيرية التي شهدت انتشارا واسعا في عشرينات القرن الماضي لما يمتلكه من خصائص ومميزات جمعت بين ثلاث تقنيات الصوت والصورة والحركة في تقنية واحدة للحصول على احدث وأسرع وسيلة في العصر، غايتها جذب وشد أكبر قدر من الجماهير وكسب القوة والسلطة على باقي وسائل الإعلام الأخرى كما تعمل على تمكين المشاهد من رؤية العالم بأسره.

زادت المسيرة التطورية للتلفزيون بعد التزاوج الذي جمع بينه وبين الأقمار الصناعية مخلفين البث الفضائي الرقمي لمواكبة التغيرات والتطورات التي شهدتها تلك الفترة، حيث ساهم هذا الأخير في خلق قنوات تلفزيونية متعددة ومتنوعة بين عربية وأجنبية، عامة وخاصة.

أصبحت القنوات التلفزيونية الخاصة لازمة لا بد منها في كل المجتمعات بما فيها المجتمع الجزائري الذي تبنها واعتمد عليها في إحداثه للنقلة النوعية في قطاع السمي البصري وسد ثغرات الإعلام العمومي، والتطوير في محتوى الرسائل والمواد الإعلامية. بعد التعدد والانتشار الواسع الذي شهدته هذه القنوات فتحت الساحة للتنافس والتسابق على تقديم برامج وحصص واضحة ومنظمة ومخططة بأحكام وفق ما ينص عليه قانون الإعلام أولا وعادات وثقافات المجتمع ثانيا، بهدف رفع مستوى الإعلام في الجزائر وطرح القضايا والأحداث الموجودة فيها.

ومن اهم القضايا والمشكلات التي يعاني منها المجتمع الجزائري هي المشكلات الاجتماعية، والتي تشهد تزايدا مخيفا، بسبب اضطرابات في سلوك الافراد وافعالهم المنحرفة والتي غالبا ما تعود بالسلب على حياته وعلى المجتمع ككل، كما تخلف هذه القضايا اثارا سلبية على نمط حياة الافراد مشكلة بذلك عراقيل وحواجر لا يمكنه تخطيها.

ولمواجهة هذه العقبات استلزم على الإعلام تبني طرق لتخطيها والتصدي لها من بينها المعالجة الإعلامية التي تقوم بعرض وتحليل المشكلات الاجتماعية وفق أساليب واستراتيجيات التغطية الإعلامية، ملتزمة بالسياسات والأسس التي تفرضها الوسيلة الإعلامية والقنوات التي تهتم بهذه القضايا.

وقناة الشروق العامة كغيرها من القنوات الخاصة التي تسعى إلى تصميم برامج تجسد وتنقل واقع الجمهور المشاهد محاولة الإمام بمختلف المجالات والجوانب، ومن بين هذه البرامج برنامج لي فات مات الذي اختص في معالجة المشكلات الاجتماعية السائدة في المجتمع الجزائري بالاعتماد على طرق وأساليب إعلامية وتكنولوجية

عصرية تؤثر على عقل وعاطفة الجمهور، من اجل التعريف بقضاياها وإخراجها للعلن كمثل حي لتوعية وتوجيه وتحفيز أطراف المجتمع على التمسك بقيمهم ومبادئهم .

و لمعالجة موضوع هذه الدراسة التي تحمل عنوان: "المعالجة الإعلامية للمشكلات الاجتماعية عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة" اتبعنا خطة عمل قسمت إلى ثلاث جوانب، البداية كانت بالجانب المنهجي الذي تطرقنا فيه إلى أهم العناصر المنهجية انطلاقا من إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ثم الأهمية والأهداف المراد تحقيقها ثم حددنا أسباب اختيار موضوع الدراسة والمنهج المتبع مع ذكر مجتمع البحث وعينة الدراسة، كما ذكرنا أدوات جمع البيانات التي اعتمدناها، وأبرزنا حدود الدراسة، بعدها قمنا بعرض المفاهيم ذات الصلة بالموضوع المدروس وفي الأخير تطرقنا إلى الدراسات السابقة مع التعقيب عليها، إضافة إلى المقاربة النظرية .

ثم الجانب النظري الذي قسمناه إلى فصلين، الفصل الأول معنون بالتلفزيون والقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة حيث احتوى هذا الأخير على ستة عناصر جاءت كالتالي: ماهية التلفزيون وتأثيراته الايجابية والسلبية على المجتمع نشأة وتطور التلفزيون في الجزائر، القنوات التلفزيونية الخاصة، أسباب ظهور القنوات الجزائرية الخاصة، الإعلام الفضائي الجزائري الخاص وواقع القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، وأخيرا بطاقة فنية لقناة الشروق العامة.

ثم الفصل الثاني بعنوان رؤية البرامج التلفزيونية للمشكلات الاجتماعية والذي اندرج تحته ثمانية عناصر نذكرها كالتالي: مفهوم وأنواع البرامج التلفزيونية، أشكال البرامج التلفزيونية، أساليب تقديم البرامج التلفزيونية، ماهية المشكلات الاجتماعية "مفهوم وأسباب"، محاكاة المشكلات الاجتماعية، خصائص وتصنيفات المشكلات الاجتماعية، مفهوم وأنواع المعالجة الإعلامية، العوامل المؤثرة في المعالجة الإعلامية.

وأخيرا الجانب التطبيقي الذي تناولنا فيه التعريف ببرنامج لي فات مات محل الدراسة كعنصر أول، ثم قمنا بتحليل والقراءة الكمية والكيفية لفئات المضمون " ماذا قيل؟" وفئات الشكل " كيف قيل؟" المحددة في استمارة تحليل المضمون، بعدها استخلصنا جملة من النتائج التي تأكدنا من صحتها بالاستناد على الإسقاط النظري في العنصر الموالي، وختمنا دراستنا بخاتمة شاملة وملمة بالموضوع مع اقتراح مجموعة من التوصيات.

الجانب المنهجي

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

2- أهمية الدراسة.

3- أهداف الدراسة.

4- أسباب اختيار الموضوع.

5- منهج الدراسة.

6- مجتمع البحث.

7- عينة الدراسة.

8- أدوات جمع البيانات.

9- حدود الدراسة.

10- تحديد مفاهيم الدراسة.

11- الدراسات السابقة.

12- المقاربة النظرية للدراسة.

1- الإشكالية:

يعد التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأكثر انتشارا واستخداما في الوسط التكنولوجي والاجتماعي، وذلك لما يحمله من خصائص ومميزات جعلته يتفوق على غيره من الوسائل الأخرى. و زاد تأثيره على الأفراد والمجتمعات بتطوره كوسيلة بحد ذاتها وتبنيها لتقنية البث عبر الأقمار الصناعية وظهور ما يسمى بالقنوات الفضائية أو التلفزيونية، التي تعرف على أنها محطة إيصال الرسائل الإعلامية بشكل مباشر وأني وتقديم وجه جديد للإعلام بصفة عامة وللقطاع السمعي البصري بصفة خاصة.

إن ظهور القنوات التلفزيونية وتوسعها فرض عليها التعدد و الخصوصية من اجل مجازاة وملازمة التغيرات والتحولات السياسية والثقافية والاجتماعية وفتح آفاق ومساعي جديدة.

حيث شهدت الجزائر في الآونة الأخيرة انتشارا كبيرا لهذه القنوات الخاصة التي تسعى إلى تقديم محتويات جديدة ومتنوعة بهدف خلق جو من التنافس بينها وبين القنوات الأخرى والسعي إلى تحريك وتنشيط الإعلام في الجزائر، كما تعمل على إحداث التغير النوعي في مجال السمعي البصري من بين هذه القنوات قناة الشروق العامة التي سخرت كل جهودها وشبكاتها البرمجية وحملت نفسها مسؤولية معالجة وتحليل المشكلات الاجتماعية المنتشرة في المجتمع الجزائري الذي يعد كغيره من المجتمعات الأخرى التي تعاني الكثير من المشاكل والقضايا التي تتطلب الطرح في وسائل الإعلام .

تلعب قناة الشروق العامة دورا في تسليط الضوء على واقع الجمهور والمجتمع من خلال نقل أفكاره وانشغالاته وحل مشكلاته والعمل على معالجة قضاياها وتغطية الأحداث والجوانب الإنسانية والاجتماعية والسياسية والثقافية المحيطة به عبر برامجها، من بين هذه البرامج برنامج لي فات مات البرنامج الإنساني الذي يختص في معالجة المشكلات الاجتماعية والأسرية (الطلاق العنف، المخدرات، الانحراف..). ونشر القيم الإنسانية والاجتماعية كل هذا وفق استراتيجيات وخطط مدروسة تشمل الشكل والمضمون وهذا من اجل كسب ثقة وتأييد الجمهور وتحقيق الرضا الوظيفي للإعلام ومراعاة الطابع التنظيمي للقنوات وطبيعة المجتمعات. ولمعرفة طريقة معالجة قناة الشروق العامة لهذه القضايا نطرح الإشكال التالي:

كيف عالجت القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة الشروق العامة المشكلات الاجتماعية من خلال برنامج لي

فات مات ؟

انطلاقاً من الإشكالية السابقة استخرجنا مجموعة من التساؤلات التي ستتحول إلى محاور الدراسة أهمها:

- ما هي أهم مواضيع المشكلات الاجتماعية المعالجة في برنامج لي فات مات؟

- ما الهدف من برنامج لي فات مات؟

- ما هي الأساليب المستخدمة في معالجة المشكلات الاجتماعية؟

- من هم الفاعلين في برنامج لي فات مات؟

- ما هي اتجاهات الفاعلين في برنامج لي فات مات؟

- ما هي اللغة المستخدمة في برنامج لي فات مات؟

- ما هي أهم القيم التي تضمنها برنامج لي فات مات؟

2- أهمية الدراسة:

إن أهمية البحث العلمي تتوقف أساساً على إبراز القيمة العلمية للدراسة وذلك لما يمكن أن تحققه من نتائج يمكن الاستفادة منها. حيث تتمثل أهمية دراستنا في إعطاء انطباعات وتصورات عن القنوات الجزائرية الخاصة ودورها في خدمة الجمهور وذلك من خلال ملامستها لواقعه المختلف، من أجل كسب ثقتهم والقدرة على التأثير فيهم.

كما تبرز هذه الدراسة أهمية البرامج الاجتماعية التي انتشرت في القنوات الخاصة وتسلط الضوء على الواقع الاجتماعي مع احترام ومراعاة القيم الإنسانية والاجتماعية وخصوصية الأفراد، بالإضافة إلى المحافظة على قيم ومعايير المجتمع كما تساهم بدرجة كبيرة في تقديم الحلول.

3- أهداف الدراسة:

الأهداف الدراسة أهمية كبيرة في إيضاح فكرة الباحث والهدف الذي يسعى إلى تحقيقه من خلال بحثه العلمي، حيث تتمثل أهداف الدراسة في أهمية الموضوع بحد ذاته.

و دراستنا هذه تتمحور حول مجموعة من الأهداف

- كيفية معالجة المشكلات الاجتماعية في البرامج التلفزيونية.

- تحديد أهم الأساليب المعتمد عليها في المعالجة الإعلامية.

- الكشف عن الأهداف التي يسعى برنامج لي فات مات إلى تحقيقها من خلال معالجة المشكلات الاجتماعية.

- معرفة الأبعاد والمعاني والرسائل لبرنامج لي فات مات.

4- أسباب اختيار الموضوع:

يعود السبب في اختيار موضوع البحث في كثير من الأحيان إلى السعي وراء حل مشكلة ما، من خلال المعلومات التي جمعها حول هذه المشكلة. ومن بين الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار الموضوع هي:

4-1- أسباب ذاتية:

- الرغبة الذاتية في دراسة هذا الموضوع أي الميول الشخصي.
- محاولة إنجاز دراسة علمية أكاديمية من اجل إفادة الباحثين مستقبلا.
- الرغبة في التعرف على الكيفية التي تتم بها معالجة وتحليل المشكلات الاجتماعية.
- تناسب الموضوع مع تخصصنا.
- رغبتنا في إعداد الدراسة التحليلية التي تعد جزء أساسي في قطاع السمعي البصري.

4-2- أسباب موضوعية:

- انتشار المشكلات الاجتماعية في المجتمعات باختلافها.
- تعدد القنوات التلفزيونية الخاصة واختلافها في طريقة معالجة المشكلات الاجتماعية.
- محاولة التوصل إلى إبراز أهمية العلاقة بين القنوات كوسيلة إعلامية والمجتمع كجمهور مستهدف.
- قلة الدراسات في هذا الجانب والتي تتناول الجانب التحليلي الذي يعالج المشكلات الاجتماعية عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

5- منهج الدراسة:

تندرج دراستنا ضمن الدراسة التحليلية للمادة الإعلامية والمحتوى الإعلامي الذي تتمحور الدراسة حوله ذلك بتحليلها تحليلا منهجيا دقيقا بغية الوصول إلى المعاني الخفية والباطنية التي تحملها حلقات عينة الدراسة وذلك باعتماد على المنهج المناسب.

حيث تعتبر خطوة إبراز منهج الدراسة من أهم الخطوات التي يتبعها الباحث نحو مسار أو منهاج علمي يضمن له تحقيق أهدافه، فالمنهج هو الطريق أو الأسلوب الذي يسلكه الباحث في تفصيله للحقائق العلمية في أي فرع من فروع المعرفة وفي أي ميدان من ميادين العلوم النظرية والعلمية.¹

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج المسحي الذي يعرف على انه الطرق والإجراءات والأدوات التي تستخدم لدراسة الظاهرة أو الموضوع دراسة وصفية تكشف عما فيه من خصائص ومتغيرات وعلاقات من حيث الشدة والاتجاه، أي أن الوصف يتضمن تحليل بنية الموضوع وتوضيح العلاقة بين مكوناته ووصف أبعاده المختلفة كما هي في الواقع ويرتكز الوصف على الوحدات أو الشروط أو العلاقات أو الفئات أو الأنساق الموجودة بالفعل. وفي بعض الأحيان يشمل وصف الاتجاهات والآراء والعمليات الداخلة في موضوع الدراسة والمتغيرات ذات الصلة بها، ويهتم المنهج المسحي بالإجابة عن التساؤل الأساسي في العلم ماذا وكذلك التساؤل كيف. و يشيع استخدام المنهج المسحي في الدراسات الإعلامية.²

واختارنا هذا المنهج كونه المناسب للدراسة لأنه يقوم بجمع البيانات والمعلومات وتحليلها قصد معرفة الأفكار والاعتقادات، كما أننا استخدمناه لمعرفة طرق وأبعاد التأثير الإعلامي الناتج عن المشكلات الاجتماعية، كما أن تحليل المحتوى يتناسب مع المنهج المسحي.

6- مجتمع الدراسة:

لمجتمع الدراسة البحث أهمية كبيرة لذلك ينبغي أن نحدد بدقة المجتمع الذي يستهدف البحث.

يعرف مجتمع الدراسة على انه جميع الوحدات التي سيتم تطبيق نتائج البحث عليها كما يمكن تعريفه على انه مجموعة من العناصر التي تكون كل الملاحظات الممكنة. وكذلك هو مجموعة من التدابير والإجراءات أو حساب جميع الوحدات التي تتوافر على سمة مشتركة.³

مجتمع دراستنا يتمثل في حصص برنامج لي فات مات المتمثلة في 30 حلقة الممتدة من تاريخ 11 نوفمبر 2020 إلى غاية 09 فيفري 2022 التي تبث على قناة الشروق العامة كل يوم أربعاء على الساعة 21:00 التي تطرح وتعالج قضايا ومشكلات اجتماعية.

¹غازي عناية، البحث العلمي منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية "بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014، ص19.

²-بركات العزيز، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط1، 2011، ص37 38

³-فضيل دليو، تقنيات المعاينة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للنشر، الجزائر، 2015، ص16

7- عينة الدراسة :

إن الحاجة إلى اتخاذ القرار بخصوص ظاهرة ما قد لا يساعد على دراسة جميع عناصر المجتمع، لذلك يلجأ الباحث في مثل هذه الحالات إلى استخدام العينة.

وتعرف العينة على أنها جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي.¹

ولتحليل برنامج لي فات مات والذي هو محور دراستنا ومعرفة كيفية معالجته للمشكلات الاجتماعية اخترنا العينة العشوائية لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة عن طريق القرعة، كما أن العينة العشوائية مفيدة في تعميم النتائج لأنها تسعى إلى تمثيل المجتمع الواسع والممتد وهذا الشكل من أشكال المعاينة يخضع للاحتتمالات المنطقية وعلى الجانب الآخر فالعينات غير العشوائية تتجنب عمداً تمثيل المجتمع أي أنها تسعى لتمثيل مجموعة بعينها. كما تقلل العينة العشوائية من خطر التحيز.²

تتوفر العينة العشوائية لدى كل فرد من أفراد المجتمع الأصلي فرصة للاختيار بصورة مكافئة لأي فرد آخر دون تحيز أو تدخل من قبل الباحث، وحتى نضمن عدم التحيز في عملية اختيارها نستخدم الأساليب التالية:³

1- القرعة (سحب العينة دون إرجاع): ينبغي على الباحث بداية الحصول على قوائم تتضمن جميع أفراد مجتمع البحث، أو القيام بإعدادها إذ لم تتوافر ثم القيام بترقيم أفراد المجتمع الأصلي ترقيماً متسلسلاً، ثم كتابة الأرقام على قصاصات من الورق تطوى كل رقم منها في قصاصة، ثم توضع جميعها في صندوق ثم يتم سحب الأرقام الواحد تلو الآخر دون إرجاعها إلى مجتمع البحث حتى يستكمل اختيار العينة.

2- جداول الأرقام العشوائية: هي عبارة عن جداول تشمل على أرقام عشوائية كثيرة يختار منها الباحث سلسلة من الأرقام العمودية والأفقية وعلى الباحث تجاهل تكرار الرقم نفسه.⁴

و على هذا الأساس قمنا باختيار 12 حلقة من برنامج لي فات مات من بين 30 حلقة أي مجتمع البحث الكلي باعتماد على القرعة، حيث كانت بداية الاختيار من تاريخ 2 ديسمبر 2020 إلى غاية 09 فيفري 2022،

¹-رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 2008، ص267

²-مُحَمَّد بكر نوفل، فريال مُحَمَّد أبو العواد، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، ص 232

³-جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي "مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط4، 2011، ص89

⁴-وائل عبد الرحمان التل، عيسى مُحَمَّد فحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص41

مع احتساب المدة التي تم توقيفها وذلك من 03 مارس 2021 إلى 27 أكتوبر من نفس السنة، ما يعادل 7 أشهر.

الجدول 1: يوضح عينة الدراسة المختارة من المجتمع الكلي لبرنامج "لي فات مات":

رقم العينة	مفردات العينة/عنوان الحلقة	تاريخ البث	مدة الحلقة	طبيعة البث
1	هكذا تغيرت حياة مُجَّد وخالتي مليكة بعد الهبة التضامنية.	2 ديسمبر 2020	59:22	مسجلة
2	دمعة الراجل واعره	16 ديسمبر 2020	56:38	مسجلة
3	قصة حياة وزوجها عصام	30 ديسمبر 2020	4،01:00	مسجلة
4	قصة كفاح امرأة مع ابنتها المصابة بالسرطان	27 جانفي 2021	55،01:00	مسجلة
5	قصة خلاف زوجة مصطفى مع والده	10 فيفري 2021	57:57	مسجلة
6	قصة طيموشة مع مرض السيدا	24 فيفري 2021	59:12	مسجلة
7	نجية عاشت الحرمان من الأهل وذافت المر وهي تبحث عن عائلتها	24 نوفمبر 2021	59:40	مسجلة
8	قصة مؤثرة ومعبرة عن الصداقة الحقة دون مصالح	06 جانفي 2022	53:06	مسجلة
9	قصة رائعة عن الصداقة الحقة خليل مانساش الصداقة ومحبش يفقد صديقو بسبب المشاكل	12 جانفي 2022	53:41	مسجلة
10	زوجة عانت لمد تسع سنوات مع زوجها الذي كان يضربها	19 جانفي 2022	51:43	مسجلة
11	قصة خولة من البويرة كيف اثر السحر على حياتها	26 جانفي 2022	50:57	مسجلة
12	السيدة زكية وابنها	09 فيفري 2022	38،01:00	مسجلة

8- أدوات جمع البيانات:

تلعب الأدوات المعتمدة في الدراسة دورا مهما في نجاحها، كما ان تطبيق هذه الأدوات بطريقة علمية صحيحة تؤدي إلى الحصول على نتائج ملمة بالموضوع. وقد اخترنا في هذه الدراسة أداة الملاحظة وأداة تحليل المضمون ذلك لتوافقهما وتماشيهما مع موضوع الدراسة والمنهج المتبع.

8-1 الملاحظة:

الملاحظة هي من أهم الوسائل المستخدمة في جمع الحقائق والبيانات من الميدان، فهي لا تقل أهمية عن غيرها من وسائل جمع البيانات، بل أنها تتميز عن هذه الأدوات بحيث تمكن الباحث من الاطلاع عن كثب عن سلوك وعلاقات وتفاعلات المبحوثين في ظروف اجتماعية واقتصادية، وهي رؤية أو فهم الظاهرة موضوع الدراسة باستخدام الحواس وبلاستعانة أولا ببعض الوسائل كالورقة والقلم ومسجلات الصوت والصورة.¹

كما تعرف كذلك أنها عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظاهرات والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقاتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة أو توجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته.²

و وقع اختيارنا لهذه الأداة لما لها من دور كبير في استنتاج المعلومات والأحداث الغير واضحة التي تفيدنا في الدراسة التحليلية مثل معاني التي تحملها تعابير الوجه، وهذا من اجل الوصول إلى الحقائق .

8-2 تحليل المضمون:

يعرف تحليل المضمون انه أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص في علم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون، تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث وفروضه الأساسية طبقا للتصنيفات التي يحددها الباحث. و ذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك، أما في وصف هذه المواد الإعلامية أو لاكتشاف الخلفية الفكرية والثقافية والسياسية التي تنبع منها الرسائل الإعلامية أو التعرف على

¹-عبد الكريم بوحفص، أسس ومناهج البحث في علم النفس، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص168

²-عامرمصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص125

مقاصد القائمين بالاتصال من خلال الكلمات والجمل والرموز والصور، وكافة الأساليب التعبيرية شكلا ومضمونا.¹

كما يعرف تحليل المضمون على انه الأسلوب الذي يهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم الكمي لمحتوى الظاهر للاتصال.²

وعليه فان اعتمدنا على أداة تحليل المضمون كان لسهولتها في جمع المعلومات ولتوفيرها للوقت والجهد كما أنها توصل إلى نتائج محكمة ومضبوطة.

يسعى تحليل المضمون إلى وصف عناصر الشكل والمضمون وصفا كاملا، فمن الضروري تقسيم المضمون إلى وحدات وفئات معينة وحساب التكرار الخاص بها، وعليه قمنا بتصميم استمارة تحليل المضمون وصياغتها وفق المعلومات النظرية ومشاهدتنا لحلقات البرنامج التي شكلت عينة دراستنا، لتتبعها في الأخير عملية تفرغ بيانات الاستمارة في جداول خاصة بها.

إن تحديد كل من فئات ووحدات تحليل المضمون، تعد من أهم عمليات التحليل في أي بحث علمي وتتمثل وحدات وفئات التحليل التي اعتمدناها في دراستنا فيما يلي:

أ- فئات التحليل:

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

- فئات المضمون " ماذا قيل؟":

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

1- فئة مجال الموضوع: و يقصد به الميدان الذي يحدد طبيعة الموضوع.

2- فئة طبيعة الموضوع: هي المواضيع المتطرق إليها في برنامج لي فات والمتعلقة بالمجتمع والمتمثلة في المواضيع الاجتماعية، الأخلاقية، الأسرية، التربوية. وتعد لب البرنامج.

¹-ابراهيم أبراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008، ص193

²-ناريمان يونس هلوب، استراتيجية البحث الاجتماعي الانثوغرافيا، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، ص303

3- فئة الأطراف الفاعلين: هم مجموعة الأفراد المساهمين في تحريك محتوى البرنامج، أي الأفراد الفاعلين في برنامج "لي فات مات".

4- فئة اتجاه الأطراف الفاعلين: هي مواقف وأراء الأفراد الفاعلين في البرنامج وتكون مؤيدة، معارضة محايدة.

5- فئة الأساليب الاقناعية: و يقصد بها الاستمالات والسبل الاقناعية المتبعة في نقل رسالة محتوى مضمون برنامج "لي فات مات" بهدف إرضاء والتأثير وتتضمن:

5-1- أساليب عقلية: هي الوسائل التي تخاطب وتستهدف العقل وتكون عبارة عن حجج وأدلة وبراهين.

5-2- أساليب عاطفية: هي الأساليب التي تؤثر على عاطفة الإنسان أي تخاطب وجدانه وتثير إحساسه ومشاعره.

5-3- أساليب تخوفية: هي إثارة الخوف في نفسية الأفراد من اجل دفعهم إلى تغيير السلوك.

6- فئة القيم: هي المكتسبات والمميزات التي يعمل برنامج "لي فات مات" على غرسها في الجمهور من اجل تغيير أنظمتهم النفسية والاجتماعية، حيث صنفناها إلى قيم ايجابية وسلبية.

6-1- القيم الايجابية: هي القيم التي تظهر فيه القضايا الاجتماعية المطروحة في البرنامج بصورة ايجابية ومن أهمها:

- القيم الدينية: كالصدق، الرحمة، الخير، الصدقة.

- القيم الاجتماعية: كالبذل، التضحية، التعاون، التكافل الاجتماعي، الإيثار.

- القيم الشخصية: كالصبر، الشجاعة، الحكمة، الثقة بالنفس.

6-2- القيم السلبية: و هي القيم التي يظهر فيها أفراد المجتمع بصورة سلبية مثل: الكذب، الاستغلال، الخصام، القذف، الظلم...

7- فئة الأهداف: المقصود منها الغاية وراء طرح مواضيع المضمون محل الدراسة والنتائج المراد تحقيقها

مثل:

- كشف الحقائق.

- التوعية.

- التثقيف.

- التهويل.

- إيجاد الحلول.

- الصلح.

- تشجيع العمل التطوعي والتضامني.

8- فئة الجمهور المستهدف: هم الأفراد المخاطبين من طرف البرنامج والمراد الوصول إليهم باختلاف

سماتهم ومستوياتهم وخصائصهم مثل: الوالدين، الأطفال، الأطباء، السلطات.

9- فئة وظيفة المضمون: تعني الدور الفعلي لمحتوى البرنامج على الأفراد والمجتمع، وبرز هذه الأدوار:

- النصح والإرشاد.

- الإخبار والإعلام.

- التفسير والتحليل.

- التوجيه.

10- فئة دافع الحضور: يقصد بها الرغبة والسبب الذي دفع بالضيف بالحضور إلى البرنامج، فهناك

العديد من الأسباب أبرزها: التسامح، التكريم، النصح، العتاب، التأنيب، التصالح، حل المشاكل، الاعتراف بالذنب.

11- فئة السمات والخصائص: هي مجموعة المميزات التي يتصف بها الأطراف الفاعلين من ضيف

ومستضيف. و تتمثل في السن والجنس والحالة المدنية.

- فئات الشكل (كيف قيل؟):

هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون محل الدراسة وتجييب على سؤال كيف قيل؟ وهي

احد أهم ركائز تحليل المحتوى.

1- فئة اللغة المستخدمة: يقصد بها اللغة المستعملة والمتحدث بها في البرنامج، وتصنف إلى:

- اللغة الفصحى.
- اللغة العامية.
- اللغة الفرنسية.
- المختلطة.

2- فئة القوالب الفنية: هي المادة المستعملة في البرنامج والتي تستخدم للترقية بين الأشكال والأنماط التي

تتخذها المادة الإعلامية، وتمثل في: حديث مباشر، وبرنامج تلفزيوني، حوار، مقابلة.

3- فئة أساليب تقديم البرنامج: هي مجموعة الطرق والكيفيات التي يتم بها تقديم مضمون وموضوع

البرنامج.

4- فئة لقطات التصوير: هي الفئة التي توضح نوع اللقطة إذا ما كانت قريبة أو بعيدة أو متوسطة في

البرنامج وذلك لإبراز الإشارات والملاحم التعبيرية للفاعلين في البرنامج.

5- فئة زوايا التصوير: هي الزوايا التي التقطت منها صور وأحداث البرنامج، منها: عادية، غطسية،

ضد غطسية.

6- فئة الألوان: هي مجموع الألوان المستعملة والظاهرة في لبرنامج من أجل تقديم صورة متكاملة، وتقسّم

إلى: ألوان ساخنة، ألوان باردة، ألون محايدة.

7- فئة الإضاءة: هي الفئة التي تحدد درجة الضوء ودرجات تغيره أثناء التقاط المشاهد وتصوير حلقات

البرنامج.

8- فئة المؤثرات: يقصد بها أصوات الفاعلين في البرنامج والموسيقى التي تكون في مضمون البرنامج من

أجل تدعيم الموضوع المطروح والتأثير في المشاهدين.

9- فئة الزمن: هي المدة الزمنية أو الوقت المستغرق في معالجة مواضيع برنامج الدراسة، وتقاس بالثانية

والدقيقة.

ب- وحدات التحليل:

و هي البرامج التي تم إخضاعها للتحليل في هذه الدراسة، وتمثل فيما يلي:

- **وحدة الكلمة:** تعتبر اصغر وحدات التحليل، وقد تكون رمزا وقد تكون مصطلحا. و تستخدم الكلمة كوحدة للتحليل في مواقف مختلفة منها دراسة المفاهيم السياسية والاقتصادية، والاجتماعية ومنها تحديد مستوى السهولة أو الصعوبة للمادة المقدمة.¹
- **وحدة العبارة:** هي وحدة من وحدات تحليل المضمون وقد تظهر من خلال جملة أو فقرة أو من خلال النص بكامله. و يمكن عدّها وحسابها في فهم موضوع النص أو البرنامج، فبعد عدّها وحسابها تسهل عملية التحليل.²

ج- قياس الثبات:

يقصد بقياس الثبات ان تكون النتائج التي تظهرها الأداة ثابتة بمعنى تشير إلى النتائج نفسها لو أعيد تطبيقها على العينة نفسها في نفس الظروف بعد مدة زمنية، فإذا لم تتغير النتائج بعد إعادة تطبيق الأداة ولا تختلف استجابة المبحوثين فهذا يعني ان الأداة ثابتة.³

لقياس الثبات في بحوث تحليل المضمون تستعمل بكثرة معادلة هولستي للاتفاق بين المحكمين (عدد الفئات التي اتفق عليها المحكمين على مجموع الفئات التي توصلوا إليها) ليكون الحكم على ارتفاع ثبات تحليل المحتوى إذا كان المعامل مساويا أو يفوق 0,85.⁴

$$R = \frac{N \times C}{1 + (N - 1) \times C}$$

لدينا:

عدد الفئات الإجمالي يساوي 167

¹-رشدي احمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية "مفهومه، أسسه، استخداماته"، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص321

²-احمد عياد، مدخل منهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص138

³-حنان بشتة، تعميم بوعموشة، الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، جامعة جيجل، المجلد 03، العدد 02، 2020، ص125-126

⁴-فضيل دليو، الصدق والثبات في البحوث الكيفية والكمية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 19، 2014، ص87

عدد المحكمين 03، أي:

قمنا بترميزهم كما يلي:

أ: جلولي مختار.

ب: مكناس مختارية.

ج: عيسى عبيدي نورية.

و بعد الترميز قمنا بحساب متوسط الاتفاق بين كل محكمين اثنين (أ- ب)، (ب- ج)، (أ- ج)، وكانت

النتيجة كالتالي:

$$90,0 = 167/151 = (\text{أ-ب})$$

$$99,0 = 167/166 = (\text{ب-ج})$$

$$91,0 = 167/152 = (\text{أ-ج})$$

$$C = \frac{0,90 + 0,99 + 0,91}{3} = 0,93$$

بالتعويض في معادلة هولستي نجد:

$$R = \frac{3 \times 0,93}{1 + (3 - 1) \times 0,93} = \frac{2,79}{2,86} = 0,97$$

بعد حسابنا للمعامل الثبات، توصلنا إلى النتيجة المعروضة أعلاه $R=0,97$ وهي نسبة عالية وتدل على

صدق والثبات الدراسة.

9- حدود الدراسة:

9-1- المجال الزمني:

كانت بداية هذه الدراسة منذ مناقشة العنوان محل الدراسة مع الأستاذة المشرفة بتاريخ 20/10/2021. ومنذ ذلك التاريخ ونحن نعمل على الإطار المنهجي والنظري معاً. و مع بداية شهر جانفي 2022 عملنا على جمع المراجع والدراسات المرتبطة بالموضوع وتصنيفها وترتيبها لتسهيل العمل بها، وبعد ذلك كان تركيزنا على تحديد عينة البحث ورسم الخطة وتصميم استمارة تحليل المضمون وكل ذلك كان في 11 فيفري 2022.

9-2- المجال المكاني:

للإجابة عن تساؤلات الدراسة والأشكال المطروح، قمنا بتحليل أعداد وحلقات مختلفة من برنامج لي فات مات هذا ما حدد مكان الدراسة وجعله ثابت ومستقر حيث تمثل في قناة الشروق العامة الحاملة للمادة الإعلامية الواجب تحليلها والمتمثلة في برنامج لي فات مات.

10- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1- المعالجة:

لغة:

كلمة مشتقة من الفعل عالج، عالج الأمر أي أصلحه عالج المشكلة، وعالجه علاجاً ومعالجته أي زواله ودواه.¹

اصطلاحاً:

هي مصطلح مأخوذ من الإعلام والذي يعني جمع وتخزين المعلومات وتحليلها ومعالجتها، ثم بثها في شكل أخبار وبيانات وصور وحقائق ورسائل وأفكار وأي تعليق يمكن ان يساعد على الفهم والتفاعل.²

¹ - هند عزوز، المعالجة الصحفية لانتفاضة الأقصى، رسالة ماجستير في الدعوة والإعلام، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2006، ص 05

² - نجاة علمي، المعالجة الإعلامية للجريمة في الصحافة الجزائرية الخاصة دراسة تحليلية وميدانية، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019، ص 8.

2-المعالجة الإعلامية:

اصطلاحا:

هي عملية كشف اتجاهات واستراتيجيات التغطية الإعلامية من قبل جهة ما باتجاه قضية ما. و هي تناول الصحفي لموضوعات معينة من خلال مضمون الرسالة الخاصة بهذه الموضوعات وطريقة تناول وعرض الرسالة من حيث محتواها وايضا الشكل الذي تظهر به هذه الرسالة.¹

التعريف الإجرائي:

هي كل الأساليب والأدوات التي يعتمد عليها الصحفي أو هيئة تحرير البرنامج لإخراجه في الصفة النهائية.

3-المشكلة:

اصطلاحا:

ظاهرة في حالة اضطراب وغموض وإبهام تستدعي الدراسة والبحث من اجل كشف الأسباب التي تقف وراء حدوثها من اجل فهمها وتصوير حل لها.²

4-المشكلة الاجتماعية:

اصطلاحا:

رفها بول هورتون أنها نتاج ظروف مؤثرة على عدد كبير من الأفراد تجعلهم يعدون الناتج عن الظروف المؤثرة عليهم غير مرغوب فيها ويصعب علاجها بشكل فردي إنما يتيسر علاجها من خلال الفعل الاجتماعي الجمعي.³ هي المواقف أو الظروف التي ينظر إليها أعضاء المجتمع باعتبارها مهددة لقيمهم، كما تعرف أيضا على أنها ظرف يؤثر في عدد كبير من الناس بطريقة غير مرغوبة.⁴

¹-سارة عتيبي، المعالجة الإعلامية لقضايا العنف الأسري في الصحافة الالكترونية، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الآداب، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2009، ص22.

²-جلال عزبول السناد، البحث العلمي وكتابته، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص108

³-معن خليل العمر، المشكلات الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008، ص19

⁴-سناء الخولي، أزمة السكن ومشاكل الشباب، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، إسكندرية، 201، ص149-150

التعريف الإجرائي:

هي مجمل القضايا والظواهر السائدة داخل المجتمع والتي تتطلب دراسة ومعالجة إعلامية ومن أهم هذه المشكلات الطلاق، الإدمان، عقوق الوالدين، المخدرات، التبني، السحر، الحرمان العائلي.

5-القنوات التلفزيونية:

لغة:

الرمح، هي الرمح الأجوف. و هي بمعنى مجرى الماء، يقال: فلان صلب القناة أي القامة.¹

اصطلاحا:

هي مظاهر الاتصال الحديثة التي اعتمدت أقمار البث الصناعية، وسيلة في إيصال رسائلها الإعلامية بشكل مباشر وآني وهي أكثر وسائل البث دقة وسرعة، لكونها تعتمد على تقنية الأقمار الصناعية والتكنولوجيا الحديثة في إيصال المعلومات للمشاهدين بشكل متنوع ومستمر على مدار الساعة.²

6- القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة:

التعريف الإجرائي:

هي تلك القنوات التي ظهرت في الساحة الإعلامية الجزائرية عقب إصدار قانون الإعلام لسنة 2012. والذي يقتضي بفتح قطاع المعى البصري أمام الخواص حيث تبنت هذه القنوات جملة من البرامج والمواضيع والمضامين المختلفة وتعتبر هذه القنوات تابعة للقطاع خاص، مع العلم أنها لحد الساعة مسجلة كقنوات أجنبية معتمدة للعمل في الجزائر، وذلك لعدم تحرير السلطات الجزائرية مجال البث في التلفزيون. ومن بين هذه القنوات قناة الشروق العامة التي تصدر المراتب الأولى والصدارة من حيث التغطية والمعالجة الاجتماعية.

¹ -محي الدين قوايدية، القنوات الفضائية العربي والبث المباشر الجزيرة العربية أنموذجا، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2011، ص ذ

² -عبدالله فتحي الظاهر، علي احمد خضر المعماري، اثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية قناة الشرقية عين العالم على العراق أنموذجا دراسة في النقد والتحليل ، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2013، ص29

7- البرنامج:

اصطلاحا:

هو شكل فني يجسد أفكار معينة تقدمها المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية للإنسان لإخباره بالأحداث والمعلومات التي تتعلق بمصالحه وإثراء ثقافته والترفيه عنه لكي يتكيف مع الواقع في استراتيجية واضحة المعالم مستندة إلى وقائع وأسس علمية معروفة ومنطلقة من حاجات الجمهور ورغباته.¹

8- برنامج لي فات مات:

إجرائيا:

هو برنامج اجتماعي يطل على الجمهور أسبوعيا كل يوم أربعاء على ساعة 21:00 يدرس حالات ومشكلات اجتماعية ويعمل على حلها وتقديم رسائل أمل ورسائل تسامح وتصالح من خلالها.

11- الدراسات السابقة:

1- الدراسة الأولى :

المشكلات الاجتماعية في برامج التلفزيون الخاص بالجزائر. دراسة تحليلية لقناة القهار والشروق العامة والنهار. جامعة مستغانم 2018/2017 أطروحة دكتوراه لطاهر حورية.

انطلقت الباحثة من الإشكالية التالية:

ما مدى التزام مضامين البرامج الاجتماعية محل الدراسة في القنوات الخاصة بالجزائر بالمسؤولية تجاه الأفراد ومبادئ وقيم المجتمع على أخلاقيات المهنة؟

و تفرعت هذه الإشكالية إلى مجموعة من التساؤلات التالية:

1- ما هي أهم المواضيع المتطرق إليها في البرامج الاجتماعية برنامج ما وراء الجدران، برنامج خط احمر،

برنامج خط برتقالي؟

2- ما هي معايير انتقاء القضايا المعالجة في البرامج الاجتماعية برنامج ما وراء الجدران، برنامج خط احمر،

برنامج خط برتقالي؟

¹- بدور عبد الوهاب المنير، توظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز القيم الاجتماعية للشباب الجامعي دراسة تطبيقية على برنامج أوراق شبابة على تلفزيون الشروق من 2013-2014، رسالة ماجستير، جامعة الرباط الوطني، 2016، ص 6 7

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

4- ما هي الآليات المستخدمة في معالجة المواضيع الاجتماعية؟

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

6- ما هي القوالب الصحفية التي تعالج بها القضايا الاجتماعية؟

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

المنهج المتبع: المنهج الوصفي التحليلي وذلك لوصف وتحليل مضمون البرامج الاجتماعية محل الدراسة قصد الوقوف على مختلف القضايا المطروحة للنقاش والآليات المعتمدة لمعالجتها ودور الفاعلين فيها واستنباط أهم القيم والأهداف.

الأداة المستخدمة: استمارة تحليل المضمون.

أوجه التشابه:

تشارك دراستنا مع هذه الدراسة في المتغير الثاني، ونوع البرامج المختارة برامج اجتماعية، وكذلك في نوع وموضوع وأداة الدراسة.

أوجه الاختلاف:

اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في عدد البرامج المحللة، حيث عملت على تحليل ثلاثة برامج في ثلاثة قنوات مختلفة، إما في دراستنا قمنا بتحليل برنامج واحد في قناة واحدة.

الاستفادة من الدراسة:

مكنتنا هذه الدراسة من الاستفادة في متغير المشكلات الاجتماعية وكذلك في الجانب التطبيقي.

توصلت الباحثة من خلال تحليل هذه البرامج إلى النتائج التالية:

1- تركز البرامج محل الدراسة في المرتبة الأولى بنسبة 40% على قضايا فك الرابطة الزوجية من طلاق وخلع ومشاكل التي تنجم عنها ضياع الأبناء وتششتهم، ثم الظواهر التي تعتبر دخيلة على المجتمع الجزائري كالزواج الإلكتروني من الأجانب ومعاناته. كما أن معظم الحالات هم نساء والمعروف أن المرأة هي الأكثر شكوى

وتتحكم فيها العاطفة أكثر من العقل خاصة في العلاقات الأسرية، والرجال اقل جرأة من الظهور أمام الملا ورد مشاكلهم.

2- ظهور الأفراد في البرامج محل الدراسة راجع إلى مرافقتهم وقناعتهم الشخصية وهذا ما نلمسه من خلال أسئلة مقدمي البرامج للحلة محل النقاش عن رغبتها في الظهور الشاشة أو لا. أما في بعض المواضيع يمنع إظهار الشخص دون اخذ رغبته بالظهور أمام الشاشة بعين الاعتبار وذلك في حالات الاغتصاب وخاصة القصر الشذوذ الجنسي.

3-ولشد الانتباه وإيجاد الحلول ولو نسبية لمختلف المشاكل الاجتماعية المطروحة في البرامج محل الدراسة يلجا القائمون عليها إلى الاستعانة بخبراء في مجالات معينة "أمام، محامي، طبيب نفسي" وهم يقدمون نصائح وتوجيهات تركز في غالبيتها على العاطفة، هذا ما يفسر على أن المجتمع الجزائري شفهي وعاطفي أكثر من عقلاي .

4-يعاب على هذه البرامج في كثير من حلقاتها تغييب طرف على حساب طرف آخر بنسبة 80% أي أن القصة تسمع من طرف واحد ويتم الحكم على أساس أقواله وهذا منافي لقيم العدالة، وان وجد الرد في بعض الحالات مدة بث الرد لا تعادل مدة بث الاتهام.

5-الترويج إلى قيم التسامح بين المتخاصمين والنصح والتوعية والتعاون.

6-تسليط الضوء على النواحي سوداوية في المجتمع الجزائري والبحث في أسبابها وخلفياتها للحد منها وتوعية الأفراد بأهمية العلاقات الأسرية الروابط الاجتماعية .

7-سعي إلى توعية الشباب ودعوة السلطات الرسمية والمجتمع المدني والمختصين الكل في مجاله وكافة الأفراد لتكثيف الجهود من اجل التصدي للمظاهر السلبية

8-يراعي مقدمو البرامج محل الدراسة انتقاء ألفاظهم في مناقشة المواضيع الحساسة هذا بالنسبة لبرنامج خط احمر وبرنامج ما وراء الجدران، أما مقدم برنامج الخط البرتقالي فجرأته اندفاعية تجعله يقفز إلى ألفاظ صعب تداولها في وسائل الإعلام السمعية البصرية لما لها من خصوصية الصورة والتوجه لجميع الشرائح المثقفة والأمية والكبار والصغار.

2-الدراسات الثانية :

كانت بعنوان المعالجة الصحفية لازمة المالية العالمية سنة 2018 من خلال صحيفتي "الخبر" و"المجاهد". دراسة تحليلية مقارنة لطالبة جميلة سعيد، شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر3، سنة 2011 / 2012.

طرحت فيها الباحثة الإشكالية التالية:

ما هي طبيعة تناول الصحفي لازمة المالية العالمية من خلال صحيفتي "الخبر" الناطقة باللغة العربية والتابعة للقطاع الخاص. و "المجاهد" الناطقة باللغة الفرنسية والتابعة للقطاع العام خلال سنة 2018؟ وهل تباين اللغة والقطاع المنتمية إليه الصحيفتين الجزائريتين اثر على شكل ومضمون المادة الإعلامية المتعلقة بالأزمة المالية الإعلامية؟

واندرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

- 1-هل كشفت كل من "الخبر" و صحيفة "المجاهد" اليومييتين مضمون الأزمة المالية العالمية سنة 2008؟
- 2-هل اختلفت الأنواع الصحفية في تناول الأزمة المالية العالمية في الصحيفة الواحدة وفي كلتا الصحيفتين؟ وهل اللغة والقطاع المنتمية إليه اثر في ذلك؟
- 3-ما هي القيمة التي أعطتها الصحيفتان لازمة المالية العالمية من حيث الموقع، العناوين، النصوص الصور؟

4-ما هو موقف الصحيفتين من الأزمة المالية لسنة 2008؟

المنهج المتبع: منهج تحليل المحتوى أو المضمون والمنهج المقارن. و ذلك لان الدراسة تحليلية مقارنة أي يقوم بتحليل المضامين والظواهر الاقتصادية في المجتمع، والمقارنة بين الصحيفتين "الخبر" و "المجاهد" لمعرفة أوجه التشابه والاختلاف.

الأداة المستخدمة: الملاحظة والتقنية الإحصائية.

أوجه التشابه:

- العلاقة التي تربط هذه الدراسة بدراستنا الموسومة بمعالجة الإعلامية للمشكلات الاجتماعية عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تتمثل في :

- نوع وموضوع الدراسة فكلينا قمنا بمعالجة ودراسة تحليلية.

- المنهج المعتمد منهج تحليل المضمون، وأداة جمع البيانات الملاحظة.

أوجه الاختلاف:

تكمن أوجه الاختلاف بين الدراستين في أداة جمع البيانات التقنية الإحصائية وطريقة التحليل، مجتمع البحث.

كما إننا نقوم في دراستنا بملامسة الواقع الاجتماعي إما هذه الدراسة فقد مست الواقع الاقتصادي.

الاستفادة من الدراسة:

استفدنا من هذه الدراسة في تصميم استمارة تحليل المضمون وأيضا في الجانب المنهجي.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة هي:

1- إن الصحف من أهم الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور المتلقي ويتقي منها اغلب الأخبار وتطور الأحداث في المجتمع، وأن الأزمات جزء هام من هذه الأحداث ولها نصيب في المعالجة في الصحافة المكتوبة.

2- كلتا الصحيفتين لم تبدي اهتماما كبيرا بالأزمة إلى في السداسي الثاني من سنة 2008.

3- اختلاف الأشكال الصحفية حول الأزمة المالية العالمية في الصحيفتين الخبر والمجاهد بنسبة 86,25% لصحيفتين معا.

4- توسعت كلتا الصحيفتين الخبر والمجاهد في الكشف عن الظاهرة بالتعريف بها وبأبعادها وبأطرافها الفاعلين رغم كبر حجمها.

5- تشارك الصحيفتين في تحديد مظاهر الأزمة المالية العالمية، وذلك بذكر نفس الأسباب تقريبا من بينها مظهر تراجع في النمو، انخفاض أسعار البترول.

6- إن القطاع المنتمة إليه صحيفة الخبر وصحيفة المجاهد أي القطاع الخاص والقطاع العام واللغة المستعملة العربية والفرنسية لها تأثير على مضمون الصحيفتين، وان حجم الأزمة والاضطرابات الاقتصادية العالمية سنة 2008 من جهة أخرى على مضمونها أيضا .

7- أبرزت الصحيفتان الخبر والمجاهد العوامل المختلفة المسببة للازمة المالية العالمية سنة 2008.

12- المقاربة النظرية للدراسة:

1-12 نظرية التأطير الإعلامي:

تعد نظرية 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 منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا.

فالإطار الإعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة.

الإطار الإعلامي لقضية ما يعني انتقاء معتمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة وتحديد أسبابها وتقييم أبعادها وطرح حلول مقترحة بشأنها .

و يحدد انتمان 4وظائف لتحليل الإطار الإعلامي هي:

1-تحديد المشكلة أو القضية بدقة.

2-تشخيص أسباب المشكلة.

3-وضع أحكام أخلاقية.

4-اقتراح سبل العلاج.

ومن فروض هذه النظرية نذكر:

- ان الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهاً في إطار يحددها وينظمها

ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.¹

¹ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص348 349

- ان الطريقة التي تنظم وتصنف وتقدم بها وسائل الإعلام الأحداث تؤثر في أفكار وردود أفعال الجمهور عليها.¹

و يتحكم في تحديد الإطار الإعلامي خمسة متغيرات أساسية هي:

1- مدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام.

2- نوع مصادر الأخبار.

3- أنماط الممارسة الإعلامية.

4- المعتقدات الإيديولوجية والثقافية للقائمين بالاتصال.

5- طبيعة الأحداث ذاتها.

المكونات الأساسية للإطار الإعلامي هي:

- البناء التركيبي "الشكلي" للقصة الإخبارية .

- الفكرة المحورية.

- الاستنتاجات الضمنية.²

12-2 عناصر الإطار الإعلامي:

يعتبر انتمان أن العناصر الأربعة في العملية الاتصالية هي: القائم بالاتصال " الصحفي"، النص، المتلقي، الثقافة.

أ- القائم بالاتصال " الصحفي":

قد يقدم عن عمد أو غير عمد أحكاما من خلال أطر تحكمها تسمى schmeata تنظم قيمته ومعتقداته ويمارس دورا هاما في بناء تشكيلة الأخبار من حيث الاختيارات اللغوية والاقتباسات التي تعود للتأكيد على عناصر أو جوانب معينة في القصة الخبرية.

¹ - فلك نصيرة، مقال متاح على الموقع: www.academia.edu تم الاطلاع عليه يوم 2022/06/03 على الساعة 16:34

² - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 349 350

و يؤطر الصحفيون القصص الخبرية من خلال اختياراتهم التي يقومون بها أثناء كتيبتهم وتحريرهم لتلك القصص وهذه الاختيارات تؤثر بدورها في الطريقة التي يفسر القصص من خلالها.

يرسم الصحفيون أنماط أو أطر تصب معرفيا في المناقشات العامة وتؤثر في مستوى معلومات الأفراد وهذا يتم من خلال الاختيار الانتقائي لتغطية جانب أو الجانبين كليهما لحدث أو قضية ما، مع وضع تفسير مبسط للأحداث والقصص أو من خلال تغطية أكبر لقضية واحدة على حساب أخرى، وهم محكمون بدورهم بالأطر التي تنظم أنساقهم المعرفية والضغط المهنية التي يعملون في ظلها مثل: ضغوط السيطرة والملكية والتمويل والتي تحدد السياسة التحريرية بالإضافة إلى ضغوط المساحة وسرعة العمل الإعلامي .و المشكلة التي تحدث في عمل التحرير اليومي تتعلق بعملية الإدراك الانتقائي التي تقود إلى أطر بديلة تصطبغ بالأيديولوجية عن أو عدم وعي بذلك.

تؤثر المصادر الإخبارية في الكتابة الصحفية، حيث يعتمد الصحفيون عليها في الموضوعات القصصية ومضمونها، كما إن اختيار المصدر قد يعكس الأحكام الفردية أو العوامل المؤسسية والتنظيمية. كما إن الصحفيون ومصادرهم يعززون إبراز القضية في الأجندة الإعلامية من خلال تغيير الإطار.¹

وإن المغزى المحتمل المرتبط بطبيعة الحدث الإخباري يجعل التأطير ممكنا على مستويات متعددة. كما أن الاختلاف في التغطية ينتج عن اختلاف القيم الشخصية والمهنية للصحفيين الذين يعملون في غرف الأخبار.

ب-النص:

يتضمن الأطر التي تبرز من خلال حضور أو غياب كلمات أساسية وتراكيب معينة وصور نمطية ومصادر المعلومات والجمل التي تتضمن حقائق وأحكام معينة.

ج-المتلقي: قد يعكس تفكير المتلقي واستنتاجاته الأطر في النص ونية أو قصد التأطير لدى القائم بالاتصال وقد لا يعكس.

د-الثقافة: هي مجموعة من الأطر المشتركة المقدمة في خطاب الأفراد أو تفكيرهم في جماعة اجتماعية معينة وهي كما عرفها انتمان مجموعة من الأطر التي يتم الاستشهاد بها ومن الممكن أن تعرف امبريقيا بأنها مجموعة من الأطر الشائعة التي تظهر في خطاب وتفكير معظم الناس أو جماعة اجتماعية معينة ويذكر الأخير أن التأطير في

¹ زينب عبد العظيم الواحد، محاضرة بعنوان نظرية التأطير الإعلامي، جامعة المنيا كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، متاحة على الموقع

العناصر أو المواقع الأربعة يتضمن وظائف متشابهة هي : الاختيار، الإبراز، وتستخدم تلك العناصر لبناء الجدل حول المشكلات ومسبباتها، وانتهاء بتقييمها وتقديم حلول لها.

بصفة عامة تعتبر وسائل الإعلام مشاركا نشيطا في اختيار وتأطير العالم، حيث تنقل ذلك الاختيار من خلال ممارسات ثقافية، وتمثل تشكيلات اتصالية لتطور الخطاب مؤدية ذلك بطرق تبني على أسس عمليات نفسية لغوية مهمة في المعرفة الإنسانية.¹

12-3 آليات وضع القضايا في إطار إعلامي:

- الآلية الانتقائية: و هي الركيزة الأساسية لوضع الأطر الإعلامية، حيث تركز هذه الآلية على بعض الجوانب دون غيرها تأويلا للحدث.

- آلية الإبراز: و تعكس قيام وسائل الإعلام بنوع من الاختيار، حيث يتم اختيار بعض الجوانب والتركيز عليها لتضلل باقية في الأذهان من خلال التكرار، أو الربط بينها وبين الرموز الثقافية مما يطرح في النهاية قراءة معينة للحدث وتفسير الواقع وتقييمه.

- آلية الاستبعاد: تنطوي هذه الآلية على إغفال بعض المعلومات سواء عن قصد أو غير قصد، وهي الوجه المقابل للآلية الاقناعية.

إضافة إلى آليات أخرى تحدد الإطار قدمها tan kard وهي: العناوين الرئيسية، العناوين الفرعية، الصور الفوتوغرافية، التعليقات على الصور الفوتوغرافية، المقدمة، المصادر، الاقتباسات، سمات الطباعة للنص الإحصاءات والرسوم البيانية، الخاتمة.²

¹ - زينب عبد العظيم الواحد، المرجع سبق ذكره

² - نجاة علمي، المعالجة الإعلامية للجريمة في الصحافة الجزائرية الخاصة دراسة تحليلية وميدانية، مرجع سبق ذكره، ص 57

الإسقاط النظري:

إن برامج الاجتماعية في الجزائر لم تأخذ حصتها في فضاء الإعلام العمومي هذا ما دفع بالقطاع الخاص والقنوات الخاصة إلى اغتنام الفرص المتاحة لها، ومن بين هذه القنوات قناة الشروق العامة التي عملت على كسب ثقة وتأييد الجمهور والحفاظ على رتبها وتصنيفاتها، حيث خصصت حيز وإطار جديد لطرح القضايا الاجتماعية المتمثل في برنامج لي فات مات الذي يهتم بمعالجة المشكلات الاجتماعية وفق أطر جديدة تستند على قواعد ومبادئ لا يمكن تجاوزها من أجل توسيع وتفعيل دور وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات لدى الأفراد وكذلك بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي ينقلها هذا البرنامج للمجتمع ودراسة القائم بالاتصال ومعتقداته الإيديولوجية والثقافية التي يطرحها في هذا البرنامج ويراها مناسبة من وجهة نظره كما يدرس الأوضاع الاقتصادية والسياسية المحيطة به.

حيث عمل برنامج لي فات مات على تحديد المشكلات والأحداث والقضايا المراد عرضها، مع كشف مصدرها ومنبعها كل هذا في قالب إعلامي مناسب لهذه المواضيع من أجل مخاطبة أفراد المجتمع وترك انطباعات وقيم في الجمهور المشاهد ودعوته للاستجابة لمثل هذه البرامج، كما يجب مراعاة وظائف الإطار الإعلامي التي يفرضها على قواعد بث البرنامج والمتمثلة في احترام عادات وتقاليد وثقافات المجتمع عند معالجة المشكلات الاجتماعية كالإدمان والاعتصاب والسحر.. الخ أي التي تصنف إلى طابوهات، واحترام فئات المجتمع باختلاف سماتهم وخصائصهم ومميزاتهم بانتقاء المواضيع والكلمات والعبارات المتحدث بها سواء من طرف القائم بالاتصال أو من طرف الفاعلين الآخرين باعتبارهم همزة وصل بين الأفراد والمجتمع والوسيلة الإعلامية.

أسهمت دراستنا للمشكلات الاجتماعية ومعالجتها في قناة الشروق العامة في إبراز عدة أطر درستها الوسيلة الإعلامية بكل عناية وخصوصية. من بين هذه الأطر نذكر ما يلي:

أطر دينية: من خلال تأثير في الفاعلين وتقديم حلول استنادا على شواهد من القرآن والسنة.

أطر قانونية: من خلال طلب يد العون من السلطات والقانون والحرص على تذكيرهم بتطبيق الإجراءات اللازمة.

أطر اجتماعية: من خلال معالجة المشكلات الاجتماعية المعاشة في الوسط الاجتماعي الجزائري.

أطر شخصية: من خلال اكتساب قيم وسلوكيات جديدة.

قدمت دراستنا هذه طرق وكيفيات استخدام الإطار الإعلامي في المعالجة والتغطية الإعلامية ذات الاتجاه الإنساني والاجتماعي نظريا وتطبيقيا للقناة الشروق العامة ولما هل من دور كبير وقوي في التأثير على آراء واتجاهات الأفراد والمجتمعات.

الجانب النظري

الفصل الاول: التلفزيون والقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.
تمهيد.

- 1- ماهية التلفزيون وتأثيراته الايجابية والسلبية على المجتمع.
 - 2- نشأة وتطور التلفزيون في الجزائر.
 - 3- القنوات التلفزيونية الخاصة.
 - 4- اسباب ظهور القنوات الجزائرية الخاصة.
 - 5- الاعلام الفضائي الجزائري الخاص وواقع القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.
 - 6- بطاقة فنية لقناة الشروق العامة.
- خلاصة.

الفصل الثاني: رؤية البرامج التلفزيونية للمشكلات الاجتماعية.

تمهيد

- 1- مفهوم وانواع البرامج التلفزيونية
- 2- اشكال البرامج التلفزيونية
- 3- اساليب تقديم البرامج التلفزيونية
- 4- ماهية المشكلات الاجتماعية "مفهوم واسباب"
- 5- محاكاة المشكلات الاجتماعية
- 6- خصائص وتصنيف المشكلات الاجتماعية
- 7- مفهوم وانواع المعالجة الاعلامية.
- 8- العوامل المؤثرة في المعالجة الاعلامية.

خلاصة

الفصل الاول: التلفزيون والقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

تمهيد.

1- ماهية التلفزيون وتأثيراته الايجابية والسلبية على المجتمع.

2- نشأة وتطور التلفزيون في الجزائر.

3- القنوات التلفزيونية الخاصة.

4- اسباب ظهور القنوات الجزائرية الخاصة.

5- الاعلام الفضائي الجزائري الخاص وواقع القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

6- بطاقة فنية لقناة الشروق العامة.

خلاصة.

تمهيد:

تشهد الجزائر كغيرها من الدول في العالم تغيرات على مستوى وسائل الإعلام والاتصال وتطور التقني خاصة التلفزيون، فمع تقدم التكنولوجيا وانتشار الأقمار الصناعية ظهرت محطات بث وما يسمى بالفضائيات انطلاقا من الفضائيات العامة وصولاً إلى الفضائيات أو القنوات الخاصة، والتي أصبحت تقدم مختلف البرامج والتي تحتوي بدورها على مختلف المضامين حيث شملت جميع المجالات خاصة المجال الاجتماعي، كما تضمنت مختلف القضايا والمشكلات الاجتماعية، وقناة الشروق العامة إحدى أهم هذه القنوات والتي إهتمت بتسليط الضوء على أهم المشاكل التي يعاني منها الشباب الجزائري

1- ماهية التلفزيون وتأثيراته الايجابية والسلبية على المجتمع.

1-1 التلفزيون "مفهوم، مميزات":

1- مفهوم التلفزيون:

لغة :

مكون من مقطعين : télé : معناه عن بعد.

Vision : معناه الرؤية أي الرؤية عن بعد.

اصطلاحا:

هو طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار الاصطناعية.¹

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الإعلام الجماهيرية التي استفادت من الثورة التكنولوجية في ميدان الإعلام والاتصال، وذلك لما لهذه الوسيلة من قدرة على التأثير والتغيير للمواقف والاتجاهات، ولما تنفرد به من قدرة على الاستحواذ على قطاع واسع من الجمهور ولاكتساحه مختلف مجالات الحياة الإنسانية، فيعتبر إحدى أهم مصادر الثقافة والمعرفة إضافة إلى القدرة في نقل المعلومات من حيث التركيبة الثلاثية: نص + صورة + صوت.²

يعتبر التلفزيون وسيلة إعلامية، له قدرة على تغطية الأحداث وقت وقوعها، وتقديمها في مشاهد متكاملة لتحكي ما يحدث في أنحاء العالم بلغة بصرية مفهومة تزداد واقعية بلونها الطبيعي، وصوتها الأصلي، وحركتها التي تجذب انتباه المشاهدين أكثر من أي شيء، مما يجعلها تؤثر في نفسية المشاهدين من مختلف الأعمار والثقافات والأجناس.³

¹- محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال دراسة النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، ص31

²- فضة عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال "الوسائل، النماذج، النظريات"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2017، ص72،

³- محمد معوض، بركات عبد العزيز، فن الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، القاهرة، ص63

ب- مميزات التلفزيون:

- يتميز التلفزيون بعدة خصائص ومميزات نذكر منها:
- وسيلة سمعية بصرية للاتصال بالجمهور عن طريق بث برامج معينة.
- لا يتطلب أي جهد عقلي ويتميز بجاذبية العرض وأنية الحدث وتوفير الراحة النفسية للمشاهد.
- يمتلك كل مستلزمات الإقناع والتفاعل والنفوذ إلى وعي الإنسان.¹
- يمكن مشاهدته والاستماع إليه أثناء القيام بأعمال أخرى، كما يعطينا حرية الاختيار بين القنوات.
- تخطي حاجز الزمان والمكان.
- مجال التغطية التلفزيونية محلي وإقليمي وعالمي عبر الأقمار الصناعية.
- يتميز بجيادته على أكبر جمهور.²
- القدرة على الإقناع والتأثير والسيطرة.
- هيكله خيال الفرد والجماعة والتحكم في الرأي العام.
- الاستجابة الفورية للأحداث.
- جذب اهتمام المشاهدين والعمل على إثارة اهتمامهم.
- تقديم المعلومات والأفكار والأنماط السلوكية في صورة واقعية حية أقرب إلى مدارك المشاهد.³

¹-مرشد عبد صافي، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2017، ص98

²-جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال "الوظائف، الهياكل، الأدوار"، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، 2010، ص116

³-عبد الناصر عزوز، اثر البث الفضائي التلفزيوني في تغيير القيم الأسرية، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع الثقافي، جامعة الجزائر 2، 2011،

1-2 الآثار الايجابية والسلبية على المجتمع:

أ- الايجابية:

- تعليم القيم والأخلاق الحميدة.
- تعزيز وتقوية الثقافة.
- اكتشاف المعلومات العامة والعلمية واكتساب المهارات.
- الترفيه عن النفس .
- تعليم التحدث.

ب- الآثار السلبية:

- تعليم المشاجرات واستخدام الألفاظ البذيئة.
- تعليم العنف وشد الأعصاب.
- تقليد العادات السيئة .
- إثارة الغرائز الجنسية.
- التأثير السلبي على النظر .
- تقليل رغبة الأطفال في الدراسة.¹

¹-مُجدّ صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال دراسة النشأة والتطور، مرجع سبق ذكره، ص33-34

2- نشأة وتطور التلفزيون في الجزائري:

ظهر التلفزيون في الجزائر لأول مرة في 24 ديسمبر 1956 بمحطة إرسال فرنسية تعبر عن قيم وأفكار ومواضيع فرنسية،¹ تابعة للمؤسسة الأم بباريس وقد كانت تعتبر فرع مكمل لإذاعة التلفزيون RTF. حيث كان التلفزيون آنذاك مصمم لخدمة السياسات الاستعمارية لفرنسا وفق مخططات إدارية تهدف من خلال هذه الوسيلة إلى نشر ثقافة الهيمنة وتكريسها والتصدي للنضال السياسي الوطني.²

حيث كانت في البداية مصلحة بث محدودة الإرسال، فاقصر البث على المدن الكبرى للجزائر فقط وهي العاصمة، قسنطينة، وهران لكن الإعلام ظل بعيدا عن الفرد الجزائري يتحكم فيه الاستعمار فقط إلى غاية 28 أكتوبر 1962 حيث قام المختصون التقنيون بالتركيز على التكوين لضمان السير الحسن للتلفزيون. في السنة الموالية تأسس التلفزيون الجزائري، حيث اهتمت الجزائر بهذا القطاع وخصصت أكثر من 310 ملايين دينار لتجهيز التلفزيون والإذاعة. إلى غاية تأسيس المؤسسة الوطنية للتلفزة بناء على المرسوم الوزاري الصادر في 1987 وتنقسم أو تنظم ما يلي:

- المؤسسة الوطنية للتلفزة .

- المؤسسة الوطنية للإذاعة .

- المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزيوني.

- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري .

وبعدها أصبحت الجزائر تعرف تحولات كبرى أهم تحول كان في 1991 حيث جاء فيه :

- المؤسسة الوطنية للتلفزة العمومية ذات طابع تجاري.

- وظائف الخدمة العمومية للمؤسسة يحددها نظام المهام والذي يحدد واجبات المؤسسة وأهمها:³

¹- ثريا التيجاني، القيم الاجتماعية والتلفزيون في المجتمع الجزائري، دار الهدى للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص31

² - فتيحة شمالي، جمهور برامج التلفزيون الجزائري "دراسة ميدانية بحجى المحمدية"، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 2، 2011، ص67

³- محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال دراسة النشأة والتطور، مرجع سبق ذكره، 258

- حرية التعبير عن وجهات النظر في ظل احترام مبدأ العدالة، الشفافية، احترام توجيهات المجلس الأعلى للإعلام.

إضافة إلى تحولات أخرى، حيث أصبحت المؤسسة العمومية للتلفزة أهم جهاز إعلامي في الجزائر، تضطلع بمهام يحددها نظام مشروط، فيضمن التلفزيون التغطية عبر كامل التراب الوطني ليصل إلى كل شرائح المجتمع الجزائري من خلال تقديم برامج متنوعة ذات طابع وطني جزائري.¹

2-1-أسباب ظهور القنوات الجزائرية الخاصة:

سمحت الدولة بتجربة التعددية السياسية، أي عدة أحزاب تتنافس من اجل الوصول إلى الحكم من خلال تعديل الدستور الذي تم عام 1989 وذلك بسبب مشاهدته الجزائر من أزمات قوية، لذا أصبح التوجه نحو التعددية الحزبية أمر لا بد منه، حيث هناك من المفكرين من يرى أن هذا التحول أمر فرضه الواقع فهو عبارة عن تغير مرت به مختلف المجتمعات . كذلك من أهم أسباب ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة هو خنق الحريات الفردية والعامية والتضييق إلى درجة إلغاء حرية التعبير وفرض قوالب جاهزة وتأكيد أحادية متعسفة في كل شيء إضافة إلى التعسف في استعمال السلطة.

كذلك إحتكار الامتيازات وتصلب الجهاز البيروقراطي ما أدى إلى توسع الفجوة والمسافة بين الشعب وحكامه أي غياب الديمقراطية بصفة عامة.²

إلى أن اعتمدت الجزائر على التعددية الحزبية وحرية التعبير ثم حرية الإعلام عام 2012 والذي تضمن عدة نصوص من بينها فتح قنوات فضائية خاصة.³

¹- محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال دراسة النشأة والتطور، مرجع سبق ذكره، ص 258

²- بوحزام نوال. نعيمة مليكة، القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 6، ص 79

³- محمد بوضياف، الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني في الجزائر، دار المجد للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص 6

2-2- مراحل تطور الإعلام الجزائري:

1- المرحلة الاولى 1962-1965 :

هذه المرحلة رغم قصرها، فإنها كانت بمثابة الإرهاصات الأولى لإقامة إعلام وطني يستجيب لحاجيات المواطن والوطن، ويساهم كغيره من القطاعات الأخرى في مسيرة التنمية، واهم ما ميز هذه المرحلة هو العمل على تحرير مختلف وسائل الإعلام من السيطرة الفرنسية من حيث الملكية والإدارة والإشراف .

2- المرحلة الثانية 1965-1976 :

تميزت هذه المرحلة بإصدار مراسيم جديدة في مجال الإعلام، والغي العمل بالقوانين الفرنسية، التي كانت تنظم النشاطات الإعلامية، التي تم تمديد العمل بها بعد الاستقلال لأسباب ظرفية .

وفي سنة 1976 لم يكن هناك قانون للإعلام ينظم ممارسة الأنشطة الإعلامية بما في ذلك القطاع السمعي البصري، وهذا الفراغ القانوني كانت له انعكاس سلبية من غير شك على نشاط وسائل الإعلام، الأمر الذي جعل احد المختصين يصف هذه المرحلة بمرحلة "البيات الشتوي".

3- المرحلة الثالثة 1976-1990 :

شهدت هذه المرحلة بداية الاهتمام الفعلي بقضايا الإعلام ووسائله ومنها وسائل الإعلام السمعية البصرية، المؤسسات والهياكل السياسية والاقتصادية، وعرفت بداية الثمانينات مناقشة أول مشروع لملف السياسية الإعلامية في الجزائر منذ الاستقلال وتم تحديد مفهوم الجزائر للإعلام كبلد اشتراكي ينتمي إلى العالم الثالث وتم تحديد وظائف الإعلام كالتالي:

- التربية والتكوين والتوجيه.

- التوعية والتجنيد.

-التعبئة، الرقابة الشعبية، التصدي للغزو الثقافية.¹

¹ - محمد شطاح، الإعلام التلفزيوني "نشرات الأخبار، المحتوى والجمهور" دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، القاهرة/2007، ص 84-86

المرحلة الرابعة 1990-2003:

بدأت هذه المرحلة بصدور الدستور الجديد الذي نص على التعددية وحرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي وتميزت بظهور عشرات الصحف إلا ان التلفزيون بقي تحت ملكية ووصاية الدولة.¹

3-القنوات التلفزيونية الخاصة:

3-1: مفهوم القنوات التلفزيونية الخاصة:

القنوات الخاصة هي عبارة عن تلك القنوات الفضائية التي تخلت وابتعدت عن شمولية المضمون والمحتوى والمعتمد لتصب اهتمامها في فرع معين واحد وتتولد منه جزئيات، كالقنوات الرياضية المختصة في رياضة كرة القدم أو رياضة كرة اليد. إذن فالقنوات الخاصة أصبحت أكثر اهتماما واستيعابا لميول المشاهد ورغباته وتسعى إلى تحقيقها وتبليتها. فأصبح التلفاز أشبه بمعرض يتجول فيه الشخص ليختار ما يناسبه ويلبي رغباته وما يناسب معتقداته وأفكاره وهويته.²

تعرف ايضا بأنها تلك القنوات التي اخترقت الحواجز والحدود ووصل بثها إلى أرجاء العالم، وهي من أهم وسائل الاتصال الحديثة التي ساعدت على نقل الرسالة والمضامين للجمهور بصورة مواكبة للعصر.³

3-2: خصائص القنوات التلفزيونية الخاصة:

1-سعة الانتشار:

أصبحت القنوات الفضائية عاملا في إشباع البعد المعرفي والثقافي وصناعة الرأي العام والتوجيه، الفكري والسياسي للمجتمعات، مما ساهم في توسعها وانتشارها وتقدمها في الأداء مستحوذة على كم هائل من المتلقين بمختلف توجهاتهم من خلال الاعتماد على خصائص التلفزيون من صورة وصوت، ولهذا غدت الفضائيات مصدرا مهما في نقل المعلومات والمشاهد مما ساعد على انتشارها على نطاق واسع.⁴

¹ - محمد شطاح، الإعلام التلفزيوني "نشرات الأخبار، المحتوى والجمهور"، مرجع سبق ذكره، ص86 87

² - هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي دراسة أثرها على السلوك، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2005، ص37

³ - رابع صانع، الفضائية المتخصصة ونشر الثقافة الدينية لدى الشباب، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 3، 2011، ص33

⁴ - العززي وديع محمد، دراسات في استخدام وسائل الإعلام، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ط1، ص20

2- السرعة:

تتميز القنوات الفضائية بالسرعة في تغطية الأحداث والمناسبات وفي بث الأخبار ومتابعتها فالسرعة تشمل سرعة التغطيات وتدفق الأخبار والمعلومات لتمكين الجمهور من الاطلاع على التطورات والمستجدات أولاً بأول وتعود سرعة أداؤها ايضاً إلى التطور التقني الكبير الذي أتاحه دخول الأقمار الصناعية ميدان الإعلام مما مكنها من بث آلاف الصور التي تغطي الأحداث في مختلف أنحاء العالم بسرعة وجودة.

3- جاذبية العرض:

تدل مقولة " ليس من رأى كمن سمع" على جاذبية العرض التلفزيوني وسطوته، فهي تلخص وقع الصورة على المتلقي وقوة تأثيرها، فالصورة أضحت لغة عالمية بين الشعوب. ومن أهم أسباب جاذبية القنوات الفضائية التطور التقني للبث المباشر عبر الأقمار الصناعية وجمعها بين الصوت والصورة معاً، وتقوم جاذبية العرض ايضاً على عناصر مهمة أخرى منها: عنصر السرعة، الأنية، الريح السهل والسريع، المرح والتسلية، وهو ما يقيي القنوات على سطح الأحداث كثقافة قائمة على إشباع الحاجة.

4- سطوة المشهد:

تعتمد القنوات الفضائية في تقديمها على مختلف المحتويات والمضامين على قوالب وأطر فنية ومونتاجية متعددة وتقنية مبهرة جعلتها تمارس سطوة المشهد والإثارة الحسية على المتلقين فتمارس عملية تأثير هائلة على المتلقين بشكل مباشر وغير مباشر بالسلب والإيجاب، ومن هنا تأتي سطوة المشهد البصري والذي يساهم في تشكيل قناعات المتلقي وتكوين مواقف موافقه واللعب على عواطفه.¹

¹ -العززي وديع نُجْد، دراسات في استخدام وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 21 24

3-3 آثار القنوات التلفزيونية الخاصة:

1- الآثار الايجابية:

- الأخبار السياسية والاجتماعية، حيث ساعدت هذه القنوات المشاهد فرصة التعرف على الأنباء والأحداث العالمية لحظة وقوعها، والتعايش مع الحدث والخبر مباشرة بالصوت والصورة المتحركة.
- التعرف على ثقافات جديدة عن مجتمعات دول العالم، والتعرف على معلومات ربما ساعدت القنوات الفضائية على تلاقي الثقافات أو التفاعل بين ثقافات دول العالم.
- تساهم القنوات الفضائية في استغلال أوقات المشاهد والاستفادة من وقت فراغه بما يسمعه أو يشاهده من حوارات هادفة وبرامج مفيدة، ونصائح قيمة.
- تقدم القنوات الفضائية فوائد على المستوى الصحي والعلمي والديني والاجتماعي دون الحاجة إلى اتصال أو سفر.
- تكوين نظام تعليمي على المستوى الوطني لجزء من عملية التنمية الاجتماعية الشاملة.
- تؤكد القنوات الفضائية على أهمية الالتزام بالقيم التي يؤمن بها المجتمع وزيادة الإيمان في عقيدته.

2- الآثار السلبية:

- الآثار العقائدية: من خلال التشكيك في العقيدة، والترويج للقيم المادية وتحسين أنماط السلوك السائد في المجتمعات الغربية غير مسلمة، وإظهارها بأنها بلاد الحرية، ووصف العلم الإسلامي بالرجعية والتخلف.
- الآثار الثقافية: وتتمثل في الغزو الثقافي والفكري ومحاولة التغريب ومحاربة وتحديد الهوية الثقافية للمجتمع العربي، من خلال عرض معايير وقيم المجتمع الغربي.¹

¹ - مصطفى يوسف كافي، الإعلام الدولي وهيمنة الاتصالات الدولية، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، عمان 2021، ط1، ص167-169

- الآثار الاقتصادية: تتمثل في الترويج عن المنتجات الغربية من خلال الإعلانات وجعل المواطن العربي مستهلكا للمنتجات الأجنبية .

-الآثار الاجتماعية: بسبب إمكانية التلقي المباشر من القنوات الفضائية انعدمت فرص الرقابة والمنع من قبل الجهات الرسمية في الدول النامية، وتعذر عليها فرص الانتقاء والحذف من مضامين البرامج الوافدة الضارة بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية أو بالأسرة والتربية، والشباب.

-الآثار الأمنية: من خلال نشر القنوات الفضائية للمواضيع الجرائم والعنف تترك آثار سلبية وسيئة في حياة الشباب وعلاقتهم مع المجتمع والأسرة بصورة خاصة هذا ما يهدد امن واستقرار المجتمع.

-الآثار الصحية: تشجع هذه القنوات الشباب على السلوكيات السلبية كالتدخين، المخدرات، وشرب الخمر مما يؤثر سلبا على صحتهم.

-الآثار التعليمية: من خلال متابعة ومشاهدة هذه القنوات يكتسب الشباب عادة الكسل والخمول والتواكل على الآخرين والتكاسل عن القيام بالأعمال الموكلة إليهم، وصرفهم عن القراءة والاطلاع والمذاكرة.¹

4-الإعلام الفضائي الجزائري الخاص وواقع القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة:

4-1 الإعلام الفضائي الجزائري الخاص:

تعد القنوات الجزائرية الخاصة التي تملكها وتديرها رؤوس الأموال الجزائرية إحدى المعالم الحديثة للإعلام الجزائري، فظهرت هذه القنوات كنتيجة للتغيرات السياسية في الجزائر والوطن العربي ككل، خاصة بعد احتكار الحكومات للإعلام المرئي والمسموع، حيث عرفت الجزائر تدفقا هائلا في إطلاق القنوات الفضائية الخاصة فاستطاعت هذه القنوات جذب اهتمام المشاهدين من خلال ما تقدمه من برامج ومواضيع، حيث تسعى هذه القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة لمخاطبة جمهور محدد من خلال تقديم مواد إعلامية مناسبة لهم. تمثل هذه القنوات إحدى خطوات تطور الخدمات الاتصالية العالمية.²

¹-مصطفى يوسف كافي، الإعلام الدولي وهيمنة الاتصالات الدولية، نفس المرجع السابق، ص170- 171

²- هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي ، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ط1 ، 2006، ص102

4-2 واقع القنوات الجزائرية الخاصة:

تحدثت الإعلامية " نيلة " من الإذاعة الوطنية الناطقة بالفرنسية ل "العربي الجديد " عن واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة انه وبعد مرور بضع سنوات على انطلاق الفضائيات الجزائرية الخاصة ظهر تباين في عملية نقل الخبر وتغطيته وكيفية عرضه للمشاهد، والتباين بين هاته القنوات يكمن في نوعية الصورة المقدمة من الناحية الجمالية، وهناك فضائيات هدفها نشر أفكار معينة موجهة إلى فئة محددة من المجتمع، تستخدم لغة عامية مبسطة، وأخرى على العكس تبحث عن النخبة وتتميز بتنوع القضايا واللغة السليمة .

كما يرى الإعلامي "مُجدّ يزيد " إن تجربة الإعلام الخاص لا تزال متأخرة وبحاجة إلى التطور، سواء تعلق الأمر بالجانب التقني وجماليات الصورة، أو من ناحية الكفاءات في المجال الصحفي والتقديم.¹

5- بطاقة فنية لقناة الشروق العامة :

5-1 نبذة عن القناة :

انطلق البث التجريبي في عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي "الجزائر" حيث اتخذت من العاصمة الأردنية عمان مقرا لها، ولها مكتب معتمد بالجزائر، تبث القناة على نايل سات وعرب سات وهوتبيرد، أطلقت مؤسسة الشروق بداية من الأول نوفمبر 2011 البث التجريبي على نايل سات وجاءت هذه الانطلاقة في الذكرى 57 لاندلاع الثورة التحريرية والذكرى 11 لتأسيس يومية الشروق، فيما بدأت بثها الرسمي في 15 مارس 2012 تمتلك القناة مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني ومكاتب عالمية أخرى تمتلك قناة الشروق هذه القناة وجريدة الشروق ومجلة الشروق العربي .

5-2 معلومات حول القناة :

النوع : كل أنواع البرامج .

الشعار التجاري: "قناة كل العائلة " .

المالك: مجمع الشروق للإعلام والنشر.

المدير: رشيد فضيل.²

¹ - سعيد مراح، مُجدّ قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مرجع سبق ذكره، ص356
² - الموقع الالكتروني: http://tv . echorouk on line. Com /live، يوم 2022/05/27، على الساعة 22:32

تاريخ التأسيس: 6 مارس 2011 .

صيغة الصورة: HD

البلد : الجزائر .

اللغة : اللغة العربية، اللهجة الجزائرية .

المقر الرسمي: القبة الجزائر العاصمة.

مناطق البث: شمال إفريقيا

ساعات البث: 24/24 .

بث القناة: القمر الصناعي نايل سات .¹

¹ - الموقع الإلكتروني، [http://tv . echorouk on line. Com /live](http://tv.echorouk.onlive.com) ، مرجع السابق

خلاصة:

اثبت التلفزيون قدرته الهائلة والفائقة في جذب الانتباه والإثارة والاهتمام ومواكبته لأهم التغيرات الاجتماعية التي نشهدها حاليا في كل المجتمعات خاصة المجتمع الجزائري بالاعتماد على الأقمار الصناعية والبث الفضائي الذي خصص جزء ووقت كبيرين في نقل الأفكار والمعلومات إلى الجمهور عن طريق القنوات التلفزيونية الخاصة من خلال تقديم برامج هادفة وجادة لإنجاح الإعلام الفضائي وتطويره وذلك بمعالجة مختلف القضايا التي تهم الفرد والتي لطالما شكلت أمامه عائقا يهدف طرحها ومناقشتها ومحاولة إيجاد حلول لها .

الفصل الثاني: رؤية البرامج التلفزيونية للمشكلات الاجتماعية.

- 1- مفهوم وأنواع البرامج التلفزيونية
- 2- أشكال البرامج التلفزيونية.
- 3- أساليب تقديم البرامج التلفزيونية.
- 4- ماهية المشكلات الاجتماعية " مفهوم، أسباب".
- 5- محاكاة المشكلات الاجتماعية.
- 6- خصائص وتصنيف المشكلات الاجتماعية.
- 7- مفهوم وأنواع المعالجة الإعلامية.
- 8- العوامل المؤثرة في المعالجة الإعلامية.

تمهيد:

تعتبر المشكلات الاجتماعية من المواضيع التي ازداد الاهتمام بها خصوصا من قبل وسائل الإعلام حيث هناك قنوات تلفزيونية خصصت مساحة كبيرة لمعالجة العديد من المشكلات سواء كانت قضايا اجتماعية، اقتصادية، ثقافية من خلال برامج تلفزيونية تنقل مشاكل ومعاناة المجتمع للخوض فيها ومحاولة معالجتها عن طريق الحوار والمناقشات.

1- مفهوم وأنواع البرامج التلفزيونية:

1-1 مفهوم البرامج التلفزيونية:

يعرف البرنامج التلفزيوني بأنه فكرة أو عدة أفكار يجري صياغتها من حيث الشكل والمضمون بطريقة تسمح بتحقيق الأهداف المرجوة، باستخدام طرق وقوالب فنية معينة، معتمدة على الصوت والصورة بكافة تفاصيلها ومكوناتها، وهما عنصران أساسيان يستخدمهما الإنسان في التواصل والتفاهم مع الآخرين.

ويعرف انه احد القوالب الفنية الرئيسة التي يعتمد عليها التلفزيون في عرض المواد الإعلامية المختلفة، وقد ركزت هذه التعريفات على جوانب متعددة لتحديد عناصره، التي أشارت إلى نوعية هذه البرامج والموضوعات التي تناولها وطبيعتها ومضمونها ولأشكالها الفنية المستخدمة في إخراجها، وأحيانا توضح وظائفها التي تؤديها.

وفي هذا الإطار نعرض بعض التعريفات التي توضح مفهوم البرامج التلفزيونية:

البرنامج التلفزيوني هو عبارة عن " سيل متدفق من المواد المرئية والمتابعة صوتا وصورة وذات أنواع مختلفة ولا توجد أي مادة تلفزيونية خارج هذه الأشكال المتدفقة من المواد التلفزيونية".

يعرف كذلك " بأنه القالب الفني الذي تقدم من خلاله المواد الإعلامية وذلك لتحقيق الأهداف التي يسعى لتحقيقها سواء تثقيفية أو تعليمية أو ترويجية وغيرها من الأهداف".

و يذهب آخرون إلى تعريف البرنامج التلفزيوني بأنه كل مادة صورية أو صوتية تعرض عن طريق التلفزيون يوميا والتي تسعى إلى تحقيق هدفا معينا وموجهة إلى عينة من المشاهدين باستخدام رموز لغوية مناسبة وتنفرد بعنوان ولحن دال يميزها عن غيرها من البرامج.¹

¹ - محمود ياسين سعود الديلمي، التسويق الاجتماعي في البرامج الحوارية التلفزيونية، دار مجد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2021، ص 108 -

هو أيضا فكرة تعالج صوريا وصوتيا في التلفزيون، بوصفه وسيلة مؤثرة لها إمكانيات الرسائل الإعلامية وتعتمد على الصورة سواء أكانت مباشرة أم مسجلة، تتخذ قالب واضح ليعالج جميع جوانبها في مدة زمنية محددة.

كما ان البرنامج التلفزيوني هو فكرة تجسد باستعمال التلفزيون الذي يتوفر فيه كل إمكانيات الوسائل الإعلامية ويعتمد أساسا على الصورة المرئية، بتكوين وتشكيل المحتوى النهائي.

يمكننا القول ان البرنامج التلفزيوني هو تلك الأشكال المتنوعة ذات المحتوى المختلف التي تقوم الإذاعة بشقيها المسموع والمرئي بعرضها في أثناء وقت الإرسال لجمهور متنوع الأعمار والمهن والثقافة والميول والاتجاهات. و يعتبر البرنامج التلفزيوني "مجموعة مشاهد مصورة يصاحبها صوت، إلى مستقبل مشاهد، تريد ان تحقق أهدافا محددة، عبر معلومات عقلية ووجدانية تناسب ميوله ورغباته وقدراته العقلية، ترسل بأساليب وطرائق تبث الإمتاع والترويح فيه".

1- 2 أنواع البرامج التلفزيونية:

لقد تعددت التصنيفات لأنواع البرامج التلفزيونية، فهناك من صنفها على حسب الشكل، وآخر على حسب المضمون، وهناك من يدمج البعض منها مع الآخر إلا ان ما صار متعارفا عليه حاليا هو كالأتي:

- **البرامج الإعلامية الإخبارية:** و تتضمن نشرات الأخبار والبرامج السياسية والتقارير الإخبارية المصورة والمسموعة والتعليقات والتحليلات الإخبارية والمقابلات والأخبار الاقتصادية والرياضية وغيرها.

- **البرامج الثقافية:** وتتناول مواضيع الأدب والمسرح والسينما والمعارض والفنون وأوجه الحياة الثقافية المتنوعة وتهدف هذه البرامج إلى نشر الثقافة والآداب والتوعية والتثقيف.

- **البرامج الترفيهية:** وتشتمل على مجموعة البرامج الفنية والمسابقات والمنوعات والمسلسلات والأغاني والموسيقى وترمي إلى خلق جو من المتعة والترفيه والابتعاد عن ضغوط الحياة اليومية.¹

¹ - عادل عبد الرزاق الغريزي، احمد كريم السدحان، المناظرات التلفزيونية بين ايدولوجيا التوظيف السياسي والمواجهات اللفظية، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، 2021، ط1، ص86-90

- برامج المناقشات والمحادثات: و تنقسم على:

1- مناقشات مع شخصيات بارزة: وهنا يستضيف التلفزيون الشخصية التي تحقق رغبة المشاهد في التعرف على المشاهير عن قرب.

2- مناقشات موضوعية: ويتم استضافة الشخصية هنا ليس لشهرتها فحسب، بل لا تمتلكه من معلومات في الموضوع محل النقاش أي انه غالبا ما يكون من المختصين أو الخبراء.

3- مناقشات جماعية: وهذا يقوم عادة على توجيه الصحفيين الأسئلة الشخصيات السياسية وتوصف بأنها تخدم الشعب وأصبحت لها شعبية كبيرة وفاعلة كبيرة.

-برامج الأطفال: تعد برامج الأطفال من البرامج التي كثيرا ما تثير المناقشات بين القائمين والمهتمين بالشأن الإعلامي، وينبع ذلك من الأهمية التربوية التي ينبغي ان تتركها هذه البرامج في نفوس الأطفال، وتساهم في تنشئتهم، وإعدادهم للقيام بدورهم المطلوب في المستقبل.

- البرامج التعليمية: أثبتت التجارب جدوى التلفزيون لما يقدمه من برامج تعليمية تساعد المدرس في إيصال المعلومات وإيضاحها للدارسين، مما دعم التلفزيون في مجال التعليم ما توصلت إليه التقنيات من تطور ملحوظ واستثمار ذلك في البرامج التعليمية.

- البرامج الدينية: وتهتم البرامج الدينية بتغطية الأعياد والمناسبات الدينية والموضوعات الدينية وهي البرامج المهمة في تربية النشء على أسس سليمة.¹

¹-عادل عبد الرزاق الغريزي، احمد كريم السرحان، المناظرات التلفزيونية بين ايدولوجيا التوظيف السياسي والمواجهات اللفظية، مرجع سبق ذكره،

- **البرامج الاجتماعية:** يقصد بها البرامج التي تعالج وتقدم القضايا والموضوعات الاجتماعية المتنوعة والمختلفة في المجتمع كالأمر الأسرية وقضايا الشباب والآفات الاجتماعية وتقوم بوظائف التريبة في المجتمع وغرس مشاعر الانتماء للمجتمع .و تساعد فئات المجتمع المختلفة على إدراك المفاهيم واكتساب المهارات والخبرات وتنمية الاتجاهات وتقوم بتعديل السلوك الاجتماعي لدى الجمهور بما يتوافق وأخلاقيات وقيم المجتمع.

- **البرامج الاقتصادية:** هي البرامج التي تهتم بالموضوعات والأمر الاقتصادية في المجتمع منها التجارية والصناعية والزراعية وتقدم هذه البرامج معلومات وثقافة اقتصادية للمشاهد وتعرفه بالمنظمات المختلفة والأنظمة الاقتصادية وأهم المتغيرات التي تطرأ في عالم الاقتصاد.

- **البرامج الرياضية:** و يقصد بها البرامج التي تنقل الأحداث والنقاشات والتحليلات الرياضية، وتقدم الموضوعات الرياضية كبرامج خاصة أحيانا أو ضمن برامج إخبارية أحيانا أخرى، وهذا النوع من البرامج يحث الجمهور على النشاط الرياضي وتبرز آثاره على صحة الجسد والنفوس.

2- أشكال البرامج التلفزيونية:

1-**الشكل الاستدلالي:** يعتمد هذا الشكل أساسا على مقدم البرنامج، إذ يتوقف نجاح البرنامج على عدة خصائص في الشخصية التلفزيونية من القدرة على جذب الانتباه والقبول والألفة في الصورة والصوت وخصائص أخرى منها القدرة على عرض الموضوع ببساطة ووضوح.

2-**شكل المقابلة:** و هي شكل برامجي يجري تبادل للرأي والفكر ويعتمد هذا النوع من البرنامج لما لديه من ثقافة عالية وعلى شخصية ثقافية تتم معها المقابلة ليتبادلا الآراء والأفكار.

3-**شكل المنوعات:** و هو شكل من الأشكال التلفزيونية التي يؤثر على المشاهد لما تتميز بيه من حركة وتنوع وحيوية ويتضمن هذا الشكل فنون الموسيقى والغناء والمشاهد الدرامية الضاحكة.

4-**شكل المحكمة:** وهي من الأشكال المهمة في البرامج التلفزيونية التي تتطلع إلى معالجة الموضوعات أو القضايا التي لم تحسم ولم يتفق عليها الرأي العام ويستمد هذا الشكل اسمه من المحكمة.¹

¹ - محمود ياسين الدليمي، التسويق الاجتماعي في البرامج الحوارية التلفزيونية، مرجع سبق ذكره، ص 114-115

5- شكل البرامج الفيلمية: و هذا الشكل يعتمد على عنصرين أساسيان هما عنصر الفلم وعنصر المقدم الذي يقدم البرنامج ويقوم بربط موضوع الأفلام المعروضة ببعضها.

6- شكل المجلة التلفزيونية: وتعد من أشكال البرامج الحديثة وتتضمن أنواعا مختلفة من المواد التلفزيونية مثل الخبر والحوار والمناقشات والتقارير العلمية إذ تتنوع فقراته وتختلف وتمتاز بالخفة والبساطة والجاذبية.

7- شكل برامج المسابقات: و يعتمد هذا الشكل على تحقيق عنصر التنافس والمشاركة بين الجمهور والشاشة أي يتم استضافة الجمهور وإقامة المسابقات عن طريق توجيه الأسئلة إليهم وتقديم الجوائز للمتسابقين للابتعاد عن الروتين اليومي.

8- شكل المائدة المستديرة: و يقوم هذا الشكل من البرامج على مناقشة مجموعة من الأشخاص موضوع من الموضوعات وهدف هذا الشكل هدف تثقيفي يحاول إثارة تفكير المشاهد.

9- شكل جمهور المشتركين: ويقوم هذا الشكل على مقدم البرنامج وضييف ومجموعة من المشاهدين المتطوعين أو المختارين.

10- شكل الوصف أو الشرح: ويقوم هذا الشكل البراجمي على أساس عرض موضوعات مختلفة باستخدام وسائل وإيضاح لشرح موضوع معين.

3-أساليب تقديم البرامج التلفزيونية:

تعددت أساليب تقديم البرامج في القنوات الفضائية المتخصصة، والتي تسعى جميعها إلى تحقيق أهداف المضمون الإعلامي المتخصص، ومن أهم هذه الأساليب ما يلي:

1- أسلوب الحديث المباشر: يعتمد هذا الأسلوب في تقديم البرامج وطرح الموضوعات، عن طريق رد المعلومات، ويكون لشخصية المتحدث اثر كبير في تحقيق الحديث وأهدافه، بالإضافة إلى حسن الإلقاء وسلامة اللغة ووضوح الأهداف مثل البرامج التوجيهية والبرامج الإرشادية.¹

¹ - محمود ياسين سعود الدبلي، التسويق الاجتماعي في البرامج الحوارية التلفزيونية، مرجع سبق ذكره، ص 115

2- أسلوب الدراما: تعرف الدراما على أنها شكل فني مبني على فعل يستند إلى المحاكاة، وهو نمط قصصي تمثيلي، مما يجعلها من الأساليب الجيدة في تقديم وعرض البرامج، وكثيرا ما يستغل هذا الأسلوب في تقديم البرامج التعليمية والتثقيفية وبرامج التسلية والترفيه.

3- أسلوب المقابلات: و يعد أسلوب المقابلات من أكثر الأساليب الشائعة في برامج القنوات المتخصصة حيث تقسم المقابلات إلى ثلاثة أنواع رئيسة هي:

1-مقابلة الرأي: و يركز هذا النوع من المقابلات على استطلاع رأي المحللين والمختصين في الموضوعات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والرياضية والثقافية... الخ، وتكون شخصية المحاور من الخبراء المتخصصين في موضوع الحوار.

ب- بمقابلة المعلومات: ويستخدم في البرامج الإخبارية والوثائقية ويهدف إلى تزويد الجمهور النوعي بالمعلومات المتخصصة حول حدث اقتصادي أو سياسي أو علمي.

ج-مقابلة شخصية: ويعد هذا النوع من برامج الاهتمامات الإنسانية في القنوات الفضائية المتخصصة، إذ يتناول شخصية جذابة للجماهير أو مثيرة لاهتمامها، ويتضمن البرنامج نشأة هذه الشخصية . تطورها، سماتها اتجاهاتها، سلوكها.. أفكارها، وتتجه الأسئلة إلى التعمق في أعماق الشخصية بما يثير اهتمامات جمهور القنوات الفضائية المتخصصة المحبين والمتابعين لهذه الشخصية.

د-أسلوب المناقشات: ويهدف أسلوب المناقشات في البرامج المتخصصة إلى تبادل الآراء والمعلومات للوصول إلى حلول واقعية أو محتملة حول أسئلة مهمة أو مشكلة معينة، ويجدر بنا عدم الخلط بين أساليب المقابلات وأساليب المناقشات، فالهدف من أساليب المقابلات هو الحصول على المعلومات واستنباط الآراء بينما تستهدف أساليب المناقشات تبادل الآراء والمعلومات ويتخذ أسلوب المناقشات أربعة أنواع أساسية هي:¹

1-المائدة المستديرة: هي اجتماع حول مائدة داخل الاستديو من اجل تبادل الآراء ووجهات النظر في الموضوع المطروح من خلال الأسئلة التي توجه من قبل القائم بالاتصال، وهي من الأشكال التقليدية وأسهلها ويتم من خلالها معالجة المواضيع بعمق.²

¹ - حسين دبي الزويني، يسرى حمزة علي، المقابلات والتحقيقات في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار أمجد للنشر والتوزيع، ص103

² -عمر عبد الدايم، القنوات الفضائية وتطور الإنتاج التلفزيوني، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص322

2- الندوة الأفقية: و يعتمد هذا النوع من المناقشات على استضافة بعض الشخصيات المتخصصة التي لديها حلول واقعية قابلة للتطبيق لمشكلة معينة أو قضية تم الجمهور النوعي، ويتم منح كل مشترك في الندوة وقتا محددًا أو متساويا لمداخلته والتعبير عن آرائه وأفكاره ويكون السؤال موحدا لكل المشتركين من جانب مدير الندوة.

3- المناقشة الجماعية: وتتركز على مشكلات قطاع معين من الجماهير مثل قطاع الصناعة التجارة التعليم، وعبرة عن المعلومات موضوعية تستخدم لأغراض محددة تم فئة معينة من الجمهور، ويختلف هذا الشكل عن أشكال المناقشات الأخرى لأنه يسعى إلى حل المشكلة من خلال توظيف الأهداف.¹

4- المناظرة: هي المناقشة الثنائية حول موضوع يمثل طرفان من الأطراف، يحمل كل منهما وجهة نظر معينة وهذا النوع من المناقشات يحتل المكانة الأولى بين الأشكال الأخرى في المحطات التلفزيونية، تتصادم فيه الآراء ووجهات النظر ما يحتاج إلى قائم باتصال ذكي وقوي الشخصية حتى يحكم السيطرة على النقاش والحوار.²

4- ماهية المشكلات الاجتماعية" مفهوم، أسباب":

ان تغير مواقف الحياة الاجتماعية، وتبدل ظروف المجتمع وتنظيماته، كثيرا ما يؤديان إلى حالة من عدم التوافق أو عدم التنظيم. و هذه الحالة ترتبط بشكل أساسي بطبيعة تكون المجتمع، وآلياتها الوظيفية، وعلاقاته التفاعلية، وتظهر هذه الحالة فيما يسمى أحيانا المشكلات الاجتماعية.

4-1 مفهوم المشكلات الاجتماعية:

يقدم الدكتور احمد زكي بدوري في معجمه " معجم العلوم الاجتماعية" تعريفا للمشكلات الاجتماعية ينص على ان "المشكلات الاجتماعية هي المفارقات بين المستويات المرغوبة والظروف الواقعية، فهي مشكلات بمعنى أنها تمثل اضطرابا وتعطيلا لسير الأمور بطريقة المرغوبة. ويشير الحديثي إلى ان المشكلات الاجتماعية هي كل صعوبات تواجه أنماط السلوك والعلاقات الاجتماعية القومية، والتي تعترض طريق عدد من أفراد المجتمع وتحول دون قيامهم بأدوارهم الاجتماعية".

يذهب بعض الباحثين إلى أن المشكلات الاجتماعية هي " مسائل أو قضايا تتعلق بنشوء اتجاه أو ميل أو موقف من المواقف الإنسانية يهم جماعة أو أكثر. فهي صعوبة اجتماعية تستدعي الانتباه والمناقشة والجدل وربما تقتضي الإثارة والبحث واتخاذ القرار، كما تؤدي إلى فعل إصلاحي أو تعويضي أو تكيفي".

و عرفت المشكلة الاجتماعية بأنها "موقف اجتماعي يجذب انتباه عدد لا بأس به من الملاحظين المختصين داخل المجتمع ويستدعي اهتماماتهم بما يتطلب إعادة التوافق أو العلاج بعمل جماعي من نوع أو آخر".³

¹ - حسين دبي الزويبي، يسرى حمزة علي، المقابلات والتحقيقات في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، مرجع السابق، ص103

² - عمر عبد الدايم، المرجع نفسه، ص322

³ - دلال ملحس استيتية، عمر موسى سرحان، المشكلات الاجتماعية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ط1، ص17-18

أما روبرت ميرتون يرى ان وجود مشكلة اجتماعية معينة يتطلب ان يكون هناك تعارض مرئي بين ما هو كائن وما ينبغي ان يكون، ويفرق بين نوعين من المشكلات الاجتماعية: المشكلات الظاهرة وهي الحالات التي تدركها المجتمعات على نطاق واسع باعتبارها مؤذية وتحتاج إلى حلول كالجريمة أو النزعة العرقية من المشكلات الكامنة وهي الحالات المتعارضة مع القيم والمصالح السائدة، ولكنها غير مدركة من قبل الجمهور.¹

وقد أكد البعض ان المشكلة الاجتماعية هي موقف يتطلب معالجة إصلاحية، وينجم عن أحوال المجتمع والبيئة الاجتماعية، ويستلزم تجميع الوسائل والجهود الاجتماعية لمواجهته وتحسينه.

وعرفها آخرون بأنها المسألة أو المسائل ذات الصفة الجمعية التي تتناول عددا من الأفراد في المجتمع بحيث تحول دون قيامهم بأدوارهم الاجتماعية وفق الإطار المتفق عليه والذي يقع على المستوى العادي للجماعة، وعادة ما تكون المشكلة الاجتماعية ذات تأثير معوق لأحد النظم الاجتماعية الأساسية كما في حالي الطلاق وتشرد الأحداث.

تشير المشكلات الاجتماعية عموما إلى وجود احتياجات غير مشبعة لدى قطاعات عريضة من السكان وقد يرجع عدم إشباعها إلى العجز أو القصور في النظم الاجتماعية المكلفة بمواجهة هذه المشكلات، أو ندرة الموارد اللازمة لإشباع الاحتياجات.²

ترى يسرى حمزة علي في كتابها ان المشكلة الاجتماعية هي نتائج مجموعة من الوقائع الاجتماعية، ويمكن القول ان المشكلة ليست إلا نتيجة خلل يصيب البناء الاجتماعي.³

كما يمكن تعريفها بأنها الحاجة أو الصعوبة التي ترتبط بالتوظيف الاجتماعي والأنظمة البشرية داخل البيئة وتحتاج لجهود متعددة من جانب الممارس العام لتقوية أو الحفاظ على التوظيف البشري أو منع انهيار ذلك التوظيف لمساعدة انساق العملاء ليتلاءموا ويعملوا داخل الأنظمة البيئية.⁴

¹ - دلال ملحس استيتية، عمر موسى سرحان، المشكلات الاجتماعية المصدر سبق ذكره، ص-19 .

² - عصام توفيق قمر وآخرون، المشكلات الاجتماعية" مداخل نظرية، تجارب عربية، أساليب مواجهة"، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، 2015، ط3، ص17

³ - يسرى حمزة علي، التغطية الصحفية لمشكلات الشباب، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ط1، ص91

⁴ - ماهر أبو المعاطي علي، الاتجاهات الحديثة في الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية" أسس نظرية، نماذج تطبيقية"، دار المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، جامعة الحلوان، 2014، ط1، ص78

و يقصد المشكلات الاجتماعية تلك الاضطرابات التي تمس التركيب والنظام الاجتماعي محدثة خللا في توازنه وقيامه.

4-2 أسباب المشكلات الاجتماعية:

يرى العديد من الباحثين ان كثير من المشكلات الاجتماعية ترجع إلى عدم إشباع بعض الاحتياجات بين أفراد المجتمع، وهذه الاحتياجات قد تكون اجتماعية أو نفسية أو اقتصادية، بيولوجية، صحية، تعليمية ترويجية.

و عدم إشباع في النواحي السابقة يرجع إلى مجموعة من العوامل هي:

1- عوامل ذاتية: ترجع إلى المواطن نفسه.

2- عوامل أسرية: ترجع إلى أسرة المواطن.

3- عوامل اجتماعية: ترجع إلى الجماعات التي ينتمي إليها المواطن.

4- عوامل بيئية: ترجع إلى الحي المحدود الذي يسكن فيه المواطن.

5- عوامل مجتمعية: ترجع إلى ظروف المجتمع العام الذي يعيش فيه المواطن.

و كذلك من المسببات الأساسية للمشكلات الاجتماعية، التفاوت في سرعة التغير والتغيير الاجتماعي والثقافي الذي يأتي بسبب التفاوت في سرعة تغير احد جوانب الأخرى.

هذا إلى جانب العديد من الأسباب التي تؤدي إلى المشكلات الاجتماعية وأهمها:

1- التقدم التكنولوجي الذي يصحبه تصدير أنواع من الأجهزة والعدد والآلات إلى بعض المجتمعات، والذي تصحبه أنماط ثقافية جديدة على تلك المجتمعات، وقد يكون بعض هذه الأنماط الثقافية غريبا تماما على أفراد المجتمع، ومن هنا يحدث شيء من الهزات الاجتماعية التي قد تنجم عنها بعض المشكلات الاجتماعية.

2- الانفتاح الشديد على المجتمعات الأخرى والنقل الحضاري منها، حيث ان المجتمعات البشرية تتعامل مع بعضها، وينقل بعضها من بعض في مجالات كثيرة، وخاصة في المجالات التقنية، تلك التي ازدادت هذه الأيام بسبب سهولة الاتصالات، وبسبب صلاحية الأنماط التقنية للاستعمال في كل المجتمعات.

3- عدم تفهم المجتمعات لحاجات الشباب، وعدم إشباع تلك الحاجات بالطرق السليمة المشروعة.

4- الفجوة الثقافية بين الأجيال، فمن الملاحظ ان هناك اختلافا بين الكبار والصغار في فهمهم للأمور، وفي تعاملهم مع الأحداث، ولذلك هناك أنواع من الصراع تبدأ بين أطراف المعادلة في المجتمع الواحد.¹

¹ - عصام توفيق قمر وآخرون، المشكلات الاجتماعية مداخل نظرية" تجارب عربية، أساليب مواجهة"، مرجع سبق ذكره، ص 23-24

5- محاكاة المشكلات الاجتماعية:

نطرح مجموعة من المحكات الاجتماعية التي تحدد معالم المشكلة الاجتماعية بعيدا عن أحكام الناس الذاتية، وهي: الدين والقانون، والصحافة، والآداب الفنية.

1- الدين: يحدد الدين مثلا المحرمات والمسموحات في السلوك والعلاقات الاجتماعية والجنسية، أي يوضح ما هو محلل وما هو محرم. و بذلك فان الدين يمثل المصفاة التي تصفى فيها الأفعال المسموحة والممنوعة، وكل فرد يخترق الممنوعات تتسبب له مشكلة اجتماعية أمام مجتمعه ودينه. لذلك إذا حاول الفرد القيام بأعمال محرمة في الدين فانه يخلق لنفسه مشكلة اجتماعية لأنه خلف تعاليم دينه، وهذا يعني ان التعاليم الدينية تقدم للفرد ما يمكنه من التمييز بين ما هو مشكلة وخلافها، بمعنى انه يتم تحديد المشكلة من خلال معايير دينية، فما يعد منحرفا حسب المعايير الدينية يعني خروج الفرد عن تلك المعايير واختراقها وحدوث مشكلة حددت من قبل المعايير الدينية واعتبرت خطيئة.

2- القانون: غالبا ما يستمد القانون بعضا من بنوده من الدين السائد في المجتمع، إذ يعمل على منع وقوع الخروقات القانونية أكثر من كونه قانونا عقابيا. وهو يمنع الناس من الانحراف أو الوقوع في تجاوزات وجرائم يعاقب عليها القانون، بمعنى انه يعزز النظام الأخلاقي والأدبي في المجتمع.¹

3- الصحف:

تكشف الصحف اليومية والأسبوعية العديد من المشكلات الاجتماعية التي تحدث في المجتمع سواء كان ذلك على شكل رسوم كاريكاتيرية أو عرض وتحليل أحداث اجتماعية تكشف الفساد الأخلاقي أو تلفت أنظار الناس إلى حالات الفقراء والعاطلين عن العمل والذين يعيشون في مناطق موبوءة بالجريمة والأحياء السكنية الفقيرة والبعاء وجنوح الأحداث والانحرافات السلوكية لإبراز معاناة الناس وهمومهم وشجونهم والمطالبة بمعالجتها وإيقاع العقوبات على المسببين لها. أنه محك اعلمي لا عقابي، هدفه توجيه أنظار الناس حول المشكلات الاجتماعية في المجتمع.²

¹ - عصام توفيق قمر وآخرون، المشكلات الاجتماعية مداخل نظرية" تجارب عربية، أساليب مواجهة"، مرجع سبق ذكره، ص24

² -معن خليل العمر، علم المشكلات الاجتماعية، دار الشروق، للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 26

4-الأدب الفني:

يتمثل في الرسوم والمسرحيات الدرامية والشعر والنثر مثلا عن ذلك الظلم وغياب العدالة الاجتماعية وفقدان المساواة بين فئات الناس.

لعب الأدب الاجتماعي والقصصي دورا فاعلا في هذا المجال من أجل لفت أنظار الناس إلى الاقتراحات الاجتماعية المنتشرة في أحشاء المجتمع لتوضيح المعاناة الإنسانية عند الفقراء والعاطلين عن العمل والمنحرفين والمدمنين على المسكرات والمختلين عقليا وسواهم من أصحاب المشكلات، بالإضافة إلى كشف الجوانب التعيسة من حياة البؤساء والمحرومين. وحتى الغناء والموسيقى اتجها بهذا الاتجاه(التعبير عن البؤس والحرمان أكثر من التعبير عن الجانِب العاطفي والرومانسي). هذا المحك لا إلى التماثل مع النسق الأخلاقي أو قوانين المجتمع مثل المحك الديني والمحك القانوني أي جلب انتباه الناس للمعاناة التي يعيشها أبناء المشكلات المقترحة في الجسم الاجتماعي. و يعني ذلك أنه جانب إنساني أكثر من كونه جانبا عقائيا أو علاجيا. أنه محك ساهم ويساهم في توعية الناس بآلام وشقاء المحرومين والبؤساء والفقراء والمنحرفين، ومثل هذا المحك نجده في المسلسلات العربية التي تعرض على التلفاز.¹

¹-دلال ملحق استيتية، عمر موسى سرحان، المشكلات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص34-35

6- خصائص وتصنيف المشكلات الاجتماعية:

6-1 خصائص المشكلات الاجتماعية:

للمشكلات الاجتماعية مجموعة من الخصائص التي تميزها وتجعلها أكثر انتشاراً وتداولاً في المجتمعات العربية منها أو الغربية، ومن بين هذه الخصائص نذكر:

1- إنها تثير اهتمام وانتباه قدر كبير من أفراد المجتمع ومؤسساته.

2- الصعوبة النسبية، لأنها تمس الفرد والمجتمع معاً، وترتبط بكثير من العوامل والمتغيرات ذلك " ان المشكلة الاجتماعية لا يمكن ان تعزى لسبب واحد بعينه مهما كان هذا السبب قوياً، بمعنى ان للمشكلة الاجتماعية أسباب متعددة.

3- التداخل بين المشكلات الاجتماعية، فهي عادة متداخلة بعضها مع بعض كنداخل النظم الاجتماعية تماماً، فمشكلة الأحداث المتشردين متداخلة في النظم الاقتصادية والتربوية والأسرية وغيرها.

4- للمشكلة الاجتماعية الواحدة أبعاد مختلفة تؤثر في مظاهرها ودرجتها ومدى أولويتها فهي تربط ببعد التاريخ والمكان والقانون والسياسة والاقتصاد والبعد الاجتماعي والثقافي والتربوي.

5- النسبية، بمعنى ان المشكلات الاجتماعية تختلف باختلاف المجتمعات والأزمان، كما ان تحديد المشكلات يتأثر بحالة الفرد، فقد تبرز المشكلة بسبب عامل السن أو اللون أو العرق، فما يعتبره الشيوخ مشكلة، قد لا يعتبره الشباب كذلك، وما يعتبره البيض مشكلة لا يعتبره السود مشكلة.

6- تلقائية ليست من صنع الفرد أو بضعة أفراد ولكنها من صنع المجتمع كله.

7- مزودة بصفة الجبر والإلزام، أي أنها تفرض نفسها على الأفراد ولا يسع هؤلاء ان يخالفوها.

8- عامة ومنتشرة، كما إنها ظاهرة تاريخية أي عبارة عن لحظة في تاريخ جماعة الناس.¹

¹ - عصام توفيق قمر وآخرون ، المشكلات الاجتماعية مداخل نظرية "تجارب عربية، أساليب مواجهة"، مرجع سبق ذكره، ص 20- 21

6-2 تصنيف المشكلات الاجتماعية:

توجد عدة أنواع للمشكلات الاجتماعية هي:

1-مشكلات حياتية:

هي التي تؤثر على أفراد المجتمع تأثيرا كبيرا مثل مشكلات الإسكان، الغذاء، التعليم، الصحة، حيث تترتب عليها مشكلات أخرى مثل ارتفاع معدلات الجريمة، الأمية، وانتشار الأوبئة والأمراض ان لم تعالج.

2-مشكلات اقتصادية:

تشمل انخفاض مستوى دخل الفرد، وانخفاض الإنتاجية لدى أفراد المجتمع، وضعف المؤسسات الاقتصادية عن القيام بوظائفها الإنتاجية، والاعتماد على الاستهلاك أكثر من الإنتاج، كما يدخل في المشكلات الاقتصادية ضعف المدخرات الخاصة بالمواطنين وعدم ميل المواطنين إلى إنشاء مشروعات اقتصادية، ومثل هذه المشكلات ذات تأثير كبير على المجتمع، وتتطلب تكاتف الجهود من اجل العمل على دراسة هذه المشكلات واقتراح الحلول المناسبة لمواجهتها.

3-مشكلات اجتماعية:

هي تعني أكثر من مجرد وجود احتياجات غير مشبعة لقطاعات كبيرة من السكان، وإنما يشعر أفراد المجتمع بسلبية هذه المشكلات ويسعون إلى بذل الجهد سواء بمفردهم أو بمساعدة فريق لمواجهة هذه المشكلات.

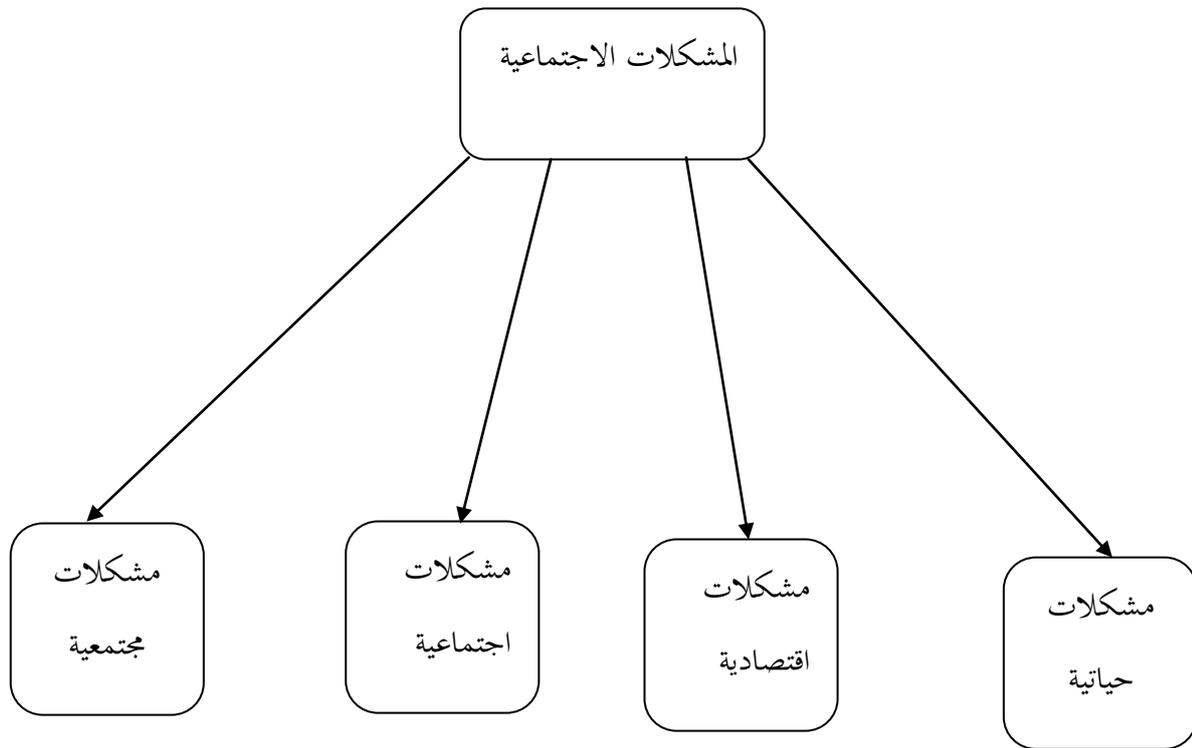
4-مشكلات مجتمعية:

هي المشكلات التي تتصل ببناء المجتمع(المنظمات، المؤسسات) و سياسة المجتمع(مجموعة الإجراءات واللوائح، التشريعات والسياسات العامة للمجتمع)، وللأفراد المكونين للمجتمع(أفراد، جماعات، مجتمعات محلية). كما أنها تتصل بوظائف المجتمع(الإنتاجية، الاجتماعية، السياسية...الخ)و التي لها انعكاس مباشر على امن واستقرار المجتمع.¹

¹ - عصام توفيق قمر، المشكلات الاجتماعية مداخل نظرية"تجارب عربية، أساليب مواجهة"، مرجع سابق، ص 23

كما تشمل المشكلات المجتمعية مشكلات انحراف الأحداث، البطالة، الإرهاب، ومثل المشكلات لها تأثير على كافة القطاعات الأخرى بالمجتمع، ويندرج تحت هذا النوع من المشكلات (المشكلات الاقتصادية الاجتماعية، السياسية، الصحية الأمنية، التعليمية).

هذا النوع من المشكلات لا بد من التعامل معه في إطار سياسة قومية شاملة تتضمن فاعلية التنفيذ، وتوفير المواد اللازمة للخطط والمشروعات المناسبة لمواجهة ما يعانيه المجتمع.



7- مفهوم وأنواع المعالجة الإعلامية:

المعالجة الإعلامية هي "التناول الصحفي لموضوعات معينة من خلال مضمون الرسالة الخاصة بهذه الموضوعات وطريقة تناول هذه الموضوعات وعرض الرسالة من حيث محتواها وأيضاً الشكل الذي تظهر به هذه الرسالة".¹

هي تلك "القرارات التي يتخذها المصدر بالنسبة للطريقة التي سيقدم بها المضمون وترتيبه، وهذه العملية ليست بمعزل عن شخصية المصدر وخصائصه الفردية والطريقة التي سيعالج بها الرسالة".²

تقوم المعالجة الإعلامية بنقل المعلومات من مصادر عدة وبطريقة تخدم الحقيقة وتجعل الصواب يبرز ببطء وذلك من وجهة نظر الوسيلة الإعلامية أو المؤسسة التي يتبعها. وهناك من يرى بأنها التكتيك المستعمل في بث قضية ما أو طرح فكرة ما أو متابعة حدث، وتجمع المعالجة الإعلامية بين مختلف القضايا المطروحة، وكيفية طرحها في البرامج. هنالك من عرفها بأنها طريقة التناول والتعامل الإعلامي لموضوعات معينة عن طريق مضمون رسالة لاسيما طريقة تناول وبث هذه الرسالة من حيث محتواها وأيضاً الشكل الذي تظهر به هذه الرسالة على وسائل الإعلام المختلفة.³

2- أنواع المعالجة الإعلامية:

تصنف المعالجة الإعلامية إلى ثلاثة أنواع على وفق الإطار المهني والفكري الذي يحكم العمل الصحفي والإعلامي، وذلك كما يلي:

1-2 المعالجة من حيث العمق المعلوماتي:

يقصد بهذه المعالجة مدى اهتمام البرامج عينة البحث على احتواء واستيعاب كمية المعلومات المتعلقة بالقضية المطروحة للنقاش، وتقسّم هذه المعالجة إلى:

¹ - طارق هابة، المعالجة الإعلامية لظاهرة الانتحار في المجتمع الجزائري، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 5، العدد 1، 2011، ص 97

² - مالك بسمه، المعالجة الإعلامية لظاهرة اختطاف الأطفال في الجزائر -دراسة تحليلية لجريدة النهار الجديد-، مجلة المعيار، المجلد 25، العدد 56،

2021، ص 302²

³ - بشرى داود السنجري، مرتضى علي شاي، المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في الإذاعات، مرجع سبق ذكره، ص 40 42

أ- معالجة سطحية: وهي التي تقوم على أساس استخدام الأخبار البسيطة والتي تجيب على التساؤلات الرئيسية بصورة موضوعية وبدون إصدار أحكام أو تعليق.

و يتسم هذا النوع من المعالجات الذي يعد اقرب إلى التغطية الصحفية بعدم الميل إلى التهويل والتضليل وتوجيهه ووعي الجمهور، كما تتسم أيضا بأنها تقدم معالجة مبتورة تنتهي بانتهاء الحدث.

ب- معالجة معمقة: وهي التي تقدم الكثير من المعلومات والخلفيات والتصريحات والتنبؤات حول قضية أو حدث ما، وذلك من خلال تقارير ومواد الرأي وتتم مقارنته بأحداث أخرى مماثلة. كما تفسح المجال أمام ما يساعده على استجلاء الحقائق وتوضيحها، سواء من مواد إيضاحية مفسرة أو من تحليلات وأراء للخبراء.

2-2 المعالجة الإعلامية حسب طبيعة الاتجاه:

أ- معالجة عدائية: وهي التي تقدم الكثير من المعلومات المفسرة بشكل خاطئ أو مضلل عن حدث أو قضية بقصد الإساءة والتشكيك لتحقيق أهداف محددة وبرز هذا النوع من المعالجات أثناء الأحداث الكبرى.

ب- معالجة متحيزة: و يعرفها ماكويل بأنها الميل إلى تفضيل احد جانبي الصراع، ويقسمها إلى شكلا من التحيز في معالجة وسائل الإعلام الغربية للأحداث من أهمها التحيز في إصدار الأحكام والتحيز في استخدام الصفات والتحيز في الإسناد .

و حتى التحيز في التصوير الفوتوغرافي. و في هذه إشارة إلى ان المعالجة المتحيزة أثناء وقوع الأحداث هي أمر مقصود غالبا وتتم بشكل غير مباشر أو باستغلال معلومات سلبية عن الحدث وإبرازها لتحقيق مصالح معينة.

ج- معالجة محايدة: وتعني التجرد والبعد عن الميل والهوى في انتقاء وعرض المواد الصحفية وإعطاء صورة متكاملة ومتوازنة عن الحقيقة بلا إهدار وتشويه.¹

و تتسم المعالجة المحايدة التي يمكن تحقيقها بشكل نسبي باعتمادها على مصادر موثوقة مع التوازن في الطرح وتقديم الآراء والتفسيرات الواقعية عن الحدث ولكن بعض الباحثين يرون صعوبة تحقيق هذا النوع من المعالجات في الكثير من الأحداث والأزمات الكبرى.²

¹ - بن عربي يحي، المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الصحافة الجزائرية-دراسة ميدانية تحليلية وفق نظرية الأطر الإعلامية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 05، العدد 02، 2021، ص310

² - بن عربي يحي، المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الصحافة الجزائرية-دراسة ميدانية تحليلية وفق نظرية الأطر الإعلامية، مرجع سبق ذكره ص310

2- 3 المعالجة الإعلامية حسب طبيعة الأهداف:

أ- معالجة دعائية: تعني تقديم المعلومات عن الحدث بقصد التأثير والتحكم اتجاهات ومواقف الجمهور بطريقة فيها نوع من تزييف الحقائق أو حجمها بالكلية للوصول إلى الهدف الدعائي المنشود. وتتسم الدعاية بإخفاء الحقيقة أو تشويهها والتهيج والإثارة كما تلجأ إما إلى أسلوب الإيماء، وإما على المحاكاة واستغلال المواقف التي تشترك بها عدد من الناس واستخدام الكلمات البراقة المألوفة والصيغ المحفوظة والمعلومات الشائعة بين الجمهور.

ب- معالجة نقدية: و يقصد بها إبراز المواضيع والمواقف والاتجاهات السلبية في الحدث من وجهة نظر الصحيفة بهدف تقويمها ومراجعتها أو تصحيحها أمام الجمهور.

و يتطلب هذا النوع من المعالجات النظرة الواقعية للحدث من جميع جوانبه واتخاذ حلول مناسبة لثلا في تكراره مستقبلا واطلاع الجمهور على خلفياته، وفتح مجال المناقشة بشكل واع وشامل واحترام جميع وجهات النظر المؤيدة والمخالفة وتستهدف المعالجة النقدية تحقيق دور وقائي بالكشف عن مسببات الحدث والسعي الجاد في تقويمه.¹

ج- معالجة تفسيرية: تقوم المعالجة التفسيرية بجمع المعلومات المساعدة والتفسيرية فضلا عن الحقائق الأساسية للحدث أو القضية بغية تفسيرها وشرحها وتتضمن شرح تلك الأحداث والقضايا بسياقها الزمني والموضوعي ووصف الجو العام والمكان والأشخاص وذكر المعلومات الجغرافية أو التاريخية أو الاقتصادية أو السياسية عن البلد أو المكان الذي وقعت فيه الأحداث أو القضايا، وتحليل الأسباب والنتائج والآثار المتوقعة والربط بين الواقع والأحداث المتشابهة وعقد المقارنات وتعتمد هذه المعالجة على خلفية من المعلومات والبيانات التي تشرح تفاصيل القضية أو الحدث وتكشف عن أبعاده ودلالاته المختلفة.²

¹ - مالك بسمة، المعالجة الإعلامية لظاهرة اختطاف الأطفال في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص303

² - بشرى داود السنجري، مرتضى علي شاوي، المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في الإذاعة، دار مجد للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص41

8-العوامل المؤثرة في المعالجة الإعلامية:

1-إيديولوجية وسياسة الوسيلة الإعلامية: ان الإيديولوجية تقوم بمهمة التبريرات المنطقية والفلسفية للاتجاهات، ويقصد بالسياسة الإعلامية هي التوجه الذي تتبناه هذه الوسيلة أو ذلك وفقا لمعايير وأسس تحدد ذلك وصولا إلى أهداف معينة.

وتتمثل السياسة الإعلامية بمجموعة المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم الأنظمة الإعلامية وتوجهها والتي تشتق أو تستنبط عادة من الإيديولوجية والقيم التي تركز عليها الوسيلة الإعلامية في بلد ما. و تؤثر السياسة الإعلامية على المعالجة الإعلامية وذلك بإلزام الجهاز التحريري من صحفيين وإعلاميين بتحديد وإتباع معايير مدة صلاحية المادة للنشر. و تحديد نوع المجالات والمصادر التي يجب ان تحظى باهتمام وأولويات المعالجة التي تتماشى مع أهداف الوسيلة الإعلامية وتقديم المادة الإعلامية بطرق تحقق تلك الأهداف التي تسعى الوسيلة الإعلامية للاتصال بال جماهير والتأثير في اتجاهات الرأي العام.

2-البيئة السياسية التي تعمل في إطارها الوسيلة الإعلامية:تؤثر سياسة الدولة العامة على المحتوى الإعلامي عن طريق منافذ عدة أهمها الرقابة الرسمية التي تفرضها الدولة على مضامين وسائل الإعلام المختلفة أو عن طريق بعض الطرائق غير المباشرة كالإعلانات المالية أو إصدار التصاريح لممارسة العمل الإعلامي وأيضا قد تمارس ضغوطا غير رسمية عن طريق عدم التعاون مع الوسيلة الإعلامية أو حرمانها من مصادر المعلومات التي تساعد في جمع المعلومات عن موضوع ما تسعى لمعالجته وإيجاد حلول له .

3-قيم المجتمع وتقاليد:يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره الوسيلة الإعلامية من القوى الأساسية التي تؤثر في القائم بالاتصال ومن ثم ينعكس على ما يقدمه من محتوى إعلامي عبر الوسيلة التي يعمل بها ولذا تحاول الوسيلة الإعلامية ان تحافظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة في المجتمع إحساسا منها بالمسؤولية الاجتماعية ورغبة في تدعيم هذه القيم والتقاليد والأنماط الثقافية وحماتها والتي غالبا ما يتجنب التعرض لها.

4-ظروف العمل الإعلامي وطبيعته:يتمثل بعامل التوقيت وضغوطه فضلا عن المساحة والزمن المحدود

بعدهما عنصرين يحكمان عملية نقل المواد الإعلامية وبثها على الجمهور.¹

¹ - بشرى داود السنجرى، مرتضى علي شاوي، المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في الإذاعات، مرجع سبق ذكره، ص 42

5- الضغوط الاقتصادية: تتحكم في السياسة الاقتصادية لوسائل الإعلام عوامل عدة أهمها نمط ملكية الوسيلة الإعلامية والسياسات المالية للحكومة وتعييرها للخدمات التي تستعين بها هذه الوسائل.

6- العوامل التكنولوجية: وهذا العامل يؤدي دورا مهما في عملية استقاء الأحداث والقضايا إلى الجمهور ومعالجتها وبنها.

7- المعايير الذاتية للعاملين في المؤسسة الإعلامية: تشمل هذه المعايير العاملين في المؤسسة الإعلامية جميعهم ابتداء من رأس الهرم وصولا إلى المندوبين والمقدمين، وتمثل هذه المعايير بنوع العاملين وأعمارهم ودخلهم وطبقتهم الاجتماعية ومستوى التعليم وميولهم واتجاهاتهم وثقافتهم وظروف تنشئتهم وانتمائهم الاجتماعية والسياسية وتأهيلهم وتدريبهم.

8- معايير جمهور الوسيلة الإعلامية: يؤثر الجمهور في عمليات انتقاء الموضوعات والقضايا فلا بد من تحديد طبيعة الجمهور الذي تستهدفه الوسيلة الإعلامية وتخطط للوصول إليه لان حاجات الجمهور ومتطلباته والاستجابة له يشكلان شرطين أساسيين في الروتين الإنتاجي.

9- مواثيق أخلاق المهنة ومعايير السلوك المهني: يتحكم هذا العامل في الآلية المتبعة في نشر المواد الإعلامية وبنها، من اجل حماية الجمهور والصحفيين العاملين في وسائل الإعلام فضلا عن إعطاء العاملين في وسائل الإعلام حق الحصول على المعلومات.¹

¹ - بشرى داود السنجرى، مرتضى علي شاوي، المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في الإذاعات، مرجع سبق ذكره، ص 48-50

خلاصة:

نستخلص من خلال ما تناولناه في هذا الفصل ان توسع حدود المشكلات الاجتماعية أدى إلى بروز برامج كثيرة في قطاعات مختلفة تخصص مساحات كبيرة في طرحها ومناقشتها، بهدف تحليل هذه المشكلات ومعالجتها والقضاء عليها وإيجاد حلول لها ولو نسبية، وفق أساليب معمقة ومحيدة تحرك الرأي العام والجهات المعنية .

الجانب التطبيقي

- تمهيد.

1-التعريف ببرنامج لي فات مات.

2-التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون"ماذا قيل؟" وفئات الشكل"كيف قيل؟".

3-النتائج العامة للدراسة.

4- صحة الإسقاط النظري على نتائج الدراسة.

- خلاصة.

تمهيد:

يعد الإطار التحليلي الخطوة الأهم في دراستنا هذه من اجل الإجابة عن جميع التساؤلات المطروحة في الدراسة، فقد ركزنا في الفصول السابقة على الجوانب المنهجية والنظرية للموضوع الدراسة. و سنحاول في هذا الفصل دراسة كيفية معالجة قناة الشروق العامة للمشكلات الاجتماعية عبر برنامجها الاجتماعي "لي فات مات" وفق العينة المختارة في البرنامج، المتمثلة في 12 حلقة موزعة على الفترة الممتدة من 2 ديسمبر 2020 إلى 9 فيفري 2022 مع الاعتماد على فئات تحليل المحتوى من حيث المضمون والشكل التي سبق وشرنا إليها في الإطار المنهجي للدراسة.

1-التعريف ببرنامج لي " فات مات":

هو برنامج تلفزيوني جزائري ذو طابع إنساني اجتماعي، تقوم فكرته على حل المشاكل الاجتماعية وكذلك فتح أبواب الحوار والمناقشة أمام كل فئات المجتمع. كي يتوصلوا إلى حل لمشاكلهم وإقامة علاقات الصلح بين المتخاصمين وجمع شملهم مرة أخرى، وأيضا من اجل تصفية القلوب والمشاعر وإعادة الأمور إلى مجاريها. والهدف منه معالجة المشاكل المنتشرة في المجتمع الجزائري ونشر الوعي وروح التسامح بين الناس وكذا السعي لإيجاد حلول للقضايا المطروحة والاستفادة منها من طرف الجمهور.

البرنامج في موسمه الأول كان من تقديم الصحفي هشام بوقفة قبل التوقيف الذي جاء من سلطة الضبط الجزائرية وذلك لتجاوزات الأخلاقية في إحدى الحلقات، هذا ما دفع بالصحفي لتقديم استقالته، ليعود بعد ذلك الإعلامي جلال شندالي بتقديم الموسم الثاني.

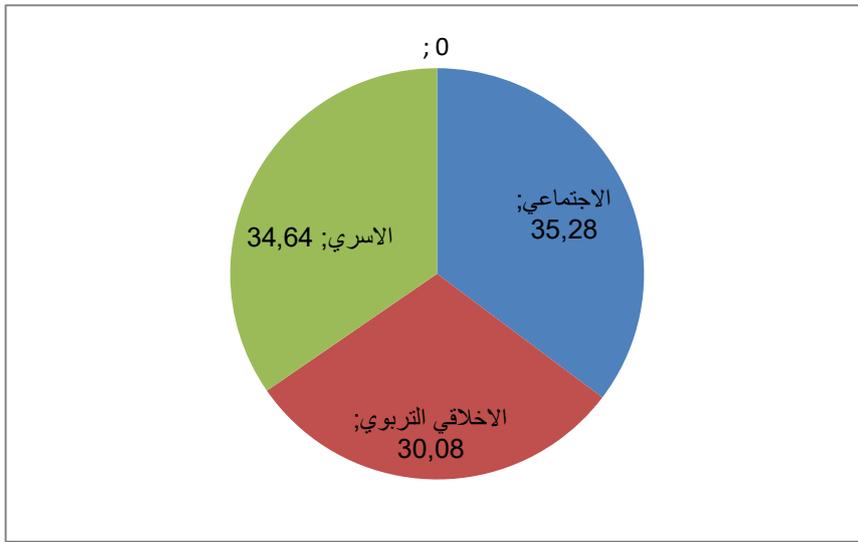
كان أول بث بتاريخ 11 نوفمبر 2020 ولا يزال يبث إلى يومنا هذا كل يوم أربعاء على الساعة 21:00

مساء.

2- التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون "ماذا قيل؟" وفئات الشكل "كيف قيل؟":

2-1 الجدول رقم 01: يوضح نسبة مجالات المواضيع المطروحة في برنامج "لي فات مات":

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
الاجتماعي	278	28,35%
الأخلاقي التربوي	237	08,30%
الأسري	273	64,34%
المجموع	788	100%



الشكل البياني رقم 01 يوضح نسبة مجالات المواضيع المطروحة في برنامج "لي فات مات"

يوضح الجدول والشكل البياني رقم (01) مجالات المواضيع المطروحة في برنامج "لي فات مات"، حيث احتل المجال الاجتماعي الرتبة الأولى بنسبة 28,35% بتكرار 278. يليها المجال الأسري بنسبة 64,34% بتكرار 273، ثم المجال الأخلاقي التربوي بنسبة قدرت بـ 08,30% وتكرار 237 مرة.

تبين لنا من النسب المتحصل عليها أن أكثر المجالات تناولا هو المجال الاجتماعي لان المجتمع الجزائري ككل المجتمعات التي تسودها المشاكل. ثم المجال الأسري وهذا راجع إلى كثرة المشاكل المنتمية إلى هذا المجال كالطلاق، الخلع، عقوق الوالدين، الحرمان العائلي، وهذا لان الأفراد المجتمع الجزائري لا يعطون الأولوية للأسرة ولا يأخذون بعين الاعتبار نتائج ومخالفات هذه المشاكل على الأسرة بدرجة أولى وأفراد المجتمع والمجتمع بدرجة ثانية. أما المشاكل الأخلاقية التربوية نسبتها كبيرة نوعا ما وهذا لافتقاد الأسرة والمجتمع الدور الوظيفي الإنشائي بحيث ان الشباب عندما يكبرون في مجتمع مهمش لا يعاقب على التصرفات الأخلاقية يطغى ويتعدى الأطر الاجتماعية

والدينية للمجتمع. توصلت الدراسة التحليلية على النتائج المذكورة أعلاه لارتباطها وقيامها على الإطار النظري محل الدراسة الذي تمحور أساسا على المشكلات الاجتماعية وأكد على أنها تؤثر على أفراد المجتمع تأثير كبيرا ومباشرا وعلى بناءه ووظائفه التي يترتب عليها مشكلات أخرى تهدد امن واستقرار المجتمع.

2-2 الجدول رقم 02: يوضح نسب المواضيع المطروحة والمعالجة في برنامج "لي فات مات":

المواضيع الأسرية			المواضيع الأخلاقية التربوية			المواضيع الاجتماعية		
النسبة	التكرار	الفئة	النسبة	التكرار	الفئة	النسبة	التكرار	الفئة
15,20%	55	الطلاق	20,69%	164	العنف	19,7%	20	البطالة
39,4%	12	الخلع	26,1%	03	السرقه	26,26%	73	الفقر
96,6%	19	عقوق الوالدين	44,8%	20	السحر	15,11%	31	التشرد
12,16%	44	الحرمان العائلي	26,1%	03	الاغتصاب	5,39%	15	القتل
38,52%	143	الخلافات العائلية	06,5%	12	الإهمال الطبي	51,11%	32	التسول
			77,14%	35	التنمر	44,1%	04	الاختطاف
						07,10%	28	أزمة السكن
						52,2%	07	الانتحار
						67,13%	38	الإدمان
						19,7%	20	المخدرات
						72,0%	02	التبني
						88,2%	08	الانحراف
100%	273	المجموع	100%	237	المجموع	100%	278	المجموع

يوضح الجدول رقم(02) طبيعة المواضيع المطروحة والمعالجة في برنامج "لي فات مات". حيث يبين أن المواضيع الاجتماعية أخذت الحصة الأكبر من المعالجة والتحليل بنسبة 28,35%، متضمنة موضوع الفقر بنسبة 26,26% وهذا لان الجزائر بلد مصنف من دول العالم الثالث الفقيرة والنامية رغم مساحتها الكبيرة وثرواتها الطبيعية، ثم يليها موضوع الإدمان بنسبة 67,13% حيث تفتشت هذه الظاهرة لان المجتمع الجزائري شبابي يعاني من البطالة والإهمال والفقر لذا يلجأ إلى الإدمان لنسيان واقعه وظروفه، ثم ظاهرة التسول بنسبة 51,11% وهي نسبة كبيرة نوعا ما هذا ما صرح به وزير الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية حيث قال ان نسبة التسول في المجتمع الجزائري تفوق نسبة 50% هذا ما جاء في مقال جريدة الشرق الجزائري بقلم سليم. ف بتاريخ 15 أكتوبر 2021. ¹بعدها مشكلة التشرد بنسبة 15,11% حيث يعاني 29 ألف شخص في الجزائر من هذه الظاهرة حسب الإحصائيات التي قدمها مختار نجاعي في محرك البحث الأيام الجزائرية²، ثم تليها المخدرات، القتل، الانحراف، الانتحار، الاختطاف، التبنى بنسب تتراوح بين 72,0% إلى 19,7% حيث كلها مشاكل اجتماعية يعاني منها المجتمع الجزائري شكلت عقبات وحواجز امام أفرادهم ودفعت بهم اللجوء إلى البرنامج وطرح هذه المشاكل وإيجاد حلول لها. في المرتبة الثانية المواضيع الأسرية بنسبة قدرت 34.64% من إجمالي مجموع المواضيع المطروحة في البرنامج شملت الخلافات العائلية كأعلى نسبة بلغت 38,52% نتيجة لتأثر أفراد الأسرة بالمشاكل الاجتماعية المحيطة بهم والثقافات الدخيلة المكتسبة من وسائل الاتصال الجديدة، ثم تليها فحة الطلاق بنسبة 15,20% وهذا لما تشهده الجزائر من ارتفاع في معدلات الطلاق بنسبة تتجاوز أكثر 68 ألف حالة طلاق كل سنة بمعدل حالة كل 8 دقائق هذا ما كشفته وكالة الأنباء³ anadolu agency، ثم تأتي مواضيع الحرمان العائلي، عقوق الوالدين، الخلع بنسب متوسطة حسب ظهورها وتناولها في البرنامج والمساحة التي تشغلها في المجتمع. وفي الأخير المشاكل الأخلاقية التربوية بنسبة 08,30%، تفرع عنها موضوع العنف بنسبة 20,69% ثم موضوع التنمر بنسبة 77,14%، السحر بنسبة 44,8%، ثم موضوع الإهمال الطبي الذي يعد في جديد على المجتمع الجزائري بنسبة 06,5%، ثم تليه مشكلة السرقة والاعتصاب بنسبة متساوية بلغت 26,1% كأقل نسبة

¹ - سليم. ف، بلجود يكشف إحصائيات مخيفة عن ظاهرة التسول، جريدة الشرق الجزائرية، 15 أكتوبر 2021، متاح على الموقع. www.

akhersaa-dz.com، تم الاطلاع عليه يوم 2022/05/29، على الساعة 23:25

² - مختار نجاعي، المعذبون في الأرض أو الوجه الآخر للتشرد، مقال، متاح على الموقع: www.djazair.com/elayam تم الاطلاع

عليه يوم 2022/05/29 على الساعة 23:22

³ - حسام الدين إسلام، الجزائر قلق بشأن تنامي معدلات الطلاق، تقرير، متاح على الموقع: www.anadolu.com تم الاطلاع

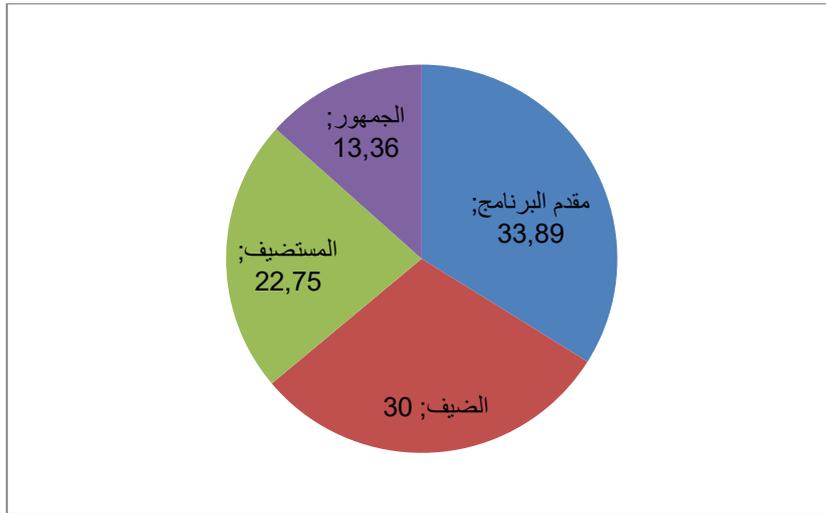
عليه يوم: 2022/05/29، على الساعة 23:27

مقارنة بالمواضيع المذكورة في البرنامج وهذا لرفع الستار عنها ومعالجتها من الجذور قبل انتشارها في المجتمع والعجز عن السيطرة عليها.

2-3-الجدول رقم03:يوضح نسبة الأطراف الفاعلين في معالجة المشكلات الاجتماعية ضمن

برنامج "لي فات مات":

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
89,33%	444	مقدم البرنامج
30%	393	الضيف
75,22%	298	المستضيف
36,13%	175	الجمهور
100%	1310	المجموع



الشكل البياني رقم 02 نسبة الأطراف الفاعلين في معالجة المشكلات الاجتماعية ضمن برنامج "لي

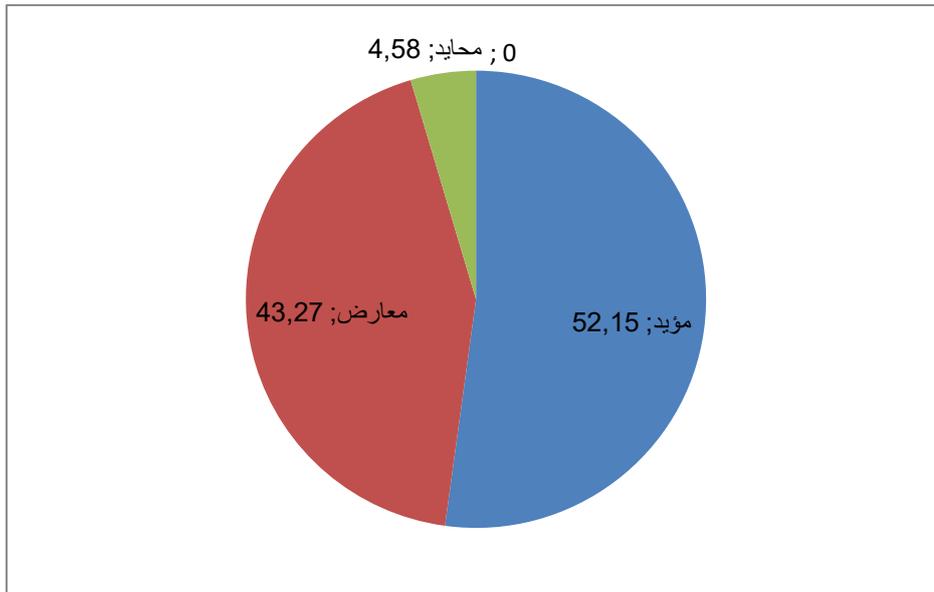
فات مات"

يمثل الجدول رقم(03)و الشكل البياني رقم(02) نسبة الأطراف الفاعلين في معالجة المشكلات الاجتماعية ضمن برنامج"لي فات مات". حيث كانت أكبر نسبة لمقدم البرنامج ب 89,33% باعتباره القائم بالاتصال وهمزة الوصل بين الضيف والمستضيف وناقل الرسالة الإعلامية والعنصر الأساسي في الإطار الإعلامي المستخدم فالبرنامج محل الدراسة وهذا ما أكدت عليه نظرية التأطير الإعلامي. ثم يليه الضيف بنسبة 30% كونه هو أساس الحلقة والمحرك الأساسي لمجريات الموضوع لأنه هو من قرر القدوم ومشاركة مشكله. وبعده يأتي المستضيف

بنسبة 22.75% باعتباره الطرف الثاني للموضوع والملم بالتفاصيل المكتملة للفكرة المحورية التي على أساسها تم القدوم إلى البرنامج. ثم في الأخير لدينا الجمهور بنسبة 36,13% كانت اقل نسبة لان الجمهور مستمع وبرز كطرف فاعل فقط من خلال ظهوره وتفاعله مع المواضيع بتعابير الوجه والبكاء لإضفاء الطابع الدرامي على المواقف والأحداث كآلية من آليات الإطار الإعلامي الذي يعتمد انتقاء هذه الجوانب من القضايا أو المواضيع المطروحة وجعلها أكثر وضوحا في المحتوى الإعلامي.

2-4 جدول رقم 04: يوضح نسب اتجاهات الأطراف الفاعلين في برنامج "لي فات مات".

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
15,52%	182	مؤيد
27,43%	151	معارض
58,4%	16	محايد
100%	349	المجموع



يوضح الشكل البياني رقم 03 نسب اتجاهات الأطراف الفاعلين في برنامج "لي فات مات"

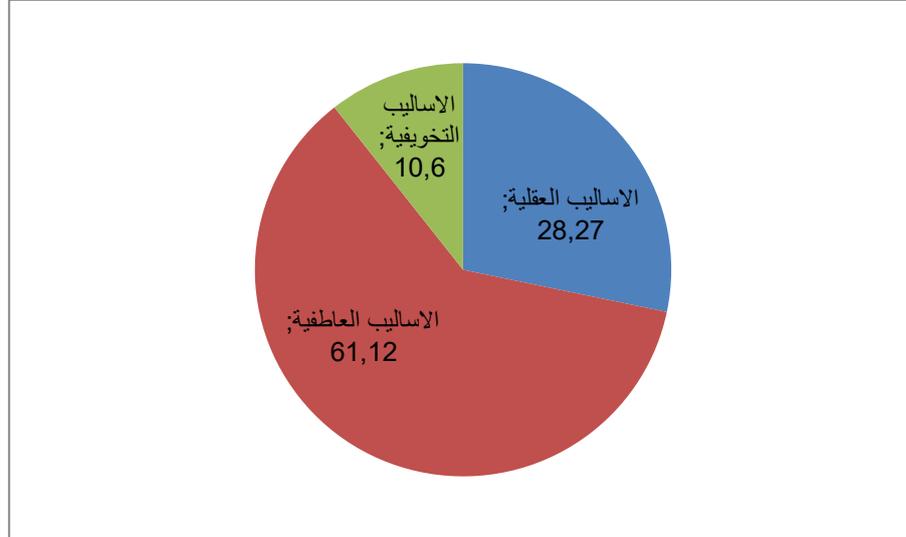
يوضح الجدول رقم (04) و الشكل البياني رقم (03) اتجاهات الأطراف الفاعلين في معالجة المشكلات الاجتماعية ضمن مضمون برنامج "لي فات مات" المتمثلين في مقدم البرنامج، الضيف، المستضيف، الجمهور. حيث كانت نسبة التأييد بين هؤلاء 15,52%، وتليها نسبة التعارض ب 27,43%، ثم الاتجاه المحايد بنسبة 58,4%.

من خلال هذه النسب نستنتج ان الأطراف الفاعلين يؤيدون طبيعة المواضيع المطروحة في البرنامج مثل التكريم الاعتراف بالذنب، التسامح. كما نرى معارضة الأطراف الفاعلين لبعض القضايا والأحداث كالعنف التمر الاغتصاب وهذا يعود لطبيعة المجتمع الجزائري المحافظ الذي لا يقبل هذه المواضيع في مجتمعه. كما يظهر الاتجاه المحايد نتيجة لعدم الانحياز وإبداء الرأي للالتزام بالمعايير والقيم الواجب مراعاتها وعدم بلوغها.

5-2 جدول رقم 05: يوضح نسبة الأساليب الاقناعية المستخدمة لمعالجة المشكلات الاجتماعية في

برنامج "لي فات مات":

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
27,28%	216	الأساليب العقلية
12,61%	467	الأساليب العاطفية
60,10%	81	الأساليب التخويفية
100%	764	المجموع



يوضح الشكل البياني رقم 04 نسبة الأساليب الاقناعية المستخدمة لمعالجة المشكلات الاجتماعية في

برنامج "لي فات مات"

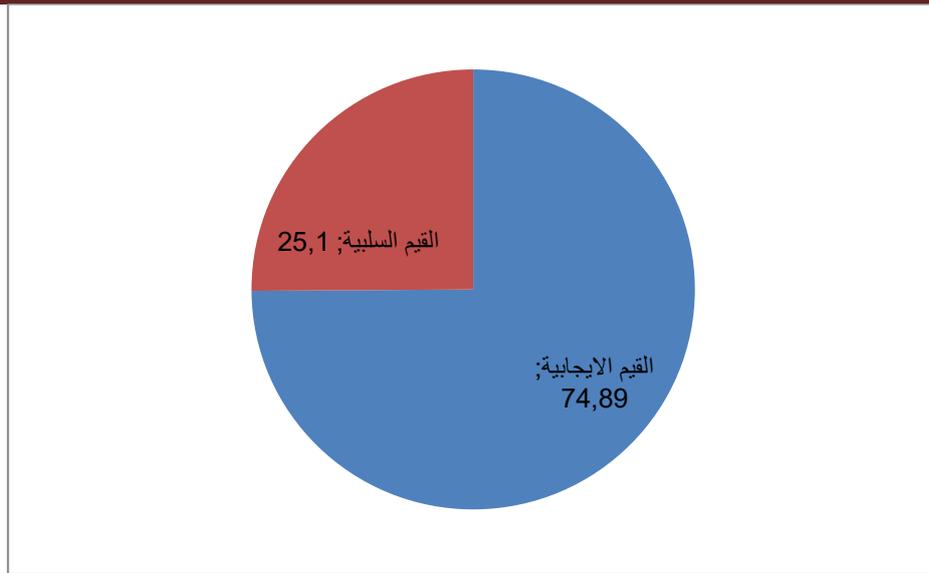
يوضح الجدول رقم (05) والشكل البياني رقم (04) الأساليب الاقناعية المستخدمة لمعالجة المشكلات الاجتماعية في برنامج "لي فات مات"، حيث كانت النسبة الأكبر للأساليب العاطفية بنسبة 12,61% وذلك راجع إلى طبيعة المواضيع المعالجة والتي لا بد أن تخاطب عاطفة الجمهور الجزائري وتأثر فيهم باعتماد على أساليب

كالبكاء والمزاح. أما الأساليب العقلية كانت بنسبة 27،28% حيث تعمل على مخاطبة العقل وتقديم الحجج والبراهين المنطقية وتعطي البرنامج مصداقية أكثر، وتليها الأساليب التخويفية بنسبة 60،10% في الكثير من الحلقات والمواضيع المتناولة فيها لا بد من تخويف وتهويل الأفراد المخطئين بعقوبات الله والقانون وكذلك التخويف من نظرة المجتمع وهذا بدافع تغيير مواقفهم وسلوكاتهم، هذا ما أكدت عليه نظرية التأطير الإعلامي ضمن إطار المبادئ الأخلاقية من خلال عرض الوقائع في سياق أخلاقي وقيمي يخاطب المعتقدات والمبادئ الراسخة عند الجمهور عن طريق الاستشهاد بالقران و السنة، المواد القانونية، الأمثال، الوعظ والإرشاد.

2-6 جدول رقم 06: يوضح نسبة القيم المكتسبة من معالجة المشكلات الاجتماعية في برنامج "لي

فات مات":

القيم					
القيم السلبية			القيم الايجابية		
النسبة	التكرار	القيم	النسبة	التكرار	القيم
92،14%	27	الكذب	33،33%	180	قيم دينية
63،6%	12	الاستغلال			
57،16%	30	الخصام	30،36%	196	قيم اجتماعية
97،4%	09	القذف			
41،25%	46	الظلم			
31،3%	06	الاحتيال	37،30%	164	قيم شخصية
23،18%	33	العنف			
94،9%	18	البخل			
100%	181	المجموع	100%	540	المجموع



الشكل البياني رقم 05 يوضح نسبة القيم المكتسبة من معالجة المشكلات الاجتماعية في برنامج "لي

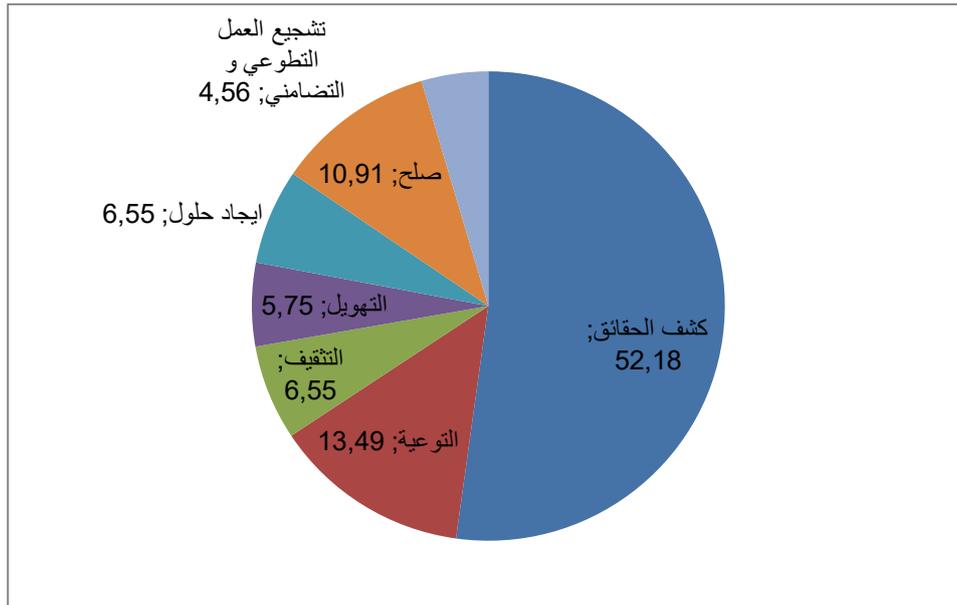
فات مات"

يمثل الجدول رقم(06) والشكل البياني رقم(05) نسبة القيم المكتسبة من معالجة المشكلات الاجتماعية في برنامج "لي فات مات"، والتي قسمت إلى قيم ايجابية والتي كانت بنسبة 89,74% متضمنة القيم الاجتماعية بنسبة 30,36%، تليها القيم الدينية بنسبة 33,33%، ثم القيم الشخصية بنسبة 37,30%. ونلاحظ من الجدول أعلاه أن القيم الايجابية متفاوتة ومتقاربة دلالة على ايجابية البرنامج وايجابية المجتمع وتمسكه بالقيم الحسنة بالرغم من كل الضغوطات والصعوبات داخل الأسرة والمجتمع الجزائري. أما القيم السلبية ظهرت بنسبة 10,25% متضمنة قيم الظلم بنسبة 41,25% ثم تليها قيمة العنف بنسبة 23,18% وتليها بنسبة 57,16% قيمة الخصام، ثم قيمة البخل بنسبة 94,9% وتليها القيمتان القذف والاحتيال بنسب 97,4%، و31,3% على التوالي. من خلال هذه النتائج نلاحظ أن القيم السلبية والسيئة لا تزال تغطي على الفرد الجزائري بسبب الواقع المعاش وكثرة المشاكل الاجتماعية والأسرية.

7-2 جدول رقم 07: يوضح نسبة الأهداف المراد تحقيقها من معالجة المشكلات الاجتماعية في

برنامج "لي فات مات":

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
18,52%	263	كشف الحقائق
49,13%	68	التوعية
55,6%	33	التثقيف
75,5%	29	التحويل
55,6%	33	إيجاد حلول
91,10%	55	الصلح
56,4%	23	تشجيع العمل التطوعي والتضامني
100%	504	المجموع



الشكل البياني رقم 06 يوضح نسبة الأهداف المراد تحقيقها من معالجة المشكلات الاجتماعية في

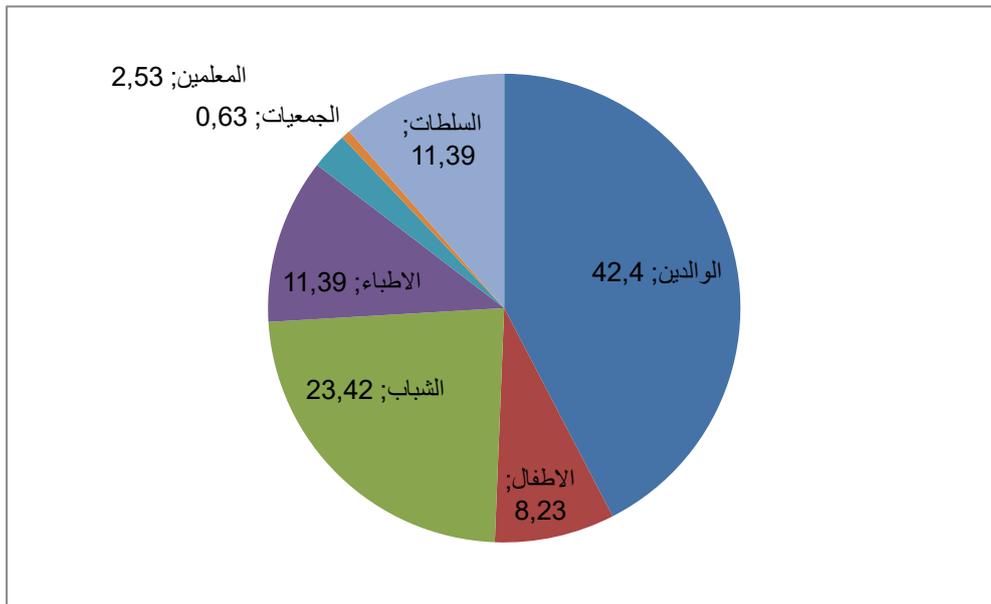
برنامج "لي فات مات"

يوضح الجدول رقم (07) والشكل البياني رقم (06) الأهداف المراد تحقيقها من معالجة المشكلات الاجتماعية، حيث كشفت الدراسة أن الأهداف المراد تحقيقها من برنامج "لي فات مات" بدرجة أولى هي كشف الحقائق بنسبة 18,52% باعتباره الهدف الرئيسي والأساسي لمثل هذه البرامج لأنه يكشف الحبايا الكامنة في الأسرة والمجتمع الجزائري، ويليه هدف التوعية بنسبة 49,13% لأنه ملازم لهذه البرامج يحث ويوجه الأفراد على

عدم الوقوع في نفس هذه المشاكل. و بنسبة قريبة لدينا هدف الصلح بنسبة 91,10% بحيث ان برنامج لي فات فكرة الأساسية المقام عليها هي الصلح بين الأبناء والأولاد بين الأصدقاء لنشر المحبة، و يليه هدف التثقيف وإيجاد الحلول بنسبة متعادلة قدرت ب 55,6% حيث يسعى الهدف الأول إلى توضيح ثقافات جديدة لا يعرفها جميع أفراد المجتمع، ثم هدف التهويل بنسبة 75,5%، في الأخير هدف التشجيع على العمل التطوعي والتضامني بنسبة 56,4% أي تحفيز المشاهدين على مساعدة الحالات المعروضة بأبسط الأشياء بغية نشر ثقافة التعاون والتآزر في المجتمع. هذا ما دل عليه عنصر البرامج الاجتماعية في الجانب النظري للدراسة. الذي وضح ان البرنامج الاجتماعي يقوم على أسس وإمكانيات تعدل سلوك الفرد وتدفع به إلى القيام بأفعال ايجابية تنطوي تحت أهداف البرنامج الخفية منها وعلنية.

2-8 جدول رقم 08: يوضح نسبة الجمهور المستهدف من برنامج "لي فات مات":

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الوالدين	67	40,42%
الأطفال	13	23,8%
الشباب	37	42,23%
الأطباء	18	39,11%
المعلمين	04	53,2%
الجمعيات	01	63,0%
السلطات	18	39,11%
المجموع	158	100%

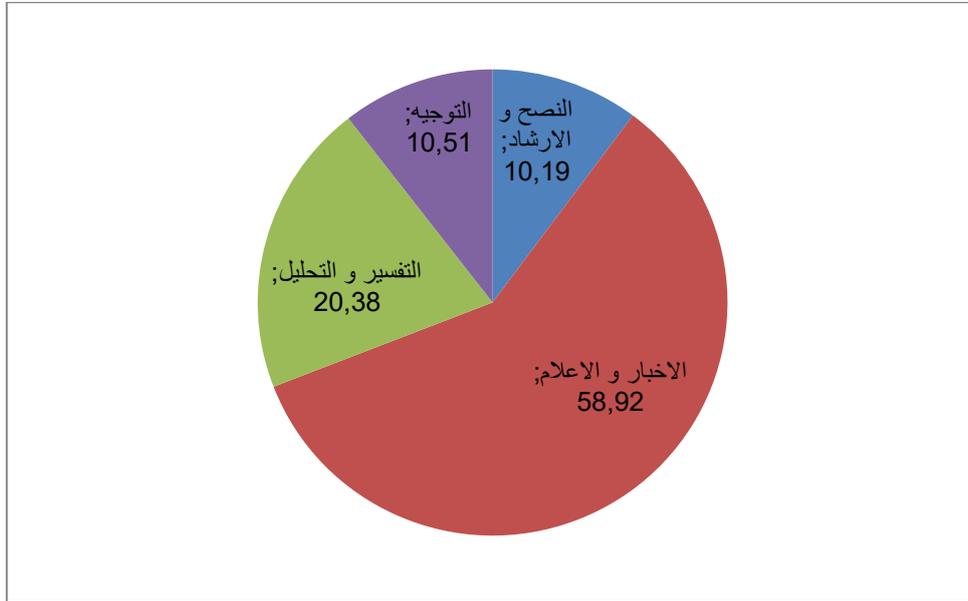


الشكل البياني رقم 07 يوضح نسبة الجمهور المستهدف من برنامج "لي فات مات"

يوضح الجدول رقم (08) والشكل البياني رقم (07) الجمهور المستهدف من برنامج لي فات مات. تبين لنا من خلاله ان الفئة المستهدفة من عرض المشكلات الاجتماعية ومعالجتها هي فئة الوالدين بنسبة 40,42% وذلك لاعتبارهم أول مصادر التنشئة الاجتماعية وأصحاب الواجب التربوي الذين يستهدفون من قبل هذه البرامج من اجل التوعية والحرص على التربية الجيدة للأطفال من اجل تفادي الوقوع في المشاكل بجميع أنواعها مستقبلا، ثم تليها فئة الشباب بنسبة 42,23% كانت النسبة كبيرة نوعا ما وهذا لان الشباب هم صناع المستقبل وأولياء الغد لهذا يركز البرنامج على هذه الفئة من اجل إرشادها على الطرق الصحيحة التي يجب إتباعها. ثم تليها فئة الأطباء والسلطات بنسبة متعادلة قدرت ب 39,11% نظرا لكونهم أصحاب السلطة والنفوذ في المجتمع التي يستهدفها البرنامج لما لها من إمكانيات وقدرات تحولها على التأثير في المجتمع وتقديم المساعدات من اجل إنجاح البرنامج محل الدراسة، وتأتي فئة الأطفال بنسبة 23,8% لأنهم من الفئات المتضررة من المشاكل باختلافها الاجتماعية أسرية أخلاقية تربوية واستهدفها البرنامج من اجل توعيتهم وتعليمهم التفريق بين الصح والخطأ، وتلتها فئة المعلمين بنسبة 53,2% باعتبارهم المساهمين الأساسيين في بناء وتطوير شخصيات الأطفال والشباب. ثم فئة الجمعيات بنسبة 63,0% واستهدفت هذه الفئة من اجل تقديم المساعدات وتلبية النداءات المعروضة في البرنامج وتأدية الواجب.

2-9 جدول رقم 09: يوضح نسب وظائف مضمون برنامج "لي فات مات":

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النصح والإرشاد	64	19,10%
الإخبار والإعلام	370	92,58%
التفسير والتحليل	128	38,20%
التوجيه	66	51,10%
المجموع	628	100%



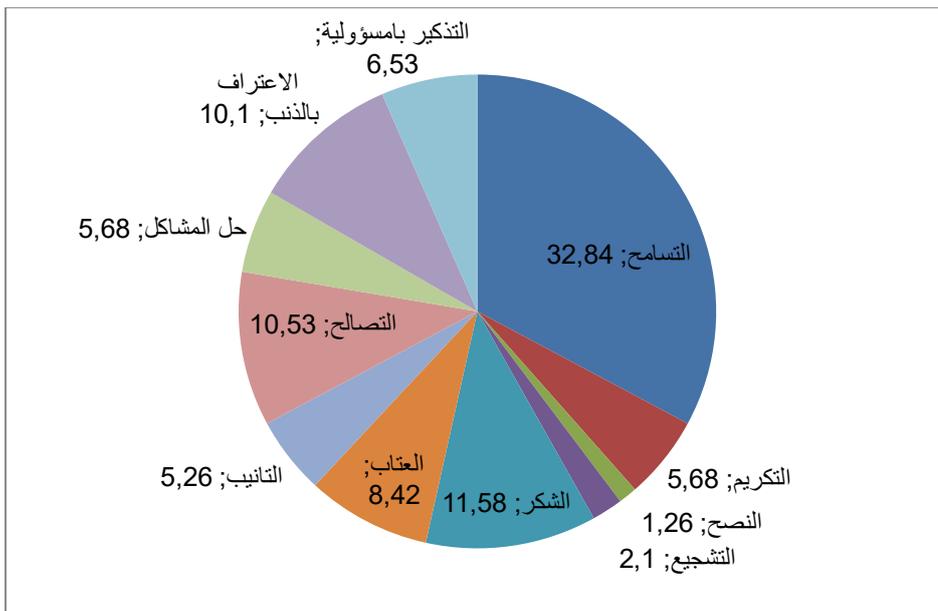
الشكل البياني رقم 08 يوضح نسب وظائف مضمون برنامج "لي فات مات"

يوضح الجدول رقم (09) والشكل البياني رقم (08) وظائف مضمون برنامج "لي فات مات" حيث فئة الإخبار والإعلام تتصدر المرتبة الأولى بنسبة 92,58% لأن مبدأ برنامج موضوع الدراسة قائم على سرد الأحداث والتفاصيل من طرف الضيف والمستضيف وهنا يبدأ بإخبار وإعلام القائم بالاتصال والجماهير بالتفاصيل والأحداث لتشخيص أسباب المشكلة وتحديد بدلة تجسيدها لوظائف الإطار الإعلامي المحددة مسبقا في مخطط البرنامج، ثم تليها فئة التفسير والتحليل بنسبة 38,20% عن سرد الأطراف الفاعلين من ضيف ومستضيف لأحداث القصة يكون هناك الكثير من الغموض فلا بد هنا من تفسير وتحليل المحتوى حتى يتمكن الجمهور من الفهم والاستيعاب، ثم تلتها فئة التوجيه بنسبة 51,10% بعدها فئة النصح والإرشاد بنسبة 19,10% وهذا

عائد لمحتوى ومضمون البرنامج الاجتماعي لي فات مات الذي يساهم في توجيه الأفراد وإرشادهم بطريقة خفية ضمن الوظيفة الإعلامية.

10-2 جدول رقم 10: يوضح نسب دوافع الحضور لبرنامج "لي فات مات":

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
84,32%	156	تسامح
68,5%	27	تكريم
26,1%	06	نصح
10,2%	10	تشجيع
58,11%	55	شكر
42,8%	40	عتاب
26,5%	25	تأنيب
53,10%	50	تصالح
68,5%	27	حل المشاكل
10,10%	48	الاعتراف بالذنب
53,6%	31	التذكير بالمسؤولية
100%	475	المجموع



الشكل البياني رقم 09 نسب دوافع الحضور لبرنامج "لي فات مات"

يوضح الجدول رقم(10) والشكل البياني رقم (09) نسب دوافع الحضور للبرنامج "لي فات مات". ظهر التسامح بنسبة 84,32% وهذا لان أكثر الحالات حضورا في البرنامج كان هدفها طلب السماح من الوالدين أو الأبناء بغية المبادرة في إصلاح العلاقات وتوطيدها وتحبيب الجمهور في مثل هذه المبادرات، يليه دافع الشكر بنسبة 58,11% حيث ظهر هذا الدافع في عدة حلقات عينة الدراسة وهذا لان برنامج لي فات مات أعطى الفرصة للكثير من الناس على شكر الوالدين والأصدقاء والامتنان لهم أمام المجتمع الجزائري. ثم التصالح بنسبة 53,10% من اجل فك الخصومات والمشاكل وتحقيق هدف البرنامج المشترك بينه وبين البرامج الاجتماعية الأخرى كبرنامج افتح قلبك واحكي حكايتك المتمثل في الصلح، يليه بعد ذلك دافع الاعتراف بالذنب ثم العتاب، التذكير بالمسؤولية، حل المشاكل والتكريم، التأنيب، التشجيع، ثم دافع النصح بنسب متقاربة ومتفاوتة وهذا راجع لنوع وطبيعة الوسيلة الإعلامية وطبيعة أحداث ومواضيع محتوى البرنامج بحد ذاته.

11-2 جدول رقم 11: يوضح نسب سمات وخصائص الفاعلين (الضيف، المستضيف) في برنامج "لي فات مات":

فات مات":

من حيث الحالة المدنية			من حيث الجنس			من حيث السن		
النسبة	التكرار	الفئة	النسبة	التكرار	الفئة	النسبة	التكرار	الفئة
43,21%	06	أعزب	62,47%	10	ذكر	44%	11	شاب
28,64%	18	متزوج				40%	10	كهل
			38,52%	11	أنثى			
28,14%	4	مطلق				16%	04	شيخ
100%	28	المجموع	100%	21	المجموع	100%	25	المجموع



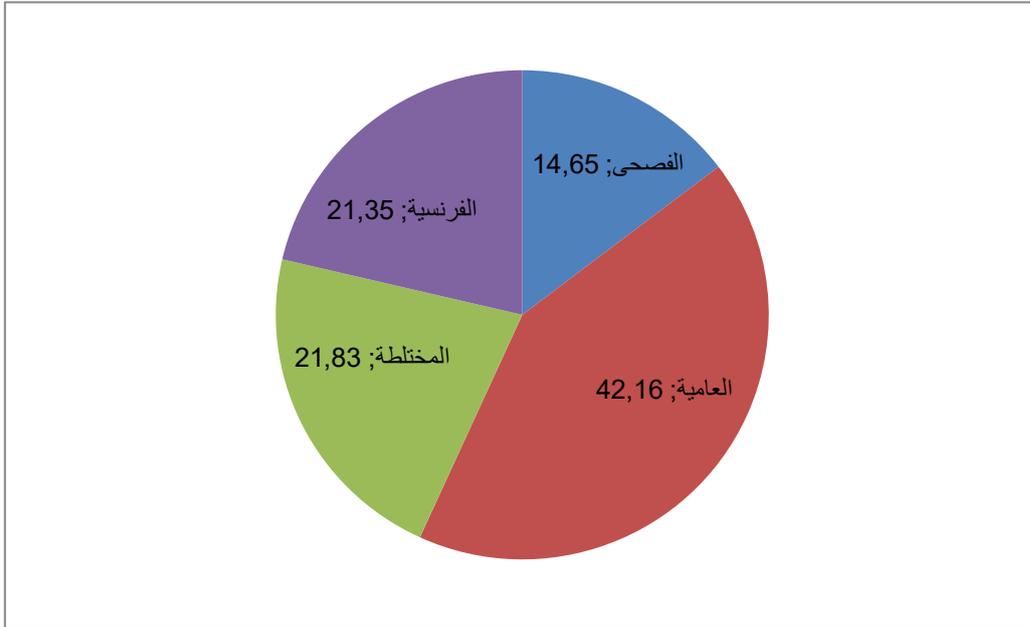
الشكل البياني رقم 10 نسب سمات وخصائص الفاعلين (الضيف، المستضيف) في برنامج "لي فات مات"

المستضيف) في برنامج لي فات مات، حيث نلاحظ في فئة السن ان الشباب هم أكثر قدوما للبرنامج من اجل تخفيف الضغط وحل المشاكل الناتجة عن الضغوطات الاجتماعية والأسرية حيث بلغة نسبة هذه الفئة 44%، تم تلتها فئة الكهول والشيوخ بنسبة 40% و 16% على التوالي وهذا راجع لأعراف وتقاليد المجتمع الجزائري الذي يرفض فكرة طلب الوالدين العفو أو السماح من أبنائهم. أما بالنسبة لفئة الجنس نرى ان الإناث هم أكثر حضورا في البرنامج نظرا لتهميشهم وضعفهم في المجتمع وهذا لطبيعتهم الحساسة وعفويتهم، ثم تليها فئة الذكور بنسبة 62,47% نظرا لبنية وتفكير الشاب الجزائري وجرأته قليلة وخوفه من نظرة المجتمع هذا ما اتفقت فيه دراستنا مع دراسة طاهر حورية للمشكلات الاجتماعية في برامج التلفزيون الخاص قناة الهقار الشروق العامة والنهار دراسة تحليلية. وفيما يخص فئة الحالة المدنية يمثل الجدول ان فئة المتزوجين بلغت نسبة كبيرة قدرت بـ 28,64% لأنهم الأكثر حضورا في البرنامج وهذا للمشاكل والعلاقات المتوترة في حياتهم الأسرية والاجتماعية، وتلتها فئة العزاب بنسبة 43,21% لتضررهم وعدم استفادتهم من حقوقهم الطبيعية كالحق في العمل والحق في السكن واللجوء إلى البرنامج لتعبير عن آرائهم والبحث عن حلول لمشاكلهم، وفي آخر رتبة فئة المطلقين بنسبة 28,14% وذلك لعرض نتائج الطلاق على حياة الأطفال والعائلات وتقديم عبر ونصائح للمجتمع من اجل الاستفادة .

12-2 جدول رقم 12: يوضح نسبة اللغة المستخدمة في معالجة المشكلات الاجتماعية في برنامج "لي

فات مات":

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الفصحى	490	14,65%
العامية	1410	42,16%
المختلطة	730	21,83%
الفرنسية	714	21,35%
المجموع	3344	100%



الشكل البياني رقم 11 يوضح نسبة اللغة المستخدمة في معالجة المشكلات الاجتماعية في برنامج "لي

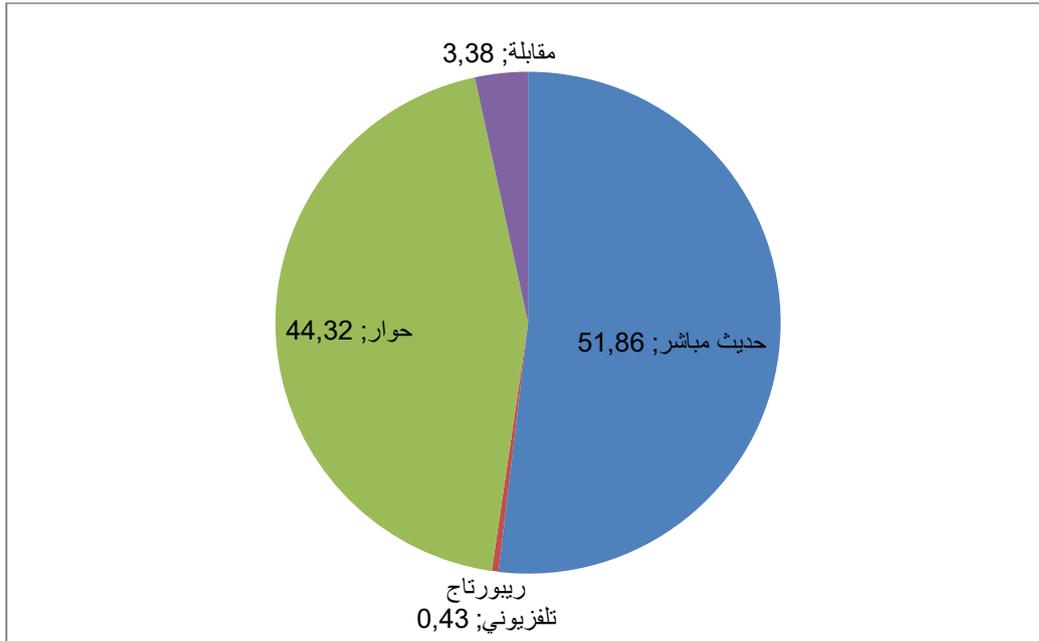
فات مات"

يوضح الجدول رقم (12) والشكل البياني رقم (11) اللغة المستخدمة في معالجة المشكلات الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة. حيث تعتبر اللغة الوسيلة التي تنقل بها الرسالة إلى الجماهير. ومن خلال الجدول نلاحظ اللغة الغالبة المستخدمة في برنامج "لي فات مات" هي اللغة العامية (لغة الشارع) بنسبة 42.16% لان البرنامج اجتماعي يقوم باستضافة أطراف من عامة المجتمع تختلف وتفاوت مستوياتهم العلمية ليكون محتوى موضوع البرنامج مفهوم وبسيط لدى شرائح المجتمع أو الجمهور المشاهدين. ثم تليها اللغة المختلطة

بنسبة 83,21% وتعني المزيج بين اللغة الفصحى واللغة العامية وهذا راجع لطبيعة المجتمع الجزائري الذي اعتاد عليها وهذا لسرعة وسهولة فهمها، ثم تليها اللغة الفرنسية بنسبة 35,21% كانت نسبتها متقاربة مع اللغة المختلطة وهذا راجع للاستخدام الصحفي والضيوف لمصطلحات فرنسية سهلة على اللسان اعتادها الجزائريون منذ الاستعمار الفرنسي. ثم في الرتبة الأخيرة اللغة الفصحى بنسبة 65,14% لان المجتمع الجزائري لا يستخدم اللغة الفصحى إلا في المدارس أو الوثائق الرسمية أما في الحياة اليومية أو البرامج تكون في اغلب الأحيان مختلطة. هذا ما اختلفت فيه أطروحة الدكتوراه الموسومة بالمعالجة الإعلامية للمضامين الثقافية لقناة الجزائرية الثالثة لشرارة حياة التي أكدت ان اللغة الفصحى هي اللغة الأكثر استخداما في طرح البرامج الثقافية كونها تقوم على استدعاء فئة نخبوية مثقفة (باحثين، أساتذة، مختصين) ومعالجة مواضيع تستلزم استخدام اللغة الفصحى.

2-13 جدول رقم 13: يوضح نسبة القوالب الفنية المستخدمة في عرض برنامج "لي فات مات":

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
حديث مباشر	598	86,51%
ريبورتاج تلفزيوني	05	43,0%
حوار	511	32,44%
مقابلة	39	38,3%
المجموع	1153	100%



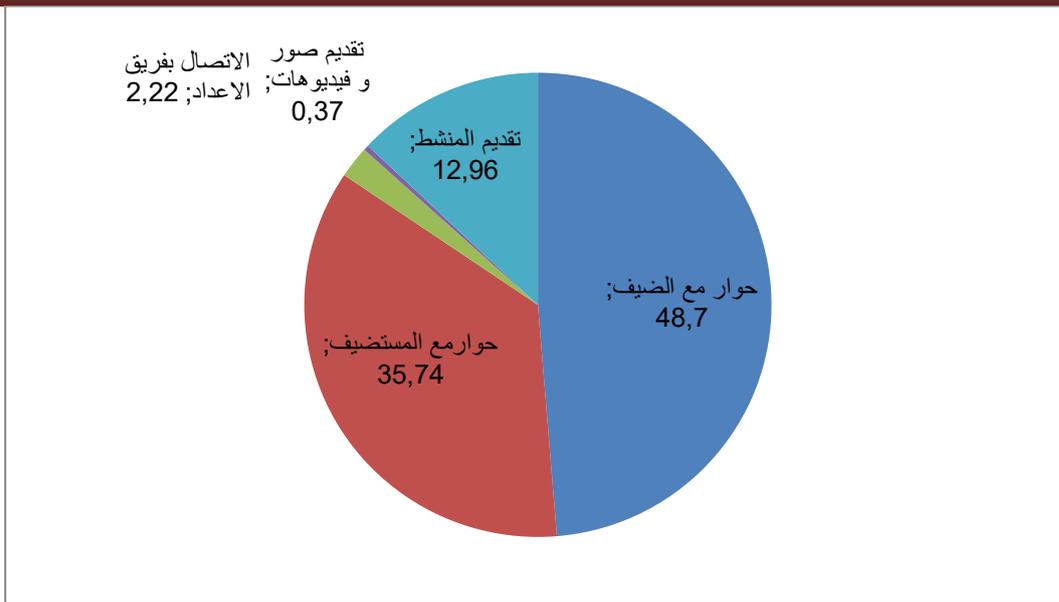
الشكل البياني رقم 12 يوضح نسبة القوالب الفنية المستخدمة في عرض برنامج "لي فات مات"

يمثل الجدول رقم(13) والشكل البياني رقم(12) القوالب الفنية المستخدمة في عرض برنامج "لي فات مات"، فمن خلاله نلاحظ ان مختلف المواضيع التي تناولتها العينة المختارة تطرح على شكل حديث مباشر بنسبة 86,51% وهذا من اجل تقديم مختلف المعلومات وتفاصيل حول الموضوع أو القضية، ثم يليها الحوار بنسبة 32,44% حيث يظهر أسلوب الحوار أثناء تبادل أطراف الحديث بين الفاعلين في البرنامج. ثم تأتي المقابلة بنسبة 38,3% ظهرت في البرنامج عند طرح الصحفي أسئلة المقابلة كالسن، الجنس، الحالة المدنية لكل من الضيف والمستضيف. وتلها الريبورتاج التلفزيوني بنسبة قليلة جدا قدرت ب 43,0% لأن البرنامج اجتماعي أساسه الحديث المباشر والحوار. حيث أكدت وتوصلت دراسة طاهر حورية لموضوع أخلاقيات الممارسة الإعلامية في القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر وتحليلها لمبدأي احترام الخصوصية وقيم المجتمع للبرامج الاجتماعية إلى نفس النتيجة التي تحصلنا عليها، بان الحديث المباشر تصدر المرتبة الأولى في البرامج الثلاث محل دراستها بنسب بلغت 07,44% في برنامج خط احمر، 57,40% في برنامج خط برتقالي ثم بنسبة 86,35% في برنامج ما وراء الجدران .

14-2 جدول رقم 14: يوضح نسبة أساليب تقديم برنامج "لي فات مات" في إطار معالجة المشكلات

الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة:

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
حوار مع الضيف	263	70,48%
حوار مع المستضيف	193	74,35%
الاتصال بفريق الإعداد	12	22,2%
تقديم صور وفيديوهات	02	37,0%
تقديم المنشط	70	96,12%
المجموع	540	100%



الشكل البياني رقم 13 يوضح نسبة أساليب تقديم برنامج "لي فات مات" في إطار معالجة الإعلامية

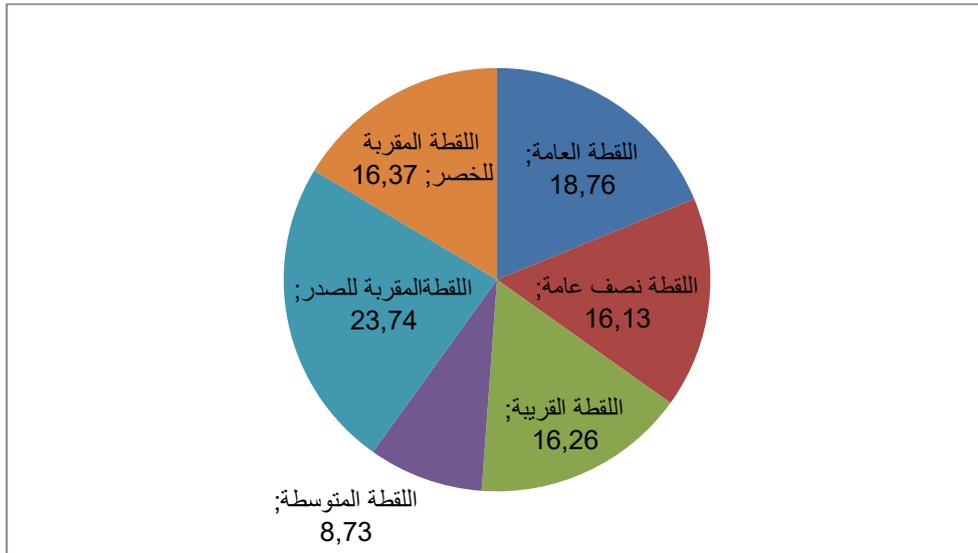
للمشكلات الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

يبين الجدول رقم (14) والشكل البياني رقم (13) أساليب تقديم برنامج "لي فات مات" في إطار المعالجة الإعلامية للمشكلات الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، بنسبة 70,48% ظهر أسلوب الحوار مع الضيف وهذا عائد لطبيعة عرض البرنامج حيث يعتمد اعتماد كلي على الضيف لأنه يحمل تفاصيل القصة ومعالجتها، ثم بنسبة 74,35% الحوار مع المستضيف باعتباره الطرف الثاني للقصة موضوع البرنامج، يليه تقديم المنشط بنسبة قدرت ب 96,12% وجاءت هذه النسبة تعبيراً على دور القائم بالاتصال في تسيير وتنشيط حركة البرنامج وكذلك تقديم البرنامج والمواضيع المطروحة بطريقة إعلامية تعكس صورة المقدم والقناة، يليها بعد ذلك أسلوب الاتصال بفريق الإعداد بنسبة 22,2% وكانت النسبة قليلة وهذا لان البرنامج في مبدأه لا يقوم على الاتصالات الخارجية إلا في حالات قليلة مثل معرفة هل لبي دعوة البرنامج. والمرتبة الأخيرة جاء أسلوب تقديم الصور وفيديوهات بنسبة ضئيلة جدا قدرت ب 37,0% وذلك لمراعاة حرمة البيت واحترام رأي الحضور بعدم القبول بعرض صورهم.

2-15 جدول رقم 15: يوضح نسب طبيعة لقطات التصوير في المعالجة الإعلامية للمشكلات

الاجتماعية ضمن برنامج "لي فات مات":

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
اللقطة العامة	700	76,18%
اللقطة نصف العامة	602	13,16%
اللقطة القريبة	607	26,16%
اللقطة المتوسطة	326	73,8%
اللقطة المقربة للصدر	886	74,23%
اللقطة المقربة للخصر	611	37,16%
المجموع	3732	100%



الشكل البياني رقم 14 نسبة طبيعة لقطات التصوير في المعالجة الإعلامية للمشكلات الاجتماعية

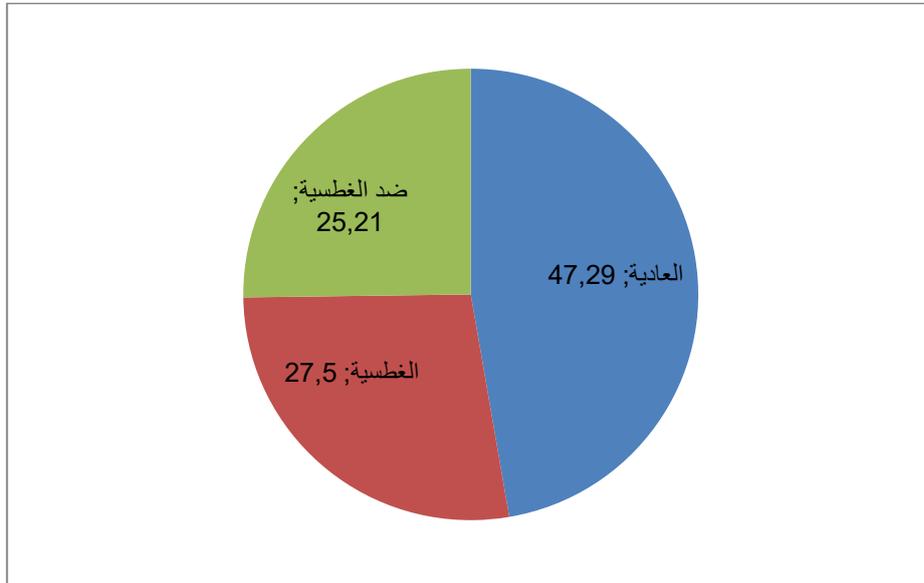
ضمن برنامج "لي فات مات"

يوضح الجدول رقم (15) والشكل البياني رقم (14) طبيعة لقطات التصوير في المعالجة الإعلامية للمشكلات الاجتماعية، ومن خلال قواعد لقطات التلفزيونية يتم تحديدها على أساس ما يظهر من جسم الإنسان وتعتبر لقطات التصوير على مجموعة صور متتالية من اجل تدعيم الموضوع المطروح ومعالجته من جميع جوانبه في مدة زمنية محددة هذا ما أشار إليه الإطار النظري ضمن مفاهيم البرنامج التلفزيوني، احتلت اللقطة المقربة للصدر المرتبة الأولى بنسبة 74,23% والتي تهدف إلى إبراز وضعية الأطراف الفاعلين في البرنامج وتفاعلهم مع

الموضوع المعالج. المرتبة الثانية كانت للقطعة العامة بنسبة 76,18% للتركيز على الديكور والاستديو والضيوف والجمهور كذلك أي تقديم صورة مجملية لشكل البرنامج، ثم القطعة المقربة للخصر بنسبة 37,16% وتعمل على إظهار الشخصيات من الرأس إلى الخصر من أجل تسليط الضوء عليه أثناء الحديث وإظهار حركات اليد والإشارات، ثم تليها اللقطة القريبة التي ظهرت بنسبة 26,16% التي كان الغاية منها إبراز ملامح الوجه للفاعلين في البرنامج والتركيز على المشاعر والأحاسيس المراد إظهارها للجمهور، ثم تليها ونسبة قريبة للقطعة نصف عامة بنسبة 13,16% وذلك لتركيز على الجزء المهم من الديكور وعرضه على الجمهور، ثم اللقطة المتوسطة بنسبة 73,8% واستعملت هذه اللقطة لإبراز الحوار القائم بين الفاعلين في البرنامج.

2-16 جدول رقم 16: يوضح نسب زوايا التصوير المعتمدة في برنامج "لي فات مات":

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
29,47%	906	العادية
50,27%	527	الغطسية
21,25%	483	ضد الغطسية
100%	1916	المجموع

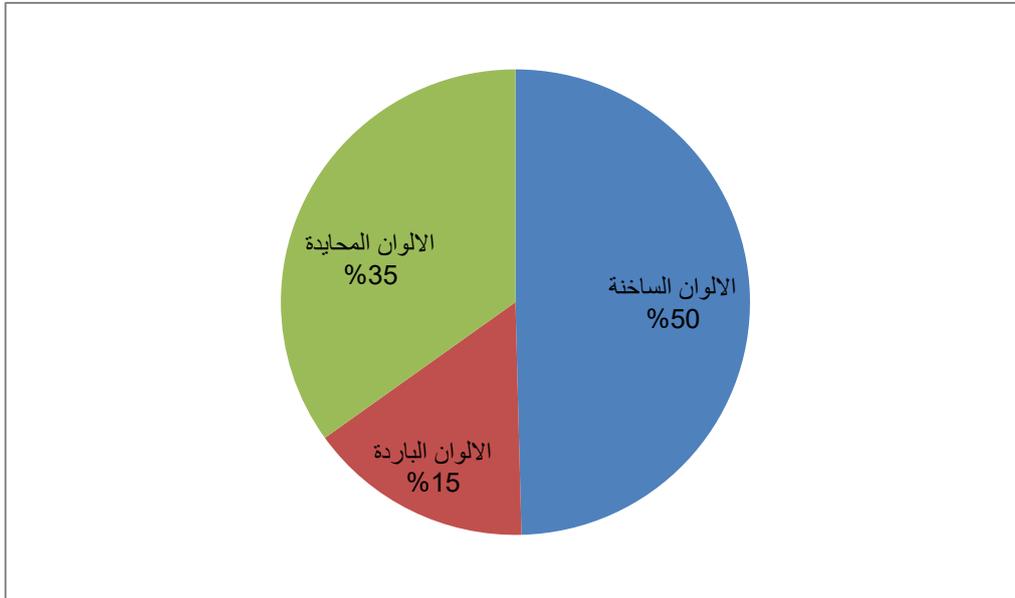


الشكل البياني رقم 15 نسب زوايا التصوير المعتمدة في برنامج "لي فات مات"

يمثل الجدول رقم(16) والشكل البياني رقم (15) زوايا التصوير المعتمدة في برنامج "لي فات مات"، حيث نجد ان البرنامج اعتمد على الزاوية العادية بنسبة 29,47% كأكثر زاوية اعتمادا وهذا لإظهار الديكور والأطراف الفاعلين دون ان يعلو احدهما على الآخر، وتلتها الزاوية الغطسية بنسبة 50,27% وهذا من اجل إعطاء انطباعات مختلفة عن البرنامج وكذلك إيضاح الصورة وشخصياتها، ثم في الأخير الزاوية ضد الغطسية بنسبة 21,25% لتعظيم من شان الفاعلين في تلك الزوايا والصور، تستعمل هذه الزوايا لتدعيم مضمون ومحتوى البرنامج وإخراجه في صورة واضحة ومعبرة.

جدول رقم 17-2: يوضح نسب الألوان المستخدمة في برنامج "لي فات مات":

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
59,49%	304	الألوان الساخنة
50,15%	95	الألوان الباردة
91,34%	214	الألوان المحايدة
100%	613	المجموع



الشكل البياني رقم 16 نسب الألوان المستخدمة في برنامج "لي فات مات"

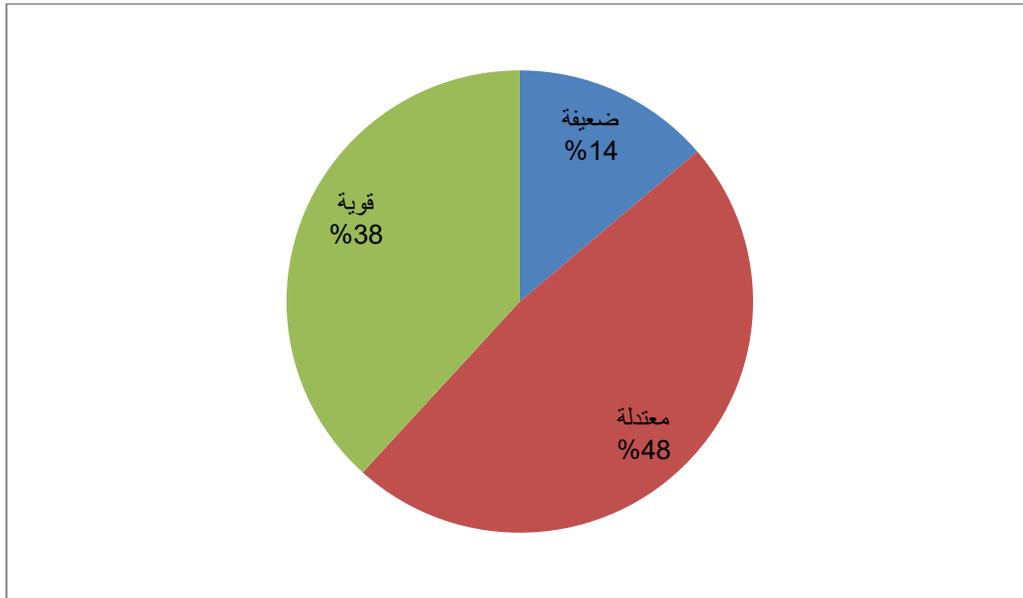
يوضح الجدول رقم (17) والشكل البياني رقم(16)الألوان المستخدمة في برنامج "لي فات مات"، حيث بلغة نسبة الألوان الساخنة 59,49% كاللون الأحمر والبرتقالي... لتدل على قوة وقدرة البرنامج في جذب انتباه المشاهد والمجتمع وصناعة التغيير، ثم تليها الألوان المحايدة التي تعني الأسود والأبيض والرمادي 91,34% كدلالة

على الطيبة والسلام والطمأنينة الممنوحة من قبل البرنامج والقائم بالاتصال. ثم تلتها بعد ذلك الألوان الباردة اللون الأزرق والأخضر ... بنسبة 50,15% دلالة على بساطة البرنامج وتأثيره في الأفراد وجعلهم يشعرون بالاسترخاء والراحة النفسية هذا ما تسعى إليه مثل هذه البرامج.

2-18 جدول رقم 18: يوضح نسب الإضاءة المستخدمة في عرض المشكلات الاجتماعية ضمن

برنامج "لي فات مات":

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
83,13%	161	ضعيفة
21,48%	580	معتدلة
40,38%	462	قوية
100%	1203	المجموع



الشكل البياني رقم 17 يوضح نسب الإضاءة المستخدمة في عرض المشكلات الاجتماعية ضمن

برنامج "لي فات مات"

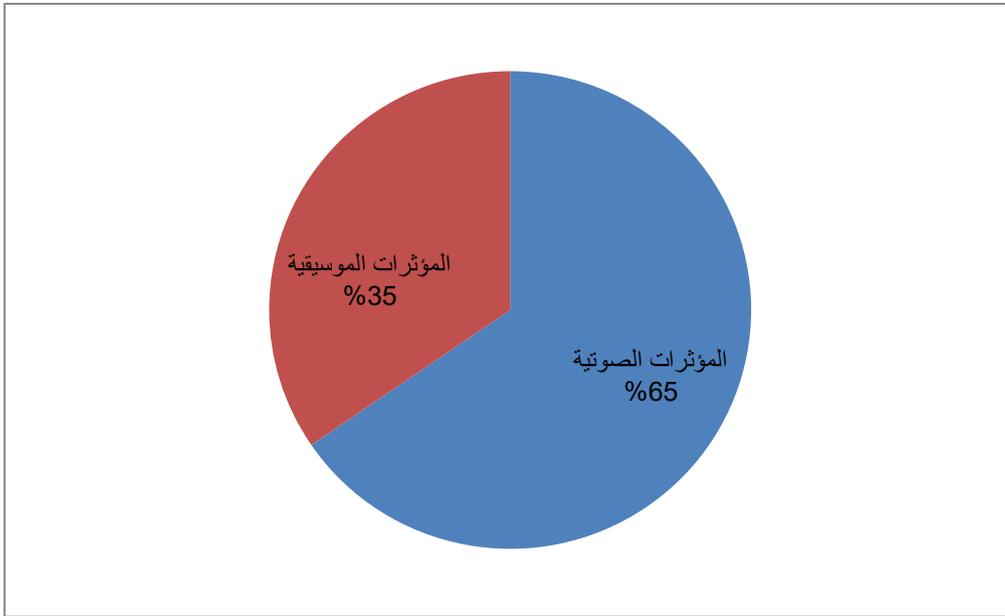
يوضح الجدول رقم (18) والشكل البياني رقم (17) الإضاءة المستخدمة في عرض المشكلات الاجتماعية ضمن برنامج "لي فات مات"، حيث يظهر لنا الجدول استخدام البرنامج للإضاءة، حيث قدرت الإضاءة المعتدلة بنسبة 21,48% والتي تكون متوسطة وهذا لإراحة أعين الفاعلين والجمهور المشاهدين دون انزعاج أو توتر، ثم تليها الإضاءة القوية بنسبة 40,38% بغية إبراز ملامح وتعابير الوجه ودعم الأحداث وتأثير في

الجمهور، الإضاءة الضعيفة ظهرت بنسبة 83,13% أي بنسبة ضعيفة مقارنة بالاضائتين السابقتين كانت عند بداية البرنامج وعند دخول المستضيف وختام البرنامج .

19-2 جدول رقم 19: يوضح نسبة المؤثرات المعتمدة في برنامج "لي فات مات" لمعالجة المشكلات

الاجتماعية:

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
المؤثرات الصوتية	322	45,65%
المؤثرات الموسيقية	170	55,34%
المجموع	492	100%



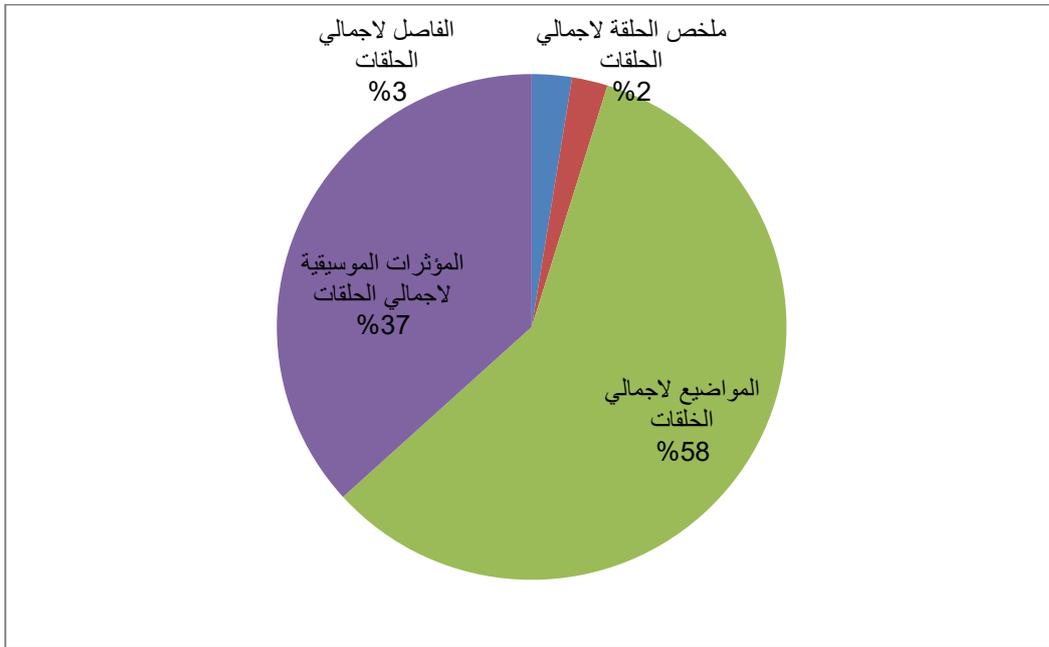
الشكل البياني رقم 18 يمثل نسبة المؤثرات المعتمدة في برنامج "لي فات مات" لمعالجة المشكلات الاجتماعية

يمثل الجدول رقم (19) والشكل البياني رقم (18) المؤثرات المعتمدة في برنامج "لي فات مات" لمعالجة المشكلات الاجتماعية، المؤثرات الصوتية كانت بنسبة 45,65% والتي تمثل الأصوات الطبيعية للأطراف الفاعلين كالبكاء والصراخ لأنها تؤثر بنسبة كبيرة في نفسية المشاهد وتدفعه لتعاطف مع الأفراد، ثم تليها المؤثرات الموسيقية المصطنعة (الأغاني، الموسيقى الحزينة) بنسبة 55,34% التي تضيف إلى البرنامج لمسة سحرية مؤثرة وكاسبة للجمهور .

2-20 جدول رقم 20: يوضح نسبة المدة الزمنية المخصصة لكل من "المواضيع، المؤثرات الموسيقية،

الفاصل، ملخص الحلقة" لإجمالي الحصص المعالجة في برنامج "لي فات مات":

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
44,2%	9 دقائق	فئة المساحة الزمنية للفاصل لإجمالي الحلقات
17,2%	8 دقائق	فئة المساحة الزمنية ملخص الحلقة في إجمالي الحلقات
6,56%	3 ساعة 42 دقيقة	فئة المساحة الزمنية للمواضيع لإجمالي الحلقات
23,35%	2 ساعة 10 دقيقة	فئة المساحة الزمنية للمؤثرات الموسيقية لإجمالي الحلقات
100%	5 ساعات 69 دقيقة	المجموع



الشكل البياني رقم 19 يمثل نسبة المدة الزمنية المخصصة لكل من "المواضيع، المؤثرات الموسيقية،

الفاصل، ملخص الحلقة" لإجمالي الحصص المعالجة في برنامج "لي فات مات"

يمثل الجدول رقم(20) والشكل البياني رقم (19) المدة الزمنية المخصصة لكل من " المواضيع، المؤثرات الموسيقية، الفاصل وملخص الحلقة " لإجمالي الحصص المعالجة في برنامج لي فات مات. نلاحظ ان أكبر نسبة سجلتها فئة المواضيع لإجمالي الحلقات بنسبة 6,56% أي ما يعادل 3 ساعات و 42 دقيقة من الوقت الإجمالي لي برنامج لي فات مات وذلك كونه يهدف إلى طرح مواضيع وقضايا عديدة تمس جميع المجالات خاصة المجال الاجتماعي والأسري ومعالجها. ثم تلتها المؤثرات الموسيقية بنسبة 23,35% وأخذت هذه النسبة لأنها ظهرت لتعبير عن اللقطات القوية والحزينة والمشاعر الضمنية ودعمها للمواقف والتأثير في الجمهور المشاهد والأطراف الفاعلين، وبعد ذلك أخذت فئة الفاصل نسبة 44,2% للفصل بين فقرات البرنامج والانتقال من موضوع آخر، وفي المرتبة الأخيرة فئة الملخص بنسبة قدرت ب 17,2% حيث كانت نسبة قليلة وهذا لأنه يعطي لمحة سريعة وشاملة حول موضوع الحلقة وتقديم فكرة للجمهور عن محتوى البرنامج

3- النتائج العامة للدراسة:

- بعد تحليل مضمون برنامج لي فات مات توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كإجابة على تساؤلات الواردة في مشكلة البحث، والتي تمثلت فيما يلي:
- اهتمام قناة الشروق العامة بإعداد برامج تعالج المشكلات الاجتماعية وتنقل صورة المجتمع الجزائري .
 - تناول برنامج لي فات مات مواضيع اجتماعية متعددة ومتنوعة لكنه ركز بالدرجة الأولى على المواضيع الاجتماعية كالبطالة، الفقر، التشرد، التسول، الإدمان وهذا لإظهار وإبراز نتائجها على الفرد والمجتمع.
 - تبين من خلال تحليل محتوى برنامج لي فات مات انه يعتمد اعتمادا كبيرا على مقدم البرنامج كطرف فاعل وذلك من خلال ما يحمله من خصائص وقدرات تمكنه من تسيير محتوى البرنامج.
 - أظهرت الدراسة ان اتجاه البرنامج والأطراف الفاعلين نحو معالجته للقضايا الاجتماعية كان مؤيدا وهذا ظهر من خلال انحياز الفاعلين للمواضيع والقصص المطروحة.
 - توصلنا في هذه الدراسة ان الأساليب العاطفية هي أكثر الأساليب استخدما في معالجة المشكلات الاجتماعية كونها الأسلوب الأكثر فعالية في جذب الجماهير والتأثير فيهم.
 - أوضحت الدراسة التحليلية لبرنامج لي فات مات ان القيم الايجابية كالصدق والتعاون والإحسان هي الأكثر بروزا في البرنامج وهذا دلالة على ايجابيته.
 - تبين الدراسة ان المعالجة الإعلامية للمشكلات الاجتماعية تهدف إلى كشف الحقائق والخبائيا وإلى تثقيف وتوعية الجمهور الجزائري.
 - استهدف برنامج لي فات مات من خلال معالجته للمشكلات الاجتماعية الوالدين والشباب بدرجة أولى باعتبارهم الركن والعمود الأساسي للقيام بالمجتمع.
 - يسعى البرنامج إلى إخبار وإعلام أفراد المجتمع بالمواضيع المهشمة وتسليط الضوء عليها.
 - اللغة الأكثر استخداما في عرض ومعالجة المشكلات الاجتماعية هي اللغة العامية كون البرنامج يستهدف عامة المجتمع الجزائري وبالتالي لا بد ان تكون لغة الخطاب مفهومة لمراعاة المستوى العلمي والثقافي لدى الجماهير.

- كشفت الدراسة ان برنامج لي فات مات اعتمد على الحديث المباشر أثناء معالجته للمشكلات الاجتماعية باعتباره المصدر الأساسي لكشف الحقائق وتقديم المعلومات والتفاصيل دون اللجوء لتحقيقات.
- استعمل برنامج لي فات مات أساليب فنية متعددة تمثلت في الإضاءة، لقطات وزوايا التصوير لإضافة لمسة جمالية لمحتوى البرنامج.
- ركز برنامج لي فات مات على الألوان الساخنة والباردة لإبراز قوته ودوره على المشاهدين وهدفه في نشر السلام والحببة بين أطراف المجتمع.
- اغلب المؤثرات التي اعتمدها برنامج لي فات مات في معالجته للمشكلات الاجتماعية هي المؤثرات الصوتية المتمثلة في البكاء الصراخ الضحك للتعبير عن حالة أو مشاعر معينة.
- أكثر الفئات حضورا للبرنامج هم فئة الشباب والإناث والمتزوجين لأنهم أكثر الفئات تضررا من المشكلات الاجتماعية.
- خصص برنامج لي فات مات مدة زمنية كبيرة للمعالجة المواضيع الاجتماعية دلالة على اهتماماته وانشغالاته بقضايا المجتمع الجزائري.

4- صحة الإسقاط النظري على الدراسة:

بعد توظيف نظرية التأطير الإعلامي في دراستنا وتوصلنا إلى النتائج المعروضة أعلاه نجد:

رسمت قناة الشروق العامة إطارا إعلاميا للنقل الأفكار والمواضيع تمثل في البرنامج الاجتماعي لي فات مات، الذي قام بوصف المواضيع والأحداث بطرق وأساليب مدروسة بدقة محترمة لثقافة وخصائص الفاعلين والمجتمع على حد سواء تطبيقا لقواعد ومتغيرات النظرية مركزة على انتقاء جوانب وإغفال أخرى، بهدف التأثير في أفكار وردود أفعال الجماهير.

سعى برنامج لي فات مات إلى تحديد المشكلات الاجتماعية بدقة وتشخيصها ووضع أحكام لها وفق ما يقره الشرع والقانون لإيجاد سبل وطرق علاجية هذا ما حدده انتماء في الوظائف التحليلية للإطار الإعلامي. من خلال هذا نجد ان نتائجنا كانت متطابقة ومحقة بنسبة كبيرة مع الفروض والوظائف الأساسية التي تنص عليها نظرية التأطير الإعلامي.

خلاصة:

بعد عرض وتحليل البيانات وقراءة الجداول كميا وكيفيا وتوضيحها في أشكال بيانية وتعليق عليها توصلنا إلى ان منظور برنامج لي فات مات للمشكلات الاجتماعية تجسد في أرقام ونسب أظهرت مدى اهتمامه بهذه القضايا واحترامه لأسس وقواعد التصميم التلفزيوني، والأطر النظرية التي تنسجم مع أولويات وأهداف القائم بالاتصال والفاعلين في البرنامج مركزا على القيم ومبادئ المجتمع.

خاتمة:

و في الأخير توصلنا في دراستنا لموضوع المعالجة الإعلامية للمشكلات الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، ان المشكلات الاجتماعية تشغل حيز كبير في المجتمع الجزائري وتكاد ان تصبح جزء لا يتجزأ منه، هذا ما استدعى تسليط الضوء عليها في المجال الإعلامي من خلال إعداد وتصميم برامج تلفزيونية اجتماعية ترضع قضايا المواطن الجزائري ضمن أولوياتها واهتماماتها وتسعى لإيجاد حلول لها.

هذا ما برز في برنامج لي فات مات محل دراستنا، الذي أدى دوره في نقل المشكلات والقضايا الاجتماعية بصورتها الحقيقية من شتى جوانبها وزواياها كانعكاس للواقع المعاش، وتناولها بطرق وأساليب إعلامية عصرية مواكبة للتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية في المجتمع.

حيث تجسد هذا البرنامج الحوارية التلفزيونية في قالب مخطط ومدروس بدقة يهتم بمعالجة المشكلات الاجتماعية وتحليلها بإتباع وظائف التأطير الإعلامي المتمثلة في تحديد المشكلة وتشخيص أسبابها ووضع أحكام لها وفق أطر ومبادئ أخلاقية، اجتماعية ومهنية محترمة طبيعة الوسيلة الإعلامية والمعتقدات الإيديولوجية والثقافية للفاعلين والقائمين في البرنامج، كما ركزا على بث القيم الايجابية كالرحمة والإحسان لحث وتشجيع أفراد المجتمع على نشر الخير والتعاون والتكافل فيها بينهم وتجنب كل ما هو سلبي، كما انه اعتمد اعتمادا كلياً على اللغة العامية في طرحه لمحتوى البرنامج وإيصال الرسالة الإعلامية التي تهدف إلى كشف الحقائق و نشر الثقافة والوعي لدى فئات المجتمع، من خلال هذا جوانبنا على الإشكالية المطروحة في الجانب المنهجي.

و عليه نجد ان البرنامج وفق إلى حد كبير في معالجة مختلف القضايا والمشكلات الاجتماعية من خلال الصدى الايجابي والمتابعة الكبيرة التي حققها وزاد بها نجاحا وتألقا ومصداقية لقناة الشروق العامة.

من خلال ما توصلنا إليه من نتائج نقدم مجموعة من التوصيات والاقتراحات لرفع مستوى المعالجة الإعلامية في البرامج الاجتماعية الجزائرية، ومن أهم هذه التوصيات:

- ضرورة احترام القنوات التلفزيونية الخاصة الضوابط القانونية والقيم المجتمعية في طرحها لقضايا المجتمع.
- التوعية بنتائج المشكلات الاجتماعية وتقديم حلول وآليات لمواجهتها من خلال إجراء ملتقيات وندوات.
- ضرورة اختيار المواضيع المناسبة لمبادئ وأعراف المجتمع الجزائري.
- الحرص على توظيف إعلاميين مختصين يحترمون أخلاقيات المهنة.
- العمل على تغيير المواقف والآراء اتجاه المشكلات الاجتماعية.

- إجراء المزيد من الدراسات المتعلقة بالمعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعية.
- الاهتمام بالمشكلات والقضايا الاجتماعية في القطاع السمعي البصري.

قائمة المصادر والمراجع:

I. الكتب:

1. ابراهيم أبراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008.
2. احمد عياد، مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
3. بركات العزيز، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط1، 2011.
4. بشرى داود السنجري، مرتضى علي شاوي، المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في الإذاعات، دار الأمد للنشر والتوزيع، عمان 2020،
5. ثريا التيجاني، القيم الاجتماعية والتلفزيون في المجتمع الجزائري، دار الهدى للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
6. جلال عزيزول السناد، البحث العلمي وكتابته، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
7. جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال "الوظائف، الهياكل، الادوار"، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، 2010.
8. جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي "مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط4، 2011.
9. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
10. حسين دبي الزويني، يسرى حمزة علي، المقابلات والتحقيقات في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار امجد للنشر والتوزيع.
11. دلال ملحس استيتية، عمر موسى سرحان، المشكلات الاجتماعية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ط1.
12. رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 2008.
13. سناء الخولي، أزمة السكن ومشاكل الشباب، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، إسكندرية، 201.

14. عادل عبد الرزاق الغريبي، احمد كريم السدحان، المناظرات التلفزيونية بين ايدولوجيا التوظيف السياسي والمواجهات اللفظية، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، 2021، ط1.
15. عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
16. عبد الكريم بوحفص، أسس ومناهج البحث في علم النفس، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011..
17. -عبدالله فتحي الظاهر، علي احمد خضر المعماري، اثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية قناة الشارقة عين العالم على العراق أنموذجا دراسة في النقد والتحليل، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2013،.
18. العززي وديع مُجد، دراسات في استخدام وسائل الإعلام، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ط1.
19. عصام توفيق قمر وآخرون، المشكلات الاجتماعية "مداخل نظرية، تجارب عربية، أساليب مواجهة"، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، 2015، ط3.
20. عمر عبد الدايم، القنوات الفضائية وتطور الإنتاج التلفزيوني، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
21. غازي عناية، البحث العلمي منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية "بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014، ص19.
22. فضيل دليو، تقنيات المعاينة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للنشر، الجزائر، 2015.
23. ماهر أبو المعاطي علي، الاتجاهات الحديثة في الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية "أسس نظرية، نماذج تطبيقية"، دار المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، جامعة الحلوان، 2014، ط1.
24. مُجد بكر نوفل، فريال مُجد أبو العواد، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010.
25. مُجد بوضياف، الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني في الجزائر، دار المجد للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
26. مُجد شطاح، الإعلام التلفزيوني "نشرات الأخبار، المحتوى والجمهور" دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، القاهرة/2007، ص84
27. مُجد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال دراسة النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1
28. مُجد معوض، بركات عبد العزيز، فن الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، القاهرة .

29. محمود ياسين سعود الديلمي، التسويق الاجتماعي في البرامج الحوارية التلفزيونية، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2021، 108 109
30. مرشد عبد صافي، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2017.
31. مصطفى يوسف كافي الإعلام الدولي وهيمنة الإتصالات الدولية ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2021
32. معن خليل العمر، المشكلات الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008.
33. معن خليل العمر، علم المشكلات الاجتماعية، دار الشروق، للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
34. ناريمان يونس لهلوب، إستراتيجية البحث الاجتماعي الانثوغرافيا، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010.
35. هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2006.
36. هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي دراسة أثرها على السلوك، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2005.
37. وائل عبد الرحمان التل، عيسى مُجد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007.42
38. يسرى حمزة علي، التغطية الصحفية لمشكلات الشباب، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ط1.
39. رشدي احمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية "مفهومه،أسسه، استخداماته"، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
40. فضة عباسي بصلي، مُجد الفاتح حمدي، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال "الوسائل، النماذج، النظريات"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2017.

II. المجالات:

1. بن عربي يحيى، المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الصحافة الجزائرية-دراسة ميدانية تحليلية وفق نظرية الأطر الإعلامية،مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد05، العدد2021،02.
2. بوحزام نوال. نعيمة مليكة، القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد6.
1. فضيل دليو، الصدق والثبات في البحوث الكيفية والكمية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد19، 2014.
2. حنان بشته، تعميم بوعموشة، الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، جامعة جيجل، المجلد03، العدد02، 2020.
3. مالك بسمة، المعالجة الإعلامية لظاهرة اختطاف الأطفال في الجزائر -دراسة تحليلية لجريدة النهار الجديد-، مجلة المعيار، المجلد25، العدد56، 2021.
4. طارق هابة، المعالجة الإعلامية لظاهرة الانتحار في المجتمع الجزائري، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد5، العدد1، 2011.
5. سعيد مراح، مُجد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة العدد 39.

III. الرسائل العلمية

1. هند عزوز، المعالجة الصحفية لانتفاضة الأقصى، رسالة ماجستير في الدعوة والإعلام، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2006.
2. نجاة علمي، المعالجة الإعلامية للجريمة في الصحافة الجزائرية الخاصة دراسة تحليلية وميدانية، أطروحة دكتوراه، جامعة مُجد خيضر بسكرة، 2019.
3. سارة عتيبي، المعالجة الإعلامية لقضايا العنف الأسري في الصحافة الالكترونية، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الآداب، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2009.
4. -محي الدين قوايدية، القنوات الفضائية العربي والبت المباشر الجزيرة العربية أنموذجا، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2011.
5. بدور عبد الوهاب المنير، توظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز القيم الاجتماعية للشباب الجامعي دراسة تطبيقية على برنامج أوراق شبابية على تلفزيون الشروق من 2013-2014، رسالة ماجستير، جامعة الرباط الوطني، 2016.

6. عبد الناصر عزوز، اثر البث الفضائي التلفزيوني في تغيير القيم الأسرية، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع الثقافي، جامعة الجزائر2، 2011.
7. رابح صانع، الفضائية المتخصصة ونشر الثقافة الدينية لدى الشباب، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر3، 2011،.
8. فتيحة شمالي، جمهور برامج التلفزيون الجزائري "دراسة ميدانية بحجى المحمدية"، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 2، 2011، ص 67- 86

IV. المواقع الإلكترونية

1. فلك نصيرة، مقال متاح على الموقع: www.academia.edu تم الاطلاع عليه يوم 2022/06/03 على الساعة 16:34
2. زينب عبد العظيم الواحد، محاضرة بعنوان نظرية التأطير الإعلامي، جامعة المنيا كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، متاحة على الموقع
3. Constantine3.blog spot.com يوم 13 مارس 2022، على الساعة 17:53
4. حسام الدين إسلام، الجزائر قلق بشأن تنامي معدلات الطلاق، تقرير، متاح على الموقع: www.anadolu agency.com . تم الاطلاع عليه يوم: 2022/05/29، على الساعة 23:27
5. سليم ف، بلجود يكشف إحصائيات مخيفة عن ظاهرة التسول، جريدة الشرق الجزائرية، 15 أكتوبر 2021، متاح على الموقع www. akhersaa-dz .com، تم الاطلاع عليه يوم 2022/05/29، على الساعة 23:25
6. مختار نجاعي، المعذبون في الأرض أو الوجه الآخر للتشرد، مقال، متاح على الموقع: www.djazairiss.com/elayam تم الاطلاع عليه يوم 2022/05/29 على الساعة 23:22
7. الموقع الإلكتروني: <http://tv . echorouk on line. Com /live> يوم 2022/05/27، على الساعة 22:32

قائمة الملاحق

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة تحليل المضمون ضمن موضوع :

المعالجة الإعلامية للمشكلات الاجتماعية عبر القنوات التلفزيونية

الجزائرية الخاصة

دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج لي فات مات على قناة الشروق

العامّة 02 ديسمبر 2020 إلى 09 فيفري 2022

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي تحليلي في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في العلوم الإنسانية تخصص
اتصال وعلاقات عامة.

تحت إشراف:

د. حاسي مليكة

من إعداد الطالبتين:

مرسل سعاد

قاسم نعيمة

الموسم الجامعي: 2022/2021

في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، تحت عنوان:
المعالجة الإعلامية ذلك للمشكلات الاجتماعية عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة
دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج لي فات مات على قناة الشروق العامة
اعتمادنا على أسلوب تحليل المحتوى كأداة أساسية للتحليل، و في الصفحات الآتية فئات التحليل المقسمة إلى
فئات المضمون ماذا قيل؟ و فئات الشكل كيف قيل؟ مرفقة بالتعاريف الإجرائية .
تمحورت إشكالية الدراسة كما يلي:

كيف عاجلت القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة الشروق العامة المشكلات الاجتماعية من خلال برنامج لي فات
مات؟

و تفرعت إلى التساؤلات التالية:

- ما هي أهم مواضيع المشكلات الاجتماعية المعالجة في برنامج لي فات مات؟
- ما هي الأساليب المستخدمة في معالجة المشكلات الاجتماعية في برنامج لي فات مات؟
- من هم الفاعلين في برنامج لي فات مات؟
- ما هي اتجاهات الفاعلين في برنامج لي فات مات؟
- ما هي أهم القيم التي تضمنها برنامج لي فات مات؟
- ما هي اللغة المستخدمة في برنامج لي فات مات؟
- ما هي أهداف برنامج لي فات مات؟

فالرجاء منكم:

- قراءة الوثيقة التي بين أيديكم والإلمام بم تشمل عليه من عناصر ونقاط مهمة.
- وضع علامة (O) أمام التعريفات ترون أنها مطابقة للمفهوم الذي ورد في عينة العدد محل الدراسة.
- وضع علامة (X) لأي عنصر من عناصر دليل التعريفات الإجرائية لا يطابق المفهوم الوارد في البرنامج .
- إذا وجدتم أن هناك إضافات ضرورية لهذه التعريفات، و ضع علامة (Z)
- كل ما ستقدمونه من ملاحظات وأفكار سيأخذ بعين الاعتبار ولا يستخدم إلى لأغراض علمية.

تقبلوا منا جزيل الشكر على المساعدة القيمة

1- فئات المضمون: (ماذا قيل؟):

1- فئة مجال الموضوع:

اجتماعي أخلاقي تربوي اسري

2- فئة طبيعة الموضوع:

ا- مواضيع اجتماعية:

البطالة الفقر التشرد القتل

التسول الاختطاف أزمة السكن الانتحار

الإدمان المخدرات التبني الانحراف

ج- مواضيع أخلاقية تربوية:

العنف السرقة السحر الاغتصاب

الإهمال الطبي التنمر

د- مواضيع أسرية:

الطلاق الخلع عقوق الوالدين الحرمان العائلي

الخلافات العائلية

3- فئة الأطراف الفاعلين:

مقدم البرنامج الضيف المستضيف الجمهور

4- فئة اتجاه الأطراف الفاعلين:

مؤيد معارض محايد

5- فئة الأساليب الاقناعية:

5-1- أساليب عقلية:

استشهاد بالقران والسنة استشهاد بالمواد القانونية

ضرب أمثال تقديم إحصائيات

نصيحة

5-2- أساليب عاطفية:

الوعظ والإرشاد الترغيب الشخصيات المهمة

تعبير الوجه البكاء المزاح

5-3- أساليب تخويفية:

التذكير بغضب وعذاب الله التذكير بعقوبات قانون

تخويف من نظرة المجتمع ذكر العواقب والنتائج المستقبلية

6- فئة القيم:

6-1 قيم ايجابية: و صنفت إلى:

ا- قيم دينية:

الصدق الرحمة الخير الصدقة

الإحسان صلة الرحم

ب- قيم اجتماعية:

الحياء البذل التضحية التكافل الاجتماعي

التعاون الإيثار

ج- قيم شخصية:

الثقة في النفس الصبر الشجاعة الحكمة

القدرة على التحليل العدل

6-2 قيم سلبية:

الكذب الاستغلال الحصام القذف

الظلم الاحتيال العنف البخل

7- فئة الأهداف:

كشف الحقائق التوعية التثقيف التهويل

إيجاد الحلول الصلح تشجيع العمل التطوعي والتضامني

8- فئة الجمهور المستهدف:

الوالدين الأطفال الشباب الأطباء

الجمعيات السلطات

9- فئة وظيفة المضمون:

النصح والإرشاد الأخبار والإعلام التفسير والتحليل

التوجيه

10- فئة دافع الحضور:

تسامح تكريم نصح تشجيع شكر

عتاب تأنيب تصالح حل مشاكل اعتراف بالذنب

التذكير بالمسؤولية

11- فئة السمات والخصائص:

11-1 من حيث السن:

- بالنسبة للضيف والمستضيف:

○ طفل ○ شاب ○ كهل ○ شيخ

11-2 من حيث الجنس:

- بالنسبة للضيف والمستضيف:

□ ذكر □ أنثى

11-3 من حيث الحالة المدنية:

- بالنسبة للضيف والمستضيف:

□ أعزب □ متزوج □ مطلق

فئات الشكل: (كيف قيل؟):

1- فئة اللغة المستخدمة:

○ الفصحى ○ العامية ○ المختلطة ○ الفرنسية

2- فئة القوالب الفنية:

▽ حديث المباشر ▽ ريبورتاج تلفزيوني ▽ حوار ▽ مقابلة

3- فئة أساليب تقديم البرنامج:

□ حوار مع الضيف □ حوار المستضيف □ اتصال بفريق الإعداد

□ تقديم صور وفيديوهات □ تقديم المنشط

4- فئة لقطات التصوير:

- اللقطة القريبة اللقطة نصف عامة اللقطة العامة
اللقطة المقربة للخصر اللقطة المقربة للصدر اللقطة المتوسطة

5- فئة زوايا التصوير:

- ضد غطسية غطسية عادية

6- فئة الألوان:

- ألوان محايدة ألوان باردة ألوان ساخنة

7- فئة الإضاءة:

- قوية معتدلة ضعيفة

8- فئة المؤثرات: تنقسم إلى:

8-1 فئة المؤثرات الصوتية:

- مرتبك حزين سعيد خجول واثق

- هادئ متوتر

8-2 فئة المؤثرات الموسيقية:

- هادئة حزينة صاحبة موترة

9- فئة الزمن: و تنقسم إلى:

ا- فئة المساحة الزمنية للفواصل للإجمالي الحلقات:

▽ دقيقة

▽ ثانية

ب- فئة المساحة الزمنية ملخص الحلقة لإجمالي الحلقات:

▽ دقيقة

▽ ثانية

ج- فئة المساحة الزمنية للمواضيع في إجمالي الحلقات:

▽ دقيقة

▽ ثانية

د- فئة مساحة المؤثرات الموسيقية لإجمالي الحلقات:

▽ دقيقة

▽ ثانية

دليل الاستمارة:

تعريف فئات المضمون:

1- فئة مجال الموضوع:

- اجتماعي: هو الميدان الذي يهتم بالمواضيع الموجودة في المجتمع والتي تعكس الواقع المعاش.

- أخلاقي تربوي: هو الحيز الذي يهتم بمواضيع الأخلاق والتربية بالنسبة للأفراد.

- اسري: المجال الذي يدرس الأسرة من مشاكل وخلافات بين أطرافها.

2- فئة طبيعة الموضوع: يقصد بها محور البرنامج من أفكار ومشكلات التي يطرحها المقدم القائم بالاتصال

والفاعلين من ضيوف وجمهور بهدف المناقشة والتحليل وسعي لإيجاد الحلول.

2-1 مواضيع اجتماعية:

- البطالة: هي عدم توافر العمل لشخص راغب فيه مع قدرته عليه نظرا لحالة سوق العمل والمجتمع.

- الفقر: هو الحاجة الماسة وعدم امتلاك ابسط متطلبات الحياة.

- التشرد: هو عدم توفر مأوى للاستقرار والعيش بأمان وهذا يدفع إلى العيش في الشارع.

- القتل: هو إنهاء حياة الأشخاص بطريقة عمدية أو غير عمدية.

- التسول: هو طلب المال من عامة الناس .

- الاختطاف: هو اخذ الأطفال بالقوة وقتلهم أو تهديد أهاليهم من اجل الحصول على المال.

- أزمة السكن: هو نقص الكبير في السكن .

- الانتحار: هو إنهاء الفرد لحياته بنفسه كرد فعل على الضغوطات النفسية والاجتماعية التي يعيشها.

- الإدمان: هو تعاطي المواد المخدرة والاعتياد عليها ومداومتها.

- المخدرات: هي تلك المواد التي تضر العقل والجسم وتسبب الإدمان والأذى لتعاطيها والمجتمع ككل.

- التبنى: هو التربية الشرعية والقانونية للأطفال الشرعيين أو غير الشرعيين والذي يخالف الدين الإسلامي.
- الانحراف: هي الأساليب والسلوكيات المعارضة لقيم ومبادئ المجتمع يتبناها الفرد لتحقيق أهدافه وإشباع حاجاته.

2-2 مواضيع أخلاقية تربوية:

- العنف: هو السلوك التعبيري الظاهري للعدوان يكتبسه الفرد من خلال أطوار التنشئة الاجتماعية.
- السرقة: هي اخذ ممتلكات الأشخاص الآخرين بدون إذن.
- السحر: هي تلك التعاويذ والطقوس التي تمارس من أطراف لا يخشون الله بهدف تحطيم حياة أفراد آخرين.
- الاغتصاب: هو الاعتداء الجنسي الذي يكون تحت العنف والتهديد.
- الإهمال الطبي: هو استهتار في تأدية الوظيفة الطبية ووقوع في الأخطاء والمشاكل.
- التنمر: هو الإساءة والإيذاء المعتمد للفرد والتي تكون لفظية وجسدية وعاطفية ونفسية

2-3 مواضيع أسرية:

- الطلاق: هو حل الرابطة الزوجية بطريقة شرعية، و ذلك لوجود أسباب تمنع استمرار حياتهم الزوجية.
 - الخلع: هو فسخ عقد الزواج من طرف الزوجة بدون رضا الزوج.
 - عقوق الوالدين: هي الأقوال والأفعال السيئة التي تؤذي الوالدين من ولدهما.
 - الحرمان العائلي: هي نقص في الاهتمام والعطف والحنان والتفريط في أداء الوظيفة التربوية.
 - الخلافات العائلية: هي المشاكل والخصومات التي تكون في الأسرة.
- ### 3- فئة الأطراف الفاعلين: هم مجموع الأشخاص الذين لهم علاقة بمحتوى البرنامج والذين يقومون بطرح آرائهم حول القضايا المطروحة.
- مقدم البرنامج: هو الصحفي القائم بطرح المشكلة والمناقشة بطريقة إعلامية مناسبة.

- الضيف: هو الطرف الذي شارك في البرنامج وقام بدعوة المستضيف انطلاقاً من دوافع.

- المستضيف: هو الطرف الذي قام بتلبية الدعوة.

- الجمهور: هم المستمعين لمجريات القضية سواء داخل البلاط أو من وراء الشاشة.

4- فئة اتجاه الأطراف الفاعلين: يقصد بها رأي واتجاه الفاعلين نحو محتوى البرنامج ومبادئه.

- مؤيد: تعني عندما يكون الأطراف الفاعلين موافقين لمجريات الأحداث والمواضيع في البرنامج.

- معارض: عندما يكون الأطراف الفاعلين ضد مجريات أحداث البرنامج.

- محايد: تعني عدم التأييد أو المعارضة.

5- فئة الأساليب الاقناعية: هي الطرق الاقناعية المستخدمة في معالجة المشكلات الاجتماعية في برنامج لي فات

مات من اجل إيصال المعلومات وإرضاء والتأثير في الأطراف الفاعلين.

- الأساليب العقلية: هي الوسائل التي تخاطب وتستهدف العقل وهي عبارة عن حجج وأدلة وبراهين. وقسمت

إلى:

- استشهاد بالقران والسنة: هي تقديم آيات قرآنية أو أحاديث نبوية من اجل تدعيم الموقف.

- استشهاد بالمواد القانونية: هي المواد والأحكام القانونية المستمدة من القانون العام .

- ضرب أمثال: و يقصد بها الأمثال الشعبية

- تقديم إحصائيات: هي الأرقام والأعداد .

- نصيحة.

- الأساليب العاطفية: هي الأساليب التي تؤثر على عاطفة الإنسان أي تخاطب وجدانه وتثير إحساسه ومشاعره.

- الوعظ والإرشاد.

- الترغيب: هو التشويق والتحبيب .

- الشخصيات المهمة: هم الأفراد ذو المكانة المرموقة في المجتمع.

- تعابير الوجه: و نقصد بها ملامح الوجه والدلالات التعبيرية لها.

- بكاء.

- المزاح.

- الأساليب التخويفية: هي إثارة الخوف في نفسية الأفراد من اجل دفعهم إلى تغيير السلوك.

- التذكير بغضب وعذاب الله.

- التذكير بعقوبات القانون.

- التخويف من نظرة المجتمع.

- ذكر العواقب والنتائج المستقبلية.

6- فئة القيم: و يقصد بها تلك المكتسبات والمميزات والمواقف التي تعمل على بناء الأنظمة الداخلية لمعتقدات

الفرد وتجعله يتفاعل مع نفسه ومجتمعه. و تنقسم إلى:

6-1 قيم ايجابية:

- قيم دينية: و هي الميزة الدينية التي تكتسب من خلال محتوى برنامج لي فات مات والتي تعمل على تحسين معتقدات الفرد.

- الصدق: هي قول الحقيقة والابتعاد عن الكذب.

- الرحمة: و هي التعامل بلطف ومودة مع الآخرين.

- الخير: كلمة شاملة لكل ما هو حسن.

- الصدقة: هو مساعدة الآخرين وتقديم يد العون.

- الإحسان: هو الإخلاص في تأدية الواجب الديني أو الخيري.

- صلة الرحمة: هو عدم القطيعة العائلة والحث على زيارتهم.

- قيم اجتماعية: هي المواقف السلوكية الاجتماعية التي تعمل على تحسين المعاملات بين أفراد المجتمع.
- الحياء: هو الاحتشام والوقار وهو من الأخلاق الحميدة.
- البذل: هو الغطاء والكرم والسخاء.
- التضحية: هو بذل النفس أو المال أو الوقت لأجل هدف معين.
- التكافل الاجتماعي: هو التكاتف بين أفراد المجتمع والتضامن والتعاون فيما بينهم.
- التعاون: التكاتف والتآزر .
- الإيثار: هو تقديم المصلحة العامة عن المصلحة الخاصة، أي تفضيل الغير عن النفس.
- قيم شخصية: هي المكتسبات الذاتية والنفسية التي تتغير في شخصية الأفراد.
- الثقة في النفس: يقصد بها اعتماد الفرد على نفسه والإيمان بقدراته وإمكانياته في القيام بالشيء أو في اتخاذ القرار.
- الصبر: يقصد به القدرة على التحمل أو الصمود والمقاومة.
- الشجاعة: القدرة على عمل الشيء حتى وإن كان صعب وهي عكس الجبن والخوف.
- الحكمة: صفة تقوم على التمييز بين الصواب والخطأ.
- القدرة على التحليل: بمعنى القدرة على التفكير والدقيق والقدرة على تصور المشكلات والمفاهيم الصعبة وحلها.
- العدل: هو الإنصاف والمعاملة المتساوية وعدم الانحياز.
- 7- فئة الأهداف: هي مجموعة الغايات والخطط التي كان يسعى برنامج لي فات مات إلى تحقيقه.
- كشف الحقائق: هي التعريف بالقضايا والمواضيع الغير مكشوف عنها.
- النوعية: هي مجموعة التوجيهات المقدمة حول موضوع أو قضية ما.

- التثقيف: هو عملية إعلامية تهدف إلى التعريف بمواضيع جديدة على ثقافة ذلك الفرد أو المجتمع.

- التهويل: هو التخويف والتهديد.

- إيجاد الحلول.

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

- تشجيع العمل التطوعي والتضامني.

8- فئة الجمهور المستهدف: و تعرف على أنها مجموعة الأفراد والمجتمعات والقطاعات المخاطبة والمستهدفة من محتوى البرنامج.

9- فئة وظيفة المضمون: و هي دور وفعالية محتوى ومضمون البرنامج على الفرد والمجتمع.

- النصح والإرشاد.

- الإخبار والإعلام.

- التفسير والتحليل.

- التوجيه.

10- فئة دافع الحضور: و يقصد بها السبب والرغبة التي دفعت بالضيف للمجئ إلى البرنامج.

- التسامح: هو عدم الوقوف عند موقف معين والمشاحنة عليه

- التكريم: هو تقييم ومكافأة الأفراد قصد التعبير عن الامتنان والشكر.

- التائب: هو ما يحسه الفرد من عذاب وندم واتهام لنفسه نتيجة ارتكابه لسلوك ما.

- التذكير بالمسؤولية: يقصد بها التذكير بالواجبات الملزمة على الفرد حتى يتمكن من تأديتها.

- النصح: هو تقديم النصائح للغير بهدف تقديم المساعدة.

- التشجيع: هو الحث على إكمال الأعمال الممارسة.

- الشكر: هو الاعتراف بالجميل وذكر فضل الآخر.

- العتاب: هو لوم الآخرين ومخاطبتهم من اجل التصالح والبدء من جديد.

- حل مشاكل: إيجاد حلول للخلافات والخصومات باختلاف أنواعها.

- الاعتراف بالذنب: هو الإقرار بالخطأ المرتكب من اجل شعور بالراحة.

11- فئة السمات والخصائص: يقصد بها المعلومات الذاتية والمميزات الخاصة بالفاعلين في البرنامج مثل: السن

والجنس، و الحالة المدنية.

تعريف فئة الشكل:

1- فئة اللغة المستخدمة: هي اللغة المستعملة والمتحدث بها في البرنامج وتصنف إلى:

- اللغة الفصحى: هي اللغة العربية لغة الضاد التي تستند على قواعد نحوية وإملائية.

- اللغة العامية: هي لغة المجتمع والتي ليس لها أي أسس أو قواعد.

- اللغة المختلطة: و هي المزيج الذي يحتوي على اللغة العربية واللغة العامية.

- اللغة الفرنسية: هي من اللغات الأجنبية المبنية على أسس وقواعد مختلفة.

2- فئة القوالب الفنية: هي أنماط وأشكال المواد الإعلامية المستعملة في البرنامج وتمثل في:

- حديث مباشر.

- ريبورتاج تلفزيوني.

- حوار.

- مقابلة.

3- فئة أساليب تقديم البرنامج: هي مجموعة الطرق والكيفيات التي يتم بها تقديم محتوى البرنامج.

- حوار مع الضيف.

- حوار مع المستضيف.

- اتصال بفريق الإعداد

- تقديم صور وفيديوهات

- تقديم المنشط

4- فئة لقطات التصوير:

- اللقطة العامة: هي اللقطة التي تعطي صورة عامة وشاملة للديكور.

- اللقطة نصف العامة: هي التي تقدم جزء كبير من الديكور.

- اللقطة القريبة: هي التي تكون مقربة كثيرا من الوجه.

- اللقطة المتوسطة: هي التي تصور الشخصية بكاملها في الصورة.

- اللقطة المقربة للصدر: تبين الجزء الممتد من الرأس إلى الصدر.

- اللقطة المقربة للخصر: هي اللقطة التي تظهر الشخصية من الرأس إلى الخصر.

5- فئة زوايا التصوير:

- عادية: هي الزاوية التي تضع الكاميرا في وضعية مقابلة للديكور المراد تصويره في استديو برنامج لي فات مات.

- غطسية: هي الزاوية التي تعلق فيها الكاميرا على الديكور المراد تصويره في استديو برنامج لي فات مات.

- ضد غطسية: هي الزاوية التي يعلق فيها الديكور على الكاميرا في استديو برنامج لي فات مات.

6- فئة الألوان:

- ألوان ساخنة: هي الألوان التي تذكرنا بألوان النار والدم تتضمن اللون الأحمر والأصفر والبرتقالي.

- ألوان باردة: هي الألوان مبعث البرودة اشمل الأزرق والأخضر.

- ألوان محايدة: هي لون الأبيض والأسود ودرجات الألوان الناتجة عن مزج الألوان الباردة مع بعض أو الألوان

الساخنة مع بعض أو مزيج الألوان الساخنة والباردة.

7- فئة الإضاءة:

- ضعيفة: هي الإنارة القليلة والخافتة.

- معتدلة: هي الإنارة المتوسطة التي ليست بقوة ولا بضعيفة.

- قوية: هي الإنارة الساطعة.

8- فئة المؤثرات:

8-1 فئة المؤثرات الصوتية: و هي أصوات الفاعلين التي تعتبر العنصر الأساسي الذي يقوم عليه محتوى البرنامج وهي كذلك نوع الصوت المسموع . وتكون :صوت مرتبك، حزين، سعيد، خجول، واثق، هادئ، متوتر.

8-1 فئة المؤثرات الموسيقية: هي تلك الأصوات المصطنعة التي تضاف لتعزيز المحتوى الفني للبرنامج التلفزيوني، كما يقصد بها في دراستنا الموسيقى المرفقة للصورة.

- هادئة: هي الموسيقى ذات إيقاع بطيء نسبيا.

- حزينة

- صاخبة: ذات إيقاع سريع ومرتفع.

- موترة: هي الموسيقى التي تبعث التوتر للمستمع.

9- فئة الزمن: هي الوقت المخصص لكل طرف فاعل في البرنامج وتقاس بالثواني والدقائق والساعات.

الملحق رقم 02:



صورة لمقدم برنامج لي فات مات في موسمه الاول هشام بوقفة



صورة لمقدم برنامج لي فات مات في موسمه الثاني جلال شندالي



صورة لأستوديو برنامج لي فات مات



شعار برنامج لي فات مات

الملحق رقم 03:

يمثل قائمة بأسماء المحكمين الذين تم الأخذ باقتراحاتهم وملاحظاتهم، في اختبار صدق وثبات استمارة تحليل المحتوى

وهم:

الرقم	أسماء الأساتذة	جامعة التدريس	الرتبة
01	جلولي مختار	جامعة تيارت	أستاذ محاضر-أ-
02	مكناس مختارية	جامعة تيارت	أستاذة محاضرة-ب-
03	عيسى عبدي نورية	جامعة مستغانم	أستاذة محاضرة-أ-