

## تأثير البرامج النسائية على القيم الفكرية للنساء

دراسة ميدانية لعينة من المشاهدات لبرنامج جلسا ونسا لقناة الشروق

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذة:

أسمهان جبالي

إعداد الطالبتان:

- حفصية بوشمال
- رميصاء جودي

نوقشت المذكرة علنا يوم 06/06 / 2023

أمام لجنة مكونة من الأساتذة

الصفة	الجامعة	الرتبة	اللجنة
رئيسا	جامعة الشهيد حمه لخضر	أستاذ محاضر	فاطمة الزهراء قيطة
مشرفا و مقرا	جامعة الشهيد حمه لخضر	أستاذ محاضر	أسمهان جبالي
مناقشا	جامعة الشهيد حمه لخضر	أستاذ محاضر	عبد الكريم شين

السنة الجامعية: 2023/2022



# الشكر وتقدير

بعد رحلة بحث طويلة تكلفت بإنجاز هذا البحث نحمد الله عز وجل ونشكره

على عونه لنا لإتمام هذا العمل المتواضع والنعمة التي أنعم علينا بها، فيا رب لك

الحمد كما ينبغي لجلال وجهك العظيم ولعظيم سلطانتك.

أما بعد يسرني أن أتقدم بجزيل الشكر إلى المشرفة "أسمهان جبالي" لما قدمته من جهد ونصح

وتوجيه بغية إتمام هذه المذكرة، كما نشكر بالمناسبة جميع الطاقم الإداري من أساتذة وإداريين

لقسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي الذين قدموا لنا توجيهات ونصائح قيمة، والشكر موصول

كذلك لكل من ساعدنا من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل ولو بالكلمة

الطيبة فشكرا لكم.

# الإهداء

إلى من كانت سبب وجودي في الحياة وهيئت لي أسباب النجاح إلى القلب الذي ينبض

كللحظة بالحب والرحمة إلى من أفنت شبابها لإسعادنا وبدلت عمرها لإرضائنا

والتي سهرت الليالي حتى أكون ثمرة طيبة ورمز العطاء وعنوان العطف

**\*أمي الغالية\***

أهدي باكورة جهدي المتواضع إلى من لمحت فيه العلم والنجاح والقيم

والأخلاق وأكرم وأعظم رجل وصاحب القلب الكبير والحنون

**\*أبي الغالي\***

وإلى أرواح جدي وجدتي الطاهرة أسكنهن الله فيسح جنانه

إلى من هم نبراس حياتي أخواتي الأعزاء

سليم وزوجته فريحة وأولادهم البراعم جمانة، وائل

نسيمة وزوجها محمد الطاهر

وأولادهم البراعم عبد المهمين، نور اليقين، إياد

دلال، مسعودة، عفاف، العابد، محمد ياسين، رميصاء، إخلاص، ضياء الحق

والى من أغرقوني بدعوات الخير والنجاح خالاتي الأعزاء وعماتي وأعمامي وأولادهم

وإلى أصدقاء الطفولة ازدهار\*اليامنة\* خولة\* إقبال\*

كما لا أنسى إخوة لم تلدهم أمي وهم مصدر سعادتي دنيا فادعي، فاطمة الزهرة عماري

وإلى من رافقتني في مشوار الدراسة حفصية بوشمال

وكما لا أنسى أصدقائي بالدفعة إعلام واتصال 2023 كل واحد باسمه والى كل من ناسهم قلبي ولم

ينساهم قلبي.

رميصاء

# الإهداء

الحمد لله أولاً دائماً وأبداً اليوم تنتهي مسيرتي الدراسية اليوم قطفت ثمار رحلة طويلة بأحزانها  
وأفراحها.

اهدي تخرجي هذا إلى من شرفني بحمل اسمه إلى السند والعضد والساعد أبي الغالي

محمد لحسن

إلى من بذل الغالي والنفيس في سبيل وصولي لدرجة علمية عالية إلى ينبوع العطاء المتفاني مدى عمري  
جدي الغالي مصباح

إلى من أبصرت بها طريق حياتي واستمدت منها قوتي واعتزازي بذاتي إلى نور عيني وضوء دربي إلى  
الغالية أمي ثم أمي دليلة بولبداوي

إلى من كانت دعواتها وكلماتها رفيق التفوق إلى الكفاح الذي لا يتوقف الشامخة التي علمتني الإصرار  
جدي الغالي فضيلة زيدي

إلى جدي عبد القادر بولبداوي وإلى جدي نزيهة شاذ لي رحمهما الله

إلى إخوتي فاطمة الزهراء \* نورة \* رفيدة \* احمد \* عبد القادر \* محمد

إلى صديقتي ورفيقة دربي أية نوال نجاح

وكما لأنسى أصدقائي بالدفعة إعلام واتصال 2023 كل واحد باسمه وإلـكـل من ناسهم قلبي  
ولم ينسأهم قلبي.

حفصية

## ملخص:

تعالج هذه الدراسة تأثير البرامج النسائية على القيم الفكرية للنساء، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على الاشباع المحققة من البرنامج، ومعرفة تأثير البرنامج على القيم الفكرية للنساء، وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي بتوظيف أداة جمع البيانات المتمثلة في استمارة استبيان وقد اخترنا عينة مكونة من 150 طالبة اختيرت بطريقة عشوائية حيث توصلنا إلى النتائج المتمثلة في:

- ✓ تتنوع عادات وأنماط تعرض الطالبات بشكل كبير لمتابعة برنامج جلسة ونسا
  - ✓ تتنوع دوافع الطالبات على متابعة برنامج جلسة ونسا من بينها إلى الميل (طريقة عرض وإخراج البرنامج، تنوع مجالات المواضيع المطروحة في البرنامج.)
  - ✓ يحقق برنامج جلسة ونسا اشباعاً متنوعاً للطالبات من بينها الاشباع المعرفية والعاطفية.
  - ✓ البرنامج التلفزيوني جلسة ونسا له قدرة في التأثير على الجمهور والتأثير على قيم النساء
- الكلمات المفتاحية:** البرامج النسائية، القيم الفكرية، التأثير، .

## Study summary:

This study deals with the impact of women's programs on the intellectual values of women. The study aimed to identify the gratifications achieved from the program, and to know the effect of the program on the intellectual values of women. It was chosen randomly, and we reached the following results:

- ✓ The habits and patterns of exposure of female students vary greatly to follow the Wansa session program
- ✓ The students' motives for following the Wansa session program vary, including the tendency (the way the program is presented and produced, the diversity of the areas of topics presented in the program.)
- ✓ The Wansa session program achieves various satisfactions for the students, including cognitive and emotional ones.
- ✓ The television program Jalsa Wansa has the ability to influence the audience and the values of women

## key words:

**Women's programmers. intellectual values. the influence**



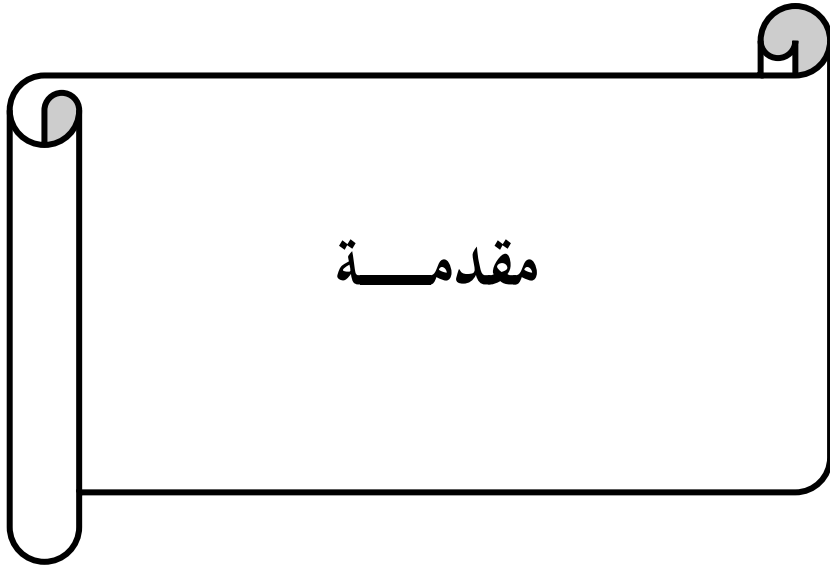
قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير
	إهداء
	ملخص الدراسة
II- I	قائمة المحتويات
III	قائمة الجداول
أ	مقدمة
01	إشكالية الدراسة
01	تساؤلات الدراسة
01	أسباب اختيار الموضوع
02	أهمية الدراسة
02	أهداف الدراسة
03	تحديد مفاهيم الدراسة
	الفصل الأول: أدبيات الدراسة
05	المبحث الأول: المقاربة النظرية
05	المطلب الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباع
05	المطلب الثاني: فروض النظرية وانتقاداتها
07	المبحث الثاني: عرض وتقييم الدراسات السابقة
07	المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة
10	المطلب الثاني: تقييم الدراسات السابقة
	الفصل الثاني: الإطار النظري
12	المبحث الأول: ماهية البرامج التليفزيونية
12	المطلب الأول: تعريف البرامج التليفزيونية
13	المطلب الثاني: أنواع البرامج التليفزيونية
20	المبحث الثاني: دور البرامج النسائية
20	المطلب الأول: تعريف البرامج النسائية
21	المطلب الثاني: دور البرامج النسائية

23	المبحث الثالث: البرامج التليفزيونية وعلاقتها بالقيم
23	المطلب الأول: دور البرامج التليفزيونية في نشر القيم
23	المطلب الثاني: تصنيف القيم التي تعالجها البرامج النسائية
24	المطلب الثالث: البرامج التليفزيونية وقدرتها على خلق قيم أخلاقية جديدة
	الفصل الثالث: منهجية الدراسة
26	المبحث الأول: مجتمع وعينة الدراسة
26	المطلب الأول: مجتمع الدراسة
26	المطلب الثاني: عينة الدراسة
27	المبحث الثاني: المنهج وأدواته
27	المطلب الأول: منهج الدراسة
28	المطلب الثاني: أداة جمع الدراسة
28	المطلب الثالث: إجراءات الصدق والثبات
	الفصل الرابع: الدراسة الميدانية
30	أولاً: عرض وتحليل البيانات
43	ثانياً: نتائج الدراسة
45	الخاتمة
47	قائمة المراجع
52	قائمة الملاحق

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
29	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	01
29	يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية	02
30	يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	03
30	يبين مدى مشاهدة لبرنامج جلسة ونسا	04
31	يبين الحجم الزمني لمشاهدة البرنامج	05
31	يبين كيفية مشاهدة البرنامج	06
32	يبين نوع المواضيع المفضلة في البرنامج	07
33	يبين وقت عرض البرنامج	08
33	يبين الوسيلة المستعملة لمتابعة البرنامج	09
34	يبين الأسباب التي تدفع المشاهدات لي متابعة البرنامج	10
34	يبين مساهمة مقدمة البرنامج في زيادة متابعة البرنامج	11
35	يبين متابعة المشاهدات لبرنامج جلسة ونسا بطلب من أحد الأصدقاء	12
35	يبين إقبال على مشاهدة البرنامج التليفزيوني جلسة ونسا	13
36	يبين التفاعل مع البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي	14
36	يبين مدى تحقيق برنامج جلسة ونسا اشباع معرفية لدى المشاهدات	15
37	يبين مظاهر الإشباع المعرفي الذي حققه البرنامج جلسة ونسا	16
37	يبين مدى مساهمة مشاهدة للبرنامج	17
38	يبين درجة فعالية البرنامج في زيادة الوعي الاجتماعي	18
38	يبين درجة ثقة المعلومات التي يقدمها برنامج جلسة ونسا	19
39	يبين مدى التأثير بمضامين البرنامج	20
39	يبين سبب التأثير بمضامين البرنامج	21
40	يبين مدى مساهمة برنامج جلسة ونسا في نقل الأفكار والقيم	22
40	يبين مدى مساهمة برنامج جلسة ونسا في التمسك أكثر والقيم	23
41	يبين مدى مساهمة نقل القيم من البرنامج إلى الأشخاص والعائلة	24
41	يبين طرق المساهمة في نقل هذه الأفكار ولقيم من البرنامج	25



## مقدمة:

أخذ وسائل الإعلام مكانة كبيرة في حياة المجتمعات المعاصرة، حيث ينتظر أن يكون للإعلام أثر فعال في بناء المفاهيم وغرس القيم، ومواجهة المشكلات الفكرية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية التي يعيشها الناس في واقعهم، وهذا يعكس الحضور الجماهيري الكبير لوسائل الاتصال، وأثرها الواضح في الرأي العام، ومصاحبتها حياة الناس اليومية، حيث يتفاوت تأثيرها في شرائح المجتمع تفاوتاً واضحاً.

وتعد وسائل الإعلام، من بينها التلفزيون مصدراً من مصادر تلقي المعرفة التي تشكل وعي الإنسان، وتساهم مساهمة رئيسية في تكوين قيم وأفكار إيجابية أو سلبية في ظروف معينة. وباعتباره وسيلة سمعية بصرية متعددة القنوات والبرامج، ساهمت في الكشف عن العديد من القضايا والوقائع وذلك بتعدد وتنوع مضامينها.

ومن أبرز هذه البرامج نجد البرامج النسائية والتي تتناول في مضامينها قضايا المرأة واهتماماتها من خلال دعم طاقتها الإيجابية وإنجازاتها المختلفة لكونها أساس المجتمع، فقد حاول التلفزيون إبراز مكانة المرأة ودورها في المجتمع بإعطائها فرصة للظهور وإسماع صوتها وطرح مشاكلها واهتماماتها، ولتتابعها لهذه البرامج تأثرت بالمحتويات المعروضة فيها حيث ساهمت في تغيير البعض من أفكارها وسلوكياتها.

ومن بين المواضيع التي أصبحت متداولة بكثرة في القنوات الخاصة بنجد قضايا المرأة، فلا تكاد تخلو قناة خاصة من برنامج نسائي يدافع عن المرأة ويحاول إبراز دورها ومكانتها في المجتمع، وهذا ما دفعنا لإجراء هذه الدراسة والتي نحاول فيها البحث عن تأثير البرامج النسائية على القيم الفكرية للنساء من خلال برنامج جلسة ونسا الذي يعرض على قناة الشروق TV، وقسمنا الدراسة إلى (4) فصول على النحو التالي:

**الفصل الأول:** يمثل التراث النظري وتطرقنا فيه إلى لمقاربة النظرية (نظرية الاستخدامات والشباعات) ثم قمنا بعرض الدراسات السابقة.

**الفصل الثاني:** الأدبيات النظرية للدراسة وتطرقنا فيه إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول تمثل في ماهية البرامج التلفزيونية، أما المبحث الثاني تمثل في البرامج النسائية ودورها، والمبحث الثالث البرامج التلفزيونية وعلاقتها بالقيم.

**الفصل الثالث:** إجراءات المنهجية وتناولنا في هذا الفصل الجانب المنهجي للدراسة حيث تطرقنا إلى عدة عناصر بداية من مجتمع الدراسة والعينة، والمنهج وأداة جمع البيانات، وحدود الدراسة

**الفصل الرابع:** تطرقنا فيه إلى عرض البيانات وتحليلها ثم عرض نتائج الدراسة.

## أولاً: الإشكالية

إن ظهور القنوات التلفزيونية الخاصة في المشهد الإعلامي الجزائري، جاء لمواجهة الحضور المهيمن للتلفزيون العمومي على مدى عقود من الزمن. فتحول مجال السمع البصري إلى مجال للمنافسة. ويعد الإعلام من الأدوات الفعالة في صناعة الحدث خاصة في عصر تطور تكنولوجيا المعلومات، وما تركه ذلك من تأثير على ثقافات الشعوب وتعدد وتنوع وسائل الإعلام التي أصبح بإمكانها أن تقوم بدور مهم في تناولها لقضايا المرأة.

حيث لا تكاد أن تخلو أي قناة تلفزيونية من برنامج نسائي يقدم نفسه مدافعا عن قضايا المرأة والعمل على تمكينها في شتى المجالات، حيث تطرح هذه البرامج قضايا المرأة بصورة موضوعية وتساعد على التوعية في تلك المشاكل ومحاولة حلها، ومناقشة كل ما يخص المرأة.

وعلى الرغم من تعدد البرامج النسائية إلا أننا لا يمكن حصرها في زاوية واحدة، فلكل برنامج توجهاته ووجهات نظر مختلفة عن الآخر، فبعض يحاول توعية المرأة بحقوقها وبعض الآخر يستمع لمشاكل الزوجية ويقترح حلول لها. وغيرها يهتم بالرشاقة والتجميل.... الخ.

ومن بين البرامج النسائية التي تهتم بقضايا المرأة نجد البرنامج التلفزيوني "جلسا ونساء" وهو برنامج موجه للمرأة يقدم لها معلومات وأفكار، تقوم فكرته على مناقشة قضايا المرأة العربية بصفة خاصة والمجتمع بصفة عامة ومحاولة إيجاد حلول للمرأة وتدعيمها. ومن هنا نطرح الأشكال التالي:

### ما مدى تأثير البرامج النسائية على القيم الفكرية للنساء؟

#### ثانيا: تساؤلات الدراسة

1. ما هي عادات وأنماط التعرض طالبات جامعة الشهيد حمه لخضر لمشاهدة برنامج جلسة ونساء؟
2. ما هي دوافع الطالبات جامعة الشهيد حمه لخضر لمشاهدة برنامج جلسة ونساء؟
3. ما هي الاشباعات المحققة لدى المتابعين من خلال برنامج جلسة ونساء؟
4. ما هو تأثير حصة جلسة ونساء على القيم الفكرية للنساء؟

#### ثالثا: أسباب اختيار الموضوع

إن أي دراسة علمية لا تنطلق من الفراغ بل لها منطلقات ما بشكل جملة من الأسباب سواء كانت موضوعية أو ذاتية من شأنها أن تدفع الباحث تحفزه، فمن خلال المراحل التي يمر بها البحث العلمي من تكوينه الثقافي والعلمي والذي يكون أول خطوة في دراستك للموضوع تكون محصلة إلى جملة من الأسباب الذاتية والموضوعية:

## 1. الأسباب الموضوعية:

- قلة الدراسات الخاصة بالبرامج النسائية على القنوات الجزائرية.
- قد تأتي هذه الدراسة بالفائدة لنا.
- انتشار البرامج النسائية المستخدمة من القنوات العربية على القنوات الجزائرية الخاصة مما دفعنا إلى البحث حول مضامينها أو أهدافها.

## 2. الأسباب الذاتية:

- الاهتمام بمتابعة البرامج الاجتماعية خاصة منها الموجهة للمرأة
- الميل لمتابعة قناة الشروق TV
- الرغبة إلى معرفة أهم التوجهات التي تركز عليها القناة في طرح القضايا النسائية.

## رابعاً: أهداف الدراسة

- التعرف على أنماط وعادات ومشاهدة الطالبات جامعة الشهيد حمه لخضر لبرنامج جلسة ونسا.
- التعرف على دوافع مشاهدتهم لبرنامج جلسة ونسا.
- معرفة الاشباعات المحققة من البرنامج.
- معرفة التأثير الذي يتركه برنامج جلسة ونسا على القيم الفكرية للنساء.

## خامساً: أهمية الدراسة

- تكتسب الدراسة أهمية عملية في الدور الذي تؤديه المرأة العربية اليوم له أهمية بالغة في مختلف المجالات خاصة وأنها أهم الفئات المجتمعية.
- تضيف الدراسة بحث جديد في المكتبة حيث تقدم الدراسة إطار نظرياً يتناول تحديداً مفاهيمياً لمتغيرات الدراسة، وتعتمد هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباع، وتوسعى هذه الدراسة لاختيار تلك النظرية على قائمة قضايا المرأة.
- تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية البرامج الاجتماعية التي انتشرت على القنوات الجزائرية الخاصة الموجهة للمرأة لتسليط الضوء على واقعها الاجتماعي.

### 1. تعريف التأثير:

العملية التي تسعى في إحداث تغيير في سلوك الناس، عن طريق دفعهم لتبني آراء وأفكار وسلوكيات معينة، أو التخلي عن بعض الأفكار. أو اكتساب مهارات وأفكار جديدة، من شأنها أن تخدم الهدف الذي يسعى إليه مصدر التأثير.<sup>1</sup>

ومفهوم التأثير إجرائيا هو الأثر الذي يعكس على سلوك الطالبات سلبيا وإيجابيا، المترتب على مشاهدة البرامج النسائية

### 2. تعريف البرامج النسائية:

هي البرامج الموجهة للمرأة لمختلف مراحلها العمرية، حيث تهدف إلى هيئة بيئة اجتماعية تمكينية من أجل تحضير المرأة وإعدادها، كي تصبح متمكنة اجتماعيا أو اقتصاديا وقادرة على القيام بأدوار مختلفة.<sup>2</sup>

والبرامج النسائية إجرائيا هي تلك البرامج التي تقدمها مجموعة من النساء يقمن بمناقشة كل ما يخص المرأة ويعرضن وجهات نظرهن حول القضايا والمشاكل الأسرية والاجتماعية.

### 3. تعريف القيم:

المبادئ والمعتقدات الأساسية، والمثل، والمقاييس و أنماط الحياة التي تعمل مرشدا عاما للسلوك، أو نقاط تفضيل في صنع القرار، أو لتقديم المعتقدات و الأفعال.<sup>3</sup>

والقيم إجرائيا هي تلك العادات، والأخلاق والمبادئ التي نستخدمها ونمارسها في الكثير من تفاصيل حياتنا اليومية

<sup>1</sup> مي عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، ص82

<sup>2</sup> سعدية لطرش، نجوى منصور، البرامج الاجتماعية النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2022، ص 23.

<sup>3</sup> أحلام عتيق مغلي السلمي، مفهوم القيم وأهميتها في العملية التربوية وتطبيقاتها السلوكية من منظور الإسلامي، مجلة العلوم التربوية والنفسية، منشورات جامعة جدة المملكة العربية السعودية، العدد2 جانفي، 2019، ص82

# الفصل الأول: أدبيات الدراسة

❖ المبحث الأول: المقاربة النظرية

المطلب الأول: تعريف نظرية الاستخدامات والاشباع

المطلب الثاني: فروض نظرية وانتقاداتها

❖ المبحث الثاني: عرض وتقييم الدراسات السابقة

المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة

المطلب الثاني: تقييم الدراسات السابقة

## المبحث الأول: المقاربة النظرية

### المطلب الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباع

تعني نظرية الاستخدامات والاشباع تعرض جمهور الموارد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة، استجابة لدوافع الحاجات الفردية.<sup>1</sup>

كما تعرف أيضا استخدام الجمهور لوسائل الإعلام للبحث عن اشباع في الرسائل الإعلامية، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية بين الجمهور.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: فروض نظرية الاستخدامات والاشباع:

تعتمد هذه النظرية على فروض أساسية:

1. جمهور المتلقين هو جمهور نشيط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
2. أعضاء الجمهور القدرة على تحديد احتياجاتهم وتحديد الوسائل المناسبة لتلبية هذه الاحتياجات. ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.
3. تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات.
4. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.<sup>3</sup>

### المطلب الثالث: الانتقادات الموجهة للنظرية

1. أن هذه النظرية تبني مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة، وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات.
2. أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية، وتختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.

<sup>1</sup> حنان بركي، اتجاهات الشباب الجامعي نحو حق خصوصية في البرامج الحوارية للقنوات الجزائرية، مذكر لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، 2021، ص 26.

<sup>2</sup> محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، العبيكان للنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص132

<sup>3</sup> كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص 94.

3. تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك استخدامات غير هادفة.
4. تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والاشباع إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق اختلالاً وظيفياً للبعض الآخر.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع، ط 1، 2003، ص 257.

## المبحث الثاني: الدراسات السابقة وتقييمها

### المطلب الأول: عرض الدراسات

أولاً: دراسة زاوي أميرة، الهادي مريم. "دور البرامج التلفزيونية النسائية على ترتيب اهتمامات المرأة"

حيث كانت إشكالية الدراسة كالتالي: كيف يساهم البرنامج التلفزيوني النسائي "هي وبس" في ترتيب اهتمامات المرأة؟

وتفرعت منها تساؤلات وهي:

1. ماهي أسباب اهتمام المشاهدات لمتابعة البرنامج التلفزيوني "هي وبس"
2. ماهي الأولويات التي تم تفسيرها حسب هذا البرنامج من وجهة نظر المشاهدات؟
3. ما هو تقييم المشاهدات للأولويات التي تعرض على البرنامج التلفزيوني "هي وبس"؟

حيث اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على المنهج المسحي، وان مجتمع البحث في هذه الدراسة مشاهدات قناة cbc المقيمات في ولاية بسكرة بالتحديد في حي الحورة، واعتمدت على العينة القصدية مكونة من 50 مفردة.

وكانت نتائج الدراسة كالتالي:

- ✓ أكدت الدراسة أن نسبة 42% من المشاهدات أن من الأهم الأسباب التي تدفعهم لمتابعة البرنامج التلفزيوني هي وبس هي تنوع مجالات المواضيع المطروحة في البرنامج.
- ✓ أكدت الدراسة أن نسبة 64% من المشاهدات يتفقون أن مساهمة مقدمة رضوى الشريبي في زيارة متابعة برنامج هي وبس، وذلك بسبب أسلوب المذيع وإقناعها للجمهور بما تقدمه.
- ✓ أكدت الدراسة بنسبة 56% من المشاهدات وقت عرض البرنامج التلفزيوني هي وبس غير مناسب وذلك لتواجد بعض المشاهدات في الجامعة، والعمل.
- ✓ أكدت الدراسة أن أفراد العينة يثقون بالبرنامج التلفزيوني "هي وبس" بدرجة ثقة عالية بنسبة 38% وذلك راجع تأثير المرأة بالمضامين الإعلامية، يخاطب وجدانها بطريقة عاطفية من خلال مواضيع عاطفية.

ثانياً: دراسة تأثير البرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي على قيم المرأة الجزائرية: ل حساينية رياض، بوحسان زهر الدين، بوريحانة زين الدين.

كانت إشكالية الدراسة كالتالي: ما هو التأثير الذي تحققه البرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي على قيم المرأة العاملة بجامعة 8 ماي 1945؟

وتفرعت منها التساؤلات وهي:

1. لماذا تستخدم المرأة العاملة بجامعة قلمة للبرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي أكثر من غيرها؟
2. ما هي عادات وأنماط استخدام المرأة العاملة بجامعة قلمة للبرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي؟
3. ماهي دوافع استخدام المرأة العاملة بجامعة قلمة للبرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي؟
4. ماهي الاشباعات القيمة التي تحققها البرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي للمرأة العاملة بجامعة قلمة؟

تطرق الباحثين على فرضيات تمثلت في:

1. يرجع استخدام المرأة العاملة بجامعة قلمة للبرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي إلى تأثيره على النسق القيمي لديها.
2. إن استخدام المرأة العاملة بجامعة قلمة للبرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي يختلف باختلاف طرق تعرضها والمدة الزمنية
3. تتعرض المرأة العاملة بجامعة قلمة للبرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي لإشباع حاجياتها الوجدانية
4. تتعرض المرأة العاملة بجامعة قلمة للبرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي لتحقيق اشباعها المعرفية والسلوكية.

واعتمد الباحثين في هذه الدراسة على المنهج الوصفي بشقيه الوصفي والتحليلي، وكان مجتمع البحث في هذه الدراسة هو المرأة العاملة بجامعة 8ماي 1945 بقلمة، واختاروا النساء العاملات بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة قلمة. مكونة من 17 امرأة عاملة معتمدين على العينة القصدية.

وتوصلت هذه الدراسة إلى نتائج التالية:

- ✓ تميل المرأة العاملة إلى الاحتكاك بالبرامج الاجتماعية.
- ✓ مشاهدة المرأة لبرامج التلفزيون مرتبط بالزمن المحدد لها في بيتها.
- ✓ محتوى برنامج لي فات مات محتوى هادف وبناء ساهم في تطوير الفرد نفسيا واجتماعيا وهذا يدل على مدى مصداقية الأحداث والوقائع في البرنامج المعروض في التلفزيون.
- ✓ قوة وتأثير المحتوى المراد إيصاله من خلال شاشة التلفزيون أدى إلى إطرء مجموعة من التوجهات التي أثرت بشكل أو بآخر في سلوكيات الأفراد.

ثالثا: دراسة البرامج الاجتماعية النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة ل: (لطرش سعدية، منصور نجوى)

حيث كانت إشكالية الدراسة كالآتي: ماهي مضامين برنامج "جلسة ونساء"؟

وتفرعت عنه التساؤلات التالية:

### 1. من حيث الشكل:

- ما المدة المخصصة لعرض أركان البرنامج؟
- ماهي اللغة المستخدمة في برنامج جلسة ونساء؟
- ماهي القوالب الإعلامية المعتمدة في برنامج جلسة ونساء؟
- ماهي عناصر الإخراج الفني المعتمدة في البرنامج؟

### 2. من حيث المضمون:

- ماهي طبيعة المواضيع التي تناولها البرنامج؟
- ماهي أهداف البرنامج؟
- من هم الفاعلين في البرنامج؟
- ماهي القيم المتضمنة في البرنامج؟

حيث تطرق الباحثان في هذه الدراسة على المنهج المسحيوتحليل المضمون كأداة لجمع البيانات الكمية والكيفية، وكان مجتمع الدراسة يتمثل في جميع أعداد برنامج "جلسة ونساء" بموسميه (1) و(2). منذ بداية بثه في نوفمبر 2020 إلى يوم إجراء الدراسة. واعتمدوا على العينة القصدية ممثلة لمجتمع الدراسة.

كانت نتائج الدراسة كالآتي:

- ✓ ييثر البرنامج أسبوعيا سهرة كل جمعة وهو ما يصادف نهاية الأسبوع ووقت الذروة ما يزيد من احتمالية زيادة نسبة المشاهدة.
- ✓ برنامج "جلسة ونساء" اجتماعي بطابع حوارى ويمكن تصنيفها ضمن برامج المنوعات.
- ✓ البرنامج يعتمد على المعالجات التحليلية والتفسيرية من خلال التقارير والمقابلات.
- ✓ يهدف البرنامج بشكل كبير إلى توعية المجتمع بأدوار المرأة الإنتاجية وقدرتها على الاندماج والتأثير في الحياة المجتمعية.

## المطلب الثاني: تقييم الدراسات السابقة

### أولاً: نقاط الاتفاق والاختلاف

1. من حيث المنهج ونوع الدراسة: جميع الدراسات السابقة تقع ضمن البحوث الوصفية واستخدمت المنهج الوصفي، وهو ما يتوافق مع الدراسة الحالية.
  2. من حيث الأدوات: استخدمت دراسة (زاوي أميرة) ودراسة (حساينية رياض) أداة الاستبيان وهو ما يتوافق مع الدراسة الحالية، بينما دراسة (لطرش سعدية) استخدمت تحليل المضمون.
  3. من حيث العينة: اختلفت هذه الدراسات من حيث العينة حيث اعتمدت على العينة القصدية في حين دراستنا اعتمدت على العينة العشوائية.
  4. من حيث النظرية: تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الثانية (حساينية رياض) في استخدام نظرية الاستخدامات والاشباع، بينما تختلف مع دراسة (زاوي أميرة) استخدمت نظرية ترتيب الأولويات.
- ثانياً حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

إن مواضيع الدراسات السابقة كانت لها أهمية كبيرة، وقد أفادتنا في عدة أوجه منها:

- ✓ صياغة التساؤلات الدراسية بشكل علمي يحقق الأهداف التي تسعى إليها الدراسة.
- ✓ الإطار المعرفي للدراسات السابقة والمصادر العلمية.
- ✓ التعرف على الإطار النظري للمعرفة.
- ✓ الاستفادة من المناهج والأدوات البحثية المستخدمة التي اعتمدت عليها هذه الدراسة

## الفصل الثاني: الإطار النظري

❖ المبحث الأول: ماهية البرامج التلفزيونية

المطلب الأول: تعريف البرامج التلفزيونية

المطلب الثاني: أنواع البرامج التلفزيونية

❖ المبحث الثاني: دور البرامج النسائية

المطلب الأول: تعريف البرامج النسائية

المطلب الثاني: دور البرامج النسائية

❖ المبحث الثالث: البرامج التلفزيونية في نشر القيم

المطلب الأول: علاقة البرامج التلفزيونية في نشر القيم

المطلب الثاني: تصنيف القيم التي تعالجها البرامج النسائية

المطلب الثالث: البرامج التلفزيونية وقدرتها على خلق قيم أخلاقية

## المبحث الأول: ماهية البرامج التلفزيونية

### المطلب الأول: تعريف البرامج التلفزيونية

#### أولاً: تعريف البرنامج

1. لغة: هو الميزانية أو لائحة المنهاج، أو هو خطة لما ستقوم بعمله.
2. اصطلاحاً: هو كل مادة سواء كانت صوتية أو مصورة تقدم من خلال الإذاعة أو التلفزيون ضمن فترة البث ولها هدف معين وهو مخاطبة الجمهور المستمعين أو المشاهدين، وتتميز البرامج بعضها عن بعض من لحن المقدمة والنهاية والزمن المحدد لعرضها وموعد عرضها على الجمهور.

#### ثانياً: تعريف التلفزيون

هو تحويل مشهد متحرك، وما يرافقه من أصوات، إلى إشارات كهربائية، ثم نقل هذه الإشارات، وإعادة تحويلها من طريق جهاز الاستقبال إلى صورة مرئية مسموعة.<sup>1</sup>

#### ثالثاً: البرنامج التلفزيوني

وفق لنظرية الاتصال هو: رسالة، وبما أنها رسالة، فهذا يعني يجب أن يكون هناك مرسل يقوم بتحرير هذه الرسالة وإرسالها إلى مستقبل يقوم باستلام هذه الرسالة، التي يجب أن ترسل عبر وسيلة ما، أي قناة يتم من خلالها إيصال ما حرره المرسل في رسالته، لكي تصل إلى مستقبل، أي قناة اتصال، وقناة الاتصال في البرنامج التلفزيوني، هي الصوت والصورة المتتابعان في ما يسمى بقلم يوصل إلى المستقبل، عبر أجهزة البث الموجودة عند المستقبل، إذن... فإن العناصر الرئيسية للبرنامج التلفزيوني وفقاً لما تحدده نظريات الاتصال هي: رسالة من مرسل عبر قناة إلى مستقبل.<sup>2</sup>

الكلام عن البرامج التلفزيونية يعود بنا إلى الراديو والسينما وحتى المسرح، حيث ظهرت البرامج الأولى وكأنها إذاعة مصورة من حيث تغطية الخطاب وأسلوبه وثبات الممثلين، إذ لم يكن التلفزيون يتحكم في تسجيل الصورة المتحركة (صور الفيديو) فاعتمد على التسجيل الإذاعي المباشر وعلى تقنيات العرض المسرحي، أما بالنسبة لطريقة تسجيل البرامج فاستعملت في ذلك تقنيات سينمائية للبث التلفزيوني لصور مسجلة بطريقة سينمائية، وبمرور الوقت تخلص التلفزيون من هذا التقليد بفضل استعماله لكاميرات متنقلة تسمح بتسجيل الصوت والصورة معاً.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> وسام فاضل راضي، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الدولي المفاهيم، الأهداف، المقاصد، دار ميزوبوتاميا للنشر والتوزيع، ط1، بغداد، 2013، ص127.

<sup>2</sup> فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته ومقوماته، مجاحه، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، العراق، 2007، ص17.

<sup>3</sup> فضيل دليو، تاريخ وسائل الاعلام، دار أقطاب الفكر، ط3، الجزائر، 2007، ص122.

والبرنامج التلفزيوني في أبسط مفهوم هو منهاج يصف شيئاً أو يعلن عنه، وله صيغ وأشكال خارجية هي عبارة عن الشكل والمضمون وإن أفضل أنواع البرامج هو ذلك القادر على جذب أكبر عدد من المشاهدين عبر شكله والذي يعني الهيكل النمطي الذي تتخذه البرامج أو عبر مضمونه وهو مادة البرنامج ومحتواه وموضوعه.<sup>1</sup>

كما عرف أنه: «شكل فني يشغل مساحة زمنية محددة وله اسم ثابت ويقدم في مواعيد محددة و كان يكون يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً»<sup>2</sup>

هو فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين، باستخدام الصورة والصوت بكامل تفاصيلها الفنية، لتحقيق هدف معين<sup>3</sup>

تستمد البرامج التلفزيونية أهدافها و وظائفها من وظائف الإعلام الأساسية كالأخبار، الترفيه، التثقيف، الإعلان والتعليم، وتقوم رسالتها على نقل المعلومات بمختلف أنواعها وتقديم التسلية، ويتضمن الشق الأول من الإعلام: التفسير، التوجيه، الإرشاد، والترويج و التسويق، بينما الشق الثاني منه، الترويج والمتعة النفسية وتنمية الذوق الفني، والموسيقى، وكلاهما يساهمان في زيادة الوعي العام والتنشئة الاجتماعية ويساعدان على بلورة المواقف اتجاه قضايا معينة.<sup>4</sup>

## المطلب الثاني: أنواع البرامج التلفزيونية

### أولاً: أنواع البرامج التلفزيونية

#### 1. البرامج الإخبارية:

يقصد بها المعلومات أو الآراء حول حدث محلي أو عالمي والذي يرتبط مع مختلف المجالات الاجتماعية منها والسياسية والثقافية والفنية والعلمية والرياضية، والتي تهدف إلى إخبار المشاهدين حول هذا الحدث، ولا بد من أن تصف الأخبار في محتواها بمعلومات تتضمن الدقة والتوازن والموضوعية وبصيغة واضحة وبسيطة.<sup>5</sup>

وتتضمن البرامج الإخبارية أشكالاً عدة منها:

<sup>1</sup> فالج مهدي القرشي، البرامج التلفزيونية ومشكلاتها، دار المجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2019، ص 19

<sup>2</sup> أكرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشرق، 1989، ص471

<sup>3</sup> معاذ أحمد عصفور، البرامج الإعلامية، دار المجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص6.

نورة بوخميس، إلهام لعيساوي، دور البرامج التلفزيونية في نشر القيم الأخلاقية برنامج أحكي حكايك نموذجاً (الشروق TV)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2017، ص28

<sup>5</sup> مالك رحاب محمود العزة، استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة مشاهدة البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني، مذكرة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2017، ص23.

- ❖ **موجز الأخبار:** هي أخبار قصيرة ومهمة تذاغ خلال الفترات التي تخلو من النشرات الإخبارية، وتستغرق دقائق قليلة، ويكتفي فيها بعناوين الأخبار وقليل من التفاصيل.<sup>1</sup>
- ❖ **النشرة الإخبارية:** عبارة عن برنامج يقدم في أوقات دورية ثابتة لعرض مستجدات الأخبار بأسلوب وترتيب يخضع لسياسة المؤسسة، وتضم النشرة كافة أشكال تقديم الخبر وتستعين بمراسل فورمين موقع الحدث، وتعرض التقارير الإخبارية، وتستضيف خبراء التعليق.
- ❖ **التحليلات الإخبارية:** ويقدم فيه الخبر مع شرح له وتفسيره وتحليله إلى عناصره الأولوية من أجل مساعدة المشاهد على تكوين رأي وإصدار حكم.<sup>2</sup>
- ❖ **التعليق الإخباري:** هو تعليق يعبر عن رأي سياسي أو اقتصادي ثقافي أو غير ذلك بهدف التأثير على المشاهدين وخلق رأي عام مؤيد لهذا الرأي.
- ❖ **التقرير الإخباري:** يعرض كم أكبر من المعلومات عن الخبر، وقد يتم من خلال المراسل في موقع الحدث.
- ❖ **البرامج الإخبارية الخاصة:** وهي أن كل قناة فضائية لها برامجها الإخبارية خاصة، ولها أسلوب خاص في عرض الأخبار، ولهذا البرامج فريق عمل إخباري الخاص.

## 2. البرامج الوثائقية:

وهي برامج تعرض معلومات ودراسات جديدة حول الطبيعة أو التاريخ وغيرها من العلوم، وتتعامل هذه البرامج مع الأخبار والمعلومات والآراء، حيث تغطي الأحداث والأفكار الجارية أو التاريخية، ويمكن أن تتضمن حتى القضايا المطلقة غير المحددة بزمن معين، ويعتبر بعض رجال الإعلام والنقاد البرامج الوثائقية أعلى شكل من أشكال فن المعلومات والأخبار، حيث تقدم المعلومات ووجهات النظر.<sup>3</sup>

كما تعتبر برامج وأفلام وثائقية التي تبحث عن الحقائق وتخلو من البناء القصصي الروائي.<sup>4</sup>

## 3. البرامج التعليمية:

تعتبر البرامج التعليمية من أكثر البرامج إرهاباً للمعد لأنها تحتاج الكثير من العناء والبحث والتقصي والفرز وتأكيد المعلومات والاطلاع الدائم كما أن تحويل المادة التعليمية الجامدة إلى مادة مسموعة أو مرئية يحتاج منه تفكيك المفردات إضافة لتبسيط المصطلحات المعقدة.

<sup>1</sup> طارق سيد أحمد الخلفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، ط1، الإسكندرية، 2005، ص 132.

<sup>2</sup> محمد العمر، البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص 118.

<sup>3</sup> محمد الجفيري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار صناعات للإبداع والتوزيع، 2015، ص 17.

<sup>4</sup> لامية جرمان، قضايا المرأة العربية في البرامج التلفزيونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي، 2017، ص 55.

وتعتمد البرامج التعليمية اعتماداً مباشراً على مهارة وحرفية المعد ذلك أن يحاول استخدام ذات اللغة المستخدمة بما الحقائق العلمية ولكن بمفردات غير المفردات المستخدمة وبشكل سهل القراءة في البرامج المسموعة وخاضع للصورة أو الوسائط البصرية الأخرى كالكتابة على الشاشة وغيرها في البرامج المرئية.<sup>1</sup>

وبحسب تعريف لجنة الاتصالات الفدرالية: يعرف البرنامج التعليمي بأنه البرنامج الذي تتعاون على إنتاجه أو تنتجه هيئة تعليمية (مدرسة، جامعة، دار كتب، متحف) سواء كان مذاعاً على القنوات حكومية أو خاصة وهي إما تكون تعليمية عامة تقوم بدور تثقيفي أو إخباري وتكون موجهة للكبار أو أن تقدم في حلقات منتظمة بقصد التعليم، ويمكن عد البرامج التي تنتجها المحطة التلفزيونية نفسها وذات طابع تعليمي برامج تعليمية ما دامت مضامينها تتعلق بالدروس والمناهج الدراسية والعلمية للطلبة ومن أهم أمثلتها البرامج الموجهة للطلبة المدارس في المراحل المختلفة والبرامج والدروس التي يقدمها التلفزيون التعليمي.<sup>2</sup>

هي برامج التعليم الكلي وفي هذه البرامج يتحمل التلفزيون عبء التثقيف والتعليم، وأيضا التعليم الأساس أو الرئيس ويقوم التلفزيون هنا بتقديم معلومات الجديدة وأيضا التعليم الثانوي وهنا يتحمل مسؤولية تقديم الدروس وشرح المنهج المدرسي، ويقوم المدرسون المتخصصون بدور تقديم هذه البرامج.

#### 4. برامج المناقشات:

برامج المناقشات أو المحادثات لها عدة أنواع. كذلك فإن المحادثات تدخل عادة كجزء أو شريحة في البرامج الطويلة مثل المناقشات مع شخصيات البارزة ضيفا على التلفزيون ووجود شخصية يرضي رغبة المشاهد في المقابلة مشاهير الناس والتعرف عليهم. ومثل المناقشات الموضوعية، ويتم اختيار المشترك في المناقشة لأنه شخصية شهيرة معروفة لدى الجمهور. بل لما لديه من معلومات تتعلق بالموضوع تحت البحث، وفي هذه الحالة يكون الضيف من الخبراء المختصين. ومثل المناقشات الجماعية في هذا البرنامج توجه أسئلة إلى الشخصية السياسية البارزة أو إلى مجموعة شخصيات. ومن أمثلة هذه البرامج ما تبثه قناة الفضائية الأردنية "برنامج مثلث الحوار" وبرنامج شاهد على العصر تبثه قناة الجزيرة الفضائية، وبرامج حوارية كثيرة تبثها الفضائيات العربية. وعادة يتم عمل فواصل لنشر إعلانات اقتصادية أو تجارية أو أسماء الشركات أو الجهات الراعية للبرنامج، وتكون ذات أجر عال ومريح للفضائية. ولكن يجب على الفضائية أن تركز على الهدف.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> رستم محمود أبو رستم، الإعداد والتقديم الإذاعي والتلفزيوني، دار المعتر للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2017، ص79

<sup>2</sup> فالخ مهدي القرشي، البرامج التلفزيونية ومشكلاتها، مرجع سابق، 2019، ص 27.

<sup>3</sup> فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009، ص139.

## 5. برامج المنوعات والموسيقى:

وهي البرامج التي ترمي إلى التسلية والتشويق أو الإضحاك ويعتمد نجاح مثل هذا النوع من البرامج على ما يحققه من تأثير في نفسية المشاهد، لذا تعد برامج المنوعات من أقرب البرامج إلى الجمهور، لما تتميز به من خفة وحركة وتنوع، عبر استخدام فنون الغناء والموسيقى والاستعراضات والمواقف الغريبة والضاحكة جنباً إلى جنب أو بشكل منفرد، لذا فهو يتطلب قدراً كبيراً من الحرفية في الإعداد قياساً بالأشكال الأخرى وهذه الحرفية تتجلى في اختيار فكرة البرنامج المتكبرة، وما يمكن أن تتضمنه البرنامج من مفاجآت وتنوع في الفقرات المقدمة مثل الأغاني أو المواقف أو الألغاز وترتيبها الزمني المحكم.<sup>1</sup>

## 6. البرامج الثقافية:

وهي البرامج ذات الطبيعة الخاصة التي توجه أساساً إلى جمهور المستمعين بهدف التثقيف العام و الخاص ونقصد بالخاص الذي يوجه إلى الصفوة من السياسيين أو الأدباء أو العلماء، البرامج الثقافية تتمثل في طبيعة الانتشار الثقافي من الكبار إلى الصغار في حركة ديناميكية، كما تقوم على نماذج لها قدر من العمومية وعلى تبسيط المعارف، والخبرات تبعاً للقدرات في مراحل النمو المختلفة، وبصورة مختلفة، وبعبارة مختلفة عن تلك التي تستعمل في الحياة اليومية.<sup>2</sup>

تضمنت البرامج الثقافية العديد من مواضيع متنوعة المضامين والأشكال بدأ من المواضيع المعنية بالثقافة الرفيعة إلى الثقافة الخفيفة عبر مختلف أشكالها كالمسرح والسينما والموسيقى والغناء والفن التشكيلي والرقص، كما ساهمت بعض البرامج المتنوعة إلى النقل القيم وأنماط السلوك الإيجابية وبأشكال فنية مختلفة.<sup>3</sup>

## 7. برامج الأطفال:

وهي البرامج التي تعرض خصيصاً للأطفال، وتحتوي على أفلام الرسوم المتحركة التي تطغى على ما عداها، كما تتميز بأنها قليلة التكاليف نسبياً يضاف لذلك البرامج التي تختص بمسابقات الأطفال وهوايتهم كالرسم والرياضة والمسابقات، وما يثير اهتمامهم ويلبي رغباتهم من متعة وفرح. والهدف الاستراتيجي من برامج الأطفال هو هدف تعليمي وتثقيفي وتربوي بالضرورة ويجب أن تكون هذه البرامج مناسبة لأعمار الأطفال بفئاتها المختلفة، ومناسبة لتفكيرهم وإدراكهم، وتساعد في إعداد جيل مثقف من الأطفال ويساعد على رسم مستقبل أفضل لهم. وتصلح هذه البرامج للعرض نهاراً للأطفال الصغار، ومساءً للأطفال الكبار، وفي أيام العطل المدرسية لكافة

<sup>1</sup> نبيل راغب، العمل الصحفي، الشركة المصرية العالمية للنشر، ط1، القاهرة، 1999، ص 498.

<sup>2</sup> جواد علي مسلماني، البرامج التلفزيونية والدور الثقافي للقنوات الفضائية، دار المجد للنشر والتوزيع، ط1، 2015، ص 49.

<sup>3</sup> جواد علي مسلماني، المرجع نفسه، ص 82.

الأعمار، وقد تضم هذه البرامج أيضا تمثيلات وحكايات مدبلجة بلغات مختلفة للوصول إلى عقلية الطفل في أماكن وأوقات مختلفة.<sup>1</sup>

## 8. برامج التحقيق التلفزيوني:

التحقيق هو فن يشرح ويفسر ويبحث في الأسباب والعوامل الاجتماعية والاقتصادية والسياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق ويستلزم توافر الصور الفوتوغرافية أو الرسوم الإيضاحية التي تدعم الموضوع المطروح من خلال التحقيق التلفزيوني<sup>2</sup>

وهو البرنامج الذي يعرض الموضوعات بأسلوب يتسم بالعمق، استنادا على التحليل الواقعي، ولقاء الأشخاص أصحاب العلاقة، والمعايشة الحقيقية في المكان والزمان والظروف والأشياء ذات الدلالة. وهو أنواع:

- ❖ **التقرير الإخباري:** وهو يستلم الحيوية والسرعة والعرض المختصر.
- ❖ **تحقيق الحدث:** وهو التحقيق الذي يبحث عما وراء الأحداث الآنية، يوضح الخلفيات والعلاقات الكامنة، والأسباب الغير الظاهرة، وهو مثل التحقيق الصحفي الذي يركز على إجابة سؤال (لماذا) ولا يكتفي بالإجابة على أسئلة الخبر الصحفي (من؟) (متى؟) (ماذا؟) (أين؟).
- ❖ **تحقيق المعالم:** وهو يستلزم أن يكون هناك حدث يبني عليه البرنامج وهو يشمل أنواع متعددة، مثل تحقيق المشكلات، تحقيق الإنجازات، تحقيق الشخصية والاستفتاء.

## 9. البرامج الحوارية:

تعتبر برامج الحوار من أكثر برامج التلفزيون تشويقا وجاذبية، ويفضلها المشاهدون نظرا لتعدد الأصوات والأشكال المشتركة فيها، بالإضافة إلى تنوع الآراء والخبرات والثقافات التي تشبع احتياجاتهم المعرفية، وتجعلهم على اتصال دائم بمشاكل الحياة اليومية. وهي تلك البرامج التي تنطوي على أربعة عناصر رئيسية تميزها عن البرامج الأخرى التي تعتمد الحوار، مثل المقابلات والندوات وهذه العناصر هي الأستديو، المضيف الضيوف، الجمهور.<sup>3</sup>

وهو البرنامج الذي يعرض محادثة بين شخصين ذات هدف معين. ويصنف الحوار من حيث الهدف إلى ثلاثة أقسام:

<sup>1</sup> رياض حسانية وآخرون، تأثير البرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي على قيم المرأة الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة 8ماي 1945 قلعة، 2022، ص32

<sup>2</sup> إياد هلال حمادي الدليمي، صناعة الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص 123.

<sup>3</sup> محمد العمر، البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، مرجع سابق، ص 175، 185

- ❖ **حوار المعلومات:** يهدف إلى الحصول على معلومات معينة من الضيف حول قضية أو حدث باعتباره مصدراً للمعلومات، أو مطلع عليها.<sup>1</sup>
  - ❖ **حوار الرأي:** ويهدف إلى معرفة رأي الضيف في القضية، أو آراء الناس العاديين في شيء معين.
  - ❖ **حوار الشخصية:** يهدف إلى تعريف المشاهدين بجوانب شخصية الضيف، سواء كان من الناس المشهورين أو غير مشهورين.<sup>2</sup>
- 10. البرامج الاجتماعية:**

تتضمن حياة الناس اليومية الكثير من القضايا والمشكلات الاجتماعية التي تهم شرائح واسعة من جمهور الفضائيات، الأمر الذي يحتم على الفضائيات الاهتمام بعرض هذه الحاجات وتلك القضايا، والوقوف عليها ومحاولة معالجتها إعلامياً، عبر برامج تطرح الواجهات المختلفة لإفادة الجمهور لذا تحاول البرامج الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الفضائية أن تلامس هموم الناس، وما يطرأ من أمور الحياة، كما تعتبر البرامج الاجتماعية مهمة في مجال الوقوف على القضايا والمشكلات الاجتماعية التي يعيشها المجتمع العربي، وهي كثيرة ومتشعبة، فكم من قضايا اجتماعية تحتاج معالجة توضح المفاهيم وتصحح الأخطاء<sup>3</sup>

كما يمكن من خلال البرامج الاجتماعية ترسيخ سلوك ومفاهيم اجتماعية تتوافق مع القيم العربية، وغرس الألفاظ الإيجابية والتخلص من الألفاظ السيئة، ونشر الاستقرار الاجتماعي والأمن البعيد عن الصراعات في جو من المحبة والسلام.

## 11. البرامج الدينية:

تهدف إلى نشر الوعي الديني، شرح أسس ومبادئ الدين، تحتوي على الأحاديث واللقاءات والندوات وكذا التمثيليات والمسلسلات، وذلك بغرض التوعية والتوجيه.

إن المناداة بضرورة الاهتمام بالقيم الروحية والأخلاق هو أمر حتمي في هذا العصر الزاخر بالتيارات المادية والتحديات والتناقضات التي تهدد العاطفة الروحية، ليس للعالم الإسلامي فحسب بل للمجتمع الإنساني بأسره، الذي بات اليوم يدرك من خلال التجارب الدامية والمعاناة المريرة أن لا كرامة له إلا بالعودة إلى الأصالة والقيم السمحة الموروثة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> كمال الحاج، البرامج الحوارية الإذاعية والتلفزيونية، من منشورات الجامعة الافتراضية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص 28، 29.

<sup>2</sup> نسمة أحمد البطريق، عادل عبد الغفار، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، ص 2005، ص 45.

<sup>3</sup> عبد الله محمود عدوي، الجماليات في الاعلام التلفزيوني، إعداد المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط 1، بيروت، 2016، ص 73.

<sup>4</sup> نسمة طيشوش، القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص 117.

لذا ينبغي أن يعمل التلفزيون على تعزيز الشعور بالانتماء إلى الأمة الإسلامية، وأن يساهم إسهاما مباشرا في مجال التنمية الشاملة في العديد من مجالات التوجيه للأفراد والجماعات وللأسر توجيهها اجتماعيا ونفسيا وتربويا، كما ينبغي أن يعمل على تثبيت المفاهيم الصحيحة والصالحة لدى الجماهير، ودحض المفاهيم الخاطئة والمنحرفة.<sup>1</sup>

ثانيا: تصنيف البرنامج التلفزيوني:

1. الوظيفة أو الهدف: الإعلام، الترفيه، الثقيف، التعليم، الإعلان... الخ.
2. المحتوى والمضمون: ديني، سياسي، اقتصادي، ثقافي، رياضي، فني، علمي... الخ.
3. الجمهور: عامة المجتمع، الأطفال، الشباب، النساء، نخبة متخصصة... الخ.<sup>2</sup>
4. دورية البث: يومي، أسبوعي شهري، نصف شهري... الخ.
5. وقت البث: برامج الصباح، برامج الظهر، برامج المساء، برامج السهرة... الخ.
6. اللغة: لغة عربية فصحي، لهجة عامية، لغة أجنبية، لغة أجنبية مترجمة... الخ.
7. الشكل أو القالب الفني: حديث، حور، تحقيق، مجلة... الخ.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> نسيم طيشوش، مرجع سابق، ص 117

<sup>2</sup> فهد عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية، كيف تتعامل مع الإعلام؟، مكتبة الملك الفهد، الرياض، ط1، 2010، ص 220.

<sup>3</sup> معاد أحمد عصفور، مرجع سابق، ص 6.

## المبحث الثاني: دور البرامج النسائية

### المطلب الأول: مفهوم البرامج النسائية

هي مجموعة البرامج الموجهة للمرأة بمختلف مراحلها العمرية، وتهدف إلى تهيئة بيئة اجتماعية تمكينية من أجل تحضير المرأة وإعدادها كي تصبح متمكنة اجتماعيا أو اقتصاديا وقادرة على القيام بأدوارها المختلفة، وتتمتع بالمساواة في القيمة والكرامة والحقوق وتشارك بفعالية في بناء أسرتها ومجتمعها من خلال توفير البرامج المتكاملة وبما يضمن تنمية قدراتها، وتعزيز مشاركتها في كافة مجالات الحياة والحفاظ على حقوقها ومعالجة قضاياها واستثمار طاقتها في مختلف المجالات، وإزالة أي شكل من أشكال التمييز ضدها، وتوفير الحماية لها.<sup>1</sup>

تعرف البرامج النسائية أنها برامج خاصة تتعلق بالمرأة وقضاياها، وقد تكون على شكل أخبار أو على شكل ندوات داخل الأستوديو، وهي تحاول تغطية دور المرأة العربية في مجالات السياسة والأدب الصحافة وقضايا اجتماعية أخرى مختلفة. من هذه البرامج على سبيل المثال: برنامج كلام ناعم، برنامج أخبار المرأة على الفضائية الأردنية، تصلح هذه البرامج لإعلانات تجارية تخص المرأة من أزياء وأدوات التجميل اشتراكات في نوادي ومجلات، وقد يوجه في هذه البرامج إرشادات إلى المرأة حول أعمال المنزل وإعداد وجبات الطعام، وأخبار الموضة العالمية، وتصلح للإعلان أيضا عن أخبار إنتاج الملابس النسائية من الماركات العالمية والعطور وغيرها.<sup>2</sup>

تأخذ عدة أشكال كالمسلسلات والأفلام والبرامج المنوعات، برامج الترفيه، البرامج الدينية وغيرها التي تكون المرأة حاضرة فيها سواء كإعلامية، أو ضيفة تشرى الحصة، أو هي من تشرف على عمل البرنامج، أو كمشاهدة خصصت لها برامج إعلامية معدة بإحكام لإفادتها وربطها بمجتمعها وإثبات انتمائها من خلال تعرضها لمثل هذه البرامج والمشاركة فيها بإبداء رأيها عبر الإمكانيات المتاحة من قبل المؤسسة الإعلامية.<sup>3</sup>

كما أن معظم برامج النساء على الشاشات العربية (حتى الفقرات الخاصة في برامج أخرى) ترى المرأة بعين واحدة، فلا تهتم إلا بالشكل الخارجي وكل ما يتعلق به من لباس وأدوات تجميل وإرشادات طيبة تمكن المرأة من الحفاظ على رشاقتها بعيدا عن الاهتمامات الأخرى لا يعني هذا ضد الاهتمام بهذه التفاصيل فهي جزء مهم في حياة المرأة بل للمجتمع كله، لكن تكريس برامج النساء لها وحدها يذهب بنا نحو اعتقاد أن المرأة كيان ودور أساسي في حياتنا فهي تحتاج برامج تلفزيونية من نوع آخر تنحصر صورة المرأة خلاله في مفردات الأنوثة

<sup>1</sup> أميرة زاوي، مريم الهادي، دور البرامج التلفزيونية النسائية في ترتيب اهتمامات المرأة، مذكرة أخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2020، ص 63.

<sup>2</sup> كوثر العايب، دور البرامج التلفزيونية النسائية في ترتيب الأولويات المرأة اتجاه مختلف القضايا، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال جامعة تبسة، 2016، ص 48

<sup>3</sup> أسماء جعوي، مريم غلبي، صورة المرأة الجزائرية في البرامج النسائية بالقنوات الفضائية الخاصة، مذكرة مكلة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري، جامعة محمد الصديق بن يحي قطب تاسوست، جيجل، 2020، ص 80.

وتفاصيلها وجزئياتها، فتحقيق برنامج ناجح جمل الفائدة يعني أن يقوم على إبداع من لهم معرفة واسعة أساسها العلم والقراءات الاجتماعية الواسعة التي يمكنها أن تقدم حلولاً لكل ما يحيط بالمرأة من وقائع صعبة.<sup>1</sup>

## المطلب الثاني: دور البرامج النسائية

### 1. المرأة والتعليم:

في النصف الأخير من القرن العشرين، بدأت المرأة العربية تكتسب حقوق كحقوق التعليم وحقوق العمل وكسب العيش، " الاعتراف بها كيان قانوني وما يتبع ذلك من حقوق و واجبات أسوة بالرجل " فتمة تغيرات جوهرية طرأت على الواقع النسائي العربي خلال السنوات الخمسين الماضية تمثلت في العديد من الجهود الحكومية وغير الحكومية للنهوض بوضع المرأة العربية، وذلك في إطار التغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي شهدتها المجتمعات العربية المعاصرة، وقد نتج عن ذلك زيادة مطردة في نسبة الفتيات المتعلمات في الوطن العربي، علماً أن هذه الكمية الملحوظة في عدد النساء المتعلمات، ليست في حد ذاتها دليلاً على التغيير الجوهرية في الوضع الاجتماعي للمرأة، فهي مازالت تواجه كثيراً من العقبات التي تحول دون انطلاقها بكامل قدراتها ومواهبها للمشاركة في صياغة شكل المجتمع العربي وعلاقاته.<sup>2</sup>

فالمرأة عند حصولها على مستوى معين من التعليم، تسعى جاهدة للاستفادة من المؤهلات التي حصلت عليها، ما يعني أن التعليم يعد من أبرز العوامل التي ساعدت المرأة على تغيير صورتها التقليدية والتخفيف من وطأت العادات والتقاليد المفروضة عليها لجهة الحذر من دخولها ميدان العمل، فالتعليم مكن المرأة من الحضور في مختلف مجالات الحياة العامة وهيأها لقيام بأدوار عديدة وجديدة.

وليس التعليم وحده هو السبب في دخول المرأة ميدان العمل والنشاط الاقتصادي بل ثمة عوامل أخرى طارئة ساهمت في ولوجها هذا الميدان، أبرزها التحولات التي طرأت على الهيكلية لاقتصاديات البلدان العربية والتي لم تتم إلا بمساهمة جميع فئات المجتمع نساء ورجالاً، الأمر الذي أدى إلى زيادة في مساهمة المرأة العربية.<sup>3</sup>

أصبحوا بفضل الراديو قادرين على اكتساب المعرفة وتتبع مجريات الأمور والأحداث الجارية من خلال البرامج الإخبارية والتعليمية وبرامج الأحداث الجارية، إلا أن بعض الدراسات أظهرت أن الاستماع للبرامج متصل اتصالاً كبيراً، بمستوى التعليم، فالمتعلمون يختارون البرامج الجادة ف حين يختار الأقل تعليماً البرامج الترفيهية الخفيفة. في الحياة الاجتماعية كما في الحياة الاقتصادية، بعدما كانت مساهمتها تقتصر على المجال الزراعي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> سعديّة لطرش، نجوى منصور، مرجع سابق ص 23

<sup>2</sup> سمير عبد العزيز كرامي، الصحافة النسائية في الوطن العربي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص 44

<sup>3</sup> سمير عبد العزيز كرامي المرجع نفسه، ص 48.

<sup>4</sup> زاوي أميرة، الهادي مريم، مرجع سابق ص 71.

## 2. المرأة والعمل:

واجهت المرأة نوع من التمييز الجنسي على مدى القرون الطويلة لأسباب عديدة ترتبط بالتركيب الاجتماعي والديمقراطي للمجتمعات العربية كذلك بالظروف الاقتصادية والسياسية السائدة.<sup>1</sup>

وفي بداية السبعينات، بدأت في بعض الحكومات العربية تتحدث عن الحاجة إلى "التغيير" لي جهة إدخال المرأة في قطاع التنمية على أساس المجتمع العربي لا يمكنه المضي قدما على طريق التطور السياسي والاقتصادي و الاجتماعي من دون تغيير أوضاع المرأة العربية وجاءت هذه اليقظة العربية على اثر إعلان الأمم المتحدة "السنة العالمية للمرأة" عام 1975 والتي استمرت لتصبح عقدا كاملا للمرأة حتى منتصف الثمانيات.<sup>2</sup>

أما في التسعينات وكان موضوع المرأة محور اهتمام عدد كبير من المؤتمرات الدولية التي نظمتها الأمم المتحدة، وأبرزها مؤتمر السكان والتنمية في القاهرة عام 1994، ومؤتمر التنمية الاجتماعية في - كوين هاجن- 1995، ثم توجهت هذه الجهود المتواصلة لمساندة وتحسين وضع المرأة في العالم بعقد مؤتمر العالمي الرابع في بيجين عام 1995، حيث تمت مراجعة مدى تطبيق استراتيجية النهوض التي وضعت في نيروبي، وصدر عن المؤتمر برنامج عمل يدعو إلى إزالة العقبات التي تعترض تحقيق المساواة بين الجنسين وتمتع المرأة بكامل حقوقها وزيادة مساهمتها في كافة الأشكال الإنتاج وكافة الأعمال الهادفة إلى إنماء المجتمع.

كما أن خوض المرأة في مجال التعليم والعمل بشكل دليلا واضحا على تقدمها وتحررها فهي بما أحرزته من تقدم هام في مجال التعليم قد أدى إلى تحسين واضح في ما تملكه من المهارات والمعرفة اللازمة للتنافس في سوق العمل، حيث قامت البرامج النسائية برصد أخبار المرأة وإنجازاتها أول بأول وجعلت من قضية تعليم المرأة وعملها قضية عامة وسعت للتعريف بإنجازات المرأة وتقدمها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> منى سعيد الحديدي، سلوى إمام عادل، الاعلام والمجتمع، دار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2004، ص94

<sup>2</sup> منى سعيد الحديدي، مرجع سابق، ص72.

<sup>3</sup> سعاد لطرش نجوى منصور، مرجع سابق، ص81

### المبحث الثالث: البرامج التلفزيونية في نشر القيم

#### المطلب الأول: علاقة البرامج التلفزيونية في نشر القيم

تعمل وسائل الإعلام خاصة التلفزيون لما يتمتع به من خصائص (الصوت، الصورة، الحركة) على تثبيت القيم وترسيخها لدى الجمهور الواسع وهذا من خلال عملية التكرار.<sup>1</sup>

تظهر أهمية وسائل الإعلام في دعم القيم من خلال ما تقدمه للفرد من معلومات ومعارف خاصة بالقضايا والموضوعات اليومية التي تثبت الفرد ما يتبناه من قيم فكرية ومعلومات وأفكار، فيتحقق بالتالي التكيف الاجتماعي من الفرد والمجتمع الذي يعيش فيه.

تقوم وسائل الإعلام بدعم القيم الشخصية وأنماط السلوك المقبولة وتوحيدها مع القيم المجتمعية في اكتساب رؤية الفرد من خلال المقارنة والمطابقة مع الصورة الأخرى التي يتعرض لها وسائل الإعلام.<sup>2</sup>

#### المطلب الثاني: تصنيف القيم التي تعالجها البرامج التلفزيونية

##### أولاً: تصنيف شلز

يؤكد شلز أن القيم الأخلاقية ليست نوعاً من جملة أنواع القيم وقد ميز أربع مستويات للقيم الأخلاقية وهي:

1. المستوى الأدنى: وهي قيم (أخلاق) الطبيعة الحسنة وهي تختلف باختلاف الأفراد.
2. مستوى القيم (الأخلاق) الحيوية: وتشمل الصحة والمرض والراحة والتعب.
3. مستوى القيم (الأخلاق) الروحية: وهي قيم (الأخلاق) مستقلة عن الجسد وتشمل الحقيقة والجمال والعدل.
4. مستوى القيم (الأخلاق الدينية): وهذه القيم تحدث في نفوسنا مشاعر الإيمان والعبادة وأساسها هو المحبة.

##### ثانياً: تصنيف لافيل

1. القيم الأخلاقية.
2. القيم العقلية و الجمالية<sup>3</sup>
3. القيم الاقتصادية والانفعالية.

<sup>1</sup> حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار اللبنانية، ط1، القاهرة، 1998، ص78.

<sup>2</sup> نورة بوحميس، إلمام لعيساوي، مرجع سابق ص 28.

<sup>3</sup> عطية خليل عطية محمود عبد الحفيظ الشاذلي، الأخلاق ما بين علمي التربية والنفوس، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، ط 1 2009، ص29.

حيث أن وسائل الإعلام الجماهيرية ومن خلال عملها الوظيفي وبث برامجها تحاول أن تدعم هذه القيم الأخلاقية داخل المجتمع من خلال خطابها الإعلامي فهي تستطيع التأثير على قيم واتجاهات وتكوين الآراء وتغيير سلوك الأفراد.

### المطلب الثالث: البرامج التلفزيونية وقدرتها على خلق قيم جديدة

1. تعد وسائل الإعلام الجماهيرية أداة حاسمة في تشكيل قيم الجمهور.
2. تساهم وسائل الإعلام في نشر قيم جديدة وتحولها جزء ثابت من المنظومة الاجتماعية القيمة للمجتمع.
3. تقوم وسائل الإعلام بالمساهمة في إعادة الترتيب القيمي والسلوكي للجماهير عن طريق خلق القيم ومعايير جديدة وفرض الأوضاع والسلوكيات الاجتماعية المرغوبة والعمل على نشرها في أذهان الناس.
4. تقوم وسائل الإعلام الجماهيرية بعملية تكوين الصور (معاني، مفاهيم، تعاليم) من أجل خلق قيم معينة لدى الفرد.<sup>1</sup>
5. البرامج التلفزيونية تروج بالدرجة الأولى للقيم الفكرية والدينية ومجموعة القيم الايجابية الأخرى منها الاقتصادية والاجتماعية، كما تعرفنا على طبيعة المساعدات والخدمات التي كان البرنامج يقدمها لجمهوره من الفئات الاجتماعية.
6. نظرا لأهمية موضوع القيم في الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات، تخصص القنوات التلفزيونية برامج عديدة ومتنوعة من حيث الشكل والمحتوى لتمرير رسائل إعلامية بهدف الترويج وتعزيز أو تغيير القيم السائدة داخل المجتمع الذي يتواجد به جمهورها.

<sup>1</sup> نواره بوخميس، إلهام لعيساوي، مرجع سابق ص31.

## الفصل الثالث: منهجية الدراسة

❖ المبحث الأول: مجتمع وعينة الدراسة

المطلب الأول: مجتمع الدراسة

المطلب الثاني عينة الدراسة

❖ المبحث الثاني: منهج وأدوات الدراسة

المطلب الأول: منهج الدراسة

المطلب الثاني: أدوات الدراسة

المطلب الثالث: إجراءات الصدق والثبات

### المبحث الأول: مجتمع وعينة الدراسة

إن مرحلة انتقاء عناصر مجتمع الدراسة التي ستمثل العينة هي مرحلة مهمة في الدراسة، ولهذا ينبغي أن نحدد بدقة المجتمع الذي تستهدفه الدراسة وأن نختار بدقة وحذر العينة التي نخدم الدراسة، بحيث نستطيع تعميم النتائج على مجتمع الأصلي.

#### المطلب الأول: مجتمع الدراسة

"يقصد به جميع المفردات أو الأشياء التي نريد معرفة حقائق عنها فقد تكون أعدادا كما في حالة تقييم مضمون وسائل الإعلام وقد تكون برامج إذاعية أو نشرات إخبارية وفي حالة دراسة الرأي العام فإن المجتمع هو جميع الأفراد الذين يساهم مجتمع الدراسة."<sup>1</sup>

وعليه يتمثل مجتمع الدراسة في دراستنا في مجموعة من الطالبات، ونظرا لاستحالة دراسة كل مجتمع البحث نلجأ إلى العينة كأسلوب لإجراء الدراسة بدلا من المجتمع الكلي.

#### المطلب الثاني: عينة الدراسة

تعرف العينة بأنها نموذج يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث، تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته مشتركة وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل الوحدات.<sup>2</sup>

وتعرف أيضا: عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن تم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.<sup>3</sup>

واعتمدنا في هذه الدراسة على العينة العرضية وهي العينة الغير احتمالية يسعى فيها الباحث لتحقيق هدف أو غرض معين من الدراسة فيقوم باختيار العينة بما يخدم ويحقق هذا الهدف أو الغرض.

وتعرف العينة العرضية : يتم اللجوء إلى هذا الصنف من العينة، عندما لا يتوفر للباحث أي اختيار لسحب عينة يقوم بالقيام بالتحقق على العناصر التي تقع في يده. حيث يلعب هنا عامل الحظ بالمعنى العامي دور هام في الحصول على هذا النوع من العينة، حيث يقوم الباحث باختيار مثلا أشخاص مارين في طريق معين لحقق معهم، وي طرح هذا النوع من العينة بعض الصعوبات تتعلق أساسا بالتمثيلية وعليه بتعميم النتائج.<sup>4</sup>

وقد شملت عينة دراستنا 150 طالبة تم اختيارهم عرضيا

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 29

<sup>2</sup> عصام حسن الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي أسسه ومناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص 74

<sup>3</sup> محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر، ط1، عمان، 1999، ص 84

<sup>4</sup> إبراهيم، عبد المجيد، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الورق، عمان، 2000، ص 161

## المبحث الثاني: منهج الدراسة وأدواته

### المطلب الأول: منهج الدراسة

يعتبر المنهج ضروري في أي بحث علمي لأنه الطريق الذي يستعين به الباحث في كل دراسة بغية الوصول إلى النتائج العلمية الموضوعية.

من الطبيعي أن لكل دراسة منهج خاص بها، وتحديد المنهج يعود بصفة أساسية إلى موضوع الذي يفرض علينا استخدام منهج ما دون آخر من أجل الحصول على نتائج صحيحة ودقيقة وللمنهج تعاريف عديدة منها:

يقصد به الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقائق في العلوم المختلفة بواسطة مجموعة أو طائفة من القواعد والتي تهيمن على العقل وتحدد عملياته من أجل الوصول عن طريق ذلك إلى نتائج معلومة.<sup>1</sup>

كما يعرف أيضا: "خطة منظمة لعدة عمليات ذهنية أو حسية بغية الوصول إلى كشف حقيقة أو البرهنة عليها."<sup>2</sup>

وبما أن دراستنا حول تأثير البرامج النسائية على القيم الفكرية للنساء، فإنها بذلك تنتمي إلى المنهج الوصفي.

### ❖ المنهج الوصفي:

هو أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية و دقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد عبر فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية تنسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.<sup>3</sup>

كما يعرف أيضا أنه: طريقة لوصف ظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.<sup>4</sup>

### كما يعرف أيضا في اللغة الفرنسية بـ *la method d'enquête*

"أي منهج التحقيق العلمي، الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين. من خلال بحث الشواهد والتجارب والوثائق المكونة لوضعه الطبيعي، لجمع البيانات والمعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود".<sup>1</sup>

<sup>1</sup> سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2019، ص115

<sup>2</sup> سعد سلمان المشهداني، المرجع نفسه ص 115

<sup>3</sup> فارس رشيد البياني، الحاوي في مناهج البحث العلمي، ط1، دار السواقي العلمية، عمان، 2018، ص88

<sup>4</sup> عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص139.

## المطلب الثاني: أداة الدراسة

اعتمدنا في دراستنا هذه على الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

### 1. الاستبيان:

هو "مجموعة من الأسئلة و الاستفسارات المتنوعة، والمرتبطة ببعضها البعض بشكل يحقق الأهداف التي يسعى إليها الباحث.<sup>2</sup>

كما يعتبر أنه: أكثر الوسائل استخداما للحصول على معلومات وبيانات عن الأفراد، ويرجع ذلك لأسباب عديدة منها أن الاستبيان اقتصادي نسبيا، ويمكن إرساله إلى أشخاص في مناطق بعيدة كما أن الأسئلة أو المفردات مقننة من فرد لآخر، ويمكن ضمان سرية الاستجابات، كما أنه يمكن صياغة الأسئلة لتناسب أغراض محددة.<sup>3</sup>

حيث قمنا بتصميم الاستمارة التي شملت ثلاث محاور رئيسية تدرج تحتها مجموعة من الأسئلة، ثم تم عرضها على أساتذة محكمين في التخصص لتحكيم الاستمارة، بعد ذلك نزلنا بها للميدان لتوزيعها على العينة.

### المطلب الثالث: إجراءات الصدق والثبات

لحساب معامل الثبات يجب اتباع المعادلة التالية:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2 \times \text{ت} + 1}{\text{ن} + 2}$$

ت: عدد الحالات التي وافق عليها المرمزان وهي: 3

ن: 1: عدد الحالات التي رمزها المحكم الأول وهي: 4

ن: 2: عدد الحالات التي رمزها المحكم الثاني وهي: 3

$$0.85 = \frac{3 + 4}{2 \times 3 + 1} \text{ وعليه معامل الثبات هو: } (0.85)$$

<sup>1</sup> أحمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص286

<sup>2</sup> عامر قنديلجي، إيمان السامرائي، البحث العلمي والنوعي، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص288

<sup>3</sup> رجاء محمود أبو علام، مناهج البحث العلمي في العلوم النفسية والتربوية، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2004، ص371

## الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

❖ أولاً: عرض وتحليل البيانات

1. عرض وتحليل البيانات الشخصية

2. تحليل أسئلة محاور الدراسة

❖ ثانياً: نتائج الدراسة

## أولاً: عرض وتحليل البيانات

## 1. عرض وتحليل البيانات الشخصية:

جدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	السن
%85	127	18 إلى 25
%12	18	26 إلى 35
%3	5	36 إلى 40
%100	150	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول 01 الذي يبين الفئات العمرية لعينة الدراسة إذ نجد أن الفئة التي تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 25 سنة هي الفئة الغالبة بنسبة 85% لأنه السن المناسب لطور الماستر بمختلف مستوياتهم من مجتمع البحث والأكثر مشاهدة للبرنامج، ثم تليها الفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة بلغت نسبتها 12% وهي أقل مشاهدة للبرنامج، وأخيراً الفئة من 36 إلى 40 كانت نسبتها 3% قليلة جداً.

الجدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية

النسبة	التكرار	الحالة العائلية
%85	127	عزباء
%15	23	متزوجة
%100	150	المجموع

من خلال الجدول رقم 02 يوضح الحالة العائلية لعينة الدراسة نلاحظ أن نسبة مشاهدة العازبات هي المرتبة الأولى التي كانت نسبتها 85% مما يدل على أن العازبات هم أكثر تعرض لمتابعة برنامج جلسا ونسا وهذا راجع أن الطلبة في الجامعة معظمهم غير متزوجين ولديهم الوقت الكافي للمشاهدة ويهتمون بقضايا وحيات المرأة الاجتماعية مثل الموضة، التجميل وغيرهم، ونجد فئة المتزوجات بنسبة 15% في المرتبة الثانية فهم أقل تعرض

للبرنامج التلفزيوني جلسا ونسا وذلك لأسباب اهتمامهم أكثر بالحياة الأسرية وتربية الأبناء بدلا من اهتمامهم بالمرأة والموضة.

جدول رقم(03): توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية

النسبة	التكرار	الحالة الاجتماعية
89%	133	طالبة
11%	17	موظفة
100%	150	المجموع

يوضح الجدول 03 الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة، نلاحظ أن نسبة مشاهدة الطالبات نسبتها 89% مما يدل أن الطالبات هم أكثر التعرض للبرنامج جلسا ونسا وذلك لأنهن يشاهدنا برنامج أكثر ولديهم الوقت الكافي خاصة في الوضع الحالي بسبب كثرة عرض البرامج النسائية وإقبالهم على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمشاهدة هذه البرامج، ثم تليها نسبة قليلة جدا للموظفات قدرت بـ 11% وإقبالهم لمشاهدة البرنامج عند وقت الفراغ لديهم وهذا راجع بسبب انشغالهم وأعمالهم اليومية.

## 2. تحليل أسئلة محاور الدراسة

### ❖ المحور الأول: عادات وأنماط التعرض لمشاهدة برنامج جلسة ونسا

جدول رقم (04): جدول مدى مشاهدة أفراد العينة لبرنامج جلسة ونسا

النسبة	التكرارات	الاحتمالات
33%	50	دائما
8%	12	أحيانا
59%	88	نادرا
100%	150	المجموع

من خلال دراستنا للجدول رقم 04 الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب مشاهدتهم للبرنامج فكانت نسبة دائمي المشاهدة بـ 33% وهم فئة الأوفياء للبرنامج وراجع لتأكيد أهمية البرامج التلفزيونية النسائية في الوقت الراهن وهذا نتيجة أن أغلب الطالبات في حاجة إلى معرفة المستجدات وخلفياتها بالصوت والصورة. ثم تليها الأفراد اللذين يتابعون البرنامج أحيانا بنسبة 8% وهذا من خلال عدم ملائمة وقت بث البرنامج مع أوقات

فراغهم لتعدد انشغالهم، أما أفراد نادري المشاهدة هي النسبة الأكبر حيث قدرت نسبتهم ب 59% من إجمالي مجتمع البحث، وهذا راجع إلى توع اهتماماتهم وأذواقهم، وقد يرجع ذلك أيضا إلى الميل إلى برامج أخرى تفيدهم أكثر.

جدول رقم (05): يبين الحجم الزمني المخصص لمشاهدة البرنامج

النسبة	التكرارات	الحجم الزمني
61%	91	أقل من ساعة
39%	59	ساعة
100%	150	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول 05 يوضح الحجم الزمني المخصص لمشاهدة البرنامج جلسة ونسا في قناة الشروق TV من قبل عينة الدراسة والذي يبين أن الطلبة المبحوثين الذين يشاهدون أقل من ساعة بنسبة 61% وهذا راجع لأداء الطلبة واجباتهم المنزلية أو بحوث جامعية وانشغال بالوظيفة العمومي، ثم تلي نسبة مشاهدة الطلبة للبرنامج ساعة كاملة ب 39% لأن مدة عرض البرنامج هي 50 دقيقة.

جدول رقم (06): يبين مع من تشاهد برنامج جلسة ونسا

النسبة	التكرار	الاحتمالات
44%	66	وحدك
47%	71	العائلة
9%	13	الأصدقاء
100%	150	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة يشاهدون البرامج النسائية مع العائلة بنسبة 47% وهذا راجع أغلب الطلبة لا يملكون أجهزة التلفاز الخاصة بهم لاستقبال ومشاهدة البرامج لديهم بصفة منفردة، كما أن بعض المبحوثين لازالوا يحافظون على النمط التقليدي في مشاهدة التلفزيون وهو التجمع مع الأم والإخوة لمتابعة ما يفضلونه من برامج فالأصل في المشاهدة هو تكون بطريقة جماعية وفي مكان محدد.

ثم تليها نسبة المشاهدة بنسبة 44% من الطلبة المبحوثين اللذين يفضلون مشاهدة البرنامج لوحدهم ويعود هذا لوجود بعض المواضيع الحساسة والمحرجة ضمن حلقات البرنامج التي تمنع الباحثة من متابعة البرنامج مع العائلة، ولوجود خلق الحياء والعاطفة التي مازالت موجودة في الكثير من أفراد الأسر الجزائرية. وفي الأخير نسبة 9% وهي فئة قليلة لمن يفضلون مشاهدة البرنامج مع الأصدقاء نظرا للخصائص المشتركة التي تجمعهم كالجنس مثلا والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي، والمعروف أن البرامج النسائية هي التي تخلق جو المتابعة والمشاركة بين الأصدقاء.

جدول رقم (07): نوع المواضيع التي تفضل مشاهدتها في البرنامج

النسبة	التكرار	الاحتمالات
30%	45	اجتماعية
48%	72	نسائية
22%	33	ثقافية
100%	150	المجموع

من خلال قراءتنا رقم (07) الذي يوضح نوع المواضيع التي يفضل الطلبة المبحوثين مشاهدتها يتضح لنا أن نسبة 30% من أفراد العينة يتابعون المواضيع الاجتماعية، ويرجع ذلك إلى اهتمام الطلبة بالتنشئة الاجتماعية لأنها تعالج قضايا المجتمع، كالتسامح بين الناس وأهميته في بناء مجتمعات سليمة، ونسبة 48% من الأفراد اللذين يتابعون المواضيع النسائية لأنها تعالج فيها قضايا المرأة ومشاكلها العاطفية من خلال حل الخلافات الأسرية، والموضة، التجميل، وتمكن المرأة اجتماعيا أو اقتصاديا وقادرة على القيام بأدوارها. ثم تليها نسبة 22% من الأفراد اللذين يتابعون المواضيع الثقافية، حيث تعتبر الثقافة واحدة من المعايير التي تحدد شخصية المرأة لهذا يتطرق البرنامج لعرضها.

جدول رقم (08): جدول يبين وقت عرض البرنامج

النسبة	التكرار	الاحتمالات
72%	108	مناسب
28%	42	غير مناسب
100%	150	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الذي يوضح عرض وقت البرنامج فكانت نسبة 72% من الإجابات مناسبة للمشاهدة لأن وقت عرض البرنامج ليلا ويكون أغلب الطلبة أنهموا أشغالهم وهذا ما يثبت قدرة التلفزيون على السرعة في كل ما هو جديد وتركز على عرض أهم القضايا ويفضلون المشاهدة مع العائلة، أما نسبة 28% من الإجابة غير مناسبة لمشاهدته وذلك لعدم ملائمة الوقت المحدد لعرض البرنامج وتعويضه في وقت الإعادة أو عبر الانترنت لأن أغلب الطلبة لديهم وظائف وبحوث علمية وأشغال يقومون بها.

جدول رقم (09) يبين الوسيلة التي تستعمل لمتابعة البرنامج

النسبة	التكرار	الاحتمالات
53%	79	التلفاز
47%	71	مواقع التواصل الاجتماعي
100%	70	المجموع

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول 09: نجد أن المبحوثين اللذين يتابعون برنامج جلسا ونسا عبر التلفاز بنسبة 53% وهذا راجع إلى وجود التلفاز بكل منزل باعتباره من الضروريات لا يمكن الاستغناء عنه، و وفاء المبحوثين لقناة الشروق التي تعرض هذا البرنامج و وجود جمهور متابع لها واهتمام القناة بالبرنامج كونه يتضمن العديد من المواضيع منها النسائية، الاجتماعية، أما متابعة البرنامج على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 47% وهذا راجع لأن الطلبة يملكون الهاتف الذكي و يستخدمون مواقع التواصل لمشاهدة البرنامج والتفاعل معه في كل وقت دون قيد، وأن الإعلاميين سمية شماس وسارة رجيل معروفين على شبكة التواصل الاجتماعي بصفحات كثيرة وفيديوهات لهم على اليوتيوب و صفحتهم على الأنستغرام.

المحور الثاني: دوافع مشاهدة برنامج جلسا ونسا

جدول رقم (10): يبين السبب الذي يدفعك لمتابعة البرنامج

النسبة	التكرار	الاحتمالات
15%	23	طريقة عرض البرنامج
49%	74	تنوع مجالات المواضيع المطروحة في البرنامج
18	27	ثراء معلومات البرنامج من حيث الحجم والنوع
17%	26	التسلية والترفيه
100%	150	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول 10 الأسباب التي تدفع المرأة لمتابعة البرنامج جلسة ونسا فنجد نسبة طريقة عرض وإخراج البرنامج قدرت ب 15% وهذا راجع إلى كيفية إعداد البرنامج شكلا من خلال الاستعداد لدخول الأستوديو وتمثل في الفكرة والإعداد ومعد البرنامج، الصوت، التصوير، الإضاءة. أما المضمون هو محتوى البرنامج من خلال الوضوح والتحكم في سرعة الكلام، الارتجال حركة الجسد، أما سبب تنوع مجالات المواضيع المطروحة في البرنامج نسبة 49% وهذا من خلال أن البرنامج يقدم دليلا كاملا للمرأة فهو يعالج جميع المواضيع والقضايا التي تخص المرأة كالموضة والتجميل، المشاكل العاطفية، الصحة، ثم تليها نسبة 18% بسبب ثراء المعلومات البرنامج من حيث الحجم والنوع ويدل هذا على تعدد المواضيع المطروحة في البرنامج والكم الهائل للمعلومات الموجودة فيه، في حين التسلية والترفيه بنسبة 17%، فطريقة عرض مواضيع البرنامج جد مسلية ومشوقة لأنها تعتمد على الأدلة الشواهد من الواقع.

جدول رقم (11): يبين مدى مساهمة شخصية مقدمة البرنامج في متابعتك له

النسبة	التكرار	الاحتمالات
80%	120	نعم
20%	30	لا
100%	150	المجموع

من خلال الجدول 11 الذي يبين مدى مساهمة مقدمة البرنامج في زيادة متابعتك للبرنامج التلفزيوني جلسة ونسا كانت الإجابة ب نعم نسبتها 80% يتفقون بأن مقدمة البرنامج تشجع على المتابعة ، توظف قوة التفكير الايجابي في البرنامج والطاقة الإيجابية التي تجعلها قوية لأن المرأة لا تركز على المشكل بل تحاول وجود حل له وهذا ما تفعله سمية شماس وسارة رجيل تعطي للمرأة حلول لمشاكلها تجعل شخصيتها قوية وتعتبر الإعلاميات مقدمي البرنامج (سمية شماس وسارة رجيل) من الشخصيات المؤثرة ولديهم أسلوب بسيط وراقي ولهم شخصية عفوية وجذابة بعيدا عن التصنع خلق نوع من المحبة وألفة الجمهور لهم.

أما الإجابة ب لا كانت نسبتها 20% وذلك راجع إلى كونهم يهتمون بالمضمون أكثر من اهتمامهم بالمقدمة فطبيعة الموضوع المعالج في البرنامج وأهميته بالنسبة لهم والقيم التي يحملها كافية بالنسبة لهم لمتابعته.

جدول رقم (12): يبين متابعة البرنامج بطلب من أحد الأصدقاء

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	27	18%
لا	123	82%
المجموع	150	100%

نلاحظ من خلال الجدول 12 أن معظم الطلبة نفوا متابعة البرنامج النسائي جلسة ونسا بطلب من أحد الأصدقاء بنسبة 82% وهذا لأن برنامج جلسة ونسا غني عن التعريف ويعرض على القناة الجزائرية المعروفة قناة الشروق، التي تتميز بجودة برامجها المتنوعة وتميزت بحصرية بث البرامج، أما نسبة المبحوثين الذين أكدوا على متابعة البرنامج بطلب من أحد الأصدقاء وذلك ب 18% وراجع إلى أن بعض الأفراد يجهلون قيمة وأهمية البرامج النسائية وأيضا لانشغالهم اليومية لم تتاح لهم الفرصة لمتابعة البرنامج.

جدول رقم (13): يبين إقبال النساء على متابعة البرنامج

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	115	77%
لا	35	23%
المجموع	150	100%

من خلال قراءتنا للجدول 13 نلاحظ على تأكيد الباحثين على وجود إقبال من طرف النساء لمتابعة البرنامج التلفزيوني جلسا ونسا بنسبة 77% وذلك للابتعاد عن ضغوطات الدراسة وهم من محبي البرامج الاجتماعية النسائية لأن البرنامج يحمل قيم ورسالة موجهة للمرأة ويعالج قضاياها من كل الجوانب، ثم تليها نسبة الذين نفوا هناك إقبال من طرف النساء على المتابعة ب 23% وهذا راجع إلى تنوع أذواقهم واهتمامهم أو قد يرجع أيضا إلى وفائهم لبرامج أخرى يفضلونها ويشاهدونها عن هذا البرنامج.

جدول رقم(14): يبين مدى التفاعل مع البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
63 %	95	نعم
37%	55	لا
100%	150	المجموع

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول 14 أن أغلب الطلبة يتفاعلون مع هذا البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 63% وهذا راجع أن البرنامج مشهور بكثرة على شبكات التواصل وأن الإعلامية سارة رجيل مقدمة البرنامج معروفة وتنشر فيديوهات لها على اليوتيوب وصفحتها على الأنستغرام وأن الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة لهذا يتفاعلون مع برنامج، أما للذين لا يتفاعلوا عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 37% وهذا لأن الطلبة يتابع برنامج جلسة ونسا عبر التلفاز مباشرة ويتفاعل مع العائلة في المنزل

المحور الثالث: الاشاعات المحققة لدى المتابعين من خلال برنامج جلسة ونسا

الجدول (15): يبين الاشاعات المعرفية المحققة لعينة الدراسة من خلال متابعتهم لبرنامج جلسة ونسا

النسبة	التكرار	الاحتمالات
77%	115	نعم
23%	35	لا
100%	150	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (15) أعلاه أن معظم الطلبة الباحثين حققوا اشباعاً من خلال متابعتهم لبرنامج جلسة ونسا بنسبة 77% فالبرنامج تعمق وتوسع في طرح ومعالجة المواضيع الاجتماعية النسائية... إلخ واستخلاص القيم بالأدلة والشواهد من الواقع الذي نعيش فيه. واللذين لم يحققوا إشباعاً معرفياً بلغت نسبتهم 23% وذلك راجع إلى عدم متابعتهم للبرنامج بشكل دائم أو غايتهم من المتابعة التسلية والترفيه.

جدول رقم (16): يبين مظاهر الاشباع المعرفية التي حققها برنامج جلسة ونسا

النسبة	التكرار	الاحتمالات
49%	74	إثراء الرصيد المعرفي
51%	76	معرفة ثقافات جديدة
100%	150	المجموع

يبين الجدول (16) أن خيار معرفة ثقافات جديدة هي أهم مظاهر الإشباع المعرفي وذلك بنسبة 51% وذلك راجع أن الطلبة يشاهدون البرنامج لمعرفة ثقافات المجتمع وأهم قيم المرأة، ثم تليها نسبة خيار إثراء الرصيد المعرفي ب 49% وذلك لتنوع المواضيع المعالجة وتعددتها يشكل تنوع معرفي وحجم معلوماتي معتبر لدى المشاهد.

جدول رقم (17): يبين مدى مساهمة المشاهدة للبرنامج

النسبة	التكرار	الاحتمالات
62%	93	اكتساب سلوكيات جديدة
38%	57	تغيير بعض السلوكيات
100%	150	المجموع

يبين من خلال الجدول أعلاه (17) أن المشاهدة في البرنامج ساهمت في اكتساب سلوكيات جديدة بنسبة 62% لأن البرنامج استطاع اكتساب سلوكيات جديدة من خلال مضامينه المطروحة كاحترام ثقافات الغير المحافظة على النظام والنظافة طريقة طهي بعد الأكلات. أما نسبة تغيير بعض السلوكيات قدرت ب 38% وهذا راجع إلى قدرة البرنامج على تغيير سلوك المشاهدين وذلك إلى البساطة في الطرح وتنوع طرق التقديم والإمكانيات المتوفرة ويخلق الحافز لتغيير السلوك إلى الأفضل.

جدول رقم (18): يبين درجة فعالية البرنامج في زيادة الوعي الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
59%	89	ممتازة
27%	40	جيدة
14%	21	متوسطة
100%	150	المجموع

يبين الجدول (18) الذي يبين درجة ثقة المشاهدات بالبرنامج جلسة ونسباً ممتازة بنسبة أكبر 59% جيدة بنسبة 27% ومتوسطة بـ 14%، حيث يهتم الجمهور بمتابعة البرنامج الذي ينقل له المواضيع والقضايا المهمة له، حيث قدمت مجموعة من المشاهدات عن إعجابهم بالبرنامج بفضل ما يقدمه من اهتمامات للمرأة وحل المشكلات بالإضافة إلى مصداقية وشفافية البرنامج وصحة المعلومات التي تطرح ويرجع ذلك إلى شخصية مقدمة البرنامج وشجاعتها وحاذبيتها وجمالها والتي تدعم البرنامج بأفكار وقضايا من الواقع المعاش.

جدول الرقم (19): يبين مدى ثقة المشاهدات بالمعلومات التي يقدمها البرنامج

النسبة	التكرار	الاحتمالات
19%	28	أثق بها
15%	23	لا أثق بها
66%	99	حسب مصدر المعلومة
100%	150	المجموع

من خلال قراءتنا الجدول أعلاه أن الطلبة الذين يثقون في المعلومات التي يقدمها البرنامج بنسبة 19% في حين لا يثق بها البعض بنسبة 15% وحسب مصدر المعلومة بـ 66% وهذا راجع إلى حرص المشاهدين على أخذ المعلومات والأخبار من مصادرها الرسمية وعدم تبني أي منها لجهل مصدرها لأنهم يبحثون عن الصدق والثقة قبل تلقي المعلومات.

المحور الرابع: تأثير حصة جلسة ونسا على القيم الفكرية للنساء

جدول رقم (20) يبين التأثير بمضامين هذا البرنامج

النسبة	التكرار	الاحتمالات
65%	98	نعم
35%	52	لا
100%	150	المجموع

من خلال دراستنا للجدول رقم (20) يوضح مدى تأثير الطلبة الباحثين بمواضيع البرنامج التلفزيوني جلسا ونسا نجد نسبة 65% من الذين يتأثر بمضامين البرنامج وذلك لأن للتلفزيون قدرة عالية في التأثير على الأشخاص ومخاطبه عقولهم وأن البرنامج يعالج قضايا واهتمامات المرأة في المجتمع بجميع المجالات مثلا الخلافات الأسرية، الموضة والتجميل وغيرها ونسبة 35% منهم لا يتأثرون بالبرنامج لأنهم لا يهتمون لمواضيعه وعدم التكرار لمضامين هذا البرنامج.

جدول رقم (21): يبين سبب التأثير بمضامين هذا البرنامج

النسبة	التكرار	الاحتمالات
52%	78	تأثير الموضوع المتناول
41%	62	تأثير شخصية البرنامج
7%	10	تأثير الصوت
100%	150	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول رقم (21) والمدعم للجدول (20) والمكمل لهالذي يوضح نوع التأثير بمضامين البرنامج حيث قدرت نسبة 52% منهم يكون التأثير هو الموضوع المتناول وهذا من خلال تعدد وتنوع المواضيع المعالجة في البرنامج ( الاجتماعية،النسائية،الثقافية) وطرح مشكلات والمواقف والأمر التي تواجه المرأة وإيجاد حل لها باستضافة أخصائين أما نسبة تأثير شخصية البرنامج بلغت 41% وهذا راجع إلى أن الطلبة الباحثين غير مهتمين بمضمون البرنامج وإنما مهتمين بالشكل الذي عليه كالديكور، الإضاءة وشخصية مقدمي البرنامج سمية شماس، سارة رجيل لجمالهم وعفويتهم وأناقتهم واهتمامهم بالشخصيات المستضافة. وأخيرا نسبة تأثير الصوت

بـ7% وتفسير ذلك أن الطلبة الباحثين مهتمين بالصوت كون الموسيقى على تأكيد تساهم في نقل المشاعر والأحاسيس كما أنها تعطي الصورة إيقاعاً جمالياً مما يحس المشاهد بواقعية المشهد ويجعله يعيشه بكل مشاعره كما يعمل صوت الموسيقى على تأكيد الجو النفسي خاصة في حالات الحزن والفرح.

جدول رقم(22): يبين مساهمة البرنامج في نقل الأفكار والقيم الأخلاقية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	124	83%
لا	26	17%
المجموع	150	100%

نلاحظ من خلال الجدول (22) الذي يبين مدى مساهمة برنامج جلسنا ونسا في نقل الأفكار وقيم أخلاقية بالنسبة للإجابة بنعم كانت عالية قدرت بـ 83% وهذا من خلال قدرة البرنامج مقدميه على أن يؤثر على الطلبة الباحثين ومخاطبة عقولهم لأنه يعالج المشاكل النسائية والاجتماعية التي يعيشها الواقع من كل الجوانب، وتظهر نسبة الإجابة لايساهم البرنامج في نقل أفكار وقيم أخلاقية بـ 17% وهذا يدل أن الباحثين لا يتابعون البرنامج ولا يتأثرون به ولا يأخذون العبرة منه كونه مهم في الواقع.

جدول رقم (23): مدى قدرة البرنامج على جعل عينة الدراسة يشجعون على التمسك بهذه القيم متابعتهم له

الاحتمالات	التكرار	النسبة
التسامح	79	53%
التعاون	54	36%
الصدقة	17	11%
المجموع	150	100%

نلاحظ من خلال الجدول (23) الذي يبين مدى قدرة البرنامج جلسة ونسا على جعل الطالبات يتمسكون بالقيم فنجد نسبة التسامح 53% وهذا كونه أهم صفة في المجتمع لا بد أن تتوفر للمشاهدين أما نسبة التعاون بلغت 36% ونسبة الصدقة بـ 11% وهذه القيم هي مهمة في البرنامج لأنها تعبر عن صلاح الحياة الإنسانية والأمة كلها.

الجدول رقم (24) مساهمة عينة الدراسة في نقل القيم والأفكار من البرنامج إلى الأشخاص والأصدقاء

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	118	79%
لا	32	21%
المجموع	150	%100

من خلال الجدول (24) نلاحظ أن نسبة اللذين ينقلون الأفكار والقيم من البرنامج إلى الأصدقاء والعائلة بنسبة 79% ونسبة اللذين لا ينقلون القيم من البرنامج قدرت ب 21% ونفسر ذلك أن البرنامج هادف ويركز على القيم الاجتماعية للمرأة للتعاون، التسامح، الإنجاب الزواج كما ننقل الأفكار من البرنامج بطرح التعامل مع الزوج مثلاً، كيفية حلول المشاكل الزوجية، والنصائح التي تقدم لبناء الشخصية لأن الأفكار والقيم لا يستفيد منها المشاهدات للبرنامج فقط بل يستفيد منها غير المشاهدات وهذا من خلال نقلها للصدقات والعائلة ومشاركتها معهم.

جدول رقم (25): يبين طرق المساهمة في نقل هذه الأفكار والقيم من البرنامج

الاحتمالات	التكرار	النسبة
اتصال شخصي	67	45%
اتصال بالإنترنت	83	55%
المجموع	150	%100

يوضح الجدول (25) طرق المساهمة في نقل الأفكار والقيم من البرنامج جلسة ونسباً بنسبة 45% منهم ينقلون القيم والأفكار عن طريق الاتصال الشخصي أي بصفة مباشرة عن طريق الكلام اللفظي، بينما نسبة 55% من اللذين ينقلون القيم والأفكار من البرنامج يعتمدون على الإنترنت وهذا يكون بطريقة إلكترونية عبر الفيسبوك أو غيره من مواقع التواصل الاجتماعي ويكون مدعم بالصور والفيديوهات للتأثير أكثر بمجده القيم.

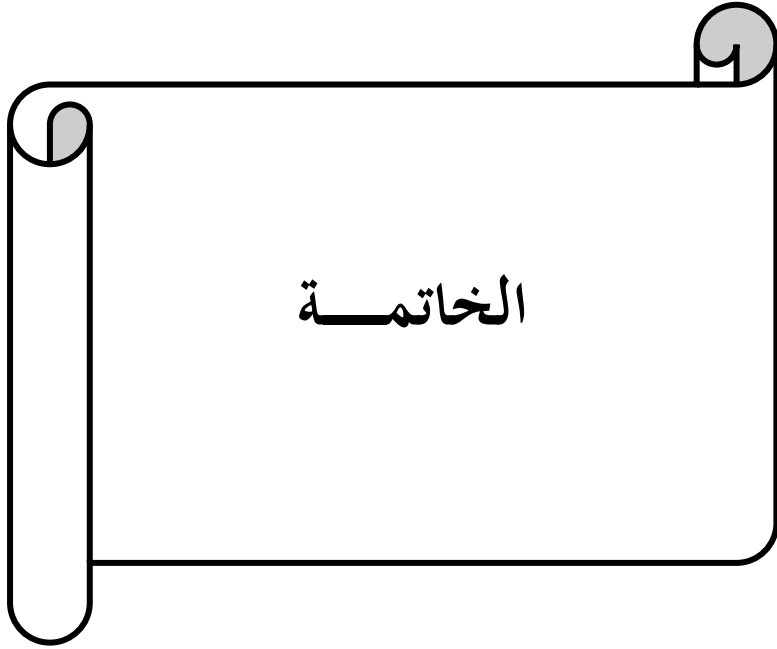
## ثانيا: نتائج الدراسة:

**المحور الأول:** توصلنا إلى نتيجة مفادها تنوع عادات وأنماط المتابعة الطالبات لبرنامج جلسة ونسا وهذا ما يثبتته الجدول رقم (04) بأن نسبة تنوع عادات المبحوثين الذين يتابعون البرنامج بنسبة 33% لدائما و 8% لأحيانا و 59% لنادرا وذلك راجع لتنوع البرامج التلفزيونية ومضامينها وأفكارها، وأن الحجم الزمني المخصص للمشاهدة أقل من ساعة إلى ساعة، كما أكدت الدراسة أن المواضيع النسائية هي الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة والغرض من ذلك هو قضايا المرأة، ونلاحظ من خلال الدراسة أن نسبة كبيرة من الطالبات موافقون على وقت عرض البرنامج ومقتنعون بالحجم الزمني المخصص لهم .

**المحور الثاني:** توصلنا إلى نتيجة مفادها تنوع دوافع مشاهدة الطالبات لبرنامج جلسة ونسا من بينها تراء معلومات البرنامج من حيث الحجم والنوع أكدت النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول (10) أن أبرز دافع لمتابعة البرنامج هو تنوع مجالات المواضيع المطروحة في البرنامج بنسبة 49% وهذا من خلال معالجة جميع قضايا التي تخص المرأة كالصحة، الموضة، التجميل....، أكدت الدراسة بنسبة 80% من المشاهدات يتفقون مع مساهمة المقدمة سارة رجيل في زيادة متابعة البرنامج جلسة ونسا وذلك بسبب أسلوبها وإقناعها للجمهور بما تقدمه. كما أثبتت أن نسبة إقبال النساء على متابعة البرنامج بنسبة 77 وهذا لأن البرنامج يحمل رسالة موجهة للمرأة ويعالج قضاياها.

**المحور الثالث:** توصلنا إلى نتيجة مفادها يحقق برنامج جلسة ونسا للمشاهدين اشباعا معرفية من خلال التعمق في المواضيع وقد أثبتت الدراسة أن هناك اشباعا متنوعا حققها البرنامج لمتابعيه ومن بينها معرفة ثقافات جديدة وإثراء الرصيد المعرفي من حيث الكم الهائل للمعلومات، كما أكدت درجة فعالية البرنامج في زيادة الوعي الاجتماعي ممتازة بنسبة 59%.

**المحور الرابع:** توصلنا إلى نتيجة مفادها أن أكثر من نصف العينة يتأثروا بمواضيع البرنامج بنسبة 65% وذلك لتعدد وتنوع المواضيع وتطرق البرنامج إلى طرح مواضيع حساسة وآنية مأخوذة من الواقع وتمثلت في قضايا واهتمام المرأة، كما أكدت على مساهمة نقل الأفكار والقيم من البرنامج على الأشخاص والأصدقاء ذلك لقدرة التلفزيون على التأثير على الأشخاص ويخاطب عقولهم وأن الأفكار والقيم يستفيد منها المشاهد وغير المشاهد ويكون النقل بالاتصال المباشر والانترنت معا.



## خاتمة:

خلصت دراستنا بأن البرنامج النسائي " جلسة ونسا " يعالج قضايا المرأة ويسلط الضوء على المشكلات والتحديات التي تواجهها في الطريق لإثبات مكانتها ودورها المحوري كعنصر محرك للمجتمع في مختلف الميادين. كما يقدم البرنامج نظرة إيجابية عن المرأة باستضافة نساء ناجحات في مجال الفن والحياة العامة، ويركز عبر فقراته على ما يساعد المرأة في تنمية ذاتها، والكشف عن قدراتها، يمكننا القول بأن أي قناة تلفزيونية تحاول قدر المستطاع كسب رضا مشاهديها من خلال تلبية حاجاتهم المتنوعة والتي تتجسد في شكل البرامج المقدمة منها البرامج النسائية التي من خلالها تحاول التأثير على القيم من حيث أفكاره وسلوكه في مجتمعه مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية المجتمعات فالبرامج النسائية تختلف. ومن خلال المنافسة التي عرفتها البرامج النسائية من خلال الطرح المتنوع للمواضيع ومعالجتها أدى إلى زيادة إقبال الباحثين على مشاهدتها ومتابعتها وبالتالي لعب دور مهم في التأثير على قيمهم.

وفي الأخير يمكن القول إن هذا النوع من الأبحاث حول البرامج النسائية مازال في بدايته يجب التعمق أكثر في محتوى البرامج النسائية وربطها بمجال التوعية الإنسانية.



قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

1. إياد هلال حمادي الدليمي، صناعة الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2020.
2. إبراهيم، عبد المجيد، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، عمان، 2000.
3. إبراهيم، عبد المجيد، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، عمان، 2000.
4. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
5. أكرم شلي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشرق، 1989، ص471.
6. جواد علي مسلماني، البرامج التلفزيونية والدور الثقافي للقنوات الفضائية، دار المجد للنشر والتوزيع، ط1، 2015.
7. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار اللبنانية، ط1، القاهرة، 1998.
8. رجاء محمود أبو علام، مناهج البحث العلمي في العلوم النفسية والتربوية، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2004.
9. رستم محمود أبو رستم، الإعداد والتقديم الإذاعي والتلفزيوني، دار المعزز للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2017.
10. سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2019.
11. سمير عبد العزيز كرامي، الصحافة النسائية في الوطن العربي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.
12. طارق سيد أحمد الخليفة، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، ط1، الإسكندرية، 2005، ص132.
13. عامر قنديلجي، إيمان السامرائي، البحث العلمي والنوعي، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
14. عبد الله محمود عدوي، الجماليات في الإعلام التلفزيوني، إعداد المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، بيروت، 2016.
15. عصام حسن الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي أسسه ومناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014.
16. عطية خليل عطية محمود عبد الحفيظ الشاذلي، الأخلاق ما بين علمي التربية والنفس، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، ط1 2009.

17. عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007..
18. فارس رشيد البياني، الحاوي في مناهج البحث العلمي، ط1، دار السواقى العلمية، عمان، 2018.
19. فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009.
20. فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته ومقوماته، نجاحه، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، العراق، 2007.
21. فالخ مهدي القرشي، البرامج التلفزيونية ومشكلاتها، دار المجد للنشر والتوزيع، ط1 عمان، 2019.
22. فالخ مهدي القرشي، البرامج التلفزيونية ومشكلاتها، دار المجد للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
23. فضيلدليو، تاريخ وسائل الإعلام، دار أقطاب الفكر، ط3، الجزائر، 2007.
24. فهد عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية، كيف تتعامل مع الإعلام؟، مكتبة الملك الفهد، الرياض، ط1، 2010.
25. كمال الحاج، البرامج الحوارية الإذاعية والتلفزيونية، من منشورات الجامعة الافتراضية، الجمهورية العربية السورية، 2020.
26. محمد الجفيري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار صناع للإبداع والتوزيع، 2015.
27. محمد العمر، البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020.
28. محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، العبيكان للنشر والتوزيع، ط1، 2013.
29. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر، ط1، عمان، 1999.
30. محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
31. معاذ أحمد، عصفور، البرامج الإعلامية، دار المجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014.
32. منى سعيد الحديدي، سلوى إمام عادل، الإعلام والمجتمع، دار اللبنانية، المكتبة الإعلامية، ط1 القاهرة، 2004.
33. مي عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت.
34. نبيل راغب، العمل الصحفي، الشركة المصرية العالمية للنشر، ط1، القاهرة، 1999.
35. نسمة أحمد البطريق، عادل عبد الغفار، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، ص2005.

36. نسيمة طبشوش، القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
37. وسام فاضل راضي، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني الدولي المفاهيم، الأهداف، المقاصد، دار ميزوبوتاميا للنشر والتوزيع، ط1، بغداد، 2013.
- الرسائل الجامعية:**
38. أسماء جعوي، مريم غلي، صورة المرأة الجزائرية في البرامج النسائية بالقنوات الفضائية الخاصة، مذكرة مكلية لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري، جامعة محمد الصديق بن يحي قطب تاسوست، جيجل، 2020.
39. بوخميس نواره، لعيساوي إلهام، دور البرامج التلفزيونية في نشر القيم الأخلاقية برنامج أحكي حكايتك نموذجاً، مذكرة مكلية لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2017.
40. حسانية رياض وآخرون، تأثير البرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي على قيم المرأة الجزائرية، مذكرة مكلية لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة 8ماي 1945 قلمة، 2022.
41. حنان بركي، اتجاهات الشباب الجامعي نحو حق خصوصية في البرامج الحوارية للقنوات الجزائرية، مذكر لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، 2021.
42. زاوي أميرة، الهادي مريم، دور البرامج التلفزيونية النسائية في ترتيب اهتمامات المرأة، مذكرة اخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2020.
43. لامية جرمان، قضايا المرأة العربية في البرامج التلفزيونية، مذكرة مكلية لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي، 2017.
44. لطرش سعدية، منصور نجوى، البرامج الاجتماعية النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة، مذكرة مكلية لنيل شهادة الماستر، في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2022.
45. مالك رحاب محمود العزة، استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة مشاهدة البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني، مذكرة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2017.

المجالات:

46. أحلام عتيق مغلي السلمي، مفهوم القيم وأهميتها في العملية التربوية وتطبيقاتها السلوكية من منظور الإسلامي، مجلة العلوم التربوية والنفسية، منشورات جامعة جدة المملكة العربية السعودية، جانفي، 2019.

# قائمة الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي  
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية  
قسم العلوم الإنسانية



## تأثير البرامج النسائية على القيم الفكرية للنساء

دراسة ميدانية لعينة من المشاهدات لبرنامج جلسا ونسا في قناة الشروق

استمارة البحث

استمارة استبيان مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص سمعي

بصري

تحت إشراف الأستاذة:

أسمهان جبالي

من إعداد الطالبات:

- حفصية بوشمال
- رميصاء جودي

السنة الجامعية: 2023/2022

البيانات الشخصية

1- السن: من 18 إلى 25  من 26 إلى 35  من 36 إلى 40

2- الحالة العائلية: -عزباء  متزوجة

3- الحالة الاجتماعية - طالبة  موظفة

المحور الأول: عادات وأنماط التعرض لمشاهدة برنامج جلسة ونسا؟

4- هل تشاهد برنامج جلسة ونسا

- دائما  أحيانا  نادرا

5- ما الحجم الزمني المخصص لمشاهدة البرنامج؟

أقل من ساعة  ساعة

6- مع من تشاهد برنامج جلسة ونسا

وحدك  مع العائلة  مع الأصدقاء

7- ما نوع المواضيع التي تفضل مشاهدتها في البرنامج

اجتماعية  نسائية  ثقافية

8- هل يعد وقت عرض البرنامج؟

مناسب  غير مناسب

9- أي وسيلة تستعمل في متابعتك للبرنامج التلفزيوني جلسة ونسا؟

التلفاز  مواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثاني: دوافع مشاهدة برنامج جلسة ونسا

10- ما هي الأسباب التي تدفعك لمتابعة البرنامج؟

طريقة عرض وإخراج البرنامج

تنوع مجالات المواضيع المطروحة في البرنامج

ثراء معلومات البرنامج (من حيث الحجم والنوع)

التسليية والترفيه

11- هل شخصية مقدمة البرنامج ساهمت في متابعتك له؟

نعم  لا

12- هل تتابع البرنامج بطلب من أحد الأصدقاء؟

نعم  لا

13- حسب رأيك هل هناك إقبال من طرف النساء على متابعة البرنامج؟

نعم  لا

14- هل تتفاعل مع هذه البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم  لا

المحور الثالث: الإشاعات المحققة لدى المتابعين من خلال برنامج جلسة ونسا

15- هل حقق البرنامج التلفزيوني جلسة ونسا إشباعا معرفيا؟

نعم  لا

16- في حالة الإجابة بنعم فيما يتمثل هذا الإشباع:

إثراء الرصيد المعرفي

معرفة ثقافات جديدة

17- هل مشاهدتك للبرنامج ساهمت في؟

تغيير بعض السلوكيات

اكتساب سلوكيات جديدة

18- ما درجة فعالية البرنامج في زيادة الوعي الاجتماعي

سطة

جيدة

ممتازة

19- حسب رأيك فيما تتمثل الاشباعات التيحققها لبرنامج جلسة ونسا

المحور الرابع: تأثير حصة جلسة ونسا على القيم الفكرية للنساء

20- هل سبق لك وتأثرت بمواضيع البرنامج:

لا

نعم

21- في حالة الإجابة "بنعم"

تأثير الموسيقى والصوت

تأثير شخصية البرنامج

تأثير الموضوع المتناول

22- في رأيك هل يساهم البرنامج في نقل الأفكار وقيم أخلاقية جديدة:

لا

نعم

23- هل يشجعك متابعة البرنامج جلسا ونسا على التمسك أكثر بالقيم التالية

الصدقة

التعاون

التسامح

24- هل تنقل هذه القيم الأخلاقية من البرنامج إلى الأشخاص والأصدقاء:

أحيانا

لا

نعم

25- في حالة نقل هذه القيم من البرنامج، هل يكون ذلك عن طريق:

صال بالإنترنت

اتصال شخصي