

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 3-



كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعي البصري

قسم الاتصال و العلاقات العامة

الرقم التسلسلي.....

رقم التسجيل.....

## القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية "الشروق tv، A3، MBC1، الوطنية 1"

دراسة تحليلية مقارنة للبرامج الاجتماعية "خط احمر، كلام نواعم، للعائلة، رأيك أصلح"

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: اتصال و علاقات عامة

إشراف:

أ.د/الطاهر أجعيم

إعداد الطالبة:

أسماء لمرباط

أعضاء لجنة المناقشة:

اللقب و الاسم	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
بولكعيبات إدريس	أستاذ التعليم العالي	جامعة صالح بونيدر قسنطينة-3-	رئيسا
أجعيم الطاهر	أستاذ التعليم العالي	جامعة صالح بونيدر قسنطينة-3-	مشرفا ومقررا
ثنيو فاطمة الزهراء	أستاذ محاضر-أ	جامعة صالح بونيدر قسنطينة-3-	عضوا مناقشا
مجاني باديس	أستاذ محاضر-أ	جامعة باتنة I	عضوا مناقشا
أحمان لبنى	أستاذ محاضر-أ	جامعة باجي مختار -عنابة	عضوا مناقشا
ضيف ليندة	أستاذ محاضر-أ	جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2019-2020

# شكر وتقدير

تتسابق الكلمات لتقديم الشكر و التقدير

لوالدي العزيزين...

زوجي و أولادي...

إخوتي....

الأستاذ المشرف/ ا.د اجنيم الطاهر الذي كان له قدم السبق في ركب العلم

و التعليم و العطاء.

ولو أوتيت كل بلاغة لما كنت بعد القول إلا مقصرة عن واجب الشكر

و إلى كل من كانوا سندا لي طوال فترة انجازي لهذه الأطروحة.

/أسماء

# ملخصات الدراسة

## \*ملخص الدراسة باللغة العربية:

في إطار البحث في الخصوصية القيمية الأخلاقية و الحضارية للقنوات الفضائية العربية" من خلال برامجها الاجتماعية بدلا من الخصوصية التكنولوجية نظرا لخطر مؤثراتها على المجتمع العربي نطرح تساؤلا جوهريا لموضوع دراستنا و الذي تمحور حول:

\*هل المنظومة الإعلامية التي تعتمد القنوات الفضائية العربية وسيلة لنشر المنظومة الأخلاقية

للمجتمع العربي؟ أم سببا قويا في فسادها؟.

إن اختياري لموضوع الدراسة "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية" يرجع إلى أسباب ذاتية

وأخرى موضوعية من أهمها:

- الأهمية العلمية للموضوع و ذلك أن كل من "القيم الأخلاقية" و "القنوات الفضائية" كانا و لا يزالان من المواضيع المهمة التي تتطلب دراسة و بحث و تقصي، لاسيما في ظل الانفتاح الإعلامي الذي يفرض الاتصال و الاندماج و إقامة علاقات تفاعل مع شعوب و مجتمعات أخرى، يكون فيها للقنوات الفضائية الأثر الكبير في عكس هذه القيم و بشكل يجعلها تمثل ميزان الفرد في التعامل مع غيره.

- أن "القيم الأخلاقية" تعد عاملا مهما في توجيه العملية الإعلامية و الاتصالية لدورها البارز و الفاعل في تحديد معالم الشخصية و الهوية العربية الإسلامية، و العمل على تأهيل الفرد العربي المسلم حتى يكون إيجابيا في الحياة.

- تبيان قدرة "القنوات الفضائية العربية" على إحداث تغيير قيمي أخلاقي، من خلال ما تعرضه من برامج اجتماعية تشكل جزءا من شبكة برامجية سبب قوتها التأثير والإخراجية، والتنوع المخاطب للعقل والوجدان، باعتماد أدوات منهجية لمعايشة الحداثة والتغيير القيمي.

وعليه فان أهداف دراستي لموضوع "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية " تتلخص في:

- كشف طبيعة "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية" من خلال إجراء دراسة تحليل محتوى مقارن لمضامين البرامج الاجتماعية و أشكالها في "القنوات الفضائية العربية" مجال الدراسة.

- مع محاولة معرفة مدى اهتمام "القنوات لفضائية العربية الخاصة العمومية" بموضوع "القيم الأخلاقية".

- إلى جانب محاولة الربط بين متغير القيم الأخلاقية في "القنوات الفضائية العربية" الخاصة والعمومية.

- كذلك استظهار أهم الخصائص الإعلامية للقنوات الفضائية العربية" الخاصة والعمومية بما تتضمنه رسالتها البرمجية من "قيم الأخلاقية".

- و أخيرا محاولة معرفة مدى انسجام أو تعارض طبيعة المحتوى الإعلامي "للبرامج الاجتماعية" للقنوات الفضائية العربية" مع "القيم الأخلاقية" السائدة بين أفراد مجتمع الدراسة ومن ثم المجتمع الجزائري.

و في إطار الاستفادة من استخدام العلاقة التكاملية لأي بحث علمي، جاءت دراستنا هذه كمحاولة لإستكمال مسيرة من قبلنا في حقل البحث العلمي و التي اتخذت من الدراسات السابقة تراثا مهما، و مصدرا للاطلاع قبل البدء في عملية البحث، و حتى عند مرحلة البدء فيه.لأجل ذلك وظفنا مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع دراستنا "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية" ليتم الوقوف على عرض المتصل بها اتصالا مباشرا.

و يندرج موضوع الدراسة "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية" تحت منظور النظريات العلمية:"نظرية الحتمية القيمية"، "النظرية الوظيفية" و"نظرية المسؤولية الاجتماعية".

و يتحدد مجاله في القنوات الفضائية العربية و الجزائرية الجامعة الخاصة و العمومية، ممثلة:بالقنوات الفضائية العربية الجامعة الخاصة(القناة الفضائية العربية"الشروق TV"،القناة الفضائية

العربية"1 ( MBC 1 ) و القنوات الفضائية العربية الجامعة العمومية:(قناة الجزائرية الثالثة - A3-،القناة الوطنية1).

ومن خلال المسح بالعينة اکتفينا بدراسة جزء من أجزاء المجتمع الممثل للدراسة، و الذي ينصب على عدد من الحالات ، بما يساعد على التحليل الكمي و الكيفي المقارن لموضوع دراستي. وعليه وقع الاختيار على القنوات الفضائية العربية الجامعة كعينة ممثلة للمجتمع الأصلي :القنوات الفضائية العربية الجامعة الخاصة:(قناة الشروق TV (قناة جزائرية)،قناة MBC 1 (قناة سعودية)) والقنوات الفضائية العربية الجامعة العمومية:(قناة الجزائرية الثالثة - A3 - (قناة جزائرية)،القناة الوطنية 1(قناة تونسية)).و ذلك بعرض الأساليب الاتصالية والسمائية الرمزية، التي يمكن أن يقدم بها موضوع "القيم الأخلاقية" من خلال "البرامج الاجتماعية" في "القنوات الفضائية العربية الجامعة" عينة الدراسة خاصة و عمومية و ذلك بتحليل الفكرة العامة لمضامينها و شكلها الإعلامي قصد إيجاد إجابات عن الأسئلة المطروحة سابقا.

و في إطار إجراء المقارنة تم إدراج المنهج المقارن إلى جانب المسح، و ذلك وفقا لما تطلبته الدراسة فيما يخص إبراز أوجه التشابه و الاختلاف في تناول "القنوات الفضائية العربية" العمومية والخاصة عينة الدراسة موضوع "القيم الأخلاقية" ،من خلال معرفة درجة تواجد موضوع "القيم الأخلاقية" في "البرامج الاجتماعية" للقنوات الفضائية العربية" عينة الدراسة. وذلك بالاعتماد على مجموعة أدوات تمثلت في:

1/ استمارة سبر الرأي العام.

2/ تحليل المحتوى السمعي البصري "للبرامج الاجتماعية" في "القنوات الفضائية العربية" الخاصة و العمومية.

أما فيما يتعلق بالدراسة التحليلية المقارنة لمضامين البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة وكذا نواحيها الشكلية التي قدمت بها، فلقد حددت الباحثة فئاتها التحليلية الخاصة بالمضمون والشكل في "استمارة إحصائية كمية و كيفية"، تم تفكيكها إلى محاور و موضوعات ،كل محور له عبارات محددة و كفاية عددية ذات أبعاد للتعامل مع موضوع "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية الجامعة الخاصة و العمومية إما إيجابا أو سلبا.

إلى جانب هذا و كخطوة منهجية في تحليل المحتوى،قامت الطالبة بتحديد وحدات التحليل الخاصة بالجوانب المراد إخضاعها للتحليل حيث تمثلت في وحدة الموضوع أو الفكرة،و التي من خلالها تم تناول العبارات و الأفكار الخاصة بموضوع"القيم الأخلاقية"بالإضافة إلى وحدة الزمن التي استغرقها تقديم موضوع"القيم الأخلاقية" في البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية"الشروق TV، MBC 1، الجزائرية الثالثة - A3". وبعد انتهاء الباحثة من تحديد إطار التحليل ، فئاته ووحداته ،ثلث هذه العملية إجراءات تكميلية أخرى اتبعت فيها الباحثة الخطوات التالية الخاصة : بتصنيف البيانات وفقا لفئات ووحدات التحليل،ترميز وحدات التحليل و تسميتها، إجراء علاقة ربط بين وحدات التحليل المختارة،تفسير و مقارنة مدلول المضامين الإعلامية للبرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية "الشروق TV، MBC 1، الجزائرية الثالثة - A3" المفاهيم الدراسة،تساؤلاتها و مداخلها النظرية المفسرة لموضوع "القيم الأخلاقية" و استخلاص أفكار جديدة نتيجة التغيير.

و تخضع متغيرات موضوع دراستنا "القيم الاخلاقية" و "القنوات الفضائية العربية "لمفهومين: أحدهما يعني بيان المعنى المراد من ظاهر اللفظ عند علماء اللغة خاصة، و الثاني يعني بيان ما توصل إليه العلماء من تحديد لهذه المتغيرات في جميع مسائلها على النحو الآتي ذكره:

1/ مفهوم القيم الأخلاقية،2/ مفهوم القنوات الفضائية العربية،3/ مفهوم البرنامج الاجتماعي.

و بناءا عليه توصلت الطالبة إلى نتائج هامة في الدراسة يمكن تلخيصها في:

1- القنوات الفضائية العربية وسيلة لنشر المنظومة الأخلاقية للمجتمع العربي وذلك من خلال عكسها لطبيعة "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية ذات الأبعاد الإيمانية، الأبعاد النفسية، الأبعاد الاجتماعية و الأبعاد التربوية.

2- تعد المنظومة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية وسيلة لدعم و نشر منظومة القيم الأخلاقية و هو ما عكسه الاهتمام المشترك "للقنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية" بموضوع "القيم الأخلاقية" والذي تباين من حيث مستوى تكرارته ونسبه المثوية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة "القيم الأخلاقية".

2- اعتماد البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية على معالجة ظواهر اجتماعية وتغيير تداعيات سلبية استنادا إلى المنظومة الأخلاقية للمجتمع العربي من خلال التنوع في الأساليب الإقناعية المخاطبة للعقل والوجدان ، وغرس أخرى عاكسة لاتجاهات و مواقف الشخصيات الفاعلة في مضمون "القيم الأخلاقية" من خلال الحوار.

### آفاق الدراسة:

و من خلال النتائج المتوصل إليها، فتحت الدراسة آفاق بحث لموضوعات و قضايا تمس إشكالية القيم الأخلاقية ، و تستدعي من جهة أخرى دراستها و مواصلة البحث فيها من طرفنا أو الآخرين مثل "ماهية الأبعاد المكانية و الزمانية و التواصلية و الاقتصادية للقيم الأخلاقية المتضمنة رسالة القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية"، "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية- دراسة جمهور -"، "عنف اللسان في القنوات الفضائية العربية".



***Abstract:***

In the framework of the research into the ethical and cultural value privacy of "Arab satellite channels" through their social programs instead of technological privacy, because of the danger of its effects on the Arab society, we ask a fundamental question for our study topic, which is centered on:

**Is the Arab satellite channel's media system a means of spreading the Arab society's moral order? Or is it a powerful cause of its corruption?.**

My choice for the subject of the study "ethical values in Arab satellite channels" is due to subjective reasons, the most important of which are:

The scientific importance of the subject, as both "moral values" and "satellite channels" have been and continue to be important subjects that require study, research and investigation, especially in the light of the media openness that imposes communication, integration and interaction with other peoples and societies. Satellite channels have a significant impact on the opposite of these values and in such a way that they represent the individual's balance in dealing with others.

"Moral values" are an important factor in guiding the media and communication process for its prominent and active role in defining Arab-Islamic identity and identity, and working to rehabilitate the Arab Muslim individual so as to be positive in life.

To demonstrate the ability of Arab satellite channels to make a moral change through their social programs, which form part of a network of

programs, which has the effect and effect, and the rational and emotional diversification, by adopting systematic tools to experience modernity and value change.

Therefore, the objectives of my study on the theme "ethical values in Arab satellite channels" are:

The nature of "ethical values in Arab satellite channels" was revealed through a study of comparative content analysis of social program content and its forms in "Arab satellite channels" in the field of study.

He also said that the channel is interested in the issue of "moral values".

In addition to trying to link the changing ethical values in the private and public Arab satellite channels.

The most important features of the media "Arab satellite channels" are also reflected in its "moral values" program message.

Finally, try to find out how the nature of the media content of "social programs" of "Arab satellite channels" is consistent with the "moral values" that prevail among the members of the school community and thus in Algerian society.

In order to benefit from the use of the complementary relationship of any scientific research, our study came as an attempt to complete a course by us in the field of scientific research, which was taken from previous studies, an important heritage, and a source of knowledge before starting the research process. Even at the start of the program, we have recruited a series of previous studies related to the subject of our study "ethical values in Arab satellite channels" to be immediately available on the related presentation.

The subject of the study "ethical values in Arab satellite channels" is under the perspective of scientific theories: "Value determinism theory", "functional theory" and "social responsibility theory".

The Arab and Algerian satellite channels (Private and public), represented by the Arab satellite channels (Arabic satellite channel " Echourouk TV", Arabic satellite channel "MBC 1) and Arab satellite channels (Algerian channel III - A3- National channel 1).

Through the sample survey, we have studied a part of the community that represents the study, which focuses on a number of cases, thus helping to analyze the quantitative and qualitative comparative analysis of a study topic. The Arab satellite channels were selected as a representative sample of the original society: The Arab satellite channels (Echourouk TV), MBC 1 (Saudi channel) and other Arab satellite channels like (Al-Jazairiya Channel 3 - A3 (Algerian channel), the National Channel 1 (Tunisian channel). This is to present the symbolic communication and cinematic methods, in which the theme of "ethical values" can be presented through "social programs" in "Arab satellite channels", the study sample, especially and generally, by analyzing the general idea of their content and their media form in order to find answers to the questions raised earlier.

In the context of the comparison procedure, the comparative approach was included in addition to the survey. This is in accordance with the study's requirements regarding the similarity and difference in the study of the general and private Arabic satellite channels, the study sample is the subject of "moral values", by knowing the degree to which the topic of "moral values" is present in the "social programs" of the study sample. Based on a tool set of:

**1/ the Public opinion Survey form.**

**2/ Analysis of audiovisual content "for social programs" in private and public Arab satellite channels.**

As for the comparative analysis of the content of the social programs of Arab satellite channels, the sample study and the formal aspects it presented, the researcher identified its analytical categories of content and form in **the "quantitative and qualitative statistical form"**. It was disintegrated into the themes and themes, each axis has specific and sufficient numerical expressions with dimensions to deal with the theme "ethical values" in the private and public Arab satellite channels, either positive or negative.

In addition to this, as a systematic step in the analysis of the content, the student identified the analysis units for the aspects to be analyzed in terms of the unity of the topic or idea, through which the statements and ideas on the theme "ethical values" were discussed in addition to the time it took to present the theme "ethical values" in the social programs of Arab satellite channels "Sunrise" TV, MBC 1, Algerian 3rd - A3-". After the research has determined the framework of analysis, its categories and units, this process has been followed by other complementary actions in which the researcher followed the following specific steps: By classifying data according to categories and units of analysis, encoding and labeling analysis units, making a connection between selected analysis units, interpreting and comparing the meaning of the media contents of Arab satellite social programs "Al-Shurouk TV, MBC 1, Algerian 3rd - A3-" concepts of study, its questions and its conceptual interventions explained by the theme "ethical values" and drawing new ideas as a result of change.

The changes of our study subject "ethical values" and "Arab satellite channels" are subject to two concepts: One of them means the statement of the meaning that is meant by the appearance of pronunciation in the language scientists in particular, and the other means the statement of what the scientists have reached in determining these variables in all its issues as follows: **1/The concept of ethical values,2/The concept of Arab satellite channels,3/ Concept of social program.**

Based on this, the student has reached important findings in the study that can be summarized in:

The Arab satellite channels are a means of spreading the moral system of the Arab society through its reflection of the nature of "moral values in the Arab satellite channels with faith dimensions, psychological dimensions, social dimensions and educational dimensions.

The media system of Arab satellite channels is a means of supporting and disseminating the system of ethical values, which is reflected in the common interest of "private and public Arab satellite channels" in the subject of "moral values", which varies in terms of the level of its recurrenations and percentage in social programs, the sample of the study to communicate the message of "moral values".

The social programs of private and public Arab satellite channels are based on the ethical system of Arab society through the diversification of the persuaways of mind and conscience, and the inculcation of other reflecting trends and positions of actors in the content of "moral values" through dialog.

### **Study Horizons:**

Through its findings, the study opened up research horizons on subjects and issues that affect the problem of ethical values. On the other hand, it calls for studying and continuing research on it from our side or others, such as "what are the spatial, temporal, communicative and economic dimensions of the moral values contained in the message of moral values in the Arab satellite channels", "moral values in the Arab satellite channels - studying an audience -", " Verbal violence in the Arab satellite channels".

***Résumé :***

Dans le contexte de la recherche sur la valeur éthique et civilisationnelle des chaînes satellites arabes par le biais de leurs programmes sociaux plutôt que par la vie privée des technologies, étant donné le danger de leur impact sur la société arabe, nous posons une question fondamentale sur le sujet de notre étude :

**Le système médiatique de la chaîne satellitaire arabe est-il un moyen de diffuser l'ordre moral de la société arabe? Ou est-ce une cause puissante de sa corruption.**

Mon choix pour le sujet de l'étude "valeurs éthiques dans les chaînes satellitaires arabes" est dû à des raisons subjectives, dont les plus importantes sont :

L'importance scientifique du sujet, car tant les "valeurs morales" que les "canaux satellites" ont été et continuent d'être des sujets importants qui nécessitent étude, recherche et investigation, surtout à la lumière de l'ouverture des médias qui impose la communication, l'intégration et l'interaction avec d'autres peuples et sociétés. Les chaînes par satellite ont un impact important sur le contraire de ces valeurs et de telle façon qu'elles représentent l'équilibre de l'individu dans ses rapports avec les autres.

"Les valeurs morales" sont un facteur important dans l'orientation des médias et du processus de communication pour son rôle important et actif dans la définition de l'identité arabo-islamique, et travailler à la réhabilitation de l'individu arabe musulman afin d'être positif dans la vie.

Démontrer la capacité des chaînes satellitaires arabes à effectuer un changement moral à travers leurs programmes sociaux, qui font partie d'un réseau de programmes, qui a l'effet et l'effet, et la diversification rationnelle et émotionnelle, en adoptant des outils systématiques pour expérimenter la modernité et le changement de valeur.

Par conséquent, les objectifs de mon étude sur le thème "valeurs éthiques dans les chaînes satellitaires arabes" sont :

La nature des "valeurs éthiques dans les chaînes satellitaires arabes" a été révélée par une étude de l'analyse comparative du contenu des programmes sociaux et de ses formes dans les "chaînes satellitaires arabes" dans le domaine d'étude.

Il a également dit que la chaîne s'intéresse à la question des "valeurs morales".

En plus d'essayer de lier les valeurs éthiques changeantes dans les chaînes privées et publiques arabes par satellite.

Les caractéristiques les plus importantes des médias "chaînes arabes par satellite" sont également reflétées dans son message de programme "valeurs morales".

Enfin, essayez de découvrir comment la nature du contenu médiatique des "programmes sociaux" des "chaînes arabes par satellite" est cohérente avec les "valeurs morales" qui prévalent parmi les membres de la communauté scolaire et donc dans la société algérienne.

Afin de bénéficier de la relation complémentaire de toute recherche scientifique, notre étude est venue comme une tentative de compléter un cours par nous dans le domaine de la recherche scientifique, qui a été tiré des études précédentes, un patrimoine important, et une source de



connaissances avant de commencer le processus de recherche. Même au début du programme, nous avons recruté une série d'études antérieures liées au sujet de notre étude "valeurs éthiques dans les chaînes satellitaires arabes" pour être immédiatement disponible sur la présentation correspondante.

Le sujet de l'étude "les valeurs éthiques dans les canaux arabes satellites" est dans la perspective des théories scientifiques : "Théorie du déterminisme des valeurs", "théorie fonctionnelle" et "théorie de la responsabilité sociale".

**Les chaînes arabes et algériennes par satellite qui comprennent des chaînes privées et publiques, représentée par les chaînes arabes par satellite, (chaîne arabe par satellite "Echourouk TV", chaîne arabe par satellite "MBC 1) et les chaînes arabes par satellite publique (chaîne algérienne III - A3- canal national 1).**

Grâce à l'enquête par sondage, nous avons étudié une partie de la collectivité qui représente l'étude, qui se concentre sur un certain nombre de cas, ce qui aide à analyser l'analyse comparative quantitative et qualitative d'un sujet d'étude. Les chaînes satellitaires arabes ont été sélectionnées comme échantillon représentatif de la société originale : **Les chaînes satellitaires arabes de la Ligue privée** (Echourouk T.V), MBC 1 (chaîne saoudienne) et **les chaînes satellitaires arabes** (Al-Jazairiya Channel 3 - A3 (chaîne algérienne), la Chaîne nationale 1 (chaîne tunisienne). Il s'agit de présenter la communication symbolique et les méthodes cinématographiques, dans lesquelles le thème des "valeurs éthiques" peut être présenté à travers des "programmes sociaux" dans les "canaux satellites arabes", l'échantillon d'étude, en particulier et en général, en analysant l'idée générale de leur contenu et de leur forme

médiatique afin de trouver des réponses aux questions soulevées précédemment.

Dans le cadre de la procédure de comparaison, l'approche comparative a été incluse en plus de l'enquête. Ceci est conforme aux exigences de l'étude concernant la similarité et la différence dans l'étude des chaînes satellites arabes générales et privées, l'échantillon d'étude est le sujet de "valeurs morales", en sachant à quel point le thème des "valeurs morales" est présent dans les "programmes sociaux" de l'échantillon étudié. Basé sur un ensemble d'outils de :

**1/ le formulaire de sondage de l'opinion publique .**

**2/ Analyse du contenu audiovisuel "pour les programmes sociaux" dans les chaînes satellitaires privées et publiques arabes .**

En ce qui concerne l'analyse comparative du contenu des programmes sociaux des chaînes satellitaires arabes, l'étude d'échantillonnage et les aspects formels qu'elle a présentés, le chercheur a identifié ses catégories analytiques de contenu et de forme dans le **"forme statistique quantitative et qualitative"**. Il a été décomposé en thèmes et thèmes, chaque axe a des expressions numériques spécifiques et suffisantes avec des dimensions pour traiter le thème "valeurs éthiques" dans les chaînes privées et publiques arabes par satellite, soit positif ou négatif.

En outre, comme une étape systématique dans l'analyse du contenu, l'étudiant a identifié les unités d'analyse pour les aspects à analyser en termes d'unité du sujet ou de l'idée, à travers laquelle les déclarations et les idées sur le thème "valeurs éthiques" ont été discutées en plus du temps qu'il a fallu pour présenter le thème "valeurs éthiques" dans les programmes sociaux des chaînes arabes par satellite "Sunrise" TV, MBC 1, algérien 3ème - A3-". Après que la recherche ait déterminé le cadre

de l'analyse, ses catégories et ses unités, ce processus a été suivi par d'autres actions complémentaires dans lesquelles le chercheur a suivi les étapes spécifiques suivantes : En classifiant les données selon les catégories et les unités d'analyse, de codage et d'étiquetage des unités d'analyse, en établissant un lien entre les unités d'analyse sélectionnées, interpréter et comparer le sens des contenus médiatiques des programmes sociaux arabes par satellite "Al-Shurouk TV, MBC 1, Algerian 3rd - A3-" concepts d'étude, ses questions et ses interventions conceptuelles expliquées par le thème "valeurs éthiques" et dessiner de nouvelles idées à la suite du changement.

Les changements de notre sujet d'étude "valeurs éthiques" et "canaux satellites arabes" sont soumis à deux concepts : L'un d'eux signifie la déclaration du sens qui est signifié par l'apparition de la prononciation dans les langagiers scientifiques en particulier, et l'autre signifie l'énoncé de ce que les scientifiques ont atteint dans la détermination de ces variables dans toutes ses questions comme suit :

**1/ Le concept de valeurs éthiques,2/Le concept des chaînes arabes par satellite,3/ Concept de programme social.**

Sur cette base, l'étudiant a atteint des résultats importants dans l'étude qui peuvent être résumés dans :

Les chaînes arabes par satellite sont un moyen de diffuser le système moral de la société arabe à travers son reflet de la nature de "les valeurs morales dans les canaux arabes satellites avec des dimensions de foi, des dimensions psychologiques, des dimensions sociales et des dimensions éducatives.

Le système médiatique des chaînes arabes par satellite est un moyen de soutenir et de diffuser le système des valeurs éthiques, qui se reflète dans

l'intérêt commun de "privé et canaux publics arabes satellites" dans le sujet de "valeurs morales", qui varie en termes de niveau de ses récurrences et pourcentage dans les programmes sociaux, l'échantillon de l'étude pour communiquer le message de "valeurs morales".

Les programmes sociaux des chaînes privées et publiques arabes par satellite sont basés sur le système éthique de la société arabe à travers la diversification des persuaways de l'esprit et de la conscience, et l'inculcation d'autres tendances et positions d'acteurs dans le contenu des "valeurs morales" à travers le dialogue.

### **Study Horizons :**

Grâce à ses résultats, l'étude a ouvert des horizons de recherche sur des sujets et des questions qui touchent le problème des valeurs éthiques. D'un autre côté, il faut étudier et poursuivre la recherche de notre côté ou d'autres, comme "quelles sont les dimensions spatiales, temporelles, communicatives et économiques des valeurs morales contenues dans le message des valeurs morales dans les chaînes arabes par satellite", "valeurs morales dans les chaînes arabes par satellite - étudier un auditoire -", "violence verbale dans les chaînes satellites arabes".

## فهرس المحتويات

الموضوع: الصفحة

\* شكر وتقدير

\* ملخصات الدراسة

\* فهرس الجداول

\* فهرس الأشكال

\* فهرس الرسوم

\* مقدمة..... ( أ ب ت )

الفصل الأول: موضوع الدراسة و إطارها المنهجي..... (1-62)

أولاً: إشكالية الدراسة..... (2-6)

ثانياً: تساؤلات الدراسة..... (7)

ثالثاً: أهمية و أسباب اختيار موضوع الدراسة..... (8-9)

رابعاً: أهداف الدراسة..... (10)

خامساً: الدراسات السابقة..... (11-25)

سادساً: المداخل النظرية المفسرة للدراسة..... (25-31)

سابعاً: تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة..... (32-43)

- 
- ثامنا: مجالات الدراسة.....(47-43)
- تاسعا: منهج الدراسة.....(49-47)
- عاشرًا: أدوات جمع البيانات.....(57-49)
- \*مراجع وهوامش الفصل الأول.....(62-58)

---

### الفصل الثاني: القيم الأخلاقية دراسة تاريخية نقدية.....(93-63)

---

- أولًا : المنظومة القيمية في المجتمع العربي الإسلامي.....(68-64)
- ثانيا : خصوصية النموذج الأخلاقي في الإسلام.....(75-68)
- ثالثًا : محددات القيم الأخلاقية الإسلامية في المجتمعات العربية.....(82-76)
- رابعًا : القيم الأخلاقية في المجتمعات العربية و تحديات العولمة.....(86-82)
- خامسًا : نظم القيم الأخلاقية في الثقافة العربية الإسلامية الراهنة.....(88-86)
- \*مراجع وهوامش الفصل الثاني.....(93-89)

---

### الفصل الثالث:الوطن العربي و حق الإعلام و الاتصال.....(124-94)

---

- أولًا: القانون الدولي و حق الإعلام و الاتصال.....(98-95)
- ثانيا: التشريعات ومواثيق الشرف العربية و الإسلامية والأخلاقيات الإعلامية... (108-98)
- ثالثًا: تنظيم البث التلفزيوني الفضائي العربي.....(114-108)
- رابعًا: الأنظمة الإعلامية العربية والمسؤولية الأخلاقية للبث التلفزيوني الفضائي.....(120-114)
- \*مراجع و هوامش الفصل الثالث.....(124-121)

## الفصل الرابع: القنوات الفضائية العربية و التغيير القيمي.....(125-175)

- أولاً: واقع القنوات الفضائية العربية.....(126-136)
- ثانياً: برامج القنوات الفضائية العربية.....(137-4750)
- ثالثاً: الإعلام العربي المشترك في مجال البث الفضائي.....(148-152)
- رابعاً: الإعلام الفضائي العربي و الهوية الثقافية العربية.....(152-155)
- خامساً: الإعلام الفضائي العربي و العولمة الإعلامية.....(156-161)
- سادساً: التلفزيون و التغيير القيمي الأخلاقي في الوطن العربي.....(162-169)
- \*مراجع وهوامش الفصل الرابع.....(170-175)

## الفصل الخامس: الدراسة التحليلية المقارنة للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة.....(176-415)

- أولاً: الدراسة التحليلية المقارنة لشكل البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.....(181-299)
- 1 - التحليل الكمي والكيفي المقارن لشكل البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.....(203-299)
- ثانياً: الدراسة التحليلية المقارنة لمضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.....(299-412)
- 1 - التحليل الكمي والكيفي لمضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.....(299-412)
- \*مراجع وهوامش الفصل الخامس.....(413-415)
- \*نتائج الدراسة.....(416-437)
- أولاً: النتائج العامة للدراسة.....(417-420)
- ثانياً: نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات.....(420-424)
- ثالثاً: نتائج الدراسة في ضوء المداخل النظرية للدراسة.....(424-426)

---

رابعاً: نتائج الدراسة في ضوء الدراسة التحليلية المقارنة لفئات شكل البرامج الاجتماعية عينه  
الدراسة.....(426-428)

خامساً: نتائج الدراسة في ضوء الدراسة التحليلية المقارنة لفئات مضمون البرامج الاجتماعية  
عينه الدراسة.....(428-437)

\* خاتمة.....(438-440)

\* قائمة المصادر و المراجع.....(441-457)

\* الملاحق.....(458-488)



\* فهرس الجداول :

1- فهرس الجداول		
رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
49	نتائج مشاهدة القنوات الفضائية العربية الخاصة والعمومية(غير الجزائرية) عند الجمهور	1
50	نتائج مشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة و العمومية عند الجمهور	2
50	نتائج أفضل قناة فضائية عربية خاصة و عمومية(غير الجزائرية) مشاهدة عند الجمهور	3
50	نتائج أفضل قناة فضائية جزائرية خاصة و عمومية مشاهدة عند الجمهور	4
51	نتائج أفضل برنامج اجتماعي مشاهدة عند الجمهور في أفضل قناة فضائية عربية خاصة و عمومية(غير الجزائرية)	5
51	نتائج أفضل برنامج اجتماعي مشاهدة عند الجمهور في أفضل قناة فضائية جزائرية خاصة و عمومية	6
131	المقاربة الكمية للقنوات الفضائية العربية بداية من سنة 2009 إلى غاية سنة 2015.	7
132	توزيع القنوات الفضائية العربية حسب الاختصاص سنة 2012،2013 .	8
133	توزيع القنوات الفضائية العربية حسب الاختصاص سنة 2014	9
134	توزيع القنوات الفضائية العربية حسب الاختصاص سنة 2015	10
135	عدد القنوات الفضائية العربية الجامعة في القطاع العمومي.	11
136	عدد القنوات الفضائية العربية الجامعة في القطاع الخاص.	12
182	توزيع عينة البرنامج الاجتماعي"خط احمر" حسب تاريخ بث الحصة ومدتها.	13
183	توزيع مواضيع البرنامج الاجتماعي"خط احمر" في ثمانية أعداد عينة الدراسة.	14
189	توزيع عينة البرنامج الاجتماعي"كلام نواعم" حسب تاريخ بث الحصة ومدتها.	15

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
190	توزيع مواضيع البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" في ثمانية أعداد عينة الدراسة.	16
193	توزيع عينة البرنامج الاجتماعي " للعائلة" حسب تاريخ بث الحصة ومدتها.	17
194	توزيع مواضيع البرنامج الاجتماعي "العائلة" في ثمانية أعداد عينة الدراسة.	18
197	توزيع عينة البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" حسب تاريخ بث الحصة و مدتها.	19
198	توزيع مواضيع البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" في ثمانية أعداد عينة الدراسة.	20
204	فئة القالب الفني المستخدم في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية.	21
207	فئة القالب الفني المستخدم في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "خط احمر" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية.	22
219	فئة القالب الفني المستخدم لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم"	23
237	فئة القالب الفني المستخدم في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "العائلة" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية.	24
243	فئة القالب الفني المستخدم في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية.	25
252	فئة الأسلوب الإقناعي المستخدم في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية.	26
255	توزيع الأسلوب الإقناعي العقلي في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية.	27
269	توزيع الأسلوب الإقناعي العاطفي في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية.	28
279	فئة اللغة المستخدمة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية .	29
282	فئة اللغة المستخدمة في تبليغ رسالة القيم الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "خط احمر".	30

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
285	فئة اللغة المستخدمة في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية.	31
288	فئة اللغة المستخدمة في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "للعائلة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية .	32
291	فئة اللغة المستخدمة في تبليغ رسالة القيم الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح".	33
299	بعد القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.	34
302	البعد الإيماني للقيمة الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة.	35
304	البعد الإيماني للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.	36
309	البعد النفسي للقيمة الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة.	37
322	البعد النفسي للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.	38
333	البعد الاجتماعي للقيمة الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة.	39
352	البعد الاجتماعي للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.	40
366	البعد التربوي للقيمة الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة.	41
373	البعد التربوي للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.	42
377	فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.	43
380	فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "خط احمر".	44
383	فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم".	45
388	فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "للعائلة".	46

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
392	فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح".	47
398	فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.	48
404	فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "خط احمر".	49
406	فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم".	50
407	فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "للعائلة".	51
409	فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح".	52

\* فهرس الأشكال:

2- فهرس الأشكال		
رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
75	القيم و الفضائل.	1
164	أنماط العلاقات التبادلية الأخلاقية.	2

\* فهرس الرسوم:

3- فهرس الرسوم		
رقم الصفحة	عنوان الرسم	رقم الرسم
205	رسم بياني لتوزيع القالب الفني المستخدم في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية.	1
253	رسم بياني لتوزيع تكرارات فئة الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية.	2
281	رسم بياني لتوزيع اللغة المستخدمة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية.	3
301	رسم بياني لتوزيع بعد القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.	4

رقم الصفحة	عنوان الرسم	رقم الرسم
379	رسم بياني لتوزيع تكرارات فئة الفاعل في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.	5
400	رسم بياني لتوزيع فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.	6

# مقدمة

## \* مقدمة:

للقيم أهمية كبيرة في الحياة الاجتماعية للمجتمع العربي الإسلامي، نظرا لقدرتها على رسم شخصية أفرادها، تكوينها وتوجيهها من خلال تحليل سلوكياتهم و فهمها، و حتى يتمكن أفراد المجتمع من تحقيق أهدافهم و بلوغ مصالحهم، يتعين عليهم الامتثال لمجموع قيم مجتمعهم، والتي تمثل جملة المبادئ و القواعد و المثل العليا التي يتخذها الأفراد كمكيال لميزان أعمالهم و الحكم على تصرفاتهم المادية و المعنوية سعيا منهم لتحقيق مصالحهم.

هي "تفاعل اجتماعي يؤدي إلى تغير اجتماعي" يتحدد في ضوءه نوع التعامل مع الغير، عرض هذه القيم في نفوسهم، و اكتسابهم القدوة الحسنة، التي لم تبقى الأسرة و لا المدرسة المصدر النموذجي الوحيد لها، بل برز إلى جانبها سلطة "القنوات الفضائية" كسلطة موازية تولد عنها ظهور أشكال جديدة للاتصال و التواصل و تبادل الأفكار و البرامج و المضامين بمختلف أنواعها والتي ينبغي أن يتم توجيهها توجهها ثقافيا بما يخدم احتياجات الجماهير من جهة و طرق تفاعلهم مع مضمونها من جهة أخرى.

و المجتمع العربي الإسلامي هو مجتمع متباين الهوية و الثقافة، و هي هوية مستقلة عن هوية باقي ثقافات المجتمعات الأخرى، تتطوي على وسائل خاصة و تمثل في مجموعها مختلف المجالات العلمية و المعارف الشرعية و الأدب و الفن... و التي لها اثر على المجتمعات الإنسانية ككل عبر مراحل زمنية مضت و أخرى حاضرة و مستقبلية، كانت الشريعة الإسلامية ركيزة بنيت عليها حركة أنشطته التي ينبغي أن تقوم على القيم الأخلاقية قصد صون هذه الهوية و الثقافة من خلال صياغة رسالة إعلامية فضائية تحافظ على القيم الأخلاقية وتخدم المصلحة العليا للمجتمع العربي الإسلامي و الدفاع عنه في إطار جغرافي عربي إسلامي متسع.

من هنا يبرز الدور الكبير للقنوات الفضائية العربية، ومدى خطورة توظيفها كوسيلة إعلامية في عملية البناء و حماية المجتمع العربي الإسلامي و التصدي لكل ما هو غزو فكري ثقافي خارجي أو داخلي يهدده، في ظل التطورات التي وضعت هذه القنوات على محك التحدي القيمي الأخلاقي نظرا لارتكازها على فكرة تحرير الأسواق العالمية، ما طرح تغييرات عديدة في هيكله القطاع الإعلامي، و الذي جعلنا لا نكتفي بالنظر إلى أداء هذه القنوات الفضائية على انه مجرد تزويد الجماهير بالأخبار و المعلومات والحقائق الصحيحة، و إنما اعتبارها قبل ذلك "رسالة إنسانية" تشكل فضاءا عموميا يلتقي فيه أبناء المجتمع الواحد باختلاف مشاريعهم و مشاعرهم واهتماماتهم و ثقافتهم.

و باعتبار الثقافة العربية الإسلامية، ثقافة إنسانية متطلعة إلى أفق أخلاقي يعطي بعدا إنسانيا للحضارة في ظل قنوات فضائية عربية تتميز بطفرة عديدة، جاءت دراستي الموسومة "بالقيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية"- و في سياق الثقافة و الهوية العربية الإسلامية - كمحاولة لتحديد مسؤولية القنوات الفضائية العربية الاجتماعية و الأخلاقية في المحافظة على قيمها الأخلاقية و منع اختلاط معاييرها انطلاقا من طرح تساؤل رئيسي و ثلاث أسئلة فرعية تكون الإجابة عليها بالاعتماد على دراسة تحليلية مقارنة لشكل و مضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة، باستخدام منهج تحليلي (المسح بالعينة) و باعتماد استمارة المسح و التحليل المقارن على عينة ممثلة (بالقنوات الفضائية العربية الجامعة الخاصة) (القناة الفضائية العربية "الشروق TV"، القناة الفضائية العربية "1 MBC ) و القنوات الفضائية العربية الجامعة العمومية: (قناة الجزائرية الثالثة - A3-، القناة الوطنية 1) بهدف كشف طبيعة "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية" عينة الدراسة، و معرفة مدى اهتمامها بموضوع القيم الأخلاقية و مدى انسجام أو تعارض طبيعة المحتوى الإعلامي "لبرامجها الاجتماعية" مع "القيم الأخلاقية" السائدة بين أفراد مجتمع الدراسة و من ثم المجتمع الجزائري.



و لقد حددت هذه الدراسة في مقدمة و خمسة فصول:الفصل الأول: موضوع الدراسة و إطارها المنهجي،الفصل الثاني:القيم الأخلاقية دراسة تاريخية نقدية، الفصل الثالث:الوطن العربي و حق الإعلام و الاتصال،الفصل الرابع:القنوات الفضائية العربية و التغير القيمي و الفصل الخامس: الدراسة التحليلية المقارنة للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة- كل فصل منها عالج بعدا من أبعاد مشكلة القيم الأخلاقية- و خاتمة.

## الفصل الأول: موضوع الدراسة و إطارها المنهجي

أولاً: إشكالية الدراسة.

ثانياً: تساؤلات الدراسة.

ثالثاً: أهمية و أسباب اختيار موضوع الدراسة.

رابعاً: أهداف الدراسة.

خامساً: الدراسات السابقة.

سادساً: المداخل النظرية المفسرة للدراسة.

سابعاً: تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة.

ثامناً: مجالات الدراسة.

تاسعاً: منهج الدراسة.

عاشراً: أدوات جمع البيانات.

\*مراجع وهوامش الفصل الأول.

## أولاً: إشكالية الدراسة

تمثل القيم جملة من المبادئ و القواعد و المثل التي يمتثل لها أفراد المجتمع تحقيقاً لأهدافهم و بلوغ مصالحهم و رسم شخصيتهم و تكوينها و توجيهها في إطار من التفاعل المؤدي إلى التغيير الاجتماعي، كونها تمثل مرجعية للسلوك الفردي داخل المجتمع، في إطار ارتباطي لأنماط سلوك الأشخاص ببعضهم البعض؛ وبعض مؤسسات المجتمع؛ سعياً إلى تحقيق التنمية بمعناها الشامل، والذي يبرز معنى المعرفة والاكتشاف أو ما يطلق عليه (القيم المادية)، ويحقق المنفعة المادية تحت مسمى (القيم الاقتصادية)، و يحقق و يصون للناس معنى "القيم الأخلاقية"، إلى جانب تحديد نوع التعامل مع الغير، وعرض هذه القيم في نفوسهم، واكتسابهم القدوة الحسنة، التي لم تبق الأسرة ولا المدرسة المصدر النموذجي الوحيد لها، بل ظهرت إلى جانبها سلطة أخرى موازية ممثلة بسلطة "الإعلام المرئي" (التلفزيون) و المجسدة في "القنوات الفضائية" التي أصبحت اليوم من المصادر الرئيسية للمعرفة والتنشئة الاجتماعية والقيم الأخلاقية، والتي بظهور برزت ضرورة تحقيق "المنظومة القيمية الأخلاقية للمجتمع" و حمايتها، والتي قد لا تتفق أو لا تخدم حتى "المنظومة الإعلامية"، بل تشكل وسيلة هدم لها خاصة في ظل إيمان العديد من الدول - خاصة الأوروبية والغربية - مع طغيان الحضارة المادية بمبدأ الفصل بين الدولة والدين، والذي ينجم عنه جعل "العقائد الدينية" مجرد مسائل شخصية، منقادين وراء ما تمخض عن التقدم العلمي والتكنولوجي، من تغيير للعادات و التقاليد الاجتماعية، والتي قد لا تعبأ دولها ومؤسساتها "بالقيم الأخلاقية"، التي نقل معها أو تتعدم المظاهر السلبية للحياة الاجتماعية، و تعم المنفعة لجميع أفراد المجتمع على اختلاف طبقاتهم وتنوع حاجاتهم، و تعدد رغباتهم الفردية المتباينة، والتي ينبغي أن تكون محل حماية قانونية بما يحقق الفضيلة للسلوك الإنساني، فيأمن المجتمع من مظاهر الانحلال.

في هذا المقام نجد أن كثيراً من المفكرين الإسلاميين اهتموا بدراسة و معالجة "الأخلاق" و أثرها في حياة الأفراد و المجتمع، خاصة في المراحل الزمنية الأخيرة التي أصبح فيها من الضروري إعادة بناء الفرد

المسلم ، نظرا لما يتعرض له من مغريات حقائق العلم و التقنية؛ هذه الأخيرة التي ما إن جُرِّدت من "الأخلاق" حتى أصبحت وسيلة هدم، و تحقيق الشهوات والملذات؛ في حين أن الحضارة العربية الإسلامية هي حضارة ثقافة، و دينها الإسلام الذي مثل "ثورة اجتماعية و فكرية" حاول الإسلام من خلالها أن يخضع المجتمعات البشرية التي كان يحتويها إلى نظام موحد، و حاول السموّ عن التناقضات الثقافية واللونية والعنصرية، وإحلال نظام موحد بدلا من ذلك،فهو انتقال من مرحلة التجزئة إلى مرحلة الوحدة، ومن مرحلة اللاتجانس إلى مرحلة التجانس".(1) ما يجعل من الفكر الإسلامي أرضية للفكر الإنساني، والذي تعزز بفضل معطياته في سبيل البحث عن "القيم الأخلاقية" التي خلّفتها الثقافة العربية الإسلامية ، والتي كانت حلا لكل المشكلات الاجتماعية للمجتمع العربي والمجتمع الدولي.

والقيم الأخلاقية الفاضلة في الإسلام بنيت على أسس لحفظ مقاصد هامة منها: حفظ اللسان ،الدين ،والعقل ، والعرض والمال ، وتأدية المسؤولية...فالمسلم يحب لنفسه ،ما يحب لغيره، وهو بذلك يحفظ نفسه ونفوس إخوته والآخرين، مصلحا لمجتمعه.غير أن هذا لا يأتي إلا باستقامته وإخلاصه وابتعاده عن الفحشاء والرذائل واجتناب المخالفات من (غش، خيانة، منكر و زنا، وسوء معاملة غيره...)، فالإنسان خليفة الله في الكون، و تأديته لرسالته التي كلفه بها و حمله للأمانة،لا يكون إلا بالأخلاق، فالإسلام اتخذ من الأخلاق منهاجا قائما على احترام القيم الإنسانية، انطلاقا من المسؤولية و من ما يترتب عليها من جزاء، سواء كانت مسؤولية فردية، أو مسؤولية جماعية ما دام أصلها كل منها "الحكمة" و"الشجاعة" و"العفة" و "العدل"،و كلها مؤثر في السلوك الإنساني .

و المجتمع العربي على غرار المجتمع البشري، تميز تطوره التاريخي بمحاولاته المتجددة والدائمة للسيطرة على محيطه وتكييفه بشكل يحقق له تطورا حضاريا.وإذا قمنا باختزال هذه المراحل لنصل إلى مرحلة العصر الحالي، الذي تميز بظهور القنوات الفضائية كوسيلة اتصال جماهيري أكسبت المجتمع سمة "مجتمع المعلومات"،والذي يركز على عمليات معالجة المعلومات إضافة إلى عناصر الإنتاج

المتعارف عليها ، ما أحدث تغيرات في المجتمع البشري ، وزاد من الانفتاح على الآخر و الاتصال به والالتقاء معه في كثير من الجوانب المعرفية ، والتي أصبحت عاملا أساسيا من عوامل التغير الاجتماعي عبر الزمن ، فألغت المسافات أمام الحصول على المعرفة بشكل أسرع و دون عناء الانتقال عبر المكان ، باعتمادها كوسائل ذات قدرة على إحداث التغيير على مستوى كل قطاعات المجتمع .

إن "القنوات الفضائية" برزت بعدد أدوارها خاصة ما ارتبط منها بصناعة الرأي العام و رسم أنماط سلوك أفراد و التأثير في صناعة قراراتهم؛ بل حتى التأثير في مختلف السياسات للبلدان ، وهذا بفعل تطورها الذي مكنها من امتلاك قدرة في التأثير - من خلال رسالتها الجماهيرية التي تتطلب الدقة في اختيار مضامينها ، وصياغة رموز تلبية لحاجات جميع الشرائح الجماهيرية بما يتناسب وبنائهم القيمي والاجتماعي والثقافي والأخلاقي من جهة ، و دون الإخلال بمنظومة القيم الأخلاقية بالارتكاز على مبادئ إعلامية أساسية تعكس الواقع الحقيقي و بأسلوب موضوعي و شامل لكل مناحي الحياة و متوافقا مع عاداتهم و تقاليدهم من جهة أخرى، بما يعكس تحدي القنوات الفضائية في المجتمعات الإنسانية المعاصرة ، ومدى خطورة توظيفها في عملية البناء و حماية المجتمع والتصدي لكل ما هو غزو فكري ثقافي خارجي أو داخلي .

و الدول العربية الإسلامية واحدة من الدول النامية التي انتشرت قنواتها الفضائية العربية، و تمكّن معها المشاهد العربي من استقبال بث قنوات فضائية أجنبية من دول مختلفة، كما أدركت إلى جانبها؛ أهمية التحرر الاقتصادي و كذا التحرر الثقافي والإعلامي، حيث أصبح من بين مطالبها الأساسية التي ضمنته عديد المواثيق و التشريعات الوطنية والإقليمية لدولها، كمشاهدة منها تحقيق توازن في تدفق الإعلام وجعله إعلاما في اتجاهين، حتى يتسنى لها فرصة التعريف بحضارتها و ثقافتها، و تجاوز التبعية للقوانين الدولية الاحتكارية والتي تتحكم فيها قوى عالمية لا تلبى تطلعات المجتمع العربي، حتى وإن كانت مقترحاتها القانونية مبنية على أساس مبادئ " السيادة " و " المساواة " و " انتفاع جميع الدول بالإعلام

وبما يحفظ أمنها و نظامها الداخلي"، من خلال سنّ قوانين و وضع تدابير و قواعد سلوكية تؤطر العمل الإعلامي في ضوء أنماطها الاجتماعية والاقتصادية والثقافية ، واحتياجات جماهيرها. فجاءت مضامين هذه المواثيق تركز على أهمية "الحق في الإعلام" انطلاقاً من خدمة المصلحة العامة للمجتمع العربي الإسلامي، و من خلال التحلي بالمسؤولية الإعلامية تجاه المؤسسات الإعلامية في حد ذاتها، وتجاه الجماهير العربية المستهدفة، ما يجعل من وظيفة الإعلام الفضائي مهمة صعبة و معقدة. فالإعلام الفضائي العربي وُجد في ظل ظروف اتسمت بالتقدم العالمي من جهة ، واستهلاك التقنية و التبعية للدول المسيطرة على سوقها من جهة أخرى؛ ما دفع إلى بروز الحاجة العربية الإسلامية إلى إعلام ذو طابع إسلامي مسؤول تجد في إطاره "القنوات الفضائية العربية" مكانة بين الاستهداف الغربي لجماهيرها وبين ما توفره من مضامين و بناء رسالة تشكل بها هوية الأمة العربية الإسلامية، وتحافظ على حضارتها من خلال الالتزام بالضوابط الشرعية، و هو ما تضمنه "المؤتمر الإعلامي و الدورة الإعلامية" التي أشرفت على تنفيذها الندوة العالمية للشباب الإسلامي تحت رعاية الأزهر، و المجلس الإسلامي العالمي للدعوة والإغاثة، و شاركت فيها هيئة الإغاثة الإسلامية العالمية و منظمة الدعوة الإسلامية و جماعة أنصار السنة المحمدية...، و ذلك حول دور الإعلام الإسلامي في خدمة قضايا الأمة و الذي أقيم في مصر في الفترة من 2 إلى 12 فبراير 1998. (2) حيث أكدت هذه الجهات على ضرورة مواجهة الأمة الإسلامية للتحديات الخطيرة، والتي يعد فيها الإعلام الإسلامي مسؤولاً أمام نفسه وحاجات جماهيره في مراجعة دوره، ومواجهة السلبيات التي أصبحت تمثل نماذج لا تمت بصلة للهوية و الثقافة العربية الإسلامية. وعليه جاءت مرحلة صون هذه الهوية والثقافة من خلال صياغة رسالة إعلامية فضائية تصون القيم الأخلاقية وتخدم المصلحة العليا للمجتمع العربي الإسلامي، و الدفاع عنه في إطار جغرافي عربي إسلامي متسع، و قرية كونية صغيرة تهدد بالأخص الجوانب الأخلاقية للحياة العفائية و التربوية للفرد المسلم ، والعقائد الباطلة و كل المفاصد التي تضيع الهوية و تطمس الشخصية العربية الإسلامية.

هذا ما جعلنا ننظر إلى عملية "التغير الاجتماعي" و "القيمي" من "حتمية اجتماعية أخلاقية" لمعرفة تأثير القنوات الفضائية في المجتمع العربي بناء على أصول الدين الإسلامي، الذي يمثل تحولا عقديا اجتماعيا في تاريخ المجتمع العربي الذي ومنذ بدايات القرن التاسع عشر وحتى الآن عان و لازال يعاني من استعمار حاول جاهد تغيير الثقافة العربية الإسلامية ، بحجة العالمية و الكونية و تسريب عادات و تقاليد وقيم غريبة عن مكونات ثقافتها الأصلية.

انطلاقا من ملامح الإعلام العربي بصفة عامة و القنوات الفضائية العربية بصفة خاصة، جاءت دراستي الموسومة "بالقيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية" كمحاولة لإعادة القراءة في الرسالة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية"ببعدها الحضاري والثقافي والإنساني في إطار ضوابط وقوانين محلية و أخرى عالمية، جاءت على إثر خلفية فكرية يؤطرها القانون الاجتماعي والأخلاقي الخاص بنظام المجتمع العربي ، لإبراز حال هذه القنوات في ظل ممارستها لدورها الإعلامي الحقيقي والمسؤول على الحفاظ على القيم الأخلاقية الممثلة للهوية والثقافة العربية الإسلامية ، و التي ينبغي أن تتنبأ بمستقبل أمة عربية إسلامية قادرة على مواجهة التحديات المتباينة داخليا و خارجيا.

إلى جانب البحث في الخصوصية القيمية الأخلاقية والحضارية للقنوات الفضائية العربية بدلا

من الخصوصية التكنولوجية؛ نظرا لخطر مؤثراتها على المجتمع العربي، وعليه سنطرح تساؤلا جوهريا

لموضوع دراستي والذي تمحور حول:

\*هل المنظومة الإعلامية التي تعتمدها القنوات الفضائية العربية هي وسيلة لنشر المنظومة الأخلاقية

للمجتمع العربي؟

## ثانيا: تساؤلات الدراسة

ومن خلال الوظيفة الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية التي تنشر منظومة القيم الأخلاقية من جهة، والحاملة في طياتها لقيم دخيلة قد تتنافس أو تناقض القيم الأخلاقية الأصلية للمجتمع العربي نطرح تساؤلات أخرى وهي:

1- هل المنظومة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية هي وسيلة لدعم ونشر منظومة القيم الأخلاقية للمجتمع العربي؟

2- هل المنظومة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية هي وسيلة (أو سبب) لفساد منظومة القيم الأخلاقية للمجتمع العربي؟

3- هل تعتمد القنوات الفضائية العربية في تغيير هذه القيم على منظومة القيم الأخلاقية الخاصة بالمجتمع العربي؟

وهذه التساؤلات هي بمثابة مشروع أهداف ومحاور لدراسة "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية" والتي بناءً عليها تتحدد نتائج الدراسة.



### ثالثا: أهمية وأسباب اختيار موضوع الدراسة

تمثل العلاقة القائمة بين المنظومة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية والمنظومة الأخلاقية للمجتمع العربي الإسلامي، علاقة فاعلة ومتداخلة انطلاقا من دور تلك القنوات الفضائية في نقل أنماط التفكير والمعرفة والقيم، وبالتالي المساهمة في خلق جانب كبير من جوانب ثقافة المجتمع العربي وأنماط حياة أفراد.

لذلك كان لابد من التركيز على الوظيفة الاجتماعية والوظيفة الأخلاقية للقنوات الفضائية العربية، وتحديد أدوارها ونتائج تأثيرات هذه الأدوار على المجتمع العربي في سبيل إكساب أفراد قيمة جديدة أو العمل على تخليصه من قيم أخرى قد تكون قديمة، أو تعزيز كل ما هو قيمة تقليدية أصلية.

"فعلاقة الإعلام بالقيم المجتمعية و الوطنية، هي علاقة تبادلية عميقة، حيث لا تحقق هذه الفعالية الإنسانية الخطيرة التغيير إلا بعملها الحفري على سلم القيم القائم، تهدم فيها وتمحوها و تعزز قيمة ثانية، وتعديل الثالثة و بذلك تنتج و بشكل متواصل سلم قيم جديد." (3) و هو ما يجعل دور القنوات الفضائية العربية يكمن في كونه إما دورا تثقيفيا يتجاوز تأثير اختلاف الثقافات العربية الفرعية المتباينة، أو إلى جانب مساهمته في تشكيل و تكوين بؤر ثقافية لأفراد المجتمع تمكنهم من ضبط سلوكياتهم بما يحقق أهداف المجتمع على جميع الأصعدة.

أما في العصر الحالي، فقد أصبحت القنوات الفضائية من الوسائل التي يصعب ضبطها و توجيهها لأنها تنقل ثقافة من خارج المجتمع و تسعى لتحقيق أهداف و مصالح تجارية لجهات معينة لا تعير اهتماما لمعايير القيم الأخلاقية للمجتمع فما تنتجه العديد من هذه القنوات الفضائية، قادر على تعميق الاختلاف القائم في الأفكار و السلوكيات و حتى القيم،و أن الاختلاف في ما تبثه هذه القنوات يهدد انتشار نسق قيم المجتمع المحلي، لهذا جاءت ضرورة مراقبة الوظيفة الاجتماعية للقنوات الفضائية بصفة عامة و دورها في مراقبة بيئة المجتمع بما يمكنه من المحافظة على خصوصية قيمه الأخلاقية ومن

التكيف والظروف المتغيرة، بالإضافة إلى زيادة ترابط المجتمع، وخلق رأي عام موحد و نقل التراث الحضاري و الثقافي من جيل إلى آخر.

لذلك فإن اختيارنا لموضوع دراستنا "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية" يرجع إلى أسباب يتلخص جوهرها في مايلي:

**1.** الأهمية العلمية للموضوع؛ وذلك أن كل من "القيم الأخلاقية" و "القنوات الفضائية" كانا و لا يزالان من المواضيع المهمة التي تتطلب دراسة و بحثا و تقصيا، لاسيما في ظل الانفتاح الإعلامي الذي يفرض الاتصال والاندماج وإقامة علاقات طيبة مع شعوب ومجتمعات أخرى؛ يكون فيها للقنوات الفضائية الأثر الكبير في عكس هذه القيم وبشكل يجعلها تمثل ميزان الفرد في التعامل مع غيره، وهي خير وسيلة لبناء حضارة للمجتمعات العربية الإسلامية؛ وغرس الصفات الحميدة المساعدة على تماسك المجتمع وزيادة قوته وترابطه؛ إلى جانب مساعدته على مواجهة التغيرات التي قد تمس كيانه واستقراره.

**2.** أن "القيم الأخلاقية" تعد مركزا مهما في توجيه العملية الإعلامية والاتصالية لدورها البارز و الفاعل في تحديد معالم الشخصية والهوية العربية الإسلامية، والعمل على تأهيل الفرد العربي المسلم حتى يكون إيجابيا في الحياة.

## رابعاً: أهداف الدراسة

- إن الهدف العام من دراستنا لموضوع "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية" لا يخرج عن إطار الأهداف العلمية؛ إلى جانب أهداف أخرى فرعية خاصة بالموضوع في حد ذاته والتي تشمل:
1. كشف طبيعة "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية" من خلال إجراء دراسة تحليل محتوى مقارن لمضامين البرامج الاجتماعية في "القنوات الفضائية العربية" التي هي مجال الدراسة.
  2. محاولة معرفة مدى اهتمام "القنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية" بموضوع "القيم الأخلاقية": من خلال اكتشاف جهة المقارنة بين "القنوات الفضائية العربية" القادرة على تبليغ رسالة "القيم الأخلاقية" سواء كانت قنوات فضائية عربية عمومية أم خاصة.
  3. استظهار أهم الخصائص الإعلامية "للقنوات الفضائية العربية" الخاصة والعمومية بما تتضمنه رسالتها البرمجية من "قيم أخلاقية" و عكس للتفاعل الحضاري "فيها و الذي يعتمد على تراكم ثقافي تراثي باعتماد أدوات منهجية لمعايشة الحداثة والتغيير القيمي.
  4. محاولة معرفة مدى انسجام أو تعارض طبيعة المحتوى الإعلامي "للبرامج الاجتماعية" للقنوات الفضائية العربية" مع "القيم الأخلاقية" السائدة بين أفراد مجتمع الدراسة ومن ثم المجتمع الجزائري.
  5. تبيان قدرة "القنوات الفضائية العربية" على إحداث تغيير قيمي أخلاقي، من خلال ما تعرضه من برامج اجتماعية تشكل جزءاً من شبكة برمجية سبب قوتها التأثير والإخراجية، والتنويع المخاطب للعقل والوجدان.

## خامسا: الدراسات السابقة

في إطار الاستفادة من استخدام العلاقة التكاملية لأي بحث علمي، جاءت دراستنا هذه كمحاولة لإستكمال مسيرة من قبلنا في حقل البحث العلمي، والتي اتخذت من الدراسات السابقة تراثا مهماً، ومصدرا للاطلاع قبل البدء في عملية البحث، وحتى عند مرحلة البدء فيه. لأجل ذلك توافرت لدينا مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع دراستنا "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية"، وسنقوم بعرض ما اتصل منها بموضوع الدراسة اتصالا مباشرا:

## 1- الدراسات السابقة ذات الصلة بمتغير "القيم الأخلاقية" لموضوع دراستنا:

◀ الدراسة الأولى: "القيم الأخلاقية المتضمنة في مقررات العلوم الشرعية للمرحلة المتوسطة بنين في المملكة العربية السعودية". إعداد الطالب: يوسف محمد عبد الرحمن السقاف. بحث مكمل لمتطلبات نيل درجة الماجستير مقدم إلى قسم التربية الإسلامية و المقارنة بكلية التربية في جامعة أم القرى، 1430-1431 هـ. (4):

تمحورت إشكالية الدراسة حول تغيير المجتمعات والتجديد في نواحيها المادية والاجتماعية ما يدفعها إلى ضرورة اللحاق بركب الحضارة. فالاهتمام بالمظاهر المادية على حساب القيم الدينية والأخلاقية خلق أزمة أخلاقية تسببت في خلق مفاهيم مقلوبة، ومصطلحات مشوهة وسلوكيات مهزوزة دعت الحاجة بسببها إلى "تربية أخلاقية" تهتم بالقيم نتيجة لما يتعرض له المجتمع من غزو ثقافي و تذويب قيمي؛ أفقده القدرة على المقاومة أو المغايرة ، أو المسايرة الهادفة، فاهتز كيانه، و اضطرب سلوكه، و اختلفت معاييره القيمية التي يزن بها الأمور، ما جعله يعيش في صراع قيم بين ما هو موجود و وافد، نجمت عنه أزمات أخرى مثل التناقص وعدم الاتساق بين القول والعمل، وإضراب النسق القيمي للإنسان العربي واختلاله وفقدان ترابطه وتماسكه وقدرته على توجيه السلوك، ما جعل الثقافة العربية تواجه عجزا في تشكيل

منظومة قيمية مستقبلية تجسد هويتها العربية الإسلامية ، و تحفظ لها ذواتها و تحقق لها وجودا متميزا على الساحة العالمية.

ولقد حاول الباحث إسقاط هذا الواقع على مجال التعليم في المملكة العربية السعودية، التي تتخذ من " الإسلام" منهج حياة في تربيتها، والتزام عقيدة أهل السنة و الجماعة في ذلك، ومحاولة ربط المسلمين بكتاب الله في جميع شؤون الحياة .

" فالتربية الإسلامية" دين و دنيا ، وهذا ما يتوخى من المناهج الشرعية في المملكة العربية السعودية في المرحلة المتوسطة لأجل ترسيخ العقيدة. لذلك قام الباحث بطرح التساؤل التالي: " ما هي القيم الأخلاقية المتضمنة في مقررات العلوم الشرعية بالمرحلة المتوسطة بنين في المملكة العربية السعودية؟. و قصد إيجاد إجابة دقيقة لهذا السؤال طرح أسئلة فرعية أخرى تمثلت في:

- ◀ ما هو مفهوم القيم الأخلاقية؟
- ◀ ما طبيعة المرحلة المتوسطة؟
- ◀ ما القيم الأخلاقية المتضمنة في مقرر القرآن الكريم للمرحلة المتوسطة ؟
- ◀ ما القيم الأخلاقية المتضمنة في مقرر التفسير للمرحلة المتوسطة؟
- ◀ ما القيم الأخلاقية المتضمنة في مقرر الفقه للمرحلة المتوسطة؟
- ◀ ما القيم الأخلاقية المتضمنة في مقرر الحديث في المرحلة المتوسطة؟

وفي إطار سعيه لإيجاد إجابة لهذه التساؤلات اعتمد الباحث منهجا وصفيا تحليليا، و أسلوب تحليل المحتوى بهدف تحليل محتوى كتب العلوم الشرعية للمرحلة المتوسطة بنين بالمملكة العربية السعودية، للتعرف على ما يحتويه من قيم أخلاقية ، مستخدما في ذلك استمارة تحليل محتوى؛ تضمنت 18 قيمة يتم من خلالها التعرف على القيم الأخلاقية المتضمنة في مقررات العلوم الشرعية للمرحلة المتوسطة بنين.

ومن خلال هذه المنهجية، توصل الباحث إلى جملة من النتائج - خاصة ما ارتبط منها بمتغير

"القيم الأخلاقية" لموضوع دراستنا - نوجزها في ما يلي:

لـ احتواء مقررات العلوم الشرعية في المرحلة المتوسطة على تكرار 404 مرة للقيم الأخلاقية متصفة

بوسطية الأهداف و المحتوى الذي يتمتع بها التعليم في المملكة العربية السعودية .

لـ أكثر مقررات العلوم الشرعية في المرحلة المتوسطة احتواءً للقيم الخلقية هي مقررات الصف

الثالث متوسط، حيث بلغ مجموع تكرار القيم فيها (142) مرة ، ثم مقرر الصف الثاني المتوسط البالغ

تكرار القيم فيها (134) مرة ، فمقررات الصف الأول المتوسط البالغ (128) مرة .

لـ مقرر القرآن الكريم حقق أعلى تكرار للقيم بلغ (110) مرة، بعدها مقرر التفسير بلغ تكراره

(104) مرة، توحيد، حديث، فقه.

❖ الاستفادة من الدراسة: اتخذت الباحثة هذه الدراسة إطارا معرفيا إضافيا ساعدها في التعرف على

منظومة "القيم الأخلاقية" المحددة في "الجانب النظري للدراسة" والذي ساعدها أيضا في عملية ضبط

بعض عناصر "استمارة المحتوى" في شقه الخاص "بتحليل المضمون وضبط القيم الأخلاقية"، إلى جانب

الاستفادة من جانبها النظري للتعرف على أهم خصائص وسمات "القيم الأخلاقية" وتوظيفها في عنصر

من عناصر الفصل الثاني لدراسة الباحثة: "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية".

← الدراسة الثانية: "الدراسات الفلسفية الأخلاقية في الفكر المغاربي المعاصر." جلول خدة معمر.

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الفلسفة كلية العلوم الاجتماعية. 2011/2010.(5):

يجري الحديث في هذه الدراسة على بعض الدراسات الفلسفية الأخلاقية في الفكر المغاربي

المعاصر، و تحديدا الفكر الجزائري و التونسي و المغربي ، حيث تم تقسيم هذا البحث إلى مقدمة

و ثلاث فصول و خاتمة و ملحق؛ يتضمن المفاهيم الأساسية للبحث وكذا السيرة الذاتية للمفكرين المغاربة

المعاصرين الذين اشتغلت عليهم الباحثة.

وتضمن البحث "إشكالية الأخلاق" ذات الارتباط الجوهرية بالفكر الفلسفي في بعدية النظري و العلمي، من خلال تتبع إسهامات بعض الباحثين والمفكرين المغاربة المعاصرين سواء من الجزائر أو تونس أو المغرب على "غرار محمد عزيز الحبابي" الذي يعتبر من المفكرين الأوائل الذين اهتموا بالفكر الأخلاقي، حيث يظهر ذلك من خلال مؤلفاته في هذا المجال على سبيل المثال مؤلفه " الشخصية الإسلامية، " حيث اقترح إعادة النظر في عديد المسائل منها : حرية المرأة والمعتقد ومبدأ المساواة بين الرجل والمرأة، وتعدد الزوجات والاسترقاق والذمة...إلخ. أيضا "محمد عابد الجابري" الذي اهتم بالفعل العربي في بنيته وتكوينه؛ بل استمر بنقده لهذا العقل سواء السياسي منه أو الأخلاقي، كما اهتم بقضايا مختلفة في الفكر المعاصر مثل : العولمة و صراع الحضارات و العودة إلى الأخلاق و التسامح... و كذلك "طه عبد الرحمن" المفكر المغربي المتميز بأصالة فكره، و الذي لم يكتف باحترام المذاهب والنظريات الأخلاقية الغربية و الشرقية، كما أنه لم يسعى للتوفيق بينهما، حيث لم يدعي إحياء الطرح التراثي لمسألة "الحسن والقبيح" الشهيرة في الفكر الإسلامي القديم، إلا أنه استعادها وفق منظور منهجي معاصر يجعله صاحب مشروع فلسفي أصيل لمسألة الأخلاق، حيث يستلهم من التراث العربي الإسلامي آليات الحجاج والبناءات المنطقية والاستدلالية دون أن يكون ذلك على حساب المضامين المعرفية التي تزخر بها منظومة الفكر الغربي.

ومن الجزائر كانت محاولة الباحثة تسليط الضوء على الفكر الفلسفي والأخلاقي، لكل من عبد الله شريط باعتباره صاحب تكوين فلسفي متميز، وصاحب الدراسات الخلدونية المختلفة، معتمدة في ذلك على أطروحته المقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الموسومة "بالفكر الأخلاقي عند عبد الرحمن ابن خلدون"، و كذلك "الربيع ميمون" من خلال دراسته القيمة في هذا المجال " نظرية القيم في الفكر المعاصر بين النسبية و المطلقة."

أما من تونس، فقد اختارت "فتحي التريكي" باعتباره واحدا من المفكرين المغاربة الذين ألفوا الكثير في الفلسفة وخاصة مقارباته الفلسفية في الحداثة وما بعد الحداثة ، والتي كانت له إسهامات في معالجة مشكلات وأزمات المجتمعات العربية. و لقد لخصت الباحثة إشكالياتها في طرحها للتساؤل التالي: هل هناك تفكير فلسفي أخلاقي نسقي لدى المفكرين المغاربة المعاصرين، أم أن كتاباتهم في الموضوع مجرد تكرار للفكر الفلسفي الغربي؟ و ما هي أهم المسائل الأخلاقية التي اهتم الفلاسفة المغاربة المعاصرين بالبحث فيها؟.

لقد اعتمدت الباحثة في الإجابة على هذه الإشكالية المنهج التحليلي ليسمح لها بمعرفة حقيقة النصوص، إضافة إلى المنهج التاريخي الذي يوضح لها تطور القيم الأخلاقية في مراحلها التاريخية المختلفة لاستخلاص نتائج تكون بمثابة رهان جديد في مجال الفكر الأخلاقي العربي و العالمي المعاصر، و بيان قدرة الفكر العربي عموما و المغربي خصوصا؛ على الإسهام الجاد في تطوير نظرة الإنسان الأخلاقية، و من ثم حماية المصير البشري من الهلاك إذا لم ينتبه إلى البعد الأخلاقي في منظومته المعرفية.

❖ الاستفادة من الدراسة: مثلت هذه الدراسة بعض "الدراسات الفلسفية الأخلاقية في الفكر المغربي المعاصر": (الجزائري والتونسي والمغربي)، فشكلت بذلك إطارا نظريا بنت عليه الباحثة توجهها في إعطاء بعد تحليلي للجانبين النظري والتطبيقي لدراستها؛ خاصة ما تعلق "بالفصل الثاني" من دراستها؛ والذي ساعدها في إيجاد إجابات أفرزتها عديد إشكاليات "القيم الأخلاقية" و "الأخلاق" ، والتي تمثل بالنسبة لدراسة الطالبة متغيرا أساسيا لا بد من ضبطه في حدود الخصائص والتكوين المتميز " للمجتمعات العربية لمنظومة القيم الأخلاقية" (تقديم رؤية تاصيلية عن المسألة الأخلاقية في الوطن العربي).



### ◀ الدراسة الثالثة: "النسق القيمي وعلاقته بسمات الشخصية للمشاركة في العمل الاجتماعي

التطوعي". رسالة مقدمة من: أحمد محمود محمد سلام للحصول على درجة الماجستير في التربية، تخصص علم نفس صحة نفسية. جامعة أسيوط 2012. (6):

حيث جاءت هذه الدراسة كمحاولة للوقوف على طبيعة القيم ومكونات النسق القيمي لشريحة اجتماعية - المشاركون في العمل الاجتماعي والتطوعي - التي أصبحت في ظل التغيرات العصرية تمثل دورا اجتماعيا بناءً من خلال ما تقدمه للمجتمعات من أنشطة تطوعية تساهم بشكل كبير في تضيق الفجوة في المستويات الاقتصادية شديدة التفاوت، والتي تقف إلى جنب القطاعين العام و الخاص، لتبني بداية عصر جديد من التنمية المجتمعية المعتمدة على الذات ، فقد أصبحت المسؤولية الاجتماعية لأفراد أي مجتمع خصوصا فئة الشباب تحتم عليهم المشاركة في عملية التنمية؛ التي هي محورها الأساسي، إذ يعد العمل الاجتماعي التطوعي واحدا من أبرز وأهم أنماط الفعل الإنساني، الدالة على مستوى التطور الاجتماعي والحضاري للأمم، فمن خلاله تتحقق أبرز مظاهر التواصل الإنساني الرامي إلى توثيق الصلات الاجتماعية و تعزيز التعاون بين الناس لغايات مشتركة؛ تتحقق من خلالها مصالح المجموع ويتمكن الأفراد من تلبية حاجياتهم دون أن يمس أحدهم غيره بعدوان، ومساعدة غيره في إتباع رغباته وحاجاته بما يتاح له من قدرة و إمكانيات.

لذا تأتي الدراسة كمحاولة لدعم الإطار النظري للدراسات التي تناقش نشر ثقافة العمل التطوعي كمحاولة لإلقاء الضوء على السلوك التطوعي، ولكن من منظور أكثر عمقا، حيث تتضمن الدراسة تناول "منظومة القيم" الكامنة خلف هذا السلوك؛ باعتبار أن القيم من أهم المحركات للسلوك الإنساني بصفة عامة و السلوك التطوعي بصفة خاصة، حيث تمحور التساؤل الرئيسي للدراسة في: "مما يتكون النسق القيمي للمشاركين في العمل الاجتماعي التطوعي مقارنة بغير المشاركين وعلاقته بسمات الشخصية؟".

و يندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية وهي:

١) ما شكل النسق القيمي ( ترتيب القيم) لدى غير المشاركين؟

٢) ما شكل النسق القيمي ( ترتيب القيم) لدى المشاركين؟

٣) هل يختلف تركيب القيم داخل هذا النسق القيمي بين المشاركين في العمل التطوعي وغير المشاركين.

٤) لعل لمتغيري (الجنس والتخصص) تأثير على النسق القيمي للمشاركين في العمل الاجتماعي التطوعي؟

٥) هل هناك علاقة بين السمات الشخصية وترتيب النسق القيمي لدى المتطوعين وغير المتطوعين؟

ولقد شملت عينة الدراسة مجموعتان من الشباب الجامعي ( طلاب أو خريجين )، المجموعة الأولى من المشاركين في العمل الاجتماعي التطوعي بالهيئات والمؤسسات الأهلية وعددهم (81)، و المجموعة الثانية هي مجموعة لم يسبق لهم المشاركة في العمل التطوعي المنظم وعددهم (301)، وبالاعتماد على مقياس القيم المتعدد، و مقياس سمات الشخصية لطلبة الجامعة من إعداد الباحث كأدوات لقياس متغيرات الدراسة التي انطلقت من الافتراضات التالية:

1) لا توجد فروق في ترتيب القيم داخل النسق القيمي لدى المشاركين في العمل الاجتماعي التطوعي مقارنة بغير المشاركين.

2) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات المشاركين في العمل التطوعي و غير المشاركين على مقياس القيم.

3) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المشاركين في العمل الاجتماعي التطوعي وغير المشاركين على مقياس القيم تبعا لمتغير النوع.

4) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المشاركين في العمل الاجتماعي التطوعي وغير المشاركين على مقياس القيم لمتغير التخصص.

5) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات المشاركين في العمل الاجتماعي التطوعي وغير المشاركين على مقياس سمات الشخصية.

6) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين النسق القيمي و سمات الشخصية لدى المشاركين في العمل الاجتماعي التطوعي وغير المشاركين.

ولقد توصل الباحث من خلال دراسته إلى جملة من النتائج أهمها:

1. يتشابه النسق القيمي إلى حد ما بين المشاركين في العمل التطوعي وغير المشاركين، إلا أن القيم النفسية والمهنية تحتل موقعا متقدما عند المشاركين أو تحتل القيم الدينية موقعا متقدما عند غير المشاركين.

2. وجود فروق دالة إحصائية بين المتطوعين وغير المتطوعين في القيم الوجدانية الدينية، لصالح غير المتطوعين، والقيم المهنية لصالح المتطوعين.

3. وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث المشاركين في العمل التطوعي في القيمة الاقتصادية، والقيمة المهنية، والقيمة الشخصية لصالح الذكور والقيمة الدينية والوجدانية والمعرفية لصالح الإناث.

4. وجود فروق إحصائية بين العلمي والأدبي في القيمة الاقتصادية لصالح العلمي والقيمة الحقوقية والاجتماعية لصالح الأدبي.

5. وجود فروق دالة إحصائية بين المتطوعين و غير المتطوعين في السمة الاجتماعية، والسيطرة و الاتزان الانفعالي لصالح المتطوعين، في حين لا توجد فروق دالة إحصائية بين المتطوعين وغير المتطوعين في سمة المسؤولية.

6. وجود علاقة ارتباطيه دالة في بعض القيم وبعض سمات الشخصية للمشاركين في العمل

الاجتماعي التطوعي وغير المشاركين.

❖ الاستفادة من الدراسة: استغلت الباحثة هذه الدراسة في توسيع الدائرة المعرفية للفصل التحليلي

لدراستها فيما ارتبط بالبعد الاجتماعي " للقيم الأخلاقية " خاصة ما ارتبط " بالعمل التطوعي، والعمل

الاجتماعي و"الدعم" لكن من خلال دراسة تحليلية" للبرامج الاجتماعية" للقنوات الفضائية العربية"

◀ الدراسة الرابعة: "القيم و الأعراف الأخلاقية في الحضارة العربية الإسلامية." دراسة تاريخية

وتربوية تحليلية." للأستاذ : محمد فيصل شيخاني سنة 1991. حيث قسم دراسته إلى 4 أبواب:(7):

- تضمن الباب الأول : القيم والأعراف الأخلاقية في الحضارة العربية الإسلامية بتكليف من الجمعية

التاريخية ووزارة التعليم العالمي 1980 م.ص11، 42.

-الباب الثاني: تضمن أمثال القيم والأعراف الأخلاقية في حضارتنا العربية وعددها 411 مثلاً 1991.

-الباب الثالث: الطريقة التربوية المقترحة 1993.

- الباب الرابع: نحن وهم ومستقبل الإنسانية، أو العرب ومستقبل الحضارة.

ولإعداد هذه الدراسة فإن الباحث تناول مايلي:

1- فيما يتعلق " بشموله التربية وعلاقتها بالقيم" اعتقد الباحث أن التربية والمواطنة الصالحة والتفقه

في أمور الحياة والعبادة؛ تلازم الإنسان منذ ولادته، وترافقه في شبابه وكهولته وشيخوخته، كفرد واحد أو

كفرد في مجموعة، هم أقاربه وزملائه في المدرسة أو العمل أو المكتب أو في مكان العبادة وما شابه

ذلك، وهي أسلوب لتنظيم العلاقة بين الفرد والمجتمع وطريق الملائمة بين الفرد والمجتمع لما فيه خير له

ولأفراد مجتمعه.

وفي إطار شمولية التربية وعلاقتها بالقيم، يرى الباحث أنها شاملة، تحيط بنفس الإنسان وجسمه وبعلاقته مع الآخرين اجتماعيا وثقافيا و اقتصاديا، وأهم مميزاتها الضمير الذي يجعل الفرد قرين النظام العام، وحامل جرس الإنذار إذا ما حاد الفرد قيد أنملة عن الحق والعدالة والصدق ومعاني الخير.

2- الثبات على القيم: إتباع الأسلوب القديم في إبقاء المواطن واثقا من نفسه متبعا خط الحق والواجب بارتباطه بتربيته وقيمه؛ وإن غابت عن فكره أجزاء منها وجدها متمثلة أمامه في سلوك زملائه في العمل أو الوظيفة؛ أو لدى الأفراد الموجودين في مكان عام؛ بما يتعاملون به من قيم مجالات خيرة للمجتمع، لذلك رأى أن تعمق جذور هذه التربية في كل مجالات الحياة، بغية تحسين ظروف الحياة، ودفع المجتمع نحو التقدم والازدهار... وإن تمسكنا بقيمنا العظيمة التي حققت في الماضي إنجازات وانتصارات، حمتنا من مهاوي الهلاك عند تعرضنا للخطوب التي ألمت بالأمة العربية الإسلامية من خلافات داخلية ومن أطماع الغزاة ( المغول والصليبيين).

3- التربية والحياة: المزيد من التربية المتسقة مع المستجدات وعمق الاقتناع بتربيتنا جميعا كبارا وصغارا رجالا ونساء، ومن ثم نكون أقدر على الاستفادة منها مع استمرار وجودنا. في هذا الصدد طرحا تساؤلا جوهريا حول جدوى التربية للأفراد؟ وما جدوها إذا لم تطل كل أفراد المجتمع، ما جدوها إذا لم تطل كل أنواع التربية؟ التربية الاجتماعية، والأخلاقية، والتربية من أجل الإعداد للحياة، التربية العلمية، التربية المتلائمة مع المستجدات والظروف الطارئة.

إذن؛ يجب أن تطل التربية كل المجالات الفرد والمجتمع، وأن كل بنود التربية على مختلف أشكالها ومدارسها، تتوضح بالقيم والأعراف الأخلاقية؛ ما نحتاجه لتطبيقها الآن هو المضي قدما بدراستها بعلانية وديموقراطية وواقعية، ومن ثم الانتقال لتطبيقها عبر الممارسات العلمية، على الرغم من أن هناك أفراد اعتادوا نمط الحياة والظروف التي أتوها بغير تفكير، والعودة لأصالتنا بفهم واضح بسبب الجهل

والاختلافات والبحوث العلمية والاجتماعية بمجتمعاتنا؛ يقوم بميدان الاختراعات وأن نشجع على ذلك حيث يكون بفهم مكنونها وفوائدها وصيانتها.

4- الشباب: يرى الباحث أن العالم الحاضر شديد التعقيد ، وهو لصيق الصلة إعلاميا و على جميع الأصعدة في كل مكان؛ بما فيه من مستحدثات الاختراعات وحول سرعة الاتصالات، ولاسيما إذا أخذنا بعين الاعتبار أن بعض القوى تسعى لترويج قيم خداعة كاذبة تحرك الشباب إلى فهم تلك القيم و الحيد عن الطريق المستقيم، ودفعهم إلى الخمول وضيق الأفق، وهذا ما يعاينه العالم في كل أنحاء.

أيضا؛ فإن تنظيم العلاقات الاجتماعية لدى أفراد الأسرة وبث علاقات المحبة والاحترام المتبادل، وتجنب خطر القيم الكاذبة التي هي أشد خطرا على شبابنا المتفتح، خاصة الشباب غير المتفهم للتجديد و التقليد، ضرورة اليقظة في كل بلد عربي بإيجاد البديل المناسب دوما مع الواقعية في الشرح.

إن التربية المتفهمة الصريحة الواعية والديمقراطية واشتراك الطلاب والشباب في المسؤولية يبعد تلك المفاهيم أو على الأقل يضعف من تأثير تلك القيم الجانبية عليهم .

5- أهمية الثقافة: إذ أن تثقيف الفرد العربي ومعرفته بقيمة وتطلعاته تجعله أقدر على الابتعاد عن القيم الزائفة، إذ ما جرت مقارنات بين قيمه الأخلاقية الحقيقية والقيم الزائفة، التي مظهرها براق وخادع، و من أقدر من الشباب على إقناع الشباب بذلك، فإن لإشراكهم في المحافظة على قيمهم الموروثة لهو شيء بالغ الفائدة في أن يطبق من أجل خلق و إبداع قيم جديدة أخرى .

6- الثبات على الرأي: إن عناصر التربية من القيم والأعراف الأخلاقية الأساسية ثابت غير قابل للمساومة؛ مثل : الصدق و الوفاء و التعاون و الرحمة و التسامح و غيرها كثير، ولكن القيم الأخرى كالنظر إلى الأعمال والقضايا الاجتماعية والذوق العام والقضايا الأدبية فهده متبدلة دوما و متطورة، و يجب أن تكون كذلك، وأن من يتمسك بالمبادئ و القيم الأخلاقية الحسنة ، وفي كل الأنظمة الحكومية يلقي في كل الظروف ، و في أسوأ الأحوال، راحة في التعامل مع الآخرين سواء كانوا من قومه أو من

غير ملته، و هو لا يسير في طريق الانتهازية و المساواة مع قيمه الأخلاقية وضميره الشخصي و لا ينحرف مهما واجه من تحديات و إغراءات.

### ❖ الاستفادة من الدراسة:

انطلقا من النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة، حاولت الطالبة إجراء مقارنة بين ما يجب أن يكون و ما يعكسه واقع رسالة البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة من حيث شمولية زوايا معالجتها للمواضيع الاجتماعية بأبعادها المختلفة خاصة الإيمانية و النفسية و الاجتماعية و التربوية و كذا أساليب التربية الشاملة التي ينبغي اعتمادها قصد غرس و ترسيخ القيم الأخلاقية في المجتمع العربي.

### 2- الدراسات السابقة ذات الصلة بمتغير "القنوات الفضائية العربية" لموضوع دراستنا:

◀ الدراسة الأولى: "الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات

الأجنبية"- الشباب الجامعي الجزائري أنموذجا-"، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام و الاتصال: رحيمة عيساني. كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية و علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر 2006/2005. (8):

تناولت هذه الدراسة العولمة كنظام ينهض على ثلاث توازنات: تقليدي بين الدول ، و بين الدول و القطيع الالكتروني و بين الدول و الأفراد، و أهم ملامحها في مجال الإعلام و الاتصال، و إرهاباتها التاريخية. و هو ما جعل الباحثة تطرح التساؤلات التالية:

1- ما عولمة الإعلام و الاتصال، و ما أبعادها و وسائلها لاكتساح المجتمعات و تنميط الثقافات

المحلية في بوتقة الثقافة العالمية؟.

2- ما هي الآثار التي أحدثتها وتحديثها عولمة الإعلام و الاتصال في مجتمعات تتلهم بشأن الظاهرة

قبولا ورفضاً، وتحديد نوعية الآثار الاجتماعية والثقافية للظاهرة في تجلياتها الإعلامية والاتصالية.

3- في ظل اجتياح ظاهرة عولمة الإعلام و الاتصال؛ المجتمعات النامية العربية و الإسلامية منها خاصة، عرفت و تعرف " سوتلة" الفضاء و استغلاله إعلاميا واتصاليا تطورات متسارعة ، فأصبح للقنوات الفضائية تواجد يزيد عن 500 قناة إلى سنة 1999، حيث يلاحظ أن التكنولوجيات و أساليب العرض، و تنوع المضامين التي بدا على بعضها التجاوز الظاهر و الجلي للقيم المجتمعية و الثقافية السائد في بيئاتها، فضلا عن البيئات المستقبلية لها، فما هي الآثار المحتملة لبرامج هذه القنوات وخصوصا الآثار الاجتماعية و الثقافية ؟ و ما عوامل حدوث هذه التأثيرات؟ و كيفية مواجهتها و التصدي لها اجتماعيا اجتماعيا و ثقافيا. ؟

ولقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج على النحو التالي:

1. أن " الثورة التكنولوجية و الاتصالية" كانت عاملا رئيسيا و أساسيا في ظهور العولمة التي جعلت تدفق المعلومات متوافرا لكل الناس ، ورسخت مفاهيم التواصل و الحوار و اتساع الاستثمارات خارج إطار الدولة.
2. من مظاهر و تجليات العولمة:التجليات الثقافية في زيادة النشاط السياحي وانتشار الثقافة الاستهلاكية.
3. العولمة الإعلامية أحد التجليات والمظاهر الأساسية لظاهرة العولمة، تعمل كأدلة متطورة جدا من خلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخاصة الانترنت والبعث الفضائي المباشر، من أجل توسيع دائرة العولمة لتشمل القيم الاجتماعية ، والأنساق الثقافية في المجتمعات المختلفة.
4. للعولمة الكثير من الإبعاد و المظاهر الاقتصادية التي تظهر في زيادة أهمية تكنولوجيا الإعلام و الاتصال والمعلومات في اقتصاديات الدول الصناعية الكبرى خاصة ، وفي أنشطة الشركات متعددة الجنسيات وسعيها المستمر نحو الاحتكار و التركيز في إمبراطوريات إعلامية كبرى. أما تجلياتها السياسية، فتظهر من خلال طرح قضايا و مشكلات تمثلت في تراجع دور الدولة في الصلاحيات الإعلامية و الاقتصادية ، و تنامي الدور المباشر للشركات متعددة الجنسيات لتقوم بدور حاسم في



تفعيل التجليات الإعلامية والاتصالية للعولمة، في ظل تليخيص وتراجع دور الدول. أما تجلياتها الإعلامية، فكانت في إعادة النظر في تعريف الإعلام و الاتصال من حيث الحقائق و المهامو الاستخدامات، و أبرزت هيمنة كبيرة و واضحة للولايات المتحدة الأمريكية على سوق تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، وهيمنة واسعة كذلك للمؤسسات الإعلامية الدولية ونفوذها، وسيطرتها على محتوى و توجهات المضامين و الأشكال الإعلامية.

5. للعولمة الإعلامية الكثير من الوسائل و الأدوات التي تتحرك من خلالها تمثلها: الصحافة و الإذاعة الدوليتين ، و وكالات الأنباء العالمية و الشركات متعددة الجنسيات وشبكات الانترنت و القنوات الفضائية الأجنبية على أنها أكثر عمقا و أكبر انتشارا من الوصيلتين الأخيرتين.

6. تتحدث هذه الأدبيات عن مظاهر مماثلة على المستوى الثقافي، حيث أشارت في الجانب الإيجابي للفضائيات الأجنبية، إلى أنها قد غدت تعمل كأداة تثقيف و انفتاح على العالم الخارجي، وبمستويات عالية التقنية والتطور شكلا ومضمونا، كما أنها فتحت باب المنافسة المحترفة بتطوير الإنتاج الإعلامي. أما في الجانب السلبي فقد أشارت البحوث والدراسات على تزايد العمل على إشاعة ثقافة الاستهلاك ، وتكريس وترسيخ ثقافة الاختراق الثقافي والتوجه نحو القضاء على التنوع الثقافي.

7. تشير عولمة الإعلام والاتصال إشكاليات عديدة يساعد طرحها ومناقشتها على فهم وتحليل اتجاهات وأنماط التفاعل بين عولمة الإعلام والهوية الثقافية ، واحتمال ظهور التتميط و التوحيد الثقافي ، إلى جانب عولمة الإعلام و المساواة و عولمة الإعلام و الاتصال و حرية الإعلام.

8. اقتراح أفراد عينة الدراسة لمواجهة الآثار السلبية للفضائيات الأجنبية على تنمية الوازع الديني و التمسك بالأخلاق و القيم الاجتماعية، مراقبة الأسرة لكل ما يشاهده أفرادها خاصة الأطفال و الشباب إلى جانب تطوير برامج قنوات تراعي قيم و أخلاق و خصوصيات أمتها.

❖ الاستفادة من الدراسة: مثلت الدراسة إطارا مرجعيا نظريا اتخذته الباحثة لمعرفة الآثار

الاجتماعية والثقافية، وعوامل حدوث ذلك وهو ما له علاقة بالفصل الرابع للدراسة.

### سادسا: المداخل النظرية للدراسة.

يندرج موضوع دراستنا "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية" تحت منظور النظريات

العلمية: "نظرية الحتمية القيمية"، "النظرية الوظيفية" و "نظرية المسؤولية الاجتماعية". و تبني الباحثة لهذه

المدخل راجع إلى:

أولا/طبيعة موضوع دراستنا الذي ارتبط بالتغير القيمي و التغيير الاجتماعي، إذ أن التحولات فرضت

"حتميات تقنية" و أخرى "حتميات اجتماعية" لها أثر على البناء القيمي و الثقافي، حيث أن أي خلل

يحدث في تفكير أفراد المجتمع العربي ومنظومته القيمية و الأيديولوجية السائدة فيه، يبرز "الحتمية

الاجتماعية" في مقابل "الحتمية التقنية" على أساس أن القوة الاجتماعية بكل أنواعها تمتلك زمام تطور

التكنولوجيا، وتؤثر في توجيهها.

ثانيا/طبيعة الجمهور العربي الذي يعتبر جمهورا فاعلا و محوريا في عملية تفاعله مع ما تبثه القنوات

الفضائية العربية خاصة وعمومية، المستقبل لرموزها، بناء على خصائص بنائه القيمي الأخلاقي الثقافي

الاجتماعي و الديني، و إن كان جزء منه، جمهور غير عربي وغير إسلامي.

1- نظرية الحتمية القيمية: لصاحبها البروفيسور عبد الرحمان عزي و التي كانت معالم ظهورها من

خلال محاضرة ألقاها في الملتقى العالمي الثالث والعشرين للفكر الإسلامي، تبسة بالجزائر، سنة 1989

،بعنوان: "الإعلام الإسلامي تعثر الرسالة في عصر الوسيلة".

تقوم فلسفة هذه النظرية على المنطلقات الروحية التي تميز المجتمعات البشرية و التاريخية

و التي كانت سببا في ظهور حضارات ماضية و حاضرة. و بناء على هذا الطرح عمد الباحث إلى إسقاط

فكرة "النظام الإعلامي" كبناء موصول "بالنظام الاجتماعي"، متواجد في مناخه الذي يكتسب ملامح

حضارية متباينة في ملامح بنايات حضارية أخرى، تجعل من دور و بناء وسائل الإعلام فيه تنتمي لزمن حضاري يختلف عما كان، أو ما هو موجود أو ما يمكن أن يتواجد في مجتمعات أخرى.

يرى عبد الرحمان عزي في إطار مقارنته "الظاهرة الإعلامية" بالحمية القيمية" ، أن الثقافة لها أولوية على وسائل الإعلام وهي تستوعبها، في حين تمثل وسائل الإعلام جزء فقط من الثقافة والذي ينقل إلى وسائل الإعلام.

ولإبراز دور وسائل الإعلام على الثقافة ،حدد عبد الرحمان عزي "القيمة" أولا في كونها تمثل: "أعلى درجة في سلم الثقافة، وهي تمثل كل ما يرتقي به الفرد إلى منزلة معنوية ،و يكون مصدرها الدين، وما الإنسان إلا أداة تتجسد فيه القيم والثقافات في ارتقائها بالدين ضرورة، ويأتي العقل في مرتبة موالية، و يمثل نشاطا منطقيا يتعامل مع المسائل النظرية كالإدراك و الفهم و التأويل ،ويكون هذا النشاط المنطقي منطقيا بالضرورة؛ إذا كان وثيق الصلة بالقيم و مصدر النشاط الذهني.و يكون هذا النشاط الذهني للعقل المستوى الذي ترتقي به الثقافة إلى الحضارة، فهذا يولد الآداب و الفنون و الفكر و المعرفة.(9) لتأتي حركة الإنسان و فعله في أسفل القاعدة ،و مصدرها واقع الإنسان المحدد بالزمن و المكان،وهو مرتبط بنشاطه الذهني وبالقيم.

ومرجعية عبد الرحمن عزي في ربط "محتوى و وسائل الإعلام" بالقيم" راجع إلى دراسته لتأثير وسائل الإعلام، الذي إما أن يكون إيجابيا إذا ما كان وثيق الصلة بالقيم ، أو تأثيرا سلبيا إذا ما تناقض مع القيم، ولم يتقيد بها و ابتعد عنها.وبذلك نجد التأثير الإيجابي لوسائل الإعلام يتجلى في تعزيز القيم،التنشئة الاجتماعية،تحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاجتماعي،توسيع دائرة الاستفادة من الثقافة، الوعي بالعالم الخارجي أو توسيع المحيط،النظر إلى الذات و المجتمع من زاوية خارجية،معايشة عالم متعدد يحمل الإنسان عبر الزمان و المكان ، الإشباع و الترفيه،الإعلام و التفسير و التحليل.

ولتجنب الآثار السلبية لوسائل الإعلام من تحييد للقيم؛ وجمهرة الثقافة (التبسيط و التشويه)؛ وتضييق المحيط؛ وتقليص المحلي و توسيع العالمي؛ وإضعاف نسيج الاتصال الاجتماعي و دور قادة الرأي والفكر؛ وتقمص أدوار النجوم السينمائية؛ المعيارية الاستهلاكية؛ المزج بين الرمزي و الحقيقي؛ إضعاف الحساسية تجاه الممنوعات الثقافية؛ الفجوة الإعلامية؛ الإدمان على الوسيلة؛ منع الفرد من نقد ذاته أو تغييرها. طرح عبد الرحمن عزي ما اصطلح عليه: الإبلاغ، الرحلة، المخيال الإعلامي، الزمن الإعلامي، المكان الإعلامي، الرأس مال الرمزي، عنف اللسان و الإعلام، السكة القيمية الإعلامية، أخلاقيات القيمة الإعلامية، البنية البيولوجية للقيمة والتأثير كمصطلحات لدراسة تأثير الزمن الإعلامي على الفرد والمجتمع من منظور قيمي. ويرى من خلالها أن تحديد العلاقة بين الزمن الإعلامي و المجتمع يكمن في طبيعة محتوى وسائل الإعلام التي يتعرض لها بشكل منسجم أو متعارض مع قيمه. وعليه تحددت مصادر نظريته في:

للنص القرآني و النبوي.

للنصوص التجديد في التراث: الغزالي، ابن القيم، النورسي.

للخلفية الاجتماعية لابن خلدون.

للخلفية الحضارية لمالك بن نبي.

للخلفية الغربية: أدوات النظرية الاجتماعية الغربية الظاهرية، التفاعلية الرمزية، البنيوية والنقدية.

ولقد ارتبطت نظرية "الحمية القيمة" في علاقة تعايش مع النظريات الأخرى و لم تلغها، بل تعاطفت

معها في جزئيات الواقع واختلفت عنها في كل ما يتعلق بالقيمة.

منطلق النظرية يكمن في كون أن "الحضارة الإسلامية" على خلاف الحضارات الغربية الجمالية، هي

حضارة أخلاقية، وبأهلية القيمة يتشكل حاجز لتجنب الآثار السلبية لوسائل الإعلام والاتصال، بناء على

مرجعية معرفية للاتصال كفضاء للتفاعل الاجتماعي، وبواسطته تتشكل و تبني الثقافة التي تمثل بدورها

فضاء رمزيا؛ تتحدد فيه ملامح المجتمع التي تكون سلوكيات أفرادها إيجابية إذا ما ارتبطت بالقيمة، فتظهر بذلك وظيفة القيمة في إطار اجتماعي و حضاري لإصلاح الخلل القيمي في أقوال وأفعال أفراد المجتمع، مع الأخذ بعين الاعتبار الزمن (الوقت) كقاعدة تاريخية لإعادة توازن الأزمنة مع أفضلية الزمن القيمي العبادي والإنجازي مع ترشيد "الزمن الإعلامي" ليُصرف في التكوين والتنشئة الثقافية و المعلومة الصحيحة وأجندة علاقة القيمة بالمكان، أي تثمين الموجودات الطبيعية وتأهيلها واستغلالها استغلالاً يتناسب مع مقتضيات الاستخلاف. (10)

2- النظرية الوظيفية: "الوظيفة" مصطلح يطلق على عملية وصف العلاقة بين وحدات النظام والنظام ككل، ولهذا المصطلح معنيان أساسيان: "المعنى الأول" هو المعنى المباشر الظاهر؛ فوظيفة الأخلاق هي إقامة معيار سلوك الأفراد في إطار الجماعة للمحافظة على توازن العلاقات واستمرارها، والثاني هو المعنى الضمني أو المستتر غير المباشر الذي لا يكون مقصوداً أو معترفاً به. (11)

ومن الناحية الاجتماعية فالوظيفية ترى بأن المجتمع هو عبارة عن بناء متكامل ومتداخل الأجزاء مثل العائلة والأسرة، وكل جزء منها يؤدي إلى استقرار النظام الاجتماعي. ويندرج مفهومها في هذا المجال من الآثار المترتبة عن الوحدات المكونة للمجتمع والتي قد تكون الأفراد والمؤسسات ... وهذه الوحدات لها وظائف تنتج عنها آثار مرغوبة في إطار المحافظة على البناء الاجتماعي، البناء الذي يتألف من ظواهر متضمنة وتابعة لبعضها البعض، مثل الوظيفة الإعلامية لوسائل الاتصال الجماهيري، و التي تؤدي إلى زيادة معرفة الأفراد من خلال جملة المعلومات والمعارف المقدمة إليهم.

وعليه نستنتج أن الهدف الأول للنظرية الوظيفية هو تنظيم المجتمع وضمان استقراره و توازنه على أساس التكامل بين أعضائه. حيث قام بارسونز في إطار علم الاجتماع الأمريكي، بالتأكيد كل دور كل من الدين والطبوس والشعائر الدينية في تحقيق ذلك في إطار أنساق مختلفة (الدين والاقتصاد و القانون)، حيث خصصت وسائل الإعلام و الاتصال بالدراسة باعتبارها أنساقاً اجتماعية ذات بناءات تقوم بوظائف

محددة، حيث يقوم كل بناء منها بوظيفة تساهم في المحافظة على النسق الاجتماعي العام، غير أن هذا الأمر لا يأتي إلا بوجود علاقة انسجام بين هذه البناءات و النظم الخاصة بوسائل الإعلام و الاتصال و بين النظم الأخرى، من خلال دراسة المحتوى الوظيفي و البنائي لوسائل الإعلام والاتصال، و نوعية المصالح و محددات النسق الاجتماعي العام الذي تعرض لمجموعة من القيود و الأطر و الأهداف و الغايات و الوظائف الأساسية لوسائل الاتصال الجماهيري و استراتيجياتها لإشباع المصالح العامة سواء للأفراد أو الجماعات." (12)

ولقد عكس اهتمام العلماء بهذا المجال أهمية توجيه الدور الوظيفي لوسائل الإعلام والاتصال بهدف تحقيق الأهداف العامة و الخاصة لوسائل الإعلام و مؤسساتها؛ و بخاصة القنوات الفضائية و بشكل يسمح بتقديم نماذج وظيفية تركز على تحقيق الأهداف المنشودة سواء بشكل إيجابي أو سلبي، و يحافظ على النسق الاجتماعي. و منه جاء التحليل الوظيفي لمعالجة قضايا خاصة بالإعلام والاتصال، حيث تم تطبيق الوظيفية في بحوث الإعلام و الاتصال من خلال:

1/ **حصر الوظائف التي تمارسها وسائل الإعلام:** وكان ذلك في أواخر الأربعينات من خلال البحوث التي قام بها هارولد لاسويل، حول وظائف محتوى الوسائل الإعلامية. حيث كان ينظر إلى وسائل الإعلام على أنها نظام شامل، و ليس وحدات داخل النظام الاجتماعي. و عليه اقتصر وظائف وسائل الإعلام على تقديم الأخبار و المعلومات، الشرح و التفسير للمادة التحريرية، ووظيفة التنشئة الاجتماعية من خلال ما تتضمنه من قيم و معايير.

2/ **منظور التحليل الوظيفي:** و فيه يركز على البناء الاجتماعي، طبيعته و كيفية عمل وحداته باعتباره واسع النطاق، ويمثل فيه المجتمع النظام الشامل، و تمثل الوسائل الإعلامية و محتوياتها و جماهيرها النظام العام. و التحليل الوظيفي هنا وظيفة تتجلى في ربط كل من التفاعلات التي تحدث بين وحدات النظام و آثارها المترتبة عليه.

على إثر ذلك حددت عدة وظائف "للقنوات الفضائية" في مجال الإعلام و الاتصال ،حيث اعتقد علماء هذه النظرية أن "القيم لها وجود مستقل عن الأفراد فهي موجودة قبل الأفراد، وتستمر بعدهم، فهي وليدة العقل الجمعي كما يرى دور كايم، وهي تلعب وظيفة هامة في المجتمع، لأنها تشبع احتياجات الأفراد للأمن و الاستقرار. فالقيم هي التي تعمل على تماسك المجتمع، وهي التي تحدد الوسائل التي يمكن للأفراد إشباع احتياجاتهم بشكل مقبول اجتماعيا. والقيم تعكس مصالح المجتمع ككل، و تسعى لخدمة جميع أفراد المجتمع و تتغير من وقت لآخر تبعا لاختلاف احتياجات الأفراد و هدفها الأساسي هو المحافظة على تماسك المجتمع."(13)

3- نظرية المسؤولية الاجتماعية: ظهرت هذه النظرية في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الخمسينات، في محاولة لتجاوز سلبيات الليبرالية وفشلها في تحقيق الحرية لوسائل الإعلام و الاتصال وخدمة المجتمع، ما أدى إلى "انخفاض الفرص المتاحة أمام الجمهور من الاستفادة من هذه الحرية حيث التطورات السريعة في المجال التجاري و التقني وفي المجال الإعلامي، وبالإضافة إلى ضعف الأداء و انخفاض القيم المعيارية له، وعدم قدرة وسائل الإعلام على تلبية الاحتياجات الأساسية للفرد و المتمثلة في الاحتياجات المعرفية و الاجتماعية و المعنوية."(14)

وعلى إثر صدور نص تقرير لجنة حرية الصحافة لعام 1947، تم منح الحرية لصناعة الإعلام وتوزيعها على القطاعين العمومي والخاص، تحقيقا للمصلحة العامة للمجتمع انطلاقا من جملة وظائف تُوَدِيها وسائل الإعلام والاتصال من خلال:(15)

- ◀ تقديم تقرير هادف وشامل وذكي عن الأحداث اليومية.
- ◀ العمل كمنبر لتبادل التعليق والنقد.
- ◀ تقديم صورة للجماعات المتنوعة التي يتكون منها المجتمع.
- ◀ إبراز أهداف المجتمع، وقيمه وتوضيحها.

◀ توفير معلومات كاملة عما يجري يوميا.

في هذا الصدد قدم الأستاذ "كيرتس موننجري"، في كتابه "مسؤولية رفع المعايير": "رؤية جديدة للمسؤولية تقول إنه إذا قامت الصحافة بإعلام الناس والمحافظة على خصوصيتهم ومراعاة قيمهم فهذه نصف المسؤولية، ولكن النصف الآخر هو بيان مسؤولية الجماهير تجاه المادة المذاعة، التي هي بدورها تجاه أنفسهم." (16) فالجماهير ينبغي أن تكون إيجابية في تعاملها مع ما تقدمه وسائل الإعلام، منتقية للمضامين بإدراك ووعي بالواقع وبما يتناسب واحتياجاتهم و رغباتهم و مبادئهم و فلسفاتهم.

ولذلك نجد أن المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام مبنية على مبادئ (17):

- 1- هناك التزامات للمجتمع يجب أن تقبلها وسائل الإعلام ويجب أن تنفذ الالتزامات من خلال المعايير المهنية الراقية لنقل المعلومات مثل الحقيقة و الدقة و الموضوعية و التوازن.
- 2- أن قبول هذه الالتزامات وتنفيذها يتطلب التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام في إطار القوانين والمؤسسات القائمة.
- 3- إن النقد الموجه إلى رؤية حكومية، أو حزب سياسي، أو مسؤول رسمي، يجب ألا يكون محلا للعقاب حتى بعد النشر.
- 4- أن تعدد الوسائل الإعلامية بما يعكس تنوع الآراء في المجتمع وحق الأفراد في الرد والتعليق في مختلف وجهات النظر.
- 5- أن الالتزام بالمعايير السابقة يجعل الجمهور والمجتمع يتوقع إنجازا راقيا وبالتالي فإن تدخله في هذه الحالات يستهدف تحقيق وجهات نظر مختلفة.



## سابعاً: تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة

تخضع متغيرات موضوع دراستنا "القيم الأخلاقية" و "القنوت الفضائية العربية" لمفهومين: أحدهما يعني بيان المعنى المراد من ظاهر اللفظ عند علماء اللغة خاصة، و الثاني يعني بيان ما توصل إليه العلماء من تحديد لهذه المتغيرات في جميع مسائلها على النحو الآتي ذكره:

## 1- مفهوم القيم الأخلاقية:

## 1.1.1. تعريف القيم:

أ. المعنى اللغوي للقيمة: تعددت معاني "القيمة" واختلف مفهومها، واستخدامها في عديد المجالات والتخصصات كالاقتصاد، علم الاجتماع، علم النفس، الفلسفة والدين. ولتحديد معالم هذا المصطلح في الإطار النظري لموضوع دراستنا نكتفي بضبط مفهومها اللغوي على النحو الآتي:

(1) معنى الوقوف والاعتدال والانتصاب وبلوغ الاستواء: فهي "اسم النوع من الفعل (قام)، و بتشديد الياء قِيماً أي وصف الإنسان أو الشيء أو العمل أو الدين بكونه قيماً، يعني مستقيماً، والإنسان القِيَم هو المستقيم وكذلك الدين القيم وفي القرآن الكريم قوله تعالى: " فيها كتب قيّمة"، "وذلك دين القيّمة." (18)

(2) الثبات و النهوض: " كما ورد في الجذر (قاوم) في الاستعمال القرآني إحدى و ستين و ستمائة مرة، تدور معانيه كلها حول النهوض أو الانتصاب أو الاعتدال بمعانيه المادية و المعنوية. يذكر منها قوله تعالى: (و إذا أظلم عليهم قاموا ولو شاء الله لذهب بسمعهم و أبصارهم) (البقرة 20).

(3) أقام الشيء: بمعنى عدله و أزال عوجه، مثل قوله تعالى (فوجد فيها جداراً يريد أن ينقض فأقامه) (الكهف 77)... ومنه أيضاً الإقامة بمعنى الاستقامة (و أن أقم وجهك للدين حنيفاً) (يونس 105). (19)

كما أشار ابن منظور أيضاً إلى المعنى اللغوي للقيمة على النحو التالي: "مشتقة من الفعل قوم: 1-

نقيض الجلوس - 2 العزم - 3 الوقوف و الثبات." (20)

أما البروفيسور عبد الرحمان عزي في كتابه (قوانين الإعلام: قراءة معرفية في النظام الأخلاقي) فقد عرف القيمة، في كونها كل: "ما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين، كقوله تعالى (وذلك الدين القيم) يوسف 145. وقوله (فيها كتب قيمة) (البينة3). (21)

ب. المعنى الاصطلاحي للقيم:

تعرف القيمة على أنها: "مفهوم عقلي ينعكس في نظرة الإنسان العامة للأمر ناتجة عن اقتناعه المطلق بما يصدره من أحكام متعلقة بأفضلية سلوكيات معينة دون غيرها، وعلى سبيل المثال يرفضون الفرد المسلم الملتزم اختلاط المرأة بالرجل في أي مكان (قيمة) و لكنه يوافق على استكمال تعليمها الجامعي واشتغالها بعد تخرجها من الجامعة (اتجاه). (22)

وهي بهذا تكون وثيقة الصلة بالثقافة إن لم تكن عاملا من عوامل توجيه أفراد المجتمع، ثابتة و لا تتغير إلا في إطار التغير العام للثقافة وعبر مراحل زمنية طويلة.

## 2.1. مفهوم الأخلاق:

أ. المعنوي اللغوي للأخلاق:

الأخلاق جمع خلق ومن معانيه في اللغة الطبع والسجية والعادة؛ يقول ابن منظور صاحب لسان العرب: ((اشتقاق خليق وما أخلقه من الخلاقة، وهي التمرين، من ذلك تقول للذي ألف شيئا صار ذلك، أي مرن عليه، ومن ذلك الخلق الحسن. وقد تفسر بمعنى الدين أيضا؛ ومن ذلك تفسير ابن عباس رضي الله عنه لقوله تعالى: ((وإنك لعلی خلق عظیم)) أي ((دين عظیم)) والطبع ظاهر في الأمور الفطرية التي زود الإنسان بها، والثانية والثالثة تظهران فيها هو بالطبع و ما هو بالتعود بعد اكتسابه". (23)

ومصطلحات الطبع والسجية والعادة والدين يعبر كل واحد منها على حقيقة، وهي عكس نفس الإنسان بأوصاف تتحقق بها ظاهرا.

ولقد أورد صاحب لسان العرب معنى يحدد به ماهية الخلق عن طريق المقارنة فيقول: "وحيقيقته أن لصورة الإنسان الباطنة وهي نفسه وأوصافها و معانيها المختصة بها، بمنزلة الخلق لصورته الظاهرة بأوصاف الصورة الباطنة أكثر مما يتعلقان بأوصاف الصورة الظاهرة. بعبارة أخرى الخلق للنفس كالخلقة للجسد كلاهما مجموع أوصاف. (24)

وتحديد معنى الأخلاق عند ابن منظور يؤكد على أن "الإنسان في اليوم الآخر عند الله، وفي نظرة الناس إليه في هذه الدنيا، محاسب على سلوكه العملي الصادر عن نفسه لأنه أمر يحصل من قبله، إراديا و يمكن له التحكم به بواسطة العقل الممنوح له و بمقابل ذلك لا يحاسب الإنسان على ما يتعلق لخلقه (بكسر الخاء) لأنه أمر إرادة الله و لا يقع ضمن مسؤولية الفرد و لقد تكررت الأحاديث النبوية الشريفة فيما أورده ابن منظور في باب الخلق منها حديث عائشة رضي الله عنها في وصف أخلاق النبي صلى الله عليه وسلم حيث قالت: كان خلقه القرآن أي كان متمسكا به، بأدابه و أوامره ونواهيه، و ما يشتمل عليه، من المكارم و المحاسن، و الأوصاف وفي هذا المعنى يقال: خالق الناس: أي عاشرهم وفق أخلاقهم وعاداتهم أو شاركهم في فلسفتهم العملية." (25)

### ب. المعنى الاصطلاحي للأخلاق:

الخلق هو "نظام متكامل من السمات أو الخصائص العقلية أو السلوكية تميز شخصا ما و تؤلف هذه السمات البناء النفسي للإنسان، وتتيح له أن يسلك سلوكا متفقا مع ذاته وقيمه إزاء المواقف المتعددة." (26)، فخصوية الإنسان تشتمل على المظاهر الاجتماعية بوجه خاص في حين أن الخلق يتجه إلى الإرادة المصطبغة بالقيم.

ويعرفه ابن مسكويه في كونه يمثل: "حال للنفس داعية لها إلى أفعالها من غير فكر ولا روية." (27) غير أن هذا التعريف يعكس فلسفة يونانية من خلال كونه لم يأخذ بعين الاعتبار الأساليب المؤدية للفعل، والتي تجعلنا نميز بين العمل الأخلاقي من غيره، فكل عمل صادر عن نفس الإنسان يصف

حالتها بغض النظر عن كونه إراديا أو غير إراديا، بالرغم من أن الإرادة هي من يميز بين العمل الخلقى من غيره.

وهو ما أكد عليه أيضا أحمد بن عبد العزيز الحداد في كتابه: "أخلاق النبي صلى الله عليه و سلم في القرآن و السنة الجزء الأول، حيث قال: "إن للنفس قوى مختلفة ووظائف متنوعة لا تتدرج تحت قانون الأخلاق البتة- فهناك ملكات الإدراك و التفكير، و الحكم و التخيل، و التذكر. كما أن لها وجدانات وانفعالات و غرائز و نزعات، وهذه كلها لا تتدرج تحت القانون الأخلاقي." (28) وهي نفس العناصر التي يشترك فيها مع تعريف ابن مسكويه.

وفي دائرة المعارف-باب الأخلاق-يقول بطروس البستاني: "الأخلاق هي السجية والطبع والعادة وعلم الأخلاق، أو تهذيب الأخلاق قسم من الحكمة العملية. ويكمل البستاني مكررا ما قاله (ابن منظور) بقوله: وهو علم الفضائل، وكيفية اقتنائها ليتحلى الإنسان بها، وعلم بالردائل وكيفية توقيها. فموضوعه الأخلاق و الملكة و النفس الناطقة من حيث الاتصاف." (29)

أما الإمام أبو حامد الغزالي فيرى " بأن الخلق بفتح الخاء والخلق بضم الخاء مصطلحان يمثلان وجهان لعملة واحدة، إذ يستعمل الأول للدلالة على ظاهرة الإنسان (الخير)، والذي يتم إدراكه بالبصر، و الثاني يراد به صورة الإنسان الباطنة (نفسه)، و التي تدرك بالبصيرة، و كلاهما يعكس إما صورة حسنة أو صورة سيئة. فالخلق حسب أبو حامد الغزالي: "هيئة من النفس راسخة عنها تصدر الأفعال بسهولة ويسر من غير حاجة إلى فكر وروية. فإذا كانت الهيئة بحيث تصدر عن الأفعال الجميلة والمحمودة عقلا و شرعا سميت تلك الهيئة خلقا حسنا، و إن كان الصادر عنها الأفعال القبيحة سميت تلك الهيئة خلقا سيئا." (30) فحسن الصورة الظاهرة لا يتم إلا بالصورة الباطنة، هذه الأخيرة التي لا تستوي إلا إذا استوت أربعة أركان (31):

1. **قوة العلم:** التي بها تدرك الأقوال صادقة أو كاذبة، والاعتقادات من خلال التفريق بين الحق والباطل و الأفعال في حسنها و قبيحها. وحسن هذه القوة ينجم عنه "الحكمة التي تمثل رأس الأخلاق" كما عبر عنه أبو حامد الغزالي. قال تعالى (ومن يؤت الحكمة فقد أوتي خيرا كثيرا.) (البقرة: 269).
2. **قوة الغضب:** فحسنها أن يكون انقباضها و انبساطها على حد ما تقتضيه الحكمة.
3. **قوة الشهوة:** فحسنها و صلاحها في أن تكون تحت إشارة الحكمة، إشارة العقل و الشرع.
4. **قوة العدل:** فهي ضبط الشهوة و الغضب.

فاعتدال هذه الخصال و توافرها أو توافر بعض منها يمثل حسن الخلق، فالغضب حسنه الشجاعة، والشهوة حسننها العفة."

نجد أن ابن مسكويه و الغزالي في تعريفهما للأخلاق جعلوها هبة من الله أصلها الفطرة ، وهي تتطور تدريجيا بالمران حتى يسهل على الإنسان إتقان الأفعال و السلوكيات و المداومة عليها، مستندا في ذلك على الشرع و العقل.

ولكن وفي إطار التعقيب على تعريفات أبو حامد الغزالي و ابن مسكويه، ينبغي أخذ "الإرادة" بعين الاعتبار دون تغليب "الطبع" و "الاعتیاد" ، مع عدم إغفال الجانب العملي، لأن مفهوم الخلق لا ينحصر في مجرد الصفات النفسية (شيئ معنوي)، وإنما يشمل أيضا الفعل الصادر عن الإنسان، وهو ما وضحه الأصفهاني من خلال جمعه بين عناصر الخلق وعرفه بأنه: "هيئة مركبة من علوم صادقة و إرادات زاكية وأعمال ظاهرة و باطنة ، موافقة للعدل و الحكمة و المصلحة، وأقوال مطابقة للحق، تصدر تلك الأقوال والأعمال عن تلك العلوم والإرادات فتكتسب النفس بها أخلاقا هي أركى الأخلاق وأشرفها وأفضلها." (32)

نستنتج من خلال ما تم ذكره أيضا أن الأخلاق ضابط للسلوك الإنساني ، فهي تمثل مجموعة المعايير التي تتكون لدى الأفراد؛ يكتسبونها من مجتمعهم ؛وتمكنهم من بلوغ أهدافهم في الحياة؛ و تعكس مثلهم

العليا التي تتخذ كميزان لوزن الأعمال، والحكم بها على تصرفاتهم المادية وأحاسيسهم ومشاعرهم المعنوية، وتحديد تعاملهم مع غيرهم، بغرس الحب والقدوة الحسنة والقصد الحسن في نفوسهم.

### 3.1. مفهوم القيمة الأخلاقية:

#### أ. المعنى اللغوي للقيمة الأخلاقية:

ينطوي مفهوم القيمة من حيث مصادر الدلالة اللغوية على طابع أخلاقي، إذ توجد هذه السمة الأخلاقية في الأصل الأجنبي للغات الانجليزية والفرنسية واللاتينية. فكلمة قيمة ترجمة (value) في اللغة الانجليزية و ترجمة لكلمة (valeur) في اللغة الفرنسية، والكلمة في مختلف أصولها تشير إلى معاني الحق والخير و الجمال. "(33) وتأكيدا على الطابع الأخلاقي للقيمة، يعرفها (Alven) على أنها: "معايير خلقية و أفكار و أحاسيس تجريدية يحملها أفراد المجتمع و تعمل على تحديدها طريقة التفكير و نمط السلوك. و يعتقد (Young) في هذا السياق، أن القيم تستند إلى الأفكار و المعتقدات فيما هو مرغوب فيه أو مرغوب عنه، فيما هو صواب أو فيما هو خطأ." (34)

بهذا المعنى، نجد القيمة تتجسد في الحكم الذي يصدره الفرد و يهتدي به للتفضيل ما بين الأشياء و المواضيع، بناء على مجموعة مبادئ و معايير اجتماعية يحرص على بقائها و المحافظة عليها و التحلي بها والعمل وفقها تحقيقا للخير.

#### ب. المفهوم الاصطلاحي للقيمة الأخلاقية:

وباعتبار "الأخلاق" من الظواهر الاجتماعية التي يعتبرها عديد علماء الاجتماع من نسخ الأعراف والتقاليد التي لا يرفضها المجتمع، بل يرفض نقيضها لما لها من صلة ترابط قوية بينها وبين الأعراف والقيم، نجدها تحدد الإطار العام "للقيم الأخلاقية" الذي يمثل فيه "نسق القيم" مضمون القيم "كنظام قيمي للمجتمع". فالأخلاق "منظومة من القيم و المعايير السلوكية التي يرتضيها المجتمع لنفسه و أفرادها نشداناً لفضائل الحق والخير والجمال، وهي من حيث وظيفتها توجه الأفراد إلى ما يجب القيام به و تنهى عما

يجب تجنبه في مختلف المواقف الحياتية والإنسانية وهي تركز في وظيفتها تلك على مجموعة من القيم الأخلاقية التي توجه السلوك الإنساني توجيها غائيا يتسم بالحكمة و يتشعح بالفضيلة... ومنها الأخلاق المهنية التي ترتبط غالبا بنسق من القيم و المعايير التي تحدد الطابع الأخلاقي لممارسة المهنة... والتي يطلق عليها الأخلاق المهنية، حيث يقوم أصحاب المهن بوضع دستور أخلاقي لمهنتهم تتضمن منظومة من المعايير والقيم الأخلاقية التي يجب أن يتحلى بها أصحاب المهنة وأن يأخذوا بمضامينها أثناء مزاولتهم للمهنة... ويستند إليها أصحاب المهن كمرجع يرشد سلوكهم أثناء أدائهم لوظائفهم." (35) و هو ما يطلق عليه "ميثاق الشرف"، بيان أخلاقي، عهد أخلاقي...

وبناء على ما تقدم نعرف القيمة الأخلاقية كالآتي:

◀ **القيمة الأخلاقية جزء من مفهوم الأخلاق:** إذ تعد العلاقة بينهما علاقة الأصل بالنتيجة.

و الأصل هو: "القيم" التي يؤمن بها الفرد، والنتيجة هي: "الأخلاق" التي تظهر في السلوك. والأخلاق تمثل "نسقا مترابطا من القيم التي تتكامل على نحو وظيفي. فلفظ القيمة الأخلاقية يعني الخير ونقيضه الشر، بحيث تكون قيمة العقل فيما يتضمنه من خيرية أو ما نرى فيه من خيرية، وكلما كانت المطابقة بين الفعل و الصورة الغائية للخير كلما كانت قيمة الفعل أكبر.

◀ **القيمة الأخلاقية كونية:** وهي "القيم العليا التي تمكن الفرد من القدرة على تحديد المسالك

الأخلاقية، من حيث هي خيرة أو شريرة، تدفع أصحابها إلى فعل الخير، وهي التربية التي تمتلك طاقة تنويرية من جهة، و طاقة عملية، أي أنها تحض الأفراد على معرفة القيم، ومن ثم على النشاط والعمل بمقتضى التوجهات الخيرة لهذه القيم الإنسانية الكونية العليا ومرتكزات ذلك: قيم الشرف، الحق، الخير،

العدالة، الحقيقة." (36) و هي بهذا تلزم الفرد بالضرورة بالقيم الواجبة عن رغبة أو إكراه.

وهي تصنف إلى قيم كونية عامة شمولية، و إلى قيم جزئية. أما هذه الأخيرة فلا تتصف بالعمومية، لأن القيم الشمولية تتمثل في " قيم الحرية، والمساواة، و الشجاعة، والكرم والحق، و الخير

و العدالة، والشرف والكرامة، واحترام حق الحياة و المحافظة عليها ، و هي قسم يشترك فيها جميع الناس وبقدرونها وعلون من شأنها و يهتدون بها في حياتهم الإنسانية،و ذلك لأنها ببساطة تعبر عن جوهر الإنسان، وعن أهليته الإنسانية بوصفه إنسان."(37) هذا ما يعطيها أبعادا عدة منها(38):

﴿ بعد التبادلية: أي أنها قائمة على معاملة الأشخاص الآخرين بمثل ما يجب أن نعامل به أنفسنا.

﴿ بعد التعميم: الخير يبقى خيرا في كل زمان ومكان، وعليه يقوم افتراض أن يفعل كل الناس

الخير.

﴿ بعد البداهة الأخلاقية: "القيم الأخلاقية تتبع من صميم الوعي الإنساني، و تصدر صدورا

عفويا،حتى الأطفال يدركون بالبداهة و الفطرة القيم الأخلاقية الكونية العليا التي ترمز إلى الحق والعدالة

والخير.

﴿ بعد الوجود و الانتشار: في مختلف أرجاء المعمورة كما في كل الأزمنة ، و في مختلف الثقافات

و منها فضائل:الصدق و المحبة و الأمانة و الشجاعة و الواجب.

﴿ القيمة الأخلاقية إنسانية: "القيم الأخلاقية متأصلة في الطبيعة الإنسانية تشترك فيها الثقافات

الحديثة و القديمة ،الغربية و العربية و كذا الثقافات التي تعبر عن داخل الإنسان و سمو أخلاقه."(39)

وهنا يستدعي الأمر ربط القيم الأخلاقية بالمسؤولية من خلال تسخير الفرد لإمكانياته الإبداعية

و المعرفية كاملة في خدمة المجتمع و الجماعة.

التعريف الإجرائي للقيمة الأخلاقية:نسق من القيم و المعايير المعنوية و السلوكية المادية،ذات

أبعاد نفسية،إيمانية،اجتماعية و تربوية،التي منطلقها الدين الإسلامي،و يرتضاها المجتمع العربي أفرادا

و مؤسسات في معاملاتهم الذاتية و الشخصية و الجماعية،و تكون محل تمسك و محافظة

عليها،متوافقة مع الحالات العمرية و النفسية الوجدانية و الفعلية،في كل زمان و مكان،و في شتى

المجالات.



## 2- مفهوم القنوات الفضائية العربية:

## أ- المفهوم اللغوي للقناة الفضائية:

القنوات جمع مفردة قناة، و هي قناة تلفزيونية تبث إرسالها لجميع دول العالم عبر شبكات اتصال غير أرضية(أقمار صناعية).

## ب- المفهوم الاصطلاحي للقناة الفضائية:

المقصود بالقنوات الفضائية: تلك الترددات الملتقطة عبر الأقمار الصناعية باعتماد عنصرين أساسيين هما: محطة البث الأرضي و القمر الصناعي.حيث تعتبر محطة البث الأرضي جهاز استقبال إلى القمر الصناعي ، من خلال إرسال الإشارات ، و الذي يقوم بتوزيعها من خلال قيام المحطات الأرضية بإرسال الصوت و الصورة بعد تحويلها إلى تيار كهربائي ضعيف الشدة ، لتتحول إلى أمواج مشعة تنتشر في الفضاء ، يستقبلها القمر الصناعي في شكل موجات و إشارات يضخم تردداتها.

وفي إطار الجهود الدولية و العربية المبذولة في سبيل إعطاء مفهوم شامل لحق الإعلام و الاتصال و تحقيقه و إرساء قواعد قانونية و تشريعية لضمانه و حمايته، حتى يتسنى لأفراد المجتمعات امتلاك وسائل اتصال جماهيرية ، و استخدامها بشكل متساو و عادل وفق محددات الأداء الأخلاقي لهذه الوسائل، و كذا الأسس السياسية، و القانونية و الثقافية، نعرف القنوات الفضائية العربية بأنها:

\*"مؤسسات إعلامية عربية ، ناطقة بلغة ولهجات عربية مختلفة ، إما عمومية ، يسعى قطاعها إلى بعث قنوات جامعة تبث برامج متنوعة تشمل أكثر من مجال ، ومختلف الأغراض والأهداف، أو خاصة تعتمد على تمويل رجال الأعمال. و قنوات فضائية بين القطاع الحكومي و الخاص، يمولها القطاع الخاص بنسبة معينة ،إلى جانب منح الدولة لتراخيص تسهل عملها. وهي وسائل متحررة من التبعية الأجنبية ، ذات مراكز إنتاج خاصة ،تتولى بنفسها إنتاج ما تريده ، و قنوات أخرى تعتمد على المنتج المنفذ أي أنها"تكلف مؤسسات أو شركات خاصة بالإنتاج لها.

تتنفع بموارد الإعلام ،ولها حق حرية الرأي و التعبير وتعليم الفرد العربي الإسلامي، و كفالة و ضمان خصوصيته و خصوصية مجتمعه ، و صون مصالحه ،و الحفاظ على نظامه العام ، و ذلك بالأمر بالمعروف و النهي عن المنكر ، و التأكيد على القيم الدينية والأخلاقية الثابتة ، والإرشاد ، وتبادل الآراء، و حماية الأخلاق والآداب العامة ، والأمن و السكينة، وإذاعة المعلومة الصحيحة وعدم التعدي على معتقدات الآخرين بالالتزام بمبادئ العقيدة و الشريعة والأخلاق الإسلامية ، وبالمسؤوليات المهنية."(40)

\*هي منصات إعلامية، خاصة لمجموعة من الدول العربية، أو المؤسسات الإعلامية العربية، لتوفير محتوى معين، أو مجموعة متنوعة من وسائل الإعلام و التلفزيون، و تدعى بالفضاء ، للوصول إلى جميع مناطق العالم.(41)

\*"كافة القنوات التلفزيونية العربية التي يمكن استقبالها عن طريق أجهزة خاصة (طبق - هوائي) من الأقمار الصناعية دون الحاجة إلى محطات إرسال أرضية". (42)

التعريف الإجرائي للقنوات الفضائية العربية: مؤسسات عربية خاصة و عمومية، ناطقة باللغة العربية، جامعة تبث برامج متنوعة، ذات ملكية خاصة أو تنفيذية لمراكز الإنتاج، يمكن استقبالها عن طريق أجهزة خاصة (طبق - هوائي) من الأقمار الصناعية أو محطات إرسال أرضية، تسعى إلى تحقيق أهداف محلية و أخرى عالمية، مضبوطة بقوانين و تشريعات لمجموعة من الدول العربية و المواثيق العالمية لضمان حق الإعلام و الاتصال و تحقيقه.

### 3- مفهوم البرنامج الاجتماعي:

أ- المفهوم اللغوي للبرنامج: من التعريفات اللغوية لمصطلح "برنامج":

\* "كلمة دخيلة من الفارسية ، جمعها برامج، و هي في الأصل ، الورقة الجامعة للحساب ، أو خطة يخططها المرء لعمل يريد أن ينفذه إنما هي منهج أو مخطط يوضع لغرض".(43)

\* و عرفه معجم الطلاب بأنه: "المادة التي تقدم أو تذاغ من الراديو أو التلفزيون".(44)

## ب- المفهوم الاصطلاحي للبرنامج:

\* عرف البرنامج على أنه: "مختلف الحصص الإذاعية و التلفزيونية التي تعالج مواضيع متنوعة ثقافية، اجتماعية ، سياسية ،تربوية ،أو ترفيهية ،سواء كانت في شكل الإلقاء العادي للأخبار أو في أشكال فنية إعلامية خاصة." (45)

\* يعرف أيضا على أنه: " فكرة تجسد و تعالج تلفزيونيا باستخدام التلفزيون كوسيلة تتوافر لها إمكانيات الرسائل الإعلامية و تعتمد على الصور المرئية سواء كانت مباشرة أو مسجلة على أفلام أو شرائط VTR بتكوين و تشكيل يتخذ قالباً واضحاً يعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة هادفة إلى الإعلام والتنقيف و التوجيه و التسلية و الإعلان ، و جذب انتباه المشاهدين و التأثير فيهم." (46)

## ج- المفهوم الاصطلاحي للبرنامج الاجتماعي: عرفت البرامج الاجتماعية بكونها:

\* "جميع محتويات الوسائط التي تتم دراستها أو معالجتها لمختلف الأحداث و العمليات الاجتماعية التي تؤثر على المجتمع المعاصر بوسائلها المختلفة، مما يسهل نقل وسائل الإعلام المختلفة، خاصة تلك التي ترسلها وسائل الإعلام التي تخترق في كل منزل تقريبا و يتم تلقيها و تأثرها بأغلبية المجتمع." (47)

\* "هي تلك الحقائق البرمجية التي يتم إعدادها و مراعاة تضمينها لمختلف الأحداث الاجتماعية ذات الصلة بحياة مجتمع معين، تستخدم فيها الوسائل الاتصالية و التكنولوجية التي تسهل نقل الأحداث و البرامج إلى حدود بيوت المشاهدين بغية التأثير فيهم." (48)

التعريف الإجرائي للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية: تمثل مجموعة من المواد الإعلامية (حوارات، تقارير، ريبورتاجات، سبر آراء) للقنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية، قصد تبليغ رسالة مشتركة في نشر رسالة القيم الأخلاقية بأبعاد إيمانية، نفسية، اجتماعية، تربوية انطلاقاً من مناقشة و معالجة قضايا إجتماعية ،عائلية ،علمية،صحية، تهم جميع فئات المجتمع العربي، بعرض حالات من الواقع العربي المعاش و استضافة لشخصيات مهمة على الصعيد العربي،

من زوايا ايجابية و أخرى سلبية في محاولة لتقديم الإفادة و الحلول و المساعدة حتى يرفع اللبس على العديد من الظواهر و المفاهيم،متخذة شعار المحافظة على حرمة و عادات و تقاليد و أعراف و هوية و خصوصية المجتمع العربي.

### ثامنا:مجالات الدراسة

يتحدد مجال دراستنا في القنوات الفضائية العربية والجزائرية الجامعة الخاصة والعمومية، ممثلة:

أولاً/ بالقنوات الفضائية العربية الجامعة الخاصة:

\*القناة الفضائية العربية: "الشروق TV"(49):تأسست الشروق tv نهاية سنة 2011 عبر الواب من خلال بوابة الشروق،ليتم بعد أشهر إطلاق بثها عبر الواب باسم الشروق الجزائرية التي تقرر إطلاق بثها التجريبي في نوفمبر 2011 قبل أن يبدأ بثها الفعلي في 19 مارس 2012،ليتم بعد أشهر اعتماد اسم الشروق tvقناة عامة بفتريات إخبارية محدودة.و هي قناة ضمن مجمع الشروق الذي يحصي عددا من الوسائل الإعلامية مثل الشروق اليومي و مجلة الشروق العربي و غيرها و التي يرأسها السيد علي فضيل.

و الشروق العامة أو الشروق tv معروفة بعدة حصص أهمها :احكي حكايتك،ما بيناتنا،افتح قلبك،بعيدا عن السياسة و خط احمر،إلى جانب بث العديد من الأفلام الجزائرية و عدد من المسلسلات و السيتركوم التي لاقت رواجاً كبيراً مثل عاشور العاشر في جزئيه الأول و الثاني و التي جعلت من الشروق tv في صدارة القنوات الخاصة من حيث المشاهدة ضمن القنوات الوطنية و العربية بالجزائر.فخلال شهر رمضان 2017 /06/10 و بفضل باقة برمجية متنوعة كشفت عنها دراسة ميدانية لمعهد MMR الخاص بإحصاءات المشاهدة بولايات الجزائر العاصمة،بجاية،قسنطينة،وهران و تلمسان، تسيد قناة الشروق tv المشهد الرمضاني حيث حافظت

على مركزها الأول للأسبوع الثالث على التوالي بنسبة 40% تليها بفارق كبير قناة النهار tv بنسبة مشاهدة 14%، فيما احتلت قناة الجزائرية one، ثلثها كل من MBC1 و الجزائرية الثالثة... أما فيما يخص فترة المشاهدة (الذروة)، أو ما يعرف بالبرامج تايم فلقد احتلت القناة العامة للشروق tv و للأسبوع الثالث، صدارة البرامج الأكثر متابعة قبل و أثناء و بعد أذان الإفطار.

\* **القناة الفضائية العربية: " MBC 1 "** تم إطلاق قناة تلفزيون الشرق الأوسط في سنة 1991، برأس مال سعودي. حيث كان أول بث فضائي لها من لندن لتغطية الوطن العربي، أوروبا، أمريكا، أستراليا و شرق آسيا. وهي شركة تجارية تعود ملكيتها لممولين سعوديين... اعتمدت على شبكة كبيرة من المراسلين من مختلف أنحاء العالم و الدول العربية خاصة من مصر، لبنان، سوريا، الجزائر و تونس، وتمكنت من اكتساب جمهور واسع من البلاد العربية. (50)

ونظرا للمكانة و البعد الديني للدولة السعودية "فرضت شروطا على البث التلفزيوني شكلا و مضمونا، حيث يغلب على برامجها بث البرامج الدينية، الاجتماعية، ونقل فروض الصلاة اليومية و الجمعة و التراويح من مكة المكرمة و المدينة المنورة... ويفترض أنها تهدف إلى بث برامجها من خلال البلاد العربية للمساهمة في نشر الثقافة و الحضارة العربية و الإسلامية، وتوفير اتصال تلفزيوني يغطي المنطقة العربية فضلا عن مزج الثقافات و تبادل المعرفة في شتى الميادين." (51) اتخذت سياسة شعارها "العالم بعيون عربية"، وذلك عن طريق نقل الأحداث العالمية الهامة بعيون عربية، والمحافظة على عادات و تقاليد المنطقة، و توثيق الروابط الفكرية و الإنسانية بين المواطنين العرب، تقديم باقة متنوعة من المواد الإخبارية و التثقيفية و الترفيهية للمواطن العربي داخل الوطن و خارجه، بالإضافة إلى نقل صورة الوطن العربي للمشاهدين الأجانب، بهدف إيجاد صلة بين المشاهد العربي و الأجنبي و تقديم خدمة إعلامية للمشاهد داخل الوطن العربي و في المغتربات." (52)

## ثانيا/ القنوات الفضائية العربية الجامعة العمومية:

\*قناة الجزائرية الثالثة - A3- :القناة الجزائرية الثالثة، وتعرف أيضا باسم تلفزيون الثالثة، وهي ثالث قناة انبثقت عن المؤسسة الوطنية للتلفزيون. تأسست سنة 2001 و تملكها المؤسسة العمومية للتلفزيون التي تعتبر أهم جهاز إعلامي في الجزائر، وهي مؤسسة عمومية للإعلام والاتصال تضطلع بمهام رئيسية يحددها دفتر شروط بموجبه تتابع في وسائطها الاتصالية النشاطات الرسمية لمؤسسات الدولة بالتبليغ والبت وفق ما يقتضيه الصالح العام للبلاد ، كما تضطلع بمهمة التوجيه والإعلام بالإضافة إلى الترفيه والتثقيف . تم استرجاع السيادة على المؤسسة الوطنية للتلفزيون من الاستعمار الفرنسي في 28 أكتوبر 1962، بعد أن كانت بنود اتفاقية افيان تقضي بقاء مؤسسة التلفزيون تحت السيطرة الاستعمارية بعد الاستقلال لكنها ظلت تحمل اسم مؤسسة الإذاعة والتلفزة الفرنسية ، إلى أن صدر المرسوم المؤرخ في الفاتح من أكتوبر 1962 تحت رقم 67-234 و بموجبه تحولت المؤسسة إلى مؤسسة البث الإذاعي و التلفزيوني ثم إلى مؤسسة الإذاعة و التلفزيون، إلى غاية صدور المرسوم رقم 86-147 المؤرخ في: 01 جويلية 1986، والذي بموجبه أنشأت المؤسسة العمومية للتلفزيون حيث يتواجد مقرها بشارع الشهداء الجزائر العاصمة.(53)

والمؤسسة العمومية للتلفزيون مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري، تملك الشخصية المعنوية و تأخذ وزارة الاتصال على عاتقها مسؤولية تسييرها وتحديد ميزانيتها، ويضمن التلفزيون الجزائري التغطية عبر كامل التراب الوطني، وهذا من أجل الوصول بأهدافه الاجتماعية والثقافية إلى كل شرائح الجزائر العميقة، إذ تركز اهتمامات التلفزيون الجزائري كقناة عمومية على البرامج المتنوعة ذات البعد الوطني في الدرجة الأولى، و كذا المجتمع الدولي و مختلف قضاياها الراهنة، التي تحرص المؤسسة على تقديمها إلى الجمهور الجزائري بشفافية كاملة. كما يعمل التلفزيون الجزائري على مواكبة التقنيات الجديدة

و تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، من خلال توسيع حركية الرقمنة داخل المؤسسة والتركيز على العمل بأجهزة متطورة، و يسهر على سير المؤسسة العمومية لتلفزيون الجزائر اليوم 16 مديرية. (54)

"و تهدف القناة الفضائية الجزائرية إلى كسب التأييد العربي و العالمي في مواجهة المتطرفين و عرض مجازهم الإجرامية ضد الشعب الجزائري المسلم، و الاهتمام بالجالية الجزائرية المغتربة وربطهم بوطنهم الأصلي من خلال تقديم برامج جزائرية تعرف بالجزائر كبلد عربي إسلامي عريق، و يتمتع بحضارة متمدنة و التعريف بالجمال السياحي و الطبيعة الخلابة للجزائر، و إظهار إنجازات الجزائر في المجالات كافة. و تقدم القناة الفضائية الجزائرية برامج محلية وهي نقل أو إعادة للتوجهات أو الفلسفة البرمجية نفسها التي تحكم القناة الأرضية التقليدية." (55)

فكان تركيز القناة منصبا على البرامج التثقيفية التراثية و الدينية، إضافة إلى أعمال درامية من إنتاج الإذاعة و التلفزة الجزائرية.

**\*القناة الوطنية 1:** كانت انطلاقة التلفزة التونسية سنة 1966 بقناة وحيدة وذلك تحت تسمية (إ ت ت) أي الإذاعة والتلفزة التونسية، وكان ذلك يوم 31 ماي تحديدا بعد مرحلتين من البث التجريبي الأول في 1 أكتوبر 1965 ودامت ساعة وربع، والثاني في 29 أكتوبر من السنة نفسها دام ساعتين وربع وكان البث خلالها مباشرا لأن التلفزة التونسية ما زالت لا تملك آنذاك أجهزة التسجيل والتركيب. وقد كان البث بعد أن أصبح منتظما ويكتسي صبغة الشبكة التلفزيونية يتواصل لمدة ثلاث ساعات يوميا من الساعة السابعة إلى الساعة العاشرة مساء، إثنان منها باللغة العربية والأخرى باللغة الفرنسية.

وفي نهاية سنة 1976 بدأت القناة التلفزيونية في إنتاج برامجها بالألوان ووسعت ساعات البث، في عام 1983 أطلقت تسمية جديدة على القناة لتصبح (إ ت ت 1) عقب إنشاء القناة (إ ت ت 2) الناطقة باللغة الفرنسية، وفي سنة 1987 بدأت في عرض الدعاية لأول مرة. في سنة 2010 حققت القناة نقلة تقنية نوعية مع الانتقال إلى مقرها الجديد بهضبة شمال الهلتون المجهز بآخر معدات الإنتاج السمعي

البصري، لكن النقلة الحقيقية تحققت بفضل ثورة 14 جانفي 2011 التي حولت التلفزة التونسية إلى مرفق عمومي بعد أن كانت مرفقا حكوميا، فأصبحت مرآة للمجتمع التونسي لذلك أطلقت عليها تسمية الوطنية<sup>1</sup> باعتبارها أداة التعبير عن الشعب التونسي وضامنا لحقه في المعلومة إضافة إلى أداء وظيفتها في التوعية والتعليم والتنقيف والترفيه." (56)

"الوطنية 1" هي إحدى قنواتي التلفزة التونسية وهي قناة عمومية جامعة، يتواصل الإرسال في الوطنية الأولى لمدة 24 ساعة يوميا لعرض إنتاجات وبرامج تنفرد بها القناة في مجالات مختلفة وبأشكال عديدة، مثل البرامج الحوارية والمجلات الإخبارية والبرامج الرياضية والثقافية والخدماتية والوثائقية، ولكن أيضا برامج الألعاب والتسلية فضلا عن السهرات المنوعاتية والسينمائية والأعمال الدرامية... وهي تبث برامجها من تسع محطات رئيسية، و إحدى وسبعين محطة ثانوية في جميع أنحاء الأراضي التونسية. وتغطي شبكتها الأرضية 99.8 % من السكان. ومنذ الثاني من ماي 2007 أصبحت تبث برامجها بصفة مسترسلة على مدار اليوم دون انقطاع، في حين أن الإرسال كان ينقطع يوميا من الساعة الواحدة والنصف بعد منتصف الليل إلى الساعة السادسة صباحا. (57)

### تاسعا: منهج الدراسة

في إطار محاولة الربط بين متغيري الدراسة الأساسيين "القيم الأخلاقية" و "القنوات الفضائية العربية" قصد معرفة مدى ترابط تلك العلاقة أو تناورها، قامت الباحثة باختيار المنهج المسحي، الذي يستخدم فيه الأسلوب الوصفي في جمع المعلومات ثم تصنيفها بما يسمح من تحديد طبيعة و خصائص موضوع دراستها، إلى جانب معرفة المتغيرات و العوامل المتسببة في واقعها عن طريق التحليل و التفسير العلمي، علاوة على جمع البيانات الضرورية عن متغيرات مشكلة الدراسة الإعلامية "للبرامج الاجتماعية" للكشف عما يكمن وراءها و ما تريد تبليغه.



ومن خلال المسح بالعينة اكتفينا بدراسة جزء من أجزاء المجتمع الممثل للدراسة، و الذي ينصب على عدد من الحالات، بما يساعد على التحليل الكمي و الكيفي المقارن لموضوع دراستنا.

وعليه وقع الاختيار على القنوات الفضائية العربية الجامعة:

### 1-القنوات الفضائية العربية الجامعة الخاصة:

\*قناة الشروق TV (قناة جزائرية).

\*قناة 1 MBC (قناة سعودية).

### 2- القنوات الفضائية العربية الجامعة العمومية:

\*قناة الجزائرية الثالثة – A3- (قناة جزائرية).

\*القناة الوطنية 1 (قناة تونسية).

وكعينة ممثلة للمجتمع الأصلي:القنوات الفضائية العربية التي بلغ عددها حسب الرصد الذي قدمه

التقرير السنوي 2015 لاتحاد إذاعات الدول العربية :1230 قناة،133 منها عمومية و 1097 قناة

خاصة.292 قناة منها قنوات جامعة:56 منها قناة جامعة عمومية، و236 قناة جامعة خاصة.

بعرض الأساليب الاتصالية والسيمائية الرمزية التي يمكن أن يقدم بها موضوع "القيم الأخلاقية" من

خلال "البرامج الاجتماعية" في "القنوات الفضائية العربية الجامعة" عينة الدراسة خاصة و عمومية، و ذلك

بتحليل الفكرة العامة لمضامين الشكل الإعلامي قصد إيجاد إجابات عن الأسئلة المطروحة سابقا، حيث

يرتكز هذا العرض على قراءة و استخلاص معان و دلالات ضمنية(كامنة) لموضوع "القيم الأخلاقية"

ورسالة البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة،و ذلك بتقديم تفسيرات تعكس مضمون

رموز الخطاب التي تتضمنها أنظمة إشاراتها الخاصة باللغة المستخدمة و كذا الرموز الموظفة، بناء على

الأخذ بعين الاعتبار الخطاب كوحدة لغوية أرقى من الجملة تفسر من خلاله هذه الأخيرة باعتبارها آلية

من آليات التعبير عنه إلى (كيف يقال النص).

وفي إطار إجراء المقارنة قمنا بإدراج المنهج المقارن إلى جانب المسح، وذلك وفقا لما تتطلبه دراستنا فيما يخص إبراز أوجه التشابه و الاختلاف في تناول "القنوات الفضائية العربية" العمومية والخاصة عينة الدراسة موضوع "القيم الأخلاقية"، من خلال معرفة درجة تواجد موضوع "القيم الأخلاقية" في "البرامج الاجتماعية" للقنوات الفضائية العربية" عينة الدراسة.

### عاشرا: أدوات جمع البيانات

1/ استمارة سبر الرأي العام: وهي استمارة استطلاع لجمهور عشوائي اعتمدها الباحثة كأداة لتحديد أفضل القنوات الفضائية العربية و الجزائرية الخاصة و العمومية، المشكلة لمجتمع الدراسة وكذا أفضل برامجها الاجتماعية لدى الجمهور. حيث كانت عينة الاستطلاع حصصية طبقية حسب الصدفة، ووجهت إلى 60 مفردة تمثل: فئة الأساتذة (15 أستاذا)، فئة الطلبة (15 طالبا)، فئة الموظفين (15 موظفا) و فئة العمال (15 عاملا) بكلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري- جامعة صالح بوينيدر قسنطينة 3- بعنوان: "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية".

حيث توصلت نتائجها المتعلقة بعبادات المشاهدة عند جمهور القنوات الفضائية العربية كما سيتم

تبيانها في الجداول التالية:

جدول رقم (1): نتائج مشاهدة القنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية (غير الجزائرية) عند الجمهور.

Σ	القنوات الفضائية العربية العمومية		القنوات الفضائية العربية الخاصة		نوع القناة الفئة
	لا	نعم	لا	نعم	
30	10	5	00	15	أساتذة
30	08	07	00	15	طلبة
30	07	08	01	14	موظفين
30	11	04	02	13	عمال
120	36	24	03	57	Σ

المصدر: إنجاز الطالبة

جدول رقم(2):نتائج مشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة و العمومية عند الجمهور.

Σ	القنوات الفضائية الجزائرية العمومية		القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة		نوع القناة الفئة
	لا	نعم	لا	نعم	
30	5	10	1	14	أساتذة
30	11	4	05	10	طالبة
30	03	12	03	12	موظفين
30	11	04	04	11	عمال
120	30	30	13	47	Σ

المصدر: إنجاز الطالبة

جدول رقم(3):نتائج أفضل قناة فضائية عربية خاصة وعمومية(غير الجزائرية)مشاهدة عند الجمهور.

Σ	القناة الفضائية العربية العمومية	القناة الفضائية العربية الخاصة	اسم القناة الفئة
	القناة الوطنية 1	MBC1	
7	1	6	أساتذة
7	00	7	طالبة
6	00	6	موظفين
3	1	2	عمال
23	2	21	Σ

المصدر: إنجاز الطالبة

جدول رقم(4):نتائج أفضل قناة فضائية جزائرية خاصة و عمومية مشاهدة عند الجمهور.

Σ	القناة الفضائية الجزائرية العمومية	القناة الفضائية الجزائرية الخاصة	اسم القناة الفئة
	الجزائرية الثالثة-A3-	الشروق TV العامة	
14	9	5	أساتذة
8	5	3	طالبة
8	5	3	موظفين
7	3	4	عمال
37	22	15	Σ

المصدر: إنجاز الطالبة

جدول رقم(5):نتائج أفضل برنامج اجتماعي مشاهدة عند الجمهور في أفضل قناة فضائية عربية خاصة و عمومية

(غير الجزائرية):

Σ	القناة الفضائية العربية العمومية	القناة الفضائية العربية الخاصة	اسم القناة الفئة
	القناة الوطنية 1	MBC1	
	برنامج"رأيك أصلح"	برنامج"كلام نواعم"	
2	1	1	أساتذة
02	00	2	طلبة
03	00	3	موظفين
00	00	00	عمال
07	1	6	Σ

المصدر: إنجاز الطالبة

جدول رقم(6):نتائج أفضل برنامج اجتماعي مشاهدة عند الجمهور في أفضل قناة فضائية جزائرية خاصة وعمومية.

Σ	القناة الفضائية الجزائرية العمومية	القناة الفضائية الجزائرية الخاصة	اسم القناة الفئة
	الجزائرية الثالثة-A3-	الشروق TV العامة	
	برنامج"للعائلة"	برنامج"خط احمر"	
05	03	02	أساتذة
00	00	00	طلبة
03	00	03	موظفين
00	00	00	عمال
08	03	05	Σ

المصدر: إنجاز الطالبة

2/ تحليل المحتوى السمعي البصري "للبرامج الاجتماعية" في "القنوات الفضائية العربية" الخاصة والعمومية: إذ أن أهمية أداة تحليل المحتوى في دراستنا قائمة على أهمية متغيري الدراسة "القيم الأخلاقية" و "القنوات الفضائية العربية"، إذ تمثل هذه الأخيرة وسيلة إعلامية ومصدرا أساسيا لاستقاء المعلومات لدى الفئات الجماهيرية العربية المختلفة من جهة، والتي تشكل ركيزتها لتحقيق أهدافها من جهة أخرى، ذلك أن تحليل المحتوى سمح بتحليل الشبكة البرمجية لهذه الوسيلة، وتبيان محتواها الاجتماعي و دلالاتها في كل من:

### 1) القنوات الفضائية العربية الجامعة الخاصة:

\*قناة الشروق TV (قناة جزائرية) وبرنامجها الاجتماعي: "خط أحمر".

\*قناة 1 MBC (قناة سعودية) وبرنامجها الاجتماعي: "كلام نواعم".

### 2) القنوات الفضائية العربية الجامعة العمومية:

\*قناة الجزائرية الثالثة - A3 - (قناة جزائرية) وبرنامجها الاجتماعي: "للعائلة".

\*القناة الوطنية 1 (قناة تونسية) وبرنامجها الاجتماعي: "رأيك أصلح".

أما فيما يتعلق بالدراسة التحليلية المقارنة لمضامين البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة، وكذا نواحيها الشكلية التي قدمت بها، فلقد حددت الباحثة فئاتها التحليلية الخاصة بالمضمون و الشكل في "استمارة إحصائية كمية و كيفية"، تم تفكيكها إلى محاور و موضوعات؛ كل محور له عبارات محددة و كفاية عددية ذات أبعاد للتعامل مع موضوع "القيم الأخلاقية" في القنوات الفضائية العربية الجامعة الخاصة و العمومية إما إيجابا أو سلبا فيما يلي:

أولا/ فئات الشكل (كيف قيل؟):

1- فئة القالب الفني الذي اعتمدت عليه القنوات الفضائية العربية: "الشروق TV، 1 MBC ،

الجزائرية الثالثة - A3 -، القناة الوطنية 1 في تقديم موضوع "القيم الأخلاقية" في برنامجها الاجتماعي:

\* حوار .

\* تقرير .

\* روبرتاج .

\* سبر رأي .

2- فئة الأساليب الإقناعية التي اعتمدت عليها القنوات الفضائية العربية: "الشروق TV، MBC 1 ، الجزائرية الثالثة - A3-، القناة الوطنية 1 في تقديم موضوع "القيم الأخلاقية" في برنامجها الاجتماعي:

\*أساليب إقناعية عقلية.

\*أساليب إقناعية عاطفية.

3- فئة اللغة التي تستخدمها القنوات الفضائية العربية: "الشروق TV، MBC 1 ، الجزائرية الثالثة - A3، القناة الوطنية 1 في تقديم موضوع "القيم الأخلاقية" في برنامجها الاجتماعي:

\*اللغة العربية الفصحى.

\*اللهجة العامية

\*مزيج من اللغات.

\*اللغة الأجنبية.

ثانيا/ فئات المضمون (ماذا قيل؟):

1- "مواضيع القيم الأخلاقية" في محتوى البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية"الشروق

TV، MBC 1 ، الجزائرية الثالثة - A3-؟ القناة الوطنية 1): - حصر للقيم الأخلاقية -

2- فئة أبعاد "القيم الأخلاقية" في محتوى البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية"الشروق

TV، MBC 1 ، الجزائرية الثالثة - A3-؟ القناة الوطنية 1):

- البعد الإيماني.

- البعد النفسي.

- البعد الاجتماعي.

- البعد التربوي.

3- فئة اتجاه مضمون "مواضيع القيم الأخلاقية" الأكثر بروزا في محتوى البرامج الاجتماعية للقنوات

الفضائية العربية"الشروق TV، MBC 1، الجزائرية الثالثة - A3-؟): -اتجاه كل قيمة-

\*اتجاه ايجابي.

\*اتجاه سلبي.

\*اتجاه محايد.

4- فئة الفاعل أو المحرك الأساسي اتجاه مضمون "مواضيع القيم الأخلاقية" الأكثر بروزا في محتوى

البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية"الشروق TV، MBC 1، الجزائرية الثالثة - A3- القناة

الوطنية 1 ؟):

\* المذيع.

\*معلق على تقرير/روبورتاج.

\* ضيف.

\* جمهور.

\* حالة.

ولقد مرت عملية الإعداد "لاستمارة إحصائية- كمية و كيفية- للدراسة" بالمراحل التالية:

1- وضع تساؤلات:(كيف قيل؟ وماذا قيل؟)، انطلاقا من التساؤل الرئيسي و التساؤلات الفرعية للدراسة

و كذلك أهدافها.

2- تصميم استمارة استبيان أولية .

3- عرض استمارة استبيان أولية على الأستاذ المشرف: و التي كانت تحوي محورين:

\* المحور الأول : الخاص بالشكل ، حيث احتوى على ثلاث (3) أسئلة.

\* المحور الثاني :خاص بالمضمون، واحتوى على أربع (4) أسئلة.

وبناء على ملاحظات الأستاذ المشرف تم:

\* إلغاء عنصر: "توزيع الأساليب الاقناعية"، حتى لا يكون على حساب توزيع: "أبعاد القيمة".

\* إلغاء "درجة اتجاه القيمة" من عنصر: "اتجاه موضوع القيم الأخلاقية الأكثر بروزا في محتوى البرامج

الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية"الشروق TV، MBC 1، الجزائرية الثالثة - A3-؟): -اتجاه كل

قيمة-

4- بعد المراجعة و التعديلات التي أدخلت على استمارة الاستبيان، تم عرض الاستمارة على أربعة (4)

خبراء ومحكمين : (محكمين من الجزائر-جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة- ومحكم من الأردن-الجامعة

الأردنية - و محكمة من المملكة العربية السعودية-جامعة أم القرى-).

5- بعد إجراء الخبرة من طرف المحكمين الأربعة لاستمارة الاستبيان تم إدخال التعديلات التالية:

أولا/التعديلات الخاصة بتساؤلات الدراسة: كانت الباحثة قد طرحت تساؤلا رئيسيا و ثلاث (3) أسئلة

فرعية،و عليه تم :

\*تعديل صياغة السؤال الرئيسي و التساؤل الثاني للدراسة باستبدال تعبير: "منظومة أخلاقية"، بتعبير: "قيم

أخلاقية".

\*تعديل صياغة التساؤل الثاني للدراسة: "هل القنوات الفضائية العربية مسؤولة عن فساد المنظومة

الأخلاقية، أم أنها مساهم في تثقيف الجماهير و توعيتها و الارتقاء بمستواها الأخلاقي؟".بحذف

كلمة: "مسؤولة" و استبدالها بتعبير: "جزء من المسؤولية".



\*تغيير الشطر الثاني من التساؤل الثالث: "هل دور القنوات الفضائية العربية المحدد في تغيير الاتجاهات والقيم يستند إلى المنظومة الأخلاقية للمجتمع العربي؟". وما هي العوامل المساعدة على ذلك؟.

\* تعديل الصياغة اللغوية لبعض الجمل الخاصة بأهداف الدراسة.

\* إعتقاد أسلوبين إقناعيين: "الأسلوب الإقناعي العقلي و الأسلوب الإقناعي العاطفي"، وحذف "أسلوب الاستجداء و التخويف"، فالاستجداء لا يحتوي الترهيب، لأن الترهيب يعني التخويف والتهديد بالعقوبة. أما التشويق الأخلاقي فهو مُضمّن في الأساليب العاطفية، حيث يتضمن الاستجداء: طلب المغفرة و الرحمة من الله سبحانه و تعالى و التوفيق في العمل الدنيوي و الآخروي.

ثانيا/تعديلات خاصة بأهداف الدراسة: بحذف هدف من الأهداف المحددة مسبقا كونه يتطلب إجراء دراسة ميدانية على عينة من مفردات هذا المجتمع وهو ما لا تشمله دراسة الباحثة.

إلى جانب هذا؛ وكخطوة منهجية في تحليل المحتوى، قمنا بتحديد وحدات التحليل الخاصة بالجوانب المراد إخضاعها للتحليل حيث تمثلت في وحدة الموضوع أو الفكرة، و التي من خلالها يتم تناول العبارات والأفكار الخاصة بموضوع "القيم الأخلاقية" بالإضافة إلى وحدة الزمن التي استغرقها تقديم موضوع "القيم الأخلاقية" في البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية "الشروق TV، MBC1، الجزائرية الثالثة – A3".

وبعد انتهاء الباحثة من تحديد إطار التحليل، فئاته ووحداته، تلت هذه العملية إجراءات تكميلية

أخرى اتبعت فيها الباحثة الخطوات التالية الخاصة ب:

◀ تصنيف البيانات وفقا لفئات ووحدات التحليل.

◀ ترميز وحدات التحليل و تسميتها.

◀ إجراء علاقة ربط بين وحدات التحليل المختارة.

◀ تفسير ومقارنة مدلول المضامين الإعلامية للبرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية "الشروق  
MBC1،TV ، الجزائرية الثالثة - A3- " مفاهيم الدراسة، تساؤلاتها و مداخلها النظرية المفسرة لموضوع  
"القيم الأخلاقية".

◀ استخلاص أفكار جديدة نتيجة التغيير.

## \*مراجع و هوامش الفصل الأول:

- (1):هدى علي جواد الشمري: مباحث في علم الاجتماع الإسلامي.دار المناهج للنشر و التوزيع، الأردن، ط1. ص.351.
- (2):علي عبد الفتاح كنعان: الإعلام و المجتمع. دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان ، ط1، 2014. ص. 93.
- (3)<http://alwael.com> 14.38h 29/7/2012
- (4):يوسف محمد عبد الرحمن السقاف:القيم الأخلاقية المتضمنة في مقررات العلوم الشرعية للمرحلة المتوسطة بنين في المملكة العربية السعودية.إشراف صالح بن سليمان العمرو. بحث مكمل لمتطلبات نيل درجة الماجستير مقدم إلى قسم التربية الإسلامية و المقارنة بكلية التربية في جامعة أم القرى، 1430-1431 هـ. ص و.
- (5):جلول خدة معمر: الدراسات الفلسفية الأخلاقية في الفكر المغاربي المعاصر. إشراف: صايم عبد الحكيم، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الفلسفة كلية العلوم الاجتماعية، 2010/2011 .
- (6):أحمد محمود محمد سلام:"النسق القيمي وعلاقته بسمات الشخصية للمشاركة في العمل الاجتماعي التطوعي إشراف: د. نور الهدى عمر محمد و د. صمويل بشرى،مذكرة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في التربية، تخصص علم نفس صحة نفسية، جامعة أسيوط 2012.
- (7):محمد فيصل شيخاني:القيم و الأعراف الأخلاقية في الحضارة العربية الإسلامية."دراسة تاريخية وتربوية تحليلية.مطبعة اليمامة،سنة 1991. ص15،18،17،16.
- (8):رحيمة عيساني: الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية"- الشباب الجامعي الجزائري أنموذجاً-". أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام و

الاتصال ، إشراف / أ.د. فضيل دليو، كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية و علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر 2006/2005 ص.14،15.

(9): عبد الرحمان عزي: دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطة للنشر، تونس، ط 1، 2011، ص 23.

(10): المرجع نفسه، ص 65،66،67.

(11): يحي حسين درويش: معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية-انجليزي/عربي. الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان، مكتبة لبنان ناشرون، ط1998، ص 65

(12): سهير عبد الظاهر، احمد مدحت مصطفى: مناهج البحث في العلوم الاقتصادية والاجتماعية، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، ط1، 2004. ص118.

(13): عبد الله محمد عبد الرحمن: النظرية في علم الاجتماع-النظرية السوسيولوجية المعاصرة. دار المعرفة الجامعية، 2006. ص 17،18.

(14): عبد الله عبد الرحمن: سوسيولوجيا الاتصال و الإعلام النشأة و التطور و الاتجاهات الحديثة، دار المعرفة، 2006، ص 148.

(15): أحمد فوزي ملوخية: مدخل إلى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007. ص 7،8.

(16): احمد أبو زيد: البناء الاجتماعي مدخل لدراسة المجتمع الجزء الأول-المفاهيمات. دار المعرفة الجامعية للطبع و النشر و التوزيع، مصر، 2011. ص 100.

(17): محمد حسن العامري، عبد السلام محمد السعدي: الإعلام و الديمقراطية في الوطن العربي. العربي للنشر و التوزيع، ط 1، 2010. ص 22.

(18): محمد الرواح: جدلية القيم الأخلاقية و مستقبل الإنسانية. مجلة الأدب و العلوم الإنسانية، دورية

علمية محكمة تصدرها كلية الآداب و العلوم الإنسانية جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة، العدد التاسع، جانفي 2008، الجزائر. ص 253، 254، 255.

(19): محمد الروابح: المرجع نفسه، ص 255، 256.

(20): سعاد جبر سعيد: القيم العالمية و أثرها في السلوك الإنساني. جدار للكتاب العالمي، الأردن، ط1، 2008، ص 7، 8.

(21): عبد الرحمن عزي: قوانين الإعلام قراءة معرفية في النظام الأخلاقي في ضوء الإعلام الاجتماعي. الدار المتوسطية للنشر و التوزيع، تونس، ط1، 2014، ص 74.

(22): ماهر محمود عمر: سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ط2، 1992، ص 163.

(32): محمد عبد الستار نصار: دراسات في فلسفة الأخلاق. الكويت، ط 1، 2010، ص 15.

(24): محمد عابد الجابري: العقل الأخلاقي العربي - نقد العقل العربي - دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية. دار النشر المغربية، الدار البيضاء، ط1، 2001، ص 32.

(25): أسعد السحمراني: الأخلاق في الإسلام و الفلسفة القديمة. دار النفائس للطباعة و النشر و التوزيع، بيروت، لبنان، ط1، 1998، ص 17، 18.

(26)، (27): علي عبد الحليم محمود: التربية الخلقية - سلسلة مفردات التربية الإسلامية. التوزيع و النشر السيدة زينب، 1998، ص 29.

(28): أحمد بن عبد العزيز القاسم الحداد: أخلاق النبي صلى الله عليه وسلم في القرآن و السنة الجزء الأول، دار الغرب الإسلامي، بيروت، 1999، ص 29.

(29): أسعد السحمراني، مرجع سبق ذكره، ص 18.

(30): علي عبد الحليم محمود، مرجع سبق ذكره، ص 31، 32.

(31):المرجع نفسه، ص 32.

(32): أحمد بن عبد العزيز بن محمد الحلبي، مرجع سبق ذكره،ص 19.

(33)،(34):علي اسعد وطفة: في مفهوم الأخلاق:قراءة فلسفية معاصرة.بحوث و دراسات،شؤون

اجتماعية،كلية التربية ،جامعة الكويت،العدد119،2013،ص 114.

(35):المرجع نفسه،ص 95،110.

(36):علي اسعد وطفة: مرتكزات التربية الأخلاقية في عالم متغير.قسم أصول التربية،كلية التربية

،جامعة الكويت،مجلة الطفولة العربية،العدد49، 2011،ص 18،19.

(37)،(38):المرجع نفسه،ص 19.

(39):المرجع نفسه،ص 103.

(40):صالح علي الأسعد:انفجار الفضائيات العربية-الأبعاد-الأهداف-التأثيرات الثقافية.دار غيداء للنشر

و التوزيع،عمان،2011، ص 126.

(41):Bourdieu Pierre :La Jeunesse n'est qu'un mot en question de sociologie,

Paris ,Delanoel,2003.p.p398-399

(42):Oxford, Researcher Pocket, dictionary of communication, Foundation

edition, London UK,2008,P.197.

(43)،(44): طيب صبرينة: البرامج الثقافية في قناة الجزائرية-دراسة وصفية تحليلية - إشراف:احمد

عبدلي. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام الثقافي، 2015/2014 ، ص 5.

(45)،(46):سامية قرابلي:البرامج الاجتماعية في القناة الفضائية الجزائرية الثالثة.- دراسة تحليلية -

مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال.إشراف فضيل دليو 2012/2011،

ص 10.

(47):Maguy Chailley , Télévision et Apprentissage,

Paris ,L'Harmattan,2003,p.65.

(48):Mcquail Denis ,Toward a sociology of Communication,sage publication,

ferment and future foundations,Boston,Wadsworth,2010,p.p140-141.

(49):وثائق مقدمة من مسؤول قسم البرمجة بقناة الشروق tv بتاريخ 2019/02/16.

(50):لمياء طالعة:الإعلام الفضائي و التغريب الثقافي.دار أسامة للنشر و

التوزيع،الأردن،ط2014،1.ص.244.

(51)المرجع نفسه،ص 245.

(52):الأسد صالح الأسد:انفجار الفضائيات العربية الأبعاد-الأهداف-التأثيرات الثقافية، دار غيداء للنشر

و التوزيع،عمان،2011،ص 62.

(53) : www.entv.dz 01/04/2018

(54):الأميرة سماح فرج عبد الفتاح،تحرير و تقديم:عبد الإله بلقزيز و آخرون:الإعلام و تشكيل الرأي

العام و صناعة القيم.مركز دراسات الوحدة العربية،سلسلة بحوث كتب المستقبل

العربي،لبنان،2013.ص.102،101.

(55):لمياء طالعة:مرجع سبق ذكره،ص.245.

(56):الأميرة سماح فرج عبد الفتاح،تحرير و تقديم:عبد الإله بلقزيز و آخرون:مرجع سبق

ذكره،ص.102،101.

(57):www.watania.tn 01/04/2018

## الفصل الثاني: القيم الأخلاقية دراسة تاريخية نقدية

أولا : المنظومة القيمية في المجتمع العربي الإسلامي.

ثانيا : خصوصية النموذج الأخلاقي في الإسلام.

ثالثا : محددات القيم الأخلاقية الإسلامية في المجتمعات العربية.

رابعا : القيم الأخلاقية في المجتمعات العربية و تحديات العولمة.

خامسا : نظم القيم الأخلاقية في الثقافة العربية الإسلامية الراهنة.

\*مراجع وهوامش الفصل الثاني.



إن عملية البحث في "القيم الأخلاقية"، يتخلل دراسة الإنسان كونه فاعلا فرديا و اجتماعيا، حيث انتقل من كونه معايشا لأفعاله ، إلى كونه واعيا بهذه الأفعال ، فأصبح قادرا على تحديد أهدافه لبلوغ اسما غاياته عن طريق المعرفة و العلم. هذه الأخيرة التي شكلت ركيزة أساسية قامت عليها " القيم الأخلاقية "، وبناءا عليها تحدد دورها الذي أدته في عصور ماضية، والدور الذي يمكن أن تؤديه مستقبلا في خضم التطور التكنولوجي و العلمي الذي يشهده العالم الحديث و المعاصر، والذي جعل المجتمعات تعيش في صراع مابين تضيق "لمجال القيم" و حصرها في كونها "حضارة آلة"، كما هو ظاهر في كثير من الدول الغربية في حين وسع العلم و المعرفة "القيم الأخلاقية" في معظم المجتمعات الإسلامية بعدم تناقض الإسلام الروحاني ، إلى جانب "العقل" و "الغريزة".

### أولا : المنظومة القيمية في المجتمع العربي الإسلامي

تمثل "القيمة" خاصية من خصائص المجتمع الإنساني، وهو الذي يمثل فيه الإنسان "موضوع القيم"، والتي "تشتق أهميتها ووظائفها من طبيعة وجوده في المجتمع ، فلا وجود للمجتمع الإنساني دون قيم . فهما ظاهرتان متماسكتان أشد التماسك ويشبهها كروبير بأنهما كسطحي الورقة في تلاصقهما ، فادا محونا من أي مجتمع إنساني قيمه، فإننا بذلك نكون قد سلخنا عنه بشريته ."(1) وفي إطار "انساق القيمة" بين علماء الاجتماع أن :

"- القيم لا تمثل رغبات الناس ، وإنما تعني ما يريده الناس ليشكلوا رغباتهم. ومنه فالقيم تكون محل تمسك بها ومحافظة عليها ، أو القيام بالدعوة إلى تحديثها و الدفاع عنها ولذلك ينسب العلماء الأهمية الإستراتيجية للقيم خاصة القيم الدينية و الأخلاقية في العمليات التنظيمية والضبط الاجتماعي . ولقد ذهب بارسونز إلى أن المقاييس الأخلاقية تشكل بكونها مركز الجانب التقييمي من الثقافة العامة جوهر الميكانيزمات الثابتة لنسق التفاعل الاجتماعي. "(2)

"- القيم لها درجات مختلفة من التأثير على الفعل ،ويرجع هذا إلى أن القيم ليست متساوية في الأهمية ، فهي تقع في ترتيبات وهمية . والقيم تبدو وكأنها مركبة في سلم تتدرج فيه من مستوى عال من التجريد مثل القيمة العليا أو المطلقة إلى مستوى أدنى من القيم والخاصة بالعلاقات بين الوسيلة و الغاية . " (3)

وعلى هذا الأساس صنف علماء الاجتماع وغيرهم ، القيم إلى مجموعات مختلفة و بطرق مختلفة تعكس بشكل أو بآخر الجوانب القيمية . " فدوركايم مثلا ، يميز بين القيم على الأساس العلماني و الديني و كاو كوهين يقترح تصنيفا للقيم على أساس الشكل،المحتوى ، القصد، العمومية ، الشدة، الدرجة، التنظيم.وبعض العلماء الاجتماعيون الآخرون صنفوا القيم إما على أساس من خصائصها العامة مثل الإلزامية ، العمومية،و الضمنية، أو على حساب مستويات مثل القيم النوعية أو القيم الشخصية أو القيم الاجتماعية أو القيم الثقافية. و البعض الآخر يدرجون القيم حسب محتواها أو حسب ما تعكس من أنشطة إنسانية مثل القيمة النظرية و القيمة الجمالية و القيمة الاجتماعية والقيمة السياسية والقيمة الدينية . " (4)

وإذا كانت القيم في فلسفتها تمثل " دراسة المثل العليا و القيم المطلقة مثل : الخير والشر، من حيث هي في ذاتها وسائل لتحقيق غايات أم هي مجرد قيم مجردة المعاني في العقول تقوم بها الأشياء ، أم لها وجود مستقبل عن العقل الذي يدركها ، أي من حيث علوم معيارية تبحث فيما ينبغي أن تكون وليست علوما وضعية تبحث فيما كما هو كائن ... فعلم الأخلاق " واحد من العلوم القيمية التي تبحث عن التفكير السليم أي منظومة القيم التي يجب أن يحدد الإنسان في ضوءها تصرفاته وسلوكه الذي تعبر عن أخلاقياته في النظام الاجتماعي . " (5) وفي هذا الإطار نجد أن المنظور الإسلامي حدد القيم في كونها: " مجموعة المثل العليا و الغايات و المعتقدات و التشريعات و الوسائل و الضوابط و المعايير لسلوك الأفراد و الجماعات ، مصدرها الله عز وجل وتتميز القيم في المنظور الإسلامي من حيث المصدر، فالقران و السنة النبوية هما مصدرا القيم و الأخلاق في الإسلام .و تحدد القيمة علاقة الإنسان و توجهه

إجمالاً و تفصيلاً مع الله (الالتزام بمنهاج الله)، ومع نفسه، ومع الآخرين من البشر ، ومع الكون ، وتتضمن هذه القيم غايات ووسائل. ويؤكد الإسلام على الجانب القيمي و الأخلاقي في بناء الشخصية المسلمة بما منحها الله سبحانه وتعالى من إمكانيات و مقومات خلقية فالتبيعة الإنسانية تمتلك في حد ذاتها مقومات لنموها الأخلاقي. " (6) ومن أسرار استمرارية الحياة، أن يقوم السلوك الإنساني على "البدل" و"العطاء" وهو جوهر كلمة "الأخلاق" ، والتي على إثرها يقسم السلوك إلى ثلاث درجات :

" - الدرجة الأولى : السلوك الأخلاقي الذي يعطي الآخرين دون أن ينتظر منهم أجراً ولا ثواباً. وذروة السلوك الأخلاقي يعبر عنه قوله تعالى في حق الأنصار "ويؤثر على أنفسهم ولو كان بهم خصاصة.

- الدرجة الثانية : هي الأخذ و العطاء مثل التجارة و الإيجار و التعاون فالفرد يعطي و يأخذ . ولا فضل له على أخيه في شئ ، وهذا السلوك مشروع ويتحلى بمسحة أخلاقية في حالة التعاون لان الفرد لا يأخذ مباشرة ، وإنما ينتظر الأخذ في الوقت المناسب.

- الدرجة الثالثة : تعني الأخذ دون عطاء مثال ذلك السرقة و النشل و السلب و النهب وهي الدرجة السفلى من السلوك الإنساني ، وهي غير مشروعة قانوناً و شرعاً وعل هذا السلوك عقوبات متدرجة حسب تدرج الجرم . " (7)

ولقد صنفت القيم من " المنظور الإسلامي" ، وحسب موسوعة الحديث النبوي الشريف إلى عدة قيم: (8)

" - القيم الإيمانية الأساسية : كالإيمان بالله وطاعته ، و الإخلاص لله تعالى وعبادته .

- القيم الأخلاقية : كالجرأة و التضحية و الثبات .

- القيم الاجتماعية : كالتعاون و صلة الرحم .

- القيم الاقتصادية : كالتكامل الاقتصادي ، وتقدير العمل .
  - القيم السياسية و الإدارية : كالعدل و الشورى ، و الحكم بما انزل الله.
  - القيم العلمية : كنشر العلم و تبليغه ، وتقدير العلماء .
  - القيم البيئية و الصحية : كالنظافة و التوعية الصحية .
  - القيم الوجدانية و الجمالية : كتذوق الأدب الرفيع و التمتع بزينة الله."
- إلى جانب هذا التصنيف ، نجد تصنيفاً آخر وضعه" محمد عبد الله دراز " الذي بعد إجرائه لعمليات التحليل الشامل للقيم المتضمنة في القرآن الكريم خلص إلى إعداد تصنيفاً قيمياً أخلاقياً يضم المجالات التالية: (9)

- "الأخلاق الفردية : وتشمل قيمة الصدق و الاستقامة و طهارة النفس .
  - الأخلاق العملية : تشمل قيم الأخلاق الأسرية،وتتضمن القيم الأخلاقية للأولاد،و الواجبات المتعلقة بين الأزواج و الإرث.
  - الأخلاق الاجتماعية : كالوفاء بالوعد وأداء الأمانة ، و العفو عند المقدرة .
  - أخلاق الدولة : كالشورى و الاهتمام بالسلوك العام ، و الحرية و العدل و الحكم بما نزل الله .
- وباعتبار "النسق القيمي" - كما سبقت الإشارة إليه- ،مكون للبناء الاجتماعي الذي يحافظ على وجوده ويدعمه ، دعت الضرورة إلى التأكد على ايجابية بعض القيم ، والتي لها علاقة بالتنشئة الاجتماعية من خلال مصادرها المختلفة بدءاً بالأسرة وحتى المؤسسات الإعلامية المختلفة ، فنجدها تهتم بالقيم الدينية:القيم الأسرية،القيم السياسية ، القيم الاقتصادية و القيم الأخلاقية .هذه الأخيرة التي تتصدر قائمة

القيم بعد القيم الدينية " في إطار حكم ايجابيتها ، وهي " نابعة من الضمير الأخلاقي فهو محور الشخصية الإنسانية ، وهدف علم الأخلاق تقويم الشخصية بواسطة القيم الأخلاقية، و الحق كقيمة يأتي على رأس مظاهر الوعي الأخلاقي ، ولم يظهر في المجتمعات ولدى الأفراد إلا مع تقدم الحضارة و الثقافة ، ففي المجتمعات البدائية كان تختلط القيم الأخلاقية بالقيم الدينية ،ولكن سقراط كان له الفضل في توجيه الأخلاق إلى الذات ....وان الأخلاق المسيحية قد استمدت مبادئها من حياة المسيح عليه السلام وهي أخلاق روحية تدعو إلى الاتصال الروحي بالله تخلص من الخطيئة ومن العالم وشروبه ، إلا أن الدين الإسلامي و الأخلاق الإسلامية تدعو إلى الدنيا والدين وتحث على العمل والإيمان بالله هو مصدر القيم الأخلاقية لأنه هو القوة التي تعصم الإنسان من الشر وتدفعه إلى الخير قولاً وعملاً . " (10)

### ثانيا :خصوصية النموذج الأخلاقي في التصور الإسلامي

لقد وجه نقد للحضارة اليونانية و الحضارة الغربية المعاصرة في كونها " حضارة تقوم على مقولة " الإنسان حيوان ناطق " بخلاف الحضارة الإسلامية التي تبنى على مقولة"الإنسان حي عامل".وعليه لا بد من الخروج من الأفاق الخلفية لحضارة القول التي أغرقتنا في طوفان من الأقوال وفي طوفان لفظي،من خلال الاستجابة للمقومات الداخلية للمجال التداولي الإسلامي العربي وفي الجمع بين المقال و السلوك ".(11)

يرى السيد "قطب": "أن القيم و الفضائل في المجتمعات الإسلامية غيرها في المجتمعات الأخرى ، لان الأولى منطلقها مبادئ القرآن الكريم المؤسس على أن الحاكمة لله وحده ، فهو سبحانه الذي يشرع دون سواه ، وان العدالة تقوم على أسس التحرر الوجداني و المساواة و التكافل الاجتماعي . " (12)

## و من خصائص القيم الأخلاقية الإسلامية :

## 1- اقتران القيمة الأخلاقية الإسلامية بالدين :

باعتبار أن الدين هو " معرفة الحق الأعلى وتوقيره وعلى الخلق باعتباره قوة النزوع إلى فعل الخير ولجم النفس عن الهوى واتقاء الشهوات فإننا نكون على فضيلتين : إحداهما نظرية و الأخرى عملية . ولما كانت الفضيلة العملية يمكن أن تتناول حياة الإنسان في نفسه وفي مختلف علاقاته مع الخلق و الخالق ، فان القانون الأخلاقي الكامل هو الذي يرسم طرق المعاملة الإلهية كما يرسم طريق المعاملة الإنسانية." (13) وباعتبار الفكرة الدينية " مصدر حكم وتشريع في الوقت نفسه...كان القانون الديني الكامل هو الذي يقف عن حد وصف الحقائق العليا النظرية و إغراء النفس بحبها وتقديسها ، بل يمتد إلى وجوه النشاط المختلفة فيضع لها المنهج السوي الذي يسير عليه الفرد و الجماعة .وهكذا يصل القانوني الديني إلى بسط جناحيه على علم الأخلاق كله،بل سائر القوانين المنظمة لعلاقات الأفراد و الشعوب حيث يجعلها جزءا متما لحقيقته ويصبغ كل قواعدها بصبغة القداسة ." (14) ولذلك نجد أن الإسلام لايفصل بين "الدين والأخلاق"،فالدين أساس بناء "الأخلاق"والدين الإسلامي هو أساس المعرفة الإسلامية و المبدأ الأول للوجود الإنساني وحياته بناء على توحيد الله .فالربانية من أعظم مزايا القيم الأخلاقية الإسلامية على الإطلاق ، وذلك أن الوحي الإلهي هو الذي وضع أصلها وحدد معالمها." (15)

## 2- عالمية القيم الأخلاقية الإسلامية وعموميتها :

باعتبار أن المنطلق الأساسي للقيم الأخلاقية الإسلامية هو "الدين"وهو دين عالمي ، واقترانها إلى جانبه بالأفعال الإنسانية،"لزم بموجب ذلك أن تكون عالميته كونية التوجه، وتبتغي صلاح البشرية قاطبة، بل تبتغي صلاح جميع المخلوقات التي في عالم الإنسان ، ذلك أنها ترفع همة الإنسان إلى إتيان أفعاله على النحو الذي يجعل نفعها يتعدى نفسه و أسرته ووطنه إلى العالم بأسره. حيث تكون كل بقعة من

العلم وطنا له ويكون كل إنسان فيه أخ له ويكون كل كائن سوي الإنسان نضير له في الخلق." (16) وبالتالي "تصير الانعزالية سواء بالنسبة للأفراد أو المجتمعات ضربا من اللامبالاة الأخلاقية فالمبادئ الأخلاقية التكوينية للإنسانية تبعا للرؤية الإسلامية ، ثابتة ومسلم بها لأي إنسان حتى لو كان منتبيا إلى دين غير الإسلام ، أو إلى ثقافة أو حضارة أخرى .وبهذا تسمو عالمية الإنسان على كل الفوارق بين الناس وتعود بهم إلى الفطرة الأولى." (17)

### 3- ارتباط القيم الأخلاقية الإسلامية بجوهر الإنسان وسائر أفعاله:

إن ما يميز الأخلاق في النموذج الإسلامي اتصالها بمختلف جوانب الإنسان سره وجهه ، باطنه وظاهره، فرده وجماعته عاجله واجله ، أي بارتباطها بكل فعل يأتيه الإنسان سواء كان معنويا مجردا أم ماديا مجسدا ، سواء كان أخلاقي نطاق دائرته الشخصية الضيقة أم متدرجا ضمن الدائرة الإنسانية الواسعة، من منطلق انه لا حدود للتكليف الذي وضع على كاهل الإنسان فيما يتعلق بمجال وبمسرح الفعل الداخليين في حدود استطاعته ووسعه في الكون كله .فالفعل الأخلاقي خاص بالجنس البشري كله ."(18) وعلى اثر هذا يكون الوازع الأخلاقي هو أساس كل ما يصدر عن الإنسان من سلوكيات أما في إطار علاقات عامة أسمى وهي علاقة الفرد بربه ، أو علاقات أفقية مرتبطة بالناس.

### 4- تداولية القيم الأخلاقية الإسلامية :

" لما كانت وظيفة الأخلاق في التصور الإسلامي ضبط سلوكيات الإنسان و أفعاله و الارتقاء به إلى أسمى مراتب الصلاح وحب أن ترتبط هذه الأخلاق لا بالجانب النظري الاعتقادي فحسب، وإنما بالممارسات الواقعية ... بل لا قيمة للأخلاق إلا إذا اقترنت بأفعال و أعمال شأنها في ذلك شأن الإيمان: " ليس الإيمان بالتمني ولا بالتحلي وإنما ما وقر في القلب وصدقته العمل " الحديث . وتبعا لهذا نجد الإسلام لا يقف عند حد عقد النية ، من حيث هي جوهر الأخلاق الإسلامية ' بحكم ارتباطها بجانب

القصد ودافع الإنسان للعمل ' بل ربط الأخلاق بالعمل .ولذا الالتزام الخلقي لا ينبثق من الفكرة المحضة بحيث تمكن أن تصير القوانين الأخلاقية ترفا عقليا وإنما أن تكون قواعد العمل." (19)

فالقيم"الأخلاقية الإسلامية " إذن نابعة من حسن النية ، و القابلة للتجسيد على ارض الواقع بفعل تفعيل الإنسان لتلك القيم وفق المنهج الإلهي الذي منطلقه- كما سبق ذكره- الوحي، وهو ما يجعلها قيمة أخلاقية عملية "موصولة"بالاعتقاد" وذات تأثير ايجابي على الفرد والمجتمع، يساعد على التعارف والتعاون البشري عبر كل الأزمنة والعصور مواكبة لتطور الحياة الإنسانية إلى بلوغ منافع أوسع أخروية .

ولهذا أمر الإسلام بضرورة ربط القيمة الأخلاقية بجوهرها الذي يتناسب مع كل زمان ومكان وليس فقط وضعها في إطار شكلي حتى تستطيع التكيف وتصبح قابلة للتداول بكل أنواع الخطاب . خاصة من خلال وسائل الإعلام و الاتصال الذي أصبح دورها مرهون بما تؤديه من وظائف في ظل العولمة الإعلامية ، التي تسعى إلى تمرير رسائل ذات قيمة تؤثر إما سلبا أو إيجابا على الجمهور المتلقي خاصة العربي الإسلامي بشكل يجعلها تتوافق مع الحالة العمرية ، النفسية الوجدانية و الفعلية .

#### 5- وسطية القيم الأخلاقية الإسلامية :

" تتسم القيم الأخلاقية الإسلامية بالوسطية و التوازن ورعاية متطلبات الواقع ، فأمة الإسلام امة وسطية لان الشريعة الربانية متوسطة .فهي وسط في أبواب العقيدة ، ووسط في الحكم و التحاكم . وأيضا وسط في أبواب الأخلاق .... فالشريعة وسط في الأخلاق ما بين الذي يغلو في تنزيه النفس حتى يفقدها المروءة و الانطلاق في المجتمع . وما بين الذي يجعل الأخلاق هي السيطرة و القوة دون رعاية لجانب الخلق الكريم والقيمة التي يجب الناس أن يتعاملوا مع بعضهم البعض فيها." (20)



6- شمولية القيمة الأخلاقية الإسلامية :

فالقيم الأخلاقية الإسلامية شاملة لكل مناحي الحياة ، "تدخل مع الإنسان في بيته ، في عمله وفي علاقاته مع أهله ، وفي علاقاته مع الآخرين ، حتى علاقته مع الأنظمة وما يسبب من التنظيمات الإدارية في علاقته مع الدولة فهي لم تدع جانبا من جوانب الحياة الإنسانية بجميع مجالاتها روحية كانت أو جسدية أو دينية أو دنيوية ، القلبية أو العاطفية ، فردية أو جماعية إلا رسمت له الطريق الأمثل للسلوك الظاهر قيم." (21)

7- القيم الأخلاقية الإسلامية تدعو إلى العلم و المعرفة:

فالوازع عند المسلم ذاتي نابع من نفسه ، وليس الشرط ولا الرهبة التي تحركه كما هو الحال في سائر القيم الخلقية الأخرى. فانطلاقا من "المنهج الإلهي" ، يقف الفرد المسلم مسؤولا أمام الله في كل مايقوله أو يفعله ، إيمانا منه بان " القيم في الإسلام مثل العقيدة و العبادة من الثوابت التي تقبل تغييرا ولا تبديلا حتى يجتهد فيه المجتهدون ، ولا اجتهاد مع النص." (22) وسبيل المسلم في ذلك هو العقل و التعلم حتى يستطيع تدبر و إدراك معاني قدرة الله في خلقه.

8- القيم الأخلاقية الإسلامية دعوة إلى إثبات الحق و الخير : " والتواصي بهما و الصبر عليهما ،

و العمل بمقتضاهما مع النفس ، ومع من يلي ، ومع سائر الناس .ويطلق على الأقوال و العقائد و الأديان و المذاهب ويقابله الباطل ويطلق على الصحيح و المستقيم و الواجب والعمل الذي يحدث.ومعنى إثبات المسلم للحق هو تفضيله للدين ، ولما جاء من عند الله على لسان خاتم رسله وفي ذلك إعلاء لشان الحق وحماية لحقوق الناس مؤمنهم وكافرهم . وأما الخير فهو ما يرغب فيه كل الناس كالعفو و العدل و الشئى النافع وضده الشر . " (23)

9- القيم الأخلاقية الإسلامية " تعزيزا للانتماء للإسلام " : (24)

ويقوم بتعزيز هذا الانتماء " مؤسسات بعينها يعطيها الإسلام أكبر الأهمية في نظمه وتشريعاته . تلك المؤسسات هي :البيت و الأسرة و المسجد و المدرسة بكل مرافقه من أندية و جمعيات وغيرها .ونقصد بالانتماء : الانتماء الوجودي الاجتماعي ، وهو علاقة حياة و مصير بين الفرد و المسلم وأمتة المسلمة أو بينه وبين دينه وقيم هذا الدين."

يرى السيد قطب أن القيم و الفضائل في المجتمعات الإسلامية غيرها في المجتمعات الأخرى .لان الأولى منطلقها مبادئ القرآن الكريم المؤسس على " أن الحاكمية لله وحده " فهو سبحانه الذي يشرع دون سواه. وان العدالة تقوم على أسس :التحرر الوجداني و المساواة و التكافل الاجتماعي . " (25) فالإسلام هو القيمة الكبرى و الفضيلة التي يكفي تطبيقها فيتحقق العدل ولقد صنفت الفضائل و القيم الإسلامية إلى خمسة أصناف انطلاقا من تصنيفات العملية للأخلاق حيث يتجلى ذلك في : (26)

" 1- الأخلاق الفردية: وتشمل القيم التالية : الاستقامة و العفة و كظم الغيظ و الصدق و التواضع و الخجل و الإسراف .

2- الأخلاق الأسرية : وتتمثل في تلك القيم التي تربط الآباء و الأبناء و الأزواج و الأقارب والأرحام ، وهي طاعة الوالدين، الإحسان إليهما ، الرحمة بهما، شكرهما، مصاحبتهما بالمعروف، احترام الأولاد ، الحياء ، الرضي ، العدل،التقوى،المودة ، الإنفاق، التشاور و الصلح .

3- الأخلاق الاجتماعية : وتشمل القيم التالية : تحريم القتل و الغش و الظلم . وجوب الوفاء بالعهد ، الأمانة ، البر ، الإحسان ، العفو و الكرم .

الأخلاق الدولية : وتشمل القيم و الفضائل التي تربط الحاكم بالمحكوم وهي : العدالة، الحرية، المساواة، إقرار النظام، صون الأموال ، التشاور، الرقابة و الوفاء بالعهد .

5- الأخلاق الدينية : وتشمل الفضائل التالية : طاعة الله ، شكر الله ، التوكل على الله ، الخوف من سطوة الله ، الأمل في رحمة الله ، التوبة من الذنب ، عدم الإكثار من الحلف ، وكل هذه الفضائل و القيم مستنبطة من نصوص القرآن الكريم وسنة النبي الكريم ."

هذه الفضائل و القيم التي تم تناولها مستنبطة من نصوص القرآن وسنة نبيه صلى الله عليه وسلم ، وهو ما حدا بفاروق الدسوقي أن يجعل لها خاصيتين : أولهما تتمثل في الثبات ، وثانيهما تتمثل في الإطلاق ، مؤكداً أن قيم الإسلام لا تخرج عن فضائل ثلاث : (27)

"أولاً : الحق باعتباره القيمة العليا التي تنبثق من العقيدة الإسلامية وهو التعبير الإلهي عن الواقع الكوني، بالإضافة إلى أن الحق اسم من أسماء الله.

ثانياً : الخير ومفهومه يخضع لقيمة الحق ، باعتبار أن الحق هو القيمة الأعلى و الأثبت ، لذلك نجد أن قيمة الخير هي الفضيلة العلمية المنبثقة من شرع الله .

ثالثاً : العدل وهي قيمة ثابتة في الحياة الإسلامية مصدرها الحق و الخير ، وتتبع هذه القيمة سائر القيم الخلقية الأخرى ."

ولقد صنفت " القيم الأخلاقية ، من منطلق معايير متباينة ، انطلاقاً من " المنهج القرآني " و الفائدة التي تحققها إلى صنفين : (28)

- الصنف الأول : منطلقه الأمر والنهي . فالقيم الآمرة هي القيم الثبوتية وهي أنواع كثيرة داخل القرآن و السنة النبوية في حين أن القيم الناهية تتمثل في الأمانة و العفة ، و التواضع و الحلم و الصمت .

- الصنف الثاني : القيم فيه تقوم على التدرج في الوجوب و العلو وهي إما :

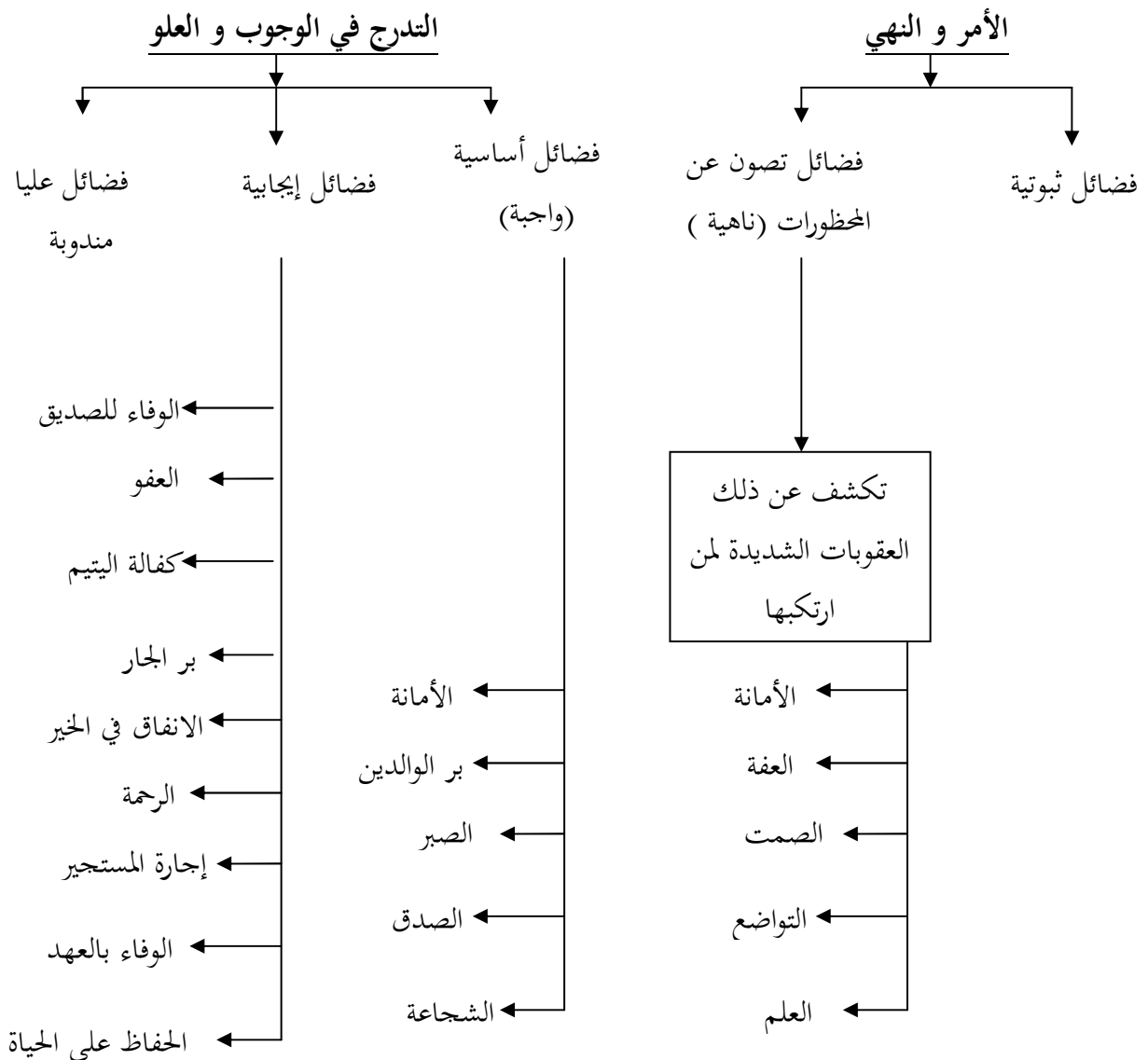
ا- قيم و فضائل أساسية واجبة : وهي العدل ، بر الوالدين و الصدق ، الشجاعة ، الصبر .

ب- قيم و فضائل عليا مندوبة : وهي الحفاظ على الحياة وإجارة المستجير ، الرحمة ، الإنفاق في الخير

( زكاة ، صدقة ، كرم ، إيثار ، بر الجار ، كفالة اليتيم ، العفو ، الوفاء للصديق و الوفاء بالعهد. و الشكل

الآتي يوضح ذلك: (29) شكل رقم(1):القيم و الفضائل : المصدر : أحمد زباخ ، ص33.

### القيم و الفضائل



## ثالثا : محددات القيم الأخلاقية الإسلامية في المجتمعات العربية

" الأخلاق سر نظام الحياة في هذا الكون ، ومن هذا النظام خلق الإنسان وجعله خليفة الله في الارض ، و الإنسان بنيان رباني لأنه من خلق الله سبحانه وتعالى الذي خلقه من أحسن تقويم ."(30) والكون "كبنيان منضبط الحركة ، فهو في تداخل و انسجام مع "البنيان الإنساني" الذي يستند إلى البنيان الكوني" في اكتساب مكوناته النفسية ،و الجسمية و الاجتماعية وهو منظم " بسلوك الأخلاق " ، التي تميزه عن غيره من مراتب الحيوان وتعلو به عن هذه المرتبة بفضل "الخلق" مايؤهله لحمل الأمانة التي كلف بحملها، بسلوكيات منبعا القران الكريم ، و السنة النبوية الشريفة. والتي تبقي حركة الكون منتظمة مادام الإنسان متمسكا بهما ، لان "حضارة الإسلام". "حضارة أخلاقية"، مبنية على " المنهج الإلهي"، منهج الإسلام وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم ولقد كلف الله عزوجل ، رسوله الكريم بتطبيق التعاليم السماوية ،فكان القدوة للبشرية جمعا لتطبيق شرعة الله على الارض، فكان منهجه في ذلك " القران الكريم " الذي قوامه "الأخلاق " .

و" القيم الأخلاقية الإسلامية " نابعة من مصادر التشريع الإسلامي المتمثلة في: (31)

"أولا: القران الكريم : وهو كلام الله الذي انزله محمد صلى الله عليه وسلم . " حيث يقدم الفضائل و الواجبات الأخلاقية إنما يقدمها على أنها أمر واجب النفاذ. و النهوض بأعبائه وتكاليفه فورا ، لا على أنها نظريات قابلة للجدل و المناقشة . فهي الحل الأمثل و الكامل لكل ما يعترض الإنسان من مشكلات تحول بينه وبين خيره وسعادته كما ان أي تقصير في تطبيقها على الوجه الذي رسمه الوحي يفقدها فعاليتها في تحقيق ما ترمي إليه من إسعاد الإنسان في دنياه و آخرته . بهذا المعنى كانت الأخلاق الإسلامية ، أخلاقا عملية ، ودور الإدارة الإنسانية حيالها هو الإخلاص التام في تطبيقها على الوجه

الذي وردت به، وعدم السماح لأي مصدر آخر مزاحمة الوحي كسلطان وحين لا يجب أن تدين الإرادة بالطاعة و الولاء إلا له ."

فنصوص " القرآن الكريم " ، ونصوص حديث النبي صلى الله عليه وسلم إنما هي " الأخلاق " في أمور الدنيا و الدين ،وهي من أعظم اهتمامات القرآن ، باعتباره عنصر متأصل في الشريعة الإسلامية ، ويدخل في جميع مجالات التشريع ، سواء كان تشريعا سياسيا ، أو اقتصاديا ، أو اجتماعيا أو تنظيم أو أسرة أو تعامل أفراد بعضهم مع بعض لان هذه الرسالة الخاتمة نزلت لتتم مكارم الأخلاق،وتحيي في حسن المسلم مظاهر القيم الأخلاقية"(32)

كما وردت كثير من أحاديث الرسول صلى الله عليه وسلم انه كان يمتاز بجمال الخلق و كمال الأخلاق ، وكان دائم البشر،سهل الخلق ، ليس بفظ ولا غليظ ولا صخاب في الأسواق ، وكان أكثر الناس تبسما ، وابتعد الناس غضبا ، وأسرعهم رضاء ، يختار أيسر الأمرين ما لم يكن إثما، فإذا كان إثما كان ابعد الناس منه ، لم ينتقم لنفسه قط، وإنما ينتقم لله إذا انتهكت محارمه. وكان أجود الناس و أشدهم حياء إذا كره شيئا عرف في وجهه، ولم يكن يثبت نظره في وجه احد، ولا يواجه أحدا بمكروه، وكان اعدل الناس وأعفهم . وأصدقهم بهجة وأعظمهم أمانة ، سمي بالأمين قبل النبوة ، وأحسنهم عشرة وأدبا وأبسطهم خلقا وأبعدهم عن الفحش ، ويجيب دعوة العبيد ، ولا يرتفع عليهم في مآكل ولا ملبس يخدم من خدم ، ولم يعاتب خادم ، حتى لم يقل له أف قط . "(33)

ولما كانت " الأخلاق الحسنة " هي المطلوبة شرعا ، وهي المرغوب فيها في السلوك الإنساني ،نظرا لميل الإنسان بالطبيعة إلى " القيم الايجابية " ، تعود الناس على هذا السلوك و طلبوه تدريجيا،حتى اعتادت إرادتهم على الأخلاق الفاضلة وهو ما يستدعي تجسيد الأخلاق في هذه القيم الأخلاقية الرفيعة

التي هي " عبارة عن المبادئ و القواعد المنظمة للسلوك الإنساني ،الذي يحددها الوحي لتنظيم حياة الإنسان وتحديد علاقته بغيره ، على نحو ما يحقق الغاية من وجوده في هذا العالم على أكمل وجه".(34)

من خلال ما تقدم نستنتج أن " السلوك الإنساني " المبني على قواعد يحددها الإسلام هو"ما يقصد به "القيم الأخلاقية "،وهنا تبرز العلاقة بين "القيم"و"المنهج القرآني"فالأساس القائم عليه كل منهما ذو أصل واحد وهو " القرآن الكريم " بما يتضمنه من أوامر و نواهي " إلا في التنظيمات العملية الملزمة في المنهج القرآني ... وهو ما قد يوحي إلى أن هناك فروقا بين المنهج القرآني و المؤسس على العقيدة و الإيمان ، وبين القيم الأخلاقية .فتعامل المنهج القرآني بمبحث القيم يركز على : الانطلاق من أصول الاعتقاد حيث نجد أن الإيمان هو الذي يحدد السلوك ،وبذلك فإن الكلام من الجانب الاعتقادي ،يسبق العبادات و المعاملات ، لتبقى بذلك أهمية العنصر الأخلاقي في المنهج القرآني باعتباره ركيزة شاملة لكل السلوك البشري ، ولهذا نجد تلك الهيمنة المطلقة للقيم الدينية على سائر القيم لأنها هي أساسها كلها".(35) وعليه ، فما يقوم عليه القرآن الكريم من أوامر و نواهي ، إنما يتحقق بالعمل ، باعتباره أوامر مصدرها الله و التي تستوجب أسسا أخلاقية بطاعة أوامر الله ، لا بكونها ظاهرة لأساس أخلاقي وإنما التزام الطاعة لمن تجب طاعته.

وفي هذا السياق ، حدد بعض الدارسين للقيم الأخلاقية في " المنهج القرآني " ، " مبادئ الأخلاق "التي

تتنصوي تحتها القيم الأخلاقية في القرآن الكريم في: (36)

- الأصل الأول : " كل دافع ذاتي في الإنسان سواء كان فطريا أو مكتسبا يدفعه حتى يعترف بغيره بما له من صفات الكمال ، أو بما له من حق ، ولو كان ذلك الاعتراف بما يشتهي الإنسان لنفسه ،ونقيض هذا الأصل احد أصول الرذائل الخلقية و كلياتها ويتفرع عن هذا الأصل مجموعة من القيم و الفضائل الأخلاقية تتمثل في الاعتراف لله سبحانه وتعالى بكمال ربوبيته،و الوهيته ،و الإذعان له جل

جلاله بدافع ذاتي مثل الإيمان بالله و الشكر له سبحانه ، وطاعته... كما أن الاعتراف لأهل الفضل يلزم المرء الاعتراف للآباء و المرين والإخوان، ولكل ذوي الفضل أما الجود به سبحانه هو الجود بأفضاله وأفضال بني الإنسان ، فيعد ترديا خلقيا يهوي بصاحبه إلى الرذائل القبيحة و الأخلاق السيئة."

- الأصل الثاني :كل دافع ذاتي في الإنسان سواء كان فطريا أو مكتسبا يدفعه حتى يؤدي الحقوق التي عليه كاملة ، أو حتى ينعم على غيره بعباء من عمله أو من قدرته أو من جاهه أو ماله ، متجاوزا في ذلك عوامل نفسه الأنانية هو من أصول مكارم الأخلاق و كلياتها العامة ونقيض هذا الأصل يمكننا سرد مجموعة من القيم الأخلاقية سواء في إطارها الفردي أو في إطارها الاجتماعي منها : الصدق ، الوفاء بالعهد، الأمانة، الإنفاق، العدل، النجدة، الحلم، الحرية، القناعة ، الإخلاص . " (37)

- الأصل الثالث : كل دافع ذاتي في الإنسان فطري أو مكتسب ، يدفعه حتى ينظر إلى المنح الإلهية التي يخص الله عباده ويوزعها بينهم ، إنما هي من مظاهر حكمة الله وعدله فهو ينظر إلى ما لديه منها بعين القناعة و الرضا دون أن تمنع مواهب الله غيره منها امتداد اعتراض أو حسد ، هو أصل من أصول مكارم الأخلاق وكيانها العام ، مقابل كل أصل نقيضه من أصول الرذائل الكلية و كلياتها العامة. " (38)

من خلال النصوص السابقة الذكر، نستنتج أن الله عزوجل من على الإنسان بالفطرة التي وهبه إياها ليتمكن بها من إدراك القيم الأخلاقية من نقيضها من الرذائل مهما كانت دوافعه، هذه الفطرة الإنسانية التي يتخللها ضمير خلقي يوقظ وازع الإحسان ، وينمي حسن الكمال لديه ، إنما يعزز من " القيم الأخلاقية " ويربي النفس انطلاقا من مجمل و محكم الآيات القرآنية وما تتضمنه من أوامر اتجاه الأعمال الصالحة و نواهي عن الرذائل ليبقى المصدر الوحيد للقيم الأخلاقية هو "التشريع الإلهي " .



وفي إطار هذا، نجد أن الإلزام الخلفي عند المسلمين يقوم على أمرين "العقل" و"الوحي".  
 1- العقل: فللعقل قيمة كبيرة في القرآن و السنة ، في إطار علاقته بالأخلاق، فهو "يمثل النور الفطري الذي يغلفه الهوى و تفسده العادات فاحتاج من اجل ذلك أن يتعرض لنوع من الكبح وان يظهر بجملة من التوجيهات حتى لا تتسلل إليه أمراض الوهم وضروب الشك و صنوف الضلال." (39)

2- الوحي : يمثل السلطة العليا التي تحجب عن العقل هواه وترشده في تردده وتحميه من فساد العادات وتحفف من جنوحه وغلوه فهو النور الذي يهدي العقل ، إذ لا يعرف جوهر النفس وشريعة سعادتها وكمالها غير خالقها." (40)

وكلاهما " العقل " و " الوحي " يعملان في إطار تساند ، جانبا إلى جنب ، ما جعل عديد القضايا و الأمور التي تطرح في هذا السياق لتوضيح قيمة اعتماد " العقل " في مجال " الأخلاق الإسلامية ".  
 "العقل " و " الوحي " كلاهما من عند الله " فالله سبحانه وتعالى هو المرشد لما كلفنا به من واجبات وما نهانا عنه من المنكرات ، بالابتعاد عن الهوى وعدم الانصياع للشهوات والانتقياد الأعمى وراء ذلك .

وكل من " العقل " و " الوحي " هما " مستويان لمصدر واحد أقربهما إلى الناس هو اقلهما نقاء ولان الوحي ليس قريب المنال ولا سلطان له على الناس وليس له معنى أخلاقي إلا من خلال الضمير الفردي إذا اعترف به وعقلنا الإنساني هو الذي يأمرنا بان نخضع للوحي الإلهي ... وان الله سبحانه وتعالى هو الذي يرشدنا دائما إلى واجباتنا ما ظهر منها وما بطن مادام العقل و الوحي كلاهما من عنده . " (41)  
 ومن أهم آفات العقل التي جاء الوحي يحذره منها ويبعده عنها :إتباع الهوى دون تفكير'(ولا تتبع الهوى فيضلك )... ففي الفرد عنصر عقلي هو مصدر الأخلاق ولكن تأثيره ضعيف في مقاومة الشهوات فقوى الوحي .فكما وهب الإنسان ملكة اللغة و الحواس الظاهرة فقد زوده أيضا ببصيرة أخلاقية " (بل الإنسان على نفسه بصيرة ولو ألقى معاذيره." (42) كما ارشد الإنسان إلى " طريق الفضيلة و الرذيلة (الم نجعل له

عينين و لسانا وشفقتين و هديناه النجدين) .و النفس إذا كانت أمارة بالسوء فان الإنسان قادر على يحكمها وإذا لم يستطع كل الناس ممارسة هذا التأثير على النفس فان منهم من يوفقه الله بذلك . " (43)

وسواء ارتبط السلوك الأخلاقي " بالعقل " أو " الوحي " فالفرد المسلم يعتبر " الوحي " و " العقل " من عند الله و هو أساس الإلزام الأخلاقي ، و إلى جانبها نجد مصادر أخرى للإلزام الأخلاقي في الإسلام من أهمها: (44)

- وازع الضمير : أو ما يسمى بالإلزام القبلي : " فالضمير الشخصي للإنسان هو الحكم الأساس على وضعيته الأخلاقية ويرتبط هذا الضمير بفكرة المسؤولية من حيث كونها ذات اتصال وثيق بفكرتي الواجب و الجزاء . " وضمير المؤمن موصول بالله سبحانه،فهو يعيش في حراسة ضميره، ويسمى الضمير في عرف أهل الشرع المراقبة أو الخوف من الله أو وازع القلب ذلك أن بإمكان الإنسان أن يخدع القانون أو يستغله لمصلحه أو يتحايل عليه أو يفلت من العقاب الذي ينص عليه لان القانون من صنع الناس أنفسهم ، أما ضمير الإنسان فهو بمثابة "محكمة امن " داخل الإنسان لا يمكن خداعها أو الإفلات منها لكونها مرتبطة برقابة عليا . لهذا فان من مكونات الضمير الكبرى " الرقابة الإلهية . "

- الإلزام بوازع الضمير العام : " من وجوده تميز النموذج الأخلاقي في الإسلام الأخذ بمبدأ الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر ... ويعتمد الإلزام على استثارة غريزة حب الظهور و الرغبة في الثناء وهذه من حكم القران التي تحول طاقة الغرائز وتعمل على إعلانها إلى الخير لتوجيه الإنسان إلى عمل الخير و صرفه عن الشر. " (45)

- الجزاءات الاجتماعية : تقوم الحكمة الإلهية على منع نشر الفساد في المجتمع ، ومن ثم " كانت الحدود لعقاب المنحرفين ، وهذا العامل مهم لان من الناس من يكون وازعهم الإنساني ضعيفا فلا يخافون

الله خوفهم من الناس ثم انه إلزام مادي محسوس ... وعندما تتهاون الجماعة في الإلزام وتترك المنحرفين فان الله ينزل البلاء الذي يعم الفاسدين وغيرهم". (46)

- الإلزام بواسطة السلطان : فالقران فوض للحاكم أمر عقوبات مختلفة على مرتكبي الجرائم وهي ترمي إلى مقصد أساسي " يتمثل في توجيه الذات الإنسانية فكرا و شعورا وسلوكا و الارتقاء بها في مدارج الكمال الإنساني المؤسس على الوحي أولا ، والعقل ثانيا . فتصير ذات تواقة إلى مكارم الأخلاق المؤدية إلى الفلاح بالفرد كما الجماعة ". (47) وهو ما يظهر تجليات التعارف و التعاون بين الناس و استقامتهم و صلاحهم ، و يجعل من "الأخلاق" ، أخلاق تعارف وتعاون وتنمية للكون بأسره.

#### رابعا : القيم الأخلاقية في المجتمعات العربية و تحديات العولمة

يكتسي موضوع " القيم الأخلاقية " أهمية كبيرة ، استدعت معها الضرورة تسليط الضوء على الخطاب الإعلامي المعاصر " الذي أصبح يمارس في إطار ظروف تتطلب مواجهته بما يعرف بالحدثة و التحديث في السياق " عولمية " جعلتنا نطرح تساؤلات جوهرية حول مساواة القيم الأخلاقية في العالم " مدى خطورتها خاصة على العالم العربي الإسلامي .

فعديد السياسات الدولية حول " الأخلاق العالمية" من خلال عديد اللجان التي نادت بهذا النوع من الأخلاق مثل " اللجنة الدولية حول الحكم العولمي جبرتنا العولمية"، شكلت ملامح الأخلاق العولمية قبل بدئها في مناقشة مسائل و قضايا الأمن العالمي، القانون الدولي، الاعتماد المتبادل في المجال الاقتصادي، حيث ناقشت مسألة القيم و خلصت إلى أنه : " بدون أخلاق عالمية سيضعف التوتر و الاحتكاكات معا في عالم واحد.

- بدون قيادة شجاعة مشحونة بهذه الأخلاقيات على كل مستويات المجتمع ، سوف تفشل حتى المؤسسات و الاستراتيجيات المصممة على أفضل النظم.
- ينبغي أن تكون القيم العالمية حجر الزاوية للحكم العالمي.
- العديد من الناس في مختلف أنحاء العالم، و بشكل خاص الشباب، هم أكثر رغبة للاستجابة بهذه القضايا."(48)

من هذا المنطلق، يتحدد المبدأ الأساسي لفلسفة الأخلاق العالمية، و القائمة على ضرورة معاملة الناس بعضهم البعض على أساس ما يحبون، فتسود بذلك قيم أساسية مثل: احترام الحياة، الحرية ، العدالة ، الاحترام المتبادل، ، التضامن ... و هي أخلاق مدنية ملزمة لجميع الأفراد الامتثال لها و تطبيقها بما يحقق حماية حقوق الآخرين، أيضا اللجنة الدولية للثقافة و التنمية، و التي افترض تقريرها الصادر بالتعاون مع الأمم المتحدة واليونسكو " تنوع الأخلاق أهمية مساوية" يفترض مبدأ "الالتزام بالتعددية - و هذا الفصل يسبقه فصل يؤكد على القيم المشتركة أكثر، وتركيزه على الاختلافات: أخلاقيات عالمية جديدة" أخلاق البشرية أخلاق عالمية. "(49)

ولقد تحدد جوهر الأخلاق العالمية " بناءا على ما أسفر عليه مجلس التفاعل الداخلي في الثاني و العشرين من ماي في فانكوفر تحت عنوان " بحثا عن معايير أخلاقية عالمية " حد أدنى من الإجماع الأساسي المتعلق بالقيم الملزمة، المعايير الثابتة، والاتجاهات الأخلاقية التي يمكن أن يؤكد عليها كل الأديان بالرغم من اختلافاتها العقائدية<sup>(50)</sup> و هذا بغرض ضمان استمرارية البشرية ، و تعايشها في إطار توافقي من خلال الالتزامات السابقة الذكر.

في هذا السياق ، نجد أن مالك بن نبي في كتابه مشكلات الثقافة يرى بأن " الضمير الإنساني في القرن العشرين لم يعد يتكون في إطار الوطن أو الإقليم ، إنما يتكون على ضوء الحوادث العالمية التي لا يستطيع أن يتخلص من تبعاتها، فان مصير أي جماعة إنسانية يتحدد جزء منه خارج حدودها

الجغرافية، فالثقافة أصبحت تتحدد أخلاقيا و تاريخيا داخل تخطيط عالمي، لان المصادر التي سوف تستقي منها أفكارها و مشاعرها ، و القضايا التي سوف تتبناها و الاستفزات التي سوف تستجيب لها، و الأعمال التي سوف تقوم بها، لا تستطيع أن تجتمع في أرض الوطن." (51)

فتخطي العولمة للحدود الزمنية و المكانية، و دونما اعتبار للحدود السياسية و الثقافية للدول، جعلها ترتبط من جهة " بشق واقعي أو مادي جاء نتيجة التطور العلمي و التكنولوجي الهائل و ما ترتب عليه من ثورة إعلامية، و انتشار المحطات الفضائية التي تبث برامجها لكل أنحاء الكوكب و لكل البشر ، أما شقها الثاني، فيتمثل في كونه شقا قيما جاء نتيجة الطابع التوسعي التنافسي لنمط الإنتاج الرأسمالي، الذي فرض اقتصاد السوق على العالم، و عززه باتفاقية التجارة العالمية .

فالبعد القيمي للعولمة ، جعلها "مسألة أخلاقية" تثار في المجتمعات العربية الإسلامية، و ذات أثر بالغ على مسار قيمه الإنسانية، و تهديدا يهدم حضارته و مقوماته مجتمعه ، بخلق صناعة إعلامية جديدة ، تترجمها الصور و البرامج في وسائل الإعلام، و القنوات الفضائية على وجه الخصوص، و التي تشوه أو تحرف الواقع بدلا من تحقيق تنمية و نهضة لهذه المجتمعات، بإبعادها عن قيمها الدينية، و التوجه بها نحو التغيير و الانفتاح، قصد إحلال خلل في البناء القيمي، و إحداث صراعات اجتماعية ، تهدد الأمن و الاستقرار الاجتماعي، و منه يتحول مصدر تطلع الشعوب إلى العالم الخارجي بناء على "الثقافة الحقيقية" المجسدة في المواثيق الدولية ،فعلى الرغم من تمتع الإنسان من خلالها بخصوصية على كل المستويات، إلا أن مسألة التفاوت و التباين تبقى دائما مطروحة بين المجتمعات العربية و العربية.

بهذا، أخذت العولمة تعمم القيم الثقافية " التي تشكل جوهر المجتمع و بخاصة القيم الدينية و الأخلاقية منها. إذ أن القيم الأخلاقية و الدينية و ما تؤدي إليه من سلوك فردي و اجتماعي هي

الأرضية التي يركز عليها السلوك الاجتماعي و هو ما يمثل الحياة الثقافية في مجملها باعتبار أن الثقافة هي الوسيلة أو المنظار لرؤية العالم و التعبير عنه." (52)

غير أن هذا التعميم، جعل العالم العربي الإسلامي يعيش أزمة " غياب الأخلاق" أو ما اصطلح عليه " أزمة القيم " التي تشخص الحالة المزرية التي طالته ، فجعلته بواكب فترات زمنية متنوعة امتازت في بداياتها بالرقى الإنساني و الحضاري، ممثلة في حقبة البعثة النبوية" و ما أحدثته من تربية إيمانية في ضوء التصور الإسلامي للإنسان و الكون، لتليها فترات زمنية أخرى، غير أنها كانت " تمثل مراحل من الانحدار الإيماني و السياسي" و المجتمعي، في رحلة التاريخ، و أشدها ظلماً و استلاباً، ما شهدته فترة الاستعمار و الغزو الفكري الذي خضعت له الخريطة العربية الإسلامية، في مستهل القرن العشرين و مازالت تلك المساحات من الظلمة و التأخر تسيطر على العالم العربي الإسلامي، على الرغم من التطور التقني و اكتساح العولمة العالم أجمع، أصبحت الأمة الإسلامية أمة مستهلكة لمنظومة قيمها و مبادئها من قبل الآخر، و غدت في إطار نظرية ابن خلدون في إطار تقليد المغلوب للغالب، فلا هي وعت ماهية حضارة الغالب، و لا هي رعت في مصباح نورانية حضارتها اللامتناهي. و غدت في سلوك غرائزي عشوائي، و غدت لقمة سائغة لابتزاز الأمم القوية... و امة فاقدة للنضج الحضاري... فغدت في نسيج حضاري ممزق مفتت ليس فيه معاني الاعتداد بثوابت الشريعة السمحة، و ما تدعو إليه من منظومة قيم الالتزام السلوكي و المجتمعي، و تفعيل لغة التعايش و حوار الحضارات ، و عدم الانغلاق على الآخر و لكن في ضوء مشاعر قوية من التألف و الاعتزاز بقيم الشريعة السمحة." (53)

"لقد قامت الحضارة الإسلامية على الدين، به كان ظهورها، و به تم ازدهارها و مجدها، فما انتشرت حضارة الإسلام و لا سادت إلا بالدين. كان طاقة أمدت جميع مظاهر الفكر و الحياة الإيشاع و النشاط. و من ثم حملت جميعاً طابعه و اتخذت ملامحه." (54) و لقد سجلت المراجع انه يوجد "أكثر من ستمائة إشارة قرآنية إلى مصطلح القيم ترتكز إلى مدلولات من أبرزها الوزن و الثبات

و الاستقامة و المسؤولية ، و يضع القرآن الكريم منظومة القيم في إطار القداسة ، و يعتبرها الطاقة الكبرى بترقية الإنسان و المجتمع و العالم و ضبط حركته على الأرض، و الترقية هنا تشمل ضمير الفرد و ضمير الجماعة أيضا، كما تشمل أيضا دوافع العمل و الحركة لبناء الذات وإدامة العمارة الإنسانية ، و تحصينها من الانحراف ، و بهذا تتميز منظومة القيم الإسلامية عن غيرها من المنظومات القيمة البشرية بالثبات، فالقيمة الثابتة بذاتها متحركة في إطار الفهم و التطبيق، و هي مطلقة أيضا و إلهية المصدر." (55)

### خامسا : نظم القيم في الثقافة العربية الإسلامية الراهنة

و من ابرز القيم في ثقافتنا العربية الإسلامية:

1- التقوى: " أم القيم الحاكمة لديانة المسلم في عقيدته و عبادته و معاملته، و قد وردت التقوى في صيغ لفظية متعددة في القرآن تصاحبها في ارتباط عضوي بقيم مرادفة أو تابعة كالإيمان و الإحسان، و البر و الصبر، و الصدق و الاستقامة، و الطاعة و العفو و العدل و التعاون و الهدى و المغفرة و الخشية من الله و الخوف من عذابه و الطمع في جنته...أو وردت مع النهي عن مضاداته من رذائل الفسق و الفجور و الظلم و العدوان و العلو و الفساد." (56)

2- الشورى: " و هي من القيم التي يتناولها الخطاب الإسلامي المعاصر و يقدمها على الديمقراطية في مفاهيمها الغربية، بل و يجعلها الأصل و القاعدة. و قد نصت التوصية الثانية عشر للمؤتمر السادس عشر للمجلس الأعلى للشؤون الإسلامية على ما يأتي: يؤكد المؤتمر ضرورة احترام مبدأ الشورى كأساس لنظم الحكم في الدولة الإسلامية و هو يتسع لجميع صور الديمقراطية الليبرالية المعاصرة." (57)

3- الحرية: " للإسلام فضل يتميز به في مجال حرية الإنسان كقيمة تعزز بها، فقد وسع من دائرة العتق و تحرير العبيد و جعل ذلك من اجل القربات إلى الله، حرية العقيدة" لا إكراه في الدين، حققت حرية الفكر في نسبتها، إبداعات خرجت بها في كتب يعتز بها تراثنا الإسلامي." (58)

4- تقدير الذات: " حسن المعاشة و احترام الناس، و التعاطف معهم و التكافل الاجتماعي في الحياة من أخلاقيات الإسلام حتى المخالفون لنا في الدين." (59)

5- الحب: " لقد تعددت فلسفات الحب بين ما هو إيماني، ديني أو هوى قلبي، و نزوع إنساني. و حب الإنسان كقيمة أكدها الرسول بقوله: " لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه"، و ليست الأخوة في الدين فحسب، و لكنها كذلك ما يحب لنفسه و في هذا المعنى يقول علي كرم الله وجهه: الناس صنفان : أخ في الدين، و نظير لك في الخلق ". (60)

5- المسؤولية: و المتمثلة في الالتزامات التي كلف الله بها الإنسان القادر في الدنيا و يكون مسؤولاً عنها في الآخرة سواء كانت متعلقة بدينه أو دنياه بالإيجاب أو السلب ظاهرة أو باطنة نو نفسه أو غيره". (61)

6- حق التعليم و البحث العلمي: فيما يتعلق بحق التعليم فلقد "... فرض الإسلام على المسلمين العلم الذي هو وسيلة إلى التعبد إلى الله الذي يتوقف عليه حفظ مقاصد الشرع من الضروريات و الحاجيات و المصالح المرسله. و العلم المعتبر هو الذي يقتزن بالعمل. و بناء على ذلك على الدولة الإسلامية واجب تهيئة سبل التعليم و الثقافة... لأنه لا يتوقف إلا بتوفير وسائل التربية و الثقافة و تكريم العلم و العلماء". (62) أما البحث العلمي فلقد "حث الإسلام على العلم و معرفة أسرار الكون في سبيل رقي الإنسان و سعادته و منفعتة. وقد اتبع القرآن الكريم أسلوب البحث العلمي و الاستدلال العقلي لإثبات قدرة الله فهو دعوة لمواصلة البحث العلمي. و لا يقتصر واجب التعليم... على العلوم الشرعية و الدينية و ان تعليم لكل ثقافة و علم فيه خير المجتمع و صلاحه". (63)

" غير أن مشكلة القيم في العالم العربي الإسلامي نابعة من واقع التلقائية العشوائية في التعاطي معها دونما وعي في أبعادها و انعكاساتها مما يجعلها عملية الانسحاب منها أو خلقتها مهمة غاية من السهولة تحت مؤثرات العولمة و كافة وسائل الغزو الفكري". (64)



فالواقع الإعلامي اليوم و ما " تلعبه المنظومة الإعلامية في العالم العربي و الإسلامي من إحداث مؤثرات سلبية للغاية في عالم القيم ، في مساواة استبدالها بقيم تقريبية لا تمت للقيم العربية الإسلامية بصلة، حيث حتى هذه اللحظة لم تتمكن المنظومة الإعلامية من تقديم أدوارها الايجابية في مسار القيم و التنشئة الاجتماعية الايجابية بالشكل المنشود، و تشكيل رأي عام يعلي الفضيلة و يحترمها." (65)

و هذا ما يستدعي التكامل و التساند بين المنظومة القيمية و الأخلاقية للمجتمع و المنظومة الإعلامية باعتبار أن هذه الأخيرة وسط ناقل للعلم و المعرفة و القيم و السلوك و من ثم صناعة الثقافة ، و دعم المعايير الاجتماعية، و إعلاء القيم الأخلاقية للمجتمع.

" إذ يعد من الواجبات الإعلامية توظيف البرامج الإعلامية لغاية تعليم أفراد المجتمع و الجيل الناشئ المهارات و القيم و المعتقدات التي تبحث عليه التربية الإسلامية و منظومة القيم العربية، و هذه إحدى وظائف الإعلام"(66): و تتم هذه العملية من خلال مراقبة البيئة الاجتماعية و تزويدها بالمعلومات و التنبيه بالمخاطر، و خلق المثال الاجتماعي و ذلك بتقديم النماذج الايجابية في الأمور العامة و الثقافة و الفنون ، و في توحيد المجتمع من خلال تقديم قاعدة مشتركة للقيم و الخبرات الجمالية ، و تحقيق التواصل الاجتماعي من خلال التعبير عن الثقافة السائدة و الكشف عن الثقافات الفرعية و دعم القيم الشائعة، فهناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام و السلوك البشري ، لكن أثار هذه الوسائل عديدة و مختلفة الشدة، قد تكون قصيرة الأمد أو طويلة الأمد، ظاهرة أو مستترة، قوية أو ضعيفة ، و يمكن أن تؤثر في الآراء أو القيم و مستوى المعلومات و المهارات و الذوق و السلوك".(67)

\*مراجع و هوامش الفصل الثاني:

- (1): ماجد الزيود: الشباب و القيم في عالم متغير. دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2006. ص21.
- (2): محمد احمد بيومي: علم اجتماع القيم. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، د.س، ص160،159.
- (3): المرجع نفسه، ص 162، 163.
- (4): المرجع نفسه، ص 163، 164.
- (5): محمد محمود الخوالدة: فلسفات التربية التقليدية والحديثة والمعاصرة. دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، الأردن، ط1، 2013. ص30.
- (6): ماجد الزيود، مرجع سبق ذكره، ص30، 31.
- (7): ظاهر عبد الكريم سلوم، محمد جهاد: التربية الأخلاقية القيم مناهجها و طرائق تدريسها. دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2009، ص44.
- (8): المرجع نفسه، ص57، 58.
- (9): المرجع نفسه، ص58.
- (10): ثناء يوسف الضبع، ناصر فؤاد غبيش: تنمية المفاهيم الدينية و الخلقية و الاجتماعية لدى الأطفال. دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان، الأردن، ط1، 2011. ص215.
- (11): أحمد عيادي : مقاصد الشريعة و السياق الكوني المعاصر، مقاصد الشريعة و مبحث الأخلاق، جدل المرجعية و التداخل ، اجتهاد الأستاذ طه عبد الرحمن نموذجاً . تنسيق و تحرير عبد السلام طويل، الرابطة المحمدية للعلماء، المملكة المغربية، 2012 يومي 14، 15 يونيو ، أعمال الندوة العالمية التي تنظمها الرابطة المحمدية.ص90.

- (12): أحمد الزباخ: مرجع سبق ذكره، ص29.
- (13)،(14): العياشي ادراوي: خصوصية النموذج الأخلاقي في التصور الإسلامي. الرابطة المحمدية للعلماء 27/26/25 ماي 2011 ، الدار البيضاء، المملكة المغربية، ، تقديم احمد عيادي، تنسيق و تحرير: عبد السلام طويل ، المحرر المنفذ: خالد رابح، الإخراج الفني: ابراهيم كوزا، دار أبي رقرق للطباعة و النشر. ص83.
- (15): يوسف عبد الرحمن السقاف: القيم الأخلاقية المتضمنة في مقررات العلوم الشرعية للمرحلة المتوسطة بنين في المملكة العربية السعودية. الإشراف : د صالح بن سليمان العمرو، بحث مكمل لمتطلبات نيل درجة الماجستير مقدم إلى قسم التربية الإسلامية و المقارنة بكلية التربية في جامعة أم القرى، 1430هـ ، جامعة أم القرى، كلية التربية ، قسم التربية الإسلامية المقارنة، ص53.
- (16)،(17): العياشي ادراوي: مرجع سبق ذكره، ص85 .
- (18): المرجع نفسه ، ص84.
- (19): يوسف عبد الرحمن السقاف: مرجع سبق ذكره، ص63.
- (20): المرجع نفسه، ص57 .
- (21): المرجع نفسه، ص60 .
- (22): علي عبد الحليم محمود: سلسلة مفردات التربية الإسلامية. دار التوزيع و النشر الإسلامية، 1998، ص51،52.
- (23): المرجع نفسه ، ص55، 56.
- (24): المرجع نفسه ، ص57، 58.
- (25): احمد الزباخ: مرجع سبق ذكره، ص29.
- (26): المرجع نفسه ، ص31.

- (27): المرجع نفسه ، ص32، 33.
- (28): المرجع نفسه ، ص33.
- (29): هانس كونج : القيم الأخلاقية المشتركة للأديان: الإسلام رمز الأمل. ترجمة رانيا خلاف، دار الشروق، مصر، ط1، 2007 . ص39.
- (30): محمد حسني: ماذا نعرف عين قيمة الأخلاق في الإسلام؟. سلسلة دينية يصدرها المجلس العلمي لجهة الشاوية و رديغة، سطات، العدد2 ، المغرب، 2003. ص9.
- (31): محمد محمود مكاوي: الجوانب الأخلاقية و الاجتماعية للجرائم المعلوماتية. المكتبة العصرية للنشر و التوزيع، مصر، ط1، 2011. ص217.
- (32): سعيد بن عطية الزهراني: القيم الأخلاقية في الصراع الحضاري بين الإسلام و الغرب، دار ابن حزم للطباعة و النشر و التوزيع، ط1، 2003. ص66.
- (33): صفي عبد الرحمن المبار كفوري: روضة الأنوار في سيرة المختار محمد صل الله عليه وسلم. وكالة المطبوعات و البحث العلمي، وزارة الشؤون الإسلامية و الأوقاف و الدعوة و الإرشاد، المملكة العربية السعودية، ط11، 1435 هـ. ص379، 380.
- (34)،(35): أحمد الزياخ: المنهج القرآني في تربية القيم الأخلاقية و الاجتماعية. مطبعة بني ازناسن، المغرب، ط1، 2004، ص51.
- 36(63)،(37)،(38): المرجع نفسه، ص52.
- (39)،(40): عبد الفتاح أحمد الفاوي: الأخلاق دراسة فلسفية دينية. مطبعة الجبلوي، شبرا، ط1، 1990 ، ص44.
- (41): المرجع نفسه ، ص45.
- (42): المرجع نفسه ، ص46.

- (43): المرجع نفسه، ص47.
- (44): ناجي بن الحاج الطاهر: فرنس هيلز/ الولايات المتحدة الأمريكية: الإنسان و القيم العليا، رؤية معرفية. الرابطة المحمدية للعلماء ، أعمال الندوة 14-15 يوليو 2012. ص89.
- (45): المرجع نفسه، ص90.
- (46): عبد الفتاح أحمد الفاوي: مرجع سبق ذكره، ص49،48.
- (47): أحمد عيادي : سؤال الأخلاق و القيم في عالمنا المعاصر .أيام 23/22/21 جمادي الثاني الموافق لـ 27/26/25 ماي 2011 ، الدار البيضاء ، المملكة المغربية، تنسيق و تحرير : عبد السلام طويل، المحرر المنفذ: خالد رابح ، الإخراج الفني: ابراهيم كوزا، دار أبي رقرق للطباعة و النشر، ط1 ، 2011. ص90، 91 .
- (48): كمال عبد اللطيف: دور الأخلاق في حياة الفرد أسئلة و أوليات، دار أبي رقرق للطباعة و النشر، المملكة العربية السعودية، وزارة الثقافة، د .ط ، د .س . ص45.
- (49): المرجع نفسه ، ص46.
- (50): المرجع نفسه ، ص51.
- (51): مالك بن نبي: مشكلات الثقافة. دار الوعي للنشر و التوزيع، الجزائر، ط1 ، 2013 ، ص121.
- (52): عبد الرحمن معزیز: تشخيص أزمة القيم المعاصرة. الرابطة المحمدية للعلماء، 27/26/25 ماي 2011، الدار البيضاء، المملكة المغربية. ص36.
- (53): سعاد جابر سعيد: القيم العالمية و أثرها في السلوك الإنساني. عالم الكتب الحديث للنشر و التوزيع، دار الكتاب العالمي للنشر و التوزيع، ط1، 2008، ص199،200.
- (54): احمد محمود صبحي، صفاء عبد السلام جعفر: في فلسفة الحضارة ( اليونانية- الإسلامية- الغربية)، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، ط1، 2006، ص70.

- (55): سعاد جابر سعيد، مرجع سبق ذكره، ص200.
- (56): محمود قمير : دراسات إسلامية في الثقافة و التربية . جدار للكتاب العالمي للنشر و التوزيع، الأردن، عالم الكتب للنشر و التوزيع، الأردن، ط1 ، 2006 ، ص293.
- (57): المرجع نفسه، ص308.
- (58): المرجع نفسه، 314، 316.
- (59): المرجع نفسه، 319.
- (60): المرجع نفسه ، ص343، 346.
- (61):وردة بلقاسم العياشي:حقوق الانسان:بين مقاصد الشريعة و المواثيق الدولية.خوارزم العلمية للنشر و التوزيع،د ط،2012.ص32.
- (62):،المرجع نفسه،ص245.
- (63):المرجع نفسه،ص247.
- (64): سعاد جابر سعيد: مرجع سبق ذكره، ص32.
- (65): المرجع نفسه، ص34.
- (66)،(67): المرجع نفسه ،ص34 ، 35.

## الفصل الثالث: الوطن العربي و حق الإعلام و الاتصال

أولاً: القانون الدولي و حق الإعلام و الاتصال.

ثانياً: التشريعات ومواثيق الشرف العربية و الإسلامية و الأخلاقيات الإعلامية.

ثالثاً: تنظيم البث التلفزيوني الفضائي العربي.

رابعاً: الأنظمة الإعلامية العربية والمسؤولية الأخلاقية للبث التلفزيوني الفضائي.

\*مراجع و هوامش الفصل الثالث.

يعتبر حق الاتصال والإعلام حق لكل إنسان، ولقد برز هذا الحق في إطار "القانون الدولي" ليمثل "قانون حقوق الإنسان"، وهو واحد من أنواع القانون الدولي، والذي عرف "بالشرعة الدولية لحقوق الإنسان وهو مكون من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان (1948) والعهد الدولي الخاص بالحقوق الاقتصادية الاجتماعية (1966) والبروتوكولات والملحقات". (1)

ولقد طرح مفهوم شامل للحق في الإعلام والاتصال يأخذ بعين الاعتبار علاقة هذا الحق "بالمسؤولية" و"الوظيفة"، وما يحققه للفرد والمجتمع. إذ لا وجود لمجتمع ديمقراطي دون ضمان لحق الاتصال و الحصول على المعلومات من المصادر المتعددة لكافة المواطنين، مع حقهم في التعبير عن آرائهم وباستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة.

### أولاً: القانون الدولي وحق الإعلام والاتصال

من الجهود التي بدلت في سبيل تحقيق هذا الحق، الإعلان الذي تم تطويره في الحلقة النقاشية التي أقامتها الرابطة الدولية لبحوث الاتصال الجماهيري ((IAMCR)). ففي عام 1977 : "وافقت اللجنة الإدارية للأمم المتحدة في جلستها السنوية في جنيف على الإعلان العالمي للوصول إلى الخدمات الإعلامية و الاتصالية الأساسية و الذي أعتبر أن الحق في الاتصال هو حق أساسي من حقوق الإنسان. - هناك إعلان آخر صدر في ميلانو عام 1998 أكد أن الاتصال هو حق إنساني عالمي و أنه يشكل أساساً لكل حقوق الإنسان الأخرى" (2)، إلى جانب لائحة الحقوق و المسؤوليات في مجال "المعلومات التي أصدرها معهد " أسبن للاتصال" سنة 1995، و الذي نص على "حق الاتصال" يتضمن بعض الحقوق الجديدة من أهمها عدم التفرقة و الحق في المشاركة و الأمن و الحق في الوصول إلى مصادر المعلومات، كما صدر الإعلان العالمي للحقوق الفردية الذي وقعت عليه الكثير من المنظمات غير الحكومية و يتضمن هذا الإعلان حق كل فرد في استخدام لغته على المستوى الفردي



و على المستوى العام، وحقه في الارتباط بالمجتمع اللغوي الذي ينتمي إليه، و حقه في تعلم لغته و ثقافته، و حق الإنسان في وجود لغته في وسائل الإعلام على قدم المساواة مع اللغات الأخرى، و حق الإنسان في المحافظة على ثقافته و تطويرها". (3)

إلى جانب هذا ومع بداية القرن الحادي و العشرين، دخلت حقوق جديدة إلى حق الاتصال ارتبطت بالمعلومات و التكنولوجيا على مستوى العالم، وحتى المشاركة العامة في وسائل الاتصال. "أي الانتقال من "الحقوق الفردية للاتصال" إلى "حقوق المجتمعات و الشعوب" في ذلك الحق، نظرا لما أحدثته الثورة الاتصالية و ثورة تكنولوجيا الاتصال، و ما ترتب على هذه الأخيرة من آثار ساعدت على إيجاد مفهوم شامل لحق الاتصال"، يضمن للأفراد و الشعوب هذا الحق و بما يتناسب و التغيرات التكنولوجية و تحدياتها.

ولأجل إرساء قواعد الحق في الاتصال، وضعت مجموعة من النصوص القانونية الوطنية و التشريعات الدولية لضمان هذا الحق و حمايته و ذلك بتهيئة المناخ الملائم لكل أفراد العالم امتلاك وسائل الاتصال الجماهيرية واستخدام تكنولوجياته بشكل متساو و عادل.

إذ تعد "مواثيق الشرف المهنية من أهم محددات الأداء الأخلاقي لوسائل الإعلام... وتتبع فلسفة وضع مواثيق أخلاقية للصحفيين من رغبة المجتمعات الديمقراطية في وجود معايير للسلوك الأخلاقي لممارسات وسائل الإعلام. و لذلك تمسكت دول كثيرة في العالم بمعايير محددة للسلوك المهني في مجال الصحافة و الإعلام، سواء وضعها الصحفيون الإعلاميون بأنفسهم أو وضعها الناشر و أصحاب الصحف و المؤسسات الإعلامية، أو وضعتها منظمات حكومية أو غير حكومية ولا يقتصر الأمر على دول أوروبا و أمريكا الشمالية فقط، و إنما يمتد إلى دول عديدة في مناطق مختلفة من العالم مثل مصر و كوريا الجنوبية و جامايكا و مالي و فانزويلا". (4)

وعلى الرغم من اختلاف هذه المواثيق في محتواها والقضايا التي تناقشها ودرجة تطبيقها في كل دولة، وقبل التعرف على هذه المواثيق والتشريعات، نجد أن قيام وسائل الإعلام بدورها على مستوى نوعية الرأي العام المحلي والدولي، التأثير على الواقع السياسي بجميع مستوياته المحلية أو الدولية، ومراقبة السلطة فهو متوقف على نظام إعلامي عالمي جديد يعتمد على الأسس التالية: (5)

1- الأسس السياسية: إذ ينطلق هذا الأساس من مبدأ حرية التعبير والنشر و التدفق الواسع لحرية المعلومات، و على ضوء ذلك نجد أن:

- "الحرية ليست لها مدلولات إذ لم تحمل في طياتها روح المسؤولية حتى لا تكون إعاقة بالنسبة لحرية أهم منها.

- التقدم على مستوى الأجهزة الإعلامية يقتضي الاعتراف بحتمية تعدد مصادر الأنباء وتنوع الإنتاج.

- الانفتاح الحر لمصادر و نقل المعلومات نفسها و تأويل الواقع .

- لا ينبغي لوسائل الاتصال أن تكون أدوات سيطرة وهيمنة وعليها أن تراعي قيم كل أمة من الأمم وتاريخها كما ينبغي ألا يكون دافعا لنزعة الإثارة من أجل الريح السهل."

1- الأسس القانونية: إن النظام الإعلامي سيتوجب مراجعة الأسس القانونية الدولية وإقرار النصوص الجديدة التي تتلاءم مع مختلف الاكتشافات في مجال الإعلام والاتصال، وتكون هذه التشريعات مستمدة من القانون الدولي، كما نص عليه ميثاق الأمم المتحدة، و التي لا يمكن أن تقوم إلا على أساس الاعتراف بالحق في الاتصال الذي يركز بدوره على المبادئ التالية: (6)

- حق كل أمة من الأمم في استخدام مواردها الخاصة من المعلومات لحماية سيادتها و الدفاع عن قيمها السياسية و الأخلاقية و الثقافية.

- الحق في احترام الشعوب و حياة الأفراد الخاصة.

1- الأسس الثقافية: حيث يهدف النظام الإعلامي بناء على هذا الأساس إلى "إسهام بقدر وافر في تفتح الإنسان و الرفع من مستواه الذهني و تشجيع الخلق و الإبداع الثقافي، وتمكين الثقافات الوطنية من التكامل و من إحياء كيانها بالاحتكاك بغيرها و المشاركة في إثراء التراث الثقافي على الصعيد العالمي. كما يهدف التي تمكين كل أمه من تعريف الرأي العام العالمي قيمها الاجتماعية والثقافية وجلب الاحترام و التقدير لاختياراتها في أوسع مفهوم." (7)

ومن أهم الاتفاقيات الدولية والتشريعات الوطنية، والتشريعات الإسلامية الخاصة بحق الإعلام والاتصال" وأخلاقياته ومسؤولياته ما سنأتي على عرضة في العنصر الثاني.

### ثانيا: التشريعات ومواثيق الشرف العربية والإسلامية والأخلاقيات الإعلامية

لقد أصبحت حرية الرأي والتعبير و الإعلام حق أساسي في جميع دول العالم، و لقد تم وضع إطار أخلاقي تمارس من خلاله هذه الحرية من خلال ما يسمى "بأخلاقيات الإعلام" و التي تمثل "معايير الأصول الأخلاقية المهنية التي يعتمدها الإعلاميون ووسائل الإعلام أثناء التعامل و قضايا المجتمع، أما الأفرقاء المعنيون بتنفيذ الأخلاقيات فهم صانعو الرسالة الإعلامية، المؤسسات الإعلامية، المعلنون و المؤسسات الإعلانية، أي فريق يقوم بأي عمل ذي صبغة إعلامية أو إعلانية." (8)

إذ تمثل هذه الأخلاقيات، "قواعد سلوكية" يحتاج إليها الإعلاميون لمواجهة مشكلات تقود وسائل الإعلام، ومشاكل أخرى مرتبطة بتشكيل قراراتهم وأساليب عملهم في إطار مسؤولية احترامهم لعلاقاتهم مع المواطنين وعلاقة هؤلاء مع الإعلام تحقيقا لجملة أهداف أهمها: "التنمية بأشكالها المختلفة، حق المواطن في المعرفة، تحقيق واجب احترام الشخصية الإنسانية في سلوك الإعلاميين المهنيين في الصحافة

المقروءة، أم في الوسائل المرئية المسموعة." (9) ولذلك نجد أن قضية "حرية الإعلام" تثير مسألة غاية في الأهمية: الأولى : حرية التعبير و إبداء الرأي و الثانية: كيفية وضع قيود على تلك الحرية.

في هذا الإطار، نجد أن رجل القانون الأرجنتيني "الدكدكا"، حدد بعض عناصر "حق الاتصال" في كونها تمثل حقوق الأفراد، ومن أهم ما يندرج تحتها: حرية الرأي و التعبير، حماية الخصوصية، حق المجتمع . و حقوق المؤسسات الإعلامية، و من أهم ما يندرج تحتها: حرية الرأي و التعبير، الحقائق أن تعلم بضم التاء. (10)

ومن الموثيق و الاتفاقيات الدولية التي صانت هذا الحق، ووضعت على عاتقها مهمة احترامه والالتزام بذلك على المستوى المحلي و الإقليمي والدولي مع مراعاتها البعد الإنساني للعمل الإعلامي و الاهتمام بقضايا المجتمع: ميثاق منظمة الأمم المتحدة، الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية و السياسية، الاتفاقيات الإقليمية الأوربية و الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان.

أما عربيا، فلقد شهدت الدول العربية و الإسلامية ميلاد عديد موثيق الشرف و التشريعات الإعلامية. غير أن الأنظمة السياسية في الوطن العربي عمليا، "ورثت من الحقبة الاستعمارية في القرن الماضي طبيعة الموقف من موضوع حرية الرأي و التعبير، و يبدو واضحا في التباين بين القوانين المتعلقة بهذا الموضوع، وبعضها سابق حتى ظهور الدساتير، فالقوانين السابقة كانت تتحصر في إجراءات محددة تتعلق بحق امتلاك الوسيلة الإعلامية و التصرف بمضمونها، أما الدساتير فإنها وضعت الإطار الفكري و القانوني الذي يحدد مسار الحرية الفردية في إطار الحريات العامة." (11)

كما كان للإعلان العالمي لحقوق الإنسان تأثيرا قويا على الموثيق العربية، غير أن الإسلام كشرعة "كان لها السبق في وضع الأسس و القواعد المؤصلة لحقوق الإنسان، فالإسلام دين و دولة، الدين شريعة الله على عباده و الدولة ينظمها الدين، ومالم ينص عليه يكون العمل به من خلال المشورة...

حيث يقوم النظام الإسلامي على حماية الحقوق و الحريات، فقد عرفت الشريعة المساواة بين الحقوق و الواجبات بين أفرادها، لا فرق بين عربي و لا أعجمي إلا بالتقوى، و رفض رسولنا الكريم في أكثر من موقف نصره مسلم على غير مسلم و كانت الشريعة الإسلامية بمثابة منارة إشعاع لجميع الخلق."(12)

ومن المنظور الإسلامي، تعرف "حرية الرأي و التعبير" بأنها: "تمتع الشخص بكامل حريته في الجهر بالحق و إبداء النصح في كل أمور الدين و الدنيا فيما يحقق نفع الإسلام و المسلمين ويصون مصالح كل من الفرد و المجتمع و يحفظ نظامه العام وذلك كله في إطار الأمر بالمعروف و الإرشاد إلى كافة البشر، وتبادل الآراء في كل ما من شأنه حماية الأخلاق و الآداب العامة و النظام العام و حماية الأمن و السكينة العامة داخل المجتمع الإسلامي، و ذلك كله في إطار الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر."(13):

- فالإسلام يدعو إلى الخير و ينهى عن المنكر.
- الدعوة للشريعة تكون بالحكمة و الموعظة الحسنة.
- المشاورة في أمور الدنيا و الدين.
- دعوة الإسلام إلى إذاعة المعلومة الصحيحة الأخلاقية.
- دعوة الإسلام لعدم التعدي على معتقدات الآخرين.
- كما جاءت السنة النبوية الشريفة و في كثير من مبادئها تأكيدا على احترام حرية الرأي و التعبير، ودعمها و حمايتها، ومن أوجه ذلك: الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر، قول الحق فضيلة .

ومن موثيق الشرف العربية في العقود المتأخرة:

#### 1- دستور الاتحاد العام للصحفيين العرب:

لقد اهتم الاتحاد "بتحديد المسؤولية الاجتماعية للصحفيين العرب حيال مجتمعاتهم و دولهم، فقد نص دستور لاتحاد الذي صدر عن الاجتماع التأسيسي خلال الحادي و العشرين من شهر كانون الثاني 1964 حيث حدد مسؤوليات الصحفيين العرب المهنية و الأخلاقية حيال مجتمعاتهم وقد اعتبرت هذه المسؤولية ملزمة للصحفيين العرب، بحكم التزامهم بالقواعد المهنية لنقاباتهم المكونة للاتحاد." ومن أهم النقاط التي أكد ليها الاتحاد: ضرورة مراعاة المصلحة العامة للرأي العام، الالتزام بالمسؤوليات المهنية و الأخلاقيات واحترام المعايير المهنية بمقتضى القواعد العملية للمهنة. "(14)

#### 2- ميثاق الشرق العربي:

"أقر مجلس الجامعة العربية في الرابع عشر من شهر أيلول 1978 ميثاق الشرف الإعلامي العربي، و الذي جاء تنفيذا لميثاق التضامن العربي الصادر عن مؤتمر القمة العربي الذي عقد في المغرب بالدار البيضاء 1965، والذي جاء انطلاقا من قرارات مؤتمر القمة العربية و الأجهزة المعنية في الجامعة و الذي جاء لإيجاد سياسة إعلامية على المستويين القومي و الإنساني والتزاما بتوصيات اللجنة الملائمة للإعلام العربي بضرورة وضع ميثاق شرف إعلامي عربي و قومي، قد رتب ميثاق الشرف العربي على الحكومات العربية حيال العمل الصحفي و ممارسة التزامات لم يشهد الواقع العربي في أقطار عديدة من قبل وضع الميثاق وبعده." (15) ولقد تكون الميثاق العربي من 15 مادة اشتملت على مواد المبادئ العامة و المسؤوليات الواجبة والتي منها: قيام الإعلام على حقين : "حق التعبير و حق الاطلاع، ومنه يتعين عليه التأكيد على القيم الدينية و الأخلاقية الثابتة، و المثل العليا، و نشذ الحقيقة خدمة للحق، تعميق التفاهم، و التفاعل و التبادل ماديا و معنويا للمجتمع العربي و الدولي، وهو ما نصت عليه المادة

الأولى من المبادئ العامة للميثاق و حرية التعبير شرط أساسي للإعلام الناجح و مكسب حضاري تحقق عبر الكفاح الإنساني الطويل و جزءا لا يتجزأ من الحريات الأساسية المنصوص عليها في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، ولكن المسؤولية شرط أساسي لممارسة هذه الحرية بحيث لا تتجاوز حدود حريات الآخرين." (16)

### 3- ميثاق شرف الإعلام العربي الإسلامي:

انطلق هذا الميثاق من ديباجة و منطلقات ومبادئ العمل الإسلامي واشتمل على ستة عشر بنداً، وقد اشتملت الديباجة على ما يبرز خصوصية هذا الميثاق لأخلاقيات المهنة و التي تنطلق من المنهج الإعلامي الإسلامي. فهو منهج يستمد مشروعيته من الكتاب و السنة و التراث الإسلامي و أن الإسلام منهج الهوية الثقافية، وهو الذي يحدد ملامحها المميزة. ولقد اشتمل الميثاق الإعلامي الإسلامي على المرتكزات التالية: التأكيد على قيم الإبداع فهي الهدف الأساسي من وراء خلق الإنسان بعد عبادة الله." (17) ولقد انبثق الميثاق من المبادئ الآتية: (18)

1- "ففي مجال الدعوة الإسلامية على الإسلام أن يسלט الضوء على الثلاثية الإسلامية: "العقيدة"، "الشريعة"، "الأخلاق".

2- لأصالة و المعاصرة: أي التمسك بالأصالة التي تربطنا بجذورنا وقيمنا الإسلامية و تراثنا العريق بمعطياته الإيجابية و الحرص على مواكبة الحداثة و الانفتاح على الحضارة الإنسانية.

3- الصدق و الموضوعية و الالتزام بهما.

4- الالتزام بلغة أدب الحوار القائم على الحكمة و الموعظة الحسنة و المجادلة بالتّي هي أحسن.

5- الالتزام بالتضامن العربي.

6- طلب العلم.

7- الإبداع.

8- الدفاع عن اللغة العربية.

9- احترام الأسرة و الاهتمام بقضايا المجتمع.

10- الدفاع عن صورة الإسلام و المسلمين."

4 - ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي:

"تأتي أهمية ميثاق الشرف الإعلامي الإسلامي كونه ليس مجرد تعهد أدبي بل هو أيضا دليل عمل أو برنامج عمل المؤسسات الإعلامية الإسلامية و للإعلاميين الإسلاميين، و هذا ما يتناسب و طبيعة العمل الإعلامي الإسلامي الذي يسعى دائما للاستقلالية إلا من الضوابط الشرعية، أعدته منظمة إذاعات الدول الإسلامية التي تأسست بقرار المؤتمر السادس لوزراء الدول الإسلامية المنعقد في جدة 1975، و تضمن الميثاق ديباجة و 21 مادة." (19) ومن أبرز ما دعا إليه:

- في مجال الواجبات: "تقع على عاتق الإذاعات الإسلامية بقسميها المسموع و المرئي مسؤولية خاصة إزاء الإنسان المسلم، فهي ملتزمة تجاهه بأن تقدم له الحقيقة الخالصة، و أن تعمل على تكامل شخصيته الإسلامية، مع تنميتها فكريا و ثقافيا واجتماعيا وسياسيا، وأن تبين له واجباته تجاه الآخرين و حقوقه و حرياته الإنسانية، وترسخ إيمانه بالقيم الإسلامية و المبادئ الخلقية الأصلية النابعة من الدين." (20)
- في مجال الأخلاقيات و المبادئ: اعتماد الإذاعيين المسلمين أسلوب كفى لتأذيه الرسالة الإعلامية، و تقديس المهنة الإعلامية و شرفها، و صون كرامة الإنسان المسلم و الأمة الإسلامية، و تعبئة الرأي العام تعبئة صحيحة، و تجنب التيارات العصبية و الإقليمية.



وفي إطار مسؤولية الحكومات العربية الإسلامية، أقر الميثاق ضرورة احترام هذه الأخيرة لحق الإعلاميين و حرية تنقلهم في مختلف الدول الإسلامية و كفالة حرية تعبيرهم في إطار خلقي، و تشريعات لا تخرج عنها الممارسات الإعلامية. أما أهدافه فتلخصت في: (21)

- "نشر الدعوة الإسلامية.
- الاهتمام بالتراث الإسلامي.
- التعريف بالقضايا الإسلامية و الدفاع عنها.
- التعريف بالأسس السياسية و الاجتماعية و التربوية التي تركز عليها دعوة التضامن الإسلامي.
- تنمية التعاون بين المؤسسات الفنية للدول الأعضاء و تطويرها وصولا بها إلى مستوى العلاقات الأخوية بين الأقطار الشقيقة.

5- ميثاق شرف رابطة الصحافة الإسلامية:

"قد اعتمد أعضاء رابطة الصحافة الإسلامية في المؤتمر الثاني الذي عقد في الخرطوم 2007 و تميز هذا الميثاق عما سبقه بالتخصيص على الجوانب الإجرائية لتفعيل هذا الميثاق. و أهم ما جاء في مواد: (22)

- "الالتزام بالقيم الإسلامية و مبادئها الأخلاقية.
- توحيد كلمة المسلمين، و التحلي بالأخوة و التسامح، و حل المشكلات المشتركة، و مواجهة الصهيونية.
- التزام الإعلاميين في كل ما ينشر أو يداع بما يكفل حماية الأمة الإسلامية من التأثيرات السلبية.
- الالتزام بنشر الدعوة الإسلامية.
- الاهتمام بالتراث الإسلامي و تاريخ الحضارة الإسلامية، مع إعطاء اللغة العربية أهميتها.
- إحلال الشريعة محل القوانين الوضعية.

- مقاومة التخلف، و تحقيق التنمية الشاملة للأمة الإسلامية.

6- إعلان القاهرة لحقوق الإنسان في الإسلام:

لقد نصت ديباجة هذا الإعلان على أن "الموافقة على إصدار ذلك الإعلان الذي يشكل إرشادات عامة للدول الأعضاء في مجال حقوق الإنسان تأكيداً للدور الحضاري و التاريخي للأمة الإسلامية التي جعلها الله أمة أورثت البشرية حضارة عالمية متوازنة، ربطت الدنيا بالآخرة، و جمعت بين العلم و الإيمان، و المساهمة في الجهود.

7- قانون الإعلام في الجزائر 2012: لا يخرج هذا القانون على إطار خصائص قوانين الإعلام في

المنطقة العربية الإسلامية، ولقد تضمن عديد المواد، أهم ما نصت عليه في إطار أخلاقيات الإعلام:

• المادة 2: "يمارس نشاط الإعلام في إطار القانون العضوي والتشريع و التنظيم المعمول بهما في ظل احترام: (23)

- الدستور و قوانين الجمهورية.

- الدين الإسلامي و باقي الأديان.

- الهوية الوطنية و القيم الثقافية للمجتمع.

- السيادة الوطنية و القيم الثقافية للمجتمع.

- متطلبات النظام العام.

- المصالح الاقتصادية للبلاد.

- مهام التزامات الخدمة العمومية.

- سرية التحقيق القضائي.

- الطابع التعددي للآراء و الأفكار.

- كرامة الإنسان و الحريات الفردية و الجماعية'.
- المادة 3: حددت مفهوم الأنشطة الإعلامية في إطار مفهوم القانون العضوي، حول كل ما ينشر أو يبيث حول الوقائع و الأحداث و الرسائل و الآراء و الأفكار و المعارف، عبر وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة وكذا تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة.
- المادة 4: حددت طبيعة ملكية وسائل الإعلام و التي قد تكون إما وسائل إعلام تابعة للدولة أي القطاع العمومي، أو وسائل تنشئها هيئات عمومية، أو وسائل إعلام تابعة و تملكها و تنشئها أحزاب سياسية، أو جمعيات معتمدة، أضافت إلى وسائل الإعلام التابعة لأشخاص معنويون خاضعون للقانون الجزائري، و يمتلك رأس مالها أشخاص يتمتعون بالجنسية الجزائرية.
- المادة 5: "تساهم الأنشطة الإعلام على الخصوص فيما يأتي: (24)
- "الاستجابة لحاجات المواطن في مجال الإعلام و الثقافة و التربية والترفيه و المعارف العلمية و التقنية.
- ترقية مبادئ النظام الجمهوري و قيم الديمقراطية .
- ترقية روح المواطنة و ثقافة الحوار.
- ترقية الثقافة الوطنية وإشعاعها، في ظل احترام التنوع اللغوي و الثقافي الذي يميز المجتمع الجزائري.
- المساهمة في الحوار بين ثقافات العالم القائمة على مبادئ الرقي و العدالة و السلم."
- أما المواد (64، 65، 66) الخاصة بسلطة الضبط السمعي البصري "فلم يسهب القانون في ذكر تفاصيل هذه الهيئة رغم أهميتها إذ جاءت المادة 65 تحدد مهامها وصلاحياتها بموجب قانون لاحق، و تؤخذ دراسة التجربة الأمريكية بعناية رغم اختلاف الظروف و السياق "مفيدة" على الأقل من الناحية التقنية و البنوية." (25)

8- قانون الإعلام التونسي(26) : "مشروع قانون هيئة السمعى البصرى 2017-97(من إعداد الوزارة المكلفة بالعلاقات مع الهيئات الدستورية و المجتمع المدنى و حقوق الإنسان) و يتكون من 59 فصلا خصصت لصلاحيات الهيئة و تنظيمها و تسييرها.المرسوم 2011-116 المتعلق بحرية الاتصال و السمعى البصرى...و يتكون من 51 فصلا و خصص الباب الأول منها للأحكام العامة المتعلقة بحرية الاتصال و السمعى البصرى.

الفصل الثانى: جاء فيه أن هذا المرسوم حرية الاتصال السمعى البصرى و ينظم ممارستها.

الفصل الخامس: من بين ما تضمنه:حرية التعبير،التعدية في التعبير عن الأفكار و الآراء،الموضوعية.

و تخضع ممارسة هذه المبادئ لضوابط تتعلق باحترام حقوق الآخرين أو سمعتهم، و منها بالخصوص: احترام كرامة الإنسان و الحياة الخاصة،حماية النظام العام،حماية الصحة العامة و تشجيع الثقافة و الإنتاج الإعلامى و الاتصالى الوطنى."

\* المنظور الإسلامى لمواثيق الإعلام: "تمثل أخلاقيات الإعلام الإسلامى مجموعة المبادئ أو القيم التى تضبط التزام الإعلاميين (أفراد، مؤسسات) بالسلوك الحسن سواء فى شخصيتهم أو فى عملهم الإعلامى و يحدد المسؤولية الأخلاقية للإعلام نحو الإسلام و الأمة و الإنسانية و المجتمع و المهنة ترسم إجراءات تفعيلها، إن الإعلام الإسلامى يرتبط بالمسؤولية الأخلاقية من جانبين:من المسؤولية الأخلاقية فى الإسلام بشكل عام ومن المسؤولية الاجتماعية الصادر منها ،و يحاط الإعلامى الإسلامى بأربع أطر تشكل مسؤوليته الإعلامية: المسؤولية الاجتماعية و المسؤولية الدينية والإلهية وهى أعظمها تأثيرا فى الإعلامى المسلم." (27)

ولكن بالرغم من معرفة الدول العربية الإسلامية شهادة ميلاد مواثيق شرف عربية، إلا أنها كانت امتدادا لمصادر تشريعها و دعوتها المحمدية، والتي ترجع الى حوالى أكثر من 14 قرنا،غير أن هناك

اهتماما متواصلا لسن موثيق شرف إعلامية إسلامية مواكبة منها للتطورات التكنولوجية، خاصة ما تعلق منها بالبث الفضائي المباشر نظرا لخطورة ما تعرضه القنوات الفضائية على مجتمعاتنا جراء السوق الحرة لتدفق المعلومات وانتشار الثقافات، وهو الأمر الذي زاد من رهانات ذلك أمام المجتمع الإسلامي في مواجهة مختلف آثارها عليه و على مكوناته، و دعا إلى ضرورة بدل جهد أمام جعل الإعلام الإسلامي إعلاما مؤثرا في مستوى قيم و أخلاق و حضارة المجتمع الإسلامي. كما سمعت الموثيق الإعلامية إلى معالجة كثير المسائل الأخلاقية التي ينبغي على الإسلام الاهتمام بها و تبنيها في مجال المهنة أو الأخلاق العامة حسب ما تتطلبه حاجة مواكبة تطور وسائل الإعلام الإسلامية وانتشارها، و ذلك بإضفاء مزيد من الجدية و الضوابط الشرعية على المهنة الإعلامية، اخذين بعين الاعتبار الجمهور العربي المتلقي.

### ثالثا: تنظيم البث التلفزيوني الفضائي العربي

لقد كان للتكنولوجيا و آثارها اهتماما كبيرا و واضحا في الفكر العربي في نواحيه واتجاهاته المختلفة، "في إطار بحثه في مفاهيم و فلسفات تحضر أم تقدم أو تنمية الوطن العربي. حيث ظهرت في سبيل ذلك فرق عديدة متناقضة فيما بينها و متفقة في أمور قلة فقط - إذ وجد فريق من المفكرين و الباحثين العرب يطالب بملاحقة الدول المتقدمة تقنيا و صناعيا، إما لتعويض الفجوة الحضارية بين الغرب والعرب، أو الاستجابة للواقع الاقتصادي و الاجتماعي و السكاني في الوطن العربي... و يذهب بعض أنصار هذا الاتجاه إلى حد الانبهار بالتقدم الثقافي الذي تم انجازه في مجالات الاتصال و الإعلام بالتقدم الثقافي الذي تم انجازه في مجالات الاتصال و الإعلام و التبشير بأنها تحمل الخلاص للعرب و بقية الدول النامية من أوضاع التخلف." (28)

غير أن هذا الاتجاه لم يأخذ بعين الاعتبار أثر إدخال هذه التقانة على الدول العربية، لأن الأوضاع تحتم القول أن ما ينطبق عند استعمال هذه التكنولوجيا في الدول الغربية لا يتفق عند الدول العربية، نظرا للظروف الاقتصادية والبيئية الاجتماعية التي توجد هذا الفارق.

في حين يرى فريق آخر من المفكرين و الباحثين العرب و هم الأغلبية، أن إتباع الغرب و الاقتداء به في شتى مجالات الثقافة سوف يزيد من تبعية العرب للدول الغربية في شتى المجالات بما قد يدمر البنى الداخلية للمجتمعات العربية. فالتكنولوجيا بشكل عام، و تكنولوجيا الاتصال و الإعلام بشكل خاص، لا تلعب دورا في السيطرة الثقافية فحسب، ولكنها بالفعل جزء من هذه السيطرة. فقليل من هذه الدول النامية التي تراعي ملائمة الثقافة الحديثة للسياق الاجتماعي و الاقتصادي السائد. " ولا يتوقف الأمر عند التبعية، إذ تؤدي الثقافة كما يرى بعض أنصار هذا الاتجاه إلى تعميق فجوة عدم الثقة بين العالم الثالث و الدول المتقدمة نتيجة التفاوت الاقتصادي بينهما، علاوة على أنها تستخدم للوقية بين دول العالم الثالث ذاتها." (29)

وعلى اثر هذا الصراع، ظهر فريق ثالث معتدل الاتجاه، قائمة فلسفته على ضرورة الاستفادة من التقنية المتوفرة، مع مراعاة القيم الوطنية وهوية الشخصية العربية، مع التفريق بين الحضارة و التمدن. صحيح أن العرب متخلفون تقنيا مقارنة بالدول، لكنهم في قمة التحضر و الحضارة، غير أن الأمر الواجب هو الموازنة بين الحضارة و التمدن لدى الدول العربية و مواكبة التطور التقني الجديد بالاستخدام السليم و الاستفادة من خبرات الدول المتقدمة.

على الرغم من الشرعية العالمية والعربية الممنوحة للتكنولوجيا الجديدة، إلا أن استيرادها يتطلب حجبها عن المساس بالقيم الأخلاقية العربية، ومجاهاة الأخذ بالقيم الغربية المصاحبة لهذه التقنية لتحقيق

إعلام قيمي قائم على أساس التقدم العلمي والتكنولوجي. فانقضاء "القيمة" في الإعلام بالرغم من إيجابية الوسيلة الاتصالية يفقد القيمة خاصيتها.

هذا ما دفع بالدول العربية إلى وضع "وثيقة مبادئ" لتنظيم البث الفضائي الإذاعي و التلفزيون في المنطقة العربية من أجل تنظيم الفوضى التلفزيونية أمام تأييد رسمي.

ففي 12 فيفري 2008، اقترحت "السلطة السياسية الأعلى للإعلام" في الوطن العربي ممثلة في وزراء الإعلام العرب"، وثيقة استهدفت أهم وسيلة اتصال جماهيري وهي "التلفزيون"، وموضوع الحريات العامة خاصة حرية الرأي و التعبير و الاستغلال، والتي كانت محل نقاش شاركت فيه أطراف معينة: إعلاميون - حقوقيون - أكاديميون، المجلس الوطني للإعلام المرئي و المسموع مسؤولي الفضائيات ... وهذا "تعزيزا لمقاصد العمل العربي المشترك الذي احتواه "ميثاق جامعة الدول العربية" باعتبار الوثيقة الأساس المعبرة عن الإرادة الجماعية العربية، وانطلاقا من الوثائق و القرارات الصادرة عن مجلس جامعة الدول العربية على مستوى القمة بما يمثله من رؤية شاملة للمصالح العربية على مستوى القمة بما يمثله من رؤية شاملة للمصالح العليا للوطن العربي، وما تتطوي عليه من تصورات مشتركة لسير التحديث و التطوير على النحو الذي يدعم جهود التنمية الإنسانية بجوانبها كافة وانطلاقا كذلك من نص و روح وثيقة العهد و التضامن و البيان الخاص بمسيرة التطور والإصلاح الصادرين عن مجلس جامعة الدول العربية على مستوى القمة في دورة انعقاده العادي السادس عشر لقمة تونس." (30)

"وتوصلا مع مجموعة الوثائق و القرارات و الوثائق التي تستهدف تحديث وتطوير العمل العربي المشتركة، وخاصة ما صدر منها عن قمة شرم الشيخ 2003، وكذلك قرارات مجلس وزراء الإعلام العرب وما صدر عنه من وثائق وفي مقدمتها الإستراتيجية الإعلامية العربية لمواجهة تحديات القرن الحادي والعشرين، وميثاق شرف الإعلامي العربي، والوثيقة الإطارية للتكامل بين السياسات الإعلامية و الثقافية

في الوطن العربي وأيضا المواثيق الدولية ذات الصلة ومن أبرزها ما صدر عن القمة العالمية لمجتمع المعلومات".(31)

فعلى اثر التقدم التقني الذي شهده التلفزيون، و تجاوز بثه الحدود الجغرافية، لتغطية أكبر مساحة جماهيرية ببرامج و خدمات تهدف إلى صون هوية الأمة العربية الإسلامية و تحافظ على ثقافتها. وقيمها الأخلاقية، يبرز: "إسهام الوطن العربي في إثراء الحضارة الإنسانية، وحفاظا على الرسالة الإعلامية التي يتعين على القنوات الفضائية احتوائها وتطويرها، وتفاعلا مع عصرنا باعتباره جزءا من العالم و حرصا على تعزيز التفاهم بين الثقافات و الحوار المتواصل فيما بين الحضارات واستهداء في هذا السياق بالمواثيق والوثائق الدولية و العربية ذات الصلة، وحرصا على توفير أطر ومبادئ تنظيم البث والاستقبال الإذاعي و التلفزيوني عبر الفضاء في المنطقة العربية اتساقا مع ما يتوفر لدى أقاليم العالم الأخرى، نحو تنظيم البث و الاستقبال الإذاعي و التلفزيوني في المنطقة العربية، مبادئ تنظيم البث الإذاعي و التلفزيوني في المنطقة العربية".(32)

"- البند الأول : تنظيم البث و إعادة استقباله في المنطقة العربية و كفالة احترام الحق في التعبير عن الرأي وانتشار الثقافة و تفعيل الحوار الثقافي من خلال البث الفضائي". (33)

- البند الرابع : يلتزم هيئات البث و مقدموا خدمات البث الفضائي و إعادة البث الفضائي بمراعاة القواعد العامة الآتية: (34)

- حماية حقوق و مصالح متلقي خدمات البث.
- توفير الخدمات الشاملة للجمهور.
- عدم التأثير سلبا على السلم الاجتماعي و الوحدة الوطنية والنظام العام و الآداب العامة.



• التقيد بضوابط و أنماط خدمة البث و إعادة البث الفضائي التي تصدر وفقا لمبادئ هذه الوثيقة، وما نص عليه ميثاق الشرف الإعلامي العربي."

- البند الخامس: تلتزم هيئات البث و مقدموا خدمات البث و إعادة البث الفضائي بتطبيق المعايير و الضوابط العامة التالية في شأن كل المصنفات التي يتم فيها : (35)

• "الالتزام بحرية التعبير بوصفها ركيزة أساسية من ركائز العمل الإعلامي العربي، على أن تمارس هذه الحرية الوعي و المسؤولية بما من شأنه حماية المصالح العليا للدول العربية و المواطن العربي واحترام حريات الآخرين و حقوقهم، و الالتزام بأخلاقيات مهنة الإعلام.

• الالتزام بتخصيص مساحة باللغة العربية لا تقل عن عشرين بالمائة من إجمالي الخريطة البرمجية للقناة الواحدة أو لمجموعة من القنوات التابعة لهيئة واحدة."

- البند السادس: تلتزم هيئات البث و مقدموا خدمات البث و إعادة البث الفضائي بتطبيق المعايير و الضوابط المتعلقة بالعمل الإعلامي التابعة في شأن كل المصنفات التي يتم بثها: (36)

• "احترام كرامة الإنسان و حقوق الآخرين في كامل أشكال و محتويات البرامج و الخدمات المعروضة.

• احترام خصوصية الأفراد و الامتناع عن انتهاكها بأي صورة من الصور.

• الامتناع عن التحريض على الكراهية أو التمييز القائم على أساس الأصل العرقي أو اللون أو الجنس أو الدين.

• حماية الأطفال و الناشئة من كل ما يمكن أن يمس بنموهم البدني و الذهني و الأخلاقي أو يحرصهم على فساد الأخلاق أو الإشارة إلى السلوكيات الخاطئة بشكل يحث على فعلها...

• الالتزام بالقيم الدينية و الأخلاقية للمجتمع العربي و مراعاة البنية الأسرية و ترابطها الاجتماعي و الامتناع عن ذوات النعرات الطائفية و المذهبية .

• الامتناع عن بث و برمجة المواد التي تحتوي على مشاهد فاضحة أو حوادث إباحية أو جنسية صريحة.

• الامتناع عن بث المواد التي تشجع التدخين و المشروبات الكحولية مع إبراز خطورتها."

- البند السابع : تلتزم هيئات البث و مقدمو خدمات البث و إعادة البث الفضائي بتطبيق المعايير و الضوابط المتعلقة بالحفاظ على الرسائل القصيرة (SMS). ومن وجه ذلك على الخصوص:

• "الالتزام بصون الهوية العربية من التأثيرات السلبية للعولمة مع الحفاظ على خصوصية المجتمع العربي.

• إثراء شخصية الإنسان العربي و العمل على تكاملها قومياً و إنمائياً فكرياً و ثقافياً و اجتماعياً و سياسياً و الحفاظ على اللغة العربية.

• الامتناع عن بث كل ما يتعارض مع توجهات التضامن العربي أو مع تعزيز أوامر التعاون و التكامل بين الدول العربية أو يعرضها للخطر.

• الالتزام بالموضوعية و الأمانة واحترام كرامة الدول و الشعوب و سيادتها الوطنية.

• الالتزام لإتاحة استخدام كل الإمكانيات التي يتيحها التطور التكنولوجي في بث البرامج و المواد الإذاعية و التلفزيونية التي تكفل حق كل الأمة العربية في نشر ثقافتها و رؤيتها الحضارية و مواقفها من القضايا المطروحة." (37)

- البند التاسع: تلتزم هيئات البث الإذاعي و التلفزيوني و مقدموا خدمات البث الفضائي، في شأن توجيه المواد الإذاعية و التلفزيونية من حيث المحتوى و الفئات المتلقية من الجمهور بالمعايير والضوابط و الاشتراطات و الأنماط التي تصدر من الأجهزة المفيدة أو بموجب ما تقره التشريعات الداخلية للدول العضوة المختصة بإصدار الترخيص." (38)

إلى جانب هذا نجد عديد الدول النامية تعاملت بحذر مع الظاهرة التلفزيونية الفضائية - خاصة الوافدة- فصدرت على إثر ذلك قوانين عدة منها: قانون إيران 1995 الذي "يمنع استخدام الأطباق اللاقطة، وتم على أساسه رفع آلاف الأطباق، وكانت المملكة العربية السعودية قد منعت استخدام الأطباق في أواخر عام 1994، وتم تصدر أغلب الدول (حتى سنة 2005) تشريعات في هذا المجال، إلا أن دول أخرى أخذت تعيد النظر في التنظيم البرامجي التلفزيوني." (39)

#### رابعاً: الأنظمة الإعلامية العربية و المسؤولية الأخلاقية للبث التلفزيوني الفضائي

إن وسائل الإعلام مسؤولة مسؤولية كبرى أمام المجتمع لترجمة و عكس حضارته و قيمه و ثقافته و أن عظم هذه المسؤولية يزداد على المستوى الأخلاقي، ذلك انه لم توضع قواعد أخلاقية و سلوكية إلا لأجل تنظيم العمل الإعلامي و ضبط مهنته لبث رسالة إنسانية تضمن خصائص حياة المجتمعات العربية الإسلامية من جهة و تؤثر في الرأي و توجيهه و خدمة مصالحه من جهة أخرى. ولقد خلص عديد الباحثين إلى تلخيص "قانون الأخلاق الإعلامي" في عدد من النقاط: (40)

- الوسيلة الإعلامية و موثيقها الداخلية.
- الفلسفات الإعلامية الأساسية و قوانين الحكومات في النظريات المختلفة.
- القيم الأخلاقية و تشمل احترام الخصوصية، تجنب خداع المصدر، صراع المصالح، الدقة، الموضوعية التوازن و الشمول..."

فعندما تغيب الحقائق في وسائل إعلامنا تغلو الأباطيل ... و يتفشى الكذب و يشيع الفجور، وعندما يخالف عمل القائم بالاتصال قوله و يوظف الإعلام لأغراض شخصية و عنصرية و يساء لرموز الإسلام و شعائره و تغيب قضايا الأمة أو تشوهه، وعندما تغلب الإثارة و التسلية على التنقيف و الارتقاء بالوعي الجماهيري و تسقط تغطية واقع المجتمعات من معالجتها الإعلامية أو الانحراف عن مسار المعالجة ويتم

تجاهل الجوانب الإنسانية و كرامة الإنسان و القيم العليا و تغلب المنافع التجارية، وعندما تتلقف أو تحاكي ما يقدمه الإعلام الغربي من غير ترشيد."(41)، نكون بصدد أزمة أخلاقية تعاني منها وسائل الإعلام العربية، خاصة مع التطور التكنولوجي المتواصل و الإقبال الجماهيري المتزايد على القنوات الفضائية، و التي يستدعي الأمر في ظل ظروفها إعادة القراءة في المضامين التي تقدم من خلالها لإمكانية عدم تناسبها مع المنظومة القيمية و الأخلاقية لمجتمعاتنا.

و على اثر هذا، نجد أن عديد الباحثين اهتموا بدراسة أخلاقيات الإعلام ومدى صعوبة تحديدها وضبطها نظرا لارتباطها بالبعد السياسي و الفكري الذي انبثقت منه، خاصة مع زيادة ضبط موثيق الشرف الإعلامية المواتية للتطور التكنولوجي لوسائل الإعلام و الاتصال ومع الإقبال الجماهيري الكبير عليها، وشدة تأثيرها عليهم.

فالدكتور طه أحمد الزبيدي عرف أخلاقيات الإعلام و الاتصال بكونها: "مجموعة المبادئ و القيم التي تضبط التزام الإعلاميين (أفراد و مؤسسات) بالسلوك الحسن سواء في شخصيتهم أو في عملهم الإعلامي وتحدد المسؤولية الأخلاقية للعالم نحو الإسلام و الأمة الإنسانية و المجتمع و المهنة و توسع إجراءات تفعيلها."(42)

هذا الطرح، جعلنا نتوجه إلى البحث في ماهية المسؤولية الأخلاقية للإعلام العربي انطلاقا من منظور قيمي، وظيفي ومسؤولية اجتماعية، كون أن المسؤولية الأخلاقية تتطلب تحمل الإعلامي والمؤسسات الإعلامية تبعات ما يقومون عليه من أنشطة ووظائف إعلامية.

ففي ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية"، يمكن النظر إلى المسؤولية الإعلامية" من خلال ثلاث فئات:

- مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع.
- مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع المحلي.

- مسؤولية الإعلامي تجاه نفسه.

هذه المسؤولية بدلالاتها الاصطلاحية كما قسمها جميل صليبا، في المعجم الفلسفي إلى: "مسؤولية مدنية، وهي لو توجب على فاعل الضرر للغير أن يعرضهم عن الضرر، ومن قد يكون تحت إشرافه. ومسؤولية جنائية، وهي تقع على من ارتكب مخالفة أو جناحاً وجريمة وهي مرتبطة بالمسؤولية الأخلاقية لأن الفعل تم عن إدراك وإدارة تامتين من قبل الفرد، ومسؤولية أخلاقية، وهي ناشئة عن إلزامية القانون الأخلاقي، والفاعل ذا إرادة حرة." (43)

ومنه تبرز ضرورة ضبط العلاقة بين المسؤولية و الأهداف هذه العلاقة التي تستند في ضبطها إلى وجهة نظر أخلاقية ثابتة قائمة على الأخلاق الدينية المستمدة من الدين الإسلامي، و المبنية على طاعة الله و عبادته و توحيدة، والامتثال لأوامره و تجنب ما نهى عنه لكسب مرضاته، في ايطار اجتماعي يربط الفرد أيضا بعلاقات إنسانية مع أفراد مجتمعه. و لذلك تجد الدول العربية الإسلامية و حكوماتها واجبا إلزاميا الالتزام بالقيم و الأخلاق في جميع مناحي الحياة، خاصة الإعلامية، في كونها مسؤولا يعدل مساراتها ويحرص على صونها، وتجسيد أفكارها حتى يتمكن الفرد المسلم من جهة أخرى الامتثال بها في تعاملاته مع غيره.

فكان من مسؤوليات الدولة إنشاء مؤسسات وأجهزة تشرف من خلالها على كافة الأنشطة، ما تحمي به مصلحة الجماعة، وهو في نفس المقام الذي يضع المحتسب أمام مسؤولية أخلاقية إزاء ذلك.

وبناء على ما تقدم، و في إطار التوجه نحو مفهوم جديد لحق الإعلام والاتصال في العالم بوجه عام و العالم العربي الإسلامي بوجه خاص، نجد أن هناك علاقة بين "المسؤولية الأخلاقية" و "الحق في الإعلام و الاتصال"، باعتبار أن "المفهوم الحديث" لهذا الحق قائم على ضمان حقوق الأفراد و الشعوب في الاتصال و الإعلام ومدى ملاءمته وعكسه لواقع هذه الشعوب في ظل "الإعلام العالمي الجديد" في إطار حضارة غربية ضيقت هذه الحقوق في نطاق الحقوق و الحريات الفردية فقط في حين

أن هذا الحق مرتبط بالفرد ودوره في المجتمع و إدارته وتعاونه مع الأفراد الآخرين لتحقيق المصلحة العامة للمجتمع.

ولذلك فإن "حق الاتصال" في إطار النموذج الإسلامي قائم على مبادئ "المسؤولية الأخلاقية"

في التمتع بهذا الحق ومحدداته التي من أبرزها: (44)

- خضوع أفراد المجتمع الإسلامي جميعهم حكام ومحكمين للمسؤوليات الأخلاقية ولهذا أوجب على الإعلامي مراعاتها وعدم التعالي عليها أو الإعفاء منها بحجة "حرية الإعلام".

- إن الإعلامي الإسلامي ... مسؤولياته جميعها يجب أن تكون منضبطة بالشرع، وفي جميع مسؤولياته ... و في سبيل تحقيق أخلاق كأخلاق القرآن، يجب أن تنتهي كل مسؤولية إلى نوع المسؤولية الدينية، أو على الأقل تتبناها، فهذه الأخلاق ترى في الواقع أنه لا الالتزامات الفردية و لا المؤسسات الاجتماعية بقيادة على أن تكون مصادر للتكليف والمسؤولية إلا بواسطة نوع من تفويض السلطة الإلهية.

- تنوع المسؤولية الأخلاقية للإعلامي والتي منها: (45)

• المسؤولية الشخصية: "فالإعلامي الإسلامي أحوج ما يكون إلى مراجعة ما ينشر من مادة إعلامية وما يتبنى من مواقف، إضافة إلى مراجعة تصرفاته... مع مصادر معلوماته أو الجمهور الذي يخاطبه ويحرص على تصحيح موقفه إذا وجد فيها انحرافا أو يثابر عليها إن وجد فيها استقامة و أن يأتي بالمزيد إذ وجد فيها قصورا، و أن يستبرئ لدينه و عرضه إن وجد تطاولا أو تجاوزا سواء كان على الشريعة التي يؤمن بها أو يلتزم بها، أم المجتمع الذي يعيش فيه."

• المسؤولية الاجتماعية: "الإعلامي جزء من المجتمع بل هو جزء فعال و مؤثر فيه، و لذا فهو مسؤول أمام مجتمعه في الحفاظ على قيمه و تقاليده و أعرافه الحميدة، و لا تقتصر مسؤولية الإعلامي على ما يؤديه داخل مؤسسته الإعلامية فقط، و إنما تمتد لتكون ذات صبغة اجتماعية خارج مؤسسته لاسيما أن الإعلامي هو همزة الوصل بين المعلومات و المجتمع، ولذا فإن دوره الاجتماعي خارج المؤسسة لا يقل

أبدا عن دوره داخلها."(46)، لذلك نجد أن الإعلامي واحد من الشخصيات المؤثرة في المجتمع انطلاقا من المسؤولية الاجتماعية في تقديم الحقائق و الإحاطة بالمسالك التي تواجه جماهيره.

- المسؤولية التشريعية (القانون أو القضائية): "الإعلامي يحيط به ثلاث من الدوائر القانونية و التشريعية. الأولى: القوانين التي تسنها السلطة سواء في بلده أو البلد الذي يعمل فيه ولاسيما المتعلقة بعملة الإعلام. و الثانية: القوانين و الأوامر التي تصدرها المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها. والثالثة: موثيق الشرف الإعلامي التي تسنها الهيئات الإعلامية على اختلاف مسمياتها."(47)

والأنظمة الإعلامية العربية اليوم، تعيش في عالم إعلامي يتميز بالاختلاف بين دول العالم وشعوبه، وفي إطار احتكار و هيمنة غربية على قطاع الإعلام ، تظهر جراء ذلك آثار سلبية على الدول العربية و الإسلامية، التي يجعل من إعلامها منحصر في دائرة الشعبية والتقليد، واعتماد التقنية الغربية في عكس مفاهيم النظرية الإعلامية الغربية في الواقع الإعلامي العربي.

أيضا استيراد المواد و البرامج الإعلامية من الدول الغربية و التي لا تتفق و قيم و مبادئ المجتمع وهويته وثقافته العربية الإسلامية، ناهيك عن تسييس هذا الإعلام لأغراض سياسية مما يقيد من الحرية و الإبداع، فتطغى الوظيفة الترفيهية على حساب الوظائف الأخرى خاصته الأخلاقية و الثقافية في إطار التغيير القيمي الذي يعيشه العالم و مخاطر ذلك على هذه الدول. وهو ما يحيلنا إلى البحث في مشروعية الدولة العربية ومدى تأثير ذلك على نظامها الإعلامي العربي.

فالوضع في الوطن العربي، تفجر في القرنين الأخيرين بفعل مبادأة من خارج الوطن العربي، وليس استجابة لحاجات الجماهير العربية، ولا تماشيا ومقوماتهم الأخلاقية الثقافية الاجتماعية... فكان الاختراق الأوربي للعالم العربي وسيلة لإحداث التغيير الاجتماعي للمجتمع العربي بما يحقق أهداف

استثمارية، إلى جانب هذا تسجيل لأنظمة حكم عربية الفارق بينها يكمن في الملكيات والجمهوريات مع احتمال وراثته المناصب الحكومية والرئاسية للدول الجماهيرية بخلاف الملكيات.

فأنظمة الحكم العربية أنظمة محافظة ذات قوانين ونصوص تشريعية تدافع عن قيم النظام وعدم المساس بهيكله من خلال التأثير في الرأي العام، وهو ما جعل من النظام العربي نظام حكم سلطوي في أساسه يتحدد دور ووظيفة الإعلام ووسائله فيه إلى تبرير سلوك الدولة والدفاع عن شرعيتها ومهاجمة خصومها، وذلك باستثناءات قليلة نتيجة للتوجه الجريء الذي تنتهجه بعض الفضائيات العربية وقلة من الأعلام المسؤولة... وعلى الرغم من أن ثورة الاتصال تحول بالضرورة دون تحكم الدولة الكلي في توجيه الرأي العام الذي أصبح أكثر قدرة على التعرض لمصادر المعلومات الأكثر حرية وانفتاحه." (48)

وعلى أساس هذا، نسجل أن المجتمعات العربية "عاشت وطأة نموذج لإعلام جماهيري لا متكافئ جسده هيمنة القناة التلفزيونية الوطنية الواحدة، ثم بدأ هذا النموذج في الانحلال تدريجيا بسبب ما أتاحتها التقنيات الحديثة من إمكانات وافرة لتلقي مضامين إعلامية جديدة، وفي حين كانت الخطابات المتشائمة تطلق صيحات فزع متتالية تحذر من (الاختراق الإعلامي) و (العولمة الثقافية) كان المجال الإعلامي العربي يتشكل ببطئ حتى أصبح اليوم فضاء تتصارع داخله قوى عديدة و متباينة باحثة فيه عن موقع تركز لها." (59)

حيث شهدت الدول العربية في فترة نهاية التسعينات، استخدام كبير لتقنيات الاتصال الحديثة، وظهور برامج لم تكن موجودة من قبل، وهو ما يجعلنا نلاحظ التحول والتغير البنوي لطبيعة مجال الأعلام العربي خاصة القنوات الفضائية العربية. وعليه فإن "الذين يرفضون النظر في الأنماط البرمجية الجديدة من منطلق الحكم الأخلاقي و القيمي هم قليلون و النتيجة نادرة المقاربات التي تحلل علاقة هذه الأنماط نتيجة التقانة و حراكها، أو تنظر إلى الثقافة التلفزيونية الجديدة من منطلقات نظرية لا تعتبر



التلقي ممارسة سلبية، وبالمقابل، فإن المحاولات الفكرية الجديدة، نظر إلى الإعلام في علاقته بالثقافة: إن فكرة (فوق/ تحت) و فكرة (الثقافي/التفاهي) هي فكرة قديمة، وهي نسق ثقافي ممتد و مستمر تتجدد لغته و يتجدد ممثله، لكنه موجود أبداً ويتوسل بوسائل عديدة للتعبير عن نفسه. لذلك تنزع المقاربات الغالبة للتحويلات العميقة التي يشهدها المجال الإعلامي العربي للتشديد على تكاثر القنوات التلفزيونية و تنوع مضامينها، فهي تنظر إلى ما يسمى (الطفرة الإعلامية) و تأثيراتها في المجتمع و الثقافة على أنها الظاهرة الأكثر أهمية في حين يبقى الانتباه للديناميات التي جعلت بيئة المجال الإعلامي ضعيفا."(50)

و عليه، فمسألة النماذج التواصلية، و الثقافية التي تحكم التنظيم السياسي و الثقافي للمجال الإعلامي العربي مدخل قائم على اختراق كشف التحولات الحالية للمجال الإعلامي العربي بناء على ديناميات جديدة تؤثر في النموذج التقليدي تزامنا و أن الوطن العربي يشهد كثرة إعلامية عديدة للقنوات الفضائية و برامجها، أين يمكن النظر الى مضمونها كوسيلة أو أداء لإدراك الحقيقة لا مساهما في تكوينها، ما يجعل نجاحها متوقفا على مدى قيامها بدورها الاجتماعي .... في سياق حتمية تنمية و أخلاقيات إعلامية أصلها النص القرآني و النبوي الشريف و الذي "يطرح نظامها قيما عاليا و متماسكا في شان ممارسة الكلام و القضايا الأخلاقية الشائكة في الإخلال بتلك المنظومة."(51)

**\*مراجع و هوامش الفصل الثالث:**

- (1): ولاء فايز الهندي: الإعلام و القانون الدولي. دار أسامة للنشر والتوزيع ،الأردن، ط1، 2012. ص19.
- (2): سليمان صالح: ثورة الاتصال و حرية الإعلام .مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، الكويت، ط1، 2012. ص351.
- (3): المرجع نفسه، ص 354.
- (4): حسين محمد نصر: قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي. در الكتاب الجامعي،الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2010. ص291-292.
- (5): بسام عبد الرحمان المشاقبة: فلسفة التشريعات الإعلامية. دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن ، ط1، 2012. ص 245.
- (6)،(7): المرجع نفسه،ص 246.
- (8): عبد الرزاق محمد الدليمي: أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1 2015. ص 155.
- (9): المرجع نفسه، ص 156، 157.
- (10): بسام عبد الرحمان المشاقبة، مرجع سبق ذكره، ص 256،257.
- (11): صباح ياسين: الإعلام حرية في انهيار. الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ط1، 2010 ، ص 53.
- (12): خالد مصطفى فهمي: حرية الرأي والتعبير في ضوء الاتفاقيات الدولية و التشريعات الإسلامية و جرائم الرأي و التعبير. دار الفكر الجامعي، ط1، 2008. ص 143.

- (13): المرجع نفسه ص، 144.
- (14): بسام عبد الرحمان المشاقية: مرجع سبق ذكره، ص 223.
- (15): المرجع نفسه، ص 225.
- (16): المرجع نفسه، ص 227.
- (17)،(18): المرجع نفسه، 233.
- (19): طه أحمد الزيدي: المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي دراسة تأصيلية و تحليلية لأخلاقيات الإعلام في موثيق الشرف الإسلامية. دار النفائس للنشر و التوزيع، الأردن، ط 1، 2013. ص 150.
- (20): عبد الهادي محمود الزيدي: المسؤولية الإعلامية . دار الفجر للنشر و التوزيع، دار النفائس للنشر و التوزيع الأردن، ط 1 2015. ص 260، 261.
- (21): خالد مصطفى فهمي: مرجع سبق ذكره، ص 169.
- (22): المرجع نفسه، ص 170.
- (23): عبد الرحمان عزي: قوانين الإعلام قراءة معرفية في النظام الأخلاقي في ضوء الإعلام الاجتماعي. الدار المتوسطة للنشر، تونس، ط1، 2014، ص 135،136.
- (24): المرجع نفسه، ص 140.
- (25): المرجع نفسه، ص 142.
- (26): حفيظة شقير - رشيدة النيفر - مصطفى بن لطفي: قراءة في مشروع قانون هيئة الاتصال السمعي البصري 2017-97. جمعية يقظة من اجل الديمقراطية و الدولة المدنية، تونس 2017. ص 10،11،12.
- (27): طه احمد الزيدي :مرجع سبق ذكره، ص 162.
- (28): حسنين شفيق :حقوق الإنسان والسكان في المجال الإعلامي .دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2011، ص 41.

(29): راسم محمد الجمال: الاتصال الإعلامي في الوطن العربي. مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2001. ص 257.

(30)،(31): فاطمة حسين عواد: الإعلام الفضائي. دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2010، ص 261.

(32)،(33): المرجع نفسه، ص 262.

(34)،(35)،(36): المرجع نفسه، ص 267.

(37): المرجع نفسه ص 268،269.

(38): المرجع نفسه ص 269،270.

(39): مي العبد الله: الاتصال والديمقراطية، الفضائيات والحرب الإعلامية. دار النهضة العربية، لبنان 2005، ص 240.

(40): تيسير أبو عرجة، عبد الكريم الدبسي، زهير ياسين الطاهات، إبراهيم فؤاد وضانة، محمد صاحب سلطان: وسائل الإعلام أدوات تعبير و تغيير. بحوث علمية محكمة دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2013. ص 157.

(41): طه أحمد الزيدي، مرجع سبق ذكره، ص 75.

(42): المرجع نفسه، ص 80.

(43): خليدة صديق: أساسيات الإعلام الدولي. دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1 ، 2016. ص 120.

(44)،(45)،(46): طه أحمد الزيدي: مرجع سبق ذكره، ص 83.

(47): المرجع نفسه، ص 151،152.

(48): بسيوني إبراهيم حمادة :دراسات في الإعلام و تكنولوجيا الاتصال و الرأي العام.دار عالم الكتب ،ط1، 2008. ص 263.

(49): الأميرة سماح فرج عبد الفتاح، تحرير و تقديم عبد الإله بلقزيز و آخرون: الإعلام وتشكيل الرأي العام أو صناعة القيم. مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي ،لبنان، 2013، ص 69.

(50): المرجع نفسه، ص 101.

(51): عبد الرحمان عزي : مرجع سبق ذكره، ص 24.

## الفصل الرابع:القنوات الفضائية العربية و التغيير القيمي.

أولاً: واقع القنوات الفضائية العربية .

ثانياً: برامج القنوات الفضائية العربية.

ثالثاً: الإعلام العربي المشترك في مجال البث الفضائي.

رابعاً: الإعلام الفضائي العربي و الهوية الثقافية العربية.

خامساً: الإعلام الفضائي العربي و العولمة الإعلامية.

سادساً: التلفزيون و التغيير القيمي الأخلاقي في الوطن العربي.

\*مراجع وهوامش الفصل الرابع.

ترجع البدايات الأولى لظهور قنوات فضائية عربية إلى منتصف السبعينات من القرن العشرين ،  
 "في محاولة للحاق بعصر الفضاء و مواكبة متغيراته في مجال الاتصال و المعلومات من خلال البث  
 الفضائي وشبكة الانترنت وغيرها وكان استحداث المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية "عربسات"  
 خطوة رائدة في الاتجاه الصحيح للتعامل مع عصر الفضاء و تحدياته الإعلامية و الحضارية وامتلاك  
 أحدث الوسائل التقنية التي تمكن الإعلام العربي من أداء رسالته الحضارية إعلاميا وإنسانيا في الحفاظ  
 على الهوية العربية في عصر العولمة و المعلوماتية ." (1) خاصة في ظل التحولات الجيو إستراتيجية  
 التي أحدثت تحولات جذرية ما تزال متواصلة إلى يومنا هذا، كانت لها تبعات على قطاع الإعلام  
 و الاتصال.

### أولاً: واقع القنوات الفضائية العربية وتصنيفاتها

فبعد إطلاق القمرين الصناعيين العربيين "عربسات" ومن بعده "نايل سات" المصري، فتحت الفرصة  
 أمام ربط الجماهير العربية بإقليمها العربي خاصة مع ظهور الثورة المعلوماتية و تطورها و ما أحدثته  
 من تغيير في مجال تكنولوجيا الاتصال المتنوعة. حيث اهتمت كثير الدول العربية بضرورة مواكبة الثورة  
 المعلوماتية، فتمسست إلى الاستخدام التكنولوجي في سبيل تعزيز التكامل الإقليمي في مجال التبادل  
 الإخباري و البرامجي رغم بعض العراقيل التي واجهتهم في تحقيق ذلك، و التي من بينها عدم استطاعتهم  
 تحديد احتياجاتهم، وصعوبة إيجاد أسلوب للربط بين هذه الأقطار،"حيث كانت الاقمار الصناعية تستخدم  
 في الغالب على المستوى المحلي او لتبادل المعلومات بين التلفزيون الحكومي في الوطن العربي." (2)

بمجيء عصر الفضائيات، تغيرت قواعد كثيرة في العمل التلفزيوني، وبدأ عهد جديد في حياة الدول  
 العربية التي أقبلت على استخدام التقنيات الجديدة للبث التلفزيوني، فمع بداية التسعينات من القرن

العشرين، "شهد الوطن العربي ولادة الفضائيات العربية، بعد أن امتلأ فضاؤه بتغطية للأفكار الأوروبية المباشرة، ويوجد حالياً أكثر من 50 قمراً لكل واحد يبيت عشرات القنوات التلفزيونية." (3)

ولقد كانت أغلب القنوات الفضائية العربية "تحمل برامجها القومية إلى نطاق واسع... واختاروا عريسات للقيام بهذه المهمة نظراً لأن المسافة التي يغطيها إرسال القمر العربي أو مجموع الأقطار العربية تكون منقولة عبر الأجيال العربية لعريسات تشمل أجزاء كبيرة من إفريقيا و آسيا و أوروبا." (4)

وتعتمد الفضائيات العربية في عملية نقلها التلفزيوني الفضائي على طريقتين: (5)

- الطريقة الأولى: نقل البرامج من موقع إلى موقع مثل التقارير الإخبارية.
- الطريقة الثانية: الإذاعة بالأقمار الصناعية (البث المباشر) حيث ينقل البث من منطقة جغرافية واسعة، ويمكن استقبالها من خلال المحطات الأرضية أو عن طريق الأفراد بواسطة هوائيات استقبال البث المباشر من الأقمار الصناعية إلى منازلهم."

كما كانت أغلب مخططات المحطات العربية سواء عمومية أو الخاصة، قائمة على "إنشاء محطات فضائية كنقل برامجها لدول العالم، حيث قامت العديد من الدول العربية باستئجار محطات فضائية بالرغم من حاجتها الثانوية إلى ذلك خاصة لعدم قدرتها على ملأ ساعات الإرسال الخاصة بالبرامج المناسبة على الرغم من أن أغلب تلك المحطات تجارية ربحية بالدرجة الأولى و يمكن تطويعها لأهداف سياسية مثل محطة الشرق الأوسط MBC، و أخرى هدفها سياسي لخدمة مواطنيها المغتربين كالمحطة المغربية الثانية الخاصة (2M)."(6)

و الجدير بالذكر، أن الهدف الأساسي من انتشار قنوات تلفزيونية فضائية عربية، إنما القصد منه هو مخاطبة المشاهد العربي المحلي دون غيره من غير العربي، حيث امتلكت معظم الدول العربية قنوات



فضائية ماعدا العراق الذي لم يسمح له بال بث الفضائي نظرا للمسار الذي كان مفروضا عليه من طرف الأمم المتحدة عام 1990، في حين أن دول عربية أخرى امتلكت أكثر من قناة فضائية، مثل السعودية و مصر، والإمارات المتحدة العربية، ولبنان، ذات بعد قومي، و إن كانت رئاستها أو إدارتها من مخارج الأقطار العربية و أغلبها قنوات فضائية خاصة، ذات صبغة تجارية، وتتواجد في مختلف أنحاء العالم و برأس مال عربي مثل: (MBC)،(ORBIT)،(ART).

و المنتبغ لواقع الحركة العربية في مجال البث الفضائي يجد أنها تتميز بطابعها المحلي المنقول عبر الأقمار الصناعية التابع لإدارة الدولة إلى جانب فتحها لمجالها الفضائي أمام البث الفضائي الوافد من الدول العربية الشقيقة مما سمح بتعدد وتنوع خيارات المشاهدة لدى الجماهير العربية و الذي كان له تأثير على تغيير أسلوب حياتهم وتقسيم أوقاتهم واستغلالها حتى على علاقاتهم الاجتماعية ككل، إلى جانب البث الأجنبي الوافد عليها من قارات أخرى، عبر عديد الأقمار الصناعية. فضلا على تسجيل اختلاف في طرق البث الفضائي بين الدول العربية، حيث نجد أن أغلب هذه القنوات الفضائية يبث عبر الشبكات الأرضية "مثل ليبيا والسودان وهناك دول أتاحت نظامها الفضائي لربط محطاتها التلفزيونية المحلية لكنها في شبكة واحدة للتبادل (سلطنة عمان- الجزائر) وهناك دول قامت بنقل نفس البرامج التي تبثها القناة الأرضية." (7) وهدفها في ذلك، يرجع إلى سياستها والترويج لثقافتها، خارج الحدود الجغرافية لإقليم الوطن العربي، مخاطبة المغتربين العرب في الدول الأوروبية، إلى جانب المسببات التجارية والسياسية من وراء إنشائها كما سبقت الإشارة إليه.

على الرغم من أن الدول العربية امتلكت عديد القنوات الفضائية إلا أنها لم ترق إلى مستوى هذه الصناعة، فظلت مشاركتها متواضعة خاصة ما تعلق منها بالجوانب الإخراجية و الفنية، إلى جانب اعتمادها على البرامج و المضامين الأجنبية المستوردة لمأ المساحات الزمنية دون الأخذ بعين الاعتبار

مدى تلاؤمها و مقومات المجتمعات العربية الإسلامية، الاجتماعية و الأخلاقية، حيث سجل أن نسبة هذه المواد الأجنبية "في أغلب الفضائيات العربية قد تجاوز في بعضها 90% إذ تستقي موادها الإخبارية و المسلسلات و الأفلام و البرامج التسجيلية من الفضائيات الأجنبية و لا تزال إمكانيات الغالبية منها في مجال الإنتاج التلفزيوني محدودة إلى درجة عالية باستثناء القنوات المصرية." (8)

هذا الواقع دفع إلى ضرورة أن تكون للقنوات الفضائية العربية هوية انطلاقاً من انتشار بثها، واتساع جمهورها، بناء على مرتكزاتها التاريخية والحضارية، وثوابتها وسياساتها المتميزة والمتنوعة والتي تجعل منها محل تفضيل جماهيري دون باقي القنوات الفضائية الأخرى، ما يزيد من تعاضم مسؤوليتها، واختيار الأسلوب الأنجع لبلوغ جماهيرها وبما يتناسب و قيمها، سياستها و اقتصادها.

غير أن الظروف التي نشأت فيها القنوات الفضائية العربية(الوسائط المتعددة)، قد تظهر بعض الدوافع وراء هذا التواجد السريع و الهائل لهذه الفضائيات.حيث شهدت المنطقة العربية صراعات إستراتيجية بين عمالة التلفزيون في العالم، "وهو صراع أقله على تلك الأسواق الإعلانية التي كان من المحتمل أن يكون حجم الإنفاق الإعلاني كبيرا فيها مستقبلاً، إذ رأت وكالات الإعلان الدولية إلى السوق العربية على أنها سوق خام. فإنفاق الوطن العربي الإعلامي كان حتى نهاية التسعينات من القرن العشرين يساوي 1 بالمائة من الإنفاق العالمي." (9)

ولهذا وجدت المنطقة العربية نفسها في وضعية تتميز بـ: (10)

- "عدم إمكانية منع هذه الفضائيات من اختراق الحدود.
- ليس من وقت كاف لوضع خطط للمواجهة، فالتقنية متسارعة والاتصال المتبادل و المتفاعل مع المشاهدين أصبح أيضاً حتمياً.

- صعوبة تحديد القوانين و التشريعات الناظمة للعمل الإعلامي بما يوفق بين التطورات التكنولوجية المتسارعة و الأوضاع الاجتماعية و السياسية البطيئة.

- صعوبة اتفاق أهل المهنة أنفسهم على وضع ميثاق شرف إعلامي عربي خارج لعبة المنافسة والاختلاف في القيم و المفاهيم و التقاليد بين الأقطار العربية حتى أحيانا داخل القطر الواحد."

هذا ما جعل تجربة القنوات الفضائية في الوطن العربي تختلف من دولة عربية إلى أخرى غير أنها تشترك في جملة الظروف و التحولات المترامنة مع انتشار شبكات التلفزيون عبر الأقمار الصناعية .

على إثر هذا نشرت مجلة الإذاعات العربية لعام 2009 تقريرا يتناول شأن الفضائيات العربية بمختلف أنماطها و تخصصاتها، العامة و المتخصصة منها، وباختلاف مصدرية تمويلها الحكومي و الخاص تضمن قراءة إحصائية في تداول المعلومات أثارت تسابقا هائلا في تزايد عدد القنوات العربية، و بداية تنوع المضامين."(11)

والمتمأمل في القنوات الفضائية العربية اليوم يجدها فضاء اتصاليا متنوعا، ميزاتة مستقاة من الفضاء الاتصالي العالمي،و في ما يلي عرض ملخص لمقاربة كمية للقنوات الفضائية العربية بداية من سنة 2009 إلى غاية سنة 2015من خلال قراءات أجرتها الباحثة على أهم دراسات و بحوث و تقارير سنوية أعدتها اتحاد إذاعات الدول العربية من سنة 2009 إلى غاية سنة 2015 :

جدول رقم (7):المقارنة الكمية للقنوات الفضائية العربية بداية من سنة 2009 إلى غاية سنة2015.

السنة	عدد الهيئات	عدد الهيئات	القنوات العمومية	قنوات القطاع الخاص	∑
سنة 2009	398	97	599	996	
سنة 2010	470	124	609	733	
سنة2011	608	109	960	1069	
سنة 2012-2013	776	168	1152	1320	
سنة2014	758	165	1129	1294	
سنة 2015	819	133	1097	1230	

المصدر:انجاز الطالبة استنادا إلى إحصائيات التقرير السنوي 2014 و2015 لاتحاد إذاعات الدول العربية.

يشير الجدول رقم(7) إلى التطور المنتظم لعدد الهيئات التي تبث أو تعيد بثها القنوات الفضائية

العربية خلال الفترة الزمنية المحددة في الجدول و التي تدل على استمرار ظهور قنوات فضائية جديدة و الذي سنأتي على تبيانها في الجداول الآتية والخاصة بتصنيف القنوات الفضائية في القطاعين العمومي و الخاص .

ولقد وفر ذات المصدر رسدا بعدد القنوات الفضائية العربية وتصنيفها حسب الاختصاص كما

يلي:

جدول رقم ( 8 ):توزيع القنوات الفضائية العربية حسب الاختصاص لسنة2013/2012.

أصناف القنوات	القطاع العام	القطاع الخاص	∑
القنوات الجامعة	67	254	321
القنوات الغنائية	01	123	124
قنوات الدراما	11	140	151
القنوات الرياضية	41	135	146
القنوات الدينية	11	84	125
القنوات الإخبارية	05	61	66
القنوات الأطفال	02	21	23
القنوات الثقافية	7	03	19
القنوات الوثائقية	02	61	63
القنوات التعليمية	16	18	25
القنوات الأسرة	01	15	16
القنوات السياحة	-	04	04
القنوات الاقتصادية	03	17	20
القنوات الربحية	-	210	210
اختصاصات أخرى	01	06	07
∑	168	1152	1320

المصدر: التقرير السنوي 2013/2012 لاتحاد إذاعات الدول العربية

يمثل الجدول رقم(8) عددا إجماليا لبث القنوات الفضائية العربية من خلال تصنيفها في القطاعين

العمومي و الخاص،مع ذكر نسبة التخصيص في القطاعين،و هو ما يعكس اختيارات أصحاب هذه

القنوات الفضائية .حيث تشير الأعداد إلى استمرار بعث قنوات فضائية جامعة و متخصصة كمؤشر على

أهمية و دور البث الفضائي في عكس صورة ايجابية عن البلاد العربية الإسلامية محليا و عالميا بما

يساعد على الاندماج الثقافي و الاجتماعي.

جدول رقم ( 9 ) :توزيع القنوات الفضائية العربية حسب الاختصاص لسنة 2014 .

أصناف القنوات	القطاع العام	القطاع الخاص	∑
القنوات الجامعة	67	256	323
القنوات الغنائية	01	123	124
قنوات الدراما	11	141	152
القنوات الرياضية	41	129	170
القنوات الدينية	09	86	95
القنوات الإخبارية	04	64	68
القنوات الأطفال	04	22	26
القنوات الثقافية	05	04	09
القنوات الوثائقية	03	13	16
القنوات التعليمية	15	02	17
القنوات الأسرة	01	15	16
القنوات السياحة	00	04	04
القنوات الاقتصادية	03	16	19
القنوات الربحية(التسويق و التفاعلية و الإعلانات النصية)	00	248	248
اختصاصات أخرى	01	06	07
∑	165	1129	1294

المصدر: التقرير السنوي 2014 لاتحاد إذاعات الدول العربية

أظهرت أرقام الجدول رقم ( 9 ) تصدر القنوات الفضائية الربحية قائمة القنوات من خلال بثها

لنصوص إعلانية وبرامج العاب و حصص قصيرة تعرض منتجا و خدمات متنوعة و كلها قنوات خاصة

تولي أهمية للترويج على حساب الإنتاج ،إلى جانب تنامي عدد القنوات الدينية بالنسبة للقطاعين (95)

قناة.

جدول رقم(10): توزيع القنوات الفضائية العربية حسب الاختصاص لسنة 2015.

أصناف القنوات	القطاع العام	القطاع الخاص	∑
القنوات الجامعة	56	236	292
القنوات الغنائية	00	23	23
قنوات الدراما	5	43	48
القنوات الرياضية	33	28	61
القنوات الدينية	5	50	55
القنوات الإخبارية	5	56	61
القنوات الأطفال	2	19	21
القنوات الثقافية	4	00	04
القنوات الوثائقية	1	12	13
القنوات التعليمية	14	03	17
القنوات الأسرة	00	01	01
القنوات السياحة	00	01	01
القنوات الاقتصادية	00	03	03
القنوات الترويجية	00	32	32
تراثية	00	02	02
طبخ	00	02	02
طبية	00	01	01
شبابية	01	00	01
كوميديا	01	00	01
∑	128	512	640

المصدر: التقرير السنوي 2015 لاتحاد إذاعات الدول العربية

أهم ما تبينه نتائج الجدول رقم(10) هو استمرار تصدر القنوات الفضائية العربية الجامعة ذات البرمجة المتنوعة قائمة القنوات و في القطاعين العمومي و الخاص بمجموع 292 قناة، إلى جانب تراجع في عدد القنوات الدينية 55 قناة مقارنة بإحصائيات 2014. إلى جانب تنامي أهمية القنوات الربحية الترويجية الخاصة.

من خلال الجداول رقم ( 8 )،( 9 )،( 10 ) تتبغي الإشارة أيضا إلى مدلول التخصص الغالب في القطاعين خلال نفس الفترة الزمنية من 2009 إلى غاية سنة 2015 كما سنأتي على تبيانها في الجدول رقم (11):

جدول رقم (11): عدد القنوات الفضائية العربية الجامعة في القطاع العمومي

سنة 2015	سنة 2014	سنة 2013-2012	سنة 2011	سنة 2010	سنة 2009	السنة
						القنوات الفضائية
128	165	168	109	124	97	القنوات العمومية
56	67	67	46	61	49	القنوات العمومية الجامعة

المصدر: انجاز الطالبة استنادا إلى إحصائيات التقرير السنوي 2012 و 2013 لاتحاد إذاعات الدول العربية.

يشير الجدول إلى تنامي عدد القنوات الفضائية العمومية خلال الفترة من 2009 إلى غاية 2015 حيث بلغ عددها 791 قناة، كما بلغ عدد القنوات الجامعة منها 346 قناة. نتيجة ظهور قنوات جديدة و أخرى متخصصة. و السبب في ذلك راجع إلى زيادة الوعي بأهمية ودور البث الفضائي في المنطقة العربية الإسلامية كما تمت الإشارة إليه سابقا.



جدول رقم ( 12): عدد القنوات الفضائية العربية الجامعة في القطاع الخاص

سنة 2015	سنة 2014	سنة 2013-2012	سنة 2011	سنة 2010	سنة 2009	السنة
512	1129	1152	960	609	599	القنوات الخاصة
236	256	135	83	41	35	القنوات الخاصة الجامعة

المصدر: انجاز الطالبة استنادا إلى إحصائيات التقرير السنوي 2012 و 2013 لاتحاد إذاعات الدول العربية.

بلغ عدد القنوات الخاصة خلال نفس الفترة 4961 قناة، و هو عدد يفوق بكثير عدد القنوات الفضائية في القطاع العام. و كذلك بالنسبة لعدد القنوات الجامعة الخاصة التي بلغت حسب الجدول 786 قناة. حيث شهدت هذه القنوات تناميا متواصلا دون تسجيل تراجع في عددها. فلقد أثرى القطاع الخاص مجال السمعى البصري العربي بالقنوات الفضائية العربية ما أعطى حركية إعلامية غير مشهودة من قبل.

غير أن هذه الرؤية الكمية للقنوات الفضائية العربية تحيلنا إلى التفكير والتساؤل عن الرؤية الكيفية القائمة على نوعية مضامين و وظائف القنوات الفضائية العربية، لان انتشارها و تعددها بهذا الحجم لا يعني بالضرورة أنها تسهم في بناء ثقافة وحضارة البلاد العربية الإسلامية خاصة في ظل الظروف السياسية و الاقتصادية الحرجة التي تمر بها الدول العربية الإسلامية و التي أفرزت مفاهيم ورؤى جديدة تثير مخاوف على مستقبل المنطقة خاصة من الناحية القيمية و الأخلاقية.

## ثانيا: برامج القنوات الفضائية العربية

نظرا لخطورة ما قد يترتب على القنوات الفضائية من آثار سلبية على الجماهير العربية باختلاف فئاتها و مدى خطورتها على نفسيا تهم وقيمهم الأخلاقية، وما تحدثه من صراع في منظومتهم القيميّة المتضاربة بين اتخاذ قيم الأبطال المجسدة في الأفلام الخيالية و الروايات و البرامج ومحيط بيئتهم العربية الإسلامية، دفع بكثير لجان الإعلام إلى دراسة الواقع الإعلامي للبث الفضائي العربي المباشر على فئات المجتمع، خاصة وان انتشار الفضائيات العربية سواء الحكومية أو الخاصة، جعل الجمهور يتخطى محط البث للقناة الفضائية الواحدة، إلى مشاهدة محطات فضائية عربية عديدة ما فتح مجال المنافسة بينها بتقديم الأحسن والأفضل، بما يخدم حاجات ورغبات هذه الجماهير.

فعدد الفضائيات العربية اليوم، أخذت على عاتقها تغطية إعلامية متواصلة 24/24، احتراما منها للجماهير، وللتوقيت المناسب لبث المادة الإعلامية وهو ما يزيد من دورها ويدفع بمديري إنتاجها قدما نحو اكتساب المزيد من الخبرات، و القيام بعدد الدورات التكوينية لزيادة إدراك أهمية العمل الإعلامي وطبيعة الدور المنشود الذي ينبغي عليهم تأديته مع تحمل مسؤولية تحفيز الجماهيرية العربية و غير العربية لمشاهدة برامجها، بما يخدم قضاياهم ويحقق مصالحهم في جميع المجالات السياسية الاجتماعية الاقتصادية و الثقافية و الأخلاقية ...

إن ما تقدمه الفضائيات العربية من برامج يحمل في مضامينه قيما وعادات وأنماط سلوكية، تترك آثارها على الفرد والمجتمع وعلى المدى البعيد، ومن ثم فإن ما تعرضه الفضائيات من برامج تستهدف الأطفال كما تستهدف الكبار، ويحمل في طياتها كميات من العنف والجريمة والقيم الغربية عن مجتمعاتنا والتي تعزز في أحيان كثيرة روح الفردية، سيكون لها تأثيرات ستفوق و مستقبلا إلى تغيرات نوعية في قيم و سلوك وعادات المجتمعات العربية التي كانت آخر الصراعات في الفضائيات العربية تقديم برامج

"تلفزيون الواقع"، هذه البرامج التجارية، التي تستهدف الاختلاط بين الجنسين و التي لا علاقة لها بقيم المجتمعات العربية الإسلامية.

فالفضاء الإعلامي العربي اليوم، يواكب بيئة عالمية، برز فيها خطر الاستعمار الثقافي جراء ما تقدمه الفضائيات العربية من بعض البرامج المحلية، وحتى أخرى ذات صبغة أجنبية توحى بهيمنة شبكات عالمية بإنتاجها السينمائي والتلفزيوني الذي زاد من أو فتح المجال أكثر أمام الاتصال الدولي وتفاعل الثقافات الإنسانية، ما جعل المشاهد العربي يقف أمام مئات القنوات الفضائية التي يتفق قليلها، ويختلف كثيرها مع مجالات اختياراته الثقافية الأخلاقية والأيدولوجية، في إطار القرية الكونية كما عبر على ذلك "ماكلوهان".

فتطور و توسع البث الفضائي الموجه إلى المجتمعات العربية، "أخذ يجذب أعدادا متزايدة من الجماهير العربية ويؤثر على ثقافتهم العربية الإسلامية، كما أضر كثيرا في تكوينهم الوطني و القومي من خلال التأثير في نظمهم القيمية المستمدة من أصالة تراثهم، وشريعتهم الدينية، من خلال البرامج الشائعة و الجذابة القائمة على الإثارة الجنسية و القدرات غير التقليدية على مسرح الأحداث واختلاق الذرائع والتضخيم و المبالغة، واستخدامها الإيقاع السريع ... وهذا جعل المحطات الأرضية الوطنية غير قادرة على المنافسة وإتباع رغباتهم المتنامية في عالم متغير مما أدى بالنتيجة إلى أن تفقد هذه المحطات جمهورها يوما بعد آخر." (12)

كما شهد البث الفضائي العربي إلى جانب هذا تطورا آخر تمثل في استئجار قنوات فضائية تبث إلى المجتمعات العربية من الخارج والمجتمعات الأجنبية في الخارج... فضلا على ذلك شهدت القنوات الفضائية العربية تطورا تقنيا مهما، عدا استخدامها التقنيات الفضائية الرقمية، التي وفرت إمكانية نقل أكثر من (8) برامج تلفازية على قناة قمرية واحدة، ووضعت عريسات خطط طموحة لجعل القدرات التقنية

لأقمارها قادرة على توفير (24) قناة تلفازيه فضلا عن سعيها إلى تحقيق كلفة الاشتراك، من خلال استخدام جهاز موحد الإرسال و الاستقلال في آن واحد." (13)

**\*نظام الحزم التلفزيونية في الفضائيات العربية:**

" يقوم هذا النظام على أساس تجميع عدد من القنوات التلفزيونية، معظمها فضائي وبعضها أرضي من جانب مؤسسة متخصصة، تتيح خدماتها للذين يرغبون في استقبال هذه المجموعات مقابل اشتراك مالي أو شهري، ويتم ذلك باستخدام "ديكور" خاص بالنظام الذي يتم فيه الاستقبال، إما عن طريق هوائي متصل بقمر معين يحمل حزمة القنوات ومن هذه الحزم أو الباقات: (14)

- الشركة المصرية للقنوات الفضائية CNE .
- باقة الأوائل أو مجموعة الأوائل السعودية شبكة راديو و تلفزيون العرب ART.
- باقة ارابيسك، شبكة الأوربيت، سارة فيجي (السعودية)، كيوتل(القطرية)، الشبكة الأردنية للبث المتعدد، دبي كيبل، خدمة الاشتراك البحرينية.

و مع بداية سنة 2016،"بلغ عدد القنوات الفضائية العربية للباقة العربية العالمية الموحدة المشاركة 19 قناة.حيث تتكون هذه الباقة من القنوات الفضائية التالية: (15)

1-"مؤسسة الإمارات للإعلام(تلفزيون و إذاعة أبو ظبي):الباقة الأولى.

2- تلفزيون و إذاعة المملكة العربية السعودية(القناة الأولى):الباقتان الأولى و الثانية.

3- تلفزيون المملكة العربية السعودية(القناة الثانية):آسيا و أمريكا الشمالية.

4- قناة القران الكريم/المملكة العربية السعودية(الباقة الأولى).

- 5- قناة السنة النبوية/ المملكة العربية السعودية(الباقة الأولى).
- 6- تلفزيون سلطنة عمان(الباقة الأولى)
- 7- الهيئة السودانية للإذاعة و التلفزيون (الباقة الأولى).
- 8- هيئة الإذاعة و التلفزيون القطرية(الباقة الأولى).
- 9- ليبيا الوطنية(الباقة الأولى).
- 10- قناة الشارقة الفضائية(الباقة الأولى).
- 11- قناة العراقية الفضائية(أمريكا الشمالية وأمريكا الجنوبية و استراليا).
- 12- قناة العراقية الفضائية الثانية(أمريكا الشمالية وأمريكا الجنوبية).
- 13- القناة الفضائية الأردنية(أمريكا الشمالية).
- 14- قناة الجزيرة الإخبارية(آسيا و أفريقيا و استراليا).
- 15- تلفزيون الكويت (آسيا و أفريقيا و استراليا).
- 16- الدراما السورية(أمريكا الشمالية وأمريكا الجنوبية).
- 17- فلسطين(أمريكا الشمالية وأمريكا الجنوبية).
- 18- الدوري و الكأس(أمريكا الشمالية).
- 19- تلفزيون جنوب السودان(أفريقيا و أمريكا الشمالية و استراليا).

وبناء على هذه الإحصائيات، قام عديد الباحثين والمختصين في مجال الإعلام العربي و الإسلامي

بوضع وتحديد معالمه وخصائصه انطلاقا من مبررات: (16)

1- المبرر المنطقي والذي يتلخص في شمولية الدين الإسلامي كونه منهاجا وشرعة حددت معالم

الإنسان ومعالم نظمه الاجتماعية التي ما وجدت إلا لخلافة الأرض وعبادة الله عزوجل. "وارتباط المسلم

بإسلامه ليس ارتباطا عاطفيا روحيا فحسب، بل هو إلى جانب ذلك ارتباطا واقعيا عمليا من خلال تطبيق

شرائع الإسلام وهوية تعاليمه السامية وتوجيهاته الربانية في مجموعة من النظم الإسلامية والسياسية

والاقتصادية والمدنية والعسكرية."

2- المبرر الواقعي: لقد تجاوزت المجتمعات العربية الإسلامية أوجه الاستعمار التقليدي لتصبح

عرضة لمخاطر استعمار حديث فكري وثقافي وحضاري وجدت به الأمة الإسلامية نفسها أمام أساليب

جديدة تحطم شبابها وعقول مثقفها من خلال أوجه مختلفة لأشكال البرامج الإعلامية المبنوثة من أفلام

ومسرحيات ومسلسلات وبرامج تمثل تلفزيون الواقع الذي يدعي العلم والتقدم، وتحت تهديد غربي

للمسلمين.

وهو ما استدعى أن تظهر فكرة الإعلام الإسلامي، بمفهوم منهجي قائم على معايير اجتماعية،

منطلقات وأطر فكرية، إنسانية، مصدرها الإسلام وتصورات وقيمه المحكومة بضوابط الشريعة والتي

ينبغي على الإعلام اتخاذها منهاجا والالتزام بها لتأذيه نشاطاته.

فالإعلام الإسلامي، لا يقف عند حدود اعتبار هذا الإعلام إعلاما مرتبطا بفترة زمنية ترجع إلى

وسائل الإعلام في عهد النبوة أو الخلفاء الراشدين، أو كونه إعلاما دينيا متخصصا في حدود الصفحات

الدينية، والفتاوى والخطب، أو برامج، القرآن والتفسير والحديث و أصول الفقه و التشريع... دون سواها،

ولكن التلفزيون الإسلامي الذي نقصده في دراستنا هو " التلفزيون الذي يقيم البرامج العامة و الفتوية

و الأركان المتخصصة في كل علم وفن و اتجاه والتي تقدم برامج هيئة المنوعات و الحديث و الحوار و الندوة و الفيلم التسجيلي و الفن الشعبي وعرض التراث و التاريخ واللقاءات و التقارير و التحقيقات و المسلسلات الدرامية و المواد الثقافية و الدينية و الترويجية المختلفة بحيث تتضمن في ثناياها عرض الأمور العامة من خلال التصور الإسلامي الشامل لحياة الناس." (17) و عليه تصاغ برامج ومضامينه في إطار الدين الإسلامي، و تعاليمه و تصوراته وحدوده، ما يساعد في تكوين فرد مسلم صالح.

وبهذا يكتسي التلفزيون الإسلامي، سمات و خصائص مترجمة فيما يقدمه من برامج ذات تأثير مستمر و متواصل كونها تهتم بكل قضايا الإنسان، حماية حقوقه، وحفظ كرامته، و المساهمة في بناء شخصيته بمقومات المجتمع الإسلامي الذي ينتمي إليه، وهو ما يتطلب ضرورة التخطيط للشبكة البرمجية، التي تعكس هوية وثقافة المجتمعات الإسلامية بإنتاج برامجي واع إلى الفضيلة و التعاون، ودعم الأخلاق، ونشر روح الإخاء، والتكافل الاجتماعي وفهم في المقابل كل ماهو رذيلة، وما من شأنه زعزعة الشخصية السوية لأفراد المجتمع، إلى جانب دوره في "تثبيت المفاهيم الصالحة لدى الجماهير وإحداث التغيير المناسب نحو نزع المفاهيم الخاطئة المنحرفة، وزرع الاتجاهات و القيم التي تربي الإنسان الصالح في كل زمان ومكان." (18)

وهو ما يجعلنا كجمهور عربي إسلامي، نتطلع إلى البرامج الفضائية سواء كانت اجتماعية، ثقافية، تعليمية، ترفيهية... لذاتها فقط، وإنما ما تحققه للجمهور، بدءا بصياغة رسالة إعلامية هادفة وناجحة تراعى فيها الأوقات المتناسبة مع الجماهير، والتي تربي فيهم احترام الأخلاق وتعزيز قيمهم، إلى جانب إحياء القيم الحضارية والآداب الإسلامية بدون تزييف للواقع ودحض تقليد واقع المجتمعات الأخرى، حتى لا يخلق الشعور بالضعف لدى الجماهير العربية الإسلامية ويتولد لديها رغبة إتباع المغلوب للغالب.

وهو ما يتطلب إلى جانبه غريزة وتدقيق لمضامين البرامج التي يتم إما إنتاجها محليا أو من خلال بثها مسجلة في القنوات الفضائية العربية بما يحقق المصلحة العليا للمجتمع، وبذلك ترقى برامج القنوات الفضائية العربية إلى كونها غذاء روحي، يعبر عن عقائد و حياة و أخلاق جماهيرها ويحقق استقرارهم و استقامتهم دون إنكار عدم معارضة الإسلام للترفيه و الترويح عن النفس كمدعاة للمدنية، "فالإسلام لا يعادي المدنية الحديثة في معطياتها التي ترفه عن الإنسان وتسعد حياته لأنه في صميمه دين المدنية و الرقي و التحضر،... وإذا كانت المدنية ثمرة الجهود التي يبذلها الإنسان لتحسين حياته المادية وتسهيل محاولات المعيشة وترقية وسائلها الحيوية ومنها حاجاته الأدبية و الفنية إلى إبداع ما يمكن أن نصل إليه تحت ضوء العلوم و التقنيات و الصناعات المختلفة." (19) إذ لا توجد هوة بين الدين والمدنية بمعناها الصحيح القائم على التعدي على حرمة العلم، والأخلاق بحجة الحرية الشخصية لأن المدنية لا تقوم على الرذيلة وإشباع الملذات النفسية فقط. غير أن الاختيارات و التفضيلات في وقتنا الحالي - قنوات فضائية عديدة - نجم عن أزمات المشاهدة التي جعلت من الجمهور العربي الإسلامي يشعر بخطورة ما تبثه على نسفه القيمي الأخلاقي و آثاره الهدامة خاصة على فئة الأطفال و الشباب.

هذه الأزمات لم تقف أمام جهود تبذل في سبيل دفع وتيرة الدعوة لإعلام نظيف وبناء، "أو ما صار يطلق عليه لدى بعض السوسولوجيين، والإعلاميين بالإعلام النقي، ليس معنيا بالأسلمة بمفهومها المؤدلج.... ينطلق مفهوم الإعلام النقي من مبدأ أن الفضائيات العربية بوضعها الحالي تمارس تأثيرا سيئا، واعتداء منظما على منظومة الأخلاق العربية الإسلامية وتسهم في تسطيح اهتمامات الإنسان العربي و إعاقة نموه الثقافي والاجتماعي و السياسي إضافة إلى تغييبه عن دافعه، إذ أن الاحتجاج على ما تبثه الفضائيات العربية، و التحذير من خطرها على الدين و الهوية كما يري الداعون إلى إعلام عربي نقي، أمر مشروع وله ما يبرره واقع تلك الفضائيات." (20)



هذا الواقع الذي يبرز في إطار خصائص البيئة الاتصالية الحديثة التي لعبت الفضائيات فيها باستخدام الأقمار الصناعية دورا كبيرا وإيجابيا يتخلله بالموازاة انعطافا غير مرجو إذا لم يتم الأخذ بعين الاعتبار مجموعة من الاعتبارات خاصة:

\*التعدد في مقابل التنوع:"لقد زودت وسائل الاتصال الحديثة بالتأكيد من عدد قنوات و عدد البرامج و المضامين المتاحة، ولكن قد لا يعني بالضرورة التنوع أو الاختلاف في المضامين التي يقدمونها ولكنه قد يعني أيضا المزيد من نفس النوع من البرامج أو نفس المضامين في أشكال مختلفة، وذلك نتيجة لنقص البرامج الكافية لهذا الكم الهائل في قنوات التوزيع و الوسائل المتاحة لما فيها من إثارة الجماعات الصغيرة المتجانسة لبرامج معينة."(21)

\*برامج الوسيلة كمنتجات تجارية : "إن الاستمرار في خصخصة وسائل الاتصال الالكترونية في معظم دول العالم و السماح بقنوات التلفزيون الخاصة زاد من حجم الإعلانات والتعامل مع مضامين الوسيلة كبضائع و المتاجرة بها "commercialisation cultural Food" و إنما بضائع أو سلع merchandise يجب أن تتبع قواعد السوق من العرض و الطلب معنى ذلك أن البرامج تنتج فقط وتعرض في التلفزيون إذا كان لها جمهور كبير بدرجة كافية تجذب اهتمام المعنيين، و كنتيجة لزيادة حدة المنافسة في تلفزيون الخدمة العامة و التلفزيون التجاري أصبح إلزاما على قنوات الخدمة العامة أن تتبنى معايير ومبادئ أكثر تجارية حتى تستطيع الاستمرار و الصمود في مواجهة المنافسة الضارية من التلفزيون التجاري."(22)

\*الدولية والعولمة وتوحيد المعايير أو المقاييس:من امتدادات العولمة، كون العالم قرية صغيرة جاءت نمذجة البرامج و المضامين الفضائية وربطها برموز و شخصيات عالمية و العمل على تسويقها في سلسلة من التوزيع تسمى "distribution cascade"، فقبل عرض الفلم الجديد على شاشات التلفزيون ،

يتم عرضه أولا في صالات السينما ثم تسجيله في فيديو كاسيت وبعدها توزيعه من خلال القنوات المشفرة، غير أن عدم مراعاة البيئة الاتصالية قد ينجم عنه مخاوف تترتب عليه آثار من أهمها:

- توسيع الفجوة المعرفية الاتصالية: فلقد الآن تبقى آثار استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة غير ظاهرة خاصة على توزيع المعلومات في المجتمع.

- المحافظة على الهوية القومية: "فالهوية القومية هي من أكثر القضايا الأيديولوجية المثارة حاليا وذلك نتيجة لحالة ووضوح وسائل الاتصال القومية داخل الدول والسياسات الإعلامية الخاصة بها والتي أصبحت تتسم في غالبيتها بالضعف، وذلك نتيجة لتزايد ونمو تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وزيادة عمليات خصخصة هذه الوسائل ... بالإضافة إلى تركيز وسائل الاتصال الحديثة على مواد الترفية أكثر من المعلومات، وبالتالي تزايد القلق من فقدان الدور التقليدي لوسائل الاتصال القومية باعتبارها الداعم الرئيسي للهوية القومية." (23)

ولقد توفرت مجموعة من المؤشرات حول أداء القنوات الفضائية العربية في ظل هذه البيئة الاتصالية ومن خلال ما بينته برامج أسفرت عنها نتائج عديد البحوث حول "واقع ومستقبل البث الفضائي العربي".

"ففي عام 2001، وبالتعاون بين اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري والشركة المصرية للأقمار الصناعية النايل سات والذي أجرى عينة قوامها (3695) مفردة من أربع دول عربية: مصر (1487)، السعودية (1165)، والإمارات (500)، الكويت (543)، جاءت أكثر ثلاث قنوات تميزا على النحو التالي: (24)

- البرامج الإخبارية: احتلت قناة الجزيرة المركز الأول بنسبة 81%، يليها قناة MBC (46%) ثم النيل للأخبار (28%).

- البرامج الرياضية قناة النيل الرياضية (45%)، قناة دبي الرياضية (40%)، MBC (26%).

- الدراما العربية : قناة النيل للدراما (50%)، القناة الفضائية المصرية الأولى (45%)، MBC (24%).
- الدراما الأجنبية MBC (43%)، LBC (24%)، المستقبل (19%).
- البرامج الثقافية: قناة النيل الثقافية (27%)، الجزيرة (23%)، MBC (21%).
- المنوعات الفضائية والمسابقات: MBC (41%)، MBC (37%)، النيل للمنوعات (31%).

ولقد سجل أمام هذه الأرقام، الرهان الكبير للفضائيات العربية حول ما تقدمه من برامج متنوعة، تستقبلها عديد الجماهير العربية في إطار بيئة اتصالية رقمية تغطي المنطقة العربية، كما أسفرت أيضا نتائج بحث "الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي: الإنجازات و التحديات " أكتوبر 2003، بالتعاون بين اتحاد الإذاعة و التلفزيون و الشركة المصرية للأقمار الصناعية "نايل سات" و المركز العربي للبحوث و الدراسات الاستشارية والذي أجري على عينة قوامها (4624) مفردة من خمس دول عربية: مصر (2006)، السعودية (1007)، تونس (600)، الإمارات (506)، الكويت (505)، عن مجموعة من المؤشرات المهمة: (25)

" - الإنجاز الرئيسي للإعلام الفضائي العربي هو تكريس واقع إعلامي عربي جديد وهو الإعلام العربي العابر للأقطار.

- تعدد الخيارات التي يتيحها البث الرقمي.
- المخاوف الاجتماعية، الثقافية من انفتاح الأسر على قنوات فضائية لاينسجم مضمونها مع مضامين القيم و العادات العربية قائمة وستستمر. "

وهذا ما يجعلنا ننظر إلى القنوات الفضائية العربية على أنها وسيلة اتصال جماهيري، أما الحكم على مصداقية وأمانة مضمونها ومسؤولية أدائها وسمعة مكانتها فهو مرتبط بالإيجابيات، والانتشار وال جذب والإغراء لجماهيرها. ولقد ترجمت هذا الواقع، عديد السياسات الإعلامية العربية المشتركة والتي يتحرك في

إطارها أداء القنوات الفضائية العربية و في جميع المجالات الأساسية للحياة، الدين، الثقافة، السياسة، الاقتصاد، و الاجتماع، وفي إطار تأثير و تأثر، مع الأخذ بعين الاعتبار المسؤولية الأخلاقية للإعلام رغم تعدد الأنظمة الحكومية العربية واختلاف قوانينها ومواثيقها الأخلاقية المهنية التي تؤكد على جملة من المسؤوليات الأخلاقية من أهمها:

- المصداقية، الحرية، احترام آراء الآخرين، واحترام خصوصيتهم.
  - احترام الذات القومية، احترام مبدأ المساواة، الإنصاف و التوازن في تبادل المعلومات.
  - المسؤولية الاجتماعية و الأخلاقية.
- إلا أنه وفي المقابل من ذلك، قد يسجل جانب سلبي للقنوات الفضائية العربية، قد يحطم المجتمع العربي الإسلامي، إذا أساءت استخدام تلك التكنولوجيا، وقد تتسبب بذلك في:

- نشر ثقافة الإباحية.
- نشر ثقافة الشعور بالنقص
- نشر ثقافة العنف.
- نشر ثقافة الاستهلاك.
- نشر الثقافة المضادة للقيم الأخلاقية الإسلامية.
- نشر ثقافة القوة.

### ثالثاً: الإعلام العربي المشترك في مجال البث الفضائي

و المقصود بالإعلام العربي المشترك:

- الإعلام العربي بصفته وسائل الإعلام و المؤسسات الإعلامية الرسمية داخل البلدان العربية.
  - وسائل الإعلام و المؤسسات الإعلامية التابعة للدولة العربية و بعض الجهات العربية و الناطقة باللغة العربية وموجودة في بعض العواصم الأجنبية.
  - المحطات الفضائية العربية الرسمية و تلك التي يملكها القطاع الخاص، و التي يغلب عليها الأداء الفني و الاجتماعي و المواد الدرامية المد بلجة المحلية.
  - الإعلام العربي الذي كان أحد أنشطته جامعة الدول العربية و كان من الضعف و التردد و التراجع إضافة إلى المنطلقات المتغيرة على ضوء مقتضيات الحال، وتتاح الحروب و الخلافات السياسية و العلاقات مع الآخر خاصة مع المعسكر الغربي وقيادة الولايات المتحدة الأمريكية.
  - الإعلام العربي الذي يوكل إليه مهمة التواجد في الساحات الدولية المهمة للقيام بالمهام الإعلامية في النشر و الرد و بيان الواقع لما يتطلبه ذلك من جهود وإمكانيات ومنطلقات واضحة و عناصر بشرية قادرة، وهو الأقرب إلى الوظيفة العربية و مكانتها الخارجية.
  - الإعلام العربي الذي برز في القضايا الحساسة و الموافق الصعبة لجهة التعرف على أساليب المعالجة والتفاعل و إمكانية التأثير.
  - الإعلام العربي الذي يعكس الصورة العربية و الواقع العربي، ويكون في حجم التطلعات العربية."(26)
- حيث يتجلى الإعلام العربي في ذلك النشاط الاتصالي الذي تشترك فيه دولتان أو أكثر من الدول العربية ويمارس وظائفه في إطار مؤسساتي عربي بغرض تحقيق أهداف على المستويين المحلي

و الدولي، وتبليغ رسالة تعاونية عربية مشتركة تتناسب واحتياجات ورغبات الجماهير العربية بكافة مستوياتها محليا، عربيا، إقليميا ودوليا في إطار بيئة اتصالية عربية ودولية.

والإعلام العربي هو الترجمة الموضوعية الصادقة و الأمانة لإستراتيجية السياسة العربية المشتركة، ويعتمد على حركة الاتصال وفعاليته الإيجابية مع وسائل الإعلام المعاصرة (المقروءة، المسموعة، و المرئية)، مخاطبة الرأي العام بالأساليب المتنوعة المؤثرة بمختلف اللغات المتداولة في العالم بالطرق المباشرة و القدرة على إدارة الحوار لصالح القضايا العربية مع الشخصيات المؤثرة و العقول المستنيرة لجماعة الضغط التي تصوغ وتبلور الرأي العام الداخلي في مجتمعاتنا. (27) ومن الوظائف المناط بالإعلام العربي تأديتها: (28)

- غرس الشعور بالانتماء إلى مجتمع عربي واحد تجتمع شعوبه على دين واحد ولغة واحدة و رقعة جغرافية متلاصقة لا يفرق بينهم تعدد الأديان واللغات أو الأجناس.
- تعليم المواطنين على تكوين آرائهم واتجاهاتهم و أفكارهم.

وفي إطار سعي الدول العربية إقامة إعلام عربي مشترك، أسست الدول العربية مؤسسات خاصة بالإعلام العربي المشترك ممثلة في كل من: جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة و العلوم ومركز دراسات الوحدة العربية إلى جانب مؤسسات التعاون الإعلامي بين الدول العربية و التي تمثل كل من:

- مجلس وزراء الإعلام العربي.
- اتحاد الإذاعات العربية.
- المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية "عربسات".

ولقد وضعت سياسة إعلامية عربية مشتركة قابلة للتنفيذ على المستويين المحلي و العالمي، وتحقيق لجملة من الأهداف، تحملت على إثرها الحكومات العربية مسؤولية قطاع الإعلام باعتبارها الطرف الوحيد القادر على إنشاء و تشغيل مواقف إعلامية، واستغلالها لبث الأخبار و التوجيه و التثقيف، و مع بروز ملكية خاصة محدودة تزاوُل عليها الحكومات العربية سيطرة في إطار التوجيه، الدعم المالي أو الرقابة. ومن أهم هذه الأهداف : (29)

- "تشر الحقائق التي لا لبس فيها عن العالم العربي و إطلاع الآخرين على عدالة المطالب العربية وإظهار عزم العرب على تأكيد السلم العالمي.
- تزويد الآخرين بمعلومات عن العالم العربي وتطوراتهِ."

ولقد قامت الدول الإسلامية إلى جانب هذا بوضع إستراتيجية إعلامية للدول الإسلامية لتحقيق من

خلالها: (30)

- "تحديد تطلعات و طموحات الدول الإسلامية في مجال الإعلام.
- تحديد القضايا المشتركة التي يعني الإعلام معالجتها سواء كانت بين الدول الإسلامية أو بينها وبين العالم الخارجي.
- تحديد الأهداف من التعاون الإعلامي الإسلامي.
- تحديد المواد المالية و المادية و البشرية و العلمية المتوفرة لدى الدول الإسلامية.
- التنظيمات و التشريعات المطلوبة لهذا التعاون."

ولقد حددت أهداف هذه الإستراتيجية في ضوء المنهاج الإسلامي و الذي يتناسب و في كل زمان مع مستجدات الحياة خاصة ما تعلق منها بتبيان دور الإعلام الإسلامي في توحيد الأمة الإسلامية، ونشر الفضيلة، وصد الرذيلة ومحاربة التمييز والعنصرية و الإرهاب و التفرقة، وهذا من

خلال " السعي إلى تقديم المضمون الإعلامي الذي يرقى إلى مستوى تطلعات و رغبات واحتياجات الجماهير العربية الإسلامية في حدود و ضوابط الشرع و ترسيخ القيم الأخلاقية.

- العمل على رفع معنويات المسلمين وتذكيرهم بعزتهم واستقلالهم الفكري وكيانهم الأصيل ومحاربة الشعور بالتخلف والضعف والتبعية، كما يوهم بذلك الإعلام المعادي." (31) حيث تلتزم هذه الإستراتيجية ب: (32)

- الحقائق الموضوعية في إقناع الناس، لأن إصابة الحقائق من مقاصد الشريعة الإسلامية.
- استخدام الشواهد والأدلة والبراهين في تثبيت الحقائق حتى يكون المضمون الإعلامي قادرا على التغيير المطلوب وتحقيق الغرض.
- الوضوح واستعمال الأسلوب المشرف والعرض الجيد.
- تحري المصادر في صدق المنقول من وكالات الأنباء واستطلاع ما وراء المضمون للتأكد من فائدة نشره، وسلامة مقصده من أجل كسب ثقة المتلقي.
- انتقاء المصادر الإسلامية الصحيحة بفهم عميق وإدراك واع للتمييز بين ذوي المعرفة المحدودة و بين العلماء الواعين القادرين على النفقة في الأوضاع الإسلامية المعاصرة و معرفة ما يناسبها من علاج وتنمية ورقابة.
- مراعاة الفائدة في المضمون المراد نقله بأن يكون له عائد مفيد.
- العمل على إنتاج الأفلام المرئية كأشرطة الفيديو و السينما و تهيئة العاملين من المسلمين لتنفيذ المتطلبات اللازمة لنشرها وبذلك نتخلص تدريجيا من الاعتماد على غير المسلمين في إخراج الأفلام و غيرها من المواد الإعلامية، لأن الركون إليهم يعين على تحقيق المقصود بسلامة ويسر، وكما أنه يقلل الإنتاج و يبطئ العمل ويعوق تحقيق الأهداف.



- استثمار أية وسيلة إعلامية مشروعة لا يتناقض أسلوبها مع مضمون رسالة الإعلام الإسلامية لأنها متميزة عن مضامين الإعلام الأخرى."

#### رابعاً: الإعلام الفضائي العربي و الهوية الثقافية العربية

لقد أصبحنا اليوم نعيش في حيرة أمام ما تعكسه الصورة الفضائية بفضل الأقمار الاصطناعية المتطورة، فهل كل ما تنقله الفضائيات من معلومات و أحداث هي حقيقة؟ أم أنها تخفي خلفية من وراء ذلك؟ هذه الخلفية التي يمكن أن تحمل معاني التحايل بجملة المضامين التي تبثها و في شتى المجالات و الميادين، خاصة في ظل الإطار القانوني المحلي و الدولي الذي وضع وكما سبق ذكره لتنظيم عملية البث حتى تحترم الخصوصيات الثقافية للدول وشعوبها، في إطار نظام عالمي جديد، أهم ما ميزه ظهور مفاهيم أساسية عبرت عن النزعة الفردية مثل "حرية الأفراد"، "حقوق الإنسان"، "الديمقراطية"، "حرية السوق"، "عولمة الاقتصاد و الإعلام" و غيرها من المفاهيم التي أصبحت تمثل قضايا هي محل اهتمام القنوات الفضائية بحجة حماية المجتمع الدولي و حماية حقوق الإنسان للتساوي في امتلاك هذه الفضائيات.

إنها العولمة إذن، فبوصفنا حال العالم اليوم، نجد أنها أصبحت تمثل " كل العمليات التي بها تكتسب العلاقات الاجتماعية نوعاً من عدم الفصل (سقوط الحدود) أو تلاشي المسافات، حيث تجري الحياة في العالم كمكان واحد قرية واحدة صغيرة ومن ثم فالعلاقات الاجتماعية أصبحت أكثر اتصالاً و أكثر تنظيماً على أساس تزايد سرعة و معدل تفاعل البشر وتأثرهم ببعضهم البعض." (33)

لقد شملت العولمة كل نواحي الحياة فتوجه الاقتصاد العالمي نحو التوحد و السياسة، و السياسة نحو نمو الوعي العرقي، أما الثقافة فبقت بين إحياء للثقافات المحلية من جهة و نشر للثقافة الغربية كواقع في حياة المجتمعات الأخرى من جهة أخرى.

صحيح أن اصطلاح العولمة بادئ الأمر كان بهدف اقتصادي و توحيد السوق العالمي، ليغدو بعد ذلك هدفا سياسيا أيضا، حيث تعدى الهدف إلى قيام معركة غير متكافئة بين القطبين الشمالي و الجنوبي "حرب كلمات"، "حرب إعلامية"، استخدمت العولمة "الإعلام" فيها وسيلة مدعاة لنظام عالمي جديد جعل شعوب العالم في حيرة من أمرها، أمام القرية الكونية و الندرة المعلوماتية تحقيقا للحضارة إما إتباع سياسة غلق الأبواب أو التعايش مع ذلك، أو رفضه نظرا لاختلافه مع واقعنا، ثقافتنا و قيمنا، ونظرا لعكسه لواقع غربي في أشكال متعددة إما اقتصادية (نظام واحد)، ثقافية (ثقافة العولمة) بنشر ثقافة الصورة التي كما سبقت الإشارة الإشارة إليه تخطى الحدود الجغرافية و الزمانية واللغوية، فساعد الأمر بذلك على قيام نظام إعلامي مهمته نشر الثقافة وتصديرها سمعيا بصريا إلى كافة دول العالم، وهو ما جعل من عالم الاتصال اليوم بلا حدود انتفت فيه الدولة و الأمة و الوطن و أصبح هذا الفضاء هو الحيز المكاني لممارسة العولمة الإعلامية ووطنها، ليتم معه تجاوز الحدود الثقافية والسياسية للمجتمعات و سيادة تقاليد وعادات ولغات وسلوكيات و علاقات أجنبية غريبة.

وهو ما دفعنا إلى إبراز الدور الثقافي للقنوات الفضائية، ففي إطار دراسة اليونسكو التي اشرف عليها (شون ماك برايد) "حديث مستفيض عن الدور الثقافي لوسائل الاتصال، و جاء فيه أن الاتصال يؤدي دور الفاعل الأساسي للثقافة ووسائل الاتصال هي أدوات ثقافية تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها، وعلى تحفيز و تعزيز و نشر الأنماط السلوكية و تحقيق التكامل الاجتماعي. وهي تلعب أو يتعين عليها أن تلعب دورا أساسيا في تطبيق السياسات الثقافية وجميع أشكال التعبير الخلاق ، فلاتصال دور في

إعادة صياغة قالب الثقافي للمجتمع ،و أن المسؤولية الملقاة على عاتق وسائل الإعلام الجماهيري مسؤولية لا تقوم بمجرد نقل الثقافة و نشرها بل انتقاء محتواها أو ابتداعه" (34) وذلك بشكل غير مباشر، و متسارع، تكون غايات الجمهور المتلقي له هروبية تلبية لحاجاته الترفيهية وابتعاده عن واقعه العائلي و الاجتماعي.

ولقد بين في ذات السياق (د.ر.مانكيغان) في دراسته بعنوان " تدفق المعلومات بين الدول المتقدمة و النامية) خطورة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الأمريكية في السيطرة التقنية الحديثة و الإنجازات المذهلة التي حققتها الثورة الالكترونية فقد نجحت الولايات المتحدة الأمريكية في تطوير "أصبح يعرف باسم صناعة المعرفة و الإعلام و التي نجحت صادراتها الثقافية البالغة القوة و التأثير في تحويل التدفق الحر للمعلومات عن طريق ذو اتجاه واحد... و أن سير المعلومات يمضي في اتجاه واحد من الدول المتقدمة إلى الدول النامية ... وهي تحوي كما يقول (ماك برايد) على كل ما يمكن أن يسمى (صناعة الثقافة) بمعنى أنها تعيد إنتاج أو نقل منتجات ثقافية أو أعمال فنية و ثقافية بالوسائل الصناعية." (35)

لذلك، كان للبت الفضائي عبر الأقمار الصناعية تأثيرات عديدة خاصة على الجماهير العربية فيما يتعلق بجانب التجديد الثقافي و العمل على تحريك الساكن منه، إلى جانب تحقيق التبادل الثقافي و الحضاري ونشر مفاهيم التسامح بين الدول وشعوبها. إضافة إلى بعض السلبيات التي تمس الجانب العقلي و التلاعب عليه، وعلى اتجاهاته ورغباته أفرادها بما لا ينسجم معها ولا قيمها الاجتماعية و الثقافية و الأخلاقية الوطنية، و التوجه نحو التقليد و التباهي، فلقد أدى "تفكك و فشل النظام الثقافي الوطني التقليدي في دول الجنوب إلى إفساح الطريق لآليات العولمة الثقافية التي تسعى إلى توحيد العالم في منظومة قيمية و تخدم السوق العالمية سعياً للتأثير في الوجدان و الفكر و السلوك و العمل على تنميط الذوق و قولبة السلوك في أنماط استهلاكية لأنواع محدودة من المعلومات." (36) وهو ما يلقي على عاتق

المؤسسات الفضائية التتويج في الإنتاج و البرامج لعكس العالم بصور عديدة تساهم في تشكيل هوية و ثقافة لا تتغير بتغير مصادر المخاطبة التلفزيونية، مما يساعد الجماهير على فهمها.

وفي المقابل تثير عولمة القنوات التلفزيونية عديد الأسئلة حول الثقافة و الهوية، في ظل اعتبار التلفزيون موردا رئيسيا لبناء مشروع الهوية وهو ما يحملنا كجمهور عربي إلى ضرورة عدم فهم العولمة من منظور اقتصادي فقط، لأنها تشمل الجوانب الثقافية أيضا بالرغم من تجاوز الأفراد لحدودهم الزمانية و المكانية، إلا أنهم أصبحوا يتشاركون الثقافات العالمية إما في إطار متكامل أو تفكك ثقافي، وبالتالي ضرورة تمييز النظر إلى العولمة من زاوية كون الثقافة عملية منطوية على ذاتها في إطار الحدود المحلية، لأن أي انهيار يحصل على المستوى الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، يلحقه تدمير ثقافي للدول العربية الإسلامية، ما يهدد الهوية الثقافية أو القومية الوطنية و يحدث قطيعة بينها و بين ما تعيشه من أوضاع.

### خامسا: الإعلام الفضائي العربي و العولمة الإعلامية

نستنتج من خلال ما تقدم ذكره، أن العالم العربي دخل العولمة عن جبر لا اختيار منه، نظرا للضرورة التي فرضها التطور التكنولوجي وما ترتب عليه من تيسير اتصال و تواصل المجتمعات مع بعضها البعض في مختلف أوجه الحياة الاجتماعية الاقتصادية السياسية و الإعلامية في إطار القرية الكونية التي تلعب فيها الفضائيات محرك التغيير الاجتماعي، فصاحب ذلك وجه استعماري جديد للمجتمعات العربية الإسلامية، و الذي أصبح يهدد هويتها وثقافتها قبل تهديده لاقتصادها، ما يتطلب وضع مخططات من أجل الاستعداد و التصدي لها.

بمعنى إذا كانت العولمة تحقق مكاسب الدول المتقدمة، فهي في المقابل تشكل خطرا على الدول العربية الإسلامية وراء التدفق المعلوماتي الذي تتلقاه عبر شبكات الإعلام الدولية و التي في غالبها ذات أيديولوجية غربية لا تتناسب و قيمنا و تقاليدنا العربية الإسلامية الأصلية و الأصيلة.

ولقد صاحب الاتصال الفضائي هذا ظاهرة ما يسمى "بالانبهار"، أي انبهار المجتمعات العربية الإسلامية بكل ما يقدمه الغرب ويعكس واقعه، حيث يتولد لدى هذه المجتمعات الشعور بالعجز أمام ما تراه تقدما وتطورا فيما يقدمه وكيف يقدمه، و أن مستواها يبقى دون مستوى اللحاق بركبها، وبما يفقدها الثقة في نفسها في الوقت الحاضر و المستقبل، ومساعد على اتساع هذه الفجوة بين الدول الغربية و العالم العربي مجموعة من العوامل منها ما هو داخلي و الآخر خارجي: (37)

- أما العوامل الداخلية، فكانت تهيء لنشر أفكار متباينة ومشتتة عن الآخرين في المجتمع العربي، حيث اعتبرت كوسيط في التعامل مع الموضوعات و الأفكار المطروحة ومنها: "التعصب"، "الهروب"، "التوهم"، "تمجيد الذات"، "مقاومة الجديد"...

1- التعصب: " يمثل انغلاقا فكريا على مصادر الفكر الإنساني ومع الانفتاح على منبع واحد كثيرا ما يكون ضيقا في أفقه فيما يعد التعصب سلوكا مضادا للمجتمع ويشكل مؤشرا على الخواء الفكري و التزمّت، و يشعر المتعصب -عادة- بتنازع إرادته مع الإرادات الأخرى، مما يدخله في حالة صراع مع الآخرين، وكثيرا ما يندفع المتعصب إلى محاولة التفوق أو القضاء جزئيا أو كليا على الإرادات الأخرى عن طريق القوة أو العنف ويسبب ركون المتعصب إلى القسوة فهو يساهم دون وعي منه في هتك مقومات الفكر الذي يتعصب له"

2- الهروب: أي وضع عوالم جديدة افتراضية للهروب من الواقع المعاش باعتماد أنماط سلوكية تتناقض و التفكير الاجتماعي.

أما العوامل الخارجية فنجد منها:

- زيادة حدة التوتر الدولي بين العالمين العربي و المتقدم، بناء على التقدم الحضاري في كل منهما، فإذا كانت الدول المتقدمة تنتعم بمقومات الحياة المتقدمة و المتطورة، نجد أن الدول العربية تفنقر إليها خاصة ما تعلق منها بالثورة التكنولوجية وتقنياتها، لأن المتتبع للفجوة الاتصالية بين الطرفين يجد أنها شملت قبل العوامل التكنولوجية عوامل تاريخية و ثقافية و حضارية و أيديولوجية.

فمنذ القرن السابع و حتى اليوم، يمكن الإشارة إلى أربع فترات اتصالية كبيرة كانت قد تحققت بين العرب و الغرب، وفي كل فترة كان كل طرف ينظر إلى الآخر، وبصوغ صورة بحسب الظروف التاريخية التي يتم فيها الاتصال وهذه المراحل هي:

\*"الوجود العربي في الأندلس و الذي استمر ستة قرون حيث انتشرت معالم حضارية عربية في أوروبا، لكن معرفة كل طرف بالآخر خلال هذه الفترة ظلت محدودة لأن العلاقات كانت ذات صبغة عدائية، حيث نظر الأوروبيون إلى العرب باعتبارهم محتلين أو غزاة بفكر مختلف.

- فكانت هذه المرحلة بمثابة أرضية لنشر الثقافة العربية و حضارتها في البلاد الأوروبية غير أن البنية الاتصالية بين الطرفين كانت قاسية و عدائية.

\*المرحلة الثانية : (القرن الحادي عشر، القرن الثالث عشر):مرحلة الحروب الصليبية و فيها برز الاستنزاف الأروبي للطاقات العربية، و أدمغتها المهاجرة مع حشد كل طاقاته و إمكاناته البشرية و الاقتصادية و السياسية و الاجتماعية و الثقافية في مجال الكتابة و الثقافة وفيها كان ينظر الأوروبيون إلى العرب نظرة سلبية، وأنهم المنتصر و العربي متخلف حضاريا.

\*المرحلة الثالثة: بداية القرن التاسع عشر و النصف الثاني من القرن العشرين اتسمت باستعمار الدول الأوروبية للعالم العربي الإسلامي و كانت هناك مواجهات عدائية واتصال غير ناجح.

\*المرحلة الرابعة: مرحلة الاستقلال العربي، وما صاحبها من تعاون أروبي عربي تارة، ومنافسة وصراع تارة أخرى، غير أن حركة الاتصال فيها كانت في اتجاه نازل من الدول الأوروبية باتجاه الدول العربية، خاصة في ظل بروز مؤسسات اتصالية أوروبية عملاقة اعتمدت على مختلف وسائل الاتصال الجماهيري وفي مقدمتها التلفزيون العابر للحدود و الذي غطت من خلاله القنوات الفضائية المجال الفضائي العربي ففتحت قنوات اتصالية بين العالمين حاول فيها الغرب إعطاء صورة مبهرة عنه للمواطن العربي."(38)، ليثير بذلك "شعور الانبهار" لدى جميع المجتمعات العربية الإسلامية فيكون النموذج المصدر إليهم هو البديل، و الملبي لحاجاتهم التي عجزت دولهم عن تلبيةها،و أن إتباع ذلك النموذج هو

الحضارة و التطور. ومنه يبرز التخوف الكبير" من أن تؤدي العولمة إلى تقليل الدور الذي تقوم به الحكومات بحيث تخرج من تحت أيديها السيطرة على تحريك عملية العولمة." (39)

بمعنى آخر أننا بصدد مواجهة تسييد قيم و مفاهيم لا تعبر في حقيقتها إلا عن مصالح و غايات و فلسفة تحب الدولة التي تفقد وتوجه سياسات العولمة أن تغزو بها الدول الأخرى، وإذن فإن العالم طبقاً لذلك يعيش حالة من الهدم و البناء في آن واحد، فهناك سعي لهدم ما نتج عن الدولة القومية منذ زمن بعيد و حتى الوقت الراهن وهناك بناء تحتمه من وجهة نظر الدولة المعولمة اقتضاءات التطور الثقافي حيث أظهرت العولمة الحاجة إلى توحيد القيم و الأخلاق، فقد وصل النظر في واقع النظام العالمي و أصوله ورؤى مستقبله إلى الشك في قدرته أن يستمد تعاوناً دولياً لحل مشاكل عالماً، و أن كل ما تستطيع أن تفعله هذه العولمة هو نوع من التحسين الثقافي تتحول فيه ثقافات الشعوب إلى مهرجانات وطنية و عقائدها إلى مجرد طقوس و مآثر تراثها إلى وثائق الأرشيف و مقتنيات المتاحف." (40)

هذا ما أحدث هدماً و شرخاً في قيمنا الاجتماعية و الأخلاقية، التي أصبحت تواجه منظومة قيمية غربية لا تتفق و لا تمت بصلة لعاداتنا و تقاليدنا و أخلاقنا وثقافتنا ذات الأصل الديني السماوي و التي تزيد الفرد العربي الإسلامي فخراً بالانتماء إلى التكوين الاجتماعي الذي يمثل أمته، و الذي منه يستمد ذاته، بما يمنحه شكلاً خاصاً مختلفاً عن أشكال المجتمعات الأخرى على الرغم من انفتاح قنوات اتصال بينه و بينها و التي لا تقف أمام تمسكه بقوميته و هويته العربية الإسلامية، ذات الجوانب القيمية و الروحية و الاجتماعية المتمسكة بالرسالة السماوية، الحاملة لرسالة حضارية تتفاعل مع الحضارات الأخرى ولا تتصهر فيها ماعدا تعرضها لجملة من العوامل السابقة الذكر و التي يحدث اهتزاز في بعض خصائصها وسماتها إن لم يتم التصدي لها.



ولقد ظهر على اثر هذا حملات لتشويه الثقافة العربية الإسلامية التي تمثل في أصلها "مجموع المعارف الشرعية و العلمية و الفلسفية و الأدبية و الفنية التي نشأت و تطورت في الأقطار الإسلامية و تفتحت على الثقافات الأخرى مع التعبير عنها باللغة العربية أو بغيرها من اللغات المتداولة في محيط العالم الإسلامي منذ بزوغ الإسلام إلى وقتنا الحاضر." (41) وادعاء تخلف أمتها وانقسامها، خاصة من خلال جهود الإعلام الغربي في "تشويه صورة العرب سواء على مستوى الحوارات الثقافية أو الدراما أو البرامج الإعلامية بل تشويه صورة الإنسان العربي على التقدم ومواكبة التطور الحضاري القومي و لا شك أن اتجاهات التحديث ونظرية تبادل الدور بحنكة و فعالية فهي تبرز ثقافة التخلف و ثقافة الفقر و ملامح الشخصية العربية المتأصل في عدم القدرة على الإبداع الذي يعالج التخلف والنمو من منظور التقسيم الكلاسيكي بين مجتمعات تمتلك إمكانيات التقدم و أخرى تقتقر إلى هذه الإمكانيات على أساس أنه قديم على حساب تقدم الثانية كما تشير نظريات التبعية الكلاسيكية المحدثه." (42)

فما لا شك فيه، أن التبعية الإعلامية للأمة الإسلامية و الوطن العربي ككل "تمثل قوة هائلة لا قبل لنا بها كاسحة في التأثير ... لتزرع في أذهان الشعوب ما تشاء من الصور لا تبالي فيما تتناوله في أحداث العالم بالعرض والتحليل إلا ما تراه يخدم مصالحها ونجح في إيصال ما نريد و نرغب... فشعوب العالم لا تعرف عن الإسلام وقضاياها إلا من خلال ما تتلقاه من الإعلام الغربي مع كثير من التحريف والتضليل والإساءة ... خاصة ظاهرة الغزو الإعلامي الأجنبي من البرامج العالمية. وأظهرت الدراسة أن وسائل الإعلام العربية شاركت في تعميق الغزو الإعلامي الأجنبي من خلال ما تعرضه من البرامج الغربية وبالأخص ما يسمى ببرامج (تلفزيون الواقع) من دون أن تضع تلك الفضائيات بالحسبان قيم المجتمع العربي و تقاليدده." (43)

حيث وصفت برامج القنوات الفضائية العربية بأنها " تقتصر على المادة الترفيهية و أفلام الجريمة و العنف و الرعب و الجنس أي أن ثقافة الصورة تغطي عليها أكثر من ظاهرة سلبية الاغتراب، القلق، إثارة العزيمة الفردية العدوانية، الدافعية الانحراف، ولكنها مفردات تأسست في إدراك الشباب وسلوكياتهم ومعارفهم بحيث تتحول من مجرد صورة ذهنية إلى نشاط عملي عند المراهقين والشباب يتأثرون بنتائج هذه الثقافة الإعلامية ،و من المحتمل أن تخلق برامج الفضائيات العربية الاضطراب الاجتماعي و عدم استقرار في العلاقات الاجتماعية وتنمية الفردية و الروح الاستهلاكية و الهروب من التصدي لواقع الحياة و الاستسلام لها و الانبهار بالموديل الأجنبي على حساب الهوية الثقافية وازدياد اليأس و الإحباط." (44)

و في سبيل تجاوز هذه الحال الإعلامية العربية الإسلامية، كان منوطا بالدول العربية الإسلامية تبني استراتيجيات وسياسات مثل ما تم تحديده في مؤتمر القمة الإسلامية في دورته السادسة ديسمبر 1991 مفهوم الثقافة الإسلامية كما يلي: " هي التعبير عن مدى التقدم و الرقي في مختلف جوانب الحياة البشرية و مجالاتها وإبراز ما يبدهه الإنسان من خلال تفاعلاته مع الوجود المحيط به و الذي سخره الله له بترشيده عقيدته و قيمه الإنسانية وإبراز الخصائص الكامنة فيه من فكر وسلوك يتواكب مع الواقع الذي يعيشه الفرد و المجتمع وفق معايير ومضامين إسلامية، تنبع من العقيدة الإسلامية الخالصة، وذلك انطلاقا من الكتاب و السنة النبوية الصحيحة، وما أجمعت عليه المذاهب الفقهية و السلف الصالح و العلماء المعاصرون من مبادئ عامة للفكر الإسلامي في جوانبه السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية." (45)

## سادسا: التلفزيون و التغيير القيمي الأخلاقي في الوطن العربي

من أهم ما يتميز به مجتمعنا الإنساني هو حالته المتغيرة وباستمرار حتى يصل الإنسان إلى درجة الرقي و التقدم تحقيقا لاستمرارية قيمه، و معرفته لقيم جديدة تجعله يعيش في محيط متجدد ينبذ التخلف، ولكن مع التشبث بالقيم و الأخلاق.

وقد يحدث هذا التغيير على مستوى الظواهر الحضارية للإنسان فتنتشر أفكار مستحدثة مادية صناعية وتكنولوجية، وإما أن يطال هذا التغيير الجوانب الروحية و المعنوية للظواهر الاجتماعية لدى المجتمع المتلقي و التي تعتمد على اعتناق عادات و تقاليد وقيم خلقية جديدة، تجد نفسها أمام تصد لقيم محلية متأصلة في محيطها و بيئتها مشكلة بذلك قاعدة أساسية تبنى عليها أنماط السلوك، و الشخصية المعبرة عن احترام و تقديس لهذه القيم.

وعليه نجد أن البناء الأخلاقي التشريعي الاجتماعي "وضع قيما إيجابية ضبطها بمعايير وحفظها في إطار مؤسسات (قابلة للتطوير) قصد الحفاظ على الرباط الروحي و الاجتماعي كما أنه يعد نظام إنذار مبكر لليقظة و التنبيه أمام القيم السلبية الجارفة و السلوكيات المنحرفة و التي تتسبب في إتلاف الرباط وانحراف النظام ولذا فإن الرسول صلى الله عليه وسلم يمثل الأسوة و القدوة و بعث ليتم مكارم الأخلاق." (46) فتفاعل الإنسان في إطار نظامه الاجتماعي وطبيعة قيمه السائدة (المجتمع الإسلامي) و الذي منطلقها القرآن الكريم، تجد النفس حالها في صراع بين الفجور و التقوى، لا يخلصها منه إلا القانون الديني و الأخلاقي و الاجتماعي ويهديها لأحسن الأعمال.

فالقرآن الكريم: "يقر بأهمية عوامل النمو التي تسمح بتطوير الحياة الفكرية و العلمية و الاقتصادية و الاجتماعية... يعرض سيرورة التغيير على مستوى يدخل ضمن سياق تأطير الأمة في كل مراحل

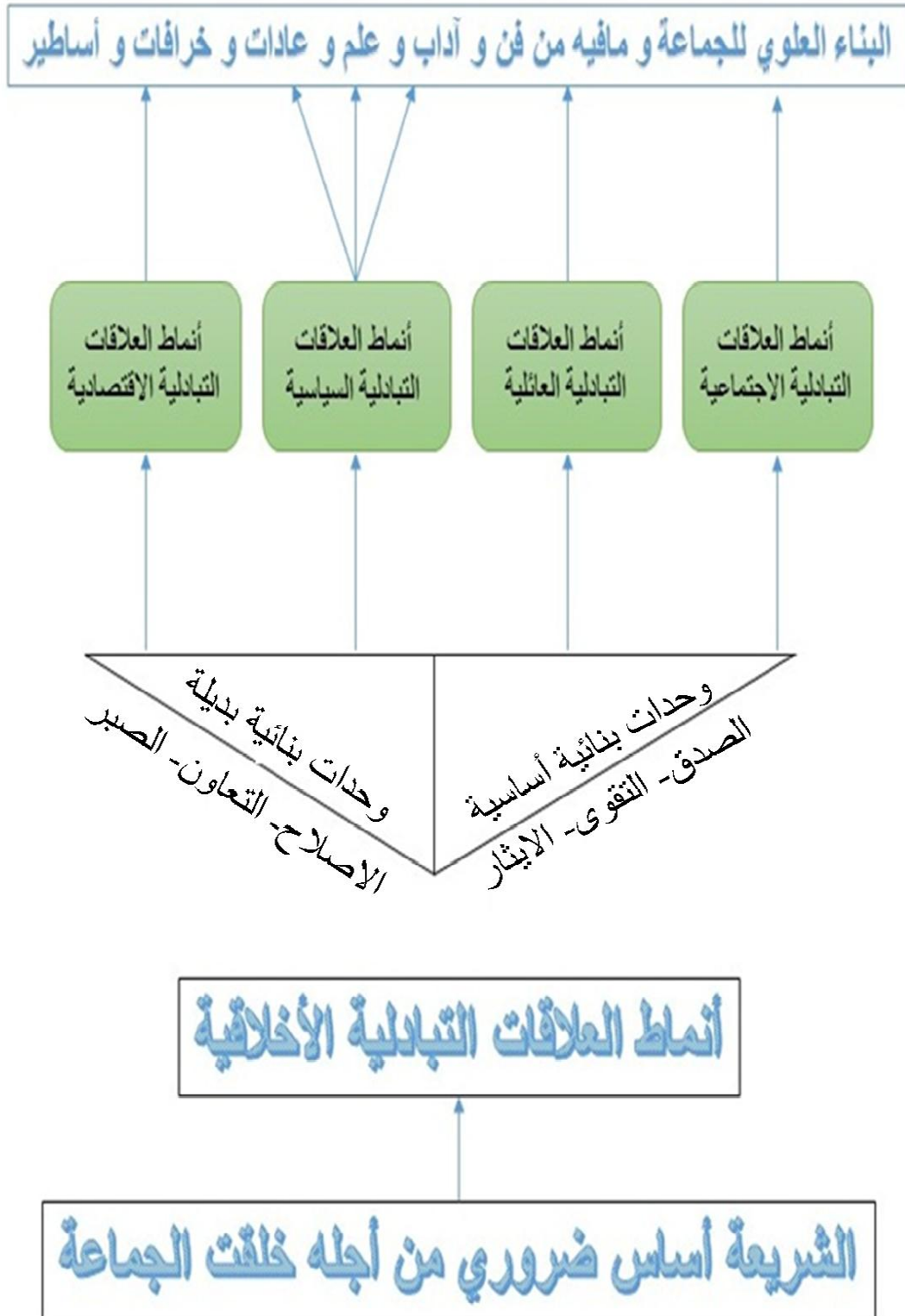
تواجدها التاريخي في إطار مشروع شامل يعني مصير الإنسانية في الحياة الدنيا و الآخرة." (47) لذلك فإن القرآن الكريم رسم لمحة تعبيرية شاملة لمصير الأمة على شكل مراحل كبرى تتلخص في:

- مرحلة النشأة والتكوين: وهي مرحلة النبوة سعي إلى إرساء قواعد الأمة بكيفية يبلغ امتداد تأثير تلك الفترة أقصى مراحلها مما يسمح للأمة بتأدية مهامها بصفة مرضية.

- مرحلة ثانية تتسم بالابتعاد عن تعاليم الإسلام، يبين التاريخ أن بعض الممارسات الانحرافية ظهرت لدى بعض الفئات في نهاية الخلافة الراشدة. ذلك الابتعاد التدريجي الذي بدأ في أواخر المرحلة الأولى لم يمنع الازدهار الحضاري اللاحق إلا أنه أدخل في جسم الأمة العوامل البعيدة المدى إلى الضعف و الانحطاط.

- يتعرض القرآن إلى المرحلة الثالثة من الحلقة التاريخية لمصير الأمة وهي مرحلة التغيير الإيجابي والإصلاح و التجديد و التمكين لدورة حضارية أخرى." (48) كما هو موضح في الشكل رقم: (2):

شكل رقم(2): أنماط العلاقات التبادلية الأخلاقية.



ففي إطار توضيح للعلاقات التبادلية الأخلاقية المنبثقة من التشريع فإن الوظيفة الاجتماعية لتلك الأنماط هي وضع الإطار العام لما ينبغي أن تكون عليه معاملة الناس عن طريق تقرير ماهو صالح و التحذير مما هو ضار بالفرد و الجماعة أي أن الأخلاق تقوم بوظيفة مزدوجة فهي واقع للسلوك و حافز إليه وفي نفس الوقت تقوم بدور المراقبة و الضبط الاجتماعي... إن الأخلاق في الإسلام فردية و جمعية حيث أن ما يصلح للفرد يصلح أيضا للجماعة."(49)

ويرى ذات المرجع أن العلاقات التبادلية الأخلاقية تنفرع إلى مجموعة من الوحدات البنائية الأساسية و البديلة والتي تتضمن أنماط العلاقات الأخرى... و يقصد بذلك أن القيم المجسدة في الوحدات البنائية مركبة حسب أهميتها في كل نمط للعلاقات وهي متساندة فيما بينها وتستبدل مواقعها من أساسية إلى بديلة أو العكس عند الانتقال من نمط إلى آخر .فالتقوى (الالتزام بشرع الله )مثلا وحدة بنائية أساسية في أنماط العلاقات التبادلية منها بعض ما حدده القرآن الكريم أي أن العدل من التقوى."(50) "والصدق" كوحدة بنائية أساسية فتمثل عامل هام لاستقراره و ثبات المجتمع ،إذ هو كفيلا بأن يشع جوا من الثقة يتخلل كل أبنية الجماعة و من أهم الوظائف السوسولوجية للصدق : أنه تتم المواقف الاجتماعية بين الأفراد في بساطة ويسر دون تعقيدات أو ضمانات كثيرة." (51) هذا ما جعل الأنظمة الإسلامية و القيم تتسم بالعقلانية وقدرتها على أداء أدوار عالمية بفضل عكس الفرد المسلم لتلك القيم على أحسن وجه، وتجسيدها في حياته.

في هذا الصدد نجد أن (مالك بن نبي) الذي كان أول من استخدم كلمة "العالمية" يقرر أنه "ليس العالم الإسلامي طائفة من الخلق منعزلة عن سواها، ينتهي مصيرها داخل وعاء مغلق ،بل إنه يمثل رواية الإنسانية دورين يقوم بهما في وقت واحد. دوره ممثلا ودوره شاهدا، هذا الاشتراك المزدوج يفرض عليه واجب ضبط متطلبات حياته المادية و الروحية مع مصائر الإنسانية، فهو لكي يقوم بدور مؤثر

فعال في حركة التطور ينبغي أن يعرف نفسه، و أن يعرف الآخرين فيشرع في تقويم قيمه الذاتية، إلى جانب تقويمه لما تملكه البشرية من قيم." (52)

وحتى تؤدي القيم دورها الأساسي في الإصلاح، من الغرض أن يكون هناك توفيق بين النظام التشريعي الداخلي بنسفه الأخلاقي مع هويته و ثقافته الإسلامية حتى تستطيع مواجهة التحديات العالمية الخطيرة في زمن العولمة، أين يبرز صراع القيم الأخلاقية و الثقافية للمجتمعات المحلية على مستوى علمي وعبر مؤسسات الإعلام و الهيئات الدولية.

فالمؤسسات الإعلامية واحدة من أهم مصادر تشكيل القيم الأخلاقية لأفراد المجتمع خاصة في ظل الأجواء الاتصالية العالمية المفتوحة، و التي يتعدى تأثيرها المجالات التكنولوجية، فكل أبنية المجتمع السياسية الاقتصادية تتعرض لمظاهر التغيير وبالرغم من الحصانة التاريخية و المعاصرة للمجتمع إلا أنه قد يطرح تساؤلا حول مدى الآثار التي تترتب على التقدم التكنولوجي ولم تؤخذ بعين الاعتبار من قبل، أو أنها لم تكن تشكل عائقا أصلا.

وعليه، تبرز علاقة دراسة المجتمع بقيمه وعاداته و تقاليده ونظمه من جهة، و دراسة التكنولوجيا من جهة أخرى، في إطار لمعرفة ما تخلفه التكنولوجيا من آثار وما تخلقه من قيم سواء كانت سياسية اقتصادية، ثقافية و أخلاقية ومدى تأثيرها على مختلف النظم.

و إذا كان لظهور "وسائل إعلام جديدة" كجانب من جوانب عملية العولمة الأوسع نطاقا تأثير كبير " (53)، فإننا نجد أن البث الإذاعي و التلفزيوني خاصة الفضائي بتقنياته الحديثة و المتطورة زاد من مسؤولية وسائل الإعلام و بخاصة القنوات الفضائية العربية تجاه الجماهير من خلال تزويدها برسائل هادفة، متعددة متنوعة حتى يتسنى لكل فرد اختيار القناة الفضائية العربية التي تتناسب و قيمه الأخلاقية خاصة في بلاد ترك لها الاستعمار ميراثا من التخلف و الفقر و الجهل و الأمية لا يوجد أي مبرر

لإدخال التلفزيون بنفقاته الباهظة إلا أن يكون إحدى الوسائل لفعالة في الحرب الجادة التي تخوضها تلك البلاد للحاق بركب المدنية و التحضر و القفز فوق الزمن." (54)

صحيح أن الدول العربية واحدة من الدول النامية التي استخدمت التلفزيون لبث رسائل سياسية وحضارية وتحفيزية بغرض إحداث التغيير والتقدم، كما تم استخدامها لمكافحة الجهل و الأمية و التوعية الصحية و الإرشاد الزراعي و الصناعي كما أثبتته " المناقشات والتوصيات التي اتخذها مؤتمر إدخال التلفزيون إلى إفريقيا الذي عقده الدول الإفريقية في لاجوس سبتمبر 1964. " (55) بإشراف منظمة اليونسكو، إلا أنه وفي المقابل ينبغي على التلفزيون العربي ألا يتأثر باتجاه التلفزيون الأجنبي الأروبي و الأمريكي و الياباني و الكوري حتى يستطيع حقيقة تنمية شاملة لهذه الدول.

"اللا دين" يعني "اللا أخلاق"، وانطلاقاً من مخالفة الفلسفة الطبيعية للأخلاق و التي لا ترى منها سوى تحقيقاً للمصلحة الشخصية، فما زالت في مقابلها عديد الدول العربية الإسلامية متمسكة بالدين و الأخلاق انطلاقاً من النظرة الدينية القائمة على الدين كأساس للأخلاق وهو ما دعا إليه الرسول الأكرم محمد صلى الله عليه وسلم فتتنظم حياة الشعوب في كل المجالات و التخصصات. "وإعلامياً تعتبر الحرية من أهم البنود التي تدعو إليها الأخلاق خاصة الاتجاه الواعي إلى ضرورة وضع بعض الضوابط و القيود المنظمة لحركة وسائل الإعلام و الوصول إلى المعلومات، فينطلق من فكرة إمكانية استغلال تلك الوسائل بطريقة تضر بمصلحة الدولة و المجتمع على حد سواء، فلا يعبر بشكل يؤثر على أمنها القومي واستقرارها الاجتماعي و علاقاتها الدولية." (56)

ولذلك نجد أنه في مجال التلفزيون للمحطات الفضائية، دوراً أساسياً في بناء الثقافة العامة للمواطن و القيم المساندة للتطور و التحديث كالتسامح و المساواة و القبول بالآخر وحق الاختلاف و محاربة الظلم و كشف الطغيان وإسماع صوت المقهورين و المظلومين في كل مكان وللقيام بهذا الدور يجب إيجاد



إعلام مسؤول يدرك قيمة تلك الأمانة و القوة التي تمثلها... فالحرية ليست فوضى و ليست مطلقة، والمصادقية و الموضوعية هي الأساس الذي يجب أن تقوم عليه أي مادة تقدم للجمهور". (57)

هذا الجمهور الذي يحتاج إلى أسس و قواعد و ثوابت تبنى عليها قيمه الأخلاقية الفاضلة، و التي ينبغي أن يكون منبعها العقيدة الإسلامية . و لبلوغ مكارم الأخلاق و هو "ما أحدثته دعوة الرسول محمد صلى الله عليه وسلم من قيم هو بناء للإنسان الجديد بدءاً بالأطفال و تربيتهم وفق المبادئ و الأسس التي جاءت بها دعوة الإسلام حيث ركزت على فئة الشباب و حسن توجيههم ليكونوا رجالاً و نساءً مؤمنين برسالته السماوية شاعرين بعظم المسؤولية الملقاة على عاتقهم...وبهذا تعزيز الجانب الحضاري للأمة العربية بالإسلام فقد أكسبتها تلك القيم و الفضائل درجة لم يسبق أن حظيت بها أمة من الأمم الأخرى وعززها بتوحيد الثقافات و الفكر عن طريق القرآن الكريم الذي صان اللغة العربية و حفظ وحدتها وعزز وجودها ووسع انتشارها حتى تجاوزت العرب إلى شعوب أخرى آمنت بالإسلام وتكونت لديهم قيم ومشاعر تعتمد على مبادئ الإسلام و أحكامه". (58) وهو الأمر الذي يدفع إلى دراسة القيم و ربطها بالثورة التكنولوجية التي كانت من عوامل إحداث تغيير قيمي في مجتمعنا العربي الإسلامي.

وفي سبيل هذا ،هناك من يرى من الباحثين أن المجتمع العربي الإسلامي يعيش عهد تغيير و تطور يشمل مختلف جوانب الحياة و يمس محاور الثقافة بكل ما تواجهه من محاولات إعادة بنائها مما أدى إلى انتشار بعض التناقضات و الشعور بالتيه و الضياع حتى عاش الطفل و الشاب العربي المسلم أزماً تسببت فيها عوامل الحضارة المادية الغربية .

غير أن الحديث عن تأثير الفضائيات كوسيلة اتصال جماهيري لا يتطلب نظرة سطحية لتأثيرات مضامينها على الجماهير العربية الإسلامية ،لان هناك علاقة تفاعل بين خصائص هذه الوسيلة و بين سمات مشاهديها الذين تتحكم فيهم عوامل أخرى قد تكون رادعا أمام انحراف سلوكهم و أخلاقهم جراء ما

تحمله رسائلها من قيم تدفع بهم إلى الانقياد وراء نماذج قيمية قد تتعارض و هويتهم و شخصيتهم الأخلاقية و الثقافية. التي من المقتضيات أن تكون الأسرة مؤسسها الأولى، التي إذا ما تراجع دورها في كونها الرقيب على قيم و معتقدات أفرادها، زاد من تعقيد الدور الأخلاقي و الاجتماعي المنوط بالقنوات الفضائية القيام به . فالفضائيات تدخل في تكوين قيم واتجاهات أفراد المجتمع تجاه مختلف المواقف الاجتماعية بشكل الوسيلة الجماهيرية الأمر الذي حول مسار العلاقات السائدة بين أعضاء المجتمع و الجماعات فأبرز مظاهر اجتماعية جديدة في غالبيتها ذات طبيعة سلبية.

\*مراجع و هوامش الفصل الرابع:

- (1):عبد الرزاق محمد الدليمي:الإعلام الدولي في القرن الحادي و العشرين.دار المسيرة للنشر و التوزيع،عمان، ط2011،1.ص112.
- (2) :Bertrand Ginet:Media et Information dans le Monde Arabe :les nouveaux Hérauts de la Démocratisation ?,Federation Internationale des Journalistes,Jun2005. p27
- (3): ياسر خضير البياتي:الاتصال الدولي و العربي و مجتمع المعلومات و مجتمع الورق.دار الشروق للنشر و التوزيع، ط1، 2011.ص277.
- (4):علي محمد شمو:تكنولوجيا الفضاء و أقمار الاتصالات.دار القومية العربية للثقافة و النشر،2010.ص233.
- (5): ياسر خضير البياتي،مرجع سبق ذكره.ص 277.
- (6):إياد شاكر البكري:عام 2000 حرب المحطات الفضائية.دار الشرق للنشر و التوزيع،الأردن،ط1، 1999.ص83.
- (7): عبد الرزاق محمد الدليمي،مرجع سبق ذكره،ص113.
- (8):المرجع نفسه،ص 119.
- (9): نهوند القادري عيسى:قراءة في ثقافة الفضائيات العربية.الوقوف على تخوم التفكيك.مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان،2013.ص 56.
- (10): المرجع نفسه، ص57.

- (11): مصطفى صاحب سلطان: وسائل الإعلام و الاتصال.دراسة في النشأة و التطور.دار المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2012.ص 391.
- (12): مصطفى حميد كاظم:التقنيات الإذاعية و التلفزيونية و أهميتها التطبيقية في التعليم و التعلم.دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر،الإسكندرية،ط1، 2008، ص 120.
- (13): المرجع نفسه،ص 122، 123.
- (14): المرجع نفسه،ص 634.
- (15): اتحاد إذاعات الدول العربية:البث الفضائي العربي .التقرير السنوي 2015،اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية.ص35.
- (16): يحي بسيوني:برامج القنوات الفضائية في ضوء الفكر الإسلامي.دار المعرفة الجامعية-طبع-نشر-توزيع،الإسكندرية،2013، ص 106، 107.
- (17): المرجع نفسه، ص 130.
- (18): المرجع نفسه،ص 133.
- (19): المرجع نفسه،ص 149.
- (20): منتصر حاتم حسين:أيدولوجيات الإعلام الإسلامي.دار أسامة للنشر و التوزيع،الأردن،ط1، 2011.ص 173.
- (21): المنظمة العربية للتنمية الإدارية أعمال المؤتمرات:اثر الفضائيات على الأسرة العربية.بحوث و أوراق عمل الملتقى العربي الأول المنعقد في القاهرة جمهورية مصر العربية في فيفري 2007، ص 63.
- (22): المرجع نفسه،ص 64.
- (23): المرجع نفسه،ص 69.

- (24): أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام: الفضائيات العربية و متغيرات العصر. هيئة التحرير: مي سعيد الحديدي، حسن عماد مكاوي ،حسن محمد الشافعي،الدار المصرية اللبنانية،جانفي 2005.ص 634، 635.
- (25): المرجع نفسه،ص 636.
- (26): تيسير أبو عرجة:قضايا و دراسات إعلامية.دار جرير للنشر و التوزيع،عمان،ط1، 2006 ص 15، 16.
- (27): عبد الملك الدناني:البث الفضائي العربي و تحديات العولمة الإعلامية.المكتب الجامعي الحديث،الإسكندرية،2006، ص 17.
- (28): المرجع نفسه،ص 18.
- (29): بسام عبد الرحمان المشاقبة:الإعلام العربي بين الواقع و الطموح.دار أسامة للنشر و التوزيع،الأردن،ط1، 2015.ص 83.
- (30): محمد نصر مهنا:الإعلام و تكنولوجيا الاتصال في عالم متغير.الإسكندرية،ط1، 2008،ص 298.
- (31): المرجع نفسه،ص 300.
- (32): المرجع نفسه،ص 301، 302.
- (33): محمود عبد الله: الإعلام و إشكالية العولمة.دار أسامة للنشر و التوزيع،الأردن،ط1 ، 2015.ص 78.

(34): تيسير أبو عرجة:الإعلام والثقافة العربية.الموقف والرسالة.دار مجدلاوي للنشر و التوزيع،الأردن،ط1، 2003،ص 113، 114.

(35):المرجع نفسه،ص 114، 115.

(36): مصطفى محمد رجب:الإعلام و المعلومات في الوطن العربي في ظل إرهاب العولمة.مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع،عمان،2009.ص 16، 17.

(37): هاني نعمان الهيتي:الإعلام و مستقبل المجتمع العربي.دار أسامة للنشر و التوزيع،ط1، 2013،ص 107.

(38): المرجع نفسه،ص 108.

(39): مصطفى محمد رجب،مرجع سبق ذكره،ص110.

(40): مؤيد عبد الجبار الحديثي:العولمة الإعلامية.الأهلية للنشر و التوزيع،عمان،ط1، 2002. ص 176.

(41): محمد العربي الخطابي:الثقافة الإسلامية و الثقافة الغربية الأخذ و العطاء.مطبوعات أكاديمية المملكة المغربية((سلسلة الندوات))،مكناس،26-27 جمادى الأولى 5،4،1412.4دجنبر 1991.ص 15.

(42): عبد الرزاق محمد الدليمي:الإعلام العربي ضغوطات الحاضر و تحديات المستقبل.دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة،الأردن،ط1، 2011،ص 56،57.

(43)،(44): المرجع نفسه،ص 58، 59.

(45): صالح أبو اصبح: استراتيجيات الاتصال و سياساته و تأثيراته. دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2005. ص 74.

(46): رشيد ميموني: البعد الاجتماعي في القران مقارنة سوسيو معرفية. مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009. ص 313.

(47)، (48): المرجع نفسه، ص 318.

(49): المرجع نفسه، ص 332.

(50)، (51): المرجع نفسه، ص 333.

(52): المرجع نفسه، ص 383.

(53): مصطفى يوسف كافي: الرأي العام و نظريات الاتصال. دار ومكتبة الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2015. ص 49.

(54): Bertrand Ginet, Media et Information dans le Monde Arabe : les nouveaux Hérauts de la Démocratisation ?, OP cit. P.81.

(55): مصطفى يوسف كافي: الرأي العام و نظريات الاتصال. دار ومكتبة الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2015. ص 49.

(56): عبد الرزاق الدليمي: أخلاقيات الإعلام و تشريعاته في القرن الحادي و العشرين. دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، الأردن، طبعة عربية، 2015. ص 167.

(57): المرجع نفسه، ص 168.

(58): المنظمة العربية للتنمية الإدارية ،أعمال المؤتمرات:اثر الفضائيات على الأسرة العربية-بحوث و أوراق الملتقى العربي الأول بعنوان:اثر الفضائيات العربية.المنعقد في القاهرة،جمهورية مصر العربية،منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية،فيفري 2007.



## الفصل الخامس : الدراسة التحليلية المقارنة للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة.

أولاً: الدراسة التحليلية المقارنة لشكل البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.

1 - التحليل الكمي والكيفي المقارن لشكل البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.

ثانياً: الدراسة التحليلية المقارنة لمضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.

1 - التحليل الكمي والكيفي المقارن لمضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.

أسست الدراسة التحليلية المقارنة لموضوع دراستنا "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية" على التحليل الكلي و الجزئي للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة "خط احمر"(قناة الشروق tv)،"كلام نواعم" (قناة MBC1)،"العائلة"(قناة الجزائرية الثالثة A3)،و "رأيك أصلح" (الوطنية1)،اعتبارا من المنطلقات النظرية للدراسة والتي بناءا عليها مثلت هذه الأخيرة سياسة برامجية لمجال السمعى البصري العربي،قائمة على منظومة قيمية ، فكرية ،تواصلية تحدد التوجهات الجماهيرية العربية وذلك من خلال القيام بعملية توصيف كمي و كفي مقارن للشبكة البرامجية الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة،و ذلك خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2019/01/01 إلى 2019/04/01 بمعدل تحليل ثمانية أعداد لكل برنامج اجتماعي بعد ما سبقت ذلك مرحلة النسخ اليدوي للمحتوى السمعى البصري للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة إلى محتوى مكتوب . و ذلك بهدف:

- معرفة التوجهات الأساسية للعمل الإعلامي في " القنوات الفضائية العربية " و كذا الإطار المرجعي في عملية الإنتاج " للبرامج الاجتماعية " ، في إطار منظومة فكرية مستقاة من النسق القيمي كإطار للإنتاج السمعى البصري و محدد لطبيعته، مع الأخذ بعين الاعتبار ملكية "القنوات الفضائية العربية" كعامل من العوامل التي تقوم عليها الوظيفة الإعلامية (نشر منظومة القيم الأخلاقية و حمايتها).
- معرفة هدف القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة من خلال عملية استكشاف لوظائفها الظاهرة الكامنة و المطلوبة لتبليغ الرسالة القيمية الأخلاقية من خلال موضوعات متنوعة تمس واقع الجمهور العربي و التي تعكس جملة الظروف المحيطة به، توجيهه، التعريف بقيم مجتمعه الأخلاقية ، هيئاته الرسمية العمومية و الخاصة الداعمة لذلك ونقل تراثه الثقافي.

- معرفة وظائف "القنوات الفضائية العربية" عينة الدراسة في نشرها "رسالة القيم الأخلاقية" على المستويين الفردي و المجتمعي و ذلك من خلال:

- السعي لتقديم "رسالة قيمة أخلاقية" معبرة عن جملة الظروف المحيطة بالجمهور العربي و محققة لاحتياجاته اليومية المختلفة تعكسها مشاريع و انجازات، تجارب و معاشات ،اتجاهات و مواقف للشخصيات الفاعلة في مضمون "القيمة الأخلاقية".
- إبراز التهديدات و الأخطار التي تمس المجتمع العربي، و المحاولات المبذولة في سبيل إيجاد حلول علاجية و أخرى وقائية لمختلف المشكلات و التي تعكسها "أبعاد القيمة الأخلاقية".
- تقوية شعور الجماهير العربية بجملة "القيم الأخلاقية".
- إجراء مقارنة قائمة على تحليل "القيم الأخلاقية" في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة خلال نفس الفترة الزمنية. و بناء عليه تم:

1- إعداد إستمارة تحليل محتوى مقارن للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة و المبينة إجراءات إعدادها في الفصل الأول للدراسة.

2- تحديد أسلوب التحليل: حيث قامت الإجراءات التحليلية على مراجعة المحتوى المكتوب للتسجيل السمعي البصري للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة فيما تعلق بتناول رسالة "القيم الأخلاقية"، تفكيكها، تفرغ البيانات المتحصل عليها يدويا في الجداول المحددة في استمارة تحليل المحتوى، ثم العمل على استخراج النتائج و التعليق عليها انطلاقا من الأسلوب الإحصائي المعتمد في ذلك بحساب التكرارات و النسب المئوية الجزئية و العامة لكل البرامج الاجتماعية عينة الدراسة في إطار فئات شكل البرامج الاجتماعية عينة الدراسة. إلى جانب اعتماد التحليل الكيفي لعكس "رسالة القيم الأخلاقية" و "أنماطها"،

بناء على النتائج الكمية المتوصل إليها، انطلاقاً من أهداف الدراسة و محاولة الاستشهاد على ذلك بناء على فئات المضمون المحددة سابقاً و بالاستناد على الإطار النظري و الاستدلال به للتفسير. إلى جانب إجراء المقارنة للنتائج المتوصل إليها بالأسلوبين " الكمي و الكيفي " بتحليل مضمون البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية في آن واحد.

و عليه تم تحديد أربعة أبعاد لتحليل "رسالة القيم الأخلاقية " في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة و هي: "البعد الإيماني"، "البعد النفسي"، "البعد التربوي" و "البعد الاجتماعي". و لقد اختيرت بناء على:

1- دليل الأبعاد المتعددة للقيمة لنظرية الحتمية القيمية، و الذي تم فيه تحديد مجالات للقيمة و التي اشتملت على اثني عشرة بعداً من بينها الأبعاد الأربعة السابقة الذكر، التي اختيرت بشكل يتناسب مع إشكالية و أهداف موضوع الدراسة و مفاهيمه النظرية و الإجرائية، من حيث اعتبار أن مفهوم "القيمة الأخلاقية" مفهوم قائم على أهميتها الإستراتيجية للقيم الدينية والتنظيمية و الضبط الاجتماعي" (جوهر تفاعل آليات النسق الاجتماعي).

2- و لاعتبار "النسق القيمي" "بناء اجتماعي"، برزت ضرورة التأكيد على "إيجابية اتجاه القيم الأخلاقية " و التي لها علاقة بالتنشئة الاجتماعية مع الأخذ بعين الاعتبار خصائص و قيم المجتمع العربي المحلية وتطلعاته وعلاقاته العالمية، و هو ما جعل من مصدر التطلع للقنوات الفضائية العربية أيضاً يكون مبنياً على "المسؤولية الاجتماعية و الأخلاقية" "المجسدة في جملة النصوص التشريعية و المواثيق العربية و العالمية و التي من الاعتبارات المنطقية لصياغتها احترام هذه الخصوصية كما تم التطرق إليه في الفصل الثالث للدراسة "الوطن العربي وحق الإعلام و الاتصال".

3- وعليه تعين تحديد دور "القيمة الأخلاقية" في بناء العلاقة مع الله ، و مع الأفراد ودورها في بناء الشخصية بشكل يعبر عن البذل و العطاء في هذه العلاقات انطلاقا من خصائصها المقترنة بالجوانب الاعتقادية، و الممارسات الواقعية- أخلاق تكوينية،مرتبطة بالأفعال- وبأنواع الخطاب المتنوعة. (انظر العنصر الثاني من الفصل الثاني لموضوع الدراسة"القيم الأخلاقية دراسة تاريخية نقدية" ) .

ولقد تلخصت بذلك الدراسة التحليلية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة في محورين:

**أولا:الدراسة التحليلية المقارنة لشكل البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة:من خلال التحليل الكمي والكيفي المقارن لشكل البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة.**

**ثانيا:الدراسة التحليلية المقارنة لمضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:من خلال التحليل الكمي والكيفي المقارن لمضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.**

أولاً: الدراسة التحليلية المقارنة لشكل البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

## 1 - التحليل الكمي والكيفي المقارن لشكل البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

1-1 - البرنامج الاجتماعي: "خط احمر":

\*بطاقة فنية للبرنامج الاجتماعي "خط احمر":

- عنوان البرنامج : خط احمر .
- طبيعة البرنامج : إجتماعي ، حوارى .
- وتيرة البث : أسبوعي .
- فترة البث : الفترة الليلية .
- لغة العمل : عربي.
- مدة العرض :60 دقيقة.
- مضمون البرنامج الاجتماعي "خط احمر":برنامج اجتماعي عائلي حوارى يبث كل يوم ثلاثاء على قناة الشروق العامة،الفترة الليلية ،يعالج حالات من الواقع الجزائري المعاش شرط عدم المساس بسمعة الطرف الآخر و بدون الدوس على حرمة العائلات الجزائرية التي تبقى "خط احمر".تقدمه مذيعة، على شكل عدد حوارية بمشاركة الحوار والتقديم مع مجموعة من المختصين بإثارة إشكالات وحالات ومحاولة إيجاد تفسيرات لها وسياقات دينية و نفسية و اجتماعية تؤطرها.

- تقديم البرنامج الاجتماعي "خط احمر": تقدم البرنامج "فضيلة مختاري"إعلامية "بقناة الشروق"

متحصلة على شهادة البكالوريا شعبة"علوم الطبيعة و الحياة"،متحصلة على شهادة الليسانس

تخصص "حقوق"، سنة أولى "إدارة أعمال"، تداولت على العديد من المناصب: "صحفية" بالقسم السياسي "الجريدة الشروق"، مشرفة على صفحات خاصة بالشروق: ملحق رمضان)، صفحات الجامعة/البكالوريا... تشدها البرامج الاجتماعية و السياسية المثيرة، يهتما المواطن و حياته الاجتماعية، تطمح لأعداد تحقيقات اجتماعية في المستوى و أكثر جرأة لكشف الحقيقة، لاتزال لحد اليوم "صحفية في جريدة الشروق" تعبر عن مشاكل الجزائريين وهمومهم. " ( 1 )

و لقد توزعت عينة البرنامج حسب تاريخ بث الحصة و مدتها كما هو موضح في الجدول رقم (13).

جدول رقم (13):توزيع عينة البرنامج الاجتماعي "خط احمر" حسب تاريخ بث الحصة و مدتها.

رقم الحصة	تاريخ البث	مدة البث
1	2018/01/06	55.08 دقيقة
2	2018/01/13	57.09 دقيقة
3	2018/01/20	57.49 دقيقة
4	2018/01/27	58.42 دقيقة
5	2018/02/03	59.10 دقيقة
6	2018/02/10	58.02 دقيقة
7	2018/02/24	50.12 دقيقة
8	2018/03/03	53.46 دقيقة

المصدر: إنجاز الطالبة .

إعداد البرنامج الاجتماعي "خط احمر":

\*إختيار مواضيع البرنامج الاجتماعي "خط احمر":

لقد طرحت أعداد البرنامج الثمانية مواضيع عالجت حالات من الواقع الجزائري المعاش متخذة شعار المحافظة على حرمة العائلات الجزائرية التي تبقى "خط احمر". و الجدول الآتي يلخص مواضيع برنامج "خط احمر" في الثمانية أعداد عينة الدراسة.

جدول رقم (14): توزيع مواضيع البرنامج الاجتماعي "خط احمر" في ثمانية أعداد عينة الدراسة.

رقم الحصة	موضوع العدد	تقديم العدد
1	تكريم الأزواج لزوجاتهم.	فضيلة مختاري
2	الطلاق و حرمان الآباء من الأبناء.	فضيلة مختاري
3	الغيبية و النميمة.	فضيلة مختاري
4	العجوز و الكنة.	فضيلة مختاري
5	هروب القصر و القاصرات من البيت.	فضيلة مختاري
6	حقرة الرجال-تغير نظم الأسرة الجزائرية-	فضيلة مختاري
7	عودة القصر و القاصرات-الجزء الأول-	فضيلة مختاري
8	عودة القصر و القاصرات-الجزء الثاني-	فضيلة مختاري

المصدر: انجاز الطالبة



1- 2 - البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم":

\*بطاقة فنية للبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" :

- عنوان البرنامج : كلام نواعم .

- طبيعة البرنامج : إجتماعي ،حواري .

- وتيرة البث : أسبوعي .

- فترة البث : الفترة الليلية .

- لغة العمل : عربي.

- مدة العرض :60دقيقة.

- مضمون البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": برنامج إجتماعي حواري ، نسائي ، تبثه قناة mbc<sub>1</sub> منذ

عام 2002 إلى اليوم، يعرض كل يوم أحد من الأسبوع على الساعة (21.30) بتوقيت السعودية .ويعتبر

البرنامج النسخة العربية من برنامج "The Viewer" الأمريكي والذي قامت فكرته على نفس الفكرة التي

يقوم عليها برنامج "كلام نواعم"،أين تقوم مجموعة من المذيعات بمناقشة قضايا إجتماعية ،عائلية

،علمية،إقتصادية تهم المرأة والرجل العربي، مع استضافة لشخصيات مهمة على الصعيد العربي والعالمى

لطرح موضوعات تحترم تقاليد الأسرة العربية الإسلامية ،تتضمن كل عدد من حلقاته موضوعا واحدا ،يتم

تناوله من جميع جوانبه ،مع إستضافة ضيوف متخصصين في موضوع العدد ،أو شخصيات لها تجارب

خاصة في ذات السياق ،كما يتم إستعراض قضية كل عدد بطريقة كوميدية فكاهية إجتماعية تعرضها

"هتون القاضي".

- تقديم البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم":تقدم البرنامج مجموعة متميزة من الخبرات والمتخصصات

المتميزات في مجالات عدة :

1 - المذيعات :

- مهيرة عبد العزيز(3): إعلامية إماراتية ،ماجستير في الهندسة المعمارية من كندا بدأت عملها في ( MBC.Net بيروت )، الإعلام في إذاعة العربية كمقدمة برنامج منوعات ثم كمذيعة إقتصاد،كانت معدة ومقدمة برنامج متخصص في العقار على قناة العربية ،إضافة إلى عملها كمذيعة برامج في قسم الإقتصاد ،قامت بتغطية العديد من المنتديات العالمية من الموقع أبرزها المنتدى الإقتصادي العالمي في دافوس والبحر الميت أجرت العديد من المقابلات مع عدد من الشخصيات ،بدأت بتقديم برنامج صباح العربية 2012 .

- منى أبو سليمان (4): إعلامية وناشطة إجتماعية ، سيدة أعمال وخبيرة في التنمية البشرية والأعمال الإنسانية والمؤسساتية سعودية ،تحمل دكتوراه في الأدب الانجليزي ،أول امرأة سعودية عينت كسفيرة للنوايا الحسنة ،تلقت تعليمها في جامعة الملك عبد العزيز وكذلك في الجامعة الإسلامية الدولية في ماليزيا وجامعة ميسن في الولايات المتحدة ،ولشخصيتها الإعلامية والعامية ،تمت دعوتها في عديد المسائل المتعلقة بالتحديات التي تواجه الشباب والتنمية حول العالم ،بالإضافة إلى عديد القضايا ذات الصلة بالمجتمع ،حقوق المرأة والإعلام ،وبناء جسور التفاهم والتواصل بين الشرق والغرب ، في عام 2004 منح المنتدى الإقتصادي العالمي السيدة لقب "قائدة شابة" وفي عام 2007 ،أصبحت أول سعودية تعين كسفيرة للنوايا الحسنة من قبل برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ،في عام 2007 حازت على جائزة العلاقات الإقليمية والدولية من معهد الشرق الأوسط للتميز 2019 ،تم إختيارها من بين النساء المسلمات الأكثر تأثيرا في العالم .وتشغل منى أبو سليمان عضوية المجلس الإستشاري لصندوق المرأة المسلمة الذي يهدف إلى تعزيز مكانة النساء المسلمات ، ومساعدة الأسرة والمجتمع ،أسست وشاركت كمذيعة في البرنامج

الإجتماعي "كلام نواعم" منذ عام 2002 ،وفي عام 2011 تم توظيفها في قائمة النساء الأكثر تأثيرا في الوطن العربي في القرن 21 ،احتلت المرتبة 131 في قائمة النساء الأكثر تأثيرا في العالم أجرته مجلة " Arabian Business".

- نادية أحمد (5): من الكويت ،إعلامية ومنتجة سينمائية وممثلة ،تحصلت على شهادة في مجال الإذاعة والتلفزيون من جامعة سيريكيز في نيويورك ،متحصلة على شهادة في اللغة الإيطالية والأدب ،تابعت تحصيلها العلمي في لوس أنجلس ونالت الماجستير في الإنتاج السينمائي ،ما أتاح لها دخول عدد من الأستديوهات وشركات إنتاج الأفلام العالمية لها، شغف بالمسرح ،أنشأت نادي للدراما عام 2003 ، كونها مخرجة فهي تسعى إلى تطوير المسرحيات الموسيقية الكبيرة بالإشتراك مع المجلس الوطني للفنون والثقافة والديوان الأميري في الكويت .لعبت دورا بارزا في تأسيس جمعية "لويك" التي تعنى بالشباب على إختلاف أعمارهم وتطوير مهاراتهم المهنية ، وتعزيز نموهم الشخصي ومساعدتهم على إيجاد أهداف في حياتهم ، (وهي مؤسسة غير ربحية تهدف إلى تقديم فرص للشباب ولديها فروع في لبنان ،الكويت ،الأردن ،اليمن ) لتطوير الأسس الضرورية لخلق جيل من القادة ذوي الكفاءة العالية ،وتمكين الشباب من الجنسين من المساهمة في تنمية قدراتهم الشخصية والمهنية عن طريق تقديم برامج رفيعة المستوى في مجال التنمية المهنية واللياقة البدنية ، الفنون الإبداعية، و خدمة المجتمع، تقديم المهارات و تغيير السلوك و إحداث تغييرات ايجابية في حياة الشباب. في عام 2006 خاضت تجربتها الشخصية في التطوع بمركز الأيتام في "مهباسا" ، و في عام 2013 انضمت إلى فريق برنامج "كلام نواعم"، تتولى اغلب الأحيان التجارب و المهمات على ارض الواقع.

- سالي عبد السلام(6): خريجة الجامعة الكندية "نيو برونزويك" إدارة الأعمال، حاصلة على "دبلوم إذاعية و تلفزيونية" من الجامعة الأمريكية بالقاهرة، حصلت على لقب "أفضل مذيعه" عام 2012 من مجلة "دير جيست" اشتهرت بلقب المتوحشة بسبب قساوة الأسئلة التي توجهها للضيوف .

## 2 - الخبيرات:

- نادية التميمي(7): سعودية حازت على عديد الشهادات و الدرجات، في عام 1997 حصلت على الماجستير في علم النفس الإكلينيكي تخصص في العلاج العائلي ، جامعة الملك سعود، في عام 2010 تحصلت على دكتورا في علم النفس من جامعة يورك و هي استشارية في مدينة الملك فهد الطبية و عضو في جمعية علم النفس البريطانية و الأمريكية، لديها العديد من المقالات في عدد من الصحف التي تصدر في الرياض و مجلة سيدتي و الشرق الأوسط و جريدة المدينة. شاركت في برنامج "بدون شك" كمستشارة نفسية لثلاثة مواسم الذي صور في السعودية و عرض على قناة mbc1 و كان لها إطلالة على كلام نواعم 2007 و 2008.

- هالة كاظم(8): مستشارة و فنانة تشكيلية، تسعى إلى تغيير حياة الناس بالإيجابية و التوازن من خلال رحلات المشي لمسافات طويلة يتخللها أنشطة تدريبية، تحمل شهادة معتمدة في "الاستشارات و التدريب" من قبل جامعة سيتي في لندن المملكة المتحدة، حاصلة على شهادة كمدرية و ممارسة في تخصص البرمجة العصبية من البورد الأمريكي من لندن المملكة المتحدة. قامت بابتكار برنامج متكامل اسمه "رحلة التغيير" عام 2012 لإحداث تغيير إيجابي على حياة الناس من خلال تغيير مناطق الراحة، و توسيع حدودهم الفكرية، و انغماسهم في أنشطة متنوعة، نظمت رحلات المشي حول العالم و تم مزجها

بالاستشارات و التدريب، و ورش العمل. لها محاضرات و شغف بالخدمة الاجتماعية (برنامج يغطي على النواحي سواء العاطفية أو البدنية أو الفكرية).

و هي فنانة تشكيلية، أطلقت مجموعة فنية تحت اسم "مجموعتي الخاصة"، و عرضت أعمالها على عدة دول من بينها الإمارات العربية المتحدة، و المملكة العربية السعودية، و المملكة المتحدة. حصلت على جائزة الشيخ محمد بن راشد "لأفضل سيدة أعمال" عام 2013، و نالت و جائزة الإمارات للإبداع عام 2014 في مجال الخدمة المجتمعية، و تم اختيارها كشخصية مؤثرة في وسائل التواصل الاجتماعي من بين نخبة من الشخصيات في العالم العربي، و تم تقديمها من قبل شركة "قول العالم" و الأمم المتحدة في حدث عالمي تحت اسم "my voice matters"، نشرت كتابين إلى حد الآن "هالة و التغيير" عام 2012، "هالة و الحياة" عام 2017، تجري محادثات و نقاشات مستمرة حول قضايا تهم المجتمع من خلال قنواتها للتواصل الاجتماعي.

- سمر المقرن(9): سعودية، كاتبة صحافية و روائية من المملكة العربية السعودية، عملت كصحفية في عدة مطبوعات، صدر لها رواية بعنوان: "تساء المذكر" عام 2008 و كتاب سياسي بعنوان: "ثورة الشعب و ثورة الطائفة سوريا و البحرين" عام 2012. و حصلت على لقب أنجح امرأة عربية في مجال الثقافة و الأدب ضمن 60 سيدة عربية ناجحة في مختلف المجالات للعام 2008. كما حصلت على جائزة "الهيثم للإعلام العربي" كأبرز شخصية إعلامية نسائية عربية للعام 2014. و حصلت على درجة الشيخة فريحة الأحمد الجابر الصباح لجهودها الإعلامية في قضايا المرأة. تحصلت على تعيين فخري "كسفيرة للنوايا الحسنة" تقديرا لجهودها و إسهاماتها في المجالات الإعلامية و النسائية منحها إياها منظمة السلام و العلاقات الدبلوماسية التابع للمجلس الدولي لحقوق الإنسان و التعليم و الدراسات

السياسية و الإستراتيجية.حصلت على "درع المنظمة العربية للإصلاح الجنائي" عام 2007، نظير جهودها الإعلامية في نشر ثقافة حقوق الإنسان لشرم الشيخ جمهورية مصر العربية.و على لقب "سفيرة النوايا الحسنة" عام 2014.حصلت على تكريم صندوق الأمير سلطان لتنمية المرأة في المنطقة الشرقية فيفري 2016 و لقد توزعت عينة البرنامج حسب تاريخ بث الحصة و مدتها كما هو موضح في الجدول رقم (15).

جدول رقم (15): توزيع عينة البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" حسب تاريخ بث الحصة ومدتها.

رقم الحصة	تاريخ البث	مدة البث
1	2018/01/14	68 دقيقة
2	2018/01/21	57 دقيقة
3	2018/01/28	62 دقيقة
4	2018/02/04	66 دقيقة
5	2018/02/11	64 دقيقة
6	2018/02/18	75 دقيقة
7	2018/02/25	65 دقيقة
8	2018/03/04	67 دقيقة

المصدر: إنجاز الطالبة.

- إعداد البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" :

\*إختيار مواضيع البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم":

لقد طرح البرنامج مواضيع مهمة و حساسة على الساحة العربية، شغلت و لا تزال تشغل حديث الناس و الجمهور العربي و تمثل واقع الحياة اليومية على جميع الأصعدة و المستويات الإجتماعية،

الثقافية، العلمية، الرياضية في محاولة لربطه بعبادات و تقاليد و القيم الأخلاقية للمجتمع العربي. و الجدول الآتي يلخص مواضيع برنامج "كلام نواعم" في الثمانية أعداد عينة الدراسة. جدول رقم (16): توزيع مواضيع البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" في ثمانية أعداد عينة الدراسة.

رقم الحصة	موضوع العدد	تقديم العدد
1	علاقة المرأة بالأكل من المطبخ و العادات الغذائية	- نادية أحمد. - سالي عبد السلام.
2	هوايات المرأة اليوم، و أهمية الهوايات للعيش في سعادة و تكملة الحياة	- مهيرة عبد العزيز. - سالي عبد السلام. - نادية أحمد.
3	واقع و إنجازات المبتعثات في السعودية	- مهيرة عبد العزيز. - نادية التميمي.
4	رائدات الأعمال الشابات	- منى ابو سليمان. - مهيرة عبد العزيز. - هالة كاظم . - نادية التميمي.
5	المرأة السعودية في قطاع العلوم	- منى أبو سليمان. - نادية التميمي.
6	الدور المتنامي للمرأة السعودية في قطاع السياحة	- نادية التميمي. - هالة كاظم. - منى أبو سليمان.
7	حفلات الزفاف بين الحلم و الواقع	- نادية احمد. - سالي عبد السلام. - مهيرة عبد العزيز. - سمر المقرن.
8	التصالح مع فقدان	- نادية التميمي. - مهيرة عبد العزيز. - سالي عبد السلام.

المصدر: انجاز الطالبة.

1 - 1 - 3 - البرنامج الاجتماعي " للعائلة":

\* بطاقة فنية للبرنامج الاجتماعي "العائلة":

- عنوان البرنامج : "العائلة"
- طبيعة البرنامج : اجتماعي حوارى.
- وتيرة البث : أسبوعي.
- فترة البث : الفترة الليلية.
- لغة العمل : عربي.
- مدة العرض : 75 دقيقة.
- مضمون البرنامج الاجتماعي "العائلة" (10) : برنامج اجتماعي من إنتاج "التلفزيون الجزائري - مديرية إنتاج البرامج". عمر البرنامج 9 سنوات ، مدته 75 دقيقة ، أسبوعي يبث مرة في الأسبوع على المباشر كل يوم ثلاثاء ، ويعاد يوم الجمعة ويتناول بالتحليل قضايا عائلية ، اجتماعية ، تخص الأسرة الجزائرية والمجتمع بكل أطيافه و فئاته .كما يتناول الظواهر الاجتماعية الآنية والجديدة على المجتمع الجزائري وعلى ثقافته. البرنامج "فكرة وأعداد وتقديم "نجية خثير" ، إشراف "سمير بغالي" ، وإخراج "سمير بوفاحل". يعتمد على التحليل والنقاش رفقة مجموعة من الأسانذة من مختلف التخصصات .
- تقديم البرنامج الاجتماعي "العائلة" (11):تقدم البرنامج "نجية خثير" ،إعلامية جزائرية ، تتميز بالبشاشة ، والابتسامة ، لها إطلالة على الجمهور الجزائري من خلال برنامج "العائلة"، حيث تحاول التقرب من الجمهور والمشاهد من خلال طرح المشاكل ومحاولة إيجاد حلول لها .



ظهرت لأول مرة في التلفزيون الجزائري من خلال حصة "صباح الخير" . مباشرة بعد تخرجها من الجامعة ، التحقت بالتلفزيون الجزائري ، حيث عملت في البداية في الميدان ، وقامت بإجراء العديد من التغطيات ، قامت بأعداد مقدمة لموضوع حول "أسواق الجزائر" ومنه كانت البداية في تقديمها لحصة "صباح الخير". درست "علم الاجتماع" في جامعة بوزريعة - سابقا - واختارت هذا التخصص بناء على طلب من شقيقتها "صورية خثير" (وهي إعلامية ) وبسببها إنجذبت إلى ميدان الإعلام. ساعدتها دراستها في تناول كل المواضيع ، قدمت حصتين في الوقت ذاته "صباح الخير" وحصة "حظك في الأرقام"، بالنسبة للمواضيع السياسية كانت تستضيف سياسيين ووزراء في البرنامج مع مراعاة الوضعية التي كانت تعيشها البلاد ، وكانت تحاورهم في شتى المواضيع ، تستهويها البرامج الاجتماعية ، وغيرها من البرامج. تحب الإرتجال ، وتنشط الحفلات الرسمية ، حيث لقبها "الخضر بن تركي" بـ"ممنشطة الحفلات الرسمية" و إختارها لذلك العمل، نظرا لقدرتها وتحكمها في المباشر، راسلتها العديد من السفارات مثل "وزارة الثقافة" برسائل إعجاب تؤكد قدرتها على ذلك، حصلت مؤخرا على جائزة "أفضل إعلامية عن القضايا الاجتماعية".

ولقد توزعت عينة البرنامج حسب تاريخ بث الحصة ومدتها كما هو موضح في الجدول رقم (17).

جدول رقم (17): توزيع عينة البرنامج الاجتماعي " للعائلة" حسب تاريخ بث الحصة ومدتها.

رقم الحصة	تاريخ البث	مدة البث
1	2018/01/09	1.60.40
2	2018/01/16	1.23.01
3	2018/01/23	1.16.31
4	2018/01/30	1.16.57
5	2018/02/06	1.15.04
6	2018/02/13	1.17.44
7	2018/02/20	1.20.17
8	2018/02/27	1.16.32

المصدر: انجاز الطالبة.

- إعداد البرنامج الاجتماعي "العائلة" :

\*إختيار مواضيع البرنامج الاجتماعي "العائلة":

تناول برنامج "العائلة" ثمانية مواضيع ، مست واقع الحياة اليومية للمجتمع الجزائري و كذلك العربي

و في عديد المجالات قصد تسليط الضوء على مشكلاتها و إيجاد حلول لها و هذا ما بينه الجدول رقم

(18).

جدول رقم(18): توزيع مواضيع البرنامج الاجتماعي "للعائلة" في ثمانية أعداد عينة الدراسة.

رقم الحصة	موضوع العدد	تقديم العدد
1	سدد دينك تنعم حياتك	- نجية خثير.
2	الطلاق و الخلع في الجزائر	- نجية خثير.
3	النفقة	- نجية خثير.
4	التلاحم الأسري	- نجية خثير.
5	الصراعات الزوجية	- نجية خثير.
6	أزمة الهوية لدى الشباب- مخاوف و محاذير-	- نجية خثير.
7	الصحة و الجمال عبر وسائل التواصل الاجتماعي	- نجية خثير.
8	الأفراط الجارحة عند الأطفال	- نجية خثير.

المصدر:انجاز الطالبة.

#### 1- 1- 4- البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح":

"اشتملت الشبكة الحالية للقناة الوطنية الأولى - تونس - على برامج متنوعة لأغراض تستجيب لانتظار و تطلعات المشاهد من مختلف الشرائح الاجتماعية و العمرية، و لهذا تولت الإدارة الفرعية للبرامج بالتعاون مع مختلف مصالحتها المختصة بالأعداد و التنسيق لدراسة مجموعة من مشاريع البرامج تم اقتراحها من طرف أبناء المؤسسة و من طرف متعاونين من خارج المؤسسة و خلال الأعداد لهذه الشبكة البرمجية الانتقالية، تم التركيز على الجودة و النوعية قبل الكمية من خلال مختلف الأصناف البرمجية (اجتماعية، ثقافية، ترفيهية، حوارية...).(12) و يعتبر برنامج رأيك أصلح واحد من البرامج الاجتماعية لهذه الشبكة البرمجية.

\* بطاقة فنية للبرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" :

- عنوان البرنامج: "رأيك أصلح" .
- طبيعة البرنامج: اجتماعي حوارى.
- وتيرة البث: أسبوعي.
- فترة البث: الفترة الليلية.
- لغة العمل: عربي.
- مدّة العرض: 60 دقيقة.
- مضمون البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" : " برنامج اجتماعي ، حوارى ، يتناول قضايا و مشاغل الأسرة و المجتمع التونسي من خلال شهادات من الحاضرين في الأستوديو أو عبر ريبورتاجات و يتم التحليل و النقاش من قبل مختصين في علم النفس و التنمية البشرية ، تعده و تقدمه: "أسماء الطيب"، يعرض كل يوم ثلاثاء على الساعة:(21:00) بتوقيت تونس." ( 13 ) محتوى البرنامج و فكرته كانت لموسمين هي نفسها لم تتغير، في كل عدد من أعدادالبرنامج يتم استضافة أخصائي نفسي و أخصائي اجتماعي ليتم تقديم التحليل المناسب لكل موضوع من منطلق علم النفس و كذا علم الاجتماع، مع استضافة شخصين آخرين أو أكثر تكون لهم علاقة مباشرة بالموضوع، إمّا أشخاص عايشوا نفس التجربة، مجتمع مدني، خبراء تنمية بشرية، مشاهير، مطربين، ممثلين لتقديم تجربتهم، لان المتلقي في كثير من الأحيان يشده الإنسان المشهور. "جاءت فكرة البرنامج من الحصة التلفزيونية الفرنسية « ça se discute » . كان البرنامج يعتمد على عدد من الحالات يأخذ موضوعا و يتعامل مع تلك الحالات مع

حضور أخصائي علم نفس، كانت فكرته و مواضيعه قريبة من الناس، مرآة عاكسة للمجتمع، يحفر في الداخلي للأشخاص و الناس انطلاقاً من تجربتهم. فبدأت الفكرة مع برنامج "لناس حكاية" باستضافة حالات، أخصائيين، و بعدها كان التوجه نحو تعميق فكرة البرنامج بالحديث عن ظواهر أكثر منها حالات، فتم تغيير اسم البرنامج إلى "رأيك أصلح" الذي يعني باللهجة التونسية "الاختيار يبقى للشخص" بعد المفاضلة بين فكرتين أو موضوعين أو خيارين. فالبرنامج يحتوي مجموعة آراء، مجموعة أخصائيين، أناس عاشوا التجربة و تدخلات هاتفية، ينبغي عليها احترام كل الآراء و كل إنسان يستطيع الدفاع عن رأيه، و فكرته، و في نهاية المطاف المجال مفتوح لكل الآراء. (يتناول مواضيع مهمة بالنسبة للمتلقى التونسي بصفة خاصة و العربي بصفة عامة. و من زوايا ايجابية تمس الأسرة و المجتمع و تقدم الإفادة و الحلول و مساعدة الناس على رفع اللبس على العديد من المفاهيم). (14)

- تقديم البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" (15): تقدمه و تعده : "أسماء الطيب" ، متحصلة على شهادة البكالوريا، تخصصت بعدها في العلوم السياسية و الحقوق، حبها وشغفها بالصحافة جعلها تدرس صحافة.....معرفة أكاديمية سهلت بها فهم و ممارسة المهنة . بدأت عملها بالتلفزة الوطنية الأولى كمقدمة برامج منوعات ثم مقدمة برامج إجتماعية.

و لقد توزعت عينة البرنامج حسب تاريخ بث الحصة و مدتها كما هو موضح في الجدول

رقم (19).

جدول رقم (19) : توزيع عينة البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" حسب تاريخ بث الحصة

و مدتها.

رقم الحصة	تاريخ البث	مدة البث
1	2018/01/09	1.25.42
2	2018/01/16	20.35.45
3	2018/01/23	1.18.01
4	2018/01/30	1.20.41
5	2018/02/13	1.19.24
6	2018/02/20	1.21.04
7	2018/02/27	1.26.44
8	2018/02/06	1.21.04

المصدر: إنجاز الطالبة.

- إعداد البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح":

\*إختيار مواضيع البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح":

تناول البرنامج مواضيع متنوعة و مهمة بالنسبة للمتلقي التونسي بصفة خاصة و العربي بصفة عامة و من زوايا ايجابية تمس الأسرة و المجتمع و تقدم الإفادة و الحلول و مساعدة الناس على رفع اللبس على العديد من المفاهيم . و الجدول الآتي يوضح مواضيع برنامج "رأيك أصلح" في الثمانية أعداد عينة الدراسة.

جدول رقم (20): توزيع مواضيع البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" في ثمانية أعداد عينة الدراسة.

رقم الحصة	موضوع العدد	تقديم العدد
1	المدرسة العمومية و المدرسة الخاصة	- أسماء الطيب.
2	السمنة أسبابها و سبل علاجها	- أسماء الطيب.
3	التقاعد في تونس	- أسماء الطيب.
4	نساء في مهن صعبة	- أسماء الطيب.
5	أسباب تأخر سن الزواج	- أسماء الطيب.
6	الألعاب الالكترونية المهددة لحياة الطفل و المراهق - الحوت الأزرق-	- أسماء الطيب.
7	الأشخاص ذوي الاحتياجات الخصوصية- دور الدولة و المجتمع -	- أسماء الطيب.
8	عمليات التجميل	أسماء الطيب

المصدر: إنجاز الطالبة.

نستنتج من خلال ما تقدم:

\* أن البرامج الاجتماعية الحوارية للقنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية عينة الدراسة لم تخرج عن إطار كونها عكست مجموعة متنوعة من الموضوعات التي مست جوانب من الحياة الاجتماعية و عبرت عن طبيعة العديد من مظاهرها في المجتمع العربي بتبيان خصائصها ، مسبباتها و إشكالاتها انطلاقا من مقوماته و قيمه و ثقافته و حضارته و واقعه الاجتماعي و الاقتصادي و الصناعي و الثقافي و الصحي والقانوني و العلمي، همومه و مشاكله المشتركة بين جميع أفرادها، ذات الصلة بمستقبل الأمة بين الأصالة و العولمة من زوايا مشتركة من حيث أهميتها و أخرى متباينة بتباين خصوصيتها و طوعها المحلية و من وجهات نظر علمية (تخصصات) و شخصية لمقدميها، ضيوفها و جماهيرها الفاعلة فيها.

ولدراسة "القيم الأخلاقية" في البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية قسمت الطالبة موضوعات الدراسة إلى إحدى عشر محورا أساسيا لخصت المتقاطعة منها، والتي انفردت بطرحها و معالجتها كالتالي:

1- في المقام الأول، شكل محور "التنظيم الأسري" مجال اهتمام و طرح مشترك بين الأربعة برامج عينة الدراسة، و هو ما عبرت عنه في أربعة عشر موضوعا تلخصت أفكاره الأساسية في: "الزواج و الطلاق"، "العلاقات و الصراعات الزوجية"، "العلاقات الأبوية"، "الحقوق و الواجبات الأسرية"، و لكن بطرح ايجابي و آخر سلبي و من منظور كل من المجتمع الجزائري، التونسي ، الخليجي و العربي بصفة عامة. (و هذا ما وضحته الجداول رقم ( 14 )، (16)، (18)، (20) الخاصة بمواضيع البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة و الذي عكسه العدد (الأول و الثاني و الرابع و الخامس و السادس و السابع و الثامن) من برنامج "خط احمر"، و العدد (السابع) من برنامج "كلام نواعم"، العدد (الثاني و الثالث و الرابع و الخامس و الثامن) من برنامج "للعائلة" و العدد (الخامس) من برنامج "رأيك أصلح".

2- محور "عالم المرأة": من خلال العدد (الأول و الثاني و الثالث و الرابع و الخامس و السادس) من برنامج "كلام نواعم" و العدد (الرابع) في البرنامج "رأيك أصلح". و هو ما اشترك فيه البرنامجين دون غيرهما، من حيث طرح إشكاليات ممارسة المرأة العربية -خاصة- للهوايات و دورها الريادي و المتنامي في مجال العمل و العلم. و ذلك بمعدل (سبعة أعداد).

3- محور "الصحة": اشترك في المحور برنامج "للعائلة" و ذلك في العدد (السابع)، و برنامج "رأيك أصلح" في العديدين (الثاني و الثامن) بمعدل (ثلاثة أعداد) اهتمت مضامينها بظواهر صحية ارتبطت مسببات



ظهورها بالتكنولوجيا والعادات السيئة لاستعمالها والآثار المتباينة لذلك الاستعمال و اشباعاتها .مثل العمليات التجميلية و السمنة.

4- محور "الغيبة و النميمة":هذه الظاهرة الاجتماعية السلبية التي أصبحت تعبر عن مهنة تصيد الآخرين والتي انفرد بعلاجها وبشكل مفصل و بطرح واقعي لسلبياتها و آثارها على علاقات أفراد المجتمع الجزائري من خلال وجهة نظر نفسية إيمانية. و التي تناولها موضوع العدد (الثالث) من البرنامج"خط احمر".وهو الموضوع الذي انفرد به عن بقية البرامج الاجتماعية الأخرى عينة الدراسة و التي تناولته بقلب كوميدي و جزئي في فقرات فقط من عدد من أعدادها مثل برنامج "كلام نواعم" وموضوع الهوايات.

5- محور "التصالح مع الفقدان":الذي عالجه برنامج"كلام نواعم "بطرح فكرة الموت و فقدان الأحبة. وذلك في عدده (الثامن).

6- محور تسديد الدين: الذي تمت معالجته من زاوية السلوك الغير سوي و الذي تنجر عنه عديد المشاكل الأسرية و الاجتماعية والتي تستدعي إيجاد الحلول والنصائح اللازمة لتقويم الممارسات السلبية المنجرة عنه.وذلك في العدد (الأول)من برنامج"للعائلة".

7- محور "أزمة الهوية":بطرح فكرة مسؤولية الشباب في المحافظة على الهوية(شخصية متوازنة،موروث ثقافي...) .وهو ما تطرق إليه العدد السادس من برنامج"للعائلة"

8- محور التعليم العمومي و الخاص: في تونس -إيجابيات و سلبيات-و ذلك في العدد (الأول) من برنامج "رأيك أصلح".

9- محور "التقاعد": بطرح إشكالية ثقافة التقاعد في تونس،- نهاية مرحلة لبداية أخرى جديدة- وذلك في العدد(الثالث) من برنامج"رأيك أصلح" .

10- محور "الألعاب الالكترونية: من خلال العدد (السادس) لبرنامج"رأيك أصلح".

11- محور الأشخاص ذوي الإعاقة:وهو موضوع واحد تناوله برنامج "رأيك أصلح" في عدده (السابع).  
و الذي تمت معالجته من خلال ما تعكسه النصوص التشريعية و الدستورية والنظرة الاجتماعية و المؤسساتية التونسية لحقوق هذه الفئة.

\*حيث عكس (المحور الأول و الثاني و الرابع و الخامس و السادس والسابع و الثامن و التاسع و الحادي عشر) موضوعات متداولة ومنتشرة في المجتمع العربي،في حين عكس المحورين الثالث و العاشر الجدة و الحداثة لارتباطهما بمتغير التكنولوجيا وتطور استخداماتها و اشباعاتها و خطورة آثارها،بينما سجل إلى جانب ذلك موضوعين غربيين وشاذين من حيث ابتعادهما عن تناول مجرى الحياة اليومية بامتداد لمحور"التنظيم الأسري" و هما موضوع "هروب القصر و القاصرات"،و "حقرة الرجال" في برنامج خط احمر."

\*وإلى جانب ضبط محاور موضوعات البرامج الاجتماعية عينة الدراسة،تم تحديد الطالبة لأسلوب تقديم هذه البرامج والذي اعتمد على عدد من الشخصيات الفاعلة فيها و التي تباينت من حيث جنسيتها وعددها وتنوع اختصاصاتها و توجهاتها الفكرية بما يؤطر و يدعم ويبرر العناصر التفصيلية لإشكالات الموضوعات المطروحة للنقاش و المعالجة (انظر المرجع رقم (14)،(16)،(18)،(20) ) خلال الفترة الزمنية التي استغرقها تقديم أعداد البرامج الاجتماعية الثمانية (كما هو مبين في الجداول رقم : (13)،(15)،(17) ، (19) الخاصة بتوزيع عينة كل برنامج اجتماعي حسب تاريخ بث الحصة).

\* تباين تكرار الفقرات: لقد بلغ العدد الإجمالي لفقرات البرامج الاجتماعية عينة الدراسة (96) فقرة ( وهو ما بينته نتائج الدراسة التحليلية المقارنة للبرامج الاجتماعية، الخاصة بتوزيع فقرات كل برنامج اجتماعي عينة الدراسة)، بشكل دال على تنوع زوايا البحث في إشكالات موضوعاتها وبشكل لم يؤثر على أعداد البرامج الاجتماعية عينة الدراسة، بقدر ما ارتباط بعدد التقارير و الومضات الاشهارية بين كل فقرة و فقرة وذلك في برنامج "كلام نواعم" الذي كان أكثر البرامج تفصيلا للمواضيع الاجتماعية بأربعة و أربعين(44) فقرة متعددة الإشكالات وزوايا طرحها . كما كانت- الومضات الاشهارية- سببا أيضا لتعدد فقرات برنامج "رأيك أصلح" بأربعة عشر (14) فقرة الذي تنوعت قوالبه الاتصالية (حوار، سير رأي و روبرتاج) رغم قلة تكرار فقرات أعداده الثمانية و هو ما يشترك و يتساوى فيه مع برنامج "للعائلة" ما أعطى ميزة مشتركة لقطاع السمعي البصري العربي العمومي من حيث شكل تقديم البرامج الاجتماعية عينة الدراسة(قلة فقرات البرنامج مقابل تنوع حوامله الاتصالية) في حين اختلف عنه كل من برنامج:"خط احمر" -على الرغم من انه قطاع خاص- وبرنامج "للعائلة"من حيث انعدام اعتماد الومضات الاشهارية . و بالتالي ارتبط تكرار الفقرات فيهما بالقوالب الفنية لإخراج البرنامجين.

غير أن شكل تقديم فقرات كل البرامج عينة الدراسة كان مفهوما و مقدا بأسلوب بسيط و واضح ومعبر عن حرية التعبير في مجال السمعي البصري العربي الخاص و العمومي من خلال طرح قضايا اجتماعية حساسة باتجاه ايجابي و آخر سلبي مع مراعات عادات و تقاليد و أعراف المجتمع العربي من خلال ما تبنته البرامج من شعارات حاملة لرسالة قيمة أخلاقية من خلال دلالات عناوينها، كبرنامج "خط احمر المتبني لفكرة حرمة العائلات الجزائرية وخصوصيتها و التي تبقى خطأ احمر"، برنامج رأيك أصلح" وفكرة"احترام اختيار الأشخاص فرأيهم أصلح"،في حين لم يظهر شعار البرنامجين " للعائلة و كلام

نواعم" بشكل صريح و إنما معبر عنه ضمناً في الإشكالات المطروحة و المقدمة من قبل المذيعات، الضيوف، الحالات او الجماهير.

من خلال التحليل الكمي لفئات شكل البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية العمومية و الخاصة، تهدف الطالبة إلى وصف محتوى شكل البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

- برنامج "خط أحمر" القناة الفضائية: الشروق T V (الجزائر)، (خاصة).
- برنامج "كلام نواعم" القناة الفضائية: MBC<sub>1</sub> (السعودية)، (خاصة).
- برنامج "للعائلة" القناة الفضائية: الجزائرية الثالثة (A3)، (عمومية).
- برنامج "رأيك أصلح" : القناة الوطنية الأولى (تونس)، (عمومية).

في محاولة للإجابة عن التساؤل "كيف قيل" بما يتناسب و إشكالية و أهداف الدراسة : "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية".

و عليه تم اختيار الفئات التالية لتحليل شكل البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.

### 1-1- فئات شكل البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة:

1-1-1- فئة القالب الفني: و التي من خلالها قسم محتوى البرامج الاجتماعية عينة الدراسة المراد تحليلها إلى قوالب فنية مثل "الحوار" ، "التقرير"، "سبر الرأي" ،"روبورتاج" لاتخاذها كدليل يبرز مدى اهتمام القنوات الفضائية العربية بموضوع "القيم الأخلاقية" . ولقد تم الاكتفاء بهذه الحوامل الاتصالية لأنها الحوامل الاتصالية الوحيدة المتضمنة لجميع أعداد البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بعد عملية تحليل الطالبة لمحتواها. و هذا ما يبينه الجدول الآتي:

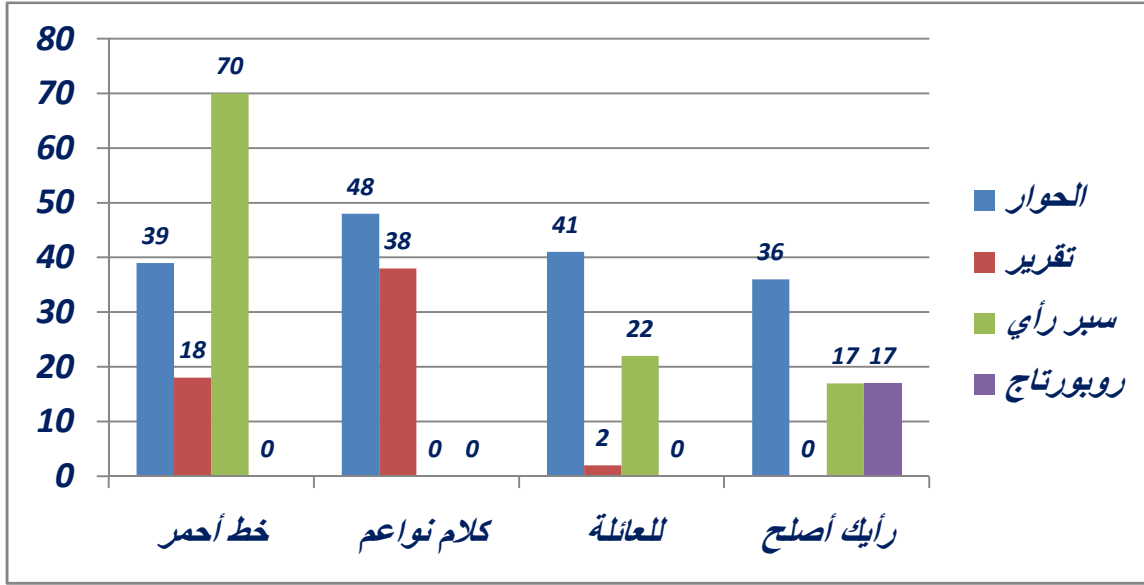
جدول رقم (21): فئة القالب الفني المستخدم في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط احمر"		البرنامج الاجتماعي القالب الفني	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
47.13	164	51.44	36	63.08	41	55.81	48	30.71	39	حوار
16.67	58	00	00	3.08	02	44.19	38	14.17	18	تقرير
31.32	109	24.28	17	33.84	22	--	--	55.12	70	سبر رأي
4.88	17	24.28	17	--	--	--	--	--	--	روبورتاج
100	348	100	70	100	65	100	86	100	127	Σ

يمثل الجدول رقم(21) توزيعاً لجملة "القوالب الفنية" التي اعتمدها الأعداد(32) للبرامج الاجتماعية: "خط احمر"، "كلام نواعم"، "للعائلة" و"رأيك أصلح"، في "القنوات الفضائية العربية" عينة الدراسة لتناول موضوع "القيم الأخلاقية" و التي توزعت بين: "الحوار"، "التقرير"، "سبر الرأي" و"الروبورتاج" و بنسب مئوية متفاوتة.

حيث احتل القالب الفني: "الحوار" صدارة هذه القوالب الفنية ب:(164) تكراراً إجمالياً، ونسبة مئوية عامة قدرت ب:(47.13%). يليه "سبر الرأي" : ب:(109) تكرار و ب:(31.32%)، ثم التقرير: ب:(58) تكرار وبنسبة(16.67%)، فالروبورتاج: ب:(17) تكرار ب:(4.88%). و هو ما يوضحه الرسم رقم(1).

رسم رقم(1): رسم بياني لتوزيع القالب الفني المستخدم في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :



رسم بياني رقم (1): توزيع تكرارات القالب الفني المستخدم في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة

و لقد كان البرنامج الاجتماعي "خط احمر" أكبرها تكرارا ب: (127)، حيث قدر توزيع تكرارات قوالبه الفنية: (127) تكرارا موزعة بين: "سبر الرأي": ب: (70) تكرارا و ب: (55.12%)، يليه "الحوار": ب: (39) تكرار و ب: (30.71%) و "التقرير": ب: (18) تكرارا و ب: (14.17%)، في حين انعدم اعتماد البرنامج على قالب "الروبورتاج": بتكرار منعدم.

يليه البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" ب: (86) تكرارا، إذ يعتبر ثاني البرامج الاجتماعية عينة الدراسة من حيث حجم تكرار قوالبها الفنية و التي توزعت في قالبين فنيين فقط و ب: (86) تكرارا إجماليا توزعت بين "الحوار": ب: (48) تكرار و ب: (55.81%) ثم "التقرير": ب: (38) تكرارا و ب: (44.19%).

ثم البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": ب: (70) تكرارا، حيث يعتبر البرنامج ثالث البرامج الاجتماعية عينة الدراسة من حيث عدد تكرار قوالبها الفنية. فلقد بلغ توزيع تكراراته: (70) تكرارا، تساوى فيها تكرار

كل من "سبر الرأي" و"الروبورتاج": ب:(17) تكرارا و ب:(24.28%)، في حين تصدر القالب الفني "الحوار" القوالب الفنية ب: (36) تكرا و ب:(51.44%).

فبرنامج"العائلة": ب:(65) تكرارا، حيث بلغ تكرار توزيع قوالبه الفنية:(57)تكرارا، تصدرها"الحوار" : ب:(41) تكرار وبنسبة(63.08%)، يليه"سبر الرأي": ب:(22) تكرار وبنسبة(33.84%)، "التقرير": بتكرارين (02) و ب:(3.08%).

حيث اتصفت البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بكونها "برامج حوارية" عرضت أفكارا وآراء، وقدمت بيانات ومعلومات ملخصة في موضوعات تمس الحياة الاجتماعية بأبعادها المختلفة، وعبرت عن واقعها من خلال فتح مجال الحوار والنقاش الدال على الانفتاح باختلاف أنواعه و أبعاده سواء كانت إيمانية، نفسية، اجتماعية، تربوية، ، بناء على كثرة ما يثار من إشكالات ويطرح من أسئلة تتطلب شرحا وتوضيحا وتفسيرا و تقديم تعريفات، إحصاءات، دراسات علمية وتجارب ومواقف حياتية شخصية عكست قيما أخلاقية بوجهها المادي والمعنوي، و بأسلوب إما عقلي أو عاطفي و باتجاهات ايجابية وسلبية و محايدة مرتبطة بطبيعة الموضوع في حد ذاته و الخاص بكل عدد، مهنية المذيعات، مقدمات البرنامج وكمتخصصات في عديد المجالات في بعض الأعداد ، وحتى فئات ومستويات الجمهور (رغباته، انفعالاته، سلوكياته، احتياجاته، هواياته أفراحه، آلامه وأحزانه) (كما بينته الجداول الخاصة بتوزيع موضوعات البرامج الاجتماعية و فقراتها).

\*توزيع القالب الفني في البرنامج الاجتماعي "خط احمر":

جدول رقم(22):فئة القالب الفني المستخدم في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "خط احمر" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :

Σ	سبر الرأي		الروبورتاج		التقرير		الحوار		فئة القالب الفني	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
12.60	16	12.87	09	--	--	5.55	01	15.38	06	العدد الأول
14.17	18	18.57	13	--	--	11.11	02	7.69	03	العدد الثاني
13.38	17	11.43	08	--	--	16.67	03	15.38	06	العدد الثالث
12.60	16	15.71	11	--	--	5.55	01	10.26	04	العدد الرابع
12.60	16	11.43	08	--	--	5.55	01	17.95	07	العدد الخامس
14.97	19	14.28	10	--	--	11.11	02	17.95	07	العدد السادس
8.66	11	8.57	06	--	--	22.23	04	2.57	01	العدد السابع
11.02	14	7.14	05	--	--	22.23	04	12.82	05	العدد الثامن
100	127	100	70	100	--	100	18	100	39	Σ

يمثل الجدول رقم(22) فئة القالب الفني المستخدم في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "خط

احمر" ، حيث احتوى البرنامج على:(127)تكرارا للقوالب الفنية(سبر الرأي،الحوار،التقرير)،و التي توزعت

على الأعداد الثمانية للبرنامج بالترتيب كالتالي:

كان العدد السادس:"حقرة الرجال" أكبرها تكرارا: ب: (19) تكرارا و ب: (12.60%)، يليه العدد

الثاني:"الطلاق" ب: (18) تكرارا و ب:(14.17%)، فالعدد الثالث"الغيبية و النميمة": ب:(17) تكرار و ب:

(13.38%)،ثم العدد الأول:"تكريم الازواج" والرابع:"العجوز و الكنة" والخامس:"هروب القصر" بنفس

التكرار:(16) تكرار و ب:(12.60%)،ثم العدد الثامن:"عودة القصر-ج2": ب: (14) تكرار و ب:



(11.02%)، في حين كان العدد السابع: "عودة القصر-ج1" آخرها تكرارا :ب: (11) تكرارا و ب:(8.66%).  
ليكون البرنامج ، أكثر البرامج الاجتماعية اهتماما بمحور "التنظيم الاسري". و لقد توزعت قوالبه الفنية على الأعداد الثمانية للبرنامج حسب فئة كل قالب فني و بالترتيب كالتالي:

1- فئة سبر الرأي : ب (70) تكرارا توزعت على الأعداد الثمانية للبرنامج كالتالي: كان أكبرها تكرارا العدد الثاني: ب: (13) تكرارا و ب: (18.57%)، يليه العدد الرابع: ب: (11) تكرارا و ب:(15.71%)، فالعدد السادس: ب:(10) تكرارات و ب: (14.28%)، ثم العدد الأول: ب: (09) تكرارات و ب:(12.87%)، ثم العدد الثالث و العدد الخامس: ب: (08) تكرارات و ب: (11.43%)، و العدد السابع: ب: (06) تكرارات و ب:(8.57%)، في حين كان العدد الثامن آخرها تكرارا: ب: (05) تكرار و ب:(7.14%).

فتصدر هذه الفئة قائمة القوالب الفنية المعتمدة في تبليغ رسالة القيم الاخلاقية للبرنامج، دليل على ان الجمهور الجزائري مجال الاهتمام الاول في السياسة البرمجية للقناة، و التي اعتبرته مشاركا غير مباشر و لكن مهم في صنع رسالتها الاعلامية، و فاعلا في مواضيع برامجها الاجتماعية التي تمثل امتداد اما لواقعه النفسي او الايماني او الاجتماعي او التربوي.

2- فئة الحوار: فالى جانب "سبر الراي"، كان الحوار الركيزة الثانية لتبليغ رسالة القيم الاخلاقية في البرنامج، و الذي اعطى مساحة حرة لمناقشة المواضيع المطروحة :ب: (39) تكرارا ،توزعت على الأعداد الثمانية للبرنامج كالتالي: كان أكبرها تكرارا العدد الخامس و العدد السادس اللذان تساويا من حيث التكرار: ب: (07) تكرارات و ب: (17.95%)، يليهما العدد الأول: ب: (6) تكرارات و ب:(15.38%)، فالعدد الثامن: ب:(05) تكرارات و ب: (12.82%)، ثم العدد الرابع: ب: (04) تكرارات و ب:(10.26%)، ثم العدد الثاني: ب: (03) تكرارات و ب: (7.69%)، في حين كان العدد السابع آخرها تكرارا: ب: (01) تكرار و ب:(2.57%).

3- فئة التقرير: ب (18) تكرارا توزعت على الأعداد الثمانية للبرنامج كالتالي: كان أكبرها تكرارا العدد السابع و العدد الثامن حيث تساويا من حيث التكرار: ب: (04) تكرارات و ب: (22.23%)، يليهما العدد الثالث: ب: (03) تكرارات و ب:(16.67%)، فالعدد الثاني و العدد السادس: ب:(02) تكرارين و ب: (11.11%)، في حين كان العدد الرابع و الخامس آخرها تكرارا: ب: (01) تكرار و ب:(5.55%).

بالرغم من أن "سبر الرأي" كان القالب الفني الأكثر استخداما فيه من حيث التكرار، إلا أنه يتصف بكونه "برنامجا حواريا"، و ما اعتماده على قلبي "سبر الرأي" و "التقرير" إلا كتدعيم للحوار من خلال التعليقات الجماهيرية على المواضيع المقدمة (مواقع التواصل الاجتماعي-فيسبوك- أو استطلاع رأي عام ميداني)أو بتقديم حالات البرنامج و تجاربها. إلى جانب تدعيم الحوار "بتقارير" و "سبر رأي" للتعبير عن التفاعلات الجماهيرية المتعاطفة مع حالات كل عدد من أعداد البرنامج.ومثال ذلك :

\* العدد الرابع:"العجوز و الكنه" من البرنامج : حيث تكون الأستوديو من أشخاص فاعلة تمثلت في:

- المذيعة: فضيلة مختاري.

- الشيخ: علي عية.

- أخصائي علم النفس: محمد فرجاني.

- إلى جانب الحالات و التي اعتبرت أيضا ضيوفا فاعلة في البرنامج.

- أما بالنسبة للجمهور الحاضر فيتكونون من أعضاء الكشافة الوطنية باختلاف جنسهم و أعمارهم، إلى جانب الحضور الجالسين خلف المذيعة و الأخصائي النفسي و الشيخ، معظمهم شباب ذكور و أناث.

- أما بالنسبة للحالات التي تمر في أعداد البرنامج، فمنها من يحبذ الظهور على الكاميرا ، و منها من يفضل الحديث خلف الستار.

ولقد عكس موضوع الحوار استهلال المذيعة فضيلة عدد البرنامج بالترحيب بالجمهور و الضيوف الذين يشاركونها في تقديم البرنامج،بداية بالشيخ "الذي رحب بدوره بالحاضرين و المشاهدين و أكد على أن البرنامج يهدف إلى معالجة المواضيع و اخذ الدروس و العبر منها أكثر منه برنامجا لأشياء أخرى. ثم تنتقل إلى أخصائي علم النفس الذي رحب بدوره بالمذيعة و الجمهور بصفة عامة ، أين أكد على هدف البرنامج في تغيير سلوكيات المجتمع بشكل ايجابي.

لنفتح المذيعة الحوار، بان موضوع "العجز و الكنه " من المواضيع التي أحدثت ضجة في مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث بدأت بعرض الحالة الأولى للسيدة "سعاد" الآتية من ولاية المدية ، و هي مطلقة و سبب طلاقها والد طليقها بسبب مرض ابنه.حيث أعادت المذيعة الترحيب بالسيدة في الاستوديو و التي كانت تجلس خلف الستار ، و بدأت في حكاية قصتها ، حيث أكدت أن زوجها السابق لم يرد تطليقها و لكن السبب في ذلك و حسب ظنها "الميراث".

بعد عرض قصتها بالتفصيل توجهت المذيعة بالسؤال إلى أخصائي علم النفس و رأيه في الناس الذين يتدخلون في الشؤون الزوجية بين الرجل و المرأة ولكن من الناحية النفسية. فأجابها على أن الطلاق هو مشكل كبير جدا، لأنه يسبب معاناة و تشتت العائلة و صدمة نفسية للطفل،فوجه الكلام و هو يركز على مشاهدة الكاميرا إلى عدم التدخل في الشؤون الزوجية للرجل و المرأة.

ثم توجهت بعد ذلك المذيعة بالسؤال إلى الإمام و الذي تمحور حول: "ماذا يمكن القول عن والدي الرجل الذين يتدخلان في الحياة الزوجية لابنهما؟" فيجيبها من وجهة نظر الدين: "أولا فان الطلاق لا

يقع إذا أرغمه والديه على ذلك ، و ثانيا فان جمهور العلماء و الفقهاء قالوا بعدم وقوع طلاق الرجل لزوجته من اجل حرمانها من الميراث فالطلاق لا يقع و الإسلام لا يجيزه".وهو بدوره يوجه رسالة إلى والد طليق السيدة : "إذا كانوا يحبون ابنهم ويريدون له الشفاء المعنوي الذي قد يؤدي إلى الشفاء الحسي أن يرجعوه إلى زوجته و ابنه لان ذلك يرفع من معنوياته". فتشكر المذيعة الشيخ على ندائه،بعدها تتوجه بالكلمة إلى السيدة الموجودة وراء الستار بكلمة أخيرة، و التي عبرت عن طلبها في الرجوع إلى زوجها ، حيث حلل الأخصائي في علم النفس وضعية الأخت و عبر عليه "بالحقرة"،و يقول أمام الكاميرا: " أن الدنيا فانية و كلنا راحلون".

بعدها تشكر المذيعة السيدة على مشاركتها في البرنامج و تصرح بمشاهدة تقرير لسيدة أخرى طلقها والد زوجها بسبب إنجابها لبنت مشوهة لكن بعد الفاصل.

بدا هذا "التقرير"المصحوب بموسيقى هادئة و مؤثرة ،أين يشير المعلق إلى السيدة التي عمرها خمس وعشرين سنة، مطلقة من ولاية غليزان و لديها طفلة لكن المشكلة ليست في طلاقها و إنما في معاناتها من طرف أهل زوجها ، و سبب طلاقها هو ابنتها المشوهة بشفاه الارنبية".

بعد الانتهاء من هذه القصة ، تم عرض ركن "خرج و لم يعد"،أين استقبلت المذيعة في هذا الركن السيد"أحمد" من ولاية البليدة الذي يبحث عن نويه ،حيث ألقى تحيته على الجمهور الحاضر و هو جالس خلف الستار و يتقدم بالشكر للقائمين على البرنامج، في بداية حوارهِ أشار إلى انه جاء يبحث عن أمه التي لم يرها إطلاقا و يؤكد على أن والده طردها بعد إيهامها بموت طفلها.و لقد أضافت المذيعة على اثر ذلك أن الطفل "ابن غير شرعي" لكن أباه لم يتخلى عنه.

كما رحبت المذيعة بالجمعية المتواجدة في البرنامج و التي يمثلها طلبة جامعة "العفرون" بكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية الذين قاموا بتكريم برنامج "خط احمر" ، أين قدمت السيدة رئيسة نادي آفاق نفسها للجمهور و تضيف أن الهدف الأساسي من هذه الجمعية المتواجدة هو إبراز المواهب ، و لقد رافق ذلك صوراً للتكريم، أين تقدمت المذيعة بالشكر للجمعية ، معبرة عن تواضعها.

\* العدد الخامس: "هروب القاصرات": تكون أستوديو هذا العدد من :

- الإعلامية: "فضيلة مختاري" مقدمة البرنامج و التي تدير العدد في كامل مراحلها.
- الشيخ:البشير الإبراهيمي، الذي يحلل و يناقش الموضوع من الناحية الدينية.
- الأخصائي النفساني:محمد فرجاني.
- علم النفس:"محمد فرجاني" كعادته يقوم بتحليل المواضيع من الناحية النفسية.
- أما بالنسبة للجمهور الحاضر في الأستوديو فيتكون من أعضاء "جمعية المعالي للعلوم و التربية" من مختلف الفئات العمرية، و المتواجدين خلف الشيخ و الأخصائي النفساني.أما الجمهور الجالس خلف المذيعة ،فهم جمهور عام نساء و رجال.
- الحالة الأولى في البرنامج ،كانت جالسة في وضعية مع كرسي المذيعة.
- الحالة الثانية،كانت جالسة في كرسي خاص منفردة بذاتها في مكان خلف الستار وسط الأستوديو.
- استهلّت عدد البرنامج بالجينيريك الخاص به و المتكرر في كل عدد و موسيقاه المعتادة ، بعدها تقدم المذيعة موضوع العدد بالتحية و الترحيب بالجمهور.

حيث طرحت المذبة إشكالية هروب القاصرات من البيت، و ما هي أسباب ذلك؟و من هي الأيدي التي أصبحت تستهدف المراهقين و المراهقات للخروج من البيت؟.حيث أشارت المذبة إلى أن العدد سيعرض مجموعة من الحالات لكن بعد الفاصل.

بعد الفاصل أعادت المذبة الترحيب بالجمهور و الضيوف و هي في وضعية جلوس، و قبل المرور إلى استعراض الحالات رحبت مجددا بالضيوف الذين يشاركونها في تقديم البرنامج و البداية مع الشيخ "البشير الإبراهيمي"، الذي بدوره قدم السلام و التحية،و انتقل إلى الأخصائي النفساني "محمد فرجاني" الذي يمسى بالخير على الجميع،لتعود الكلمة إلى المذبة التي أكدت على الهدف التوعوي لموضوع العدد،و الجميع معني به لأنه قد يحدث لأي فرد خاصة في ظل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي و التكنولوجيا.

أول حالة عرضت في العدد، هي حالة " الخالة فطيمة" التي قدمت من ولاية بومرداس، أين تم عرض معاناة الأم التي لم تظن يوما من الأيام أن ابنتها القاصر البالغة من العمر ستة عشر سنة تخرج من البيت و لا تعد،و التي لم يظهر عليها أي خبر.و قبل استقبال الخالة في الأستوديو تم تقديم تقرير يلخص أحداث القصة.

حيث بدأ التقرير بمؤثرات موسيقية و تسجيل مصور لانتقال فريق عمل البرنامج بالسيارات نحو بيت الخالة "فاطمة"،هذه المرأة المكافحة التي ترعى الغنم لكسب لقمة عيشها،وعند دخولهم البيت وجدوها تحمل صورا لابنتها ، تخاطبها بحرقة و الم و تدعوها إلى الرجوع .بعدها يواصل الفريق بحثه عن الحقيقة متوجها إلى بيت والدة زوج المتهمه- و ضمن التقرير- استعانوا بمشاهد تمثيلية لرواية قصة الهروب، أين أكدت والدة زوج المتهمه أن زوجة ابنها لم تتفوه بأية كلمة عن هروب القاصر حتى علموا بالخبر من أمها

بعد اتصالها بهم بحثا عن ابنتها. و بعدها توجه الفريق إلى الجارة التي اعتذرت عن الظهور أمام الكاميرا و اكتفت بتبرئة نفسها. لينتهي التقرير بالتعبير على أن هذه القضية لغز ينتابه الكثير من الغموض.

بعد عرض التقرير، كانت العودة إلى الأستوديو و فتح مجال النقاش، حيث تحدثت المذيعة و هي حاملة بيدها صورة القاصرة"من" ،حيث صرحت أمها بان البنت سرقت منها مبلغ مالي و بطاقة هوية والدتها و جهاز لوح الكتروني خاص بها، و كان يظهر على الشاشة صورتها و المعلومات الخاصة بها و رقم الهاتف لمن يملك معلومات عنها في ركن خرج و لم يعد.

انتقلت الكلمة إلى الأخصائي النفساني الذي أكد على نقص الرقابة الأبوية في مرحلة المراهقة،المليئة بمشاعر الحب و العطاء و ليس بالماديات. أين كان الأخصائي في حالة من الغضب ،ليتدخل بعده فضيلة الشيخ بحديث النبي عليه الصلاة و السلام"كلكم راع و كلكم مسؤول عن رعيته"،مؤكدًا أن الوالدين المسؤول الأول عن الأبناء ووجوب الرقابة عليهم و معرفة تصرفاتهم . و في صميم الحديث يظهر على الشاشة تعليقات الأفراد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حول الموضوع و الحالة،أين وجه الشيخ رسالة إلى الأبناء بأهمية البيت مقارنة بالشارع.ثم بعد ذلك تحدثت المذيعة و أعطت الكلمة للسيدة "فطيمة" التي خاطبت ابنتها و طلبت منها الرجوع،و هي في حالة بكاء و حزن،و تأثر و بكاء الجمهور أيضا.ثم تخل الشيخ بعدها للحديث عن الشباب الذين يتلاعبون بأعراض البنات ، مؤكدا على أن الجزء من جنس العمل .بعدها شكرت المذيعة السيدة فاطمة لحضورها و تمننت لها رجوع ابنتها في اقرب فرصة.

حيث اعتمد تقديم الحوار على تحاور المقدمة مع الضيوف مدعما باستطلاع رأي ميداني وآخر يمر مكتوبا على الشاشة - لعكس تفاعلات الجمهور عبر الفيسبوك- مع تقديم كل عنصر من عناصر فقرات

البرنامج ،حيث تم التطرق فيهما إلى بعض الأسئلة في مناطق من الجزائر، إلى جانب قيامه على إنصات المذيعة للضيوف،و التركيز على إجاباتهم ، فكانت أسئلتها مناسبة لكل موضوع موجهة بشكل مرتب، قصيرة لا تشعر بالملل، توحى بإجابة مقصودة. لنستنتج بذلك سعي البرنامج إلى تقديم حقيقة و لكن بأوجه مختلفة.و من نماذج ذلك:

\*العدد الأول: "تكريم الأزواج لزوجاتهم" :الذي بدأت المذيعة حوارها أولا بالترحيب بالضيوف،ثم عرض أول حالة في البرنامج"عمي إبراهيم" من ولاية قسنطينة.وهو حالة زوج جاء يكرم زوجته بعد إصابته بإعاقة حركية في رجليه جعلته عاجزا عن الحركة فتخلى عنه اعز الناس الا زوجته.حيث قدمت حالته على أنها قصة رجل عان الكثير في حياته التي جمعت ألما وأفراحا ،فتوجهت إليه بسؤالها:"حببت تحكي لنا القصة ديالك؟"هنا أجابها الضيف بعد ظهور اسمه و ولايته بقوله:"اه اه أولا نشكر الشروق tv اللي اتاحتلي الفرصة باش نكون معاكم."تشكره المذيعة لأنه و غيره من الحالات يمثلون على حد تعبيرها:"نتوما تاج راسنا و نتوما أيضا رأس مال البرنامج."ليكمل عمي إبراهيم إجابته عن سؤالها بقوله:"الله يسلمك بنتي.اه اه كنت صحيح اه بصحتي لباس رب العالمين بلاني نتقبل هذ الشي اللي دارلي الي جاني نتقبلو من عند ربي".و لقد تخلل هذا الحوار ظهورت تعليقات الجمهور من خلال الفيسبوك للتعبير عن تعاطفهم مع عمي إبراهيم مثل:"سبحان الله ربي يمد على حساب القلوب و ربي يقدر على هذي الدنيا"،أيضا:"سبحان الله...هذا جزاء لي يصبر لقضاء الله و عندو ثقة انو ربي ميخليش عبو لي يتوكل عليه...ربي يعينك ويقدرك."

يتواصل الحوار باستضافة المذيعة "خالتي فتيحة" زوجة عمي براهيم أين توجهت إليها بسؤالها:"ما عندكش فكرة بتاتا شكون تتوقعي درتي فيه الخير حب يكرمك حب يرجعك الجميل؟"لتجيبها



الضييفة: "كاين الخير بزاف بصح ههه"، فتعبر بذلك المذيعة عن حبها لناس قسنطينة الذين تتوجه إليهم بالتحية. و في إطار مشاركة الضيوف لها في عملية التقديم ،توجه الإمام أيضا بسؤالها قائلاً: "ما عندكش فكرة على واحد كذا شاكة فيه يكرمك؟".

أيضا، ما نجده في الفقرة الثانية من ذات العدد ،التي استضافت فيها المذيعة الضيف الحالة"سليمان من ولاية وهران"، الذي جاء يرثي زوجته المتوفاة و يوجه رسالة لجميع الأزواج.و الذي قبل عرض حالته تم تقديم تقرير خاص به بالاعتماد على مؤثر موسيقي غنائي وعرض لصوره و التي عبر عليها المعلق بقوله: "يقولو المرأة هي الأكثر وفاءا من الرجل لكن اليوم رايعين نشوفو قصة شاب جأنا من وهران يحكي على شريكة حياتو.ياترى و شكاين مور قصة سليمان؟" حيث اتسم التقرير بالقصر مع احتوائه على استفهام يتطلب إجابة لكن من خلال الحوار،"أين تستمع المذيعة و الضيوف للقصة لكن دون مقاطعات إلا عند توجيهها لبعض الأسئلة القصيرة جدا على اثر ما قدمه من معلومات على حالته مثل: الضيف: "تزوجت وأنا وقتها كان عندي غليان باغي نزيد الزواج".تسأله فضيلة: "كنت تستنى فيه؟"ليجيبها الضيف: "bien sur". و لمواصل الحوار لا تقدم المذيعة أسئلة بقدر ما تطرح أفكارا مثل تعبيرها على ذلك: "حان وقت الولادة ديالها...".حيث تنتظر الإجابة و التي خلال تقديمه تمر عديد التفاعلات عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل: "هذا هو الحب و الوفاء الحقيقي و ربي يرحمها إن شاء الله."، "مزال كاين رجال الحمد لله إلي يعرف قيمة المرأة و يقدر العشرة." أيضا تعبيرها: "كنت قلتلي ما حسيتش بقيمة مرتي حتى ما لقيتهاش...".تنتظر المذيعة دائما إجابة الضيف.

\*العدد الثالث: "كلام الناس": حيث عرفت "المذيعة أولا بموضوع العدد" القيل و القال ": "الناس اللي يهدرو في بعضاهم لي توصل درجة ا ا معناها بعض الناس انو حياتهم تتحطم نتيجة الإشاعات ".حيث

سبق عرض حالات من سبر رأي الشارع الجزائري حول "القيـل و القال". و الذي من نماذجه: تصريح رجل: "الإشاعة هادي راهي تهدم مجتمعات ، و هي في الدين تاغنا راهي تسما شغل تقريبا نميمة ، هي نميمة أصلا". أيضا تصريح رجل آخر: "كلام الشيطان هذا التقطاع عمبالك لي يقطع في واحد شغل راه يقطعو في لحمون علاش؟ تبهديلة، لا لانكي تقطع في واحد شغل علابالك ديتلو الروح ديالو نحيتلو الروح". هنا كان توظيف "سبر الرأي" قبل بدا الحوار و الذي سيبني عليه الحوار لاحقا. أين أبدى الشيخ الأصل الشرعي في موضوع "الغيبة و النميمة" مستدلا بحديث نبوي شريف، و الحكم الشرعي المنجر على هناك أعراض الناس مع توجيه رسالة توعية بالتوقف على هذه الظاهرة السلبية. و لإضفاء واقعية على الموضوع يعرض البرنامج تقريرا عن حالة الشاب "غالي" من ولاية مستغانم حتى يوجه رسالة للأشخاص الذين اسأوا إليه وغيروا مجرى حياته بالإشاعة و الغيبة و النميمة.

ولقد قدمت المذبة إشكالات الحوار أيضا على شكل طرح للأفكار وأسئلة قصيرة عبرت عليه بعيد الصيغ والتي نذكر منها:

1- الإنسان اللي راهو قدامنا و قدامكم تضرر كثير من كلام الناس حطمولو حياتو . كان على سنة الله و رسولو تقدم لخطبة فتاة ن و كلام الناس خلاو كثير من الإشاعات تقول بلي هذا الإنسان ما راهوش مليح ، و كذا و كذا نخليكم هو يحكيلكم تجربة ديالو شحال ضرورهم هاذ الناس في حياتو. مرحبا بيك الغالي. "حيث نلاحظ من خلال هذا الطرح تحلي المذبة بالموضوعية و الواقعية في طرح حالة الشاب بشكل أوحى أنها مأساة نستقي منها عبر و مواظ أكثر منها إشكالية تستدعي سؤال و إجابة.

2- سؤالها للغالي: "قبل ما نروحو لمحمد - الأخصائي النفساني - نسقسيك على أساس هذا السؤال يقدر أمبعد يجاوبنا، بعد ما فسخت الخطوبة ديالك مع هادي لمراسييت تخطب؟" حيث كان السؤال مبني على مقدمة.

3- أيضا سؤالها للغالي دائما: "قولي، ما تخوفتش من كلام الناس بعد ما سمعت؟"

و من أمثلة ما تم طرحه من أسئلة لإثارة استفهامات عقلية و علمية ، ما توجهت به من أسئلة للأخصائي النفساني و الشيخ:

1- "شوفو الغالي بلاك ما صح يعني تحطمت حياتو كان ناوي يخطب طفلة ما كتبلوش ربي، لكن من الناحية النفسانية ما تحطمتش حياتو هو علابالو بلي ما راهوش فيه هديك الصفات ألي نبوده بيها، لكن في ناس خرين الهدرة تحطمهم مغويا. توجه الكلمة للمختص النفساني.

2- "شيخنا، حبيت تقول حاجة؟ تسال المذبةعة الشيخ.

3- سؤال المذبةعة للضيف: "عندك إضافات حبيت تقولها لنا؟، و اللا توجه رسالة للخطيبة السابقة ديالك و اللا لأهلها؟ .

\*توزيع القالب الفني في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم":

جدول رقم(23):فئة القالب الفني المستخدم لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" :

∑		سبر الرأي		الروبورتاج		التقرير		الحوار		فئة القالب الفني
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
10.46	09	--	--	--	--	15.79	06	6.25	03	العدد الأول
12.79	11	--	--	--	--	13.16	05	12.5	06	العدد الثاني
9.30	08	--	--	--	--	5.26	02	12.5	06	العدد الثالث
19.77	17	--	--	--	--	21.05	08	18.75	09	العدد الرابع
10.46	09	--	--	--	--	7.89	03	12.5	06	العدد الخامس
16.29	14	--	--	--	--	18.43	07	14.58	07	العدد السادس
11.63	10	--	--	--	--	10.53	04	12.5	06	العدد السابع
9.30	08	--	--	--	--	7.89	03	10.42	05	العدد الثامن
100	86	100	--	100	--	100	38	100	48	∑

يمثل الجدول رقم(23) فئة القالب الفني المستخدم في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" ، حيث احتوى البرنامج على (86) قالباً فنياً، ليكون ثاني البرامج الاجتماعية من حيث عدد التكرارات رغم انحصارها في قالبين فنيين فقط "الحوار والتقرير". و لقد توزعت على الأعداد الثمانية للبرنامج بالترتيب كالتالي:

كان العدد الرابع: "رائدات الأعمال الشابات" أكبرها تكراراً: ب: (17) تكراراً و ب: (19.77%)، يليه العدد السادس: "دور المرأة السعودية في قطاع السياحة" ب: (14) تكراراً و ب: (16.29%)، فالعدد

الثاني:هوايات المرأة اليوم": ب:(11) تكرار و ب:(12.79%)،ثم العدد الأول:"علاقة المرأة بالاكل" و العدد الخامس:"المرأة السعودية في قطاع العلوم": ب:(9) تكرارات و ب:(10.46%)، ثم العدد الثالث:"واقع و انجاز المبتعثات في السعودية" و العدد الثامن:"حفلات الزفاف" الذين تساوى من حيث التكرار: ب:(8) تكرارات و النسبة المئوية ب:(9.30%). و لقد توزعت على الأعداد الثمانية للبرنامج حسب فئة كل قالب فني و بالترتيب كالتالي:

1- فئة الحوار : ب (39) تكرارا توزعت على الأعداد الثمانية للبرنامج كالتالي:كان أكبرها تكرارا العدد الخامس و العدد السادس حيث تساويا من حيث التكرار: ب:(07) تكرارات و ب:(17.95%)، يليهما العدد الأول: ب:(6) تكرارات و ب:(15.38%)، فالعدد الثامن: ب:(05) تكرارات و ب:(12.82%)،ثم العدد الرابع: ب:(04) تكرارات و ب:(10.26%)، ثم العدد الثاني: ب:(03) تكرارات و ب:(7.69%)،في حين كان العدد السابع آخرها تكرارا ب:(01) تكرار و ب:(2.57%).

2- فئة التقرير: ب (18) تكرارا توزعت على الأعداد الثمانية للبرنامج كالتالي:كان أكبرها تكرارا العدد السابع و العدد الثامن حيث تساويا من حيث التكرار ب:(04) تكرارات و ب:(22.23%)، يليهما العدد الثالث: ب:(03) تكرارات و ب:(16.67%)، فالعدد الثاني و العدد السادس: ب:(02) تكرارين و ب:(11.11%)، في حين كان العدد الرابع و الخامس آخرها تكرارا ب:(01) تكرار و ب:(5.55%).

حيث سعت مقدمات البرنامج من خلال (قالب الحوار) إلى عكس مدى إهتمام البرنامج،وغاياته في الإصلاح والتعديل وعكس واقع المنطقة العربية بشكل عام ، ومنطقة الخليج العربي ودولة السعودية على وجه خاص ،في ظل أوضاعها المتغيرة خاصة الاجتماعية ،التكنولوجية والاقتصادية .و من نماذج ذلك:

\* العدد الأول : "علاقة المرأة بالاكل من الطبخ و العادات الغذائية" والذي قدمته كل من :

- سالي : مقدمة برامج تلفزيونية .
  - مهيرة : "إعلامية" .
  - نادية أحمد : "إعلامية ومنتجة سينمائية وممثلة" .
  - أما بالنسبة للضيوف ،فتمت إستضافات كل من :
  - السيدة نبيلة (أم محمد) : "أم وريت بيت".
  - علا رجب : "رائدة وسيدة أعمال وشيف من السعودية".
  - سهى علاني: "مؤسسة شركة إيفانت ماناجمنت Event Management" .
  - آية عدناني : "مؤسسة شركة لاعداد الطعام".
- \*العدد الثاني: "هوايات المرأة اليومو اهمية الهوايات للعيش في سعادة و تكلمة الحياة" قدمته كل من :**
- مهيرة عبد العزيز : "إعلامية" .
  - سالي عبد السلام : "مقدمة برامج تلفزيونية".
  - نادية أحمد : "إعلامية ومنتجة سينمائية وممثلة".
  - أما بالنسبة للضيوف : فلم تتم استضافة ولا ضيف فقط عينة من الجماهير ذات الهوايات المتعددة التي تم عرضها في القالب الفني "التقرير".

العدد الثالث: "واقع و انجازات المبتعثات في السعودية" قدمته كل من :

- مهيرة عبد العزيز : "إعلامية" .

- نادية التميمي : "استشارية علم نفس عيادي ،متخصصة بالعلاقات الزوجية".

أما بالنسبة للضيوف : نذكر منهم:

- سارة مهنا العبدلي: "فنانة تشكيلية و مبتعثة سابقة مختصة في الفن الإسلامي.

- سارة الرميخاني: "مبتعثة سابقة و رئيسة فريق أجيال من أجل أجيال التطوعي".

- هاجر النعيم: "مخرجة و مبتعثة في الولايات المتحدة الأمريكية".

- سمر السقاف: "وكيلة جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمان للشؤون الاجتماعية".

و لقد كانت فقرات كل عدد من أعداد البرنامج الثمانية متنوعة، قدمت بشكل حوارى متسلسل وواضح و مفهوم، و خالي من التعقيد من حيث طرح الأفكار، و كذلك اللّغة المستخدمة و التي عبرت عن اللّغة المفهومة و المطروحة في وسائل الإعلام المختلفة.

مثل ما وجدناه في العدد الأول الذي احتوى على (5) حوارات عكست موضوع العدد: "علاقة المرأة بالأكل بين المطبخ و العادات الغذائية".

حيث أعطى الحوار فرصة لتبيين اهتمام المذيعات مقدمات العدد بشخصيات الضيوف و موضوع العدد من خلال طرح أسئلة، اختص كل سؤال بالإجابة على جانب معين من الحوار فقط رغبت المقدمات الاستفسار عنه. و لقد كانت الأسئلة المطروحة بسيطة و مركبة أيضا، تضمنت أكثر من سؤال

دلّت على إطلاع المذيعات بجوانب الموضوع كلها و كذلك تفكيرهن الواضح. كما أنها لها بداية و نهاية و وسط و هو ما جسده الأجابة المقدمة بشأنها. و من نماذج ذلك:

\*العدد الأول:"علاقة المرأة بالاكل من الطبخ و العادات الغذائية"الذي استهلته "مهيرة" بطرح سؤال محوري حول: "هل المرأة العربية اليوم سارت ما تدخل المطبخ و سار عليها ألا تأكل؟"و للإجابة على هذا السؤال - في الفقرة الأولى - من العدد، فتحت مجال الحوار و النقاش بطرح فكرة : "علاقة المرأة بالأكل و الطبخ، و وصفها بالأزلية، و أنها كانت من بين الصفات الأساسية لأية بنت تفكر بالزواج بأنها تكون ملمة بأمور المطبخ"، و عززت هذه الفكرة بمثل شهير: " الطريق الأسرع إلى قلب الرجل هو معدته"، لأنه مؤخرًا سار فيه عزوف من النساء تولي الطبخ في حياتها اليومية و الأسرية. و في المقابل دخلت المرأة عالم الطبخ كطاهية أو شيف في مجال كان حكرًا على الرجال لسنوات. بعدها، و حتى تفتح النقاش مع زميلتها المذيعة "سالي" طرحت عليها سؤالًا آخر تود من خلاله معرفة رأيها و بالأسلوب التالي: "إيش رأيك بالأمثال اللي بتعززانو لازم المرأة يكون لها دور رئيسي في المطبخ و صوتها حلل و مواعين؟".

و كانت إجابة زميلتها المذيعة "سالي" بقولها: "الست لازم تطبخ صحيح، حب احد يجعلك تطبخيلو بنفس حلو و الوشوش اللي مش طيقاها.أتعلم طبخ، أمي تعلمني.أكره أنظف ورايا.أطبخ لكن أفضل تماما".

تداولها المذيعة "مهيرة" مرة أخرى بقولها : "أصبح النساء خايبات، الجيل الأسبق يعززانو فكرة أساسيات البنت "بتتزوج" "تعرف تطبخ". أما زميلتها "نادية" فتعبر من خلال الحوار على رومنتية أن المرأة و الرجل يدخلان المطبخ معًا، فهذا لا يقلل من المرأة.أما المذيعة "مهيرة" فعرضت تجربتها الشخصية في دخولها إلى المطبخ مع زوجها و ما أنهت أعمالها حتى إذان الصبح. فاشتركت في خدمة



توصيل الأكل إلى البيت و اتبعت نظاما غذائيا لحل مشكلة و التي لا تعتقد أنه يتضايق منها زوجها ففي آخر الأمر لا أحد يموت من الجوع.

بالنسبة للضيوف و لاستكمال الحوار تمت استضافت:

- الضيفة "نبيلة" و هي أم و ربة بيت، " تحب الطبخ، و تحب أولادها كثيرا، و تحب أن يأكلوا طبخها، و هي تتضايق كثيرا من أكل برا" على حد تعبيرها، لأنه مجلبة للضرر و السمنة. و هي تجهز أكلات لذيذة و طيبة و جديدة بإبداع تقول الضيفة: " الأكل البيتي نسويه في البيت ليجمع العيلة، 40 سنة عايشة في الكويت أهلي، حماتي، كل يوم عندي بالبيت أعملينا كدا اليوم. اليوم أختك، ابنك كل واحد يطبخ لحال".

لتحال بعدها الكلمة إلى الضيفة "سهى" التي ترى على حد تعبيرها: "أولادي و زوجي مش معتبرين أنا زوجة مش صالحة أو أم مش كويسة إذا أنا ما طبقت لدرجة إنو ما عندي وقت أفكر أقلّي بيضة حتى صاروا يحبوا الأكل الجاهز أكثر من أكلي".

و من أمثلة ما تم طرحه من أسئلة عديدة لإثارة إستفهامات، حقائق ، والعمل على دعمها و التسليم بهاو توسيع آفاقها:

1 - سؤال المذيعة "سالي" في بداية الفقرة الثالثة من ذات العدد: "إزاي يأسر اتو الست متهمش بالطبخ عليها وعلى حياتها الغذائية ،مع تغير أدوار الست والراجل النهاردا ،وشغل الستات ؟ إيه الدور اللي ممكن يلعبو الراجل وليس عدا انو يكون فيه أكل صحي بالبيت ؟ "

2 - سؤال المذيعة "مهيرة": "الأكلات التقليدية ،دور هذا الجيل وكمان جيل أمهاتنا يعزز الأكلات التقليدية عشان ما تنقرض ونحبيب هذا الجيل فيها،طب كيف ممكن نعمل كده؟".

3 - أيضا ذات المذيعة تسأل: "عالم الأكل والمرأة وتحديد الأكل الصحي للعائلة، إن كان المرأة تطبخ أو لا تطبخ تلقى المسؤولية عليها أنها تأكل عائلتها أكل صحي، وكيف تخلق عادات صحية لنا ولأطفالنا؟" كما أنها توجهت بسؤال فرعي آخر للضييفة "علا" بقولها: "إيش تشوفي العادات السيئة في جيل الأطفال؟".

4 - أيضا سؤال المذيعة "نادية" في الفقرة الرابعة: "في السنوات الأخيرة ازداد النساء اللي احترفو الطبخ واللي أصدرت كتب عن الطبخ وعندهم برامج تلفزيونية، فهل المرأة أشئت نفسها كشاف محترفة في عالم الطبخ؟". كما اتبعته بسؤال فرعي للضييفة آية بقولها: "هل تعتقدين إننا هذا المجال جديد بس للعمل للمرأة؟، وهل هي فرصة جديدة للإبداع للمرأة تدخل في مجال جديد؟". تحاورها المذيعة "مهيرة" مرة أخرى بقولها: "أصبح النساء خايبات، الجيل الأسبق يعزز فترة أساسيات البنات "ببتزوج" تعرف تطبخ". أما زميلتها "نادية" فتعبر من خلال الحوار على "رومنسية دخول الرجل و المرأة المطبخ معا ، و هو لا يقلل من قيمة المرأة". لكن حسب رأي المذيعة "مهيرة" التي عرضت تجربتها الشخصية في دخولها إلى المطبخ مع زوجها و التي لم تنته أعمالها حتى إذان الصباح، "لا تعتقد أنه يتضايق منها زوجها ففي آخر الأمر لا أحد يموت من الجوع".

- العدد الثاني : "هوايات المرأة اليومو اهمية الهوايات للعيش في سعادة و تكلمة الحياة": احتوى على 6 حوارات ، دارت بين المذيعات فقط دون استضافة للضيوف على اعتبار أن كل مذيعة تكون ضيف في الحوار. حيث استهلّت المذيعة سالي الفقرة الأولى للعدد بعرض "أهمية هوايات المرأة النهضة، وأهمية إنو يكون ليها هوية عشان تعرف تعيش وتكمل حياتها وسعادتها?".

وللإجابة على هذا السؤال ،قدمت تجربتها الخاصة : "حب الهوايات ،وان لها "هوايات كثيرة لدرجة أنها مش حتقدر تعدهم "تحب "الرقص" جدا ،لكن في البيت وليس خاجه ،تحب "الرسم" ،تحب القليل من القراءة ،والشوبينغ".

وفي المقابل تعرض المذيعة "نادية" هوايتها الشخصية المرتبطة "بحب الرقص (اليوقا) ،البالي حيث صرحت قائلة: "من صغري كنت أركب خيل واعمل بالي فقالوا لي إن هذا الغنثين راح يضربون بظهرك ،بس أنا قررت لا أبي أسوي الإثنين ،بعدين إخترت خلص OK أنا راح أركب خيل ....الرقص شغف عندي طبعا أنا ماني محترفة ولاشيء بس أب الرقص الشرقي ،كل أنواع الرقص ترى فن او فن راقي وجميل من أحلى الفنون".

أما المذيعة "مهيرة" "فتحسد الأشخاص اللي عندهم هوايات اللي بيصيرو محور حياتهم".

ومن جملة الإشكالات التي طرحت في هذا العدد :

1 -"إلى أي مدى المرأة تلاحق هواياتها خاصة عند الإصرار؟"وهو سؤال توجهت به المذيعة "مهيرة" لزميلتها "نادية" خاصة وأنها أكثر وحدة بينهم عندها تنوع الهوايات؟"

2 - هل الهواية تتحول إلى عمل أو شيء إضافي في الحياة؟".

3 - الهوايات مختلفة عن هوايات زمان عن هوايات جداتنا وأمهاتنا".

\* العدد الثالث : "واقع و انجازات المبتعثات في السعودية" ولقد احتوى على 6 حوارات ،استهلتها المذيعة "مهيرة" بإحصائيات قائمة على تخطي أعداد المبتعثات أعداد المبتعثين مع قولها: "أصبحنا قوة ثقافية فكرية وعلمية بالنسبة للمملكة العربية السعودية فايش هي أهمية الإبتعاث بالنسبة للمرأة السعودية؟"

وهل أعطاها بالفعل قوة إضافية للنجاح وإثراء الذات وخدمة بلدها ؟ وإيش هي التحديات اللي يتحملها المبتعثة بعد عودتها إلى وطنها؟".

حيث أجابت الدكتورة "نادية" على هذه التساؤلات ،من خلال عرض موقفها الخاص في ذلك، فهي مع كل شيء قالتها المذيعة "مهيرة" في كون أن : "الإبتعاث أعطى للمرأة السعودية قوة وإنتفاح ،وأكسبها تجربة ، ومنه إستقلالية وقدرة على حل المشكلات بالاعتماد على نفسها في بلد الغربية سواء كانت دراسة ماجستير أو دكتوراه لأن عبئ المسؤولية يكون أكبر في حال لا تتكلم لغة ذلك البلد وثقافتها مختلفة عن ثقافته ولديها هدف يجب أن تحققه فغربتها ووحدتها في بلد الإبتعاث تحقيقا لنجاحها بشكل شخصي هو نجاح للأهل المترجين فيها طموح كبير للبلد الأم."

أما المذيعة "مهيرة" فعرضت تجربتها في الإبتعاث من خلال كونها: "ليست مبتعثة من قبل الدولة ،لكن على الحساب الخاص للأسرة التي قرر أفرادها أن تكمل دراستها في كندا فخاضت تجربة الإبتعاث و التي أحست من خلالها باستقلالية أكثر ،خاصة في الجانب المالي، فأصبح لديها حساب بالبنك، وتعلمت كيفية دفع الفواتير و الإقتصاد فيها ،وتحمل المسؤولية .كانت تجربة صعبة طلعت فيها إنسانة تحس بالمسؤولية من أنها كملت دراستها في الإمارات أو أكملت الدراسة الجامعية مع الأهل." حتى حد تعبيرها.وترى "نادية" في مقابل ذلك، "أن التحدي الذي واجهوه هو "بلاد الغربية". "قمهيرة": ترى بأنهم طلوعوا من جلباب الأهل وثقافة مجتمعاتهم فتأقلمهم في بلاد الغربية أكسبهم الطموح والتحدي."

ولإثراء الحوار ثم استضافة عديد الضيفات ،لنتعطي كل واحدة منهن إجابة عن سؤال المذيعة مهيرة عن:"ماهي خيارات الطالبة السعودية بعد الإبتعاث وبعد عودتها للوطن؟ وهل تعيش إنقسامًا ثقافيًا

، وإيش هي علاقتها سوق العمل والأهم كيف تستثمر خبرتها وشهادتها في بلدها؟". حيث عرضت الضيفات تجاربهن ومواقفهن في الحياة أثناء الإبتعاث .

مثل : الضيفة "سمر" التي لقت بأمر المبتعثين والمبتعثات التي سألتها المذيعة "مهيرة": "كيف حصلت على هذا اللقب مع العلم إن إنت في الأصل ماكنتي مبتعثئة بالفن التقليدي ماكان ابتعاثك يمكن من قبل الدولة؟".

حيث أجابها الضيفة قائلة بأنها : "من الأطباء والطبيبات اللي ابتعثوا ابتعاثا داخليا أنهيت ماجستير والدكتوراه في جامعة الملك سعود ، لم أسافر للإبتعاث أبدا ، ولم أخص تجربة الإبتعاث لكن اشتغلت مع الملحقية الثقافية ."

ومن جملة الإشكالات المطروحة في العدد والموجهة للضيفات :

- 1 - سؤال للضيفة "سارة" : إيش هي أبرز التحديات التي واجهتك وقتها؟
- 2 - سؤال المذيعة "نادية" للضيفة "سمر" : "6 سنوات في أمريكا وبعدين رجعت عالرياض ، كيف حصلت مرة ثانية العودة لنظام مختلف بعد جلسة إقامتك في أمريكا وبعدها عودتك على الرياض بالتحديد ، هل كانت صعبة؟"
- 3 - مهيرة تسأل الضيفة سارة : "إنت لما رجعتي خرينا نتكلم بشكل شخصي بينك وبين أسرتك ، أنا عارفة كمان إن أغلب الأهل يخافون لو سافرت البنات ، عاداتنا ، تقاليدنا ، هل يمكن راح تتغير ؟ واجهتي من هي الصعوبات؟"

- العدد الرابع : من خلال هذا العدد، تحاول المذيعات طرح فكرة ريادة الأعمال، ورائدات الأعمال الشابوات واتساع المساحة التي يحتلونها في سوق العمل والريادة من خلال 9 حوارات .

إذا يقال حسب ما قدمته المذيعة "منى"، أن "ريادة الأعمال في السعودية هي النفط الجديد في البلاد، ونسبة المبادرات الشبابية في قطاع الأعمال في ارتفاع ملحوظ ولافت، وإن كانت مازالت في بدايتها، وللمرأة حصة في هذه الريادة خصوصا مع الشابوات التي يثبتون أنفسهم في ريادة الأعمال ورؤية 30/20 تقريبا أحنا لاحظنا خلال أربع خمس سنين التي فاتت إن الناس يسووا بزئيس، أشياء مختلفة". حيث أعطت باعتبارها مختصة في هذا المجال، رؤية علمية لماهية التجارة من قبل وماهي عليه الآن وما تقوم عليه من إبداع وفي مجالات كثيرة .

غير أن المذيعة "مهيرة" لاحظت هي الأخرى في السنوات الأخيرة تحديدا، عديد التجارب الناجحة والمبادرات المدعومة في السعودية وحتى في الإمارات عن ريادة الأعمال، وكيف إستطاع الشابوات بتجاربهم المختلفة في هذا المجال التوفيق بين الدراسة وزيادة الأعمال .

هذا الطرح، جعل "نادية" تعطي تعريفات عن الفرق بين "ريادة الأعمال" كبزئيس" و "رجال أعمال" حسب تعبيرها. ليأتي تدخل المذيعة "منى" بصفتها "رائدة أعمال"، تعرف بعديد الفروقات بين المصطلحين.

وترى "مهيرة" انه "خاصة في دول الخليج و العالم العربي لا تنحصر ريادة الأعمال أو الأعمال المتوسطة و الصغيرة في عالم الطبخ و الأزياء، نتمناها تدخل في عالم التكنولوجيا". "أشياء جديدة نبغي". على حد تعبير "هالة".

كما تم تدعيم الحوار، بالمجهودات التي تقدمها الجهات الحكومية و الجهات الخاصة لرائدات الأعمال و رواد الأعمال في جميع أنحاء المملكة. بالإضافة إلى استضافة 5 ضيفات في الفقرة الثانية مثلا من العدد، لتعرضن اهتماماتهن، تخصصهن، شغفهن، و هدفهن من ريادة الأعمال في عديد المجالات و مدى نجاح أعمالهن بناء على تقييم أدائهن و طبيعة علاقتهن في سبيل إنجاز مشاريعهن.

و من الإشكالات المطروحة أيضا:

1. سؤال "هالة" للضييفة "أسماء": حول مشروع ادخاري: "أبيك تفهمينا ايش هو الادخار؟ لو تقدرين تقوليننا بطريقة سهلة للناس إنهم يفهمونا؟".
2. "منى" تسأل: "هل عندك أبحاث بتطبقي فيها تطبيقك عشان يتواكب مع كل ما أنت بتجري بتجارب أكبر تكبري بتحسي تحتاجي تغييري التطبيق".
3. سؤال "نادية": "بس مجتمعنا بشكل عام بما فيهم يمكن مجتمع الشباب ما هم متعودين على فكرة الادخار، زي ما قلتي، لما بديتي....كيف قدرتي تقنعي الشباب إن الادخار شيء مفيد و طويل الأمد و شيء يحقق نتائج بالآخر؟"

\* العدد الخامس: "المرأة السعودية في قطاع العلوم": 38% من العاملين في الوطن العربي هم من العاملين في السعودية ما وصلت النسبة إلى هذا الحد إلا الآن. لكن طبعا عندنا من أعلى النسب من التخرج من التخصصات العلمية الأكاديمية في العالم و لكن السنوات الأخيرة شهدت بروز رائدات سعوديات في العلوم، نجحوا حتى في تحقيق شهرة عالمية". هذا الواقع الذي وصفته المذيعة "منى" كان محل إشكالات طرحت في 5 حوارات للإجابة على تساؤل رشى بين موقع المرأة السعودية في مجال الأبحاث العلمية و الاختصاصات و العمل في المملكة و ما هي إسهاماتها في هذا المجال.

غير أن الإجابة على ذلك اقتضت استضافة مجموعة مميزة من العالمات و الباحثات السعوديات في عديد التخصصات و العلوم. و اللائي وجهت لهن المذيعات عديد الأسئلة منها:

- "عندنا كثير من المبتعثات اللي بيروحو و في أحسن جامعات و بيرجعو، بعضهم يشتغلو او بعضهم ما بيشتغلو ربما من أحد الأسباب انو عندنا عدد عالي من الخريجات لكن عدد قليل اللي بيبشتغلو في البحث العلمي. من خلال هذا الموضوع، من خلال تجربتك في الجامعة و الكلام مع البنات ايش سبب دخولهن في البحث العلمي؟" تسأل المذيعة "منى" المذيعة المتخصصة "نادية". التي ترى من خلال التجربة في المستشفى محل عملها " أن القطاعات الأكاديمية و القطاعات الصحية صار فيها تركيز كبير يرصد له مبالغ مالية تشجعها للبحث العلمي، لعمل ورش لكيفية كتابة البحوث، كيفية المساعدة في نشرها، و محاولة توزيع الجوائز من أجل أفضل البحوث. لكنها تعتقد في ذات السياق أن هذا هو دور حكومي و أدته الدولة على أكمل وجه، في حين أن "البحث العلمي هو حب و شغف إنو الإنسان يكون عندو من جواه رغبة البحث و الاستكشاف" على حد تعبيرها. و لقد قدمت بذلك تعريف للبحث العلمي."

ما أثار لدى المذيعة تساؤلا آخر، ذو صبغة اقتصادية، حاولت من خلاله معرفة ما قالته المذيعة المتخصصة "نادية" في مجال الأدوية، "ذلك أن البحث العلمي في المستشفيات لازم في كثير من الأحيان الشركات مستعدة تدفع مبالغ مالية شراكة مع الجامعة أو مستقلة".

فأجابتها المذيعة المتخصصة "نادية": " شوفي، هي صحيح الأدوية و المبتعثات و دراستها، الأدوية ما تنزل السوق إلا من بعد ما تكون العمل عليها البحوث الكافية لضمان سلامتها أو بعدين



بتنزل عا التطبيق. لكن النقطة اللي ما زال ضعيفة عندنا في بحوث كثيرة موجودة لكنها للأسف موجودة في المكاتب أو أماكن تتسوى فيها البحوث".

أما مجال الحوار مع الضيفات فاستهل في كثير الحوارات بتقديم لتخصصهن، نشاطاتهن و أدوارهن في مجال عملهن أو دراستهن.مثل الضيفة "مها العمودي" طالبة دكتوراه في هندسة و علوم المواد في جامعة الملك عبد الله للعلوم، الحائزة على جوائز على أفضل الأبحاث و التي ترغب كما عبرت عليه: "تحقيق أحلامي و طموحاتي العلمية". و من بين الأسئلة التي وجهتها لها المذيعة "منى" و "نادية" :

1. "لما أنت اخترتي اختصاصك العلمي، اختصاص صعب و كمان سافرتي برا، كيف تم الاختيار، و إيش الصعوبات، ربما بعض الأشياء اللي كنتي بتتظري فيها إنك تعرفيها؟" (المذيعة منى).
2. "ما شاء الله يعني أعرف انو الشخص بينسى نفسو لما بيكون وراه هدف بيبندي بسؤال و بيبتقرع إلى سؤال، "هل مازالت المرأة و الزوجة و الأم؟ و اللاهادي طفلت على هادي؟" (المذيعة نادية) .
3. "ايش هي أهم أهدافك الآن في أبحاثك العلمية أو في عملك العلمي في السعودية؟" (المذيعة منى مرة أخرى تسأل).و من عديد الإشكالات التي طرحت أيضا في العدد لتغطية هذا الموضوع:

1. "تقدري تقولي لنا آخر مستجدات أبحاثك؟"
2. "كيف نستطيع نزيد عدد البنات السعوديات الأكاديميات، الباحثات، العالمات في السعودية؟".

بذلك يكون الحوار في الأعداد الثمانية (8) للبرنامج قائما على تبادل التجارب الشخصية، المدركات اللفظية، و كذا ردود الأفعال و الدوافع و التوقعات بشكل يدل على التفكير الناقد للمذيعات و كذا الضيوف. من خلال "جو الألفة" داخل الأستوديو و خارجه داخل الأستوديو و في حال التصوير الخارجي أيضا، و هو ما عكسه التوافق و الانسجام بين المذيعات و كذلك الضيوف في كل عدد من

خلال،الابتسامه و طلاقة الوجه، و الحلم، و العطف، و الصدق و التي سوف يعكسها التحليل الكيفي لموضوع "القيم الأخلاقية " و أبعاده ا المتعدده و المتنوعه وبما يعكس مدى احترام البرنامج لخصوصية الجمهور العربي بشكل موضوعي.

و حرصا من البرنامج تقديم أكبر عدد من المعلومات بشكل دقيق، و جذاب، و أيضا بسيط، تم الاستناد إلى "التقرير التلفزيوني" إلى جانب قالب "الحوار" لإضفاء مزيد من الإثارة على الموضوعات المقدمة.

حيث احتوى البرنامج على (38) تقريرا، تخللت المساحات الزمنية الأولى،الوسطى والأخيرة . وفي كل مرة قدم فيها التقرير ،إحتوى على مقدمة تعرف بموضوع كل عدد ،تطرح إشكالياته وتساؤلاته الرئيسية المبرزة لأهمية الموضوعات ،وبأسلوب إثارة الفضول لمعرفة الإجابة على الأسئلة المطروحة ومحتويات تجيب على تطورات خاصة الإستفهامات المقدمة ،إلى جانب طرح تساؤلات فرعية وأساسية مدعمة بأرقام وإحصائيات ونتائج بحوث ودراسات .ومن نماذج ذلك :

- التقرير الوارد في المساحة الزمنية الأولى من الفقرة الأولى في العدد السادس من البرنامج : "الدور المتنامي للمرأة السعودية في قطاع السياحة".

حيث استهل التقرير بصورة لجناح طائرة ،وركاب بداخلها ،وهي تغلق من المطار في وقت غروب الشمس ،مع صورة بحر وسماء وزقزقة عصافير في يوم آخر .

مقدمة التقرير كانت بالصياغة التالية : "المملكة العربية السعودية ،جوهرة السياحة والسفر"، مدعمة بصورتين تبرزان جمال المناظر الطبيعية ،من جبال وصحاري ،والتي على إثرها طرحت تساؤلات :

- "هل يعرف السعوديين عن غنى وتنوع المناطق السياحية في بلدهم؟ وطرح هذا السؤال تخله توظيف لصورة مباني سكنية جبلية بلون أخضر ونوافذ ذات إطار أبيض وشبابيك ملونة بالأرجواني والأزرق. وصورة أخرى لمنطقة أثرية متتابعة المناظر .

- وإيش يعرف العالم عن الوجه السياحي للمملكة؟ أسواق تراثية ،مدن أثرية ،شواطئ خلابة ،جبال عالية تعكس البعد الحضاري والتاريخي بالجزيرة العربية والإرث الثقافي للمملكة ،وفي ظل التطلعات الطموحة لرواية 30/20 راح تدخل السعودية مرحلة جديدة مع مشروعات طموحة كمشروع البحر الأحمر .

ولقد تدعمت هذه الفكرة ب:(9) صور معبرة عن عادات وتقاليد المملكة العربية السعودية ومنطقة الخليج العربي من إرث حضاري وثقافي ،عادات وتقاليد... )، ومن إشكالات التقرير أيضا على السؤال المطروح والذي يهدف إلى معرفة "موقع المرأة السعودية في القطاع السياحي ،وايه اللي راح يضيفو لوجه المملكة اللي بيظهر معنى التنوع السياحي الذي يظهر للعالم بأسره؟"(لغة التقرير) .

\*العدد السادس : "الدور المتنامي للمرأة السعودية في قطاع السياحة": احتوى على تقرير في آخر المساحة الزمنية في الفقرة (5) حيث تتلخص فكرة التقرير في ثلاث أخوات يعملن مع بعضهن في المهارات التي تجعلهن مبدعات ومميزات. حيث قدم التقرير آلية عمل الأخوات الثلاث داخل شركتهن بعد ماتم عرض تجربتهن في الحوار .

حيث استهل التقرير بضربات موسيقية ،متسارعة ،مصحوبة بصورة المرأة وهي تصلح جهاز هاتف نقل وأدوات تصليح هي وأختها في شركة جدرانها بيضاء مجهزة بمكتب إستقبال بخلفية جدارية،حيث بينت إحدى الأخوات مجموع الخدمات التي تقدمها الشركة لصيانة جميع الأجهزة الذكية ،سواء كانت

هواتف نقالة، ألواح اليكترونية لمعالجة المشكل أو العطب الموجود فيه مع تقديم ضمان على ذلك ،حيث أبرزت التقرير قدرات الأخوات في مجال عملهن ،وهو ما عبرت عنه إحداهن قائلة : "نحن نعتبر من أوائل من دخل هذا المجال سعوديين وستات" غير أن الإشكالية المطروحة من خلال هذا العمل "مدى تقبل الناس لهذه الخدمة خاصة وأنها تقدم من بنات سعوديات أولاً. ففي عامي 2013 و2014 كان الناس متخوفين وغير مصدقين أنهم تشتغلن في هذا المجال وبهذا الأسلوب .أما حالياً ،فتغيرت هذه النظرة تجاههن ، حيث بينت الأخت مراحل تصليح الجهاز تكلفته." (مع دعم ذلك بصور) .

ولإعطاء بعد كوميدي في طرح أفكار موضوعات البرنامج تم الاعتماد على "التقرير الكوميدي" والذي بلغ تكراره (7)، ولقد إرتبطت التقارير الكوميدية للبرنامج بطبيعة الموضوعات والتي عبرت عن اتجاهات مختلفة تناولت التغير الثقافي والحضاري للمجتمع العربي في الماضي والحاضر والمستقبل خاصة ما تعلق بفترة الشباب والمرأة في عديد المجالات (طبخ ،هوايات ،إبتعاث ،علوم ،سياحة ،ريادة أعمال ،حفلات الزفاف) ،حيث تم تقديم واقع ذلك في صورة كوميدية قائمة على مقارنة بين الماضي والحاضر ،الأفضل و السيئ للعادات والتقاليد ،مع اعتماد صور مدعمة مثل الصور وأثاث المنزل لإستعاب تفاصيل البرنامج ،إلى جانب الاعتماد على إحصاءات وشهادات وتجارب وتقاليد وانفعالات واستشهاد بصور مختلفة ذات فائدة وتهدف إلى تبليغ رسالة قيمية أخلاقية .و من نماذجه:

التقرير الكوميدي في العدد الخامس "المرأة السعودية في قطاع العلوم": من بين الإشكالات التي طرحتها "هتون القاضي" في التقرير نظرة الاستغراب تجاه نجاحات المرأة في مجال العمل كعالمة و رائدة فضاء-أين تدعم كلامها بعرض صورة لامرأة رائدة فضاء و أخرى لامرأة في حفل تخرج و بيدها شهادة- و لقد عبرت على ذلك بقولها:

- "و كأنو العلاقة بالعلوم ديه علاقة جديدة على المرأة يعني ماهي عندها بالفطرة.بس هذا الكلام فعلا دقيق أصلا أنا ليه مستغربة إذا كانت المرأة بكبرها يتعاملون معها كأنها كائن أعيد اكتشافو -عرض صورة مقسومة نصفين و داخلها هيكل عضمي و رباط شعر وردي و علامات صفراء كتعجب تدور حول الصخرة-.

- "أنا و من في المدرسة و نحنا كان عندنا دائما انطباع ما حد بيقولو،لكن الكل متفق عليه،انو الشطار يدخلوا علمي على أساس حطينا القواعد دي أنا نفسي ما ني فاهمة. وبعدين على ديك الأيام كانوا يقولون للشطار ادخلوا علمي عشان تصيروا عالما لا لا لا كان جدا عادي انو الوحدة تخلص ثنوي و هدية النجاح تكون الفرح."

التقرير الكوميدي في العدد السابع"حفلات الزفاف بين الحلم و الواقع": تطرقت فيه "هتون القاضي"

إلى عديد الزوايا التي مثلت أعرف و تقاليد المجتمع العربي بطرح إما ايجابي أو سلبي مثل قولها:

- "في عالما العربي ، الشخص لما يجيلو مولود و الناس يجو يباركو للوالدين ، أول دعة تخرج من فمهم لباب السما "ما شاء الله تبارك الله يا ريت تشوفيه عريس".و إذا بنت:"ما شاء الله"-مع تغير نبرة صوتها-"قمر اللهم صلي على النبي يا ريت تشوفيه عروسة"،حيث تدعمت الفكرة أيضا بقولها:" انو الطريقة الوحيدة لانو الإنسان يشرق و يترعرع و يزهر فيها انو يكون جالس في الكوشة يوم الفرح ، و عشان الإشراق و الإزهار و الترعع ده ، يصير لازم تنصرف فلوس القضا، ما في مشكلة يسلف و يدين و يشحت يبيعوا ارض المهم يسووا فرح تحضرو امة الثقلين."

\*توزيع القلب الفني في البرنامج الاجتماعي"العائلة":

جدول رقم(24):فئة القالب الفني المستخدم في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "العائلة" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :

Σ	سبر الرأي		الروبورتاج		التقرير		الحوار		فئة القالب الفني العدد	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
16.92	11	22.73	05	--	--	--	--	14.63	06	العدد الأول
15.38	10	22.73	05	--	--	50.00	01	9.76	04	العدد الثاني
7.69	05	--	--	--	--	50.00	01	9.76	04	العدد الثالث
12.32	08	4.54	01	--	--	--	--	17.07	07	العدد الرابع
16.92	11	22.73	05	--	--	--	--	14.63	06	العدد الخامس
4.63	03	4.54	01	--	--	--	--	4.89	02	العدد السادس
16.92	11	18.19	04	--	--	--	--	17.07	07	العدد السابع
9.23	06	4.54	01	--	--	--	--	12.19	05	العدد الثامن
100	65	100	22	100	--	100	02	100	41	Σ

يمثل الجدول رقم(24) فئة القالب الفني المستخدم في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "العائلة" ،حيث كان رابع البرامج الاجتماعية من حيث تكراراتها، و لقد احتوى على: (65) قالبا فنيا، توزعت على الأعداد الثمانية للبرنامج بالترتيب كالتالي:

كان العدد الأول:"سدد دينك" و العدد الخامس:"الصراعات الزوجية" و السابع:"الصحة و الجمال عبر مواقع التواصل الاجتماعي" أكبرها تكرارا ب: (11) تكرارا و ب: (16.92%)، يليهم العدد الثاني:"الطلاق و الخلع في الجزائر": ب: (10) تكرارا و ب:(15.38%)، فالعدد الرابع:"التلاحم الاسري": ب:(08) تكرارات و ب: (12.32%)،ثم العدد الثامن:"الالفاظ الجارحة عند الاطفال": ب:(06) تكرارات و ب:(9.23%)، ثم العدد الثالث:"النفقة" ب: (05) تكرارات و ب: (7.69%). و آخرها العدد السادس:"ازمة

الهوية لدى الشباب": ب: (03) تكرارات و ب: (4.63%). و لقد توزعت على الأعداد الثمانية للبرنامج حسب فئة كل قالب فني و بالترتيب كالتالي:

1- فئة الحوار : ب (41) تكرارا توزعت على الأعداد الثمانية للبرنامج كالتالي: كان أكبرها تكرارا العدد الرابع و العدد السابع حيث تساويا من حيث التكرار: ب: (07) تكرارات و ب: (17.07%)، يليهما العدد الأول و العدد الخامس: ب: (6) تكرارات و ب: (14.63%)، فالعدد الثامن: ب: (05) تكرارات و ب: (12.19%)، ثم العدد الثاني و العدد الثالث: ب: (04) تكرارات و ب: (9.76%)، في حين كان العدد السادس آخرها تكرارا ب: (02) تكرارين و ب: (4.89%).

2- فئة سبر الرأي: ب (22) تكرارا توزعت على الأعداد الثمانية للبرنامج كالتالي: كان أكبرها تكرارا العدد الأول و العدد الثاني و العدد الخامس حيث تساوا من حيث التكرار: ب: (05) تكرارات و ب: (22.73%)، يليهم العدد السابع: ب: (04) تكرارات و ب: (18.19%)، في حين كان آخرها العدد الرابع و العدد السادس و العدد الثامن: ب: (01) تكرار و ب: (4.54%).

3- فئة "التقرير": ب (02) تكرارين توزعا على العددين الثاني و الثالث: ب: (01) تكرار و ب: (50%).

حيث سعت مقدمة البرنامج و ضيوفه من خلال (قالب الحوار) إلى عكس جملة من المواضيع الاجتماعية التي تعبر عن انشغالات أفراد العائلات الجزائرية ، و تقديم تفسيرات حولها. من نماذجه:

\*العدد الثالث "النفقة": في هذا العدد، قامت المذيعة -بعد التحية و السلام و الترحيب بضيوف الحلقة و كذلك الجمهور- بطرح إشكالات حول واقع الموضوع في المجتمع الجزائري. فطرحت عدة أسئلة مركبة تفرعت عنها أسئلة فرعية مثل:

1- "ماهي محاسن و عيوب التشريع و الجهاز التنفيذي في هذا المجال؟"و للإجابة على هذا السؤال

الذي خصته المذبةة للشرط القضائي و الاجتماعي ،استضافت مختصين في هذا المجال:

- مالك زكور:محامي.

- يوسف نواسة:أستاذ جامعي.

- عودي الياس:خبير و مختص في الاتصال.

- وهيبة كريدي: ناشطة حقوقية.

و لقد استهللت الحوار الأول بمدخل لموضوع النفقة، فطرحت تساؤلا فرعيا حول:

- "ما هي النفقة بالتحديد كمصطلح و كتشريع في القضاء الجزائري و كحق يعطى لفئة من فئات

المجتمع؟"و للإجابة على هذا السؤال،بدأت الضيفة- وهيبة كريدي- بعرض مقدمة لتوضيح الأمر،و

التي من بين ما جاء فيها:"إن كان من أهداف الزواج تحقيق الأانس و الراحة و الطمأنينة النفسية بين

الزوجين باعتبارهما الخاصة التي تلتصق بعقد الزواج ،فانه على الوالدين طبعا الحفاظ على هذا

التماسك لما له من الأثر الفعال في سلوك ابنائهم و حسن تكييفهم و توافقهم النفسي و العقلي،...

و حتى لا تصبح الحياة مستحيلة بين الزوجين ، و حتى لا يهضم حق طرف على حساب الأخر ، أباح

الإسلام الطلاق مع انه ابغض الحلال عند الله و من أهم و ابرز النتائج المترتبة على الطلاق، مسألة

حضانة الأطفال الناتجين عن هذا الزواج،و المشاكل التي تطرحها حول مصير الأطفال بالنسبة

للنفقة."حيث تطرقت إلى ما تضمنه التعريف الوارد في نص المادة 78 من قانون الأسرة على أن النفقة:



"تشمل الغذاء و الكسوة و العلاج و السكن و أجرته و ما يعتبر من الضروريات في العرف و العادة بخصوص نفقة المحضون."

و حتى تنتقل المذبةعة إلى طرح الموضوع من جانبه الاجتماعي و الديني، حاولت أولاً تلخيص المدخل القانوني للنفقة: "الحق للأبناء هو حق الأبناء الذي يجب أن يعطى من طرف الأولياء أو من طرف الأب طبعاً". في حالة ما إذا حصل الطلاق سيد مواسة ، من الجهة الاجتماعية الدينية و كيف و ما هو هذا التعريف؟ و ما هو هذا الحق؟ كيف يمكن أن نصف هذا الحق للأب؟. تتساءل المذبةعة.

من بين ما أجابها الضيف بعد التحية و السلام و تعظيم الرسول محمد صل الله عليه وسلم، و تحية الجمهور و الحضور من أساتذة مختصين: "...نصوص المواد و باختصار هو عبارة عن تصنيف للفقهاء المالكي الذي هو مرجعية هاته البلاد تقريباً." و ذكر معقبا على أن هذا الكلام الذي ذكرته الأستاذة: "هو كلام الفقهاء و إن كان فيه بعض الملاحظات و الأمور المعروفة للمختصين. القضية التي يجب ان تكون واضحة هو ان النفقة ... لها مستويات النفقة حينما تكون الأسرة قائمة هذا شيء ، و النفقة بعد الطلاق ... مدة العدة هذا شيء آخر، ثم النفقة على الأبناء إن كان ثمة أبناء بعد الطلاق وهذا شيء آخر، فهي ثلاثة أمور مختلفة". يواصل المختص الإجابة عنها بتفصيل مطول.

- العدد السابع " الصحة و الجمال عبر وسائل التواصل الاجتماعي": كان هدف المذبةعة في هذا العدد تقديم حدث مهم داخل العائلة الجزائرية لكونه فرض نفسه مع التطور التكنولوجي و الاستخدامات الحديثة لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة ما ارتبط منها بالمجالات و الميادين الصحية و التدابير الجمالية ذات الآثار الايجابية و السلبية ، في محاولة لإيجاد حلول ناجعة لكيفيات الاستخدام الصحيح لها من خلال ما

يقدم من نصائح و إرشادات و توجيهات النقاش الذي يشاركها فيه ضيوف العدد و كذلك الجمهور المشارك بتفاعلاته عبر صفحة البرنامج. لهذا استضافت كل من:

- مولود بالقاسم: مدير شركة أمريكية جزائرية للأغذية.

- زايدي مصطفى: حماية المستهلك.

- محمد ميهوبي: طبيب العائلة.

- محمودي يحي: طبيب إعلامي كاتب و باحث في التداوي بالأعشاب.

- محمد صدوق: طبيب عيادة خاصة.

قبل بدا الحوار و النقاش، تم تقديم روبرتاج عرضت من خلاله عديد الآراء الجماهيرية حول الموضوع بناء على الأسئلة المطروحة من قبل المعدة و أجوبة الجماهير و التي من نذكر منها:

- الجمهور 1: "قنوات مقننة و تكون مقننة إطار جمعيات خيرية جمعيات ناشطة خير **vive** هاذي تاع عملية تجميل ، أمراض مزمنة هي هي تدخل مبادرة في أعمال الخير و تكون نية صادقة و ما تكونش عندها أغراض إيه أغراض تاع خير هذا واش نقولكم."

- الجمهور 2: "كاين ملاح و كاين ماش ملاح **les groupes** ، كاين تاع **la sante** "

- المعدة تسال: "ينجحوا زعما؟"

- الجمهور 2 يجيبها: "ايه ينجحوا كاين يمدوك يما نقولو حنا تدخلني كاش **page** هكا تصيبي يعطيوك

**des conseils** باش تسمانيها و لا باش تشياني و لا عفايس ملاح تاع وجهك..."

– المعدة تسال: "bon ، واش دخلتي les groupes تاع الصحة باينة؟"

– الجمهور 2 يجيبها: "ايه bien sur ."

كما تخلل البرنامج تقديم تعاليق العائلة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، حيث عبرت عن التضارب و التعارض في الآراء و التجارب ، مثل المتواصلة التي تقول: "أنا اعتمدت الكثير من الوصفات منها ما كانت صحيحة و منها ما كانت سيئة علي خاصة علي شعري". أيضا متواصل آخر يعبر عن رأيه في الموضوع بقوله: "أنا شخصيا لا أومن بهذه الوصفات و لا اتبعها."

غير أن هذا التناقض دفع بالمذيعة طلب نصيحة المختص من خلال طرح أسئلة مركبة، مثل سؤالها: "بماذا تنصح العائلة الجزائرية؟ لأنو رأنا أمام فضاء تكنولوجي حديث مفروض علينا و أصبح جزء من يومياتنا كما قلت ، لكن كيف يمكن أن نتبعه؟ و ماذا يمكن أن نتبع ؟ و ماذا يجب أن نتبع؟"

فكان جواب السيد محمودي كالآتي: "...من المفروض كايين صفحات لأهل الاختصاص،... لاحظت مثلا في المنتديات بغض النباتات فالمشرق يسميها باسم و في الجزائر يسموها باسم و فالمغرب يسموها باسم تاع نبتة وحدة، و هناك نباتات مختلفة لها..."

\*توزيع القالب الفني في البرنامج الاجتماعي " رأيك أصلح " :

جدول رقم(25):فئة القالب الفني المستخدم في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :

∑		سبر الرأي		الروبورتاج		التقرير		الحوار		فئة القالب الفني
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
20.00	14	23.53	04	23.53	04	--	--	16.67	06	العدد الأول
14.28	10	11.76	02	11.76	02	--	--	16.67	06	العدد الثاني
10.00	07	5.88	01	5.88	01	--	--	13.89	05	العدد الثالث
10.00	07	--	--	11.76	02	--	--	13.89	05	العدد الرابع
7.14	05	5.88	01	11.76	02	--	--	5.55	02	العدد الخامس
10.00	07	11.76	02	11.76	02	--	--	8.33	03	العدد السادس
14.28	10	23.53	04	5.88	01	--	--	13.89	05	العدد السابع
14.28	10	17.66	03	17.66	03	--	--	11.11	04	العدد الثامن
100	70	100	17	100	17	100	--	100	36	∑

يمثل الجدول رقم(25) فئة القالب الفني المستخدم في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "رأيك

أصلح"ثاني تكرار لفئة القوالب الفنية، حيث احتوى البرنامج على (70) قالباً فنياً توزعت على الأعداد

الثمانية للبرنامج بالترتيب كالتالي:

كان العدد الأول:"المدرسة العمومية و المدرسة الخاصة" أكبرها تكراراً: ب: (14) تكراراً و ب:

(20%)، يليه العدد الثاني:"السمنة" و العدد السابع:"الاشخاص ذوي الاحتياجات الخصوصية" و العدد

الثامن:"عمليات التجميل" بتساوي تكرارهم ب: (10) تكرارات و ب:(14.28%)، فالعدد الثالث:"التقاعد في

تونس" و العدد الرابع:"تساء في مهن صعبة" و العدد السادس:"الالعاب الالكترونية المهددة لحياة

للاطفال" الذين تساوا من حيث التكرار: ب:(07) تكرارات و ب:(10%)، وآخرها العدد الخامس:"اسباب تاخر سن الزواج": ب:(05) تكرارات و ب:(7.14%). و لقد توزعت على الأعداد الثمانية للبرنامج حسب فئة كل قالب فني و بالترتيب كالتالي:

1- فئة الحوار : ب (36) تكرارا توزعت على الأعداد الثمانية للبرنامج كالتالي: كان أكبرها تكرارا العدد الأول و العدد الثاني حيث تساويا من حيث التكرار: ب:(06) تكرارات و ب:(16.67%)، يليهما العدد الثالث و العدد الرابع و العدد السابع بتساوي تكرارهم: ب:(05) تكرارات و ب:(13.89)، في حين كان العدد السادس آخرها تكرارا: ب:(03) تكرارين و ب:(8.33%).

2- فئة الروبورتاج: ب:(17) تكرارا توزعت على الأعداد الثمانية للبرنامج كالتالي: كان أكبرها تكرارا العدد الأول: ب:(05) تكرارات و ب:(23.53%)، يليه العدد الثامن: ب:(03) تكرارات و ب:(17.66%)، ثم العدد الثاني و الرابع و العدد الخامس و العدد السادس المتساويين من حيث التكرار: ب:(02) تكرار و ب:(4.54%)، في حين كان آخرها العدد الثالث: ب:(01) تكرار و ب:(5.88%).

3- فئة سبر الرأي : ب (17) تكرارا و لقد تساوى تكرار "فئة الروبورتاج" مع "فئة «سبر الرأي» " توزعت على الأعداد الثمانية للبرنامج كالتالي: كان أكبرها تكرارا العدد الأول و العدد السابع المتساويان في التكرار: ب:(04) تكرارات و ب:(23.53%)، يليهما العدد الثامن: ب:(03) تكرارات و ب:(17.66%)، ثم العدد الثاني و العدد السادس المتساويان في التكرار: ب:(02) تكرارات و ب:(11.76%)، في حين كان آخرها العدد الثالث: ب:(01) تكرار و ب:(5.88%). في حين انعدم تكرارها في العدد الرابع. ومثال ذلك ما ورد في:

- "العدد الرابع" نساء في مهن صعبة": الذي أشادت فيه المذيعة بتألق المرأة التونسية و تقلدها العديد من المناصب في كل المجالات و المهن، فكانت أول طبيبة و أول قاضية و أول قائدة قطار و أول وزيرة...

و لهذا الغرض، استضافت كل من:

- سامي نصر: أخصائي في علم الاجتماع.

- سلمى بن عبد الله: أخصائية في علم النفس.

- درصاف قنواطي: حكمة دولية في كرة القدم.

- زهيرة بناني: مدربة اتصال.

استهلّت المذيعة حوارها بطرح إشكالية حول "النساء في المهن الصعبة أو الرجولية":

- فكان سؤالها الموجه إلى الضيف سامي كالاتي: "هل تغير مفهوم المهن الأنثوية إن صح التعبير المهن الذكورة عبر التاريخ و إلا قد هو نفسو؟- السؤال كان مدعما بصورة لامرأة تعمل ميكانيكية". و الذي أجابها عليه من زاوية تخصصه و بعرض تداعيات اجتماعية للمجتمع التونسي حول الموضوع بقوله: "هو ثاني يعتبر من المواضيع المتحركة يعني كي نقولو موضوع متحركمش لا بد يعني درجة الرفض و الحدود الفاصلة بين العمل المسموح بيه أو المقبول اجتماعيا و العمل غير المقبول اجتماعيا، وفي نفس الوقت زادا الجهة اللي تحدد المقبول و المرفوض ديمتا تبقى متغيرة زمانيا و مكانيا ، زمانيا معناها عبر التاريخ فم برشة مهن اللي كانت لمرات متجمش تخدمها و لات تخدمها و مكانيا تختلف من مجتمع لمجتمع مثل إحنا قبل كانت مثلا يعني لمرات باش تسوق حافلة معناها شئ غريب... يعني اليوم انو المرأ من حقها تشتغل أم لا ؟ اليوم بالعكس مشينا خطوة اخرى للامام هو كونو

معناها المهن التي معندهاش الحق تخدمها،... -" الحديث مصحوب بصورة لامرأة ميكانيكية تحمل آلة و تفك براغي العجلات-

- أيضا سؤالها الموجه للضييفة سلمى: "شنوا المقاييس اللي تم اعتمادهم باش نقولوا هادي مهنة للرجال و هادي مهنة للنساء donc إذا كان فم مقاييس مادا بينا نفهموهم و نوروهم للسادة المشاهدين؟" و التي أجابتها قائلة: "فم مقاييس هوني إذا كان حكينا ... على هوني نحكيو على الرجل الصنف معناتها المرأة و الرجل فم مميزات اجتماعية مميزات اللي هوما كي *sont véhiculés* معناتها جابهم اللا وعي...الجماعي كيما هوما صفات المرأة وصفات الرجل، صفات المرأة اللي هوما معناتها...الإحساس و الرقة اذوما الصفات ...للمرأة و فم صفاتش...اللي هما للرجال هادي من قديم الزمان التصنيف هذايانجمو نصنفوه رجالي و نسائي كيف كيف المهنة كان عندها تجنيس الوصف..."

في حين انعدم التقرير و الروبورتاج في هذا العدد ،أما عن تفاعلات الجماهير فكانت تعرض من قبل المذبة لما تم تسجيله عبر مواقع التواصل الاجتماعي، و التي من نماذجها:

- متفاعلة تقول: "تثبت المرأة يوم بعد يوم أنها قادرة على تخطي الأصعب لذا أنا أجدها تخطو خطوة مهنية مهمة لتحرير نفسها من الضغوط الحياتية و المعيشية و العملية."

- متفاعل آخر يقول: "اليوم أصبحت المهن الرجالية لا تنحصر عند الرجال فقط بل المرأة التونسية خصوصا اكتسحت جميع المهن و المهن الصعبة و التي يعجز عنها الرجل بعض الأحيان نساء بلادي نساء و نصف و إذا اكتمل النصف الثاني فهي تعادل الرجل".

لنتابع المذبة بعد ذلك الحوار مع الضيفة "درصاف" بخصوص الوسط الاجتماعي و تأثيره على

ممارسة المرأة للمهن الذكورية.

- العدد السابع "الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة":
- سلمى بن عبد الله: أخصائية علم نفس.
- بوراوية العقربي: النائبة العامة بمنظمة الدفاع عن حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة.
- سامي نصر: أخصائي علم اجتماع.
- هنية العايدي: لاعبة العاب قوى اختصاص رمي الرمح و دفع الجلة.
- عبر الهاتف: ثامر التوكابري: رئيس مصلحة التأهيل و الإدماج بوزارة الشؤون الاجتماعية.
- بعد ترحيب المذيعة بالضيوف، تم اخذ رأي الشارع التونسي في الإحاطة بالشخص المعاق في تونس  
مثل:
- المستجوبة 1: التي ترى بان : "المعاقين مش لاقيين حدهم... انت باش تتركب في الكار و لا باش تتركب في الترينو يلزم تخلي بقعة للمعاقين في كل بلدان العالم ثم بلايص للمعاقين انت انت لي ما مش معاقين ما ينجموش يطلعوا في الترينو هاذي هي تونس انت كيفاش علاش بلادنا هكا؟"
- المستجوبة 2: "و الله في LA GUAR و اللا في STATION و اللا في LA POSTE تلقى تلقى منين تتعداو، تلقى الممر خاص، أما كقيمة كقدر كهيبة ما نتصورش."
- صحيح أن هذه الآراء عبرت سلبيا على وضعية المعاق و تعاطفت معه، غير أن المختص سامي كانت له نظرة عكست واقع هذه الفئة من جهة قانونية حيث عبر على ذلك بقوله: "...لكن لو نشوفوا الواقع نجد العكس تماما ، يعني اليوم التونسي كما الحكومة على مستوى القوانين ، سواء الإجراءات



أو الاتفاقيات الدولية تلقى ما شاء الله، لكن كي نهبطوا للواقع نلقوا عكس ذلك تماما، اعلاش لأنو زادا ما ننساوش كونو حتى تعريف المعاق في حد ذاتو فيه بعد سلبي اليوم الوقت اللي كل الناس تحكي على أساس كونو هو السوي نحكي على انو المعاق شنوا **contrepartie** انتاعو هو غير سوي، و هناك طرف آخر سوي معناها بكل قاعدين يحكيوا على أساس كون إحنا أسوياء و الفئة الأخرى ما همش أسوياء."

بعدها تم عرض المحور الأول من العدد ، أين تم التطرق فيه إلى نظرة المجتمع إلى المعاق من خلال الدعوة إلى ضرورة إلغاء نظرة الشفقة والضحية هذا من جهة، ونظرة المعاق إلى المجتمع من خلال عرض للصور النمطية التي يحملها المعوق عن المجتمع بكونه رافض للتعامل معه و نظرتة إلى نفسه باعتباره عنصر فاعل و ايجابي و قادر على التأثير من جهة أخرى. بعرض حالة من ذوي الاحتياجات الخاصة، والت تعرضت لها دخلت لواقع المعاقين و حققت نجاحات بالرغم من العراقيل و الصعوبات التي واجهتها خاصة الإدارية-تضييع بعض الحقوق-مقارنة بالدول الأوروبية.

إلى جانب هذا ، تم التطرق في العدد إلى محور المسؤولية تجاه المعاق، من خلال ضرورة تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص في العمل و تخفيضات أسعار الولوج إلى الأماكن والتي تخللها تدخل مدير من وزارة الشؤون الاجتماعية الذي أبدى ملاحظاته بشأن النظرة السلبية تجاه المعاق بالرغم من الامتيازات و الدعم الحكومي لهذه الفئة مثل المراكز المختصة الموجودة في الجمهورية التونسية و التي على حسب تصريحه بلغت: "310 مركز تربية مختصة يعني مجالهم جميع الإعاقات."

إلى جانب هذا احتوى العدد على تقريرين، عرضا حالة شخصين من ذوي الاحتياجات الخاصة، مثل الشخص المعاق الذي تعرض لإعاقة بسبب سقوطه على ظهره والذي تسبب له في كسر فقرتين، و الذي

لازال يعاني بالرغم من إجرائه لعمليات جراحية،ذلك أن الوضع في تونس و كما عبر عليه:"صعبة برشة بلاكش الطبيب برة كي تمشي يعطيك rendez-vous امباعد6شهر أفهمتي...معناها الحالة ماشية و تتعكر ماش ماشية و تتحسن افهمتي...حببت نعمل هاك الرخص انتاع كشك و انتاع دخان أفهمتي ما وافقوليش..."

أما تفاعلات الجماهير فكان بعضها من خلال المجتمع المدني مثلا من ذوي الإعاقة والتي منها:

- معاقة تقول:"أنا فخورة أنني من ذوي الإعاقة ."

- معاق آخر يقول:"أنا كفيف و البوراوية العقربي متألفة كعادتها شكرا على طرح الموضوع."

- معاق آخر يقول:"عندي إعاقة و مرض مزمن لم أتمكن من ابسط الحقوق و هي بطاقة علاج نحس روعي غريب في بلادي..."

و هو ما استدعى من جهة أخرى تسليط الضوء على الإجراءات التي يمكن اتخاذها لتحسين مكانة المعاق من خلال الإدماج أو المشاريع الحياتية المختلفة و تحسين المراكز الاجتماعية كما العمل على تغيير نظرة المجتمع لهذه الفئة و قبولها رغم اختلافها.

لتختم المذبة بعدها العدد بكلمة ختامية و شكر مقدم للضيوف.

و لقد عكست بذلك البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة نمط الحياة الاجتماعية للوطن العربي الجزائري و التونسي و الخليجي و العربي بصفة عامة من خلال قالب "الحوار" الذي مست قضاياهم و إشكالاته فئات متباينة من الجمهور العربي من خلال مقدميهم و ضيوفهم وكذلك الجمهور الفاعلين في رسالة القيم الأخلاقية و التي عكستها إمكاناتهم الاجتماعية و الثقافية و التربوية

و توجهاتهم الدينية و الفكرية، انطباعاتهم و أحاسيسهم النفسية ،حيث تشاركوا بث المعلومات وعرضها من زوايا متنوعة و متباينة و متعارضة عبرت على المواقف الشخصية ( الحالات و كذا تفاعلات الجماهير من خلال "سبر الرأي" )، والمتخصصة(رأي المختصين) خلا فترة زمنية واحدة عكست من جهة الشعور بالواقعية نتيجة كونهم شخصيات تعيش نفس المكان و الزمان، و المسؤولية الاجتماعية و كذا الدور الإيماني والنفسي والاجتماعي و التربوي و التنقيفي للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة و الذي عكسته حرية الحوار و طرح الأفكار و التعبير عنها و تسليط الضوء على زوايا مثلت مصالح المجتمع بصفة عامة سواء من خلال مواضيع عادية أو أخرى شاذة- وهو ما تناولته الطالبة في الدراسة التحليلية لمضمون البرامج الاجتماعية- و الذي يعكسه -قبلها - جدول الأسلوب الإقناعي لعرضها- ما جعل من عملها الإعلامي معبرا عن حقيقة صنعها المقدمات و الضيوف و الجماهير الفاعلة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة و الذين مثلوا أكثر من دولة عربية من جهة أخرى.

حيث تشكلت بذلك ملامح القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة من خلال:

\*موضوعاتها التي كانت فضاءا عموميا معبرا على محلية الموضوعات الاجتماعية المطروحة للنقاش فعبرت عما يحدث في الوطن الواحد، وحاجة ربط هذا التعبير بالبعد العربي تحقيقا لعنصر الانتماء و إن كان متأثرا ببعض مظاهر التقليد التي قد تتنافى و أصالة و أعراف هذا المجتمع(مثل حفلات الزواج بين التقليد و المعاصرة- "برنامج كلام نواعم"، نساء في مهن صعبة ذات الامتدادات الرجولية و مدى تقبل أو رفض المجتمع لها- برنامج رأيك أصلح - و التي حظيت باهتمام القنوات الفضائية العربية و الخاصة على حد سواء وان كانت من قبل "لا تجد لها صدى في التلفزيون ذات الطابع العمومي و الخاص".(16)

\*الذروة الفنية لتقديم البرامج الاجتماعية و التي كانت الفترة الليلية لكافة البرامج -تتميط ساعة البث- ابتداء من الساعة التاسعة ليلا، وذلك يوم "الثلاثاء" بالنسبة للبرنامجين "خط احمر" و رأيك أصلح"، في حين قدمت بقية البرامج أيام نهاية الأسبوع و التي كانت يوم الجمعة بالنسبة لبرنامج "العائلة" - و الذي تسبقه عملية بث مباشرة يوم الثلاثاء على القناة الأرضية الجزائرية- و يوم "الأحد" بالنسبة لبرنامج "كلام نواعم".

\*شخصية مقدمات البرامج الاجتماعية عينة الدراسة، التي تم تقديمها بتراتبية في بداية كل عدد برنامج أو فقرة من فقراته، بذكر تكوينهم العلمي ، تخصصاتهم وتجاربهم.

\*الضيوف الذين مثلوا رجال دين في(برنامج خط احمر)،قادة رأي، نجوم و فنانيين، نواب جهات رسمية، جماعات محلية، محللين مفكرين علماء اجتماع، علماء اتصال ، علماء نفس، أطباء في جميع البرامج عينة الدراسة(كما بينه عنصر تقديم البرنامج الاجتماعي في البطاقة الفنية لجميع البرامج الاجتماعية عينة الدراسة).

1-1-2- فئة الأسلوب الإقناعي وتوزيعها : جدول رقم (26): فئة الأسلوب الإقناعي المستخدم في

البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط احمر"		البرنامج الاجتماعي الأسلوب الإقناعي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
	42.19	3705	34.83	581	40.93	539	28.90	241	47.24	2344
	57.81	5076	65.17	1087	59.07	778	71.10	593	52.76	2618
	100	8781	100	1668	100	1317	100	834	100	4962
										Σ

يوضح الجدول رقم(26) الأسلوب الإقناعي الذي اعتمده البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية

العربية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية . حيث عكست نتائج الدراسة التحليلية الكمية اعتماد

البرامج الاجتماعية عينة الدراسة على:(8781) تكرارا إجماليا للأساليب الإقناعية في البرامج الاجتماعية

عينة الدراسة قدر . حيث احتوى البرنامج الاجتماعي "خط احمر" على:(4962) أسلوبا اقناعيا، يليه البرنامج

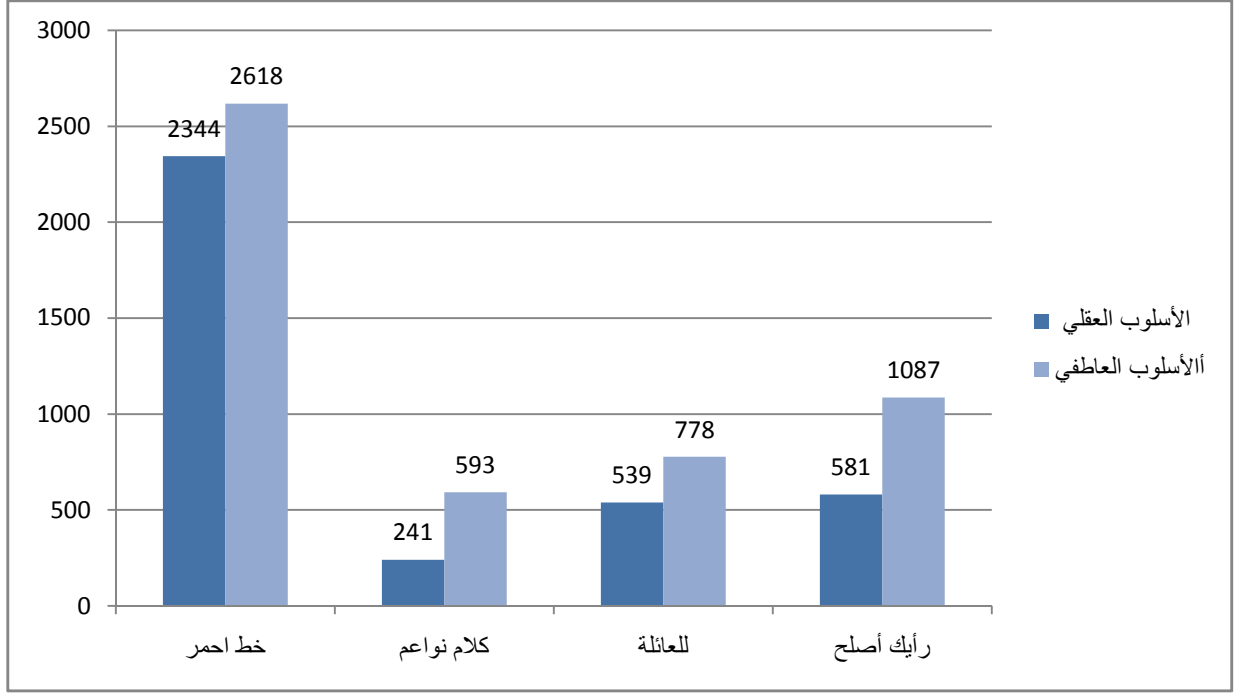
الاجتماعي "رأيك أصلح" ب:(1668) أسلوبا، ثم "البرنامج الاجتماعي" للعائلة" ب:(1317) أسلوبا اقناعيا، فالبرنامج

الاجتماعي "كلام نواعم" بأصغر تكرار:(834). ليكون البرنامج الاجتماعي " خط احمر " أكبرها تكرارا.

و هو ما يوضحه الرسم رقم(2).

رسم رقم(2):رسم بياني لتوزيع تكرارات فئة الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الاجتماعية عينة

الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :



#### رسم بياني رقم(2): توزيع تكرارات الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة

و باعتبار الحوار أسلوب التعبير الأول عن الأفكار و تقاربها و تفاعلها مدعما بتقارير و روبرتاجات في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة ،كان ذلك دافعا من الطالبة لمعرفة القواعد التي يقوم عليها و عكسها من خلال فئة الأساليب الإقناعية وتوزيعها كمحاولة لتبيان الرسالة الإقناعية التي خاطبت بها القنوات الفضائية العربية العمومية و الخاصة ببرامجها الاجتماعية الجمهور العربي بوجه خاص و الجمهور الدولي بشكل عام و جملة أساليبها الإقناعية استنادا إلى هدى "القران الكريم" و "السنة النبوية المطهرة" لأن جملة النماذج الإقناعية الواردة في القران الكريم و السنة النبوية ، تعطي مشروعية للإقناع و من ذلك، فتكون بذلك سبيل للسير عليه في تحليل ما تخاطب به عقول و قلوب الجماهير خاصة في مجال "الإعلام" الذي شكل فيه الإقناع "ركيزة مهمة من ركائز العمل الإعلامي الذي يهدف إلى التأثير في تكوين الرأي العام و تغيير المعتقد و الموقف و السلوك... و معرفة الأساليب و الطرق التي تؤدي إلى الإقناع ضرورة لكل العاملين في الحقول الإعلامية... يقصدون بها استمالة الجماهير

و استقطابها إذ لا يمكن أن تكره أي إنسان على اتخاذ موقف ما، أو أن يتصرف بطريقة معينة، لأن الله سبحانه و تعالى خلق البشر و هم عبيده، كره لهم الإكراه، و خاطب رسوله (صل الله عليه و سلم) أن (لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من الغي). (البقرة: 256). كما أن معظم النظريات التي تتعلق بهذا الموضوع ... مستمدة من التراث العربي، خصوصا ما ورد في القرآن الكريم من سور و آيات بيّنات ترسم لنا أفضل و أحسن و أقصر الطرق لعملية الاستمالة و الإقناع" (17).

"و للنفس الإنسانية قوتان، قوة تفكير فتحتاج إلى إقناع عقلي، و قوة وجدان فتحتاج إلى إقناع عاطفي، و بعد التوجه إلى العاطفة مؤازرا في أساليب الإقناع و التأثير... فإذا كان العقل لا يسهم في قيادته في بعض الأحيان مهما وضحت الحجة (و للنفس الإنسانية قوتان) الحجة و علت في صحتها و قطيعتها فإن العاطفة تكون حينئذ عونا على استمالة المدعو و اجتذابه فهما أسلوبان يدخل منهما نور الهداية و معاني الخير و الرشاد و لكن بطريقتين مختلفتين" (18).

1 - أسلوب الإقناع و التأثير بالحجج العقلية:

جدول رقم(27):توزيع الأسلوب الاقناعي العقلي في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		الأسلوب العقلي	العدد
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
13.87	514	11.53	67	12.62	68	4.56	11	15.70	368	العدد الأول
14.63	542	17.38	101	26.61	144	9.12	22	11.73	275	العدد الثاني
10.81	400	8.61	50	11.88	64	6.64	16	11.52	270	العدد الثالث
14.33	531	7.40	43	16.60	90	17.43	42	15.19	356	العدد الرابع
15.09	559	18.59	108	7.61	41	26.56	64	14.76	346	العدد الخامس
12.19	452	9.81	57	6.49	35	13.28	32	13.99	328	العدد السادس
7.07	262	14.63	85	6.12	33	9.55	23	5.16	121	العدد السابع
12.01	445	12.05	70	11.87	64	12.86	31	11.95	280	العدد الثامن
100	3705	100	581	100	539	100	241	100	2344	Σ

حيث بلغ تكرار الأسلوب الاقناعي في البرامج الاجتماعية الأربعة عينة الدراسة (3705) أسلوبا اقناعيا عقليا بنسبة(42.19%)، كان العدد الخامس أكبرها تكرارا بـ:(559) أسلوبا وبنسبة(15.09%)، يليه العدد الثاني: بـ:(542) أسلوبا وبنسبة(14.63%)، العدد الرابع: بـ:(531) أسلوبا وبنسبة(14.33%)، العدد الأول: بـ:(514) أسلوبا وبنسبة(13.87%)، العدد السادس: بـ:(452) أسلوبا وبنسبة(12.19%)، العدد الثامن: بـ:(445) أسلوبا وبنسبة(12.01%)، العدد الثالث: بـ:(400) أسلوبا وبنسبة(10.81%)، و آخرها العدد السابع: بـ:(262) أسلوبا وبنسبة(7.07%)، ولقد تباينت تكرارات الأسلوب الاقناعي العقلي ونسبه المئوية حسب كل برنامج اجتماعي بالترتيب كالاتي:



### 1- الأسلوب الاقناعي العقلي في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": احتوى البرنامج

على (4962) أسلوبا اقناعيا، بلغ تكرار الأساليب العقلية منها: (2344) أسلوبا ، ما يمثل (47.24%). و التي توزعت على الأعداد الثمانية و بالترتيب كالاتي: العدد الأول و هو اكبر الأعداد الثمانية تكرارا من حيث اعتماد الأساليب الاقناعية فيه: (368) أسلوبا و ب: (15.70%)، العدد الرابع: (356) أسلوبا و ب: (15.19%)، العدد

الخامس: (346) أسلوبا و ب: (14.76%)، العدد السادس: (328) أسلوبا و ب: (13.99%)، العدد الثامن: (280) أسلوبا و ب: (11.95%)، العدد الثاني: (275) أسلوبا و ب: (11.73%)، العدد الثالث: (270) أسلوبا و ب: (11.52%)، و آخرها العدد السابع: (180) أسلوبا و ب: (5.16%).

### 2- البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": حيث بلغ عدد تكرارات أساليبه الاقناعية: (1668) أسلوبا، منها

(581) أسلوبا اقناعيا عقليا ، بنسبة: (34.83%). " ليكون ثاني البرامج الاجتماعية عينة الدراسة اعتمادا على الأسلوب الاقناعي العقلي. حيث توزع هذا الأسلوب على أعداد البرنامج الثمانية بالترتيب كالاتي: العدد الخامس: (108) أسلوبا و ب: (18.59%)، العدد الثاني: (101) أسلوبا و ب: (17.38%)، العدد السابع: (85) أسلوبا و ب: (14.63%)، العدد الثامن: (70) أسلوبا و ب: (12.05%)، العدد الأول: ب: (67) أسلوبا و ب: (11.53%)، العدد السادس: (57) أسلوبا و ب: (9.81%)، العدد الثالث: (50) أسلوبا و ب: (8.61%) و آخرها العدد الرابع: (43) أسلوبا و ب: (7.40%).

### 3- توزيع الاسلوب الاقناعي العقلي في البرنامج الاجتماعي "للعائلة": احتوى البرنامج على

(1317) أسلوبا اقناعيا ، منها: (539) أسلوبا اقناعيا عقليا أي ما يمثل: (40.93%). حيث توزع هذا الأسلوب على أعداد البرنامج الثمانية بالترتيب كالاتي: العدد الثاني: (144) أسلوبا و ب: (26.61%)، العدد

الرابع:(90) أسلوبا و ب:(16.60%)،العدد الأول:(68) أسلوبا و ب:(12.62%)،ليتساوى العدد الثالث والعدد الثامن ب: (64) أسلوبا و ( 11.88%)،العدد الخامس:(41) أسلوبا و ب:(7.61%)،العدد السادس:(35) أسلوبا و ب:(6.49%)، و آخرها العدد السابع:(33) أسلوبا و ب:(6.12) .

4- توزيع الأسلوب الاقناعي العقلي في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": احتوى البرنامج على:(834) تكرارا ،بلغ تكرار الأساليب العقلية منها: (241)أسلوبا ما يمثل:(28.90%)،و لقد توزعت أعداده الثمانية وبالترتيب كالاتي: العدد الخامس:(64) أسلوبا و ب:( 26.56%)، العدد الرابع:(42) أسلوبا و ب:(17.43%)،العدد السادس:(32) أسلوبا و ب:(13.28%)، العدد الثامن: ب: (31) أسلوبا و ب:(12.86%)،العدد السابع:(23) أسلوبا و ب:(9.55%)،العدد الثاني:(22) أسلوبا و ب:(9.12%)، العدد الثالث:(16)أسلوبا و ب:(6.64%) و آخرها العدد الأول:(11) أسلوبا و ب:(4.56) .

ليكون بذلك الأسلوب الاقناعي العقلي ثاني الأساليب الاقناعية اعتمادا في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة و أكبرها تكرارا في البرنامج الاجتماعي "خط احمر" و اصغرها تكرارا في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم".

و هذا الأسلوب كان متضمنا للأدلة العقلية و البراهين اليقينية. و مثال ذلك ما تم استنتاجه من خلال الدراسة التحليلية الكيفية المقارنة للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

- إبراز الحقائق الثابتة:من خلال الشواهد العقلية و المعرفية، توثيق المعلومات و تصحيحها بالأدلة حيث التعبير على عديد المواقف سلبا أو إيجابا. و من نماذجه:

1- البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ما ورد في العدد الثالث من البرنامج "كلام الناس": بشأن الحالة "الغالي" الذي تحطمت حياته بسبب كلام الناس، و الذي حلها الأخصائي النفساني محمد فرجاني بناء على تصريح الحالة بقوله: "نعم نعم، هو الحقيقة، أحياناً نصرح أننا لابس بينا و لكن عندما صرح صرح على انو غير مستقر نفسياً، رغم أنني نشوف الحق حامد ربي و صلى ،كيما قال هذا المسلمين لازم يكونوا هكذا، و لكن الشيء الثاني، عندما يصرح الإنسان معاناتها راهو يعاني ما دام قال انو كذا كايين معاناة، معاناة تختلف لأنو في علم النفس هناك من ناحية الحدة أو الشدة ...حنا نقولو فقط انو فعلا عندما توقف المسار أنوا كان عندو حلم حب يحققو مع الزوجة تاعو تسترو و يسترها في غالبية الحالات نلقاو هاذ الحالات راح يتعرضوا لصدمة...الداخلي ما يسمى بالبناء النفسي الداخلي، هنا يكون تضرر و جرح نرجسي بمعنى ان هناك جرح نرجسي عميق جدا عند بعض الحالات ...يصبح عندهم جرح نرجسي ...لانهم تطعنوا في شرفهم و لا تطعنوا في رجولتهم و لا يقولك أنا نخاف كون غدوى نعاود نزيد هنا ما سيمي ب la foulé تولي عندو خوف حتى رهاب اجتماعي و يولي ما يقدرش يهدر مع الناس ينعزل و يبقى هديك الفكرة حتى تولي عندو و حتى الوسواس القهري في بعض الحالات تولي عندهم حتى الوسواس القهري... يولييشك في روحو و ضعف الثقة و التصرفات." حيث بين الحالة النفسية بناء على مقدمات و صولا إلى نتائج.

## 2- البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم":

- تصريح المذيعة منى في العدد الخامس "المرأة السعودية في قطاع العلوم": "38% من العاملين في الوطن العربي هم من النساء، في السعودية ما وصلت النسبة إلى هذا الحد إلى الآن، لكن طبعا عندنا

من أعلى النسب من التخرج من التخصصات العلمية الأكاديمية في العالم. لكن السنوات الأخيرة شهدت بروز رائدات سعوديات في العلوم نجحوا حتى في تحقيق شهرة عالمية."

- و لغرض معرفة المزيد من التخصصات العلمية الجديدة في ذات العدد ، طرحت ذات المذيعة الحقيقة التالية: "أكدت رؤية السعودية 30/20 على دور المرأة كشريك اقتصادي، و لذلك كان أهم أهداف الرؤية رفع نسبة مشاركة المرأة في سوق العمل من 22 إلى 30 % ، و لا شك أن المرأة السعودية راح تأخذ مكانة لها في العمل في قطاعات علمية ربما كان وجودها في الماضي ضئيل إلى منعدم." ولتدعيم الفكرة قدمت تقريراً عن عالمات سعوديات في عديد المجالات العلمية.

### 3- البرنامج الاجتماعي "العائلة":

- العدد الثاني "الطلاق و الخلع في الجزائر": عبرت فيه الضيفة المختصة عن واقع الطلاق في الجزائر بلغة الأرقام قائلة: "68 ألف حالة طلاق بالجزائر ما يعادل 186 طلاق يوميا وما يعادل 7 اسر تنحل في الساعة شيء مخيف جدا و علينا ان ندق ناقوس الخطر لكي نعرف الأسباب الواقعية لهذه الظاهرة الدخيلة علينا التي جعلت من العالم العربي في المرتبة الثانية بعد الولايات المتحدة الأمريكية يعني في بلد اللي دستوررو السماوي يقول :إن ابغض الحلال عند الله الطلاق أصبح نسبة الطلاق فيه 20 % و نسبة الطلاق ترتفع بـ : 7% سنويا إذ علينا أن نعرف ماذا يحدث."

### 4- البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح":

- العدد الأول "المدرسة العمومية و المدرسة الخاصة": حيث تحدثت الضيفة المسؤولة عن كيفية إسناد الرخص للمدارس الخاصة كتوضيح و تفصيل و رد عن رأي متصلة عبرت فيه عن الواقع السلبي لأغلبية

المدارس الخاصة بتونس قائلًا: " في كل مستوى ولاية ، السيد الوالي يرأس اللجنة الجهوية الاستشارية لبعث المؤسسات الخاصة بعدما يتقدموا أصحابها بطلب...في اجل قبل 31 ماي،اللجنة هاذي اللي يرأسها السي الوالي موجودة فيها المندوبية الجهوية،موجودة فيها ابطارات المندوبية الجهوية،موجودين فيها إبطارات البلدية،هذوما اللي يقوموا بالمعاينة من خلال لجنة فنية تخرج لمعاينة المحل اللي فيه شروط حسب الأمر عدد 866464 عفوا و اللي يؤكد على صلاحية المحل كذلك، ثم السيد الوالي هو اللي يقترح على وزير التربية إسناد الرخصة إذا كان الملف طبعاً سليم،فالحالة هديا السيد الوزير بعد دراسة الملف مرة ثانية في إطار مستوى الوزارة،يمنح الترخيص للمؤسسة التعليمية الخاصة هذيا إذا توفرت فيها الشروط."

- الموعظة و النصيحة:(19): وهذا العنصر يشتمل على إما الاقناع بالحكمة أو الموعظة الحسنة:- ادع إلى سبيل ربك بالحكمة و الموعظة الحسنة- للحكمة بالنظر إلى ما ورد في كتاب الله عزوجل عدة معان،و قد ذكرها الفيروز أبادي في ستة، أما معناها في سياق هذه الآية فان للمفسرين فيه أقوالا يمكن إجمالها في ثلاثة أقوال: الأول:أنها"اسم يجمع العلم و العمل به"و المقصود علم الكتاب و السنة العمل بهما." بناء على الدليل الصحيح المحكم و الحجة القطعية و الموعظة بما جاء في كتاب الله فهي حق و صدق. ومن نماذجه في مضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

### 1- البرنامج الاجتماعي "خط احمر":

- ما ورد في العدد الخامس "هروب القصر و القاصرات":الذي بدا حديثه حول الموضوع بقوله:"حببت نبدا الكلام ديالي عن النبي صل الله عليه و سلم كلكم راع و كلكم مسؤول عن رعيته،و قوله عزوجل للناس:و قفوهم إنهم مسؤولون.شكون المسؤول على هاذ الدراري هاذو هوما الوالدين سواء كان

البابات و اليمات ولا البابات وحدو،و اللا اليمات ، نتا مسؤول عليهم،الأم مسؤولة على ولادها و بناتها،كي نقولوا مسؤولية، يقتضي انك تعرفي كل صغيرة و كبيرة،معناها انو سمعت هاد لكلام ان عندها تليفون و أنا مااعلاباليش،هذا خطير جدا،كبير بزاف...المسؤولية ماشي فقط نقلشهم و نمدلهم بل بعض الاحيان كي تمد لهم ماشي مليح..."

## 2- البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم":

-العدد الثامن"التصالح مع الفقدان":الدكتورة المختصة نادية ترى فيما تعلق بالسؤال حول طريقة التأثر من خسارة الأحبة:"أكيد أكيد الحزن و الصدمة في البداية شيء طبيعي إنوا إحنا نتفاعل و نحزن و نبكي،...أحنا ندرك على فكرة انو أعظم حكمة ممكن ناخذها أو نتعلمها من الوفاة،لما نفقد احد نرجع نكسب احد ثاني،و كل نهاية دورة في بداية دورة، و نعرف انو اللي ماتو سلمونا رسالة لازم نكملها و هادي الرسالة توقفت علينا نكملها."أيضا في ذات العدد جواب الدكتورة عصمت المذيعة سالي عن سؤالها المتعلق بفكرة التغلب على الموت و استمرار الحياة:"نقطة القوة اللي بتميز الإنسان عن باقي الكائنات الحية هي المرونة،فلما يكون الإنسان مرن يوصل لمرحلة التقبل و التأقلم مع الحياة رغم بشاعتها أو صعوبتها أو جمالها بغض النظر شو المسمى لكل شخص فينا."ولقد دعمت الفكرة واستشهدت على ذلك بتجربتها الخاصة على اثر فقدان زوجها قائلة:"فأنا الحمد لله رب العالمين،...أنا هلا وصلت لمرحلة التقبل اني أنا مضطرة أكمل الحياة على حالي،هو معاي بروحو،حب الجسد فان و حب الروح خالد،فبالتالي المرونة كثير مهمة،فوصلت لمرحلة اني سارت الحياة بالنسبة إلى انجاز فرصت بتسابق مع الزمن و مع الحياة ، اديش بدي أنجز في شغلي و بالكتابة،اكتب مقالات أسبوعية بأكثر من جانب."

### 3- البرنامج الاجتماعي "للعائلة":

- العدد "الثامن الألفاظ الجارحة عند الأطفال": من بين النصائح التي قدمها الضيوف المختصين في نهاية العدد: "أنا ننصح الأسر تتقرب من المدارس من الأساتذة ، لا يسألون على النقطة أو المردود الدراسي، يسألون على هذا التلميذ كيفاش راهو في المدرسة في الوسط بأدب، بأسلوب تقاربي من الأستاذ. أو نقول كلمة للأستاذ تأكد أي لفظ أو حركة غير لائقة اتجاه التلاميذ يشفاو عليها فهو الأستاذ و لا بالذات الأستاذ القياس في شخصيتو، لا بد أن نعترف، لم استطع أن أنشط، لم استطع ان أوصل الفكرة فالجا إلى للعنف و للألفاظ الغريبة."

### 4- البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" :

- العدد الثاني "السمنة": قدمت المذيعة و كذلك المختصين في هذا العدد عديد النصائح الصحية منها حتى حد تعبير احد المختصين مثلا: " أنا نقلك متصعبهاش ملول أبدا بالشوية بالشوية حتى كان ما تبادش الريجيم 100% ابدأ ب: 50 %متنجمش تبدأ ب: 50 % ابدأ ب: 5% المهم اعمل كل يوم خطوة و تشرق روحك على طول الزمان ، معاناتها تنجم كيما كنت نحكي من قبيلك لازم تكون الهدف انتاعك باش تضعاف يخليك كل يوم عندك شحنة باش تعمل المجهود اللي لازم تعملو باش توصل للهدف أمتاعك ما تصعبهاش على روحك..."

- القدوة الحسنة: كالاقتداء بشخص الرسول صل الله عليه وسلم، أو احد المرابين الذين يعتبرون مثلا و أسوة صالحة يحتدى بها. من نماذجها:

1- البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ما ورد في العدد الأول "تكريم الأزواج لزوجاتهم": في مواساة الشيخ للحالة "سليمان " على اثر فقد رضيعه: "ولئك مات و النبي ماتولو أربع أولاد صغار و دفنهم و الدمعة طيح على ابراهيم و يدفن في وليدو العين تدمع و القلب يحزن." و ما ورد في العدد الثاني "الانفصال": اتخاذ الشيخ سيدنا عمر بن الخطاب كقدوة للتوبة و العدول عن الذنب في قوله: "سيدنا عمر بن الخطاب ... كان يخدم بالتمر آلهة ، و امبعد قال: أبكاني شيء و أضحكني شيء. فرق بين الحق و الباطل بعد ما واد بنتو و هي حية و ربي غفرلو و رجع نموذج أحنا نقتديو بيه . "ايضا ماورد في العدد الثالث "كلام الناس": و الذي قدم فيه الشيخ الإمام سيدنا ابو بكر كقدوة في موضوع الغيبة و النميمة بغرض كف اللسان مجيبا المذيعة قائلا: " و سيدنا أبو بكر كان يشد لسانو هكذا باش حنا لازم نشدوا لساننا، ما تحكيش على الناس." و ماورد في العدد الثالث "كلام الناس": و الذي أجاب فيه الشيخ الإمام ابتداء عن موضوع الغيبة و النميمة " المذيعة قائلا: "حنا لازم نرجعوا للأصل، النبي صل الله عليه وسلم لما تكلم قال في معنى الحديث: ... قالوا يا رسول الله ا ونسال على ما نقول؟، ربي راح يحاسبنا على الكلام اللي نقولوه حنا حنا نهدروا بزاف، قال: اويكب الناس يوم القيامة على مناخيرهم إلا حصائد ألسنتهم". ممكن هذا اللسان... لي ما تقول بيه والو في نظرك يوم القيامة هو اللي راح يدخلك النار."

2- البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": العدد الثاني "هوايات المرأة اليوم"، و أهمية هوايات للعيش في سعادة و تكملة الحياة": تم من خلاله عرض حالة نورة الجوهرى و هي فنانة تشكيلية التي عبرت عن أسباب توجهها لمجال النحت و التي كانت من بينها على حد تعبيرها: "أعمال مايكل تاشكوف و شدتني اعمالو جدا كان يشتغل على الدمى الواقعية ... كان جدا رائع."



3- البرنامج الاجتماعي "العائلة": العدد الخامس "الصراعات الزوجية": يرى المختص من خلال موضوع العدد أن: "لما نلقاوا هداك الحب و هداك التلاحم بين الزوج و زوجته هدى أحسن تربية للأولاد احسن مظهر يقدر و يشوفوه و يتغرس فيهم ... فالكبار هم قدوة بالنسبة ليهم، الطفل يتعلم بنسبة تفوق 83% عن طريق البصر يعني طريق المحاكاة و يشوف تصرفات راه يقلدها في العالم الصغير ديالو."

4- البرنامج الاجتماعي "أريك أصلح": العدد السابع "الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة": عبر احد المتفاعلين عبر مواقع التواصل الاجتماعي قائلا: "ساو بلي طه حسين كان معاق ."

- ضرب الأمثال: (20) "احد الأساليب التربوية البارعة ، و يستخدم لتقريب المعنى و تجسيده في صورة حسية تدرکها العقول و يسهل فهمها و استيعابها. من نماذجه:

1- البرنامج الاجتماعي "خط احمر": العدد الرابع "العجوز و الكنة": ضربت المذيعة مثلا جزائريا للتعبير عن العلاقة بين العجوز و الكنة: "اللسان الحلو يرضع اللبنة."

2- البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": العدد الأول "علاقة المرأة بالأكل من المطبخ و العادات الغذائية": "الطريق إلى معدة الرجل هو عن طريق معدتو او كرشتو." و العدد الثامن "التصالح مع فقدان": حاولت المذيعة اخذ رأي الضيفة في المثل القائل: "الموت زي رغوطة الصبون."

3- البرنامج الاجتماعي "العائلة": العدد الثالث "النفقة": يرى الضيف المختص انه من بيني أسرة ينبغي عليه أن يحافظ عليها و أن يصبر على ذلك و ضرب بذلك مثلا قائلا: "يا محروقة يا عجين" و لقد عزز هذا المثل بمقولة شعبية للمجتمع الجزائري يقول فيها: "ما عندناش بنات يوليو لدارهم اللي تزوج تبقى في دارها." أي لا ينبغي أن تكون العلاقات الزوجية على محك مثل العجين التي إما تتحرق أو لا

تطهى، وكذلك المرأة إما مطلقة أو عانس. أيضا المثل والوارد في العدد السابع الصحة و الجمال عبر مواقع التواصل الاجتماعي" في نصيحة الضيف للجمهور يستدل قائلاً:"سال مجرب و ما تسالش طبيب." و هو مثل جزائري قديم في ضرورة اخذ استشارة أهل التجربة.

4- البرنامج الاجتماعي "أريك أصلح": مرا "بألف راجل" مثل أطلقتها المذبة للتعبير على المرأة التي تمتهن مهن رجولية وتدخل ميادين و تحقق أكثر مما يحققه الرجال.

-القصة: "تعدى القصة من الطرق المحببة في تعليم المتعلمين، و نشر الوعي الإسلامي، لما لها من آثار خلقية و سلوكية نبيلة، خاصة في القصص ذي المغزى الديني و التعليمي و الخلقى و السلوكي. و يستخدم القران القصة لجميع أنواع التربية و التوجيه التي يشملها منهجه التربوي، تربية الروح و تربية العقل و تربية الجسم." (21)

1- البرنامج الاجتماعي "خط احمر": العدد الرابع "العجوز و الكنة": على اثر المثل الذي قدمته المذبة "اللسان الحلو يرضع اللبة"، قصت المذبة على المشاهدين قصة هذا المثل بقولها: "كانت عجوزة مع عروستها ما يتفاهموش -تدعيم القصة بصورة كاريكاتورية- في يوم من الأيام قررت لعروسة تتخلص من عجوزتها قررت أنها تقتلها، راحت عند حكيم تاع القرية قاتلو :يا شيخ يا حكيم راي عجوزتي يوميا آني معاها في دواسش و خلافات كرهت منها حبيت نقتلها. هداك الحاكم قالها: بصح كون تروحي تقتلي عجوزتك يفيقو بيك لي قتلتها. قاتلو كيفاش؟ قالها: أنا نعطيك سم ديريه مدة شهر في الفجان تاع الحليب الصباح بصح باه ما يشكوش فيك لازم كل صباح تبوسي راسها إذا مرضت داويها، إذا جاعت طبييلها لقمة سخونة. قالها لازم تكوني معاها بلملاحة باش إذا ماتت واحد ما يشك فيك. مدة شهر و لعروسة دير كيما قالها الحكام ...قالك لعجوزة تبدلت و لات مليحة مع عروستها...تقول راهي

طايعتني...تقولها غير يا بنتي ما تخدميش خلي أنا نخدم الشغل،يا بنتي...ولات معاها حنينة و كأنها يماها.لعروسة فاقت قالت : أنا غالطة نولي للحاكم...قالت للحاكم:عجوزتي مليحة ماش حابة نقلها.قاتلو :كيفاش بعد شهر تموت العجوزة؟قالها:أنا ما عطيتكش السم فالحليب ألي عطيتك حكمة "اللسان الحلو يرضع اللبة".لعتطي بذلك درسا في حسن المعاملة.

2- البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم":العدد الثالث "واقع و إنجازات المبتعثات في السعودية":حيث عرضت الضيفة سمر باعتبارها صاحبة خبرة و لاحظت حالات نفسية واجتماعية لطالبات من كل الخلفيات قصة إحداهن عند وصولها للابتعث و بعده قائلة:"أنا بس من كام يوم طلبة من طالباتي كانت بجامعة الملك عبد العزيز و راحت عا الإبتعث،من كم يوم تخرجت في دكتوراه نيوكليير بيولوجي،اتمنى لو كان واحد يشاركني هاذي الطالبة لمن وصلت أمريكا قديش كانت خايفة و قديش كانت ماهي عارفة تسوي ولا حاجة،لاهي عارفة تحجز و لا تروح من بلد لبلد و لا عارفة تغير تيكيت و لا عارفة تتكلم.اخذت يمكن سنتين عشان اللغة، وفجأة البنت هاذي أصبحت ممتازة في اللغة،خلصت الدكتوراه بتفوق و فخورة بيها و بعنتلي صور كيف تخرجت و لحالها و هي لم تخرج من المملكة."

3- البرنامج الاجتماعي "للعائلة":العدد الأول "سدد دينك تنعم حياتك"تعليق الضيف المختص على رأي احد المتفاعلين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في قوله"من كان في عون أخيه كان الله في عون"بعرض قصة لأخ فاضل له عليه الرحمة قائلا:"صرات مرة لما جا احد انو جا يطالب انسان آخر بماله قالو لآخر:أنعل الشيطان.قالو:أنا الشيطان مسلفتلوش الدراهم باش نلعنو."كتعبير على السلوكيات و الممارسات المستفاعة من رحم حياة أفراد المجتمع الجزائري.

- تعود الخلق الفاضل:(22) و"الخلق الحسن تعبير شامل لعدد من السلوكيات المحبوبة،و مقياس صحتها ما ورد في كتاب الله و سنة رسوله صلى الله عليه وسلم:"إن احبك ماليا و أقربكم مني منزلة في الآخرة محاسنكم أخلاقا و إن أبغضكم إلي و أبعدكم مني في الآخرة اساوؤكم أخلاقا الثرثارون المتفيهقون المتشدقون." ومن نماذجه في :

1- البرنامج الاجتماعي"خط احمر":العدد السابع"هروب القصر و القاصرات":قول الشيخ:"من علامات الإنسان المسلم انو يحب لغيره كما يحب لنفسه .النبي صل الله عليه و سلم واش قال:لا يؤمن أحدكم يعني شوف ارتقي لايؤمن أحدكم ما يكتلمش الإيمان ديالو حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه."

2- البرنامج الاجتماعي"كلام نواعم":العدد الثالث "واقع و إنجازات المبتعثات في السعودية":تم عرض في العدد قصة لتجربة طالب كان مبتعث إلى الولايات المتحدة الأمريكية و التي لم تعكس فقط تعزيز الهوية العربية الإسلامية بقدر ما عكست أيضا خلقه الفاضل في حسن المعاملة تقص الضيفة سارة قاتلة:"في قصة جميلة لقيتها من الطلاب،وحدة من الأستاذات الأمريكانيات كانت عندها طالب مبتعث فجاءت تتوسطعد الملحق و احنا جالسين يعني خلوه في الولاية هاذي لا تحولوه لولاية ثانية ...،فقلنا معليش طلاب كثير يبغى ياخذ خبرة،قالت لا،أنا هذا اعتبرته ابني انت تاخدي مني ابني يصحني في الصباح ويبوس على راسي وعلى يدي معتبرها امو...هذا سفير للأخلاق الإسلامية صراحة و الهوية الإسلامية"

3- البرنامج الاجتماعي"العائلة":العدد الخامس"الصراعات الزوجية":يأخذ الحالة من خلال هذا العدد تصنيف تربوي في المجتمع الجزائري،يقول:"هو الكذب وشنو أنت و اللا أنا و اللا الجيران كي كنت صغير بابا قاعد فالدار تمة تروح قولو مانيش فالدار تعلم هداك الصغير الكذب من أنامل أظافره." أيضا

يرى الضيف المختص فيما يتعلق بحفاظ الزوجين على نفسية أبنائهم يقول: "...التغيير يبدأ من الداخل معناها كل واحد يخدم على روجو و كل واحد لازم يمد للزوجة هديك و الزوج يعرف و الزوجة تعرف واش لازم تمد للزوج أيضا إن شاء الله يستعملوا كل من الحوار كل من الصبر كل من الحوار و الصبر تفاهم من اجل خلق المودة و الرحمة اللي وصأنا عليها رسول الله."

4- البرنامج الاجتماعي "أريك أصلح": العدد السادس "الألعاب الالكترونية المهددة لحياة الأطفال": يرى الأخصائي النفسي أن أزمة الألعاب الالكترونية و ما ينجر عنها من مشاكل إنما مرده حسب قوله إلى: "قلة التواصل ما بين بعض، بالنسبة للعب نتاعنا كيفاش تربينا على الألعاب، قبل كانت الألعاب عن طريق الجدة تحكي، كان ثمة تواصل، الصغير وقت اللي يسمع القصة فالمخيل نتاعو يعمل سيناريو، ثم جات التلفزة قلصت من التواصل جات الانترنت كملت وقضات على التواصل جملة، لذلك إذا كنا نحبو ننفدوا الوضع ، لابد باش نهتموا بجانب كبير الي هو ما يسمى بالتواصل الاجتماعي داخل الأسرة."

و هو ما عكس بذلك الضابط الأخلاقي و القانوني في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة من خلال:

- نشر الحقائق بناء على الحقائق و الأرقام و الإحصائيات.

- احترام خصوصية أفراد المجتمع العربي.

- تقديم صادق و منطقي للأحداث و الوقائع.

2- أسلوب الإقناع و التأثير العاطفي:

جدول رقم(28):توزيع الأسلوب الاقناعي العاطفي في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "العائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		الأسلوب العاطفي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
10.74	545	10.12	110	5.27	41	13.15	78	12.07	316	العدد الأول
16.04	814	16.56	180	21.98	171	14.33	85	14.44	378	العدد الثاني
9.91	503	10.67	116	11.44	89	8.77	52	9.40	246	العدد الثالث
13.77	699	7.64	83	17.22	134	8.43	50	16.50	432	العدد الرابع
11.60	589	11.95	130	7.97	62	11.64	69	12.52	328	العدد الخامس
14.11	716	6.35	69	29.05	226	5.23	31	14.90	390	العدد السادس
12.45	632	23.55	256	7.20	56	24.11	143	6.76	177	العدد السابع
13.36	678	13.16	143	12.72	99	14.34	85	13.41	351	العدد الثامن
100	5076	100	1087	100	778	100	593	100	2618	Σ

عكست الدراسة التحليلية الكمية المقارنة للأساليب الاقناعية في البرامج الاجتماعية عينة

الدراسة(5076)أسلوبا اقناعيا عاطفيا بـ: (5076) اي بنسبة (57.81%)، كان العدد الثاني أكبرها تكرارا

(814) أسلوبا وبنسبة(16.04%)، يليه العدد السادس: بـ:(716) أسلوبا وبـ:(14.11%)، العدد الرابع:

بـ:(699) أسلوبا وبـ:(13.77%)، العدد الثامن: بـ:(678) أسلوبا وبـ:(13.36%)، العدد السابع: بـ:(632)

أسلوبا وبـ:(12.45%)، العدد الخامس: بـ:(589) أسلوبا وبـ:(11.60%)، العدد الأول: بـ:(545) أسلوبا

وبـ:(10.74%)، وآخرها العدد الثالث:(503)اسلوبا وبـ:(9.91%).

ليكون بذلك الأسلوب العاطفي أكثر الأساليب الاقناعية اعتمادا في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة،و الذي كان أكبرها تكرارا في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"،و اصغرها تكرارا في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم".حيث تباينت تكرارات الأسلوب الاقناعي العاطفي ونسبه المئوية حسب كل برنامج اجتماعي بالترتيب كالآتي:

\* توزيع الأسلوب الاقناعي العاطفي في البرنامج الاجتماعي "خط احمر":احتوى البرنامج على(4962)أسلوبا اقناعيا،حيث تصدرت الأساليب الاقناعية العاطفية قائمتها بـ:(2618) أسلوبا اي بنسبة:(52.76%)،كان العدد الرابع أكبرها تكرارا (432) أسلوبا وبنسبة(16.50%)،يليه العدد السادس: بـ:(390) أسلوبا وبيـ:(14.90%)،العدد الثاني: بـ:(378) أسلوبا وبيـ:(14.44%)، العدد الثامن: بـ:(351) أسلوبا وبيـ:(13.41%)، العدد الخامس: بـ:(328) أسلوبا وبيـ:(12.52%)، العدد الأول: بـ:(316) أسلوبا وبيـ:(12.07%)، العدد الثالث: بـ:(246) أسلوبا وبيـ:(9.40%)،وآخرها العدد السابع:(177)اسلوبا وبيـ: (6.76%).

\*توزيع الأسلوب الاقناعي العاطفي في البرنامج الاجتماعي " رأيك أصلح": احتوى البرنامج على(1668)أسلوبا اقناعيا،بلغ تكرار الأساليب الاقناعية العاطفية منها:(1087)أي ما يعادل:(65.17%).كان العدد السابع أكبرها تكرارا (256) أسلوبا وبنسبة(23.55%)،يليه العدد الثاني: بـ:(180) أسلوبا وبيـ:(16.56%)،العدد الثامن: بـ:(143) أسلوبا وبيـ:(13.16%)، العدد الخامس: بـ:(130) أسلوبا وبيـ:(11.95%)، العدد الثالث: بـ:(116) أسلوبا وبيـ:(10.67%)، العدد الأول: بـ:(110) أسلوبا وبيـ:(10.12%)، العدد الرابع: بـ:(83) أسلوبا وبيـ:(7.64%)،وآخرها العدد السادس:(69)أسلوبا وبيـ: (6.35%).

\*توزيع الأسلوب الاقناعي العاطفي في البرنامج الاجتماعي للعائلة": احتوى البرنامج على: (1317) أسلوبا اقناعيا، حيث تصدرت الأساليب الاقناعية العاطفية قائمتها ب: (778) أسلوبا أي ب: (59.07%). كان العدد السادس أكبرها تكرارا (226) أسلوبا وبنسبة (29.05%)، يليه العدد الثاني: ب: (171) أسلوبا و ب: (21.98%)، العدد الرابع: ب: (134) أسلوبا و ب: (17.22%)، العدد الثامن: ب: (99) أسلوبا و ب: (12.72%)، العدد الثالث: ب: (89) أسلوبا و ب: (11.44%)، العدد الخامس: ب: (62) أسلوبا و ب: (7.97%)، العدد السابع: ب: (56) أسلوبا و ب: (7.20%)، وآخرها العدد الأول: (41) أسلوبا و ب: (5.27%).

\*توزيع الأسلوب الاقناعي العاطفي في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": احتوى البرنامج على: (834) أسلوبا اقناعيا، حيث تصدرت الأساليب الاقناعية العاطفية قائمتها ب: (593) أسلوبا أي ب: (71.10%). كان العدد السابع أكبرها تكرارا: (143) أسلوبا وبنسبة (24.11%)، يليه العدد الثامن و العدد الثاني: ب: (85) أسلوبا و ب: (14.34%)، العدد الأول: ب: (78) أسلوبا و ب: (13.15%)، العدد الخامس: ب: (69) أسلوبا و ب: (11.64%)، العدد الثالث: ب: (52) أسلوبا و ب: (8.77%)، العدد الرابع ب: (50) أسلوبا و ب: (8.43%)، وآخرها العدد السادس: (31) أسلوبا و ب: (5.23%).

وقصد التحليل الكيفي المقارن للأساليب الاقناعية العاطفية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة، تعين أولا تبيان ماهية الأسلوب الاقناعي العاطفي، والذي سمي "بالعاطفي" لأثره على العاطفة التي هي لدى علماء النفس: "استعداد نفسي ينزع بصاحبه إلى الشعور بانفعالات معينة و القيام بسلوك خاص حيال فكرة أو شيء، كما يمكن تسميته بالوجداني لأثره في الوجدان الذي هو "ضرب من الحالات النفسية من حيث تأثرها باللذة أو الألم في مقابل حالات أخرى تمتاز بالمعرفة و الإدراك" (23).



\* اعتماد الخيال، الواقعية و الإيديولوجية: من خلال أفكار طرحت بشكل متنامي، متطور و متصاعد قائم على التجديد و حمل المشاهد على معايشة أحداثه بفكرته العامة و زواياها المضيقية.

\* تناول المواضيع بايجابياتها و سلبياتها، بعرض الأدلة و البراهين التي أفصحت عن ذلك و قدمت إضافة جديدة. و مثال ذلك ما تم استنتاجه من الدراسة التحليلية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

-الرأي الشخصي: من نماذجه:

1- البرنامج الاجتماعي "خط احمر": و هو ما يظهر من خلال تعليقات الجماهير عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك و من نماذجه: العدد الثالث "القييل و القال": تعبير احد الجماهير عبر مواقع التواصل الاجتماعي يقول: "لولا العتب و النميمة و أكل الناس بعضهم البعض لا كانت الخيرات تنزل علينا من السماء و رحمة الله". أيضا: "الرقية أصبحت تجارة و تفرقة بين الناس للأسف". -كلا الرأيين أطلق حكما مطلقا بشأن موضوع الغيبة و النميمة فيما يتعلق بالخيرات التي تنزل من السماء والتي لا ترتبط فقط بمجرد كف اللسان عن أذى الناس، إلى جانب تجاهل الجانب الايجابي للرقية و هي ليست مجرد تجارة . و العدد الرابع "العجوز و الكنة": أنا رايني لو لعجوزة كانت عقليتها صعبة و راجل متفاهمش مع مرتو راح يساعفوه في زوج المشكل لكبير هو راجل لازم يعرف يتعامل معاهم. أيضا: "أنا امرأة وعلابالي لعروسة هي سباب المشاكل لأنه حتى و لو تكون ساكنة وحدها تقعد تحوس على المشاكل و لي يقول كلمة تلصق فيه."

2- البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": العدد الأول "علاقة المرأة بالأكل من المطبخ و العادات الغذائية": حاولت المذيعة معرفة رأي الضيفات من خلال سؤالها: "مين يطبخ أحسن الرجل أم الست؟" فكانت إجابة إحدهن - أم محمد-: "بردو الراجل ليه نفس ويشتغل." وفي ذات العدد ترى الضيفة سها في

موضوع عمل المرأة: "أخالف أم محمد في الرأي مع احترامها، تعلمت بالجامعة انو **time is money** و أنا جنب زوجي في الشغل، احصل مصاريف و أوصل ولادي **level** معين من الحياة، ايش معنى اني أضيع وقتي في الطبخ بطعمي ولادي و ما موت من الجوع." -عرض الرأي والرأي المخالف له-

- و رأي المذيعة - في ذات العدد- في موضوع الطبخ: "الطبخ زي الفن المعماري أو الرسومات تعبر عن حضارة، طريقة تثقيف و ليس مجرد أكل و عيبنا بظنا." -تأثر تخصص المذيعة الهندسة المعمارية في صياغتها للفكرة-

**3- البرنامج الاجتماعي للعائلة:** العدد الخامس "الصراعات الزوجية": يرى احد المتفاعلين عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيما يعلق بسلبية الصراعات الزوجية: "الخلافات الزوجية تولد شخصية مختلفة للطفل. كما تقول متفاعلة أخرى: "حنا من اللي كنا صغار و أبي و أمي يتشاجروا أمامنا... لولا قوتنا و دينا لما نشأنا هكذا لكن التأثير السلبي علينا يكمن في حب و احترام الأسرة نفسية ديما ناقصة للحنان والاحترام و الحب."

**4- البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"** : العدد السادس "الألعاب الالكترونية المهددة لحياة الأطفال": من خلال "سبر الرأي"، حاول البرنامج معرفة رأي مجموعة من الصغار و الكبار حول هذه الألعاب و كانت إجاباتهم: "الشباب يتابعوا الألعاب هذوما تاع الحوت الأزرق و مريم فاهمني كيفاش و ضعاف فالشخصية و ضعاف فالإيمان نتاعهم فالثقافة نتاعهم معناها فاهمني كيفاش." أيضا: "العبة الحوت الأزرق و لعبة مريم يمكن نصنفوهم من اخطر الألعاب اللي ينجموا يلعبوا بيها أطفالنا فالوقت الحاضر، على خاطر الصغير يدخل للعبة هاذي يسمع بيها و يدخلها و يلعب بيها فالانترنت من غيرها يعرف خطورتها يلقي روجو انو يتبع تعليمات معناها تعطيهالو اللعبة هديا، بالتعليمة بالتعليمة كلما

يخلص مرحلة يزيدوه مرحلة أخرى فاللخر بعيد الشر على أولادنا نلقاوا النهاية اللي ما نحبش نذكرها معناها النهاية خايبة برشا لأولادنا."

- الوجدان - شعور الإنسان بالاستحسان أو الاستقباح - من نماذجه:

1- البرنامج الاجتماعي "خط احمر": العدد السابع "عودة القصر و القاصرات- ج 1-": تعبير الحالة أم مريم عن حالتها النفسية بعد فقدان ابنتها القاصر: "متفكرتها ما نسيتهاش بايتة نبكي". أيضا تقدير الخالة لجهات الرسمية التي ساعدتها في العثور على ابنتها القاصر: "تحيا أفراد الأمن لي وقفوا كثير في قضية منى و حتى مريم لي وقفوا وقفة رجال". أيضا تعبير الحالة مريم عن شعورها بالخوف كسبب من أسباب عدم عودتها إلى البيت قائلة: "من الخوف تاع الدار قلت بلاك خويا يضربني بلاك خويا يقتلني."

2- البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": العدد الأول "علاقة المرأة بالأكل من المطبخ و العادات الغذائية": الذي عبرت فيه الضيفة أم محمد عن رأيها في الأمثال الشعبية التي تعزز دور المرأة الرئيسي في المطبخ قائلة: "أنا بحب الطبخ كثير كثير، علمت بناتي الطبخ و أنا ضد الست اللي تشتري أكل من برا." و العدد الثامن "التصالح مع فقدان": رأي الضيفة سوزان حول المثل القائل: "الموت زي رغبة الصابون" و التي أجابت بقولها: "ما بحبو هذا التعبير أبدا."

3- البرنامج الاجتماعي "العائلة": العدد السادس "أزمة الهوية لدى الشباب- مخاوف و محاذير-": تعبير الضيف المختص عن استفحال ظاهرة الألفاظ الجارحة في المجتمع الجزائري من خلال عكس على حد تعبيره: "كثير من الأبناء تاعنا يشكيو حتى يعني الأولياء و حتى المعلمين في بعض الاحيان يقولك يعني ظاهرة استفحلت كثير..."

4- البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": العدد الرابع "تساء في مهن صعبة": بناء على سؤال المذيعة ل إحدى المتصلات في العدد فيما يتعلق بتقبل المجتمع لمهنتها الذكورية-كمسيرة أعمال بناء-تجيب المتصلة معبرة عن استنكار المجتمع لذلك بقولها: "صحيح تتطلب راجل أما فاللول يلزم لمرأ، أنا كي دخلت أول مرة هبطت chantier هبطت صحيح متخوفة... " فاللول فاللول ما يتقبلوش... عقلية الجنوب ديمما ما يحبوش، الراجل ما يحبش لمرأ تحكم فيه و اللا باش تفلو اخدم... لتعبر المذيعة عن إحساسها تجاه ذات المتصلة في مهنتها الرجولية-تقول: "أنا نحس برشة حماس و برشة حب و برشة تفاني في الخدمة متاعك."

- تربية الحكم الأخلاقي: من نماذجها:

1- البرنامج الاجتماعي "خط احمر": العدد السابع "عودة القصر و القاصرات-ج1"- تقول الحالة مريم جراء ما عانتته و هي بعيدة عن أهلها و عرفتتها لقيمة الأسرة المصدر الأول المسؤول عن تربية الأبناء: الزنقة ما ترشمش نقولهم اللي عندو والديه يقعد مع والديه. "و العدد الثامن "عودة القصر و القاصرات-ج2"- أيضا ما يتضح من خلال قول الشيخ: ما كانش كيما أمك ما كانش كيما باباك و ماكانش أيضا كيما خوك، و يذا عيط عليك لمصلحتك باباك إذا عيط عليك لمصلحتك... "

2- البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": العدد الأول "علاقة المرأة بالأكل من المطبخ و العادات الغذائية": الضيفة علا: "قبل الزواج تعلمت تقنيات الطبخ من الوالدة."، قولها أيضا: "تقاليد تعلمناها من والنا ووالدتنا."

**3- البرنامج الاجتماعي "للعائلة":** العدد السادس "أزمة الهوية لدى الشباب-مخاوف و محاذير-:في إجابة للحالة المقدمة في الروبورتاج بشأن الهوية الوطنية وضرورة التمسك بها، إشادة بدور الأسرة في ذلك، حيث عبر على ذلك قائلا: "الثقافة الغربية راهي فالمجتمع نتاعنا هي جزء من المجتمع نتاعنا... و هذا ما يمنعش انو نبقاو متمسكين بالشخصية الجزائرية و الشخصية الإسلامية... من الطفولة كانت يما و اللي نحبيها لا بالمناسبة كانت هي ملي كنت صغير ...خلاتني نحب روجي هكدايا، نحب دائما باش نكون propre و نكون نتبع روجي،... و نا نعتمد على الدار تسمى كي ...نلبس حوايج يما الديرلي يسمى نفهم بلي مانيش bien لازم نبذل..."

**4- البرنامج الاجتماعي "أريك أصلح":** العدد السادس "الألعاب الالكترونية المهددة لحياة الأطفال": ترى المذيعة أن: "البذرة الأولى نتاع الصغير و الإحاطة الأهم في حياة الصغير راهو تجي من الأولياء..."

- اللغة: لاعتبارها وسيلة لعكس عادات و تقاليد و أعراف، فكر و قضايا. من نماذجها:

**1- البرنامج الاجتماعي "خط احمر":** العدد الأول "تكريم الأزواج لنوجاتهم": تعبير المذيعة عن تقديره للحالة إبراهيم بقولها: "نتوما هوما تاج راسنا و نتوما رأسمال البرنامج. أيضا: تعبير الضيفة فتيحة عن فعلها للخير: "كاين الخير بزاف. أيضا تعليق احد الجماهير المتفاعلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: "يا عمري... ربي يحفظهم": "و نعم الزوج."

2- البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": العدد الأول "علاقة المرأة بالأكل من المطبخ و العادات

الغذائية": تزد المذيعة على الضيفة أم محمد عن رأيها في الرجل الذي يجيد الطبخ قائلة: "انت دبلوماسية". أيضا تعبير المذيعة عن تقديرها لام محمد الضيفة: "أنا لو عندي أم محمد في حياتي خلص".

كما احتوت أعداد البرامج الاجتماعية الأربعة عينة الدراسة على كلمات للدلالة على التقدير مثل:

الكرام، الأفاضل، السيدة، السيد، السادة، السي، لالة، عمي، خالتي، أخي، أختي، شيخنا ". مثل:

\*العدد الأول من البرنامج الاجتماعي "خط احمر": "مرحبا بيك ختي فضيلة"، "مرحبا بيك شيخنا"، "عمي براهيم"، "خالتي فتيحة"، "بارك الله فيك ختي"،

\*العدد الخامس من البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": "ماشاء الله حضرتك سويتي دكتوراه، عملتي اختصاصات".

\*العدد الثامن من برنامج للعائلة: "مشاهدي الأفاضل"، "الأساتذة الكرام"، "الأخت فضيلة"، و العدد السادس: "شكرا سي بوغلاق"، "تذكري ختي نجية هذا في صغرك".

\*العدد "السادس" من برنامج "رأيك أصلح": "تطلب من السادة المشاهدين بكل لطف أنهم يبعدوا صغيراتهم على الشاشة"، "عا السلامة سي ناجح"، "سامحني سيادتك"، و العدد السابع: "عالسلامة لا الزهرة"، "عا السلامة أختي".

- العرف: من نماذجه:

1- البرنامج الاجتماعي "خط احمر": العدد الخامس "هروب القصر و القاصرات": تعبير الشيخ: "بكري الجار يهرب الطفل يجي عند الجار ياكل يشرب يقولوا راك مهني، يحطو فالدار يروح لبابه يقولو وليدك راهو عندي أنا نضمن فيه ما تضربوش... و ارواح نجيبهولك."

2- البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": العدد الأول "علاقة المرأة بالأكل من المطبخ و العادات الغذائية": ما ورد في التقرير الكوميدي: "زمان كان الطبخ من واجبات المرأة، و اللي ما تستطيع تلاحقها الفضيحة و العار ليها و لعائلتها. و العدد السابع "حفلات الزفاف بين اللحم و الواقع": حيث عبرت الضيفة عن كيفية إقامة حفل زفافها بالخروج عن بعض الأعراف في بلدها قائلة: "هي صارت الفكرة أنا كتبت الكتاب كان في بيت يدي، كتب الكتاب عادة يكون عند صوب الرجل أكثر، بس أنا سوييت ببيت يدي..."

3- البرنامج الاجتماعي "العائلة": العدد الثامن الألفاظ الجارحة عند الأطفال": يقول المختص: "كل الكلمات من هاذ الأنواع تعتبر كلمات... متداولة أصبحت يعني داخله في عاداتنا و تقاليدنا... أصبحنا لا ننزعج حتى أننا يعني لا نبررها."

4- البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": العدد الرابع "تساء في مهن صعبة": يقول الضيف: "عبر التاريخ فم برشة مهن اللي كانت لمر ما تنجمش لمر تخدمها ولات تخدمها و مكانيا تختلف من مجتمع لمجتمع مثل حنا في تونس كانت مثلا يعني لمر باش تسوق حافلة معناها شيء غريب جدا."

1-3-1 - فئة اللغة المستخدمة:

جدول رقم (29): فئة اللغة المستخدمة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية:

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "العائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط احمر"		البرنامج الاجتماعي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
11.77	945	096	16	12.98	171	6.47	54	14.19	704	اللغة العربية الفصحى
55.21	4848	52.94	883	17.62	232	47.48	396	67.25	3337	اللهجة (العامية)
33.83	2971	45.32	756	69.17	911	46.05	384	18.54	920	مزيج من اللغات
0.19	17	0.78	13	0.23	03	--	--	0.02	01	لغة أجنبية
100	8781	100	1668	100	1317	100	834	100	4962	Σ

من خلال الجدول رقم (29) الخاص بفئة اللغة المستخدمة في البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة، يتحدد هدف الطالبة في كشف أهمية اللغة في البرامج الاجتماعية لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية ،على اعتبار أن اللغة تمثل مضمون هذه الوسيلة ،والتي ينبغي أن تكتسي خصائصها وترتبط بطبيعتها ، لكن ضمن نسق قيمى أخلاقى عربى يقدم في شكل مادة برامجية إجتماعية ،تروج لها وتجسدها معاني ورموز اللغة التي تعتمدها هذه القناة لتبليغ معرفة أو معلومة قد تكون مصدرا حقيقيا يعكس ملامح البيئة العربية الإسلامية .

ولتحقيق هذه الأهداف ،انطلقت الطالبة أولا من "تأصيل اللغة" كما بينه البروفيسور "عبد الرحمن عزي" في كتابه منهجية الحتمية القيمية : "إحتواء القيمة ونقلها كما دلت على ذلك الكتب السماوية ،فاللغة وعاء يحوي أسمى ما يمكن أن يتعلق به الفرد من معاني ،وفي البداية كانت الكلمة ،أما من أدخله الأفراد المتحدثون من ألفاظ و تعابير مستحدثة فذلك يعتبر لغة أخرى تم إدخالها إيجابا أو سلبا على اللغة



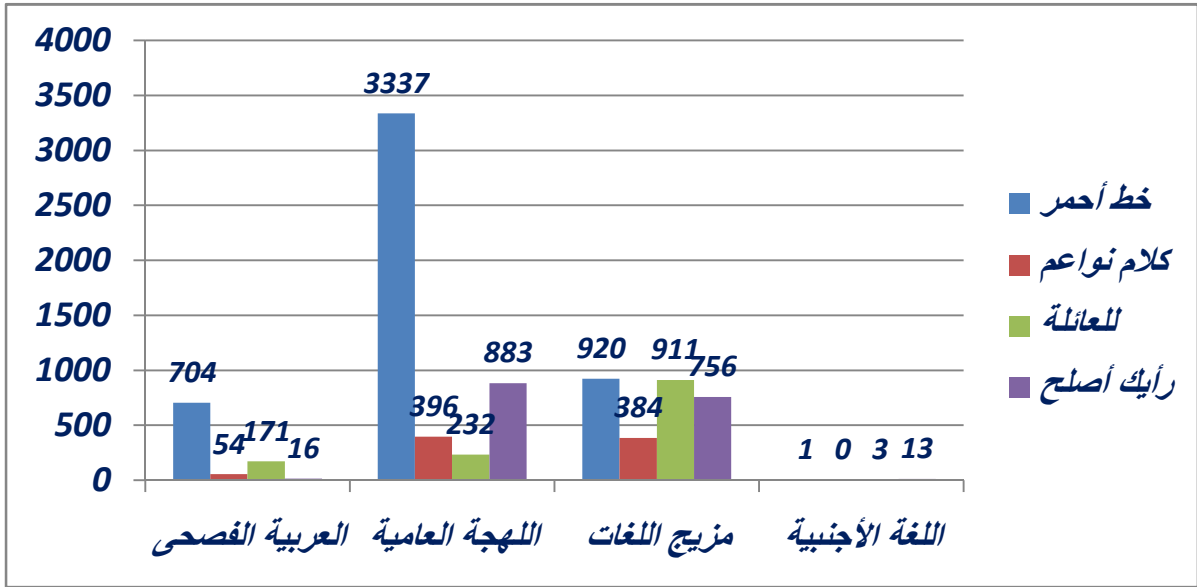
الأصلية تبعا لحالات فردية أو إجتماعية أو تاريخية معينة. فاللغة رسالة ووسيلة في نقل القيمة وليست فقط أداة للإتصال تدرس لذاتها وفي حد ذاتها فاللغة تحيي وتؤثر في المستمع وإن انحصرت أو انتفت هذه العلاقة التلازمية انحصر دور اللغة وأصبحت أصواتا تعني كل شيء ولا تعني أي شيء في ذات الوقت إذا كانت مشحونة بالقيم وتتحصر أو تصبح غير فاعلة أو أداة محايدة إذا دخلت وتم إفراغها جزئيا من هذا المضمون" (24).

ولفك رموز الخطاب اللغوي الخاص بالبرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة، تعين وكما أشارت إليه "السيمائية" في تحديدها لمفهوم "الخطاب"، الأخذ بعين الإعتبار كل ملفوظ أعلى من الجملة في شكل متسلسل من مجموعة من الجمل المتتالية القابلة للدراسة التحليلية الكمية والكيفية .

و تحيلنا اللغة المستخدمة في البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة إلى الإجابة على السؤال: "كيف قيل؟" أي القالب الذي وضعت فيه رسالة القيم الأخلاقية و التي تباينت مستوياتها في كل برنامج اجتماعي بناء على الدراسة التحليلية الكمية المقارنة و التي عبرت نتائجها من خلال ذات الجدول على بلوغ تكرار اللغة المستخدمة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة (8781) توزعت على أربعة مستويات لغوية تصدرتها "اللهجة (العامية) : ب : (4848) تكرارا ،أي ب : (55.21%) ، ثم (مزيج اللغات): ب : (2971) تكرارا ،أي: (33.83%)، ثم "اللغة العربية الفصحى" : ب : (945) تكرارا ،أي: (11.77%)، و "اللغة الأجنبية" في المرتبة الأخيرة ب : (17) تكرارا ،أي: (0.19%). و لقد تباين توزيع هذه المستويات اللغوية على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي: برنامج "خط احمر" الذي احتوى على اكبر تكرار للغة بلغ: (4962)، ثم البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": ب : (1668)

تكراراً، فالبرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب : (1317) تكراراً، و البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" في المرتبة الأخيرة ب : (834) تكراراً. و هو ما يوضحه الرسم رقم(3).

رسم رقم(3):رسم بياني لتوزيع اللغة المستخدمة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :



رسم بياني رقم(3):توزيع تكرارات اللغة المستخدمة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة

\*توزيع اللغة المستخدمة في البرنامج الاجتماعي "خط احمر" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :

جدول رقم(30): فئة اللغة المستخدمة في تبليغ رسالة القيم الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرنامج

الاجتماعي "خط احمر":

Σ	لغة أجنبية		مزيج من اللغات		اللهجة (العامية)		اللغة العربية الفصحى		فئة اللغة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
13.80	685	100	01	17.93	165	13.75	459	8.56	60	العدد الأول
13.16	653	--	--	20.65	190	11.27	376	12.35	87	العدد الثاني
10.40	516	--	--	10.98	101	10.88	363	7.37	52	العدد الثالث
15.86	787	--	--	9.89	91	17.68	590	15.06	106	العدد الرابع
13.58	674	--	--	14.24	131	13.34	445	13.92	98	العدد الخامس
14.47	718	--	--	7.39	68	14.86	496	21.86	154	العدد السادس
6.01	298	--	--	4.89	45	4.46	149	14.77	104	العدد السابع
12.72	631	--	--	14.02	129	13.75	459	6.11	43	العدد الثامن
100	4962	100	01	100	920	100	3337	100	704	Σ

بلغ مجموع التكرارات للغة المستخدمة في البرنامج الاجتماعي "خط احمر" (4962) تكرارا. توزعت على أعداد البرنامج الثمانية و بالترتيب كالاتي: كان العدد الرابع أكبرها تكرارا ب:(787) وبنسبة(15.86%)، يليه العدد السادس: ب:(718) تكرارا و:( 14.47%)، العدد الأول: ب:(685) تكرارا و:( 13.80%)، العدد الخامس: ب:(674) تكرارا و:( 13.58%)، العدد الثاني: ب:(653) تكرارا و:( 13.16%)، العدد الثامن: ب:(631) تكرارا و:( 12.72%)، العدد الثالث: ب:(516) تكرارا و:( 10.40%) وآخرها العدد السابع:(298) تكرارا و:( 6.01%). حيث توزع تكرارها بين المستويات اللغوية و على الترتيب الآتي:

1- اللهجة (العامية): ب : (3337) تكرارا ،أي: (67.25%). و المتمثلة في "اللهجة المغاربية الجزائرية".  
و من نماذجها:العدد الأول"تكريم الأزواج لزوجاتهم":قول الحالة براهيم:"تحطها فوق راسي هادي فتيحة".دعاء المذبة للحالة بقولها:"الله يبارك."و نصيحة الإمام لذات الحالة:"صدق عليها و حسنلها،متنساهاشفي القبر واستغفرلها و زورها و كون وفي لامها."و أيضا نصيحة الحالة البنات قاتلة:"ما يتعبوش يماتهم،ما يديروش واش يقولولهم الناس،خاطر أنا كلخوني بزاف ...ما كاش كيما يما."

2- مزيج من اللغات: ب : (920) تكرارا ،أي: (18.54%). و التي كانت مزيجا بين اللغة العامية و الفصحى مثل : ما ورد في العدد الأول"تكريم الأزواج لزوجاتهم":قول المذبة:"عمي براهيم،ياما في ناس عندهم رجليهم لكن ميقدروش يديرو الخيرو ما يقدروش يوقفوا في هذه الحياة."أو مزيج من اللغة العامية و الأجنبية مثل قول الحالة براهيم في ذات العدد:" الشدة في ربي و ما نهزش و ما نحقد حتى على واحد malgré دارو ما نحقدش عليهم." .أيضا دعاء الشيخ للحالة بقوله:"أنا نقول:الله يسمعنا الآن و الله يرأنا و الله يرى هذه الدموع لي خرجت من سيدها كيما سماتو سيدها و الدموع اللي خرجت من الأم،يا ربي يا ربي ارفع عقمها يا ربي ارفع عقمها يا ربي ارفع عقمها،يا ربي عوضها،يا ربي ارزقها أبناء صالحين و ارزقها بنات صالحين يا رب لا تخيب ظننا يا رب."

أو مزيج من اللهجة العامية و اللغة الفصحى و الأجنبية مثل:تعليق احد المتفاعلين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في نفس العدد قائلا:"كون مقلق mais كي نشوف حالات هكدا نقول الحمد لله."  
و كذلك المختص النفساني الذي يقول بشأن ضرورة توفيق الزوج في معاملته بين والدته و زوجته:"normalement الأم هي اللي تبادر،كاين علاج سحري،هاد العلاج السحري كيما قال الإمام

ديننا غالي على كل الأديان ربي يبارك، أنا الشي اللي حبيت نقولو هو الكلمة الحلوة كيما قلتي ختي فضيلة لشتا ما عندكش حاجة حلة قولي كلمة حلوة تولي خير من كلش. "و قول الإمام الشيخ على اثر عودة القاصر إلى أهلها و تقديره لجهود البرنامج في العدد الثامن "عودة القصر و القاصرات ج2": "الأخت فضيلة ، حنا وحد الدعاء دايمنا ندعوه: اللهم اجعلنا مفاتيح للخير مغاليق للشر. دايمنا يا ربي جعلنا نفتح على الناس ، هاي الحصة و لم يكن لها من الخير إلا أنها أرجعت مني إلى أمها."

3- اللغة العربية الفصحى: ب : (704) تكرارا ،أي و من نماذجها: العدد الأول "تكريم الأزواج لزوجاتهم: ما ورد في تعليق احد المتفاعلين عبر مواقع التواصل الاجتماعي قائلا: "وفاء الزوجة و إخلاصها لزوجها دال على أنها زوجة صالحة ذات أخلاق راقية". أيضا دعاء احد المتفاعلين للحالة خديجة قائلا: "اللهم إني أسالك يا الله يا من رددت موسى إلى أمه و جبرت خاطرها رد لأختنا خديجة ابنها ردا جميلا."

4- اللغة الأجنبية: ب : (01) تكرارا ،أي: (100%). و المتمثلة في اللغة "الفرنسية" و التي سجل استخدامها في العدد الأول "تكريم الأزواج لزوجاتهم: ما ورد في تعليق الحالة سليمان على تداعيات أن المجتمع الجزائري يحب المولود الذكر أكثر من المولود الأنثى مؤكدا ذلك بقوله: "bien sûr" (لغة فرنسية).

\*توزيع اللغة المستخدمة في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :

جدول رقم(31): فئة اللغة المستخدمة في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :

Σ	لغة أجنبية		مزيج من اللغات		اللهجة (العامية)		اللغة العربية الفصحى		فئة اللغة	العدد
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
10.67	89	--	--	4.17	16	17.93	71	3.70	02	العدد الأول
12.83	107	--	--	7.55	29	18.94	75	5.55	03	العدد الثاني
8.15	68	--	--	12.50	48	4.29	17	5.55	03	العدد الثالث
11.04	92	--	--	11.72	45	8.84	35	22.22	12	العدد الرابع
15.95	133	--	--	27.86	107	2.02	08	33.33	18	العدد الخامس
7.55	63	--	--	10.16	39	4.29	17	12.96	07	العدد السادس
19.90	166	--	--	14.32	55	26.51	105	11.11	06	العدد السابع
13.91	116	--	--	11.72	45	17.17	68	5.55	03	العدد الثامن
100	834	--	--	100	384	100	396	100	54	Σ

فقد بلغ مجموع التكرارات الكلي للغة المستخدمة في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": ب : (834) تكرارا ، توزعت على أعداد البرنامج الثمانية و بالترتيب كالاتي: كان العدد السابع أكبرها تكرارا ب: (166) وبنسبة(19.90%)، يليه العدد الخامس: ب:(133) تكرارا و ب:(15.95%)، العدد الثامن: ب:(116) تكرارا و ب: (13.91%)، العدد الثاني: ب:(107) تكرارا و ب:(12.83%)، العدد الرابع: ب:(92) تكرارا و ب: (11.04%)، العدد الأول: ب:(89) تكرارا و ب:(10.67%)، العدد الثالث: ب:(68) تكرارا و ب: (8.15%) وآخرها العدد السادس: ب: (63) تكرارا و ب:(7.55%).

ولقد تباين تكرارها بين ثلاثة مستويات لغوية فقط ،حيث سجل انعدام استخدام اللغة الأجنبية في أعداد البرنامج الثمانية، و التي توزعت على الترتيب:

1- اللغة العامية: كأعلى تكرار قدر ب: (396) أي بنسبة (47.48%)..و من نماذجها:ما ورد في العدد السابع"حفلات الزفاف بين الحلم و الواقع":قول المذيعة سالي:"أنا مش مقتنعة صراحة بالفكرة،أنا منفسيش اعمل فرح رهيب"(لهجة مصرية)،و تعبير المذيعة سمر بلهجة سعودية بذات العدد قائلة:"أنا اتاثر لمن أشوف البذخ ،أنا شخصيا بداخلي بداخلي اتاثر نفسيا،أنا ما أتحمل أشوف هاي المشاهد..".

2- مزيج من اللغات: ب: (384) تكرارا ، أي بنسبة مئوية قدرت ب: (46.05%).ولقد اشتمل مزيج لغات البرنامج إما على اللغة العربية الفصحى و اللهجات العامية للمذيعات و الضيوف،و كذلك الحالات و من نماذجها:طرح المذيعة لفكرة عبرت من خلالها على واقع ريادة الأعمال في السعودية ونصيب المرأة فيه من خلال رؤية 30/20 في العدد الخامس"المرأة السعودية في قطاع العلوم"قائلة:"أكدت رؤية السعودية 30/20 على دور المرأة كشريك اقتصادي،و لذلك كان أهم أهداف الرؤية رفع نسبة مشاركة المرأة في سوق العمل من 22 إلى 30% ، و لا شك أن المرأة السعودية راح تاخذ مكانة لها في قطاعات علمية ربما كان وجودها في الماضي ضئيلا و منعدم فيها."(لغة عربية و لهجة سعودية). أيضا من خلال ذات العدد و في إجابة الضيفة للمذيعة عن سؤالها المتعلق بأهدافها الحالية في مجال العلوم تجيب قائلة:"طيب،أنا من ناحية الأبحاث أنا الحمد لله،أنا فريق معايا وصلنا لأبحاث جدا جميلة حتى عندنا براءات اختراع،سوينا تحاليل معينة ما هي موجودة بالسوق الطبي،طبعا نساعد الدكاترة لعلاج المرضى." (لغة عربية و لهجة سعودية).

أو المزج بين اللهجة العامية أو اللغة العربية الفصحى و اللغة الانجليزية والتي من نماذجها: قول المذيعة سالي: "لو أنا عمل **honey Moon** ،أخذ اوضة صغيرة يعني ما خدش **suite** فمكان..."(لهجة مصرية و لغة انجليزية). أيضا إجابة الضيفة في ذات العدد عن أهم الانجازات التي حققتها و الفخورة بها قائلة: " أنا رايحة عا العمل أحط أهداف مثلا تتعلق بالعمل أنا ايش أبا أنجز في العمل،كم **paper** أنا أبي أقرأها و اللي راح أسويها في المنزل،با ارجع عا البيت أكون خلاص **satisfied** و أحس إني فخورة إني أنا أنجزت هادي المهام." (لغة عربية و لهجة سعودية و لغة انجليزية).

3- اللغة العربية الفصحى: ب: (54) تكرارا و بنسبة (6.47%). و من نماذجها:العدد السادس " الدور المتنامي للمرأة السعودية في قطاع السياحة" من خلال تعبير الضيف المسؤول عن المقومات السياحية في السعودية بقوله:"المجال السياحي أصلا مجال خصب و واعد في الفترة الحالية،و المملكة العربية السعودية تمتلك ارث حضاري عظيم جدا و تراث غني و زاخر،و لكن يجب علينا كشعب ان نعي قيمة ما نمتلك من ارث حضاري كبير جدا لمواكبة العالم..."



\*توزيع اللغة المستخدمة في البرنامج الاجتماعي "العائلة" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :

جدول رقم(32): فئة اللغة المستخدمة في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "العائلة" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :

Σ	لغة أجنبية		مزيج من اللغات		اللهجة (العامية)		اللغة العربية الفصحى		فئة اللغة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
8.28	109	--	--	10.43	95	6.03	14	--	--	العدد الأول
23.92	315	100	03	21.08	192	34.05	79	23.98	41	العدد الثاني
11.62	153	--	--	10.76	98	14.65	34	12.28	21	العدد الثالث
17.01	224	--	--	15.37	140	15.09	35	28.65	49	العدد الرابع
7.82	103	--	--	10.10	92	1.72	04	4.09	07	العدد الخامس
12.21	161	--	--	12.95	118	8.19	19	14.04	24	العدد السادس
6.76	89	--	--	9.11	83	2.16	05	0.59	01	العدد السابع
12.38	163	--	--	10.20	93	18.11	42	16.37	28	العدد الثامن
100	1317	100	03	100	911	100	232	100	171	Σ

بلغ تكرار اللغة المستخدمة في البرنامج الاجتماعي "العائلة": (1317) تكرارا . ، توزعت على أعداد البرنامج الثمانية و بالترتيب كآآتي: كان العدد الثاني أكبرها تكرارا: (315) وبنسبة (23.92%)، يليه العدد الرابع: بـ: (224) تكرارا و بـ: (17.01%)، العدد الثامن: بـ: (163) تكرارا و بـ: (12.38%)، العدد السادس: بـ: (161) تكرارا و بـ: (12.21%)، العدد الثالث: بـ: (153) تكرارا و بـ: (11.62%)، العدد الأول: بـ: (109) تكرارا و بـ: (8.28%)، العدد الخامس: بـ: (103) تكرارا و بـ: (7.82%) وآخرها العدد السابع: بـ: (89) تكرارا و بـ: (6.76%). و لقد توزعت على أربع مستويات لغوية و على الترتيب:

1- مزيج من اللغات: ب: (911) تكرارا، أي بنسبة (69.17%). تم اعتماد مزيج اللغات في كل الأعداد، حيث اشتمل مزيج اللغات في البرنامج إما على اللغة العربية و اللهجة الجزائرية و التي من نماذجها: العدد الثامن لألفاظ الجارحة عند الأطفال: "قول المختص: "فالكلمات تجرح الإنسان إلى الأبد، و تجرح الإنسان إلى مدى حياته، فالكلمات التي يسمعاها الطفل هي التي ستبرمج سلوكه هي التي تبرمج أفكاره و هي تبرمج حتى السلوكات في المستقبل، ماش فقط السلوكات ستبرمج أكثر من ذلك معتقداتو لان الطفل عندما يسمع هذه الكلمات هو يسمعاها و يتلقاها، و الطفل يتعلم بالمحاكاة، ما يراه من الآباء، ما يراه في الوالدين." (اعتماد لغة عربية فصحي و لهجة جزائرية)، أو اعتماد مزج بين اللهجة الجزائرية و اللغة العربية الفصحى واللغة الأجنبية الفرنسية والتي من نماذجها: العدد السابع "الصحة و الجمال" في تقديم احد الضيوف المختصين نصيحته للجمهور عن موضوع الوصفات الطبية و الجمالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: "... و الله سبحانه وتعالى يقولك أعوذ بالله من الشيطان الرجيم: يوتي الحكمة من يشاء و من أوتي الحكمة فقد أوتي خيرا كثيرا. أكيد شبكات التواصل هادو زمان كانوا والدينا ما عندهم وسائل اتصال بصح الاتصال كان أفضل يعني تلقاهم يسقسوا على بعضاهم البعض و كايين هديك الحرارة البشرية *la chaleur humaine* يعني يكون فيه تواصل ...". أو لغة جزائرية و لغة فرنسية و التي من نماذجها في ذات العدد رأي احد الجماهير من خلال «سبر الرأي» يقول: "أنا هاد *les groupes* نعتبرهم حاجة مليحة لخاطرش يتقفوا المواطن من جبهة اللول و تاني يخليه يعرف على مستحضرات التجميل أو مأكولات يعني يتقفو من جبهة و من جبهة هي تسلية يعني شغل يخلي الناس تتواصل بيناتها هدا ما كان ماشي."

2- اللهجة العامية: ب: (232) تكرارا، أي بنسبة (17.62%). و تمثلت في اللهجة المغاربية الجزائرية ". من نماذجها: من خلال دعاء الضيف لزميلهم اثر فقدان والته في العدد الثامن الألفاظ الجارحة عند

الأطفال" قوله: "ربي يرحمها". العدد الثاني "الطلاق و الخلع" ودعاء احد الضيوف المذبةعة على اثر الترحيب به قائلا: "ربي يبارك فيك".

3- اللغة العربية الفصحى: ب: (171) تكرارا ،أي بنسبة (12.98%) و لقد توزع استخدامها على سبعة أعداد ما عدا العدد الأول. و من نماذجها: "طيب بسم الله و الصلاة و السلام على اشرف المرسلين سيدنا محمد و على أهله وصحبه أجمعين". العدد الخامس "الصراعات الزوجية". أو تعظيم الله في قول الضيف: "سبحان الله". العدد الثالث "النفقة". وقول الضيف في ذات العدد حول موضوع الطلاق: "هنا أنبه كذلك أن الطلاق ليس دائما لان الرجل ليس جيدا أو المرأة ليست جيدة، قد يكون الرجل إنسان جيد و ذا أخلاق و مروعة و المرأة كذلك لكن لم يحدث بينهما توافق نفسي، في بعض الأحيان تتدخل أطراف أخرى تكون هي السبب، بعض الحالات التي عالجنها في الطلاق أقول لهم: انتم ضحايا ظروف."

4- اللغة الأجنبية: ب: (3) تكرارات ،أي بنسبة (0.23%). والمتمثلة في "اللغة الفرنسية" التي استخدمت في العدد الثاني فقط. ومن نماذجها: قول المذبةعة: "livraisons"، "voila". و قول الضيف: " livraisons "

\*توزيع اللغة المستخدمة في البرنامج الاجتماعي رأيك أصلح" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية :

جدول رقم(33): فئة اللغة المستخدمة في تبليغ رسالة القيم الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" :

Σ	لغة أجنبية		مزيج من اللغات		اللهجة (العامية)		اللغة العربية الفصحى		فئة اللغة	العدد
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
10.61	177	--	--	14.55	110	7.47	66	6.25	01	العدد الأول
16.85	281	30.77	04	12.30	93	20.61	182	12.50	02	العدد الثاني
9.95	166	15.39	02	12.04	91	8.27	73	--	--	العدد الثالث
7.55	126	--	--	9.79	74	5.89	52	--	--	العدد الرابع
14.27	238	38.46	05	6.75	51	20.27	179	18.75	03	العدد الخامس
7.55	126	--	--	10.71	81	4.53	40	12.50	02	العدد السادس
20.45	341	7.69	01	19.05	144	21.74	192	25.00	04	العدد السابع
12.77	213	7.69	01	14.42	109	11.22	99	25.00	04	العدد الثامن
100	1668	100	13	100	756	100	883	100	16	Σ

بلغ تكرار مستويات اللغة المستخدمة في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" (1668) تكرارا. توزعت على أعداد البرنامج الثمانية و بالترتيب كالاتي: كان العدد السابع أكبرها تكرارا بـ:(341) وبنسبة(20.45%)، يليه العدد الثاني: بـ:(281) تكرارا و بـ:( 16.85%)، العدد الخامس: بـ:(238) تكرارا و بـ: (14.27%)، العدد الثامن: بـ:(213) تكرارا و بـ:(12.77%)، العدد الثالث: بـ:(166) تكرارا و بـ:(9.95%)، العدد الأول: بـ:(177) تكرارا و بـ:( 10.61%)، وآخرها تساوي تكرار العدد الرابع و العدد السادس بـ: (126) تكرارا و بـ:( 7.55%). توزعت على المستويات اللغوية الأربعة الآتية و بالترتيب:

1- اللهجة العامية: ب: (883) تكرارا ، أي بنسبة (52.94%). و التي تمثلت في "اللهجة المغاربية التونسية" و التي استخدمت في كل الأعداد . و من نماذجها:العدد الثالث"التقاعد":في قول المتصل:"تعاونوا بلادنا بكلمة باهية، نعاون ماديا و اللا حتى مغنويا هادي هيا،هادا هو المطلوب."

2- اللغة العربية الفصحى: ب: (16) تكرارا ،أي بنسبة (0.96%). استخدمت في ستة(6) أعداد ما عدا العددين الثالث و الرابع .و من نماذجها:العدد"السادس"الحياة الالكترونية المهدة لحياة الأطفال" في قول الضيف المختص تأكيدا على راي المذيع في المسؤولية الملقاة على الأولياء في مراقبة أبنائهم:"أكيد"،رجاء المذيعه بقولها:"إن شاء الله."في نفس العدد.

3- مزيج من اللغات: ب: (756) تكرارا ،أي بنسبة (45.32%). و كان المزج إما بين اللهجة التونسية و اللغة العربية و لقد استخدم في كل الأعداد .مثل:العدد الثالث"التقاعد":في قول الحالة:منجمش نركن للراحة كمواطن تونسي من قبل كل شيء واجبي تجاه الوطن هدايا ما ينتهيش بانتهاء الفترة لي نخدم فيها بالضرورة انو العطاء للوطن هادا يتواصل امبعد ذلك،كل واحد كيفاش يرى خدمتو للبلاد هديا،واحد أعطى تجربتو ...". أو المزج بين اللهجة التونسية و اللغة الأجنبية الفرنسية في ذات العدد مثل الضيفة:

**donc** الأشخاص اللي عندهم **un niveau intellectuel** و عندهم **un niveau**

**intellectuel** و وصلوا فالعمل نتاعهم لمرحلة معينة ماذابيهم يقعدوا ديما **dans la recherche** سواء في **les études** سواء يلوجوا على كتب عندك **l'ordinateur** عندك **l'ordinateur** نحب كتاب و جاني ثم **donc** تحية ليهم." أو المزج بين المستويات اللغوية جميعا مثل قول الضيف في ذات العدد:"حسب التجارب الموجودة في البلدان الاوروبية ما يحكيوش عالتقاعد بصفة عامة ثم انواع،المتقاعد التم لي يخدم فالوظيفة العمومية عندو عقلية معينة،و نمط تاع حياة معين يختلف

على اللي خدم في المؤسسة العسكرية مثلا يخرجوا بكري... ماش كيما اللي خدم privé وحدو عندو  
un projet طبيب اللا مهندس... un porteur de projet

4- اللغة الأجنبية: ب: (13) تكرارا، أي بنسبة (0.78 %) توزعت على ثلاثة أعداد فقط: العدد الثالث، العدد السابع و العدد الثامن. تمثلت في اللغة الأجنبية الفرنسية و من نماذجها: العدد الثالث "التقاعد": في قول الحالة: "les retraites sont des gens de cœur et d'esprit"، و تعبيرها أيضا عن حالة حب في قصيدة بقولها: "l'être que j'aime et avec moi partout même presque souvent absent c'est faux on se met a parler parler parler beaucoup et paradoxalement sans se dire un seul mot c'est le langage profond de sentir...".

و الملاحظ من خلال الدراسة التحليلية الكمية لمستويات اللغة المستخدمة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة، أن البرامج سجلت تنوعا في استخدام اللغة و التي شملت:

\* اللغة العربية الفصحى (25): و هي " لغة القرآن الكريم والحديث الشريف والتفسير والفقهاء والتشريع ، لغة الإتصال اللغوي في المجتمع العربي منذ مئات السنين ، لغة الأدب القديم، لغة الخطب الدينية ، لغة الثقافة الإسلامية ، لغة مصادر العلوم الإسلامية ، لغة الخواص ، لغة موحدة في جميع الأقطار العربية ، لغة مهابة وقيمة ، لغة الفكر والحياة العربية الإسلامية في عصورها الزاهرة ، لغة التراث العربي." و التي شملت أيضا على العربية الفصحى المعاصرة " لغة الحياة العامة المعاصرة ، لغة مواثية لما يحدث في المجتمع من تغيير، لغة تعبر عن حاجات الإنسان في حياته اليومية المعيشية ، لغة مستخدمة لدى المثقف العربي حديثا ، لغة الصحف اليومية والمجلات الثقافية والعلمية ، لغة التعليم والمحاضرات ، لغة الرسائل الخاصة

،لغة كتابية في المواقف الخاصة الإتصالات والإجتماعات الرسمية والخطب السياسية ،لغة وسائل الإعلام ،لغة الشعر العمودي ،لغة المسرحيات المترجمة ، لغة الوحدة القومية العربية ،لغة رسمية في الدول العربية ، لغة للتعبير عن حاجات ثقافية وعلمية وإجتماعية متنوعة ،لغة أدوات النشاط الثقافي ،لغة الدين والعلوم الدينية والإدارة والسياسة والحكم والأدب ،والفن والإقتصاد والمال والتأمين والعلم الحديث ،لغة المواقف الدينية والسياسية والأكاديمية ،لغة وريثة للقصص التراثية ، لغة متأثرة بالحضارة الحديثة". وهي المقصودة باللغة الإعلامية في موضوع دراستنا. " (26)

\*اللهجة (العامية) (27): "هي مجموعة من الخصائص اللغوية التي يتحدث بها عدد من الأفراد في بيئة جغرافية معينة ، وتكون تلك الخصائص على مختلف المستويات الصوتية والصرفية والنحوية والدلالية، وتميزها عن بقية اللهجات الأخرى في اللغة الواحدة ،ولكن يجب ألا تكون تلك الخصائص بعيدة عن اللغة الأم بحيث لا تجعل اللهجة غريبة عن أخواتها ،عسيرة الفهم على أبناء اللغة لأنه عندما تكثر هذه الصفات الخاصة على مر الزمان لا تلبث هذه اللهجة أن تستقل وتصبح لغة قائمة بذاتها. والتي اشتملت حسب الدراسة التحليلية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة على: ".اللهجة الخليجية" و التي يتحدث بها سكان دول الخليج العربي مثل الكويت و البحرين و قطر و الإمارات العربية المتحدة إضافة إلى بعض أنحاء عمان و السعودية".(28) ، و اللهجة العراقية التي يتكلمها حوالي 29 مليون شخص في العراق"(29)، و"لهجات بلاد الشام":اللهجة السورية"،اللهجة اللبنانية"، "اللهجة الأردنية"،و هي لهجات يتحدث بها 35 مليون شخص تقريبا في كل من لبنان و سوريا و الأردن و فلسطين و قبرص و تركيا.و هي قريبة من اللغة الفصحى".(30)،إلى جانب "اللهجة المصرية" التي يتكلمها حوالي 80 مليون شخص في مصر، و هي تعتبر أكثر اللهجات في الوطن العرب".(31) و"اللهجات المغاربية"

والتي" تتفرع منها اللهجة الحسانية، اللهجة الجزائرية، اللهجة التونسية... يتحدث بها حوالي 90 مليون شخص من المغرب و موريتانيا و الصحراء الغربية و الجزائر و تونس وليبيا و النيجر."

\*مزيج من اللغات: أي الجمع بين أكثر من لغة في خطاب البرامج الاجتماعية ، و التي قد تشمل اللغة العربية الفصحى و اللهجات العامية الدارجة، أو اللغة العربية و اللغة الأجنبية مثل اللغة الفرنسية، الانجليزية، أو الاعتماد الأربع مستويات معا.

\*اللغة الأجنبية: و هي لغة قائمة على مفردات غير مفردات اللغة العربية الفصحى أو حتى أو الدارجة لمنطقة من المناطق الجغرافية العربية، و التي تمثل لغة دول أوروبية أو غربية و تشمل على مفاهيم و جمل تعابير مستعارة من اللغات الرسمية الفرنسية أو الانجليزية أو لغات أخرى. و هي حسب الدراسة التحليلية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة: اللغة الفرنسية المعيارية ... و تتميز بالعالمية و ذات مكانة اجتماعية راقية" (32) و اللغة الانجليزية" و هي واحدة من أكثر اللغات استخداما في أنحاء العالم و اللغة الرسمية لثلاث وخمسين دولة حول العالم... حيث يتحدث بها 400 مليون شخص... تعتبر اللغة العالمية لإدارة الأعمال... أكثر اللغات التي تنتشر بها الموضوعات على الانترنت... (33) و التي توزعت على الترتيب: "اللهجة العامية"، ثم "مزيج اللغات"، "اللغة العربية الفصحى" و "اللغة الأجنبية". إلى جانب التباين المتقارب في استخدامها خاصة ما بين اللغة العامية و اللغة المزدوجة (مزيج) من جهة أخرى. إضافة إلى تباين مواقف استخدامها و مستخدميه.

حيث استخدمت المستويات اللغوية الأربعة من قبل كامل الشخصيات الفاعلة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة (مذيعات، ضيوف، حالات و جماهير متفاعلة)، دون أن يكون لها ارتباط خاص بالمستوى التعليمي الأكاديمي، فكانت لغة المتخصص و الجمهور ، بسيطة خالية من التعقيد في



خصائصها و إعرابها، متناسبة مع الشكل الحوارى للبرامج ، حيث اختيرت جمل ومفردات متناسبة مع اللقاءات الحوارية ، وكذلك التقارير و الروبورتاجات و حتى تعليقات الجماهير المتضمنة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة .

كما عكست نتائج جدول اللغة المستخدمة أيضا ، أن البرامج الاجتماعية عينة الدراسة اعتمدت لغة المحادثة "والكلام" التي مثلتها "اللهجة العامية" في المقام الأول على حساب اللغة "العربية الفصحى" بشكل دل على واقع "المجتمع العربي الجزائري و التونسي و الخليجي و المشرقي"، و الذي عبر على الترابط العضوي للشخصيات الفاعلة في البرامج الاجتماعية و الناشئ من عامل البيئة الجغرافية المتكونة من عديد اللهجات الإقليمية الجغرافية ، و هي لغات موزعة على مناطق جغرافية عربية عديدة، والتي ربطتهم مع بعضهم البعض بشكل يسر الاتصال وفهم ما دار من حديث و حوار .مثل البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، "البرنامج الاجتماعي للعائلة" و البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" ، حيث تخلل هذه البرامج الثلاثة استخدام اللهجة المغاربية ،في حين تخلل البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" استخدام عديد اللهجات الخليجية و الشامية". ما ساهم في إبراز الشخصية العربية المغاربية وبيئتها "الجزائرية و التونسية" و الشخصية الخليجية و بيئتها المتفاعلة مع بيئات اخرى "السعودية،العراقية ،الاماراتية،اللبنانية،السورية،الاردنية و المصرية".

هذا جعلنا نستنتج أيضا أن البرامج الاجتماعية عينة الدراسة نزلت إلى مستوى الجمهور العربي الذي اعتبرته في المقابل على أنه طبقة واحدة . و هو ما عكسته أيضا المقابلة المفتوحة التي أجرتها الطالبة مع مدير البرمجة لقناة الوطنية 1 الفضائية التونسية ، بخصوص الشبكة البرمجية الاجتماعية للقناة من

حيث تحديد موضوعات و عناوين برامجها،تصميمها،أبعاد مضامينها و لغتها الإعلامية ،و الذي صرح بجملة من الاعتبارات المأخوذ بها في تحديد:

\*" لغة البرنامج الاجتماعي و التي تتباين مستوياتها بتباين مقدم البرنامج و ضيوفه،إلى جانب اعتبار اللغة العربية الفصحى لغة رسمية للقناة كما بينته الموثائق،غير أن العمل الإعلامي يقتضي أيضا لغة شبابية خفيفة تتماشى و طبيعة الجمهور خاصة التعليمية و التي تمثل أيضا لغة حياته اليومية.

\*الأساليب اللغوية و الإقناعية التي يستخدمها مقدم البرنامج آخذا بعين الاعتبار المدخل الإيماني و الاجتماعي و السياسي في استثارة القيم الداخلية العاطفية و العقلية في التحليل و الاستنتاج.

\*و هو ما يساعد على إنتاج برنامج ناجح من ناحية الشكل و المضمون و يساهم في بناء و حماية التربية الاجتماعية و الأخلاقية للمجتمع التونسي و العربي و هو ما تتشارك فيه جميع برامج شبكة القناة لان الهدف هو تشكيل مجتمع متوازن فخور بالهوية ،و سيد قرار ، و يسوده احترام القيم و القانون."(34)

إلى جانب اللهجة العامية" ، استخدمت البرامج الاجتماعية عينة الدراسة "مزيجا من اللغات"، شمل استخدام اللهجة المغربية الممزوجة إما مع "اللغة العربية" أو "اللغة الأجنبية الفرنسية"في البرنامج الاجتماعي"خط احمر"،البرنامج الاجتماعي"للعائلة"و البرنامج الاجتماعي"رأيك أصلح" ، في حين تخلل البرنامج الاجتماعي"كلام نواعم"استخدام عديد "اللهجات الخليجية و الشامية"ال ممزوجة إما مع "اللغة العربية" أو "اللغة الأجنبية الانجليزية".

كما استخدمت البرامج الاجتماعية عينة الدراسة "اللغة العربية" في المرتبة الثالثة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية ، حيث اثر استخدام "اللهجة العامية"و "مزيج اللغات"على استخدامها بحجة إيصال المعلومة

لجميع فئات المجتمع، حيث استخدمت أكثر ما استخدمت من خلال البعد الإيماني للقيمة الأخلاقية (الرجاء، الحمد و الشكر، الدعاء للآخر، الأحكام الشرعية...).

لنستنتج بذلك أن الوعاء الحاوي للثقافة العربية من خلال البرامج الاجتماعية عينة الدراسة هو "اللهجة العامية" ثم "مزيج اللغات" التي كانت محل مشاركة بين الشخصيات الفاعلة في البرامج الاجتماعية، والتي عكست الوظيفة الاجتماعية للغة المستخدمة فيها من خلال ترجمة الواقع الاجتماعي و النفسي و الإيماني و التربوي لأفراد المجتمع العربي الذي لا زال مرتبطا بماضي استعماري عكس ما ورد في النصوص التشريعية التي تم عرضها في الفصل الثالث من الدراسة، والذي على أساسه ينبغي أن تكون "اللغة العربية الفصحى" اللغة الرسمية للإعلام العربي و المعبر عن هويته. "فغلبة اللغة بغلبة أهلها". (35) أما اللغات الأجنبية التي استخدمتها البرامج الاجتماعية في تبليغ رسالة القيم الأخلاقية فقد انحصرت في اللغتين "الفرنسية" و "الانجليزية"، حيث استخدمت اللغة الأجنبية الفرنسية في ثلاثة برامج اجتماعية: "خط احمر"، "العائلة" و "رأيك أصلح"، في حين استخدمت اللغة الأجنبية الانجليزية في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" حيث كان استخدامها من جهة ثانويا لا شعبيا - كونها جاءت في آخر ترتيب لمستويات اللغة المستخدمة في البرامج الاجتماعية. كما دل استخدامها من جهة أخرى على التبعية الثقافية لهذه الدول حتى الوقت الحالي، بالرغم من أن استخدامها في حالات قد يبرر على انه ارتبط أيضا ببعض مجالات العلم والمعرفة و التكنولوجيا و الهندسة و الحاسبات و التي ليس لها مرادفات باللغة العربية، مثل العدد الخامس "المرأة السعودية في قطاع العلوم" من برنامج "كلام نواعم". وهو ما عبر عنه عبد الرحمان عزي من منظور "الحتمية القيمية" بعنف اللسان، إذ يقول: "...تحولت اللغة العربية إلى التعبير بالمشافهة... فظهرت اللهجات العربية المختلفة كل لهجة بأحوال متحدثيها و واقعهم... فظهرت الاستعارات من اللغات الأخرى

...الفرنسية و الانجليزية و تم هكذا الاعتماد على العربية العامية التي تعددت فروعها و استعاراتها من اللغة الفرنسية وغيرها. "(36)

ثانيا: الدراسة التحليلية المقارنة لمضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

### 1 - التحليل الكمي والكيفي المقارن لمضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

من خلال هذه الفئة حاولت الطالبة استخراج "القيم الأخلاقية" التي تشكل مشتركا بين توقعات الجمهور و القنوات الفضائية العربية بمضامين برامجها الاجتماعية .

\* فئات مضمون البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة:

1-1- جدول رقم(34): بعد القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	بعد القيمة الأخلاقية	
33.66	2956	22.49	375	22.93	302	15.11	126	43.39	2153	البعد الإيماني
40.45	3552	47.72	776	37.97	500	46.16	385	38.11	1891	البعد النفسي
25.01	2196	30.69	512	38.27	504	31.77	265	18.44	915	البعد الاجتماعي
0.88	77	0.30	05	0.83	11	6.96	58	0.16	03	البعد التربوي
100	8781	100	1668	100	1317	100	834	100	4962	Σ

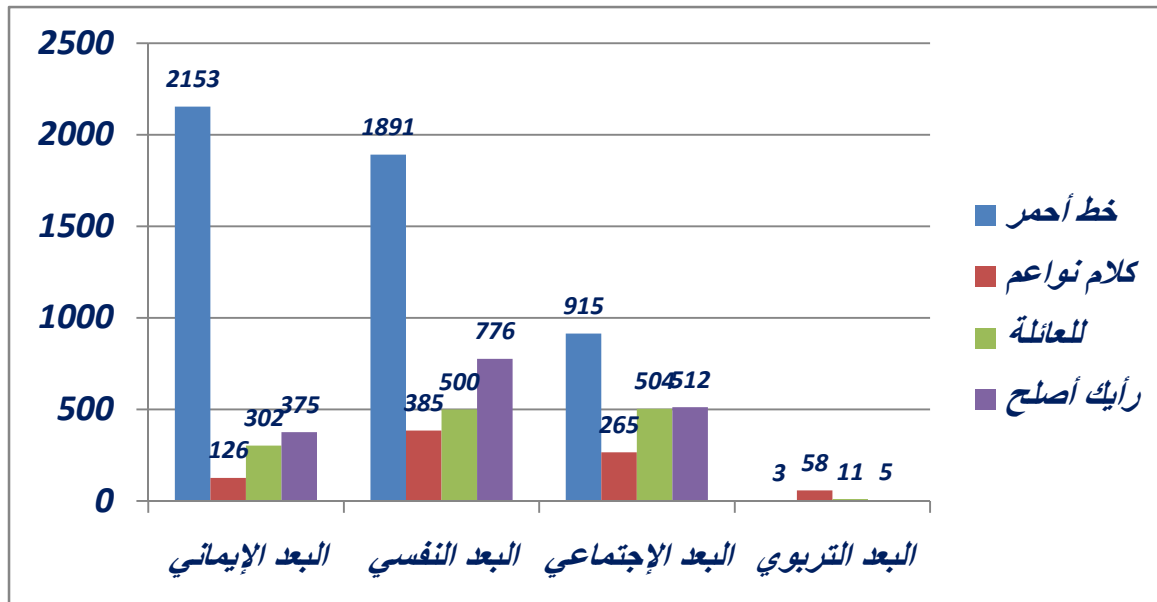
يبين الجدول رقم(34)"أبعاد القيم الأخلاقية " التي عكستها مواضيع الأعداد (32) للبرامج الاجتماعية:"خط احمر"،"كلام نواعم"،"العائلة"و"رأيك أصلح"،للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة. و التي أخذت من التقسيم الاثني عشري(12) لتصنيف نظرية الحتمية القيمة في الإعلام.

وهي "أبعاد أساسية" من عديد الأبعاد المختلفة للقيمة و التي اختيرت بما يتناسب مع طبيعة موضوع الدراسة و اشكاليته و بما يساعد على الوصول إلى إجابات عن تساؤلات الدراسة المحددة في الفصل الأول المنهجي .

كما أنها أبعاد لم تخرج عن مجالات التشريع ومنظومة القيم الأخلاقية في الثقافة العربية- كما تم ضبطه في العنصر الأول: "المنظومة القيمية في المجتمع العربي" والعنصر الثالث: "محددات القيم الأخلاقية الإسلامية في المجتمعات العربية" من الفصل الثاني للدراسة:"القيم الأخلاقية دراسة تاريخية نقدية".

ولقد بينت نتائج الجدول، احتواء البرامج الاجتماعية عينة الدراسة على (8781) قيمة أخلاقية،موزعة على أربعة أبعاد:كان البعد النفسي أكبرها تكرارا: ب : (3552) ،أي بنسبة (40.45%)،يليه البعد الإيماني: ب : (2956) تكرارا أي ب : (33.66%)،فالبعد الاجتماعي: ب : (2196) تكرارا أي ب : (25.01%)، فالبعد التربوي: ب:(77) تكرارا أي ب: (0.88%). هو ما يوضحه الرسم رقم(46).

رسم رقم (4): رسم بياني لتوزيع بعد القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.



رسم بياني رقم (4): توزيع تكرارات بعد القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.

كما سجل احتواء البرنامج الاجتماعي "خط احمر" على اكبر تكرار لابعاد القيمة الأخلاقية :

ب: (4962) تكرارا ، ليكون اكثر البرامج الاجتماعية عينة الدراسة نشرا "لرسالة القيم الاخلاقية"، يليه

البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": ب: (1668) تكرارا، ثم البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب: (1317) تكرار،

فالبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" ب: (834) تكرارا.

2-1 - جدول رقم(35): البعد الإيماني للقيمة الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة :

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
14.34	424	9.07	34	13.25	40	6.35	08	15.88	342	البعد الإيماني
12.96	383	21.07	79	18.21	55	3.17	04	11.38	245	العدد الأول
10.96	324	14.93	56	12.25	37	3.17	04	10.54	227	العدد الثاني
14.85	439	5.33	20	15.23	46	22.22	28	16.03	345	العدد الثالث
15.25	451	19.20	72	11.59	35	15.88	31	14.54	313	العدد الرابع
12.99	384	5.60	21	7.95	24	7.94	10	15.28	329	العدد الخامس
6.56	194	16.27	61	5.96	18	16.67	21	4.37	94	العدد السادس
12.35	365	8.53	32	15.56	47	22.22	28	11.98	258	العدد السابع
100	2956	100	375	100	302	100	126	100	2153	العدد الثامن
										Σ

ولقد بينت نتائج الجدول احتواء البرامج الاجتماعية عينة الدراسة على (2956) بعدا إيمانيا للقيمة الأخلاقية ، كان أكبر تكرار لها في البرنامج الاجتماعي "خط أحمر" : ب: (2153)، يليه تكرارها في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" : ب: (375) تكرار ، ثم تكرارها في البرنامج الاجتماعي "للعائلة" : ب: (302) تكرار ، ، فتكرارها في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" : ب: (126) تكرار . حيث كان العدد الخامس في كل البرامج الاجتماعية أكبرها تكراراً (451) وبنسبة (15.25%)، يليه العدد الرابع: ب: (439) تكرار و:ب: (14.85%) ، العدد الأول: ب: (424) تكرار و:ب: (14.34%) ، العدد السادس :ب: (384) تكرار و:ب: (12.99%) ، العدد الثاني: ب: (383) تكرار و:ب: (12.96%) ، العدد الثالث: ب: (324) تكرار و:ب:

( 10.96%)، وآخرها العدد السابع: ب: (194) تكرارا وب: (6.56%). و لقد تباين توزيع تكراراتها على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة و بالترتيب كالآتي:

**1- البرنامج الاجتماعي "خط احمر":** احتوى البرنامج على: (2153) بعد إيماني للقيمة الأخلاقية، توزعت و بالترتيب على: العدد الرابع أكبرها تكرارا: (345) وبنسبة (16.03%)، يليه العدد الأول: ب: (342) تكرارا وب: (15.88%)، العدد السادس: ب: (329) تكرارا وب: (15.28%)، العدد الخامس: ب: (313) تكرارا و ب: (14.54%)، العدد الثامن: ب: (258) تكرارا وب: (11.98%)، العدد الثاني: ب: (245) تكرارا وب: (11.38%)، العدد الثالث: ب: (227) تكرارا وب: (10.54%)، وآخرها العدد السابع ب: (94) تكرارا و ب: (4.37%).

**2- البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح":** احتوى البرنامج على: (375) بعد إيماني للقيمة الأخلاقية، توزعت و بالترتيب على: العدد الثاني أكبرها تكرارا: (79) وبنسبة (21.07%)، يليه العدد الخامس: ب: (72) تكرارا وب: (19.20%)، العدد السابع: ب: (61) تكرارا وب: (16.27%)، العدد الثالث: ب: (56) تكرارا و ب: (14.93%)، العدد الأول: ب: (34) تكرارا وب: (9.07%)، العدد الثامن: ب: (32) تكرارا وب: (8.53%)، العدد السادس: ب: (21) تكرارا وب: (5.60%)، وآخرها العدد الرابع: ب: (20) تكرارا و ب: (5.33%).

**3- البرنامج الاجتماعي "للعائلة":** احتوى البرنامج على: (302) بعد إيماني للقيمة الأخلاقية، توزعت و بالترتيب على: العدد الثاني أكبرها تكرارا: (55) وبنسبة (18.21%)، يليه العدد الثامن: ب: (47) تكرارا وب: (15.56%)، العدد الرابع: ب: (46) تكرارا وب: (15.23%)، العدد الأول: ب: (40) تكرارا و ب: (13.25%)، العدد الثالث: ب: (37) تكرارا وب: (12.25%)، العدد الخامس: ب: (35) تكرارا



و:ب: (11.59%)، العدد السادس: ب:(24) تكرارا و:ب: (7.95%)، وآخرها العدد السابع: ب: (18) تكرارا و ب:(5.96%).

**4- البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم":** احتوى البرنامج على: (126) بعد إيماني للقيمة الأخلاقية، توزعت و بالترتيب على: تساوي العددين الرابع و الثامن بأكبر تكرار: (28) وبنسبة (22.22%)، يليهما العدد السابع ب:(21) تكرارا و:ب: (16.67%)، العدد الخامس: ب:(31) تكرارا و:ب: (15.88%)، العدد السادس: ب:(10) تكرارا و ب:(7.94%)، العدد الأول: ب:(8) تكرارا و:ب: (6.35%)، ليتساوى العددين الثاني و الثالث من حيث آخر تكرار: ب:(4) تكرارات و:ب: (3.17%).

1-3- جدول رقم (36): البعد الإيماني للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة :

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
0.61	53	0.18	03	0.24	03	0.48	04	0.89	44	البعد الإيماني
1.77	155	1.02	17	2.66	35	0.84	07	1.93	96	الإيمان بالله
2.92	256	2.39	39	1.59	21	2.76	23	3.49	173	توحيد وتعظيم الله
0.77	67	0.18	03	0.83	11	0.84	07	0.92	46	الحمد والشكر
24.22	2126	14.25	236	14.42	190	9.23	77	32.77	1626	أداء العبادات
0.27	23	0.12	02	0.61	08	--	--	0.26	13	الرجاء
3.10	271	4.74	74	2.58	34	0.96	08	3.12	155	حكم شرعي
33.66	2956	22.49	375	22.93	302	15.11	126	43.39	2153	القسم
										Σ

و لقد عكست بذلك نتائج جدول البعد الإيماني للقيمة الأخلاقية مجموع العبادات و الطاعات و العلاقات التي يقوم بها الفرد العربي تجاه خالقه وهي حقوق خالصة لله، و التي يمكن تقسيمها من الناحية الحقوقية إلى: حقوق إلهية كالإيمان بالله الواحد ، الإيمان برسله و أقداره و طلب الرجاء منه وحد، و القسم به وتعظيمه و التوكل عليه و شكره و احكام حدوده الشرعية.ولقد بين الجدول بذلك احتواء القيمة الأخلاقية على (7) أبعاد إيمانية و هي بالترتيب :

**1- الرجاء:** ب:(2126) تكرارا وب:(24.22 %) .و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي:(اختلاف بين البرامج الاجتماعية فقط في الصيغة اللغوية للرجاء).

\* سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب:(1626) تكرارا وب:(32.77 %) .من نماذجه: العدد الأول:في قول احد الجماهير المتفاعلة:" بارك الله فيها ربي يرزقها الذرية الصالحة ان شاء الله".يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" : ب : (236) تكرارا وب:(14.25 %) . من نماذجه:العدد الثالث:في قول المذيعة:"ربي فضلها".فتكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب : (190) تكرارا وب:(14.42%). من نماذجه:العدد الثاني:في قول الضيف:"ربي يبارك فيك".ثم برنامج "كلام نواعم": ب:(77) تكرارا وب:(9.23%). من نماذجه: العدد الثامن: في قول المذيعة:"الله يرحمو".

**2- القسم:** ب:(271) تكرارا وب:(3.10%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي:(اختلاف البرامج الاجتماعية فقط في الصيغة اللغوية للقسم)

\* سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب : (155) تكرارا وب:(3.12 %) .من نماذجه:العدد السابع.يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" : ب : (74) تكرارا وب:(4.74 %) . من نماذجه: العدد الثاني. فتكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة": ب : (34) تكرارا وب:(2.58%). من

نماذج: العدد السابع. ثم برنامج "كلام نواعم": ب: (8) تكرارا و: (0.96 %). من نماذجه: العدد الثامن. وهذا في قول: "و الله".

3- **الحمد و الشكر** : ب: (256) تكرارا و: (2.92%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كآتي: (اختلاف فقط في الصيغة اللغوي للحمد و الشكر).

\* سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب : (173) تكرارا و: (3.49 %). من نماذجه: العدد الثامن في قول الضيفة: "الحمد لله". يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" : ب : (39) تكرارا و: (2.39 %). من نماذجه: العدد الخامس في قول المذبة: "الحمد لله". فبرنامج "كلام نواعم": ب: (23) تكرارا و: (2.76 %). من نماذجه: العدد الثامن في قول الضيفة: "الحمد لله". ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة": ب : (21) تكرارا و: (1.59%). من نماذجه: العدد السابع في قول إحدى الجماهير المتفاعلة: "الحمد لله".

4- **توحيد وتعظيم الله** : ب: (155) تكرارا و: (1.77%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كآتي:

\* سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب : (96) تكرارا و: (1.93%). من نماذجه: العدد الثامن في قول الإمام: "الله عزوجل". يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة": ب : (35) تكرارا و: (2.66%). من نماذجه: العدد السابع في قول الضيف: "الله سبحانه و تعالى". فتكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" : ب : (17) تكرارا و: (1.02 %). من نماذجه العدد في قول إحدى الجماهير المتفاعلة: "بقدره ربي". ثم برنامج "كلام نواعم": ب: (7) تكرارا و: (0.84%). من نماذجه: السادس في قول المذبة: "سبحان الله".

5- أداء العبادات: ب:(67) تكرارا وب:(0.77%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\* سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب : (46) تكرارا وب:(0.92%). من نماذجه:العدد الثالث في قول الحالة:"تدي ما نروح نجيب عمرة".

\* يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة": ب : (11) تكرارا وب:(0.83%). من نماذجه: الأول في قول الضيف:"... المال هو عصب حياة الإنسان باش يحج لازموا دراهم باش يعتمر...".

\* فيبرنامج "كلام نواعم":ب:(7) تكرارا وب:(0.84%). من نماذجه:العدد السادس في قول الحالة:"ما في مسلم و مؤمن إلا قلبو يهوى يزور المدينة المنورة...كلها إيمان... وكل زائر يتخلل قلبو وروحو هذا الشعور...".

\* ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي"رأيك أصلح": ب : (3) تكرارا وب:(0.18 %). من نماذجه:العدد الخامس في قول المذيعة:"عليه الصلاة و السلام".

6- الإيمان: ب:(53) تكرارا وب:(0.61%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\* سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي"خط احمر":ب : (44) تكرارا وب:(0.89%). من نماذجه:العدد الثالث في قول المذيعة:"ما كتب الله لنا".

\*يليه برنامج "كلام نواعم":ب:(4) تكرارا وب:(0.48%). من نماذجه:العدد الثامن في قول الضيفة:"...مؤمنة جدا انو الموت حق او كلنا نموت...".

\*فتكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة": ب : (3) تكرارا وب:(0.24%). من نماذجه العدد الرابع في قول إحدى الجماهير: "...حنا مسلمين نمنا بربي..."

\*ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "أصلح" : ب : (3) تكرارا وب:(0.18%). من نماذجه:العدد الخامس في قول الضيف: "...نكونوا كيما كتب ربي و من بد ساعات ربي يحرك أسبابها..."

7- حكم شرعي: ب: (23) تكرارا وب:(0.27%). و توزعت على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي:

\* سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب : (13) تكرارا وب:(0.26%). من نماذجه:العدد الثالث في قول الإمام: "النبي صلى الله عليه وسلم قال:إذا جاءكم من ترضون دينه و خلقه فزوجوه".

\* يليه " البرنامج الاجتماعي للعائلة": ب : (8) تكرارا وب:(0.61%). من نماذجه:العدد الثاني في قول الضيف:"اما الطلاق فمادام ربي سبحانهو شرعو فالله سبحانهه و تعالى يحل للعباد الطيبات و يحرم عليهم الخبائث فكل ما احل هالها من الطيبات..."

\*فتكراره في البرنامج الاجتماعي "أصلح": ب : (2) تكرارا وب:(0.12%). من نماذجه:العدد الخامس في قول الحالة: "...كيما دكرت المرة الأولى من تزوج فقد أكمل نصف دينه و أنا نحب نعيش في كنف الدين تاعي هذا علاش".

\*فبرنامج "كلام نواعم":الذي انعدم فيه بعد الحكم الشرعي.

4-1- جدول رقم(37): البعد النفسي للقيمة الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة :

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "العائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
12.82	454	15.51	121	5.86	29	8.71	33	14.34	271	البعد النفسي
15.61	553	15.26	119	24.48	121	19.26	73	12.69	240	العدد الأول
9.04	320	10.26	80	9.31	46	5.28	20	9.20	174	العدد الثاني
14.14	501	7.43	58	22.26	110	12.66	48	15.07	285	العدد الثالث
10.98	389	8.97	70	3.84	19	17.68	67	12.32	233	العدد الرابع
11.43	405	6.02	47	15.37	76	4.75	18	13.96	264	العدد الخامس
11.46	406	22.18	173	6.26	31	15.57	59	7.56	143	العدد السادس
14.50	514	13.85	108	12.94	64	16.09	61	14.86	281	العدد السابع
100	3544	100	780	100	494	100	379	100	1891	العدد الثامن
Σ										

ولقد بينت نتائج الجدول احتواء البرامج الاجتماعية عينة الدراسة على (3544) تكرارا للبعد النفسي للقيمة الأخلاقية ، كان أكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "خط أحمر":ب:(1891)، يليه تكرارها في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": ب : (780) تكرارا اي بنسبة ،ثم تكرارها في البرنامج الاجتماعي للعائلة" ب : (494) تكرارا ، ، فتكراره في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" :ب:(379) تكرارا . حيث كان العدد الثاني أكبرها تكرارا : (553) وبنسبة(15.61%)، يليه العدد الثامن: ب:(514) تكرارا وب:( 14.50%) والرابع ب:(501) تكرارا وب:( 14.14%) ، العدد الأول ب:(454) تكرارا وب:( 12.82%)، العدد السابع والسادس: ب:(406)و(405) تكرارا وب:( 11.46%)، ( 11.43%)العدد الخامس: ب:(389) تكرارا

و: (10.98%)، العدد السابع: ب: (324) تكرارا و: (10.96%)، وآخرها العدد الثالث: ب: (320) تكرارا و: (9.04%)، و لقد تباين توزيع تكراراتها على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي:

**1- البرنامج الاجتماعي "خط احمر":** احتوى البرنامج على: (1891) بعد نفسي للقيمة الأخلاقية، توزعت و بالترتيب على: العدد الرابع أكبرها تكرارا: (285) وبنسبة (15.07%)، يليه العدد الثامن: ب: (281) تكرارا و: (14.86%)، العدد الأول: ب: (271) تكرارا و: (14.34%)، العدد السادس: ب: (264) تكرارا و ب: (13.96%)، العدد الثاني: ب: (240) تكرارا و: (12.69%)، العدد الخامس: ب: (233) تكرارا و: (12.32%)، العدد الثالث: ب: (174) تكرارا و: (9.20%)، وآخرها العدد السابع: ب: (143) تكرارا و ب: (7.56%).

و لقد برزت الأبعاد النفسية للقيمة الأخلاقية في فقرات أعداد برنامج "خط احمر" الثمانية عينة الدراسة من خلال مراعاة الشخصية (دوافع، مشاعر و أحاسيس و سلوكيات)، أمراضها النفسية و الحلول المقترحة لمعالجتها بالنصح و التوعية و الإرشاد و إعطاء مجال للحرية للتقبل و النقد البناء المبني على الكم المعرفي للأفكار المطروحة حول القضايا و المواضيع المطروحة بناءا على القيم الايمانية و الاجتماعية و التربوية للمجتمع العربي و بأسلوب إما عقلي أو عاطفي أو محايد. وهذا من خلال:

العدد الأول: الذي تناول بالطرح الظاهرة الاجتماعية "تكريم الأزواج لزوجاتهم" من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقراته الثلاثة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: تقدير الآخرين و الاعتراف بجميل صنيعهم.

➤ الفقرة 2: اعتراف الزوج بالجميل لزوجته، وفاء الزوج لزوجته حتى بعد الموت، نموذج لزوج يرثي زوجته

و تقدير الزوجة.

➤ الفقرة 3: عراقيل العلاقة الزوجية.

العدد الثاني: الذي تناول بالطرح ظاهرة " الطلاق و حرمان الآباء من الأبناء" من خلال عديد الأبعاد النفسية في فقرتين تلخصتا في:

➤ الفقرة 1: تقدير الأمهات المطلقات.

➤ الفقرة 2: الإيجابية و الصلح.

العدد الثالث: الذي تناول بالطرح ظاهرة "الغيبية و النميمة" من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقراته الثلاثة التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: الأمراض النفسية لظاهرة الغيبة و النميمة.

➤ الفقرة 2: الصدق من أساسيات الزواج .

➤ الفقرة 3: المظاهر السلبية لظاهرة القيل و القال و الإشاعات و الأمراض النفسية.

العدد الرابع: الذي تناول بالطرح ظاهرة "العجوز و الكنة" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرة واحدة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: حلول لإنجاح العلاقة الزوجية.

العدد الخامس: الذي تناول بالطرح ظاهرة "هروب القصر و القاصرات من البيت" من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرتين و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: معاناة الآباء لهروب أبنائهم القصر.

➤ الفقرة 2: آباء يناشدون عودة أبنائهم القصر.



العدد السادس:الذي تناول بالطرح ظاهرة "حقرة الرجال-تغير نظم الأسرة الجزائرية"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرتين و التي تلخصت في:

➤ الفقرة2: أسباب فشل العلاقات الزوجية.

➤ الفقرة3: نموذج الأمومة تناشد فقدان الأبناء .

العدد السابع:الذي تناول بالطرح ظاهرة "عودة القصر و القاصرات -الجزء الأول-"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرة واحدة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1 : دور التكافل الاجتماعي و أبعاده النفسية في عودة القاصرات.

العدد الثامن:الذي تناول بالطرح ظاهرة "عودة القصر و القاصرات -الجزء الثاني-"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها ثلاث فقرات و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1 : دور التكافل الاجتماعي و أبعاده النفسية في عودة القاصرات.

➤ الفقرة2: حالات عودة القاصرات- الرجوع إلى الحياة العادية-.

➤ الفقرة3: تكريمات .

**2- البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح":** احتوى البرنامج على:(780) بعد نفسي للقيمة الأخلاقية

،توزعت و بالترتيب على: العدد السابع أكبرها تكرارا : (173) وبنسبة(22.18%)، يليه العدد الأول:

ب:(121) تكرارا و ب:( 15.51%)، العدد الثاني: ب:(119) تكرارا و ب:( 15.26%)، العدد الثامن" ب:(108)

تكرارا و ب:( 13.85%)، العدد الثالث: ب:(80) تكرارا و ب:( 10.26%)، العدد الخامس: ب:(70) تكرارا

و:ب: (8.97%)، العدد الرابع: ب:(58) تكرارا و:ب: (7.43%)، وآخرها العدد السادس: ب: (47) تكرارا و ب: (6.02%).

و لقد برزت الأبعاد النفسية للقيمة الأخلاقية في فقرات أعداد برنامج "رأيك أصلح" الثمانية عينة الدراسة من خلال:

العدد الأول:الذي تناول بالطرح ظاهرة " المدرسة العمومية و المدرسة الخاصة"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرة واحدة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1:أسباب لجوء الأولياء إلى المدارس الخاصة،الصورة الذهنية الايجابية او السلبية عن المدرسة العمومية و الخاصة ،الحلول المقترحة لإعادة إصلاح المدرسة العمومية.

العدد الثاني:الذي تناول بالطرح ظاهرة "السمنة أسبابها و سبل علاجها"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرتين تلخصتا في:

➤ الفقرة1: نظرة المجتمع التونسي إلى مرض السمنة.

➤ الفقرة2: الاتجاهات و المواقف الايجابية و السلبية تجاه السمنة

العدد الثالث:الذي تناول بالطرح ظاهرة "التقاعد في تونس"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرتين تلخصتا في:

➤ الفقرة1: نظرة التونسي للتقاعد و آثاره النفسية على المتقاعد،التقاعد مسؤولية، الجانب النفسي لدور الدولة ومؤسساتها في التحضير لما بعد التقاعد.

➤ الفقرة2: الاستعداد النفسي لما بعد التقاعد و التحضير له و الإجراءات التي يجب اتخاذها لحماية الزاد البشري المتقاعد.

➤ العدد الرابع:الذي تناول بالطرح ظاهرة "تساء في مهن صعبة"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرة واحدة تلخصت في:

➤ الفقرة1: نظرة المجتمع الدونية للمرأة التي تمارس المهن الذكورية،تصنيف المهن و أسباب اختيار المرأة للمهن الصعبة و المهن الذكورية .

العدد الخامس:الذي تناول بالطرح ظاهرة "أسباب تأخر سن الزواج"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرة واحدة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1 : الأسباب النفسية لتأخر سن الزواج.

➤ العدد السادس:الذي تناول بالطرح ظاهرة "الالعاب الالكترونية المهددة لحياة الطفل و المراهق-الحوت الأزرق-"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرتين تلخصتا في:

الفقرة1 الألعاب الالكترونية و تأثير استعمالها الألعاب على الأطفال.

➤ الفقرة2: الآثار الايجابية و السلبية لاستخدامات الألعاب الالكترونية عند الأطفال.

العدد السابع:الذي تناول بالطرح ظاهرة "الأشخاص ذوي الاحتياجات الخصوصية-دور الدولة و المجتمع- من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرتين تلخصتا في:

➤ الفقرة1 : وضعية المعاق في تونس.

➤ الفقرة2: طاقات المعاقين.

العدد الثامن:الذي تناول بالطرح ظاهرة "عمليات التجميل"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرتين تلخصتا في:

➤ الفقرة 1: ضعف الشخصية النفسية للمرأة تجاه عمليات التجميل، أضرار عمليات التجميل، عولمة عمليات التجميل، أسباب الإقبال على عمليات التجميل و تجارة عمليات التجميل.

➤ الفقرة 2: مواقف و اتجاهات عن المراكز و المؤسسات المتخصصة في ممارسة عمليات التجميل.

**3- البرنامج الاجتماعي "للعائلة"**: احتوى البرنامج على: (501) بعدا نفسيا للقيمة الأخلاقية، توزعت و بالترتيب على: العدد الثاني أكبرها تكرارا: (121) ونسبة (24.48%)، يليه العدد الرابع: ب: (110) تكرارا و ب: (22.26%)، العدد السادس: ب: (76) تكرارا و ب: (15.37%)، العدد الثامن: ب: (64) تكرارا و ب: (12.94%)، العدد الثالث: ب: (46) تكرارا و ب: (9.31%)، العدد السابع: ب: (31) تكرارا و ب: (6.26%)، العدد الأول: ب: (29) تكرارا و ب: (5.86%) وآخرها العدد الخامس: ب: (19) تكرارا و ب: (3.84%).

و لقد برزت الأبعاد النفسية للقيمة الأخلاقية في فقرات أعداد برنامج "للعائلة" الثمانية عينة الدراسة من خلال:

العدد الأول: الذي تناول بالطرح ظاهرة " **سدد دينك تنعم حياتك**" من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرتين تلخصنا في:

➤ الفقرة 1: الصراعات المنجزة عن السلوك الغير و المماثلة في تسديد الدين، الممارسات الغير صحيحة والمنجزة على عدم تسديد الدين.

➤ الفقرة 2: الآثار النفسية للدين على العلاقات الإنسانية.

العدد الثاني: الذي تناول بالطرح ظاهرة " **الطلاق و الخلع في الجزائر**" من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرة واحدة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: آثار الطلاق و الخلع على العلاقات الأسرية الجزائرية .

العدد الثالث:الذي تناول بالطرح ظاهرة "النفقة"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرتين تلخصنا في:

➤ الفقرة 1: مفهوم النفقة.

➤ الفقرة 2: النفقة معاناة معنوية.

العدد الرابع:الذي تناول بالطرح ظاهرة "التلاحم الاسري"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرتين تلخصنا في:

➤ الفقرة 1: مفهوم التلاحم الأسري، أسباب تفكك العلاقات الأسرية، التكنولوجيا و تفكك العلاقات الاسرية.

➤ الفقرة 2: الغيرة ، الأناية و التلاحم الأسري .

➤ العدد الخامس:الذي تناول بالطرح ظاهرة "الصراعات الزوجية"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها ثلاث فقرات و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: النزاعات الزوجية.

➤ الفقرة 2: تأثيرات الصراعات الزوجية على الأبناء .

➤ الفقرة 3: الألفاظ القبيحة و آثارها على الأبناء نفسيا.

العدد السادس:الذي تناول بالطرح ظاهرة "أزمة الهوية لدى الشباب-مخاوف و محاذير-"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرة واحدة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1 : الهوية الوطنية،آليات و ميكانيزمات الحفاظ عليها.

العدد السابع:الذي تناول بالطرح ظاهرة "الصحة و الجمال عبر مواقع التواصل الاجتماعي"-من خلال  
عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقرة واحدة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1 : حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الثقة و الرفض .

العدد الثامن:الذي تناول بالطرح ظاهرة الألفاظ الجارحة عند الأطفال"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي  
احتوتها فقرتين تلخصتا في:

➤ الفقرة 1 : تأثير الكلمات الجارحة على الأطفال.

➤ الفقرة 2: أعراض العنف اللفظي.

**4- البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم"**: احتوى البرنامج على:(379) بعدا نفسيا للقيمة الأخلاقية  
،توزعت و بالترتيب على: العدد الثاني أكبرها تكرارا ب: (73) وبنسبة(19.26%)،يليه العدد الخامس:  
ب:(67) تكرارا و ب:(17.68%)، العدد الثامن: ب:(61) تكرارا و ب:(16.09%)، العدد السابع: ب:(59)  
تكرارا و ب:(15.57%)،العدد الرابع: ب:(48) تكرارا و ب:(12.66%)،العدد الأول:ب:(33) تكرارا و ب:  
( 8.71%)، العدد الثالث: ب:(20) تكرارا و ب:(5.28%)،وآخرها العدد السادس: ب: (18) تكرارا  
و ب:(4.75%).

و لقد برزت الأبعاد النفسية للقيمة الأخلاقية في فقرات أعداد برنامج "كلام نواعم" الثمانية عينة  
الدراسة من خلال:

العدد الأول:الذي تناول بالطرح ظاهرة " علاقة المرأة بالأكل من المطبخ و العادات الغذائية"من خلال  
عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقراته الخمسة و التي تلخصت في:

- الفقرة 1: اهتمام الناس بالطبخ و دور النواعم في إنشاء أسرة صحية
  - الفقرة 3: تأثير عدم اهتمام ربة البيت بالطبخ عليها و على حياتها الغذائية .
  - الفقرة 4: عالم الأكل و آثاره النفسية .
- العدد الثاني:الذي تناول بالطرح ظاهرة " هويات المرأة اليوم و أهمية الهويات للعيش في سعادة و تكملة الحياة"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقراته الستة و التي تلخصت في:
- الفقرة 1: هويات المرأة اليوم و صناعة الشخصية و تحقيق المتعة .
  - الفقرة 2: هوية المرأة ، ونماذج ناجحة عن ممارسة الهويات .
  - الفقرة 3: هوية المرأة و الاشباعات النفسية.
  - الفقرة 4: أنواع من الهويات وعلاقتها بالإستمتاع ملا الفراغ.
  - الفقرة 5: الهوية وشغف ممارستها وعلاقتها بالانبساط والاستمتاع.
  - الفقرة 6: الهويات الغربية وملازمتها للإنسان (الخجل والخوف )، هوية الفن التشكيلي ، الهوية وارتباطها بالموهبة، ممارسة الفن و إرتباطه بالموهبة، الفروق بين الناس في ممارسة الهويات وعلاقة ذلك بالموهبة (الهويات الفردية والهويات الجماعية ) و الهوية وأهمية استغلال المرأة لها لتحقيق انبساطها.
- العدد الثالث:الذي تناول بالطرح ظاهرة "واقع و انجازات المبتعثات في السعودية"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقراته الستة التي تلخصت في:
- الفقرة 1: نماذج وتجارب المبتعثات للمرأة السعودية .
  - الفقرة 2: نماذج ابتعثت ناجحة في عديد التخصصات.

➤ الفقرة 3: آثار الإبتعاث على المبتعثات نفسيا أيضا و الإبتعاث بين المؤهلات والإمكانات وفرص الدراسة .

➤ الفقرة 4: ردود الفعل العربي والغربي تجاه المرأة العربية في مجال الدراسة .

➤ الفقرة 5: الإبتعاث و ما يغيره عمليا في واقع المرأة السعودية .

➤ الفقرة 6: المرأة السعودية و الإبتعاث و دوره في رفع حضور المرأة في النجاح .

العدد الرابع:الذي تناول بالطرح ظاهرة "رائدات الأعمال الشابات"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقراته الستة التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: رائدات الأعمال الشابات و المكانة التي تحتلها في سوق العمل و الريادة و نماذج ناجحة في ريادة الأعمال .

➤ الفقرة 2: شابات رائدات سعوديات و ما قدمنه للمجتمع السعودي.

➤ الفقرة 3: ريادة الأعمال بين المشاريع التقليدية و الأفكار المبتكرة و الإبداع، نموذج عن ريادة الأعمال و ريادة الاعتمال و عامل السن المبكر.

➤ الفقرة 4: نماذج عن رائدات الأعمال و تخصصاتهن.

➤ الفقرة 5: مشاريع التنمية الاقتصادية السعودية و رؤية 30/20.

➤ الفقرة 6: انجازات و نجاحات لرائدات الأعمال.

العدد الخامس:الذي تناول بالطرح ظاهرة "المرأة السعودية في قطاع العلوم"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي فقراته الخمسة التي تلخصت في:



➤ الفقرة1: موقع المرأة السعودية في مجال الأبحاث العلمية و الاختصاصات و العمل العلمي في المملكة العربية السعودية (الأسباب و أهمية البحوث)، نماذج عن المرأة في مجال العلوم ، دور المرأة السعودية كشريك اقتصادي حسب رؤية 30/20 ، مجال المهندسة و علوم المواد، مجال علم الأحياء، مجال العلوم البحرية.

➤ الفقرة2: الخيارات و الفرص لريادة الأعمال في مجال مجال الفيروسات المناعية و الانجازات المحققة فيه.

➤ الفقرة3: انجازات في مجال علم المواد .

الفقرة4: المرأة في العلوم، نجاحات المرأة في العلوم بين الماضي و الحاضر، نظرة المجتمع للتخصص العلمي و الأدبي.

الفقرة5: نجاحات و انجازات المرأة في مجال العلوم البحرية .

العدد السادس:الذي تناول بالطرح ظاهرة "الدور المتنامي للمرأة السعودية في قطاع السياحة"من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقراته الستة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1 : التطلعات و الطموحات السعودية برؤية 30/20 مشروعات لمرحلة جديدة في القطاع السياحي، و الأدوار المختلفة للمرأة السعودية لتطوير و ترويج السياحة في المملكة العربية السعودية.

➤ الفقرة2: تطوير قدرات المرأة في المجال السياحي .

➤ الفقرة3: مؤشرات النهضة السياحية في السعودية (مشاريع و نشاطات) و دور المرأة فيه.

➤ الفقرة4:البعد النفسي للسياحة في المملكة العربية السعودية.

➤ الفقرة5: حب و انجازات و طموحات المرأة في القطاعات السياحية .

➤ الفقرة6: طموحات و انجازات سياحية.

العدد السابع: الذي تناول بالطرح ظاهرة "حفلات الزفاف بين الحلم و الواقع" من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقراته الستة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1 : الزواج الناجح وارتباطه بحفلات الزفاف .

➤ الفقرة2: الفرح بين الضرورة و الاختيار .

➤ الفقرة3: الوقع النفسي للزواج الشعبي .

➤ الفقرة4: حفلات الزواج بين المرغوب و المطلوب و التقليد و المأمول.

الفقرة5: الزواج بين الرغبة و التقليد.

➤ الفقرة6: العلاقة الزوجية و حفلات الزواج

العدد الثامن: الذي تناول بالطرح ظاهرة "التصالح مع فقدان" من خلال عديد الأبعاد النفسية التي احتوتها فقراته الأربعة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1 : فقدان الأحبة بين الإنكار و عدم التصديق و ألم فقدان ، التصالح مع فقدان لمواصلة العيش و الحياة، الخوف من الموت و كيفية التعامل معه.

➤ الفقرة2: فقدان و كيفية التغلب عليه من وجهة نظر المختصين و تجارب الضيوف.

➤ الفقرة3: علاقتنا بأحببتنا بعد موتهم .

➤ الفقرة4: انعكاسات موت الأحبة.

1-5-5- جدول رقم (38): البعد النفسي للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي	البعد النفسي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
4.48	159	5.41	42	3.20	16	6.75	26	3.97	75	الصدق
0.93	33	---	---	1.00	05	3.37	13	0.79	15	الوفاء
1.58	56	1.67	13	3.20	16	3.37	13	0.74	14	ضبط النفس
4.11	146	7.47	58	1.80	09	9.35	36	2.27	43	قدرات و تميز
60.84	2161	59.54	462	67.40	337	24.96	96	66.95	1266	التقدير
4.76	169	6.44	50	0.60	03	11.69	45	3.76	71	انجاز و نجاح
7.09	252	2.96	23	3.40	17	7.27	28	9.73	184	السعادة
4.59	163	3.35	26	3.40	17	14.29	55	3.44	65	الحب
3.91	139	5.41	42	4.60	23	---	---	3.91	74	التسامح
3.32	118	1.80	14	7.20	36	6.75	26	2.22	42	التمني
0.93	33	1.04	08	1.80	09	0.26	01	0.79	15	الأمان
1.01	36	1.04	08	0.40	02	3.37	13	0.69	13	الأمل
2.45	87	3.87	30	6.00	10	8.57	33	0.74	14	الثقة
100	3552	100	776	100	500	100	385	100	1891	Σ

و لقد عكست بذلك نتائج الجدول (13) بعدا نفسيا للقيمة الأخلاقية ،مثلت جملة من الروابط الأدبية التي عكست صلات أفراد المجتمع العربي من خلال مضمون رسالة البرامج الاجتماعية عينة الدراسة،من تقدير للذات و ما يشمله من معاني الاحترام و إعلاء القدر و عدم الاستهزاء، إبراز الطاقات و القدرات التي يبذلها الفرد في سبيل إثبات الذات أو بناء وتشديد الوطن و ما يحققه من انجازات و نجاحات، سلامة الصدر وطهارته و عكسه لعلاقات إنسانية أساسها الحب و المودة ،التمني، الوفاء

و أداء الأمانة و مظاهر التسامح و الاعتذار،الحلم و ضبط النفس والصبر،و إدخال السعادة و السرور ونشر الأمن و الأمان في المجتمع العربي. و لقد توزعت هذه الأبعاد بالترتيب على:

1- التقدير: ب:(2161) تكرارا و ب:(60.84%) و توزعت على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي:

\*سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب:(1266) تكرارا و ب:(66.95%). من نماذجه:العدد الأول في قول المذيعة:"حنا اللي نشكروكم نتوما هوما تاج راسنا و نتوما أيضا راسمال البرنامج".

\*يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": ب:(462) تكرارا و ب:(59.54%). من نماذجه:العدد الرابع في قول المذيعة:"تستسمح الجمهور باش يقدم تحية للمرا هادي و لكل مرا تونسية اللي تتجرا و تدخل الميدان...كيما دورصاف...".

\*فنتكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب:(337) تكرارا و ب:(67.40%). من نماذجه:العدد السابع في قول الضيف:"...و حد الدكتور فاضل كتب كتاب فالطب...".

\*ثم برنامج "كلام نواعم":ب:(96) تكرارا و ب:(24.96%). من نماذجه:العدد السابع في قول المذيعة:" انت نموزق يحتدى بيه بين الرجال".

2- السعادة: ب:(252) تكرارا و ب:(7.09%). و توزعت على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي:

\*سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب : (184) تكرارا وب: (9.73 %). من نماذجه: العدد الأول في قول الضيفة: "...ما تصويريش الفرحة اللي راني فرحانة".

\*يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": ب : (28) تكرارا وب: (7.27 %). من نماذجه: العدد السابع في قول إحدى الجماهير أنا مبسوطة كتير عشان حبائبي و جيراني حواليا بردو."

\*فتكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": ب : (23) تكرارا وب: (2.96 %). من نماذجه: العدد الثاني في قول المذيعة: "... أنا نفرح ساعات كيما يقولولي راك ضعفت نفرح".

\*ثم برنامج " للعائلة ":ب:(17) تكرارا وب:(3.40 %). من نماذجه: الثاني في قول الحالة: ". نلتقي بكم ونسعد دوما للقائكم...".

3- انجاز و نجاح: ب:(169) تكرارا وب:(4.76 %). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي:

\* سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب : (71) تكرارا وب:(3.76 %). من نماذجه: العدد السابع في قول المعلق على التقرير: "...تمكن طاقم البرنامج من الوصول إلى الجارة و لإدلاء بعض التصريحات اعترفت الجارة بهروب منى ..."

\* يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": ب : (50) تكرارا وب:(6.44 %). من نماذجه: العدد الرابع في قول الضيفة: "...أنايا نجحت، اللي معايا الكل باش ينجحوا معانها باش ياخذو بلايصهم معايا"

\* فالبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": ب:(45) تكرارا وب:(11.69 %). من نماذجه: العدد الثاني في قول الضيفة: "أنا خبرتي سبع سنين في مجال السياحة، و الوجود بقلة في مكاتب سياحية خاصة

بالسيدات، نفتقر لها بالسعودية... طبعا مكتب صبايا تورز ينظم رحلات سياحية خاصة بالسيدات و يعطيهم خصوصية، و هذا النوع الجديد المتميز في صبايا تورز ."

\* ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب: (03) تكرارا وب: (0.60%). من نماذجه : العدد الثاني في قول الضيفة: "تجاح الأسرة يعني نجاح المجتمع".

4- الحب: ب: (163) تكرارا وب: (6.39%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي:

\* سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب: (65) تكرارا وب: (3.43%). من نماذجه: العدد الثامن في قول الإمام: "الكثير مين نسمعوا البنات يفلت خويا دارلي خويا كدا خويا ما خلانيش... خوك هذا اللي ما خلاكش و الله خير حبا فيك... "

\* يليه برنامج "كلام نواعم": ب: (55) تكرارا وب: (14.26%). العدد الأول في قول المذيعة: "حب احد يجعلك تطبخيلو بنفس حلو و الوشوش اللي مش طياها... "

\* يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "أربك أصلح": ب: (26) تكرارا وب: (3.35%). من نماذجه: العدد الخامس في قول الضيف: "...ما نصورش روعي نزوج مرا ما تكونش نسمة حب... الحب بالنسبة للفنان عاطفة... "

\* فنكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب: (17) تكرارا وب: (3.40%). من نماذجه: العدد الثالث في قول الضيف: "...ما زلنا ما فهمناش وحد الحاجة في تربية الأولاد انو الاب و الله ويكون يماهم ساكنة

في villa piscine...هداك الطفل يحوس ...الحاجة تاع باباه...ماوش مخصوص بصح يحب يحس بلي باباه مازال يهتم بيه ."

5- الصدق: ب: (159) تكرارا وب: (4.48%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\* سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب: (75) تكرارا وب: (3.97%). من نماذجه: العدد الثالث في قول الإمام: "...لما يجي واحد يخطب بنتهم أكيد أهل البنت ماش راح يرمو بنتهم، بيداو يسالوا يسالوا الأقربين ،الجيران الناس اللي يتعامل معاهم،بمجرد أن الذي يسال على هذا يجب ان يكون صادقا،قال هذا الرجل فيه كذا و كذا وكذا..."

\* يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": ب: (42) تكرارا وب: (5.41%). من نماذجه:العدد الثاني في قول إحدى الجماهير المتفاعلة في الروبورتاج: "منكذبش ثما ساعات الواحد يشتي باش يدوق اما موش البشر كاملة تمشي stricte..."

\* فيبرنامج "كلام نواعم":ب: (26) تكرارا وب: (6.75%). من نماذجه: العدد السابع في قول الضيف: "للأمانة يعني كان اغلبها إرضاء للأهل..."

\* ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب: (16) تكرارا وب: (3.20%). من نماذجه: العدد الأول في قول الضيف: "...من كان في عون أخيه كان الله في عونه،ولكن في بعض الأحيان يضطر الإنسان إلى الكذب،كاين اغلب الناس كي سلف بيذا يبكي كي رايح يرجعهملك تقول راك تطلب فيه... "

6- قدرات و تميز:ب:(146) تكرارا و:ب:(4.11%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي:

\* سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "أريك أصلح": ب : (58) تكرارا و:ب:(7.47%). من نماذجه:العدد الرابع في قول الضيفة:"...مهنة رجالية معنتها تتطلب نوع من الخشونة نوع من solidarite نوع من اتخاذ قرارات صارمة في وضعيات معنتها صعبة هي باش تلبس الشخصية هديك و باش تكون عندها les trais masculins..."

\* يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي رنامج الاجتماعي "خط احمر": ب : (43) تكرارا و:ب:(2.27%). من نماذجه: العدد الأول في قول المذبة:"الإعاقة موجودة في المخ عمرها ما كانت في الرجلين".

\* فتكراره في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": ب:(36) تكرارا و:ب:(9.35%). من نماذجه: العدد السادس في قول الضيفة:"...تجربة اخوي نايف و أبوي عطنتي دفعة،صرت اقوى صحيح، مريت بهاي المراحل بس عطنتي دفعة اكتسبت مهارات كيف أتعامل في مواجهة الصدمات،كيف اتعامل بالفقدان...

\* ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب : (9) تكرارا و:ب:(1.80%). من نماذجه:العدد الثامن في قول الضيف:"كاين مشكل تاع تكوين...الآن الطالب ياتي من الجامعة مباشرة لقيادة قسم 6سنين 7سنين دون تكوين أساسي..."

7- التسامح: ب: (139) تكرارا و:ب:(3.91%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي:



\* سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب : (74) تكرارا و: (3.91%). من نماذجه: العدد الثامن في قول الحالة لامها و اخيها: "تقولها سمحيلي... اسمحلي بزاف... "

\* يليه برنامج "رأيك أصلح" : ب : (42) تكرارا و: (5.41%). من نماذجه: العدد الثاني في قول الحالة لاهلها: "تحب نسلم على امي و بابا اللي حملوني بعدم l'operation خاطر عييتهم شويا و أختي نقولهم سامحوني سامحوني سامحوني".

\* فنكراره في البرنامج الاجتماعي "العائلة": ب : (23) تكرارا و: (4.60%). من نماذجه: العدد الثاني في قول الضيف: "...مت نتكلموش على العنف اللي الزوج يعنف زوجته أمام الأبناء و بين الزوج يتكلم بكلام بين قوسين اسمحيلي العائلة الكريمة كلام فاحش أمام الأبناء و الأبناء يسمعوا

8- التمني: ب: (118) تكرارا و: (3.32%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\* سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب : (42) تكرارا و: (2.22%). من نماذجه: العدد الثامن في قول المذيعة: "ما كانش قد ما الطفلة تكبر و تقرا قدام عيون باباها و يماها و تخرج عروسة تحت جناح والديها نتمالك الخير"

\* ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "العائلة": ب : (36) تكرارا و: (7.20%). من نماذجه: العدد السابع في قول المذيعة: "...نتمناو من أفراد العائلة الجزائرية الكثير من الوعي في تصفح هذه الاستشارات و الوصفات... "

\*فبرنامج "كلام نواعم":ب:(26) تكرارا وب:(6.76 %). من نماذجه: العدد السادس في قول المذيعة:"أنا بتمنى صراحة انو أشوف كلية للآثار و السياحة يدرسوا فيها البنات ... "

\*يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي"أريك أصلح" : ب : (14) تكرارا وب:(1.80 %). من نماذجه: العدد الثالث في قول إحدى الجماهير المتفاعلة في الروبورتاج:"ثمة دوايات ما نقدرش نشرهم كيما الصونا هذيا نعمل فيها يوميا و غالية الكعبة بربع آلاف...أمنيتي يعطوني الرخصة انتاعي نخدم بيها و ما طالب شي... "

9-الثقة: ب: (87) تكرارا وب:(2.45%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\* سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "أريك أصلح": ب : (30) تكرارا وب:(3.87%). من نماذجه: العدد الأول في قول احد الجماهير المتفاعلة عبر الهاتف:"هو أنا ولد المؤسسة العمومية و ثقتي راهي عمياء فالمؤسسة العمومية معناها لا اكثر لا اقل و عندي ثقة في زملائي المربين في المؤسسة العمومية... "

\* فالبرنامج الاجتماعي"خط احمر": ب : (10) تكرارا وب:(0.53%).من نماذجه: العدد الخامس في قول المذيعة:"الناس اللي راهم يشوفوا فينا بلاكي تقولي بلي بنتي ما تهريش من الدار،و اللا وليدي ما يهريش من الدار،خالتي فاطمة كانت دايرة ثقة بلي بنتها ما تهريش من الدار... "

\* فبرنامج "كلام نواعم": ( 33) تكرارات وب:(0.93%). من نماذجه: العدد الثاني في قول الحالة:"... بالنسبة لا الي ان امراة تركب دراجة نارية يعطيني ثقة بنفسي و امباور انو المرأة تعمل اي شيء..."

\* ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي " للعائلة": ب : (30) تكرارات وب:(6.00 %). من نماذجه: العدد الثامن في قول الحالة لامها و أخيها: "قولها سمحيلي...اسمحي بزازف...

**11- ضبط النفس :** ب : (56) تكرارا وب:(2.19%). وتوزع على برامج الاجتماعية عنية الدراسة بالترتيب كالتالي

\* كان أكبرها تكرارا "برنامج للعائلة": ب : (16) تكرارا وب:(3.20 %). من نماذجه: العدد الثاني في قول الضيف: "...الصبر له حدود..."

\* يليه برنامج الاجتماعي " خط احمر": ب : (14) تكرارا وب:(0.74%). من نماذجه: العدد السادس في قول الضيف: "صابرة و صبرت و كبرت و جابت قاع رجال..."

\* فالبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": ب : (13) تكرارا وب:(3.76 %). من نماذجه: العدد السابع في قول الضيف: "للأمانة...اغلبها إرضاء للأهل صراحة..."

\* ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي «رأيك أصلح» : ب : (13) تكرارا وب:(1.67 %). من نماذجه: العدد السابع في قول الضيف: "...معقول كلامك أنا ما نخبيش عليك..."

**12- الأمل:** ب : (36) تكرارا وب:(1.01 %). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالتالي:

\* سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب : (13) تكرارا وب:(0.69%). من نماذجه: العدد الأول في قول المذيعة: "...الإنسان كي يصرالو مصيبة أو يصرالو ابتلاء يفقد الأمل..."

\* يتساوى معه برنامج "كلام نواعم": ب: (13) تكرارا وب: (3.76%). من نماذجه: العدد الثامن في قول الضيفة: "...عندي امل فالدنيا اللي هو خاطر عندو بنت في سوريا و أنا الأمل نتاعي أني ناخو البنت اللي تعوضلي كل حاجة... "

\* فتكراره في برنامج "رأيك أصلح": ب: (08) تكرارا وب: (1.03%). من نماذجه: العدد السابع في قول الحالة: "...الإنسان ديما يبني على الأمل... "

\* ثم برنامج "للعائلة": ب: (02) تكرارا وب: (0.40%). من نماذجه: العدد الأول في قول الضيف: "...كاين تلاميذ ماراهمش يروحو يقرأو لأنو ما عندوش لحوايج واش يدير...يقولك...مالا نستدين على أمل يفرجها الله... "

13- الوفاء: ب: (33) تكرارا وب: (0.93%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\* سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب: (15) تكرارا وب: (0.79%). من نماذجه: العدد الأول في قول احد الجماهير المتفاعلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: "و يبقى الوفاء واجب ماشي مزية "

\* يليه فيبرنامج "كلام نواعم": ب: (13) تكرار وب: (3.76%). من نماذجه: العدد الثامن في قول الضيفة عن سؤال المذيعة لها وفاؤها لزوجها بعد الموت: "هي ما تنتهي تتحول لذكريات حلوة أنا بمشي عام بدا نزار قباني بيؤلك إذا لم يزدك البعد حبا فأنت لم تحب... "

\* فتكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب: (5) تكرارات و: (1.00%). من نماذجه: العدد الأول في قول الضيف: "...إذا نفس الشيء فالديون لما الواحد يمشي بهذه الطريقة يغامر بهاد الطريقة... بغرض تلبية حاجيات ما هوش قادر على الوفاء مستقبلا... "

\* ثم برنامج "رأيك أصلح": الذي انعدم به تكرار الوفاء.

13-الأمان: (33) تكرارا و: (0.93%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\* سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": ب: (08) تكرارا و: (1.03%). من نماذجه: العدد الخامس في قول الضيف عن أسباب تأخر الزواج: "...السبب الآخر هو التخوف من المفاهيم المغلوطة عن الزواج... "

\* فالبرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب: (15) تكرارا و: (0.79%). من نماذجه: العدد الثامن في قول الحالة: "تنا خرجت من الدار خوف خوف. "

\* ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب: (9) تكرارا و: (1.80%). من نماذجه: العدد الثامن في قول الضيف: "...فهادي احتياجات مادية تأتي في أدنى الهرم لكن الإنسان هذا و اللا الطفل هذا وين يحتاج إلى احتياجات أعلى... يحتاج إلى الحب... يحتاج إلى الأمان... "

\* فبرنامج "كلام نواعم": ب: (1) تكرار و: (0.26%). من نماذجه: العدد الثامن في قول الضيفة: "أنا البيت بيحسني بالأمان... "

1-6- جدول رقم (39): البعد الاجتماعي للقيمة الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة :

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي البعد الاجتماعي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
7.56	166	3.91	20	7.54	38	14.72	39	7.54	69	العدد الأول
18.90	415	15.82	81	27.78	140	9.81	26	18.36	168	العدد الثاني
10.71	235	5.86	30	13.89	70	7.55	20	12.57	115	العدد الثالث
13.34	293	9.37	48	13.49	68	7.17	19	17.27	158	العدد الرابع
13.25	291	18.56	95	9.52	48	7.55	20	13.99	128	العدد الخامس
12.66	278	11.32	58	12.11	61	13.20	35	13.55	124	العدد السادس
13.20	290	20.90	107	7.14	36	32.45	86	6.67	61	العدد السابع
10.38	228	14.26	73	8.53	43	7.55	20	10.05	92	العدد الثامن
100	2196	100	512	100	504	100	265	100	915	Σ

ولقد بينت نتائج الجدول احتواء البرامج الاجتماعية عينة الدراسة على (2196) بعدا اجتماعيا للقيمة الأخلاقية ،كان اكبر تكرار لها في البرنامج الاجتماعي "خط احمر" ب : (915)، يليه تكرارها في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": ب : (512) تكرار ،ثم تكرارها في البرنامج الاجتماعي للعائلة" ب : (504) تكرار ، توزعت على الأعداد الثمانية بالترتيب .فكان العدد الثاني أكبرها تكرار: ب:(415)تكراراً ، وبنسبة(18.90%)، يليه العدد الرابع ب:(293) وبنسبة(13.34%). والعدد الخامس ب:(291) وبنسبة(13.25%)، والعدد السابع ب:(290) تكراراً وبنسبة(13.20%) ثم العدد السادس ب:(278)تكراراً وبنسبة(12.66%)، العدد الثالث: ب : (235) تكراراً وبنسبة(10.71%) العدد الثامن

ب: (228) تكرارا وبنسبة (12.66%) ثم العدد الأول: (166) تكرارا وبنسبة (7.56%). و لقد تبين توزيع تكراراتها على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالتالي:

**1- البرنامج الاجتماعي "خط احمر":** احتوى البرنامج على: (915) بعد اجتماعي للقيمة الأخلاقية، توزعت و بالترتيب على: العدد الثاني أكبرها تكرارا: (168) وبنسبة (18.36%)، يليه العدد الرابع: ب: (158) تكرارا و: (17.27%)، العدد الخامس: ب: (128) تكرارا و: (13.99%)، العدد السادس: ب: (124) تكرارا و: (13.55%)، العدد الثالث: ب: (115) تكرارا و ب: (12.57%)، العدد الثامن: ب: (92) تكرارا و: (10.05%)، العدد الأول: ب: (69) تكرارا و: (7.54%)، وآخرها العدد السابع: ب: (61) تكرارا و: (6.67%).

حيث احتوت أعداد برنامج "خط احمر" عينة الدراسة الثمانية على مجموع كلي لل فقرات قدر ب: (23) فقرة و التي جاءت في شكل متسلسل و مرتب. و فيما يلي عرض للمواضيع ذات البعد الاجتماعي و الخاصة بكل فقرة من فقرات برنامج "خط احمر" عينة الدراسة:

العدد الأول: الذي تناول بالطرح ظاهرة " تكريم الأزواج لزوجاتهم" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقراته الأربعة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: الإعاقة إعاقه الفكر و الإرادة وليس الجسد، المرأة السند المعنوي للرجل، نجاح العلاقة الزوجية قدوة و تقديم نموذج لعلاقة زوجية ناجحة.

➤ الفقرة 2: وفاء الزوج لزوجته حتى بعد الموت، نموذج لزوج يرثي .

➤ الفقرة 3: عراقيل العلاقة الزوجية، الطفولة المسعفة و حق البنوة.

➤ الفقرة 4: صلة الرحم واجب اجتماعي و واجبات الآباء تجاه الأبناء.

العدد الثاني:الذي تناول بالطرح ظاهرة " الطلاق و حرمان الآباء من الأبناء"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقراته الثلاثة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1: آثار فشل العلاقة الزوجية على الأبناء، آثار فشل العلاقة الزوجية على الآباء اللقاء بعد الفراق و الصلح خير و قيمة الأبوة أمام الماديات.

➤ الفقرة2: النفقة و تحمل المسؤولية.

➤ الفقرة3: حقوق الأبناء على الآباء،العمل الخيري و دوره في احتضان الطفولة المسعفة .

العدد الثالث:الذي تناول بالطرح ظاهرة "الغيبية و النميمة"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقراته الستة التي تلخصت في:

➤ الفقرة1: ظاهرة القيل و القال،القال و القيل و الطلاق،النميمة و الأمراض النفسية و القيل

➤ الفقرة2: القيل و القال و تحطيم حياة الناس، الصدق من أساسيات الزواج و نماذج عن معاناة الناس من القيل و القال.

➤ الفقرة3: رحلة المعاناة بالقيل و القال و الإشاعات،عادات و تقاليد الزواج في المجتمع الجزائري بين التقليدي و الحديث،المظاهر السلبية لظاهرة القيل و القال .

➤ الفقرة4: واجبات الآباء تجاه أبنائهم و زواج المصلحة.

➤ الفقرة5: نموذج عن الكنة و العجوز...مناشدة العودة و نموذج الأخوة تناشد العودة.

➤ الفقرة6: مشاكل الجيران،السحر و سوء الظن،القيل و القال و الشعوذة،نصائح للتغلب على ظاهرة القيل

و القال،الخلاف الأبدي بين العجوزة و الكنة،احترام الكبير و توقير الصغير، و عادات و تقاليد الزواج في المجتمع الجزائري.



العدد الرابع:الذي تناول بالطرح ظاهرة "العجوز و الكنة"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرة واحدة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1: أسباب الطلاق، حلول لإنجاح العلاقة الزوجية، نموذج زواج ناجحة ونموذج زواج مرهونة بقرار الطلاق.

العدد الخامس:الذي تناول بالطرح ظاهرة "هروب القصر و القاصرات من البيت"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرتين و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1 : مسؤوليات الآباء تجاه أبنائهم القصر.

➤ الفقرة2: آباء يناشدون عودة أبنائهم القصر.

العدد السادس:الذي تناول بالطرح ظاهرة "حقرة الرجال-تغير نظم الأسرة الجزائرية"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها ثلاث فقرات و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1 : حقرة الرجل من طرف المرأة خروج عن العرف ،أنواع حقرة الرجل،الفهم السيئ لتحرر المرأة،رسالة صلح و عادات المجتمع الجزائري في طلب الصلح.

➤ الفقرة2: أسباب فشل العلاقات الزوجية، آثار فشل العلاقات الزوجية و حالات فاشلة للعلاقات الزوجية.

➤ الفقرة3: نموذج الأمومة تناشد فقدان الأبناء و التكافل الاجتماعي و العمل الخيري.

العدد السابع:الذي تناول بالطرح ظاهرة "عودة القصر و القاصرات -الجزء الأول-"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرة واحدة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1 : دور التكافل الاجتماعي في عودة القاصرات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في عودة القاصرات، حالات عودة القاصرات و قاصرات للبيع.

العدد الثامن:الذي تناول بالطرح ظاهرة "عودة القصر و القاصرات -الجزء الثاني-"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها ثلاث فقرات و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1 : دور التكافل الاجتماعي في عودة القاصرات(الجزء الثاني) و حالات عودة القاصرات.

➤ الفقرة 2: حالات عودة القاصرات- الرجوع إلى الحياة العادية-.

➤ الفقرة 3: التكافل الاجتماعي وفعل الخير و تكريمات .

**2- البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح":** احتوى البرنامج على:(512) بعد اجتماعي للقيمة الأخلاقية

،توزعت و بالترتيب على: العدد السابع أكبرها تكرارا ب: (107) وبنسبة(20.90%)، يليه العدد الخامس: ب:(95) تكرارا و ب:(18.56%)، العدد الثاني: ب:(81) تكرارا و ب:(15.82%)، العدد الثامن: ب:(73) تكرارا و ب:(14.26%)، العدد السادس: ب:(58) تكرارا و ب:(11.32%)، العدد الرابع: ب:(48) تكرارا و ب:(9.37%)، العدد الثالث: ب:(30) تكرارا و ب:(5.86%)، وآخرها العدد الأول: ب:(20) تكرارا و ب:(3.91%).

حيث احتوت أعداد برنامج "رأيك أصلح" عينة الدراسة الثمانية على مجموع كلي للفقرات قدر

ب : ( 14 ) فقرة و التي جاءت هي الأخرى في شكل متسلسل و مرتب. و في ما يلي عرض

للمواضيع ذات البعد الاجتماعي و الخاصة بكل فقرة من فقرات برنامج "رأيك أصلح" عينة الدراسة:

العدد الأول: الذي تناول بالطرح ظاهرة " المدرسة العمومية و المدرسة الخاصة" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرة واحدة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: واقع المدرسة العمومية و الخاصة بين الاحتجاجات و التظاهرات والرأي المكفول بالقانون، المدرسة العمومية و المدرسة الخاصة تكاليف و فروقات اجتماعية، أسباب لجوء الأولياء إلى المدارس الخاصة، الحلول المقترحة لإعادة إصلاح المدرسة العمومية، سلبيات و ايجابيات المدارس الخاصة و واقع البرامج الدراسية في المدارس العمومية و الخاصة.

العدد الثاني: الذي تناول بالطرح ظاهرة "السمنة أسبابها و سبل علاجها" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرتين تلخصتا في:

➤ الفقرة 1: نظرة المجتمع التونسي إلى مرض السمنة، مفهوم السمنة، أسباب حدوث السمنة و كيفية العلاج من مرض السمنة.

➤ الفقرة 2: الانعكاسات السلبية للسمنة، معالجة السمنة وتجارة التخلص من السمنة.

العدد الثالث: الذي تناول بالطرح ظاهرة "التقاعد في تونس" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرتين تلخصتا في:

➤ الفقرة 1: نظرة التونسي للتقاعد، تطور ثقافة التقاعد، التقاعد مسؤولية، دور الدولة ومؤسساتها في التحضير لما بعد التقاعد.

➤ الفقرة 2: الاستعداد لما بعد التقاعد، التحضير للتقاعد و ما بعد التقاعد، التقاعد و انعكاساته على الفرد و الإجراءات التي يجب اتخاذها لحماية الزاد البشري المتقاعد.

➤ العدد الرابع: الذي تناول بالطرح ظاهرة "تساء في مهن صعبة" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرتين تلخصتا في:

➤ الفقرة 1: نظرة المجتمع الدونية للمرأة التي تمارس المهن الذكورية، تصنيف المهن ، مفهوم المهن الانوثية و الذكورية ،أسباب اختيار المرأة للمهن الصعبة و المهن الذكورية اختيار أم اضطرار .

➤ الفقرة 2: كيفية تجاوز النظرة الدونية للمرأة التي تمتهن المهن الذكورية.

العدد الخامس: الذي تناول بالطرح ظاهرة "أسباب تأخر سن الزواج" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرة واحدة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1 : تأخر سن الزواج، الزواج في ظل التغيرات العربية و الدولية، العزوبة بين الاختيار و الاضطرار، الزواج في سن مبكر وسلبيات و ايجابيات الزواج المبكر .

➤ العدد السادس: الذي تناول بالطرح ظاهرة "الالعاب الالكترونية المهدة لحياة الطفل و المراهق -الحوت الأزرق -" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرتين تلخصتا في:

الفقرة 1 : طبيعة الألعاب الالكترونية، أكثر الألعاب الالكترونية رواجاً و خطراً، تأثير الألعاب الالكترونية على الأطفال، استعمال الألعاب الالكترونية عند الأطفال .

➤ الفقرة 2: المسؤولية الأبوية و استعمال الألعاب الالكترونية من قبل الأطفال، الأهداف الخاطئة لاستخدامات الألعاب الالكترونية من قبل الأطفال، الآثار الايجابية و السلبية لاستخدامات الألعاب الالكترونية من قبل الأطفال و حلول تقادي الآثار السلبية للألعاب الالكترونية عند الأطفال .

➤ الفقرة 3: نموذج الأمومة تناشد فقدان الأبناء و التكافل الاجتماعي و العمل الخيري .

العدد السابع:الذي تناول بالطرح ظاهرة "الأشخاص ذوي الاحتياجات الخصوصية- دور الدولة و المجتمع- من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرتين تلخصتا في:

➤ الفقرة 1 : وضعية المعاق في تونس، تعريف المعاق و دور المجتمع و مؤسسات الدولة في تشغيل حاملي الإعاقة.

➤ الفقرة 2: عمل المعاق و مسؤولية الإحاطة بالمعاق و الإعاقة و حق الضمان الاجتماعي.

العدد الثامن:الذي تناول بالطرح ظاهرة "عمليات التجميل" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرتين تلخصتا في:

الفقرة 1 : تعريف عمليات التجميل،عمليات التجميل عند المرأة و الرجل، أضرار عمليات التجميل، عولمة عمليات التجميل،أسباب الإقبال على عمليات التجميل و تجارة عمليات التجميل.

➤ الفقرة 2: المراكز و المؤسسات المتخصصة في ممارسة عمليات التجميل.

**3- البرنامج الاجتماعي للعائلة":** احتوى البرنامج على:(504) بعدا اجتماعيا للقيمة الأخلاقية ،توزعت و بالترتيب على: العدد الثاني أكبرها تكرارا :ب:( 140) وبنسبة(27.78%)،العدد الثالث: ب:(70) تكرارا و ب:( 13.89%)، العدد الرابع: ب:(68) تكرارا و ب:( 13.49%)، العدد السادس: ب:(61) تكرارا و ب:( 12.11%)، يليه العدد الخامس: ب:(48) تكرارا و ب:( 9.52%)، العدد الثامن: ب:(43) تكرارا و ب:( 8.53%)،العدد الأول: ب:(38) تكرارا و ب:( 7.54%)،وآخرها العدد السابع: ب:( 36) تكرارا و ب:( 7.14%).

حيث بلغ تكرار فقرات برنامج " للعائلة " (14) فقرة . و فيما يلي عرض للمواضيع ذات البعد

الاجتماعي و الخاصة بكل فقرة من فقرات برنامج "العائلة" عينة الدراسة:

العدد الأول: الذي تناول بالطرح ظاهرة " سدّد دينك تنعم حياتك" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرتين تلخصتا في:

➤ الفقرة 1: السلوك الغير سوي في المماثلة في تسديد الدين، الخلفات و المشاكل المنجرة عن السلوك الغير و المماثلة في تسديد الدين، الممارسات الغير صحيحة والمنجرة على عدم تسديد الدين، تعريف الدين من الناحية الاجتماعية و الاقتصادية و تطير القانون للمعاملات المالية.

➤ الفقرة 2: الآثار السلبية للتدين على العلاقات الإنسانية، السلوك السوي و ميكانيزمات التصرف لإقراض الآخر.

العدد الثاني: الذي تناول بالطرح ظاهرة " الطلاق و الخلع في الجزائر" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرة واحدة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: تعريف الطلاق، أسباب حدوث الطلاق في الجزائر، ارتفاع نسب الطلاق في الجزائر، الطلاق و تهديد العلاقات الأسرية الجزائرية، أسباب الخلع في الجزائر، آثار الطلاق و الخلع على العلاقات الأسرية الجزائرية و حلول و علاج الطلاق.

العدد الثالث: الذي تناول بالطرح ظاهرة "النفقة" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرتين تلخصتا في:

➤ الفقرة 1: مفهوم النفقة، مستويات النفقة، و كيف تقدم النفقة للأبناء.

➤ الفقرة 2: محاسن و مساوئ الجهاز التشريعي و التنفيذ الكافل لحق النفقة، المؤسسات الكافلة لحق النفقة و النفقة معأناة مادية و معنوية.

العدد الرابع:الذي تناول بالطرح ظاهرة "التلاحم الاسري"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرتين تلخصتا في:

➤ الفقرة1: مفهوم التلاحم الأسري، أسباب تفكك العلاقات الأسرية، التكنولوجيا و تفكك العلاقات السرية ، خصائص العلاقات الأسرية بين الماضي و الحاضر و الأخلاق الإسلامية في المحافظة على العلاقات الأسرية.

➤ الفقرة2: سلطة الامتلاك و التلاحم الأسري و غرس المبادئ الأخلاقية لتحسين العلاقات الأسرية.

➤ العدد الخامس:الذي تناول بالطرح ظاهرة "الصراعات الزوجية" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها ثلاث فقرات و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1: النزاعات الزوجية و أسباب الصراعات الزوجية.

➤ الفقرة2: تأثيرات الصراعات الزوجية على الأبناء و طرق احتواء المشاكل الزوجية.

➤ الفقرة3: الألفاظ القبيحة و آثارها على الأبناء.

العدد السادس:الذي تناول بالطرح ظاهرة "ازمة الهوية لدى الشباب-مخاوف و محاذير-"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرة واحدة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1 : مسؤولية الشباب في الحفاظ على الهوية الوطنية،آليات و ميكانيزمات الحفاظ على الهوية، مظاهر اختلال الهوية و دور الأسرة و المجتمع في بناء الهوية،سبل علاج تفكك الهوية.

العدد السابع:الذي تناول بالطرح ظاهرة "الصحة و الجمال عبر مواقع التواصل الاجتماعي-"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرة واحدة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1 : حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الثقة و الرفض، الحاجة و الاستخدام الصحي لمواقع التواصل الاجتماعي، سلبيات و إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي، العلاج الافتراضي وأمراض العصر،التحسيس و التوعية الصحية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و الإضافات الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحي.

العدد الثامن:الذي تناول بالطرح ظاهرة الألفاظ الجارحة عند الأطفال"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقرتين تلخصتا في:

➤ الفقرة 1 : ظاهرة الألفاظ الجارحة و المتسبب فيها،تعريف الكلمات الجارحة،الألفاظ الجارحة تربية أم تحمل أعباء ، تأثير الكلمات الجارحة على الأطفال و اللغة من صنع الجماعة.

➤ الفقرة 2: معاقبة الأطفال عند تلفظ الألفاظ الجارحة، البيئة و كيفية تلقين الكلمات الجارحة، الحلول المقترحة عند تلفظ الأطفال بالألفاظ الجارحة،الألفاظ الجارحة و تأثيرها على مستقبل الأطفال،أعراض العنف اللفظي، الألفاظ الجارحة في المدرسة و الحلول المقترحة لتجنب استعمال الألفاظ الجارحة.

**4- البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم":**احتوى البرنامج على:(265) بعد اجتماعي للقيمة الأخلاقية ،توزعت و بالترتيب على: كان أكبرها تكرر في العدد السابع: ب: (86)تكرارا و:ب: (32.45%)، يليه العدد الأول: ب: (39) و:ب: (14.72%)، ثم العدد السادس: ب: (35) تكرارا و:ب: (13.20%)،العدد الثاني: ب: (26) تكرارا و:ب: (9.81%)،ليتساوى في الأعداد الثالث والخامس والثامن: ب: (20) تكرارا و:ب: (7.55%)،ثم العدد الرابع: ب: (19) تكرارا و:ب: (7.17%).



حيث احتوت أعداد برنامج "كلام نواعم" عينة الدراسة الثمانية على مجموع كلي للفقرات قدر ب: (44) فقرة و التي جاءت في شكل متسلسل و مرتب. و فيما يلي عرض للمواضيع ذات البعد الاجتماعي و الخاصة بكل فقرة من فقرات برنامج "كلام نواعم" عينة الدراسة:

العدد الأول: الذي تناول بالطرح ظاهرة " علاقة المرأة بالأكل من المطبخ و العادات الغذائية" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقراته الخمسة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: المرأة و علاقتها بالمطبخ خلال السنوات الأخيرة، المرأة مملكة المطبخ و سوق العمل يتصدره الرجال الطهاة، الاستسلام لكسل الأطعمة الجاهزة و كثرة قنوات الطهي و قلة اهتمام الناس بالطبخ، الأمراض التي يعاني منها العالم العربي إذا كانت المعدة هي الداء و الدواء و دور النواعم في إنشاء أسرة صحية و مجتمع صحي و الاستفادة المالية في الوقت نفسه.

➤ الفقرة 2: مسؤولية الطبخ بالبيت و مصدر غذاء الأسرة.

➤ الفقرة 3: كيف يؤثر عدم اهتمام ربة البيت غير مهتمة بالطبخ عليها و على حياتها الغذائية مع تغير أدوار المرأة و الرجل اليوم و دور الرجل اليوم في المساعدة على وجود أكل صحي بالبيت.

➤ الفقرة 4: عالم الأكل و المرأة و تحديد الأكل الصحي للعائلة و نتائج و آثار الأكل و الغذاء على خلق عادات صحية غذائية للعائلة و الأطفال.

➤ الفقرة 5: دور الطبخ في حياة العائلات و كيف يكون مهم و له دور في لم شمل العائلة و الأصحاب في الحياة اليومية و المناسبات.

العدد الثاني: الذي تناول بالطرح ظاهرة " هويات المرأة اليوم و أهمية الهويات للعيش في سعادة و تكملة الحياة" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقراته الستة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: أنواع الهويات النسائية اليوم.

➤ الفقرة 2: الهويات وعالم العمل، نماذج عن ممارسة الهويات .

➤ الفقرة 3: هوية المرأة بين الرفاهية والمسؤولية، الهوية بين الأهمية والتهيف، الهويات التقليدية والهويات الحديثة، المرأة والهويات الخطرة والمسؤولية الاجتماعية و أهمية الهويات بالنسبة للإنسان.

➤ الفقرة 4: هويات زمان وآن، هوية الجرافيك والتصوير، هوية تسلق الحبال والقمم، أنواع الهويات وعلاقتها بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، هوية البادي جامبيتع ،الووترسكين، الإستمرارية في ممارسة الهويات ، العرب والغرب وكيفية إستغلال الهويات أو الإستمتاع بها، المرأة وهوية كرة القدم و هوية التنكيد على النفس .

➤ الفقرة 5: الهوية والوظيفة، الجيل الحالي والهويات "بين مسؤوليات البيت وعالم العمل"، أسباب غياب ممارسة الهويات ، الظروف العائلية وعلاقتها بممارسة الهوية،الهويات بين الماضي والحاضر (التكنولوجيا و ممارسة الهويات)،هوية تصيد الهويات و حق المرأة في الهوية .

➤ الفقرة 6: الهويات الغربية وملازمتها للإنسان.

العدد الثالث:الذي تناول بالطرح ظاهرة "واقع و انجازات المبتعثات في السعودية"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقراته الستة التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: واقع وانجازات المبتعثات في السعودية (باحثات عن العلم)، المبتعثات قوة ثقافية ،فكرية وعلمية في المملكة العربية السعودية،أهمية المبتعثات للمرأة العربية السعودية، نماذج وتجارب المبتعثات للمرأة السعودية ، التحديات التي تواجه المبتعثات خاصة في ظل التطور التكنولوجي.

➤ الفقرة 2: نماذج عن الإبتعاث في عديد التخصصات، خيارات الطالبة السعودية بعد الإبتعاث وعودتها إلى أرض الوطن ، تخصصات جديدة ورهانات دراستها وتطبيقها، الصعوبات الفردية والجماعية للمبتعثات، الإبتعاث وعلاقته بالعادات والتقاليد والقيم العربية الإسلامية لا ( التخصص وكيف يخدم المجتمع العربي والوطن) .

➤ الفقرة 3: نموذج عن المبتعثات وعلاقتها بتغيير نمط حياة الطالبات ،صعوبات الإبتعاث، العودة من الإبتعاث وعلاقتها بالمشاكل والصعوبات التي تواجه الطلبة بعد عودتهم إلى أرض الوطن ،تحديات تغيير التخصص ، سنوات الإبتعاث وعلاقتها بتغيير نمط الحياة ، الإبتعاث وتجربة الوحدة ، تطور دراسة التخصصات وعلاقتها بخدمة المجتمع، آثار الإبتعاث على المبتعثات علميا ، إجتماعيا ، وموضوع الهوية والإبتعاث والأخلاق الإسلامية .

➤ الفقرة 4: واقع الطالبات السعوديات في أولى مراحل الإبتعاث، ردود الفعل العربي والغربي تجاه المرأة العربية في مجال الدراسة والتخصص (السنما خاصة) .

➤ الفقرة 5: ما بعد الإبتعاث ،كيف تسهم نجاحات المرأة في مجال الإبتعاث وحصولها على شهادات وخبرات عالمية لتمكينها من المشاركة في مسيرة التنمية ، مسؤولية المبتعثة في الإبتعاث و ما بعد الإبتعاث، دراسة السنما وعلاقتها بتغيير الواقع العربي، الفن وتغيير نظرة المجتمع الغربي عن المرأة السعودية ، فماذا يغير الإبتعاث عمليا في واقع المرأة السعودية و نصائح المرأة المبتعثة لغيرها من أفراد المجتمع .

➤ الفقرة 6: المرأة السعودية و الإبتعاث و علاقته بظروف البيئة العربية الإسلامية، دور المرأة المبتعثة في تغيير المفاهيم الخاطئة و الصورة النمطية المعروفة عن المجتمع العربي ، إضافات الإبتعاث للمبتعثات

مذيعات وضيقات البرنامج، خصائص و سمات و أصالة و ثقافة المرأة العربية الإسلامية و خاصة المنقبة و نظرة العالم الغربي لها.

العدد الرابع:الذي تناول بالطرح ظاهرة "رائدات الأعمال الشابات"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقراته الستة التي تلخصت في:

➤ الفقرة1: رائدات الأعمال الشابات و المكانة التي تحتلها في سوق العمل و الريادة، أعمال و مجالات رائدات الأعمال ، التحديات التي تواجه رائدات الأعمال السعوديات و الظروف المساعدة على تحقيق نجاحها، أهمية ريادة الأعمال في السعودية، نماذج ناجحة في ريادة الأعمال و الفرق بين رائدة الأعمال و سيدة الأعمال.

➤ الفقرة2: شابات رائدات سعوديات و ما قدمنه للمجتمع السعودي، مجالات ريادة الأعمال و علاقته بالعلم و التخصص، الصعوبات التي تواجه ممارسة ريادة الأعمال في عديد المجالات.

➤ الفقرة3: ريادة الأعمال بين المشاريع التقليدية و الأفكار المبتكرة ، نموذج عن ريادة الأعمال و ريادة الاعتمال و عامل السن المبكر.

➤ الفقرة4: نماذج عن رائدات الأعمال و تخصصاتهن.

➤ الفقرة5: وظيفة ريادة الأعمال في التنمية الاقتصادية السعودية و رؤية 30/20، نموذج ريادة الأعمال، تغيرات المجتمع و علاقته بظهور ريادة الأعمال، ماهية لقب رائدة الأعمال، حاضنات الأعمال و حق المرأة السعودية في ريادة الأعمال .

➤ الفقرة6: نماذج و تجارب لرائدات الأعمال.

العدد الخامس:الذي تناول بالطرح ظاهرة "المرأة السعودية في قطاع العلوم"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي فقراته الخمسة التي تلخصت في:

➤ الفقرة1: المرأة السعودية في قطاع العلوم، المجالات العلمية و المرأة السعودية ،هل العلوم مجال محتكر على الرجال فقط ، موقع المرأة السعودية في مجال الأبحاث العلمية و الاختصاصات و العمل العلمي في المملكة العربية السعودية (الأسباب و أهمية البحوث)، نماذج عن المرأة في مجال العلوم ، دور المرأة السعودية كشريك اقتصادي حسب رؤية 30/20 ، مجال المهندسة و علوم المواد، مجال علم الأحياء، مجال العلوم البحرية.

➤ الفقرة2: الخيارات و الفرص لدخول الفتاة السعودية مجال ريادة الأعمال، ريادة الأعمال في مجال العلوم اليوم، ريادة الأعمال في مجال مجال الفيروسات المناعية .

➤ الفقرة3: الجامعة و الأبحاث العلمية و الدكتوراه ، ريادة الأعمال في مجال علم المواد (النتائج و الأبحاث).

الفقرة4: المرأة في العلوم، نجاحات المرأة في العلوم بين الماضي و الحاضر، نظرة المجتمع للتخصص العلمي و الأدبي و نموذج في مجال البيئة.

الفقرة5: مجال العلوم البحرية (نتائج و أبحاث).

العدد السادس:الذي تناول بالطرح ظاهرة "الدور المتنامي للمرأة السعودية في قطاع السياحة"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقراته الستة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1 : دور المرأة السعودية في قطاع السياحة، المملكة العربية السعودية و حراكها السياحي المتنوع، التطلعات و الطموحات السعودية برؤية 30/20 مشروعات لمرحلة جديدة في القطاع السياحي،

موقع المرأة في القطاع السياحي، الطرق و الأدوار المختلفة للمرأة السعودية لتطوير و ترويج السياحة في المملكة العربية السعودية، الاهتمام بتنمية القطاع السياحي السعودي بين ما كان و ما هو عليه الآن.

➤ الفقرة 2: أنواع السياحة في السعودية، تطوير قدرات المرأة في المجال السياحي و معالم سياحية في السعودية.

➤ الفقرة 3: مؤشرات النهضة السياحية في السعودية (مشاريع و نشاطات) و دور المرأة فيه، دور المرأة في النهضة السياحية في السعودية و معالم سياحية في السعودية.

➤ الفقرة 4: السياحة في السعودية و دور المرأة فيها (نظرة كوميدية)، أسباب تراجع مراتب السعودية في مجال السياحة، التنوع الثقافي في السعودية، المملكة العربية السعودية في المجال السياحي بين الحاضر و الماضي، ضرورة التنمية السياحية و توفير الهياكل و المعدات النوعية للسياحية، الخدمات السياحية في المملكة العربية السعودية، الترويج السياحي و الدعم الحكومي للسياحة في المملكة العربية السعودية ، جمهور السياحة في المملكة العربية السعودية و المنطقة السياحية "عسير" و المنطقة السياحية "الرياض".

➤ الفقرة 5: عمل المرأة في القطاعات السياحية و المساحة التي تحتلها في البلد، نموذج لاستثمار نسوي في قطاع السياحة و السياحة و المنطقة السياحية في الشرقية.

➤ الفقرة 6: مستقبل السياحة في السعودية في ظل الإمكانيات و الخطط الموضوعة لتنمية السياحة، دور المرأة في التنمية المستقبلية القريبة، المفهوم الجديد للسياحة في السعودية، الاستثمار السياحي في السعودية و المنطقة السياحية الرياض.

العدد السابع: الذي تناول بالطرح ظاهرة "حفلات الزفاف بين الحلم و الواقع" من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقراته الستة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1 : إجراءات الزواج محور اهتمام المقبلين على الزواج ، المرأة ومسؤولية انتشار الأعراس مقارنة بالرجل ، الزواج الناجح وارتباطه بحفلات الزفاف ، نموذج عن حالة زواج ، أعراس زمان ، أعراس الزواج في الخليج ، عالم الزواج اليوم ، سمات عالم الزواج اليوم (بين تنافس الاجتماعي و التقليد).

➤ الفقرة 2: الفرح بين الضرورة و الاختيار ، تصميم عالم الأفراح(نموذج)، الطبقة الإجتماعية وعلاقتها بالزواج ، معايير الأعراس الحديثة ، التقاليد ومدى تحديدها لشكل الأعراس في دول الخليج والدول العربية الأخرى، العائلة دورها في تحديد شكل الأعراس .

➤ الفقرة 3: تجربة زفاف مصرية (الزواج الشعبي)، تجربة زفاف خليجية، موقع العرس التقليدي من شركات تصميم الحفلات و الأعراس و التقليد بين الأعراس التقليدية و الحديثة.

➤ الفقرة 4: حفلات الزواج ، و التنافس الاجتماعي و ارتفاع تكاليف الأعراس، تقاليد الخطوبة و تقاليد عمل الفرح بين المطلوب و التقليد،السعودية و حفل الزفاف و ارتباطه بالطبقة الاجتماعية.

الفقرة 5: ثقافة الأفراح بين الأصالة و المعاصرة، فكرة الزواج و عادات و تقاليد المجتمع العربي، تكاليف الأعراس العربية، سمات و مواصفات العرس العربي، الزواج خروج عن المألوف المعتاد و الزواج بين الرغبة و التقليد، الزواج عرض و طلب ، تكاليف الزواج العصري ، أحلام الزواج في الوطن العربي ثقافة مشتركة و توعية بكيفية استغلال الأعراس.

الفقرة 6: الأعراس و نجاح العلاقة الزوجية،حفلات الزواج كمؤشر على نوعية العلاقة بين المقبلين على الزواج و مستقبلها،ثقافة العرس في الوطن العربي ،تكاليف الزواج كمشكل من مشكلات الزواج ، نصائح للمقبلين على الزواج معايير الزواج و السوشل ميديا و ثقافة تقليد الأعراس..

العدد الثامن:الذي تناول بالطرح ظاهرة "التصالح مع الفقدان"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي

احتوتها فقراته الأربعة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1 : كيفية التعامل مع واقع فقدان الأحبة.

➤ الفقرة2: الفقدان و كيفية التغلب عليه، مساعدة الآخرين على تخطي مرحلة الفقدان، أشكال الموت و

أصعبها على الأهل ، التصالح مع الفقدان مراحل و كيفية التخلص منه من وجهة نظر المختصين

و تجارب الضيوف.

➤ الفقرة3: علاقتنا بأحببتنا بعد موتهم ما الفاصل بيننا و بينهم و ما المتبقي معنا منهم (ذكريات).

➤ الفقرة4: ماذا نتعلم من فقدان الأحبة، كيف يغيرنا موت الأحبة.



1-7-7- جدول رقم(40): البعد الاجتماعي للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة :

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي البعد الاجتماعي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
2.14	47	---	---	0.79	04	4.53	12	3.39	31	بر الوالدين
4.23	93	5.86	30	7.15	36	0.38	01	2.84	26	الاحسان إلى الزوج/الزوجة
3.87	85	2.53	13	3.37	17	5.66	15	4.37	40	تربية الأبناء
3.68	81	0.19	01	8.14	41	1.13	03	3.93	36	صلة الرحم
0.18	04	---	---	---	---	0.38	01	0.33	03	احترام الجار
8.56	188	7.62	39	6.94	35	9.06	24	9.84	90	التكافل الاجتماعي
10.53	231	6.83	35	3.58	18	18.11	48	14.21	130	الحب
0.14	03	---	---	---	---	0.38	01	0.22	02	الكرم
10.34	227	13.87	71	13.09	66	6.79	18	7.87	72	العدل/الحقوق
27.69	608	28.91	148	21.43	108	35.09	93	28.32	259	تداعيات اجتماعية
3.51	77	2.34	12	8.13	41	3.40	09	1.64	15	القدوة
22.54	495	29.69	152	24.60	124	13.58	36	20.01	183	النصيحة
1.00	22	1.95	10	1.59	08	1.13	03	0.11	01	التشجيع
0.50	11	0.19	01	1.19	06	0.38	01	0.32	03	الانتماء
1.09	24	---	---	---	---	---	---	2.62	24	توقير الكبير
100	2196	100	512	100	504	100	265	100	915	Σ

يبين الجدول رقم(40) الامتداد الاجتماعي " للقيمة الأخلاقية " .حيث أن الامتداد الاجتماعي " للقيمة

الأخلاقية " اشتمل على بعض القيم الأخلاقية التي مثلت روابط اجتماعية أساسية عكست مدى ترابط

أفراد المجتمع العربي مع بعضهم البعض. كما أن الجدول عكس احتواء القيمة الأخلاقية على (15)بعد

اجتماعي و هي بالترتيب :

1- تداعيات اجتماعية: ب: (608) تكرارا وب: (27.69%). و توزعت على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\* سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب : (259) تكرارا وب: (28.32%). من نماذجه: العدد الثالث في قول المذيعة: "و هذه الظاهرة تاع القيل و القال موجودة من زمان و لكن و لو ان ناس زمان كانوا يحكوا في فلانة و الا في فلان ما يضروهش، لكن في وقتنا اصبحت هذه الظاهرة القيل والقال تهدم بيوت و ياما في نسا طلقوا على جال كلام..."

\* يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" : ب : (148) تكرارا وب: (28.91%). من نماذجه: العدد الثاني في قول الضيفة: "تحنا في تونس نورمال نقبلوا السمان."

\* ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب : (108) تكرارا وب: (21.43%). من نماذجه: العدد الثاني في قول الضيف: "كل واحد واش يقول شوفو مليح يذمها حرام عليه ،يقول عليها لمليح يقولوا علاه طلقته على خاطر ما يعرفش يطلق ..."

\* ثم البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": ب: (93) تكرارا وب: (35.09%). من نماذجه: العدد السابع في قول المذيعة: "حفلات الزفاف اللي عادت مو بس تعبر عن فرح للمقبلين على الزواج بس مناسبة ايضا للتنافس الاجتماعي..."

2- النصيحة: ب: (495) تكرارا وب: (22.54%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\* كان اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب: (183) تكرارا وب: (20.01 %). من نماذجه: العدد الثامن في قول الشيخ: "بالاك يكلخوكم ما كاش كيما مك ما كاش كيما باباك و ما كاش ايضا كيما خوك...".

\* يليه البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" : ب: (152) تكرارا وب: (29.69 %). من نماذجه: العدد الثاني في قول الضيف: "الوعي الوعي معنتها نقولوا ديما نرجعوا كيفية الوقاية ديما الحملات التحسيسية ويكون الواحد عندو وعي... هي اللي تنجم تخلي الإنسان في صحة جيدة".

\* ثم البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب: (124) تكرارا وب: (24.60 %). من نماذجه: العدد الثاني في قول الضيف: "علينا ان نتعلم كيف نحب حتى نتعلم كيف نتزوج".

\* فالبرنامج الاجتماعي: كلام نواعم": ب: (36) تكرارا وب: (13.58 %). من نماذجه: العدد السابع في قول الضيفة: "أنا انصحهم على فكرة هذا جزء كبير من مجال عملي، أنا اشتغل حتى مع الأزواج و إصلاح العلاقات يعني، فحبوا بعض بالنسبة للحفلات ok الواحد يسوي بس مو هذا المهم لان هي لحظية و انتوا حبكم مع بعض".

3- الحب: ب: (231) تكرارا وب: (10.53 %). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\* سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب: (130) تكرارا وب: (14.21 %). من نماذجه: العدد الثاني في قول المذيعة: "...حبيتك قدام قاع الجزائريين توعدنا باش تشوف ولادك كل سمانة...".

\*يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": ب : (48) تكرارا وب: (18.11%). من نماذجه:العدد

الثاني في قول الحالة:"...بنينة الماكلة إحساس غير عادي كيما نبدي ناكل هو حب الماكلة."

\*يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" : ب : (35) تكرارا وب: (6.83%). من نماذجه:العدد

الثاني في قول الحالة:"...أحب اقرا بأي طريقة لأنني ما لقيت احد يعلمني..."

\*ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب : (18) تكرارا وب: (3.58%). من نماذجه:العدد السابع في

قول إحدى المستجوبات من خلال «سبر الرأي» : "...نتابع الصحة الطب عامة mais ماشي منظمة

لحتى groupe نحب نطالع ...نحب نثقف...نحب نتبع على الصحة..."

4-العدل/الحقوق: ب: (277) تكرارا وب: (10.34%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة

بالترتيب كالآتي:

\* كان اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب: (72) تكرارا وب: (7.87%). من

نماذجه:العدد الثاني في قول الحالة من الطفولة المسعفة مناشدة أباهم حقوقها: "تطلب منو كوارطي ما

قتلوش أعطيني ناكل ما قتلوش كسيني ...ما نسحق منو والو ..."

\* يليه البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" :ب: (71) تكرارا وب: (13.87%) من نماذجه:العدد السابع في قول

الضيف: "... تحديدا من الدستور التونسي في إطار البند الثاني من الحقوق و الحريات يقول:تحمي

الدولة الأشخاص ذوي الإعاقة ...من كل تمييز لكل مواطن ذوي الإعاقة الحق في الانتفاع حسب

طبيعة اعاقته بكل التدابير التي تضمن له الاندماج الكامل في المجتمع .

\* فالبرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب: (66) تكرارا و: (13.09 %). من نماذجه: في العدد الثالث في قول الضيف: "باش نوصل انو الزوج ما يدفعش مبالغ النفقة... للزوجة أو الأبناء فهذا جريمة يعاقب عليها القانون."

\* ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": ب: (18) تكرارا و: (6.79 %). من نماذجه: العدد الثاني في قول المذبة: "هو من حقو يمارس هويتو."

5- التكافل الاجتماعي: ب: (188) تكرارا و: (8.56 %). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي:

\* سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب: (90) تكرارا و: (9.84 %). من نماذجه: العدد السابع في قول المعلق على التقرير: "مباشرة بعد بث حلقة هروب القاصرات و القصر و نداء ام منى بدأت المكالمات تتهاطل تضامنا معها..."

\* يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": ب: (39) تكرارا و: (7.62 %). من نماذجه: العدد الخامس في قول الضيفة: "رسالتي هي تعريف و نشر الوعي عن فيروس نقص المناعة المكتسبة للحد من انتشار المرض."

\* فنكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب: (35) تكرارا و: (6.94 %). من نماذجه: العدد السابع في قول الضيف: "...نركز على نقطة تاع التحسيس و التوعية يعني نطلب من الأطباء و المختصين باش يوقفوا يعني ويقوموا بحملات توعية حتى كيما نقولوا باه يتقفوا المستهلك و المجتمع على المخاطر ويفهموهم..."

\*ثم برنامج "كلام نواعم" ب: (24) تكرارا و ب: (9.06%). من نماذجه: العدد السابع في قول الضيف: "...نحننا كشركة فيه شغلة اللي نعتمدها دايمًا فالأعراس، ازا بتحكي بالأكل فيه جمعيات خيرية بتجي تاخو، ادا بتحكي بموضوع flouers عم يتقدموا لجمعيات خيرية بيتعاد تعملن من اول وجديد بتزبطن و بيروح ريعن للجمعيات الخيرية..."

6-الإحسان إلى الزوج/الزوجة: ب: (93) تكرارا و ب: (4.23%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي:

\*سجل اكبر تكرارا له في تكراره في البرنامج الاجتماعي " للعائلة": ب : (36) تكرارا و ب: (7.15%). من نماذجه: العدد الثاني في قول المذبةعة في ضرب الزوج لزوجنه: "حتى الضرب أمام الأطفال تكون فيه مشاكل نفسية أكثر من أنهم يطلقوا".

\*لييه تكراره في البرنامج الاجتماعي "أصلح" : ب : (30) تكرارا و ب: (5.86%). من نماذجه: العدد الخامس في قول الضيف: خليني نحكيك...نشكيك... هذا هو المطلوب تكون صورة لمرأ و الرجل نفس الصورة

\*ثم البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب : (26) تكرارا و ب: (2.84%). من نماذجه: العدد السادس في قول الإمام: "... واش يعيطولها هادي ،هادي يعيطولها العشرة كيما الرجل يريح مع المرأة هادي و المرأة هادي تريح مع الزوج ديالها مدة هادي يسموها العشرة ما يقدرش يتخلى عليها."

\*فبرنامج "كلام نواعم": ب: (01) تكرارا و ب: (0.38%). من نماذجه: العدد الأول في قول المعلق على التقرير الكوميدي: "التركيز على انو المطبخ هو وظيفة المرأة، هو اللي خلا الرجل يستنكر على نفسه ان يدخل المطبخ يسوي لنفسه بيضة..."

7 - تربية و رعاية الأبناء :ب:(85) تكرارا وب:( 3.87%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي:

\* سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب : (40) تكرارا وب:( 4.37%). من نماذجه:العدد الثامن في قول الحالة:"تخيظوا للحيفة بخمس الاف و نشريلها الحاجة اللي تحبها نشريلها و ما نخليهاش..."

\* يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب : (17) تكرارا وب:( 3.37%). من نماذجه:العدد الثالث في قول الضيف:"على المستوى التربوي و على مستوى القيم انه هاد الأطفال جبتوهم راكم مسؤولين عليهم...هذا راه وليدك راك مسؤول عليه لازمك توفرو...و كي نتكلموا على النفقة...النفقة من الناحية القانونية و المالية واش نقول بنفقة الوقت تاعك وليدك يحتاجك في التربية و اللا لا لا و اللا.. \*برنامج "كلام نواعم":ب:(15) تكرارا وب:( 5.66%). من نماذجه:العدد السادس في قول الحالة:"...شفت شغف بنتي و تولعها و مشاركتها لنفس اهتمامي فصرت أساعدها أنها تحقق الحلم..

\*ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" : ب : (13) تكرارا وب:( 2.53%). من نماذجه: العدد السابع في قول المتصلة:"ما قرينش جملة...العائلة ما دخلونيش..."

8 - صلة الرحم: ب:(81) تكرارا وب:( 3.68%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي:

\* سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب : (41) تكرارا وب:( 8.14%). من نماذجه: العدد الثاني في قول الحالة:"اخو زوجي حلف بالله انه سيفعل المستحيل ليطلقني و فعلها فعلا و السبب

الام ،انو زوجي كان ضعيف الشخصية و استسلم لامرهم حتى انهم اعتدوا عليه بالضرب ..."  
\*عليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب: (36) تكرارا و:ب: (3.93%). من نماذجه:العدد الثامن  
في قول المذيعة:"ما كانش اجمل من الاخوة،ما كانش طفلة يعني حتى و لو كانوا يزيروا عليك خوك  
و اللا يقولك ما تخرجيش و اللا ما تلبسيش خوك ما يقلك هاداك الشي الا انو يحبك."

\*فبرنامج "كلام نواعم":ب:(03) تكرارا و:ب:(1.13%). من نماذجه:العدد الرابع في قول الضيفة عن  
علاقتها مع امها:"...إحنا ما نعرف نشغل إلا مع بعض ...إحنا نكمل بعض ...أنا احتاجها كثير و هي  
تحتاجني فنشتغل مع بعض...و متفقين مع بعض **she is my best partner** ..."

\*فتكراره في البرنامج الاجتماعي " للعائلة": ب: (35) تكرارا و:ب:(6.94%). من نماذجه:العدد السابع في  
قول الضيف:"...نركز على نقطة تاع التحسيس و التوعية يعني نطلب من الأطباء و المختصين باش  
\*ثم برنامج "كلام نواعم":ب:(24) تكرارا و:ب:(9.06%). من نماذجه:العدد السابع في قول الضيف:"...نحننا  
كشركة فيه شغلة اللي نعتمدها دايمنا فالأعراس،ازا بتحكي بالأكل فيه جمعيات خيرية بتجي تاخو ،ادا  
بتحكي بموضوع **flouers** عم يتقدموا لجمعيات خيرية بيتعاد تعملن من أول و جديد بتزطن و بيروح  
ريعن للجمعيات الخيرية..."

9- القدوة ب: (77) تكرارا و:ب:(3.51%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب  
كالآتي:

\* كان اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "للعائلة" ب: (41) تكرارا و:ب:(8.13%). من نماذجه:العدد  
الثاني في قول الضيف:"تقول قصة صغيرة فقط تاع الصحابة الكرام: أم الدرداء توفي زوجها و كانت  
تعاهدت مع الزوج نتاعها إذا توفي قبلها لا تتزوج و إذا توفيت هي قبله أو هو قبلها نفس



الشيء،باش يتزوجوا فالجنة فجاها معاوية بن آبي سفيان جاء يخطبها كان امير المؤمنين،شوف صبر المرأة الصنيدية قاتلو يا معاوية ما مثلك يرد و لكني عاهدت أبا الدرداء ما نحيش ننقضو شوف الوفاء...."

\* يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب: (15) تكرارا وب: (1.64%). من نماذجه:العدد الثامن في قول الضيف:"...نشوفوا واحد النموذج رائع جدا الحياة البسيطة تاع الناس هادوا الزاولة شتي قاتلك قطة نصدق عليها و ندير كدا و نيتها صادقة مع الله."

\* يليه البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" : ب: (12) تكرارا وب: (2.34%). من نماذجه:العدد الثامن في قول الضيفة:"...نشوفو الرسول صل الله عليه وسلم كان يتجمل ويكحل ...ثم الطهارة نوع من التجميل..."

\* فالبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": ب: (09) تكرارا وب: (3.40%). من نماذجه:العدد السابع في قول المذبة:"عملت عرس كبير او بعدين يقلدون مغنية كبيرة."

10- بر الوالدين : ب:(47) تكرارا وب:(2.14%).و توزعت على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالآتي:

\*سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي"خط احمر" : ب: (31) تكرارا وب: (3.39%).من نماذجه: العدد الرابع في قول احد المستجوبين من خلال "سبر الرأي" : العروسة لازم ترفد لعجوزة سما لازم تقادرها."

\*يليه برنامج "كلام نواعم": ب:(12) تكرارا وب:(4.53%). من نماذجه:العدد الثامن في قول المذيعة:"والدتي كانت صديقتي و حبيبتي و توام روحي..." العدد الأول في قول الضيفة:"...أولادي مش معتبرين أنا زوجة مش صالحة أو أم مش كويسة إذا أنا ما طبخت..."

\*فنتكراره في البرنامج الاجتماعي " للعائلة": ب : (04) تكرارا وب:(0.79%). من نماذجه:العدد الثامن في قول الضيف:"...ربما يولي عندو عنف لفظي...يولي حتى يتمرد على تعليمات الآباء تعليمات الوالدين."

**11- توقيير الكبير:** ب: (24) تكرارا وب:(1.09%). و توزع على البرنامج الاجتماعي "خط احمر". من نماذجه:العدد الرابع في قول احد الجماهير:"الطفلة لازم تكون حنينة كيما على يماها كي على عجوزتها."

**12- التشجيع:** ب: (22) تكرارا وب:(1.00%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\* كان اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" : ب: (10) تكرارا وب:(1.95%). من نماذجه: العدد الثالث في قول المذيعة:" **bravo** سي بشير...."

\* ثم البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب: (08) تكرارا وب:(1.59%). من نماذجه:العدد الثامن في قول الضيف:"قضية اللاتشجيع...معاناتها اننا الكثير من من الأولياء عندما يسببوا سلوكيات و اللا سلوكيات خاطئة في ابناتهم تلقاهم واقفين مباشرة،لكن هذا الطفل قد يقوم بالكثير من السلوكيات الايجابية و ما يلقاش حتى واحد يقولو بارك الله فيك و اللا يعطيك الصحة."

\* فالبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": ب: (03) تكرارا وب: (0.32%). من نماذجه: العدد السابع في قول الضيف: "أکید بشجعهم على هيدا الموضوع أكید بشجعهم ضمن حدود قدرتهن...."

\* فالبرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب: (01) تكرارا وب: (0.11%). من نماذجه: العدد الثامن في قول الضيف: "العدد الأول في قول احد الجماهير: "برافو برافو عمي براهيم."

**13-الانتماء** ب: (11) تكرارا وب: (0.50%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\* كان اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "العائلة": ب: (06) تكرارا وب: (1.19%). من نماذجه: العدد السادس في قول الضيف: "العدد الأول في قول الضيف: "الإنسان بطبعه لا يستطيع ان يعيش دون ان يكون له انتماء و الانتماء هو الارتباط بالهوية و الفرد...."

\* يليه البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب: (03) تكرارا وب: (0.32%). من نماذجه: العدد الأول في قول احد الجماهير المتفاعلة على مواقع التواصل الاجتماعي: "...مازال يفكر في أيام زمان لان الرجوع إلى الأصل فضيلة."

\* يليه البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": ب: (01) تكرارا وب: (0.19%). من نماذجه: العدد الرابع في قول احد الجماهير: "داري...كي نجي داخله للإدارة تقول أديا داري الثانية...."

\* فالبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": ب: (01) تكرارا وب: (0.38%). من نماذجه: العدد الثامن في قول احد الجماهير: "بكل الحب و الوفاء نجدد البيعة و الولاء جدة أمانة."

**14-احترام الجار:** ب:(04) تكرارا و:ب( 0.18%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\* سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب : (03) تكرارا و:ب( 0.33%). من نماذجه:العدد السابع في قول الضيف:"شوفي حنا النبي صل الله عليه وسلم"ما زال جبريل يوصيني بالجار حتى ظننت انه سيورثه"و الجار هو اللي يحميني و يوقف معايا ..."

\*فيرنامج "كلام نواعم": ب:(01) تكرارا و:ب( 0.38%). من نماذجه:السادس في قول الحالة:"...أم سدة تربط بين القصور ...بحيث انو ما يستطيع احد يدخل القرية الا عن طريق هذا الباب بإرادة أهلها و سكانها."

**15- الكرم:** ب: (03) تكرارا و:ب( 0.14%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\* كان اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب: (02) تكرارا و:ب( 0.22%) من نماذجه:العدد الثامن في قول الضيفة: العدد الأول في قول إحدى الجماهير:"اليوم جبتكم هدية بسيطة."

\*يليه البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": بتكرار : (01) تكرارا و:ب( 0.38%). من نماذجه:العدد السادس في قول المذيعة:"كثير من الشباب اللي يتفرجوا علينا ايش الدعم اللي ممكن يقدم للمنشات الصغيرة و الكبيرة عشان يقوموا بواجب الضيافة."

\*وينعدم وجوده في البرنامجين "رأيك أصلح" و"للعائلة".

حيث عبرت هذه القيم عن جملة من الالتزامات التي يقوم بها الفرد العربي و التي يتحمل في المقابل نتائجها و تبعاتها في إطار مسؤولية اتسمت بطابع اجتماعي خارجي ارتبط بحياة الفرد العربي مع الجماعة التي ينتمي إليها و أفراد مجتمعه بشكل عام بما يستدعي منه الالتزام بالسلوك تجاهها، و التي تعكس في ذات الوقت جملة من الحقوق الاجتماعية التي يقوم عليها النظام الاجتماعي العربي متمثلة في:

1- الحقوق و الواجبات الأسرية : و هي قيم عامة منطلقها اعتبار أن الأسرة نواة المجتمع العربي، و مؤسسة من أهم مؤسساته، سواء كانت نووية أم ممتدة. حيث قامت رسالة البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة بعكس:

- موضوع الزواج، و ما يترتب عليه من روابط و علاقات زوجية بين الرجل و المرأة من مودة و رحمة و علاقة زوجية دائمة، قائمة على إنجاب الأطفال و القيام على تربيتهم ،حبهم ، مصاحبتهم، مشاركتهم الشؤون الأسرية و الأعمال، في جو اسري سليم و متوازن ينبغي ان يخلو من الشجارات و السلوكيات غير السوية، و هو ما يوجب على الأبناء في المقابل طاعة الآباء ،إكرامهم و التودد إليهم،برهم و رعايتهم، بشكل عكس تقاليد وأعراف و عادات الزواج في المجتمع العربي و الإسلامي من خلال:

- ظاهرة العزوبة التي اقترنت بأسباب تأخر سن الزواج ، و تناولها كظاهرة منتشرة في المجتمع العربي من جانب عقائدي إيماني و التي لها مسببات خاصة بالظروف الاقتصادية و الاجتماعية و النفسية عكست خصوصية مشتركة بين المجتمعات العربية.

- ابراز اجراءات الخطبة و عقد الزواج من موافقة للولي،حضور الشهود،الوليمة للاقارب و الاصحاب.

- حفلات الزواج او ما يطلق عليه "بالفرح" و مراسيم اجرائها و تباين أعرافها من المجتمع الجزائري و التونسي إلى الخليجي و المصري و اللبناني.

- مشكلات الحياة الزوجية و الطلاق التي اقترنت في عديد أعداد البرامج الاجتماعية عينة الدراسة إما بالشق المادي للأسرة العربية و مسالة رعاية الأسرة و الالتزام بالإنفاق عليها و تأمين حاجاتها من نفقة و مأكّل و ملبس، و تعليم إلى المحافظة على رابطة الحب و المودة بين أفرادها (الزوجين و مسالة التوافق أو عدم التوافق النفسي بينهما و رعاية و تربية الأبناء).

- الصراع بين الحماة و الكنة و مسبباته النفسية و المادية.

2- حقوق و واجبات نحو الوطن و المجتمع:و التي عكستها مظاهر:

- التضامن و التكافل الاجتماعي،و الإخاء و التعاون و غيرها من الأفعال الخيرية اللي يقوم بها الأفراد كما المؤسسات العربية الخاصة أو الحكومية ، ما يبعد الفرد عن الانعزال و نبذ الأنانية،و من مظاهره: التعاون الجسدي،التعاون في الفكر،التعاون في المال،التعاون النفسي و الوجداني في الفرح و السعادة ، وهو ما يمثل مظهر من مظاهر الروح الجماعية في الشريعة الإسلامية .

- الضمان الاجتماعي والاهتمام بصحة و سلامة الفرد من خلال التعريف بجلمة الحقوق و الواجبات الصحية،الأمراض و مخاطرها،مسبباتها و امتداداتها التكنولوجية،النصائح و الحلول المقترحة من قبل الفاعلين في القيمة الأخلاقية في بيئات عربية مختلفة.

- أداء الواجب الوطني بحبه و الانتماء إليه و دعم مشروعاته كل حسب تخصصه و مجال عمله و قدراته.وعكس عاداته و تقاليد و جميل ما ينبغي أن تكون علي سلوكات أفراده من إقامة للعدل

و إحياء للحقوق، نصح، كرم، تشجيع و قدوة، حب للخير و الهويات ،توقير وتقدير الكبير في حياته وعلى انجازاته التي تعزز من احترامه و عدم ادلاله و اهانتة.

1-8- جدول رقم(41): البعد التربوي للقيمة الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة :

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
15.58	12	40.00	02	18.18	02	10.35	06	66.67	02	البعد التربوي
6.49	05	40.00	02	--	--	5.17	03	--	--	العدد الأول
31.17	24	--	--	--	--	41.38	24	--	--	العدد الثاني
6.49	05	--	--	--	--	8.62	05	--	--	العدد الثالث
22.08	17	20.00	01	9.09	01	25.86	15	--	--	العدد الرابع
1.30	01	--	--	--	--	--	--	33.33	01	العدد الخامس
3.90	03	--	--	27.27	03	--	--	--	--	العدد السادس
12.99	10	--	--	45.46	05	8.62	05	--	--	العدد السابع
100	77	100	05	100	11	100	58	100	03	العدد الثامن
										Σ

ولقد بينت نتائج الجدول احتواء البرامج الاجتماعية عينة الدراسة على (77) بعدا تربويا للقيمة الأخلاقية ،كان اكبر تكرار لها في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": ب : (58)، يليه تكرارها في البرنامج الاجتماعي "للعائلة" ب : (11) تكرارا ،ثم تكرارها في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح " : ب : (05) تكرارا فتكرارها في البرنامج الاجتماعي " خط احمر " : ب : (03) تكرارا .

حيث كان العدد الثالث أكبرها تكرارا ب: (24) وبنسبة (31.17%)، يليه العدد الخامس: ب: (17) تكرارا و ب: (22.08%)، العدد الأول: ب: (12) تكرارا و ب: (15.58%)، العدد الثامن: ب: (10) تكرارا

وب: (12.99%)، العدد الثاني: ب: (05) تكرارا وب: (6.49%)، العدد السابع: ب: (03) تكرارا  
وب: (3.90%)، وآخرها العدد السادس: ب: (01) تكرارا وب: (1.30%). و لقد تباين توزيع تكراراتها على  
البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

**1- البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم":** احتوى البرنامج على: (58) بعد تربوي للقيمة الأخلاقية ،  
توزعت و بالترتيب على: تساوي العددين الثالث بأكبر تكرارا ب: (24) ونسبة (41.38%)، يليهما العدد  
الخامس: ب: (15) تكرارا وب: (25.86%)، العدد الأول: ب: (06) تكرارا وب: (10.35%)، ليتساوى العددين  
الرابع والثامن: ب: (05) تكرارات وب: (8.62%). فالعدد الثاني من حيث كونه آخر تكرار: (03) وب:  
(5.17%).

و فيما يلي عرض للمواضيع ذات البعد التربوي و الخاصة بكل فقرة من فقرات برنامج "كلام نواعم" عينة  
الدراسة:

العدد الأول: الذي تناول بالطرح ظاهرة " علاقة المرأة بالأكل من المطبخ و العادات الغذائية" من خلال  
عديد الأبعاد التربوية و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: دور النواعم في إنشاء أسرة صحية و مجتمع صحي و الاستفادة المالية في الوقت نفسه.  
➤ العدد الثاني: الذي تناول بالطرح ظاهرة " هوايات المرأة اليوم و أهمية الهوايات للعيش في سعادة  
و تكملة الحياة" من خلال عديد الأبعاد التربوية و التي تلخصت في:

الفقرة 1: طريقة اكتشاف الهوايات ومعرفتها .



العدد الثالث:الذي تناول بالطرح ظاهرة "واقع و انجازات المبتعثات في السعودية"من خلال عديد الأبعاد التربوية و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1: واقع وانجازات المبتعثات في السعودية (باحثات عن العلم)، أهمية الإبتعاث للمرأة العربية السعودية نماذج وتجارب المتبعات للمرأة السعودية

الفقرة2: تخصصات جديدة ورهانات دراستها وتطبيقها .

➤ الفقرة3: تطور دراسة التخصصات وعلاقتها بخدمة المجتمع و آثار الإبتعاث على المبتعثات علميا .

➤ الفقرة5: التخصصات الحديثة وعلاقتها بتغير الواقع العربي الإسلامي.

➤ الفقرة6: المرأة السعودية و الإبتعاث .

العدد الرابع:الذي تناول بالطرح ظاهرة "رائدات الأعمال الشابات"من خلال عديد الأبعاد التربوية و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1: أعمال و مجالات رائدات الأعمال ، نماذج ناجحة في ريادة الأعمال و الفرق بين رائدة الأعمال و سيدة الأعمال.

➤ الفقرة2: مجالات ريادة الأعمال و علاقته بالعلم و التخصص.

➤ الفقرة3: ريادة الأعمال بين المشاريع التقليدية و الأفكار المبتكرة ، نموذج عن ريادة الأعمال و ريادة الاعتمال .

➤ الفقرة4: نماذج عن رائدات الأعمال و تخصصاتهن.

➤ الفقرة5: وظيفة ريادة الأعمال في التنمية الاقتصادية السعودية و رؤية 30/20، نموذج ريادة الأعمال.

➤ الفقرة6: نماذج و تجارب لرائدات الأعمال.

العدد الخامس:الذي تناول بالطرح ظاهرة "المرأة السعودية في قطاع العلوم"من خلال عديد الأبعاد التربوية و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1: المرأة السعودية في قطاع العلوم، المجالات العلمية و المرأة السعودية ، موقع المرأة السعودية في مجال الأبحاث العلمية و الاختصاصات و العمل العلمي في المملكة العربية السعودية (الأسباب و أهمية البحوث)، نماذج عن المرأة في مجال العلوم ، مجال المهندسة و علوم المواد، مجال علم الأحياء، مجال العلوم البحرية.

➤ الفقرة2: الخيارات و الفرص لدخول الفتاة السعودية مجال ريادة الأعمال، ريادة الأعمال في مجال مجال الفيروسات المناعية .

➤ الفقرة3: الجامعة و الأبحاث العلمية و الدكتوراه ، ريادة الأعمال في مجال علم المواد (النتائج و الأبحاث).

الفقرة4: المرأة في العلوم، نجاحات المرأة في العلوم بين الماضي و الحاضر و نموذج في مجال البيئة.

الفقرة5: مجال العلوم البحرية (نتائج و أبحاث).

العدد الثامن:الذي تناول بالطرح ظاهرة "التصالح مع الفقدان"من خلال عديد الأبعاد و التي تلخصت في:

➤ الفقرة1 : كيفية التعامل مع واقع فقدان الأحبة.

➤ الفقرة2: الفقدان و كيفية التغلب عليه من وجهة نظر المختصين و تجارب الضيوف.

➤ الفقرة4: ماذا نتعلم من فقدان الأحبة، كيف يغيرنا موت الأحبة.

2- البرنامج الاجتماعي "للعائلة": احتوى البرنامج على: (11) بعد تربوي للقيمة الأخلاقية، توزعت و بالترتيب على كان أكبرها تكرارا العدد الثامن: ب:(05) تكرارا و ب:(45.46%)، العدد السابع: ب:(03) تكرارا و ب:(27.27%)، العدد الأول: ب:(02) تكرارا و ب:(18.18%)، العدد الخامس: ب:(01) تكرارا و ب:(9.09%). و فيما يلي عرض للمواضيع ذات البعد التربوي و الخاصة بكل فقرة من فقرات برنامج "للعائلة" عينة الدراسة:

العدد الأول: الذي تناول بالطرح ظاهرة " سددينك تنعم حياتك" من خلال عديد الأبعاد التربوية و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 2: ميكانيزمات التصرف لإفراض الآخر.

➤ العدد الخامس: الذي تناول بالطرح ظاهرة "الصراعات الزوجية" من خلال عديد الأبعاد التربوية و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 2: تأثيرات الصراعات الزوجية على الأبناء و طرق احتواء المشاكل الزوجية.

➤ الفقرة 3: الألفاظ القبيحة و آثارها على الأبناء.

العدد السابع: الذي تناول بالطرح ظاهرة "الصحة و الجمال عبر مواقع التواصل الاجتماعي"- من خلال عديد الأبعاد التربوية و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1 : حملات التوعية الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الثقة و الرفض، الحاجة و الاستخدام الصحي لمواقع التواصل الاجتماعي.

العدد الثامن: الذي تناول بالطرح ظاهرة "الألفاظ الجارحة عند الأطفال" من خلال عديد الأبعاد النفسية و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1 : ظاهرة الألفاظ الجارحة و الألفاظ الجارحة تربية أم تحمل أعباء .

➤ الفقرة 2: معاينة الأطفال عند تلفظ الألفاظ الجارحة، البيئة و كيفية تلقين الكلمات الجارحة.

3- البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": احتوى البرنامج على: (5) بعد تربوي للقيمة الأخلاقية، توزعت

و بالترتيب على: العدد الأول والثاني ب: (02) تكرارين لكل منهما و ب: (40.00%)، والعدد الخامس ب: (01) تكرار وبنسبة (20.00%).

و في ما يلي عرض للمواضيع ذات البعد الاجتماعي و الخاصة بكل فقرة من فقرات برنامج "رأيك أصلح" عينة الدراسة:

العدد الأول: الذي تناول بالطرح ظاهرة " المدرسة العمومية و المدرسة الخاصة" من خلال عديد الأبعاد التربوية و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: واقع المدرسة العمومية و الخاصة و واقع البرامج الدراسية في المدارس العمومية و الخاصة في تونس.

العدد الثاني: الذي تناول بالطرح ظاهرة "السمنة أسبابها و سبل علاجها" من خلال عديد الأبعاد و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: أسباب حدوث السمنة و كيفية العلاج من مرض السمنة.

➤ الفقرة 2: الانعكاسات السلبية للسمنة.

العدد الخامس: الذي تناول بالطرح ظاهرة "أسباب تأخر سن الزواج" من خلال عديد الأبعاد التربوية و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: سلبيات و ايجابيات الزواج المبكر.

4- البرنامج الاجتماعي "خط احمر": احتوى البرنامج على: (03) بعد تربوي للقيمة الأخلاقية ،توزعت بالترتيب على: العدد الأول: (02) و ب: (%66.67).والعدد السادس:(01) و ب: (%33.33).

و فيما يلي عرض للمواضيع ذات البعد الاجتماعي و الخاصة بكل فقرة من فقرات برنامج "خط احمر" عينة الدراسة:

العدد الأول:الذي تناول بالطرح ظاهرة " تكريم الأزواج لزوجاتهم"من خلال عديد الأبعاد التربوية و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: الإعاقة إعاقه الفكر و الإرادة وليس الجسد، المرأة السند المعنوي للرجل،نجاح العلاقة الزوجية قدوة و تقديم نموذج لعلاقة زوجية ناجحة.

➤ الفقرة 3: عراقيل العلاقة الزوجية و واجبات الآباء تجاه الأبناء.

العدد الثاني:الذي تناول بالطرح ظاهرة " الطلاق و حرمان الآباء من الأبناء"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها فقراته الثلاثة و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1: الاثار التربوية لفشل العلاقة الزوجية على الأبناء.

➤ الفقرة 2: النفقة و تحمل المسؤولية.

➤ الفقرة 3:البعد التربوي حقوق الأبناء على الآباء.

العدد السادس:الذي تناول بالطرح ظاهرة "حقرة الرجال-تغير نظم الأسرة الجزائرية"من خلال عديد الأبعاد الاجتماعية التي احتوتها ثلاث فقرات و التي تلخصت في:

➤ الفقرة 1 : حقرة الرجل من طرف المرأة خروج عن العرف ،أنواع حقرة الرجل،الفهم السيئ لتحرر المرأة،رسالة صلح و عادات المجتمع الجزائري في طلب الصلح.

➤ الفقرة 2: أسباب فشل العلاقات الزوجية، آثار فشل العلاقات الزوجية و حالات فاشلة للعلاقات الزوجية.

➤ الفقرة 3: نموذج الأمومة تناشد فقدان الأبناء و التكافل الاجتماعي و العمل الخيري.

9-1 - جدول رقم(42): البعد التربوي للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة :

Σ	برنامج "رأيك أصح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي البعد التربوي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
1.30	01	--	--	--	1.72	01	--	--	حب العلم	
6.49	05	--	--	--	8.62	05	--	--	تعلم الحكمة	
37.66	29	85.71	04	18.18	02	36.21	21	66.67	02	التعليم
2.60	02	--	--	--	--	3.45	02	--	--	دعم العلم
51.95	40	14.29	01	81.82	09	50.00	29	33.33	01	أهمية العلم
100	77	100	05	100	11	100	58	100	03	Σ

عكست نتائج الجدول رقم(42) خمسة أبعاد تربوية للقيمة الأخلاقية ، وعبرت من خلالها على أهمية العلم و تقدير تخصصاته الأكاديمية و دوره في المجتمعات العربية بتقديم الحجج العقلية و المنطقية، و ما ينبغي ان يوفره للقطاعات التعليمية و ما تقوم عليه إدارته انطلاقا من النصوص التشريعية و القانونية،و ماهية المشاريع الخطط التنموية في هذا المجال.ولقد بلغ مجموع تكراراتها في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة و بالترتيب :

1- أهمية العلم: ب:(40) تكرارا و:ب:(51.95%). و توزع على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\*سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": ب:(29) تكرارا و:ب:(50.00%). من نماذجه: العدد الأول في قول الضيفة:"سار فيه إتاحة لفرصة العلم، علم الطبخ بحد زاتو و هو أول شيء بلش بالغرب و نحن بالشرق ناقصنا شوي فيه بعض المحترفات بالمنطقة العربية،سار فيه ترند بالعالم الغرب بعد سنة2000 نتيجة الانفتاح على هذا العلم..."

\*ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة": ب : (9) تكرارات و:ب:(81.82%). من نماذجه: : العدد الأول في قول الضيف:"...هكذا ندمجوا عملية الدين في الاقتصاديات حتى في الدراسات العليا في العالم و اللا حتى في الجزائر ماكانش نظرية الألعاب تطبق و حتى تدرس في الجامعات..."

\*يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" : ب : (1) تكرارا و:ب:(14.29%). من نماذجه: : العدد الثاني في قول الضيف:"بالنسبة للشئ لي يهم في علم الاجتماع هو ماش السمنة في حد ذاتها ، بل كيفاش يتعامل معاه المجتمع..."

\*فالبرنامج الاجتماعي "خط احمر" : ب : (1) تكرار و:ب:(33.33%). من نماذجه:العدد السادس في قول الضيف:"الشئ الجميل في علم النفس الايجابي يدرس هذا الفضاء بناءا من الاحترام،الراجل يقدر زوجته،يعاونها..."

2-التعليم: ب:(29) تكرارا و:ب:(37.66%). و توزعت على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:

\*سجل اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم": ب:(21) تكرارا وب:(36.21%). من نماذجه: العدد الثالث في قول الضيفة: "مع تخرجي من المملكة العربية السعودية التحقت ببرنامج الإبتعاث و قررت أني ادرس..."

\*يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح": ب:(04) تكرارات وب:(85.71%). من نماذجه: العدد الأول في قول الضيفة: "الظاهرة اللولة...اللي الولي يستثمر كل ما عندو في زغيرو خاطر الزغير هناك حاجة متاعو بش يعطي أعلى ما عندو باش ينجم يرى L 'IDEALE اللي هو يتخيلو..."

\*ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "العائلة": ب:(02) تكرارا وب:(18.18%). من نماذجه: العدد الثامن في قول الضيف: "...الطفل عندما يسمع هذه الكلمات هو يسمعها و يتلقاها و الطفل انما يتعلم بالمحاكاة..."

\*البرنامج الاجتماعي "خط احمر": ب:(2) تكرارات وب:(66.67%). من نماذجه: العدد الأول في قول الضيف: "كل يوم نتعلموا درس راح ندوه في مذكرتنا تاع الحياة..."

3- تعلم الحكمة: ب:(05) تكرارات وب:(6.49%). و توزع على البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" فقط ب:(05) تكرارات وب:(8.62%). من نماذجه: العدد الثامن في قول الضيفة: "أول درس تعلمتو و أهم درس إنني بطلت أخاف من الموت..." و قول أخرى: "اكتسبت مهارات كيف أتعامل في مواجهة الصدمات كيف التعامل بالفقدان..."

4- دعم العلم: ب:(2) تكرارين وب:(2.60%). و توزع على البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" فقط ب:(2) تكرارين وب:(3.45%). من نماذجه: العدد الأول في قول المذيعة: "هي التجربة في المستشفى محل أنا



ما يشتغل صراحة القطاعات الأكاديمية و القطاعات الصحية صار فيها تركيز كبير يرصد ليها مبالغ مالية تشجيعا للبحث العلمي..."

4- حب العلم: ب:(1) تكرارا وب:(1.30%). و توزع على البرنامج الاجتماعية "كلام نواعم" فقط ب:(1) تكرار وب:(1.72%). من نماذجه: من نماذجه: العدد الرابع في قول الضيفة: "...حسيت بالملل، حسيت أنا كل يوم اسوي نفس الشيخ بيت اتعلم الشيء الجديد..."

بينت نتائج الجدول أن فكرة البعد التربوي للقيمة الأخلاقية قائمة على "العلم"، كحق من حقوق الإنسان ، له صلة بالبعد الاقتصادي، من جانب ارتباطه بالنفقة و التخصص و البراعة في مختلف العلوم و المعارف.(حق التعلم،الإبتعاث،التخصص).إلى جانب ابراز الدور الفردي و الحكومي العربي تجاه هذا الحق من أعداد للوسائل و الهياكل التربوية التعليمية.و هو ما يندرج ضمن الحقوق الثقافية التي تشمل:

1- تقدير العلم و تخصصاته.

2- واجبات الدولة و المؤسسات الخاصة بتهيئة الظروف و السبل الكافية للتعليم و الثقافة، و تكريم العلم و العلماء،و بما يعزز و يقوي حركة التطور الفكري للدولة العربية الإسلامية.

3- البحث العلمي: الحث على العلم في جميع المجالات التي فيها خير و صلاح للمجتمع و معرفة أسراره للرفي به ، و تحقيق سعادة أفراد المجتمع بزيادة الاهتمام و رفع روح الابتكار و الابداع و الكفاءة.

1- 10- جدول رقم(43): فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

∑	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي الفاعل في القيمة الأخلاقية	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
33.05	2902	30.94	516	32.19	424	33.82	282	33.86	1680	المذبة
1.63	143	0.25	04	0.23	03	8.39	70	1.34	66	معلق على التقرير
30.14	2647	37.88	632	53.76	708	39.92	333	19.63	974	ضيف
11.67	1025	7.85	131	4.18	55	10.19	85	15.19	754	حالة
23.51	2064	23.08	385	9.64	127	7.68	64	29.98	1488	جمهور
100	8781	100	1668	100	1317	100	834	100	4962	∑

يبين الجدول رقم(43) توزيعا للشخصيات الفاعلة في البرامج الاجتماعية: "خط احمر"، "كلام

نواعم"، "للعائلة" و"رأيك أصلح"، في "القنوات الفضائية العربية" عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية " و التي بلغت (8781) تكرارا توزعت بين:

\* فئة "المذبة" التي احتلت صدارة الشخصيات الفاعلة ب:(2902) تكرارا إجماليا، ونسبة مئوية عامة قدرت ب:(33.05%). تكرارها الأكبر كان في برنامج "خط احمر": ب:(1680) تكرار و ب:(33.86%)، يليه تكرارها في برنامج "رأيك أصلح" ب:(516) تكرار و ب:(30.94%)، ثم برنامج "للعائلة": ب:(424) تكرارا و ب:(32.19%)، و أصغرها تكرارا في "برنامج "كلام نواعم": ب:(516) تكرار و ب:(30.94%).

\* يليها فئة "الضيف" ب:(2647) تكرار ونسبة مئوية (30.14%)، موزعة و بالترتيب على: برنامج "خط احمر": ب:(974) تكرار و ب:(19.63%)، يليه برنامج "للعائلة": ب:(708) تكرار و ب:(53.76%)، ثم

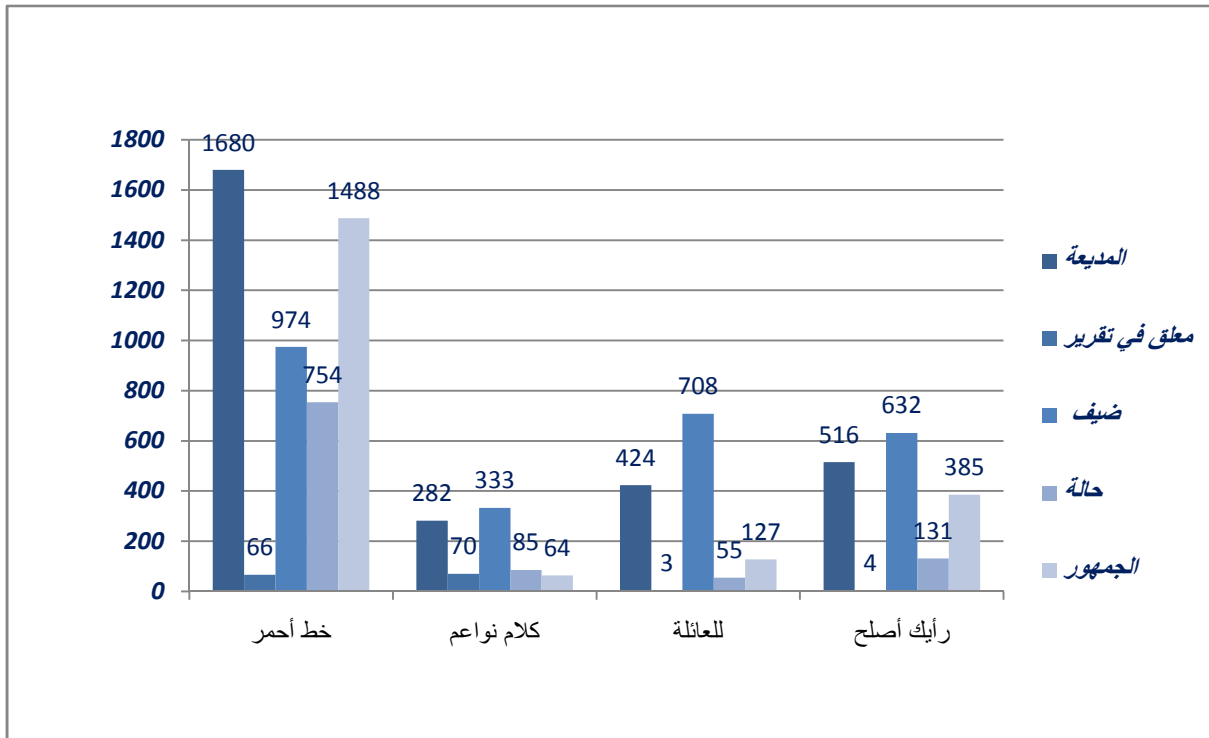
برنامج"رأيك أصلح": ب:(632) تكرار و ب:(37.88%)، فبرنامج"كلام نواعم": ب:(333) تكرارا و ب:(39.92%).

\*ثم فئة "الجمهور": ب:(2064) تكرار وبنسبة(23.51%)، موزعة و بالترتيب على:برنامج "خط احمر": ب:(1488) تكرار و ب:(29.98%)، يليه برنامج"رأيك أصلح" : ب:(385) تكرار و ب:(23.08%)، ثم برنامج"للعائلة": ب:(127) تكرار و ب:(9.64%)، فبرنامج"كلام نواعم": ب:(64) تكرار و ب:(7.68%).

\* فئة "الحالة": ب:(1025) تكرار وبنسبة (11.67%)، موزعة و بالترتيب على:برنامج "خط احمر": ب:(754) تكرار و ب:(15.19%)، يليه برنامج"رأيك أصلح" : ب:(131) تكرار و ب:(7.85%)، ثم برنامج"للعائلة": ب:(85) تكرار و ب:(10.19%)، فبرنامج"كلام نواعم": ب:(55) تكرار و ب:(4.18%).

\* و أخيرا "معلق على تقرير/روبورتاج": ب:(143) تكرار وبنسبة (1.63%)، موزعة و بالترتيب على:برنامج "كلام نواعم" ب:(70) تكرار و ب:(8.39%)، يليه برنامج"خط احمر": ب:(66) تكرار و ب:(1.34%)، ثم برنامج"رأيك أصلح": ب:(4) تكرار و ب:(0.25%)، فبرنامج"للعائلة": ب:(3) تكرار و ب:(0.23%). و هو ما يوضحه الرسم رقم(4).

شكل رقم (5): رسم بياني لتوزيع تكرارات فئة الفاعل في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.



رسم بياني رقم (5): توزيع تكرارات الفاعل في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة

و دراسة "القيم الأخلاقية" في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة قامت على تحديد الملامح التي تميز مختلف الأعمال و الأنشطة ذات الصلة بالعادات و التقاليد وتوقعات و مفاهيم الجمهور و الواقع الذي يعيشه من خلال الدور البارز للشخصيات الفاعلة في البرامج، الاجتماعية، خصائصهم، بيئاتهم، أساليبهم في التعبير عنها و أبعادها.

11-1- جدول رقم(44):فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "خط احمر":

Σ	معلق على تقرير/روبورتاج		الجمهور		الحالات		الضيوف"		المذبة		فئة الفاعل العدد	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
13.78	684	--	--	15.12	225	15.50	151	12.60	95	12.68	213	العدد الأول
13.16	653	6.06	04	12.77	190	13.04	127	16.05	121	12.56	211	العدد الثاني
10.40	516	--	--	9.01	134	8.93	87	18.17	137	9.40	158	العدد الثالث
15.88	788	10.61	07	19.89	296	9.55	93	14.59	110	16.78	283	العدد الرابع
13.58	674	15.15	10	14.38	214	13.25	129	12.86	97	13.33	224	العدد الخامس
14.47	718	--	--	15.93	237	19.61	191	8.89	67	13.27	223	العدد السادس
6.01	298	28.79	19	5.91	88	5.75	56	6.50	49	5.12	86	العدد السابع
12.72	631	39.39	26	6.99	104	14.37	140	10.34	78	16.84	283	العدد الثامن
100	4962	100	66	100	1488	100	974	100	754	100	1680	Σ

ولقد بينت نتائج الجدول احتواء البرنامج الاجتماعي خط احمر" على (4962) تكرارا للشخصيات الفاعلة في القيمة الأخلاقية موزعة بالترتيب: حيث كان العدد الرابع أكبرها تكرارا ب:(788) وبنسبة(15.88%)، يليه العدد السادس: ب:(718) تكرارا وب:(14.47%)، العدد الأول: ب:(684) تكرارا وب:(13.78%)، العدد الخامس: ب:(674) تكرارا وب:(13.58%)، العدد الثاني: ب:(653) تكرارا وب:(13.16%)، العدد الثامن: ب:(631) تكرارا وب:(12.72%)، العدد الثالث: ب:(516) تكرارا وب:(10.40%)، وآخرها العدد السابع: ب:(298) تكرارا وب:(6.01%) . و لقد تبين توزيع تكرار الفئات الفاعلة في البرنامج ، بالترتيب على:

1- فئة المذبة: ب:(1680) تكرارا، حيث كان العدد الرابع والعدد الثامن أكبرها تكرارا: (283) وبنسبة(16.78%)، يليه العدد الخامس: ب:(224) تكرارا وب:(13.33%)، العدد السادس: ب:(223) تكرارا

وید: (13.27%)، العدد الأول: ب:(213) تكرارا وید:(12.68%)، العدد الثاني: ب:(211) تكرارا وید: (12.56%)، العدد الثالث: ب:(158) تكرارا وید: (9.40%)، وآخرها العدد السابع: ب:(86) تكرارا وید: (5.12%).

2- فئة الجمهور: ب:(1488) تكرارا.حيث كان العدد الرابع أكبرها تكرارا: (296) وبنسبة(19.89%)، يليه العدد السادس: ب:(237) تكرارا وید: (15.93%)، العدد الأول: ب:(225) تكرارا وید: (15.12%)، العدد الخامس: ب:(214) تكرارا وید: (14.38%)، العدد الثاني: ب:(190) تكرارا وید: (12.77%)، العدد الثالث كب:(134) تكرارا وید: (9.01%)، العدد الثامنك ب:(104) تكرارا وید: (6.99%)، وآخرها العدد السابع: ب:(88) تكرارا وید: (5.91%)، ولقد تشكل البرنامج من جمهور داخل الاستوديو و جمهور الشارع او من خلال المكالمات الهاتفية و تفاعلات مواقع التواصل الاجتماعي .

3- فئة الضيوف: ب:(754) تكرارا، حيث كان العدد الثالث أكبرها تكرارا: (137) وبنسبة(18.17%)، يليه العدد الثاني: ب:(121) تكرارا وید:(16.05%)، العدد الرابع: ب:(110) تكرارا وید: (14.59%)، العدد الخامس: ب:(97) تكرارا وید:(12.86%)، العدد الأول: ب:(95) تكرارا وید: (12.60%)، العدد الثامن: ب:(78) تكرارا وید: (10.34%)، العدد السادس: ب:(67) تكرارا وید: (8.89%)، وآخرها العدد السابع: ب:(49) تكرارا وید: (6.50%). استضاف البرنامج اربعة ضيوف فقط ليكون ثالث البرامج الاجتماعية عينة الدراسة من حيث تكرار عددهم و هم حسب تقديمهم من بداية العدد الأول:

1- الشيخ علي عيار: إمام المسجد الكبير بالعاصمة.

2- الشيخ البشير الإبراهيمي: إمام.

3- محمد فرجاني: أخصائي علم نفس.

4- فئة الحالات: ب:(974) تكرارا، حيث كان العدد السادس أكبرها تكرارا ب:(191) وبنسبة(19.61%)، يليه العدد الأول: ب:(151) تكرارا و:ب:(15.50%)، العدد الثامن: ب:(140) تكرارا و:ب:(14.37%)، العدد الخامس: ب:(129) تكرارا و:ب:(13.25%)، العدد الثاني: ب:(127) تكرارا و:ب:(13.04%)، العدد الرابع: ب:(93) تكرارا و:ب:(9.55%)، العدد الثالث: ب:(87) تكرارا و:ب:(8.93%)، وآخرها العدد السابع: ب:(56) تكرارا و:ب:(5.75%).

5- فئة معلق على تقرير/روبورتاج: (66)انعدم تكرار هذه الفئة في العدد الأول، الثالث و،السادس، في حين كان العدد الثامن أكبرها تكرارا :ب:(26) وبنسبة(39.39%)، يليه العدد السابع: ب:(19) تكرارا و:ب:(28.79%)، العدد الخامس: ب:(10) تكرارا و:ب:(15.15%)، العدد الرابع: ب:(7) تكرارا و:ب:(10.61%)، وآخرها العدد الثاني: ب:(4) تكرارا و:ب:(6.06%). حيث قام البرنامج على :

\* الخطاب الحوارى مع الشخصيات ضيوف البرنامج والذي عكس:

\* متعة وحيوية في تقديم فقرات كل عدد منه سواء كان تصويرا داخليا في حال الحوار حيث كان التسجيل "داخل الأستوديو" في كل الأعداد، وأخارجيا من خلال التقارير و"سبر الرأي".و لقد صمم الأستوديو على شكل جلسة دائرية بأربعة كراسي متقابلة.

\* الإبراز الجيد لشخصية المذيعة وكذا الضيوف و الذي انعكس من خلال :

- إبراز تخصصهم وموقعهم في أعداد البرنامج، وهو ما تضمنته بداية حوار كل عدد، بتقديم المذيعة للضيوف وتخصصهم، و الحالات و أسباب تواجدها و وظائفها والجمهور، وفي كل عدد يتم تغييرهم بما تقتضيه طبيعة الموضوع و عناصر كل فقرة.

12-1- جدول رقم(45):فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم":

Σ	معلق على تقرير/روبورتاج		الجمهور		الحالات		الضيوف"		المذبة		فئة الفاعل العدد	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
10.67	89	18.57	13	1.56	01	3.53	03	15.31	51	7.45	21	العدد الأول
12.83	107	8.57	06	43.75	28	10.59	09	0.60	02	21.98	62	العدد الثاني
8.15	68	--	--	--	--	--	--	17.16	57	3.90	11	العدد الثالث
11.03	92	4.29	03	--	--	40.00	34	3.90	13	14.89	42	العدد الرابع
15.95	133	25.71	18	--	--	18.82	16	20.41	68	10.89	31	العدد الخامس
7.55	63	5.71	04	51.56	33	--	--	3.00	10	4.61	13	العدد السادس
19.90	166	32.86	23	3.13	02	14.12	12	20.71	69	21.29	60	العدد السابع
13.91	116	4.29	03	--	--	12.94	11	18.91	63	13.83	39	العدد الثامن
100	834	100	70	100	64	100	85	100	333	100	282	Σ

ولقد بينت نتائج الجدول احتواء البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" على (834) تكرارا للشخصيات الفاعلة في القيمة الأخلاقية ، حيث كان العدد السابع أكبرها تكرارا : (166) وبنسبة(13.91%)، يليه العدد الخامسك بـ: (133) تكرارا وبـ: (15.95%)، العدد الثامن: بـ: (116) تكرارا وبـ: (13.91%)، العدد الثاني: بـ: (107) تكرارا وبـ: (12.83%)، العدد الرابع: بـ: (92) تكرارا وبـ: (11.03%)، العدد الأول: بـ: (89) تكرارا وبـ: (10.67%)، وآخرها العدد الثالث: بـ: (68) تكرارا وبـ: (8.15%) . والعدد السادس: بـ: (63) تكرارا وبـ: (7.55%) . و لقد تبين توزيع تكرار الفئات الفاعلة في البرنامج ، بالترتيب على:

1- فئة الضيوف: بـ: (333) تكرارا. حيث كان العدد السابع أكبرها تكرارا بـ: (69) وبنسبة(20.71%)، يليه العدد الخامسك بـ: (68) تكرارا وبـ: (20.41%)، العدد الثامن: بـ: (63) تكرارا وبـ: (18.91%)، العدد الثالث: بـ: (57) تكرارا وبـ: (17.16%)، العدد الأول: بـ: (51) تكرارا وبـ: (15.31%)، العدد الرابع:



ب:(13) تكرارا وب:(3.90%)، العدد السادس: ب:(10) تكرارا وب:(3.00%)، وآخرها العدد الثاني: ب:(2) تكرارا وب:(0.60%). يعد أكثر البرامج الاجتماعية من حيث عدد الشخصيات المستضافة في أعداده الثمانية و هم حسب تقديمهم من بداية العدد الأول:

1- نبيلة:ام و ريت بيت.

2- سهى حداد: EVENT MANAGEMENT.

3- علا رجب:رائدة وسيدة اعمال و شيف من السعودية.

3- هيا علاني:

4- اية علاني:مؤسسة شركة لأعداد الطعام.

5- سارة مهنا العبدلي:فنانة تشكيلية و مبتعثة سابقة مختصة في الفن الاسلامي مختصة في الفنون الاسلامية خاصة الحجازية.

6- سارة الرميخاني: مبتعثة سابقة و رئيسة فريق اجيال من اجل اجيال التطوعي.

7- هاجر النعيم:مخرجة و مبتعثة في الولايات المتحدة.

8- سمر السقاف:وكيلة جامعة الاميرة نورة بنت عبد الرحمان للشؤون الاجتماعية.

9- منار سعود العميري:المؤسسة و المديرية التنفيذية لمنصة الكتب الصوتية.

10- الجوهرة القحطاني:مهندسة وشريك مؤسس لسلسلة من محلات المجوهرات.

11- حنان ابو سليمان:مؤسسة شركة أعداد ماكولات.

- 12- ابنة حنان ابو سليمان: مؤسسة شركة أعداد ماكولات.
- 13- بيان لنجاوي: مؤثرة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 14- اسماء قحطاني: مؤسسة مشروع لنشر ثقافة الادخار.
- 15- مها العمودي: طالبة دكتوراه في هندسة علوم المواد في جامعة الملك عبد الله للعلوم.
- 16- ماجدة ابو راس: عالمة بيئية و سفيرة الريادة البيئية في المملكة العربية السعودية.
- 17- مها المزيني: عالمة ابحاث و رئيسة وحدة العجز المناعي في مستشفى الملك فيصل التخصصي و مركز الابحاث في الرياض.
- 18- فتون بنت عبد الله الصايغ: الاستاذ المساعد بجامعة الملك عبد العزيز كلية العلوم قسم الاحياء.
- 19- زهراء الصغار: طالبة دكتوراه في العلوم البحرية في جامعة الملك عبد الله للعلوم و التقنية.
- 20- سارة قاسم: مستشارة و رائدة في الضيافة و السياحة و تطوير الأعمال.
- 21- فهد الغامدي: ممثل الجهة الاستشارية للتوعية في برنامج خادم الحرمين الشريفين للتراث الحضاري في الهيئة العامة للسياحة و التراث.
- 22- اريج عبد الله: مدير عام شركة سيلحية و عضو في الجمعية السعودية للمرشدين السياحيين.
- 23- فاطمة الرامل: سيدة اعمال مصممة مجوهرات و ناشطة في مجال السياحة و الاستثمار.
- 24- هشام السويلم: مدير عام شركة مختصة بتصميم حفلات الزفاف.

25- رياض شركس:مصمم حفلات زفاف في لبنان و الخليج العربي.

26- عبد العزيز التركي:مندوب علاقات حكومية.

27- نوال التركي:ربة منزل.

28- مي النجار:خبيرة و معالجة بالطاقة.

29- هاني الحرازي:ممثل سعودي.

30- عصمت حوسو:رئيسة مركز الجندر للاستشارات الاجتماعية و النسوية.

31- هدى الدهيمي:اخصائية نفسية.

32- عزيزة السايح:فقدت ابنها على اثر حادث.

33- سوزان الوتار:منتجة تلفزيونية.

2- فئة المذبةعة: ب:(282) تكرارا، حيث كان العدد الثاني أكبرها تكرارا ب: (62) وبنسبة(21.89%)، يليه العدد السابع: ب:(60) تكرارا و ب:(21.29%)، العدد الرابع: ب:(42) تكرارا و ب:(14.89%)، العدد الثامن: ب:(39) تكرارا و ب:(13.83%)، العدد الخامس: ب:(31) تكرارا و ب:(10.89%)، العدد الأول: ب:(21) تكرارا و ب:(7.45%)، العدد السادس: ب:(13) تكرارا و ب:(4.61%)، وآخرها العدد الثالث: ب:(11) تكرارا و ب:(3.90%).

3- فئة حالة: ب:(85) تكرارا. حيث انعدم تكرارها في العددين الثالث والسادس، في حين كان العدد الرابع: أكبرها تكرارا (34) وبنسبة(40.00%)، يليه العدد الخامس: ب:(16) تكرارا و ب:(18.82%)، العدد

السابع: ب:(12) تكرارا وب:(14.12%)، العدد الثامن: ب:(11) تكرارا وب:(12.94%)، وآخرها العدد الأول: ب:(3) تكرارات وب:(3.53%).

4- فئة معلق على تقرير/روبورتاج: ب:(70) تكرارا. انعدم تكرارها في العدد الثالث ، في حين كان العدد السابع أكبرها تكرارا ب:(23) وبنسبة(32.86%)، يليه العدد الرابع و الخامس: ب:(18) تكرارا وب:(25.71%)، العدد الأول: ب:(13) تكرارا وب:(18.57%)، العدد الثاني: ب:(6) تكرارا وب:(8.57%)، العدد السادس: ب:(4) تكرارات وب:(5.71%)، وآخرها العدد الثامن: ب:(3) تكرارا وب:(4.29%).

5- فئة الجمهور: ب:(64) تكرارا. انعدم تكرارها في العدد الثالث و الرابع و الخامس و الثامن. في حين كان العدد السادس: أكبرها تكرارا (33) وبنسبة(51.56%)، يليه العدد الثاني: ب:(28) تكرارا وب:(43.75%)، العدد السابع: ب:(2) تكرارا وب:(3.13%)، وآخرها العدد الأول: ب:(1) تكرارا وب:(1.56%) والتي مثلت جماهير التقارير.

\* الخطاب الحوارى "مع الشخصيات ضيوف البرنامج والذي عكس :

\* متعة وحيوية في تقديم فقرات كل عدد سواء كان تصويرا داخليا أو خارجيا حيث كان التسجيل "داخل الاستوديو " في (4) أعداد وهي : العدد الأول، العدد الثاني والعدد السابع والعدد الثامن . أما التصوير الخارجى للحوار، فكان من متحف : "عبد الرؤوف خليل " في مدينة - جدة - وذلك في أربع (4) أعداد وهي: العدد الثالثة ، العدد الرابع ، العدد الخامس والعدد السادس.

\* الإبراز الجيد لشخصية المذيعات وكذا الضيوف من خلال :

\*إبراز تخصصهم وموقعهم في أعداد البرنامج ،وهو ما تضمنه جينيريك البرنامج ،الذي في كل عدد يعرض صور المذيعات وتخصصهم مقدمات تلك العدد ،وكذلك صورة الضيوف ووظائفهم وتخصصهم مصحوبة بدقات وضربات موسيقية وفي كل عدد يتم تغييرهم بما تقتضيه طبيعة الموضوع و فقراته.

1-13- جدول رقم(46):فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "للعائلة":

Σ	معلق على تقرير/روبورتاج		الجمهور		الحالات		الضيوف"		المذبة		فئة الفاعل العدد	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
8.27	109	--	--	5.84	08	5.45	03	12.43	88	2.36	10	العدد الأول
23.92	315	--	--	17.52	24	10.91	06	28.53	202	19.57	83	العدد الثاني
18.45	243	--	--	10.22	14	18.18	10	11.82	83	13.21	56	العدد الثالث
17.01	224	100	03	19.71	27	21.82	12	11.68	82	23.58	100	العدد الرابع
7.82	103	--	--	13.87	19	21.82	12	5.79	41	7.31	31	العدد الخامس
12.22	161	--	--	5.84	08	10.91	06	12.43	88	13.92	59	العدد السادس
6.77	89	--	--	11.68	16	10.91	06	5.93	42	5.90	25	العدد السابع
12.38	163	--	--	15.32	21	--	--	11.68	82	14.15	60	العدد الثامن
100	131 7	100	3	100	137	100	55	100	708	100	424	Σ

ولقد بينت نتائج الجدول احتواء البرنامج الاجتماعي "للعائلة" على (1317) تكرارا للشخصيات الفاعلة

في القيمة الأخلاقية ، حيث كان العدد الثاني أكبرها تكرارا بـ: (315) وبنسبة(23.92%)، يليه العدد

الثالث: بـ:(243) تكرارا وبـ:(18.45%)، العدد الرابع: بـ:(224) تكرارا وبـ:(17.01%)، العدد الثامن:

بـ:(163) تكرارا وبـ:(12.38%)، العدد السادس: بـ:(161) تكرارا وبـ:(12.22%)، العدد الأول:

ب:(109) تكرارا و:(8.27%)، العدد الخامس: ب:(103) تكرارا و:(7.82%)، وآخرها العدد السابع:  
ب:(89) تكرارا و:(6.77%). و لقد تباين توزيع تكرار الفئات الفاعلة في البرنامج ، بالترتيب على:  
1- فئة الضيوف: ب:(708) تكرارا، حيث كان العدد الثاني أكبرها تكرارا (202) وبنسبة(28.53%)، يليه  
العدد السادس: ب:(88) تكرارا و:(12.43%)، العدد الأول و الثالث: ب:(83) تكرارا و:(11.82%)،  
العدد الرابع و العدد الثامن: ب:(82) تكرارا و:(11.68%)، العدد السابع: ب:(42) تكرارا و:(5.83%)،  
و آخرها العدد الخامس: ب:(41) و:(5.79%). حيث استضاف البرنامج في أعداده الثمانية (23)  
شخصية ليكون ثاني البرامج الاجتماعية من حيث عدد الضيوف الذين تباينت تخصصاتهم و هم حسب  
تقديمهم من بداية العدد الأول:

كالآتي:

- 1- رضا تير: مختص في الاقتصاد.
- 2- أمين بنقّة: أستاذ تعليم ثانوي.
- 3- فاطمة الزهراء: أستاذة محاضرة بجامعة الجزائر 2.
- 4- مالك زكور: محامي و باحث.
- 5- شائعة جعفري: رئيسة المرصد الجزائري للمرأة.
- 6- وهيبة كريدي: ناشطة حقوقية.
- 7- يوسف نواصة: أستاذ جامعي.
- 8- أمينة بوحجار: مختصة في علم النفس.
- 9- سمير دهريب: مستشار اسري.

- 10- الياس سعودي:مختص في الاتصال و التواصل الأسري و العائلي و الاجتماعي.
  - 11- عمار ولد موسى:خبير اقتصادي.
  - 12- عبد الرحمان:أستاذ في علوم الإعلام و الاتصال.
  - 13- سامي زرياب: فنان.
  - 14- سعيدة صالح:دكتورة.
  - 15- يحي محمودي:طبيب إعلامي،كاتب و باحث في التداوي بالأعشاب.
  - 16- محمد ميموني:طبيب العائلة.
  - 17- مولود بلقاسم:مدير شركة امريكية جزائرية "step mode".
  - 18- مصطفى زبدي:رئيس الجمعية الوطنية لحماية و إرشاد المستهلك.
  - 19- محمد صادوق:طبيب عيادة خاصة.
  - 20- يوسف حنطابلي:استاذ في علم الاجتماع.
  - 21- فطوم العجابي:مدير مركز رواد المعرفة.
  - 22- عبد الرشيد بلبكري: مستشار اسري.
  - 23- طالبة من جامعة الجزائر تخصص ادب انجليزي و علم نفس.
- 2- فئة المذبةعة: ب:(424) تكرارا، حيث كان العدد الرابع أكبرها تكرارا ب: (100) وينسبة(23.58%)، يليه العدد الثاني: ب:(83) تكرارا وب:( 19.57%)، العدد الثامن: ب:(60) تكرارا وب: (14.51%)، العدد السادس: ب:(59) تكرارا وب:( 13.92%)، العدد الثالث: ب:(56) تكرارا وب:( 13.21%)، العدد الخامس: ب:(31) تكرارا وب:( 7.31%)، العدد السابع: ب:(25) تكرارا وب:( 5.90%)، واخرها العدد الأول: ب:(10) تكرارا وب:( 2.36%).

3- فئة الجمهور: ب:(137) تكرارا، حيث كان العدد الرابع أكبرها تكرارا ب: (27) وبنسبة(19.71%)، يليه العدد الثاني:(24) تكرارا و: (17.52%)، العدد الثامن: ب:(21) تكرارا و: (15.32%)، العدد الخامس: ب:(19) تكرارا و: (13.87%)، العدد السابع: ب: (16) تكرارا و: (11.68%)، العدد الثالث: (14) تكرارا و: (10.22%). ثم العدد السادس والأول: ب: (8) تكرارات و: (5.84%)، و تمثلت في جماهير مواقع التواصل الاجتماعي و الاتصالات الهاتفية.

4- فئة الحالة: ب:(55) تكرارا، حيث انعدم تكرار هذه الفئة في العدد الثامن، في حين كان العدد الرابع والخامس أكبرها تكرارا ب: (12) وبنسبة(21.82%)، يليه العدد الثالث: ب:(10) تكرارا و: (18.18%)، العدد الثاني، العدد السادس و العدد السابع: ب:(6) تكرارا و: (10.91%)، العدد الأول: ب:(3) تكرارات و: (5.45%).

5- فئة معلق على تقرير/روبورتاج": ب:(3) تكرارا، حيث انعدم التكرار في هذه الفئة ما عدا في العدد الرابع ب:(3) تكرارات و: (100%).

حيث قام البرنامج على :

\* الخطاب الحوارى "مع الشخصيات ضيوف البرنامج والذي عكسه تقديم فقرات كل عدد، من حيث تدخلاتهم إما بالتحليل و التفسير أوالرأي.حيث كان التسجيل "داخل الاستوديو " في أعداد البرنامج الثمانية.

\* الإبراز الجيد لشخصية المذيعات اللاتي يعتبر وجودهن قارا خلال الفترة الزمنية لبث كل عدد، وكذلك الضيوف و أهمية شخصيتهم و تخصصهم، يليه عرض صورهم تزامنا مع عرض أو ذكر تخصصهم.



14-1- جدول رقم(47):فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "أصلح" :

Σ	معلق على تقرير/روبورتاج		الجمهور		الحالات		الضيوف"		المذيع		فئة الفاعل العدد	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
10.61	177	--	--	11.95	46	3.05	04	10.76	68	11.43	59	العدد الأول
16.85	281	--	--	12.98	50	6.11	08	25.16	159	12.40	64	العدد الثاني
9.96	166	--	--	13.25	51	7.64	10	6.49	41	12.40	64	العدد الثالث
7.55	126	--	--	4.42	17	9.92	13	9.18	58	7.36	38	العدد الرابع
14.27	238	75.00	03	12.73	49	12.21	16	15.03	95	14.54	75	العدد الخامس
7.55	126	25.00	01	9.61	37	--	--	7.59	48	7.75	40	العدد السادس
20.44	341	--	--	22.85	88	29.77	39	14.40	91	23.84	123	العدد السابع
12.77	213	--	--	12.21	47	31.30	41	11.39	72	10.28	53	العدد الثامن
100	1668	100	04	100	385	100	131	100	632	100	516	Σ

ولقد بينت نتائج الجدول احتواء البرنامج الاجتماعي رأيك أصلح" على: (1668) تكرارا للشخصيات الفاعلة في القيمة الأخلاقية ، حيث كان العدد السابع أكبرها تكرارا ب: (341) وبنسبة(20.44%)، يليه العدد الثاني: ب:(281) تكرارا وب:(16.85%)، العدد الخامس: ب:(238) تكرارا وب:(14.27%)، العدد الثامن: ب:(213) تكرارا وب:(12.77%)، العدد الأول: ب:(177) تكرارا وب:(10.01%)، العدد الثالث: ب:(166) تكرارا وب:(9.96%)، وآخرها العدد الرابع و العدد السادس: ب:(126) تكرارا وب:(7.55%). و لقد تبين توزيع تكرار الفئات الفاعلة في البرنامج ، بالترتيب على:

1- فئة الضيوف"ب:(632) تكرارا، حيث كان العدد الثاني أكبرها تكرارا ب: (159) وبنسبة(25.16%)، يليه العدد الخامس: ب:(95) تكرارا وب:(15.03%)، العدد السابع: ب:(91) تكرارا وب:

(14.40%)، العدد الثامن: ب:(72) تكرارا وب:(11.39%)، العدد الرابع: ب:(58) تكرارا وب:(9.18%)،  
العدد السادس: ب:(48) تكرارا وب:(7.59%)، و آخرها العدد الثالث: ب:(41) تكرارا وب:(6.49%)، حيث  
استضاف البرنامج(25) شخصية متباينة التخصصات ليكون ثاني البرامج الاجتماعي عينة الدراسة من  
حيث عددها و هم حسب تقديمهم بداية من العدد الأول:

- 1- سلمان عبد الله : أخصائي علم النفس.
- 2- سامي نصر : أخصائي علم اجتماع.
- 3- حمزة في : خبير في العلاقات الأسرية و الزوجية.
- 4- آمنة زرهوني : محامية و عضوة في جمعية النساء الديمقراطيات.
- 5- هشام الشريف : أخصائي علم الجنس (مداخلة عبر الهاتف).
- 6- إبراهيم الريحاني : أستاذ و باحث في علوم و تقنيات الطفولة.
- 7- كمال الحجام : مدير عام المرحلة الابتدائية بوزارة الصحة.
- 8- خليل بوزيان : مدرب معتمد في الاتصال و ريادة الأعمال.
- 9- حنان الشقراني : ممثلة.
- 10- منير بن شتوح : طبيب مختص في جراحة السمنة (عبر الهاتف).
- 11- ليلى علوان : أستاذة المعهد الوطني للتغذية.
- 12- محمد الخامس الهاني : مدرب تنمية بشرية.

- 13- درصاف قنواطي : حكمة دولية في كرة القدم.
  - 14- زهيرة بناني : مدربة اتصال.
  - 15- شيماء أفندي : أخصائية في علم النفس.
  - 16- فوزي الغربي : فنان.
  - 17- شكري العياري : خبير في التنمية الذاتية و الإحاطة النفسية.
  - 18- صوفية مراد قرفال : رئيسة دائرة اليقظة وكالة السلامة المعلوماتية.
  - 19- فاطمة الشرفي : طبيبة نفسية للأطفال.
  - 20- مهيار حمادي : المندوب العام لحماية الطفولة.
  - 21- بوراوية العقربي : النائبة العامة بمنطقة الدفاع عن حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة.
  - 22- هنية العايدي : لاعبة ألعاب قوى.
  - 23- ثامر التوكابري : رئيس مصلحة التأهيل و الإدماج وزارة الشؤون الاجتماعية.
  - 24- نورة عميرة : طبيبة تجميل.
  - 25- هشام زويلي : محامي.
- 2- فئة المذبةعة: ب:(516) تكرارا، حيث كان العدد السابع أكبرها تكرارا ب: (123) وبنسبة(23.84%)، يليه العدد الخامس: ب:(75) تكرارا و ب:( 14.54%)، العدد الثاني و الثالث: ب:(64) تكرارا

وید: (12.40%)، العدد الأول: ب: (59) تكراراً وید: (11.43%)، العدد الثامن: ب: (53) تكراراً وید: (10.28%)، العدد السادس: ب: (40) تكراراً وید: (7.75%)، و آخرها العدد الرابع: ب: (38) تكراراً وید: (7.36%).

3- فئة الجمهور: ب: (385) تكراراً، حيث انعدم التكرار في العدد الخامس ، في حين كان العدد السابع أكبرها تكراراً ب: (88) وبنسبة (22.85%)، يليه العدد الثالث: ب: (51) تكراراً وید: (13.25%)، العدد الثاني: ب: (50) تكراراً وید: (12.98%)، العدد الخامس: ب: (49) تكراراً وید: (12.73%)، العدد الثامن: ب: (47) تكراراً وید: (12.21%)، العدد الأول: ب: (46) تكراراً وید: (11.95%)، و آخرها العدد السادس: ب: (37) تكرارات وید: (9.61%) و آخرها العدد الرابع: ب: (17) تكرارات وید: (4.42%)، وهو جمهور مواقع التواصل الاجتماعي و التقارير و الروبورتاجات.

4- فئة الحالة: ب: (131) تكراراً، حيث كان العدد الثامن أكبرها تكراراً ب: (41) وبنسبة (31.30%)، يليه العدد السابع: ب: (39) تكراراً وید: (29.77%)، العدد الرابع: ب: (16) تكراراً وید: (12.21%)، العدد الثالث: ب: (13) تكرارات وید: (9.92%)، العدد الأول: ب: (13) تكرارات وید: (9.92%)، العدد الثاني: ب: (10) تكرارات وید: (7.64%).

5- فئة معلق على تقرير/روبورتاج": ب: (4) تكراراً، حيث انعدم التكرار في هذه الفئة ما عدا في العددين الخامس: ب: (3) تكرارات وید: (75%)، و العدد السادس: ب: (1) تكرارات وید: (25%). قام البرنامج هو الآخر على :

\* الخطاب الحوارى "مع الشخصيات ضيوف البرنامج والذي عكسه تقديم فقرات كل عدد، من حيث تدخلاتهم إما بالتحليل و التفسير أوالرأي.حيث كان التسجيل "داخل الأستوديو " في أعداد البرنامج الثمانية، و هو ما اشترك فيه البرنامج مع البرنامجين"خط احمر و للعائلة.

\* الإبراز الجيد لشخصية المذيعة وكذا الضيوف من خلال إبراز تخصصهم في كل فقرة من أعداد البرنامج.

ركزت بذلك إيديولوجية البرامج الاجتماعية، أولاً على عكس جملة من القيم الأخلاقية بأبعاده الايمانية و النفسية و الاجتماعية و التربوية، من خلال مذيوعات و ضيوف و جماهير متفاعلة و متداخلة عبرت عن اجيال متباينة(اباء، امهات، ابناء شباب و بنات،مختصين وخبراء، مسؤولين و اطارات) في اطار مواقف مالوفة داخل الأسرة، قصد حشد الجماهير سواء العامة أو جمهور الأستوديو.حيث مثلت موضوعات البرامج الاجتماعية مشكلات الحياة العائلية ، الإقرار بالأعراف النوعية المألوفة و الشاذة التي عكست الشعور بالواقعية نتيجة تقديم شخصيات تعيش نفس المكان و الزمان.حيث تضمنت أعداد البرامج الاجتماعية الأربعة تشكيلة متنوعة و مختلفة من الشخصيات المتباينة في كل برنامج اجتماعي أنتجت حركة أحدثت قصصها و أحداثها ، مبنية على إمام الفئات الفاعلة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بمعطيات الموضوع، عبر عن عديد الأذواق الجماهيرية، تفاصيل الموضوع، تزويد الجمهور بمعلومات جديدة، إحصاءات، تناولت موضوعات من جوانب ايمانية،نفسية،اجتماعية و تربوية،إلى جانب تبادل المعلومات بين الشخصيات عن طريق الحوار،ما خلق مناخا عاما ساعد على إيجاد مساحة للحوار العقلاني باستخدام عرضا للرأي، والرأي الاخر، الأدلة ،الإحصائيات و الحقائق الثابتة، الموعظة والنصيحة، القدوة الحسنة،ضرب الامثال،القصة، تعود الخلق الفاضل. والحوار العاطفي من خلال الرأي الشخصي،المواقف الوجدانية،تربية الحكم الخلقى،اللغة و العرف.

كما ان أهمية عرض المواضيع للجماهير من خلال الحوار و التقارير و الروبورتاجات:كان عاكسا لمختلف مظاهر الحياة الاجتماعية العامة اليومية للجمهور و التي عرضت من خلال القوالب الفنية المعتمدة في كل برنامج، مختلف نشاطات القطاع العمومي و الخاص للدول العربية و تبيان مسؤولياتهم و دورهم في التنمية والنهضة الحديثة للوطن العربي في مختلف المجالات .

- المذيعات: كن بمثابة ممثلات للأعراف الاجتماعية للجمهور و وسيط بين الضيوف و الجمهور خاصة عند التفسير أو طرح الأسئلة، في حال الخطاب العقلاني و الحالات العاطفية، ما أعطى دلالات على عمق الأحداث، حيث كان أداء المذيعات في مستوى التعليم و التكوين و الثقافة.

- الضيوف:حيث كان التركيز على الضيوف باعتبارهم فئة خاصة و ممثلة للجمهور العام ، معبرة عن صورته، بعرض تجاربهم مصحوبة بتحليل و بشكل ترجم تجارب شخصية (انجاز،نجاح،حزن، فرح، غضب، اعتراض ...) و تحويلها إلى أشكال مقبولة اجتماعيا. و باعتبار الضيوف فئة رئيسية فاعلة في أعداد البرامج الاجتماعية عينة الدراسة ، فلقد كان اختيارهم مبنيا على خبرتهم الواسعة وثقافتهم التي ساهمت في نجاح البرنامج أعدادا و تناولا و معالجة ، و بهدف إثراء مواضيع البرامج الاجتماعية عينة الدراسة من جوانبها و زواياها المختلفة، خبراتهم في طرح الأفكاروتفاصيل للتوضيح. إلى جانب طبيعة الموضوع في حد ذاته و الذي احتاج إلى أدلة، تفاصيل، حجج، و براهين،تجارب و مواقف و اتجاهات لتحقيق فائدة و حيوية للجمهور .

- الحالات:التي تم عرضها اما في الاستوديو او من خلال التصوير الخارجي للتقارير و الروبورتاجات و التي ابرزت شخصيتهم على انها عضو من اعضاء المجتمع ،ذات تجارب و مواقف واتجاهات تزيد من واقعية وقيمة المواضيع المطروحة،و قدوة يحتدى بها،مثل الأمهات اللاتي فقدن أبنائهن أو أزواجهن

و آبائهن، يعانون من مشاكل اجتماعية، نفسية، او انجازات و نجاحات حققتها المرأة او الرجل، الجهات

العمومية او الخاصة .

- الجمهور: الذي عبر عن تفاعله، اهتمامه او عزوفه، قبوله اورفضه ،تكافله مع الافكار المطروحة، وكذا

الحالات المعروضة.

-15- جدول رقم(48):فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		الاتجاه القيمة الأخلاقية	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
81.78	7181	71.46	1192	70.77	932	86.09	718	87.44	4339	اتجاه إيجابي
12.91	1134	17.09	285	18.83	248	10.79	90	10.30	511	اتجاه سلبي
5.31	466	11.45	191	10.40	137	3.12	26	2.26	112	إتجاه محايد
100	8781	100	1656	100	1317	100	834	100	4962	Σ

من خلال هذه الفئة ، سعت الطالبة إلى معرفة حالة الاستعدادات العقلية و العاطفية التي تكون

سببا و مؤثرا و موجها للفاعل في القيمة الأخلاقية من خلال ما عكسته ميولهم و أفكارهم و مبادئهم

و نظمهم الاجتماعية المختلفة، و التي على أساسها قدموا حججا تمثل مكوناتهم العقلي و المعرفي، أو

مشاعر و أحاسيس و عواطف تمثل مكوناتهم العاطفي، أو مكونا سلوكيا معبرا عن الاتجاهات التي كانت

في مواقف عاكسة للاتجاه السلبي لبعض الموضوعات .

حيث عكست موضوعات الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة "القيم الأخلاقية "

بإبعادها المختلفة ، خصائص المجتمع العربي من خلال تصورات افراده، علاقاتهم بالبيئات المختلفة

المحلية و العالمية الأخرى و التي عكست جوانب من حياتهم الشخصية و العامة التي اعتبرت في أعداد البرامج الاجتماعية امتدادا إما ايجابيا أو سلبيا او محايدا ارتبط ببعده أو أكثر من بعد إما إيماني أو نفسي أو اجتماعي أو تربوي ، و هي فرائض شرعية ، تداعيات اجتماعية، مشاعر و أحاسيس ، تربية ، تم ضبطها بإطار قانوني مثلته جملة من الحقوق و الواجبات.

و لقد بينت نتائج الجدول رقم(48) توزيعا لاتجاه الشخصيات الفاعلة في البرامج الاجتماعية:"خط احمر"، "كلام نواعم"، "العائلة" و "رأيك أصلح" لتبليغ رسالة "القيم الأخلاقية " في "القنوات الفضائية العربية" عينة الدراسة و التي اتخذت اتجاهات توزعت بين:

1- فئة الاتجاه الايجابي: ب:(7181) تكرارا إجماليا، ونسبة مئوية عامة قدرت ب:(81.78%). تكرارها الأكبر كان في برنامج "خط احمر": ب:(4339) تكرار و ب:(87.44%)، يليه تكرارها في برنامج "رأيك أصلح": ب:(1192) تكرار و ب:(71.46%)، فبرنامج "العائلة": ب:(932) تكرار و ب:(70.77%)، ثم و أصغرها تكرارا "برنامج"كلام نواعم": ب:(718) تكرار و ب:(86.09%).

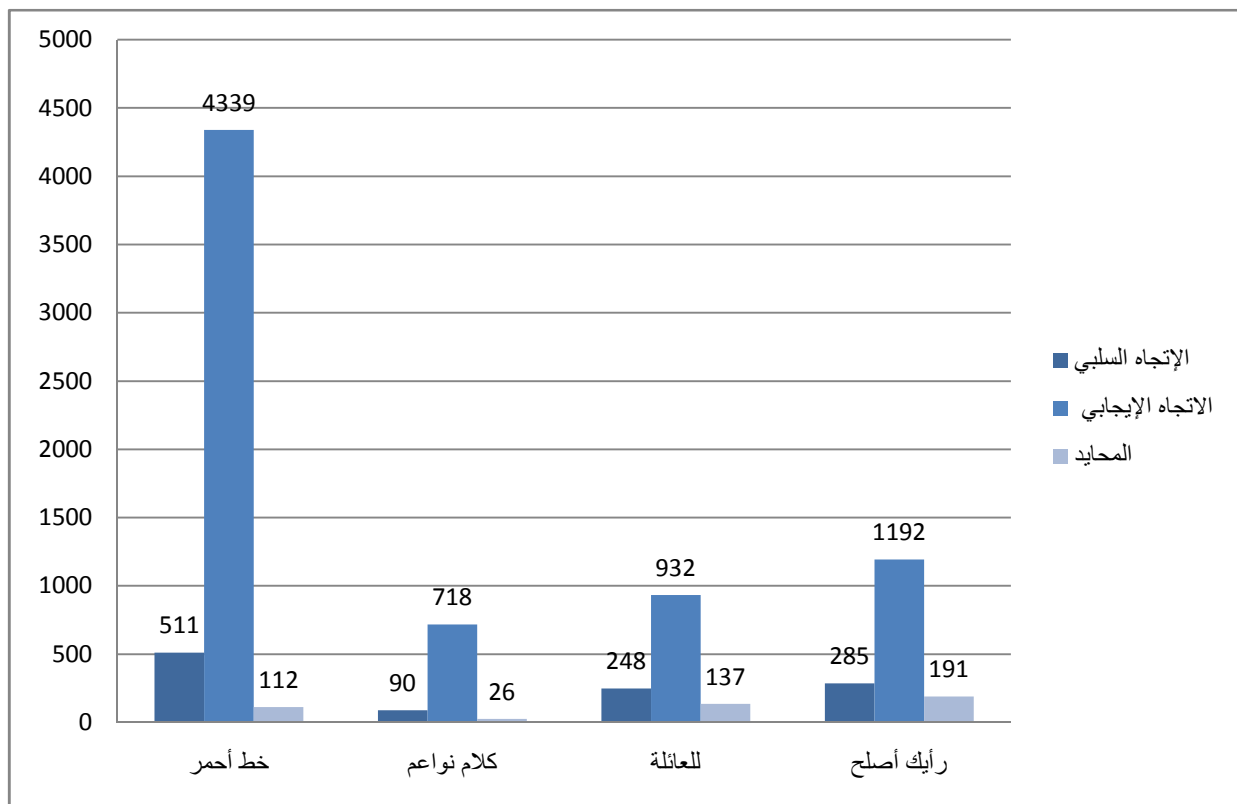
2- فئة الاتجاه السلبي: حيث قدر تكراره ب:(1134) تكرارا و ب:(12.91%)، موزعة و بالترتيب على: برنامج "خط احمر": ب:(511) تكرار و ب:(10.30%)، يليه برنامج "رأيك أصلح": ب:(285) تكرار و ب:(17.09%)، برنامج "العائلة": ب:(248) تكرار و ب:(18.83%)، ثم فبرنامج "كلام نواعم": ب:(90) تكرار و ب:(10.79%).

3- فئة الاتجاه المحايد: ب:(466) تكرارا وبنسبة(5.31%)، موزعة و بالترتيب على: برنامج "رأيك أصلح": ب:(191) تكرار و ب:(11.45%)، يليه برنامج "العائلة": ب:(137) تكرار و ب:(10.40%)، ثم



برنامج "خط أحمر": ب:(112) تكرار و ب:(2.26%)، فبرنامج "كلام نواعم": ب:(26) تكرار و ب:(3.12%). وهو ما يوضحه الرسم رقم (6).

رسم رقم (6): رسم بياني لتوزيع فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:



رسم بياني لتوزيع تكرارات فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية

ولقد عكست البرامج الاجتماعية عينة الدراسة تاصيلا ايجابيا للقيمة الأخلاقية للجمهور العربي بما يعطيه دفعا و مكابدة للآفات و الظواهر و التداعيات الدخيلة او الاصلية بالرغم من غلبة الاسلوب العاطفي في تبليغها مراعية في ذلك:

عكس الآثار الايجابية للبعد الايماني للقيمة الأخلاقية على الفرد و المجتمع من خلال :

❖ الايمان بالله و توحيده و تعظيمه.

❖ حمد الله وشكره و اخلاص العبادات له.

❖ طلب الرجاء منه.

❖ اعلاء احكامه و تشريعه.

عكس الاثار الايجابية للبعد النفسي للقيمة الأخلاقية على الفرد و المجتمع من خلال :

❖ الصدق و الوفاء و ضبط النفس و الصبر على اعباء الحياة و التغلب عليها و التسامح بما يولد

في النفس الإنسانية الراحة و الاطمئنان و الانشراح.

❖ تقدير و احترام الذات الإنسانية و الاشادة بانجازاتها وما تتمتع به من قدرات و حقيقته من

نجاحات .

❖ السعادة و الفرح.

❖ الحب.

❖ الامل و التمني و التفاؤل بالخير.

❖ الثقة و الامان و العزم و الارادة .

عكس الاثار الايجابية للبعد الاجتماعي للقيمة الأخلاقية على الفرد و المجتمع من خلال :

❖ الاحسان إلى الوالدين و برهما.

❖ الاحسان إلى الزوجة و الزوج و ودهما.

❖ الاحسان إلى الأبناء بتربيتهم و رعايتهم.

❖ الاحسان إلى الجار و احترامه .

- ❖ احقاق العدل و احترام الحرية للصغار و الكبار، الرجال و النساء.
- ❖ التكافل الاجتماعي و فعل الخير و الامر بالمعروف بالتوعية و النصيحة و التعاون في الانجاز.
- ❖ الرضا على قضاء الله و اقداره و على الناس.
- ❖ القدوة الحسنة و التي مثلها شخص النبي، الصحابة و التابعين و الشخصيات البارزة في المجتمع.
- ❖ حب مكارم الاخلاق مثل و حب الوطن و الانتماء اليه و اعلاء شأنه و حب المعرفة و المهارة و قول الحق و الضيافة و الكرم .

التوعية و لذات الحياة من هوايات و اعمال و اكل .

عكس الاثار الايجابية للبعد التربوي للقيمة الأخلاقية على الفرد و المجتمع من خلال :

- ❖ الحث على العلم و التعلم.
- ❖ ابراز مكانة و أهمية العلم و المعرفة.
- ❖ توفير الهياكل و الدعم للمؤسسات التعليمية و البحث العلمي.

و إلى جانب التاصيل الايجابي للقيمة الأخلاقية للجمهور العربي،تضمنت مواضيع البرامج الاجتماعية عملية غرس القيم الأخلاقية بتعزيزات سلبية عبرت عن رفض و عدم تقبل الشخصيات الفاعلة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لمواضيع معينة و محاولة تقديم معلومات و معطيات بشأن اعادة النظر فيها،او من خلال الأبعاد العاطفية لشخصيته و التي تعكس كرها او رفضا.من خلال:

عكس الاثار السلبية للبعد الايماني لسلوكيات افراد و المجتمع من خلال :

- ❖ الدعاء على الاخر.
- ❖ التحذير من مخالفة احكام الله و تشريعه.

عكس الآثار السلبية للبعد النفسي للقيمة الأخلاقية لسلوكيات افراد و المجتمع من خلال :

الكذب و الخيانة و عدم ضبط النفس و عدم التسامح .

❖ عدم تقدير و احترام الذات الإنسانية و احتقارها و الحط من قدرها .

❖ الالم و الحزن.

❖ الكراهية و الحقد و الحسد.

❖ التشاؤم و عدم التطلع.

❖ انعدام الثقة ، الخوف ، الاصرار و ضعف الارادة .

عكس الآثار السلبية للبعد الاجتماعي للقيمة الأخلاقية على الفرد و المجتمع من خلال :

❖ عقوق الوالدين و عدم برهما.

❖ عدم الإحسان الى الزوجة و الزوج .

❖ عدم الإحسان الى الأبناء بالتخلي او التراجع عن تربيتهم و رعايتهم.

❖ عدالإحسان الى الجار .

❖ الظلم .

❖ التكافل الاجتماعي و فعل الخير و الامر بالمعروف بالتوعية و النصيحة و التعاون في الانجاز.

❖ عدم الرضا و السخط على الناس.

❖ التقليد .

❖ الكره والنبد لبعض الهوايات الأعمال و السلوكيات.

❖ عكس الآثار السلبية للبعد التربوي للقيمة الأخلاقية على الفرد و المجتمع من خلال :

- ❖ عدم الاهتمام بالعلم و التعلم.
- ❖ عدم ابراز مكانة و أهمية العلم و المعرفة.
- ❖ عدم توفير الهياكل و الدعم للمؤسسات التعليمية و البحث العلمي.

اما الاتجاه المحايد فتم من خلاله التعبير عن الاستعدادات و التهيؤات و المواقف و الحقائق العلمية و التدايعات الاجتماعية و عكس الاراء بموضوعية بعيدا عن الذاتية.

1-16- جدول رقم(49): فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "خط احمر":

فئة اتجاه القيمة	اتجاه ايجابي		اتجاه سلبي		اتجاه محايد		Σ
	ك	%	ك	%	ك	%	
العدد الأول	653	15.05	27	5.28	07	6.25	684
العدد الثاني	549	12.65	84	16.44	20	17.86	653
العدد الثالث	411	9.47	91	17.81	14	12.50	516
العدد الرابع	699	16.11	61	11.94	28	25.00	788
العدد الخامس	581	13.39	78	15.26	15	13.39	674
العدد السادس	620	14.29	82	16.05	16	14.29	718
العدد السابع	239	5.51	51	9.98	08	7.14	298
العدد الثامن	587	13.53	40	7.83	04	3.57	631
Σ	4339	100	511	100	112	100	4962

1- فئة الاتجاه الايجابي: ب:(4339) تكرارا إجماليا وبنسبة(87.44%)، حيث كان العدد الرابع أكبرها تكرارا (699) وبنسبة(16.11%)، يليه العدد الأول: (653) تكرارا وبنسبة(15.05%)، ثم العدد السادس: ب:(620) تكرارا و ب:(14.29%)، الثامن: (587) وبنسبة(13.53%)، يليه العدد الخامس: ب:(581)

تكرارا وب: (13.39%)، و العدد الثالث: ب: (411) تكرارا وب: (9.47%)، العدد و آخرها العدد السابع: ب: (239) تكرارا وب: (5.51%). و من نماذجه: العدد الثالث في قول الحالة: "الإنسان عمرو ما يفرط في خوه".

2- فئة الاتجاه السلبي: ب: (511) تكرارا ونسبة مئوية (10.30%)، حيث كان العدد الثالث أكبرها تكرارا: (91) وبنسبة (17.81%)، يليه العدد الثاني: ب: (84) تكرارا وب: (16.44%)، العدد السادس: ب: (82) تكرارا وب: (16.05%)، العدد الخامس: ب: (78) تكرارا وب: (15.26%)، العدد الرابع: ب: (61) تكرارا وب: (11.94%)، العدد السابع: ب: (51) تكرارا وب: (9.98%)، ثم العدد الثامن: ب: (40) تكرارا وب: (7.83%) و آخرها العدد الأول: ب: (27) تكرارا وب: (5.28%). و من نماذجه: العدد الثالث في قول احد المستجوبين من خلال "سبر الرأي": "الإشاعة هادي راهي تهدم مجتمعات، و هي فالدين تاغنا حرام، راهي تسما شغل تقريبا نميمة هي نميمة اصلا".

3- فئة الاتجاه المحايد: ب: (112) تكرارا ونسبة مئوية (2.26%)، حيث كان العدد الرابع أكبرها تكرارا ب: (28) وبنسبة (25.00%)، يليه العدد الثاني: ب: (20) تكرارا وب: (17.86%)، العدد السادس: ب: (16) تكرارا وب: (14.29%)، العدد الخامس: ب: (15) تكرارا وب: (13.39%)، العدد الثالث: ب: (14) تكرارا وب: (12.50%)، العدد السابع: ب: (08) تكرارا وب: (7.14%)، العدد الأول: ب: (07) تكرارا وب: (6.25%) و آخرها العدد الثامن: ب: (04) تكرارا وب: (3.57%). و من نماذجه: العدد الثالث في قول احد الضيف: "النميمة هي من أسباب الأمراض النفسية الكثيرة اللي نشوفوها عند الناس اللي تعرضوا لهاد الوسواس يولي عندهم وسواس قهري...." التزم الاخصائي النفساني الحيادي في وصفه للنميمة من وجهة نظر علم النفس.

17-1- جدول رقم(50): فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم":

فئة اتجاه القيمة	اتجاه ايجابي		اتجاه سلبي		اتجاه محايد		Σ
	ك	%	ك	%	ك	%	
العدد الأول	75	10.44	10	11.11	04	15.38	89
العدد الثاني	90	12.53	12	13.34	05	19.23	107
العدد الثالث	61	8.49	02	2.22	05	19.23	68
العدد الرابع	88	12.26	02	2.22	02	7.69	92
العدد الخامس	125	17.42	08	8.89	--	--	133
العدد السادس	61	8.49	02	2.22	--	--	63
العدد السابع	128	17.84	28	31.11	10	38.47	166
العدد الثامن	90	12.53	26	28.89	--	--	116
Σ	718	100	90	100	26	100	834

1- فئة الاتجاه الايجابي: ب:(718) تكرارا إجماليا وبنسبة(86.09%)، حيث كان العدد السابع أكبرها تكرارا ب:(128) وبنسبة(17.84%)، يليه العدد الخامس: ب:(125) تكرارا و ب:( 17.42%)،العدد الثاني: والثامن: و ب:(90) تكرارا و ب:( 12.53%)،العدد الرابع: ب:(88) تكرارا و ب:( 12.26%)،العدد الأول: ب:(75) تكرارا و ب:( 10.44%)، و آخرها العدد السادس والثالث: ب:(61) تكرارا و ب:( 8.49%). و من نماذجه:العدد الثالث في قول المذيعة:"ان شاء الله ربي كيما يقولوا يحفظ العائلة ديالك".

2- فئة الاتجاه السلبي: حيث بلغ تكراره (90)تكرارا ونسبة مئوية قدرت ب: ( 10.79%)، حيث كان العدد السابع أكبرها تكرارا: ب: (28) وبنسبة(31.11%)، يليه العدد الثامن: ب:(26) تكرارا و ب:( 28.89%)، العدد الثاني: ب:(12) تكرارا و ب:( 13.34%)،العدد الأول: ب:(10) تكرارا و ب:(11.11%)، العدد الخامس: ب:(08) تكرارا و ب:( 8.89%)، و آخرها العدد الثالث الرابع والسادس: ب:(02) تكرارا

وید: (2.22%). و من نماذجه:العدد الثالث في قول الضيف:"الضعيفة من قبيلة انت قلتي كلمة في بلاصتها يخلفوا النار يتناقموا،شغل ما تخلصش النفقة يتناقموا."

3- فئة الاتجاه المحايد:ب:(26)تكرارا ونسبة مئوية(3.12%)، حيث كان العدد السابع أكبرها تكرارا ب: (10) وبنسبة(38.47%)، العدد الثاني و الثالث: ب:(05) تكرارا وید: (19.23%)،العدد الأول: ب:(04) تكرارا وید: (15.38%)، و آخرها العدد الرابع: ب:(02) تكرارا وید: (7.69%). و من نماذجه :العدد الثالث في قول الضيف مجيبا المذبة على سؤالها بخصوص سقوط النفقة للابناء في حال الطلاق او الخلع مجيبا من الناحية الحقوقية:" نفقة الأبناء لا تسقط ابدا **que ce soit** الطلاق،...في جميع الحالات النفقة ماوش حقها حق الأبناء هي هادي النفقة الغذائية هي توصل للابناء عن طريق الام لانها هي الحاضنة هي اللي عندها اهلية التقاضي،تتقاضى ترفع الدعوة باسمها و لكن هي من حق الأبناء و بالتالي ما تسقطش لا نقاش فيه."

1-18- جدول رقم(51): فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "للعائلة":

Σ	اتجاه محايد		اتجاه سلبي		اتجاه ايجابي		فئة اتجاه القيمة
	%	ك	%	ك	%	ك	
8.28	2.91	04	13.72	34	7.61	71	العدد الأول
23.92	35.04	48	29.84	74	20.71	193	العدد الثاني
11.62	15.33	21	10.89	27	11.27	105	العدد الثالث
17.00	24.82	34	6.45	16	18.76	174	العدد الرابع
7.82	5.84	08	8.87	22	7.83	73	العدد الخامس
12.22	7.30	10	6.85	17	14.38	134	العدد السادس
6.76	2.92	04	4.03	10	8.05	75	العدد السابع
12.38	5.84	08	19.35	48	11.48	107	العدد الثامن
100	100	137	100	248	100	932	Σ



1- فئة الاتجاه الايجابي": ب:(932) تكرارا إجماليا وبنسبة(70.77%)، حيث كان العدد الثاني أكبرها تكرارا ب: (193) وبنسبة(20.71%)، يليه العدد الرابع: ب:(174) تكرارا و:(18.76 %)، العدد السادس: ب:(134) تكرارا و:(14.38%)، العدد الثامن: ب:(107) تكرارا و:(11.48%)، العدد الثالث: ب:(105) تكرارا و:(11.27%)، العدد السابع: ب:(75) تكرارا و:(11.48%)، العدد الخامس: ب:(73) تكرارا و:(7.83%)، و آخرها العدد الأول: ب:(71) تكرارا و:(7.61%) . و من نماذجه: العدد الثالث في قول الضيفة: "أنا دائما اتبع شغفي، و اهلي دائما سيعادوني في اي حاجة فيها شغفي."

2- فئة الاتجاه السلبي: ب:(248) تكرارا ونسبة مئوية(18.83%)، حيث كان العدد الثاني أكبرها تكرارا ب: (74) وبنسبة(29.84%)، يليه العدد الثامن: ب:(48) تكرارا و:(19.35%)، العدد الأول: ب:(34) تكرارا و:(13.72%)، العدد الثالث: ب:(27) تكرارا و:(10.89%)، العدد الخامس: ب:(22) تكرارا و:(8.87%)، العدد السادس: ب:(17) تكرارا و:(6.85%)، العدد الرابع: ب:(16) تكرارا و:(6.45%) . واخرها العدد السابع: ب:(10) تكرارا و:(4.03%) . و من نماذجه: العدد الثالث في قول المذيعة: "درست في كندا ما كان هإذا الانفتاح بهادا الشكل... ما عادت زي اول، فأنا احس على الاقل موضوع يوحى بثقافة غريبة عليكي... هإذا الموضوع صار فيه انصهار في الثقافات..."

3- فئة الاتجاه المحايد: ب:(137) تكرارا ونسبة مئوية(10.40%)، حيث كان العدد الثاني أكبرها تكرارا ب: (48) تكرارا وبنسبة(35.04%)، يليه العدد الرابع: ب:(34) تكرارا و:(24.82%)، العدد الثالث: ب:(21) تكرارا و:(15.33%)، العدد السادس: ب:(10) تكرارا و:(7.30%)، العدد الثامن والخامس: ب:(8) تكرارا و:(5.84%)، و آخرها العدد الأول والسابع: ب:(04) تكرارا و:(2.92%) . و من نماذجه: العدد الثالث في قول المذيعة: "ذكر الدكتور عميد كلية الامير محمد بن سلمان الادارة و ريادة الأعمال

و على رواد و رائدات الأعمال انو يبتعدوا عن المشاريع التقليدية و الافكار المكررة مستقبلا فما كان يكرمن افكار في السابق انتهى و طرات اشياء جديدة تتكرر هادي لاياام خصوصا ما يتعلة بمشاريع التطبيقات الالكترونية".

19-1- جدول رقم(52): فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" :

فئة اتجاه القيمة	اتجاه ايجابي		اتجاه سلبي		اتجاه محايد		Σ
	ك	%	ك	%	ك	%	
العدد الأول	125	10.49	27	9.47	25	13.09	177
العدد الثاني	231	19.38	31	10.88	19	9.95	281
العدد الثالث	143	11.99	11	3.86	12	6.28	166
العدد الرابع	77	6.46	29	10.17	20	10.47	126
العدد الخامس	148	12.42	56	19.65	34	17.80	238
العدد السادس	87	7.30	15	5.26	24	12.56	126
العدد السابع	265	22.23	63	22.11	13	6.81	341
العدد الثامن	116	9.73	53	18.60	44	23.04	213
Σ	1192	100	285	100	191	100	1668

1- فئة الاتجاه الايجابي: ب:(1192) تكرارا إجماليا وبنسبة(71.46%)، حيث كان العدد السابع أكبرها تكرارا ب: (265) وبنسبة(22.23%)، يليه العدد الثاني: ب:(231) تكرارا و: (19.38 %)، العدد الخامس: ب:(148) تكرارا و: (12.42%)، العدد الثالث: ب:(143) تكرارا و: (11.99 %)، العدد الأول: ب:(125) تكرارا و: (10.49 %)، العدد الثامن: ب:(116) تكرارا و: (9.73 %)، العدد السادس: ب:(87) تكرارا

ويد: (7.30%)، و آخرها العدد الرابع ب: (77) تكرارا ويد: (6.46%). و من نماذجه: العدد الثاني في قول الضيف: "و مع ذلك يبقى التعليم عندو أهمية كبيرة".

2- فئة الاتجاه السلبي ب: (285) تكرارا ونسبة مئوية (17.09%)، حيث كان العدد السابع أكبرها تكرارا ب: (63) وبنسبة (22.11%)، يليه العدد الخامس: ب: (56) تكرارا ويد: (19.65%)، العدد الثامن: ب: (53) تكرارا ويد: (18.60%)، العدد الثاني: ب: (31) تكرارا ويد: (10.88%)، العدد الرابع: ب: (29) تكرارا ويد: (10.17%)، العدد الأول: ب: (27) تكرارا ويد: (9.47%)، العدد السادس: ب: (15) تكرارا ويد: (5.26%)، و آخرها العدد الثالث: ب: (11) تكرارا ويد: (3.86%). و من نماذجه: العدد الثاني في قول الضيف: "اليوم فما دول مهيمنة و فما دول ضعيفة الدول المهيمنة ماهيش تهيمن علينا سياسيا برك بل تهيمن علينا على الدوق، اليوم التونسي و اللا الذوق نتاعو وفق النموذج الغربي عندهم هوما النسا المرأة الجميلة هي المرأة اللي ماش سمينة..."

3- فئة الاتجاه المحايد ب: (191) تكرارا ونسبة مئوية (11.45%)، حيث كان العدد الثامن أكبرها تكرارا ب: (44) وبنسبة (23.04%)، يليه العدد الخامس: ب: (34) تكرارا ويد: (17.80%)، العدد الأول: ب: (25) تكرارا ويد: (13.09%)، العدد السادس: ب: (24) تكرارا ويد: (12.56%)، العدد الرابع: ب: (20) تكرارا ويد: (10.47%)، العدد الثاني: ب: (19) تكرارا ويد: (9.95%)، العدد السابع: ب: (13) تكرارا ويد: (6.81%)، و آخرها العدد الثالث: ب: (12) تكرارا ويد: (6.28%). و من نماذجه: في قول الضيف: "علم الاجتماع يدرس ظاهرة السمنة من خلال معايير الجمال هل ان مثلا من بين المقاييس و المعايير نتاعو هو الشخص ما يكونش سمين و هل انو المعيار إذا ثابت ..."

وهو ما عكس رؤية القطاع السمعي البصري العربي الخاص و العمومي للقضايا الاجتماعية :

- بتمرير لخطابات رسمية و أخرى شخصية معبرة عن تجربة التحرر في مجال العمل السمعي البصري و التي كانت في مراحل تاريخية قريبة حكرا على تمرير الخطاب الرسمي كما بينته نتائج الدراسة التي أجراها أ/نصر الدين العياضي - جامعة عجمان - قسم الإعلام من خلال مقاله "الإخراج التلفزيوني للأخبار في القنوات التلفزيونية العربية التفاوت بين الشكل و المضمون": "مادة إعلامية حقيقية صنعتها القنوات الفضائية من خلال البث المباشر للبرامج الاجتماعية و الذي تتدخل القناة في توجيهه و في الوقت المحدد." (37)

- سعي القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة إلى البحث عن الحقيقة و معرفتها و عكسها بما يخدم مصالح المجتمع العربي من خلال أسلوب "الحوار" الذي يدل في الثقافة العربية الإسلامية على المراجعة في الكلام ... التجاوب و المجاوبة... و المحاورة مراجعة المنطق و الكلام في المخاطبة ... و هو المراجعة في الكلام، وهو التجاوب، بما يقتضي ذلك من رحابة الصدر، و سماحة النفس، و رجاحة العقل، و بما يتطلب من ثقة و يقين و ثبات، و بما يرمز إليه من القدرة على التكيف و التجاوب و التفاعل و التعامل المتحضر الراقي مع الأفكار و الآراء جميعا". (38) و الحوار من خلال هذا التعريف يحمل دلالات:

\* عقلية توحى بقيامه على الدراية المسبقة، العلم و المعرفة - الحكمة - و بما يحقق المصلحة العامة من الخطاب .

\* إبراز حقائق المسائل المطروحة للنقاش انطلاقا من "قيمة القبول بمبدأ المراجعة" ،الذي يعني بالمفهوم الحضاري "تجاوز الرجوع عن الخطأ ، إلى مراجعة الموقف برمته، إذا اقتضت لوازم الحقيقة و شروط هذه

المراجعة، و استدعى الأمر إعادة النظر في المسألة المطروحة للحوار على أي نحو من الأنحاء، وصولاً إلى جلاء الحق. "(39)

\*التعبير عن المواقف الفكرية و الحالات الوجدانية للأطراف الفاعلة في الحوار.

وهو ما جعل من رسالة مواضيع البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة تشكل جزءاً من شبكة برامجية سبب قوتها اعتماد أدوات منهجية إخراجية ذات دلالات عميقة معبرة عن معالم الواقع و الشخصية و الهوية العربية ، بهدف تأهيل الفرد العربي حتى يكون إيجابياً في الحياة.

\*مصادر و هوامش الفصل الخامس:

(1): <https://www.startimes.com.21/02/2018> 16.56.

(2):<https://wikipedia.org.21/02/2018> 18.56.

(3):<shahid.mbc.net.206/04/2018> 15.00.

(4): المرجع نفسه.

(5): المرجع نفسه.

(6): المرجع نفسه.

(7): المرجع نفسه.

(8): المرجع نفسه.

(9): المرجع نفسه.

(10):<https://www-el-massa.com.02/04/2019> 07.10.

(11):<ennahar online.com.22/02/2016> 07.15.

(12):مقابلة مع مدير البرمجة بالقناة التونسية الوطنية1: تاريخ الزيارة:2018/01/31 تونس.

(13): مقابلة مع معدة ومقدمة البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" بالقناة التونسية الوطنية1: تاريخ الزيارة:2018/01/08 تونس.

(14): مقابلة مع معدة ومقدمة البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" بالقناة التونسية الوطنية1: تاريخ الزيارة:2018/01/08 تونس.

(15): مقابلة مع معدة ومقدمة البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" بالقناة التونسية الوطنية:1 تاريخ الزيارة:2018/01/08 تونس.

(16): نصر الدين العياضي: الاخراج التلفزيوني للاخبار في القنوات الفضائية التلفزيونية العربية:التفاوت بين الشكل و المضمون.مجلة إذاعات الدول العربية ،العدد1 ،2001. ص.38.

(17): علي رزق:نظريات في اساليب الاقناع دراسة مقارنة.دار الصفوة، بيروت، لبنان، ط1، 1994. ص 11،12.

(18): ابراهيم بن صالح الحميدان:الاقناع و التأثير دراسة تاصيلية دعوية.قسم الدعوة و الاحتساب كلية الدعوة و الاعلام جامعة الإمام محمد بن سعود الاسلامية،مجلة جامعة الإمام،العدد 1426،49هـ . ص 284،285.

(19):المرجع نفسه،ص 285.

(20):المرجع نفسه، ص261.

(21):خالد محمد المزين:القيم الأخلاقية المتضمنة في محتوى كتب لغتنا الجميلة في المرحلة الاساسية الدنيا و مدى اكتساب تلاميذ الصف الرابع الاساسي لها.اشرف داود درويش حلس.قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المناهج و طرائق التدريس بكلية التربية في الجامعة الاسلامية،غزة،2009. ص31.

(22):المرجع نفسه، ص29.

(23): ابراهيم بن صالح الحميدان:مرجع سبق ذكره،ص 268.

(24): عبد الرحمن عزي:منهجية الحتمية القيمية في الاعلام.الدار المتوسطة للنشر،ط1،2013. ص 26،27.

(25):احمد شيخ عبد السلام:العربية للناطقين بغيرها.مجلة علمية محكمة متخصصة في تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها يصدرها مههد اللغة العربية في جامعة افريقيا العالمية-السودان-،العدد التاسع،جانفي 2010.ص 46.

(26):المرجع نفسه،ص 47.

(27):كرم معروف شبيب: مستقبل اللغة العربية بين الفصي و العامية ض العربية في خطر.اشراف:محسن حيدر، حلقة بحث لمادة اللغة العربية،الجمهورية العربية السورية:وزارة التربية،المركز الوطني للتميز،2015/2016.ص 6.

(28) :https :.18.56. www.geocities.com.01/04/2018

(29) ،(30)،(31):محسن حيدر،مرجع سبق ذكره،ص8.

(32):https// : www.geocities.com.01/04/2018 15.00 مرجع سبق ذكره،

(33):https //:mawdoo3.com.01/04/2018 18.56.

(34):مقابلة مع مدير البرمجة بالقناة التونسية الوطنية1: تاريخ المقابلة:2018/01/31 تونس.

(35):سمراء شلواش:اللغة العربية و الهوية الوطنية بين المبدأ و التطبيق.اشراف:عز الدين صحراوي ،مخبر الموسوعة الجزائرية الميسرة،جامعة الحاج لخضر - باتنة1-، مجلة اللغة العربية و ادابها،المجلد السادس،العدد الأول،2018/05/20.ص 296.

(36): عبد الرحمن عزي:الاعلام و تفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية:قراءة معرفية في الرواسب الثقافية.الدار المتوسطة للنشر،ط1،2009.ص 83.

(37): نصر الدين العياضي: مرجع سبق ذكره ، ص38.

(38): عبد العزيز عثمان التويجري:الحوار و التفاعل من منظور اسلامي.منشورات المنظمة الاسلامية للتربية و العلوم و الثقافة- ايسيسكو - ،ط2،2015.ص 12.

(39): المرجع نفسه ، ص 13.



# نتائج الدراسة

## أولاً: النتائج العامة للدراسة:

بعد الدراسة التحليلية المقارنة لموضوع "القيم الأخلاقية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية

العربية عينة الدراسة، توصلت الطالبة إلى النتائج العامة الآتية:

1- الرسالة المشتركة بين القنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية في نشر رسالة القيم الأخلاقية

انطلاقاً من معالجة قضايا المجتمع العربي وعكس واقعه:

\*البرنامج الاجتماعي "خط احمر": كان أكثر البرامج الاجتماعية اهتماماً بمحور "التنظيم الأسري". حيث

طرحت أعداد البرنامج الثمانية (للقناة الفضائية الخاصة و الجامعة الشروق tv ) مواضيع عالجت حالات

من الواقع الجزائري المعاش متخذة شعار المحافظة على حرمة العائلات الجزائرية التي تبقى "خطا

احمر" بامتداد جغرافي وطني محلي.

\*أما البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" (للقناة الفضائية الخاصة و الجامعة mbc1 ) : فناقش قضايا

اجتماعية ،عائلية ،علمية، إقتصادية تهم المرأة والرجل العربي معاً، مع استضافة لشخصيات مهمة على

الصعيد العربي لطرح موضوعات عكست تقاليد الأسرة العربية و الإسلامية بامتداد جغرافي محلي، عربي

و عالمي.

\*أما البرنامج الاجتماعي "للعائلة" (للقناة الفضائية العمومية A3 )، فتناول الظواهر الاجتماعية الآتية

والجديدة على المجتمع الجزائري وعلى ثقافته المحلية.

\*في حين تناول البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" (للقناة الفضائية العمومية و الجامعة الوطنية I) مواضيع

مهمة بالنسبة للمتلقي التونسي بصفة خاصة و العربي بصفة عامة و من زوايا ايجابية و أخرى سلبية

تمس الأسرة و المجتمع و تقدم الإفادة و الحلول و مساعدة الناس على رفع اللبس على العديد من

المفاهيم.

2- الرسالة المشتركة بين القنوات الفضائية العربية الخاصة والعمومية في نشر رسالة القيم الأخلاقية انطلاقاً من معالجة قضايا المجتمع العربي وعكس واقعه بامتداد جغرافي لدول مغاربية (جزائرية و تونسية)، خليجية ودول المشرق العربي.

3- الاقتباس في البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية و القائم على التقليد السطحي للبرامج الاجتماعية الأجنبية و لكن بصيغة عربية وهو ما سجلناه على مستوى البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" (للقناة الفضائية الخاصة و الجامعة mbc1) والبرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" (للقناة الفضائية العمومية و الجامعة الوطنية1).

4- اتصفت البرامج الاجتماعية عينة الدراسة في نشرها لرسالة القيم الأخلاقية بكونها "برامج حوارية" عرضت أفكاراً وأراء، وقدمت بيانات ومعلومات ملخصة في موضوعات تمس الحياة الاجتماعية بأبعادها المختلفة، وعبرت عن واقعها من خلال فتح مجال الحوار والنقاش الدال على الانفتاح باختلاف أنواعه: تصدرها في المقام الأول محور "التنظيم الأسري" الذي شكل مجال اهتمام و طرح مشترك بين البرامج الاجتماعية عينة الدراسة، محور "عالم المرأة": من خلال العدد (الأول و الثاني و الثالث و الرابع و الخامس و السادس) من برنامج "كلام نواعم" و العدد (الرابع) في البرنامج "رأيك أصلح" و هو ما اشترك فيه البرنامجين دون غيرهم، محور "الصحة" الذي اشترك فيه برنامج "العائلة" و ذلك في العدد (السابع)، وبرنامج "رأيك أصلح" في العددين (الثاني و الثامن) بمعدل (ثلاثة أعداد)، محور "الغيبية و النميمة" وهو الموضوع الذي انفرد به البرنامج الاجتماعي "خط احمر" عن بقية البرامج الاجتماعية الأخرى عينة الدراسة و التي تناولته بقالب كوميدى و جزئي في فقرات فقط من عدد من أعداد برنامج "كلام نواعم" وموضوع الهوايات، محور "التصالح مع الفقدان" الذي انفرد بمعالجته برنامج "كلام نواعم" بطرح فكرة الموت و فقدان الأحبة، محور "تسديد الدين" الذي تمت معالجته من زاوية السلوك الغير سوي في

البرنامج الاجتماعي للعائلة"، محور "أزمة الهوية" وضرورة المحافظة عليها من قبل الشباب في البرنامج الاجتماعي للعائلة"، محور "التقاعد" بطرح إشكالية ثقافة التقاعد في تونس في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، محور "الألعاب الإلكترونية" في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، محور "الأشخاص ذوي الإعاقة" وهو موضوع واحد تناوله برنامج "رأيك أصلح".

5- اعتمدت البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة في نشرها لرسالة القيم الأخلاقية:

\* التشويق الفكري: القائم على حرية تداول الأفكار و مناقشتها و الحوار بين الضيوف و المذيعات في إطار زمني متطور.

\* التشويق القلبي: الذي ادخل نوعا من الفرحة و البهجة و كذلك الأسى على رسالة القيم الأخلاقية حسب ما اقتضته طبيعة موضوع كل حلقة.

\* التشويق الأخلاقي: انطلقا من الإعداد و الإخراج للبرامج الاجتماعية و الذي ابرز عديد القيم الأخلاقية و بأبعاد مختلفة عبرت عن التراث القيمي وكذلك الثقافي للوطن العربي.

6- عكست البرامج الاجتماعية عينة الدراسة قيما أخلاقية بوجهها المادي والمعنوي، مرتبطة بطبيعة الموضوع ذاته الخاص بكل عدد، مهنية المذيعات، مقدمات البرنامج و كمتخصصات في عديد المجالات في بعض الأعداد، وحتى فئات ومستويات الجمهور و الحالات الفاعلة في هذه القيم التي تجلت في "القيم الأخلاقية الإيمانية، القيم الأخلاقية النفسية، القيم الأخلاقية الاجتماعية و القيم الأخلاقية التربوية".

7- وضوح رؤية القنوات الفضائية العربية في تفسير الأمن الثقافي و الاجتماعي (من خلال جملة من الأبعاد الإيمانية و النفسية و الاجتماعية و التربوية) و في مختلف المجالات، كذلك وظائفها و تأثيراتها على الفرد و المجتمع.

### ثانيا: نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:

\* هل المنظومة الإعلامية التي تعتمد على القنوات الفضائية العربية هي وسيلة لنشر المنظومة الأخلاقية للمجتمع العربي؟ أم سبب قوي في فسادها؟: بينت نتائج الدراسة التحليلية المقارنة لرسالة القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية أن:

\* القنوات الفضائية العربية وسيلة لنشر المنظومة الأخلاقية للمجتمع العربي وذلك من خلال عكسها لطبيعة "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية ذات الأبعاد الإيمانية، الأبعاد النفسية، الأبعاد الاجتماعية و الأبعاد التربوية:

➤ تصدرها البعد النفسي، يليه البعد الإيماني، فالبعد الاجتماعي، ثم البعد التربوي.

➤ حيث كان البرنامج الاجتماعي "خط احمر" للقناة الفضائية الجزائرية الخاصة "الشروق tv أكثر البرامج احتواءا لأبعاد القيمة الأخلاقية، يليه برنامج "رأيك أصلح" للقناة الفضائية العمومية التونسية "الوطنية 1"، وبرنامج "العائلة" للقناة الفضائية العمومية الجزائرية "A3"، ثم برنامج "كلام نواعم" للقناة الفضائية الخاصة السعودية "mbc1".

➤ في حين كان البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" للقناة الفضائية السعودية الخاصة "mbc1" أكثر البرامج احتواءا لأبعاد القيمة الأخلاقية التربوية، يليه برنامج "العائلة" للقناة الفضائية العمومية الجزائرية "A3"، وبرنامج "رأيك أصلح" للقناة الفضائية العمومية التونسية "الوطنية 1"، ثم البرنامج الاجتماعي "خط احمر" للقناة الفضائية الجزائرية الخاصة "الشروق tv".

\* بينت نتائج الدراسة التحليلية المقارنة انسجام طبيعة المحتوى الإعلامي للبرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية مع "القيم الأخلاقية" السائدة بين أفراد مجتمع الدراسة ومن ثم المجتمع الجزائري. (كما تمت معالجته في الفصل الثاني للدراسة النظرية" القيم الأخلاقية دراسة تاريخية نقدية).

1- هل المنظومة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية هي وسيلة لدعم ونشر منظومة القيم الأخلاقية للمجتمع العربي؟: تعد المنظومة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية وسيلة لدعم و نشر منظومة القيم الأخلاقية و هو ما عكسه الاهتمام المشترك "للقنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية" بموضوع "القيم الأخلاقية" والذي تباين من حيث مستوى تكرارته ونسبه المئوية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة "القيم الأخلاقية" كما بينته نتائج تحليل فئات الشكل و المضمون الكمية و الكيفية.

2- هل المنظومة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية هي وسيلة (أو سبب) لفساد منظومة القيم الأخلاقية للمجتمع العربي؟: عكست نتائج الدراسة التحليلية المقارنة لرسالة القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية من خلال أبعادها و النفسية الإيمانية و الاجتماعية و التربوية، أن المنظومة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية ليست وسيلة أو سببا لفساد منظومة القيم الأخلاقية في المجتمع العربي ذلك أنها :

➤ انطلقت من منظومة أخلاقية مصدرها المحددات الأخلاقية و نظم القيم الأخلاقية في الثقافة العربية الإسلامية كما تم توضيحه دائما في الفصل النظري الثاني لدراستنا.

➤ السعي لتقديمها "رسالة قيمية أخلاقية" معبرة عن جملة الظروف المحيطة بالجمهور العربي و محققة لاحتياجاته اليومية المختلفة تعكسها مشاريع و انجازات، تجارب و معاشات ، اتجاهات و مواقف للشخصيات الفاعلة في مضمون "القيمة الأخلاقية" الايجابية ، السلبية و المحايدة.

➤ إبراز التهديدات و الأخطار التي تمس المجتمع العربي، و المحاولات المبذولة في سبيل إيجاد حلول علاجية و أخرى وقائية لمختلف المشكلات و التي عكسها "أبعاد القيمة الأخلاقية" عن طريق الحوار .

3- هل تعتمد القنوات الفضائية العربية في تغيير القيم على منظومة القيم الأخلاقية الخاصة بالمجتمع العربي؟: عكست نتائج الدراسة التحليلية المقارنة لرسالة القيم الأخلاقية في البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية اعتمادها على معالجة ظواهر اجتماعية وتغيير تداعيات سلبية، وغرس أخرى استنادا إلى:

\*المنظومة الأخلاقية للمجتمع العربي من خلال التنوع في الأساليب الاتقاعية المخاطبة للعقل والوجدان:  
➤ حيث اتسمت رسالة القيم الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالعاطفية نتيجة تصدر الأسلوب العاطفي أساليبها الاتقاعية "، أكثره اعتمادا في البرنامج الاجتماعي "خط احمر" للقناة الفضائية الجزائرية الخاصة "الشروق tv"، يليه برنامج "رأيك أصلح" للقناة الفضائية العمومية التونسية "الوطنية 1"، فبرنامج "العائلة" للقناة الفضائية العمومية الجزائرية "A3"، ثم برنامج "كلام نواعم" للقناة الفضائية الخاصة السعودية "mbc1".

➤ يليه الأسلوب الاتقاعي العقلي ثاني الأساليب الاتقاعية اعتمادا في البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة، أكثره اعتمادا في البرنامج الاجتماعي "خط احمر" للقناة الفضائية الجزائرية الخاصة "الشروق tv"، يليه برنامج "رأيك أصلح" للقناة الفضائية العمومية التونسية "الوطنية 1"، فبرنامج "العائلة" للقناة الفضائية العمومية الجزائرية "A3"، ثم برنامج "كلام نواعم" للقناة الفضائية الخاصة السعودية "mbc1".

\* تبيان قدرة "القنوات الفضائية العربية" على إحداث تغيير قيمي أخلاقي، من خلال ما عرضته من مواضيع في برامجها الاجتماعية التي تشكل جزءا من شبكة برامجية سبب قوتها التأثير والإخراجية: باعتمادها عدة قوالب فنية لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية موزعة بين:

1- الحوار: و الذي كان أكثرها اعتمادا في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة، موزعا و بالترتيب على البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم للقناة الفضائية الخاصة السعودية" mbc1، يليه البرنامج الاجتماعي للعائلة "للقناة الفضائية العمومية الجزائرية" A3، فبرنامج "خط احمر" للقناة الفضائية الجزائرية الخاصة "الشروق tv"، ثم برنامج "رأيك أصلح" للقناة الفضائية العمومية التونسية "الوطنية 1".

2- سبر الرأي: موزعا على البرنامج الاجتماعي "خط احمر" للقناة الفضائية الجزائرية الخاصة "الشروق tv"، يليه برنامج "العائلة" للقناة الفضائية العمومية الجزائرية "A3"، فبرنامج "رأيك أصلح" للقناة الفضائية العمومية التونسية "الوطنية 1".

3- التقرير: موزعا و بالترتيب على البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم للقناة الفضائية الخاصة السعودية" mbc1، يليه برنامج "خط احمر" للقناة الفضائية الجزائرية الخاصة "الشروق tv"، ثم برنامج "العائلة" للقناة الفضائية العمومية الجزائرية "A3".

4- الروبورتاج: موزعا على البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" للقناة الفضائية العمومية التونسية "الوطنية 1".

\* اعتماد البرامج الاجتماعية عينة الدراسة على أربعة مستويات لغوية لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية:

➤ تصدرتها "اللهجة (العامية)"، ثم (مزيج اللغات)، ثم "اللغة العربية الفصحى"، و"اللغة الأجنبية" في المرتبة الأخيرة.



➤ و لقد تبين توزيع هذه المستويات اللغوية على البرامج الاجتماعية عينة الدراسة بالترتيب كالاتي:برنامج "خط احمر" الذي احتوى على اكبر تكرار للغة ،ثم البرنامج الاجتماعي"رأيك أصلح" ،فالبرنامج الاجتماعي"للعائلة" ،و البرنامج الاجتماعي"كلام نواعم" في المرتبة الأخيرة.

### ثالثا:نتائج الدراسة في ضوء المداخل النظرية للدراسة:

عكست الدراسة التحليلية المقارنة لشكل و مضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة،أهم الخصائص الإعلامية "للقنوات الفضائية العربية" الخاصة والعمومية بما تضمنته رسالتها البرامجية من "قيم أخلاقية" و عكس للتفاعل الحضاري "فيها و الذي اعتمد على تراكم ثقافي خدمة للمصلحة العامة للمجتمع العربي،من خلال مواضيع اجتماعية متنوعة و حساسة مثلت الواقع العربي المعاش باعتماد أساليب تشويق فكرية عكسها الحوار و النقاش بين المذيعات و الضيوف و الحالات و تفاعلات الجماهير عبر مختلف وسائل التواصل، و أخرى قلبية و أخلاقية ما أعطى بعدا قيما للبرامج الاجتماعية بنسب متفاوتة عكس وظائف "القنوات الفضائية العربية" عينة الدراسة في نشرها "الرسالة القيم الأخلاقية" على المستويين الفردي و المجتمعي و ذلك من خلال:

### ➤ منظور النظرة الحتمية القيمية:

\*القنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية عينة الدراسة ،وعاء حاو للقيمة الأخلاقية، و عاكس لواقعها من خلال عكس القيم الأخلاقية للمجتمع العربي انطلاقا من بيانات جغرافية عربية متباينة(المغرب و المشرق و الخليج العربي )،مثلتها معارف و مكتسبات وآراء و اتجاهات و مواقف و أحاسيس و مشاعر الشخصيات الفاعلة في البرامج الاجتماعية.

\* دور القنوات الفضائية العربية في عكس واقع الأبعاد النفسية و الإيمانية و الاجتماعية و التربوية للقيمة الأخلاقية في المجتمع العربي.

\* التأثير الايجابي للقنوات الفضائية العربية في عكسها قيما أخلاقية بأبعاد نفسية و إيمانية و اجتماعية و تربوية.

\* سعي القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة، من خلال تفاعلات الشخصيات الفاعلة في برامجها الاجتماعية نبذ السلوكات والظواهر الاجتماعية السلبية المشكلة لواقع المجتمع العربي.

### ➤ من منظور النظرية الوظيفية:

\* عكست رسالة القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة، جملة من الالتزامات التي يقوم بها الفرد العربي و التي يتحمل في المقابل نتائجها و تبعاتها في إطار مسؤولية اتسمت بطابع اجتماعي خارجي ارتبط بحياة الفرد العربي مع الجماعة التي ينتمي إليها و أفراد مجتمعه بشكل عام ، و التي تعكس في ذات الوقت جملة من الحقوق الاجتماعية التي يقوم عليها النظام الاجتماعي العربي.

\* عكست رسالة القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة، نماذج وظيفية باتجاه ايجابي و آخر سلبي، بأسلوب دال على انساق المجتمع العربي الأصلية و متغيراته التكنولوجية، و المرتبطة بالتكوين العلمي و الأكاديمي و اتجاهات و ميول و رغبات الشخصيات الفاعلة في برامجها الاجتماعية.

\* لم تقتصر وظيفة القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة على مجرد تقديم المعلومات و الحقائق حول مواضيع الأعداد، بل تناولتها بعرض للرأي الآخر من خلال الحوار و التفسير و التحليل و الربط التفاعل الاجتماعي للشخصيات الفاعلة في البرامج الاجتماعية.

\*انطلاق وظيفة القنوات الفضائية العربية من مبدأ أسبقية القيمة على الأفراد، والتي مثلت مرتكزا لمواقف و اتجاهات الشخصيات الفاعلة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة، و إيمانهم باستمرارها بعدهم (خاصة الانجازات و النجاحات).

### ➤ من منظور نظرية التنشئة الاجتماعية:

\* غرس القيم الأخلاقية (تنشئة اجتماعية) التي اتضحت من الأساليب الإقناعية المعتمدة في البرامج الاجتماعية.

\* توضيح الجانب المعنوي الإيجابي للقيمة الأخلاقية و السلوكيات المادية السلبية.

\* تحليل القيم: بتحديد مشكلات الظواهر الاجتماعية، تعريفها، تقديم الحقائق بشأنها، التأكيد على صحتها، إصدار مواقف إيجابية و سلبية و محايدة بشأنها.

\* تعزيز التفكير الأخلاقي العاكس لجملة الحقوق و الواجبات الفردية و المؤسساتية ، بما هو مرتبط بالدين و العرف السائد في المجتمع العربي.

\* عكس الإطار القانوني للممارسات الفردية و المؤسساتية في المجتمع العربي.

### رابعاً: نتائج الدراسة في ضوء الدراسة التحليلية المقارنة لفئات شكل البرامج

#### الاجتماعية عينة الدراسة:

1- فئة القالب الفني الذي اعتمدته البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة لتبليغ رسالة

القيم الأخلاقية: اتصفت البرامج الاجتماعية بكونها "برامج حوارية"، حيث احتل القالب الفني " الحوار " صدارة هذه القوالب يليه "سبر الرأي" ، ثم "التقرير" فالروبورتاج .

و هو ما عكس بذلك عقلية توحى بقيام البرامج الاجتماعية عينة الدراسة على تمريرها لخطابات رسمية و أخرى شخصية استنادا على الدراية المسبقة، العلم و المعرفة - الحكمة -، و بما يحقق المصلحة العامة من الخطاب ، إبراز حقائق المسائل المطروحة للنقاش انطلاقا من "قيمة القبول بمبدأ المراجعة"، التعبير عن المواقف الفكرية و الحالات الوجدانية للأطراف الفاعلة في الحوار .

2- الأسلوب الإقناعي الذي اعتمده البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية: حيث عكست نتائج الدراسة التحليلية الكمية المقارنة للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة ان الأسلوب العاطفي كان أكثر الأساليب الإقناعية فيها من خلال: عرض الرأي الشخصي، شعور الإنسان بالاستحسان أو الاستقباح، تربية الحكم الأخلاقي، اللغة، العرف. يليه الأسلوب الإقناعي العقلي من خلال: إبراز الحقائق الثابتة، الموعظة و النصيحة، القدوة الحسنة، ضرب الأمثال، القصة، تعود الخلق الفاضل.

و هو ما عكس أفكارا طرحت بشكل متنامي، متطور و متساعد قائم على التجديد و حمل المشاهد على معايشة أحداثه بفكرته العامة و زواياه التفصيلية تناولت المواضيع بإيجابياتها و سلبياتها، بعرض الأدلة و البراهين التي أفصحت عن ذلك و قدمت إضافة جديدة.

3- فئة اللغة المستخدمة في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية: عكس القالب الذي وضعت فيه رسالة القيم الأخلاقية:

اعتماد البرامج الاجتماعية عينة الدراسة على لغة بسيطة خالية من التعقيد في خصائصها و إعرابها، متناسبة مع الشكل الحوارية للبرامج و كذلك مع ما يستغرقه من زمن حيث اختيرت جمل ومفردات متناسبة مع اللقاءات الحوارية المتضمنة البرنامج ، وكذلك التقارير و الروبورتاجات .

كما وقد ارتبط استخدام اللهجة العامية في البرامج بالدرجة الأولى بجنسية مقدمات البرنامج ، والتي ربطتهن باتصال مع بعضهن البعض وكذلك مع الضيوف بشكل يسر الاتصال ، وفهم ما دار من حديث وحوار في البرامج ، وهذه البيئة نجدها مؤلفة من عدة لهجات : "اللهجة الخليجية" ، "اللهجة العراقية" ، "لهجات بلاد الشام" ، "اللهجة المصرية" ، "اللهجات المغاربية". إلى جانب اعتماد الجمع بين أكثر من لغة في خطاب البرامج الاجتماعية ، و التي شملت اللغة العربية الفصحى و اللهجات العامية الدارجة، أو اللغة العربية و اللغة الأجنبية مثل اللغة الفرنسية، الانجليزية، أو الاعتماد الأربع مستويات معا. أيضا اعتماد لغة أجنبية "فرنسية" و "انجليزية".

البرامج الاجتماعية عينة الدراسة نزلت إلى مستوى الجمهور العربي ، حيث اعتمدت بساطة اللغة الحوارية ، واعتبرته على أنه طبقة واحدة أي اعتماد لغة المحادثة "والكلام" التي مثلتها اللغة العامية "واللهجات" على حساب اللغة "العربية الفصحى" .

### خامسا: نتائج الدراسة في ضوء الدراسة التحليلية المقارنة لفئات مضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

1- فئة بعد القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة :إن القيم الأخلاقية التي عكستها البرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية ، هي "أبعاد أساسية" من عديد الأبعاد المختلفة للقيمة و التي لم تخرج عن مجالات التشريع ومنظومة القيم الأخلاقية في الثقافة العربية. حيث عكست "القيم الأخلاقية" بأبعادها المختلفة خصائص المجتمع العربي ، تصوراته، و كذلك علاقاته بالبيئات العالمية الأخرى التي اعتبرت في عديد حلقات البرامج الاجتماعية امتدادا إما ايجابيا أو سلبيا . ولقد بينت نتائج الدراسة احتواء البرامج الاجتماعية عينة الدراسة على (8781) قيمة أخلاقية، موزعة على أربعة أبعاد: كان البعد النفسي أكبرها تكرارا، يليه البعد الإيماني، فالبعد الاجتماعي، ثم البعد التربوي .

2- فئة البعد الإيماني للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة : بينت نتائج الدراسة التحليلية المقارنة لمضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة احتواء البرامج الاجتماعية عينة الدراسة على (2956) بعدا إيمانيا للقيمة الأخلاقية ،كان اكبر تكرارا لها في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليه تكرارها في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" ،ثم تكرارها في البرنامج الاجتماعي "للعائلة" ، فتكرارها في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم. و لقد عكس البعد الإيماني للقيمة الأخلاقية مجموع العبادات و الطاعات و العلاقات التي يقوم بها الفرد تجاه خالقه. و هي بالترتيب :

1- الرجاء: سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، فتكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة".

2- القسم: سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، فتكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة"، ثم برنامج "كلام نواعم".

3- الحمد و الشكر: سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر" ، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، فبرنامج "كلام نواعم"، ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة.

4- توحيد وتعظيم الله: سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة، فتكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، ثم برنامج "كلام نواعم".

5- أداء العبادات: سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر" ، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة، فبرنامج "كلام نواعم"، ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح".

6- الإيمان: سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليه برنامج "كلام نواعم"، فتكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة، ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح".

7- حكم شرعي: سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر" ، يليه " البرنامج الاجتماعي للعائلة" ، فتكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" ، فبرنامج "كلام نواعم" الذي انعدم فيه بعد الحكم الشرعي .

3- فئة البعد النفسي للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة : بينت نتائج الدراسة التحليلية المقارنة لمضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة احتواء البرامج الاجتماعية عينة الدراسة على (3544) تكرارا للبعد النفسي للقيمة الأخلاقية ، كان اكبر تكرارا له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر" ، يليه تكرارها في البرنامج الاجتماعي ، ثم تكرارها في البرنامج الاجتماعي للعائلة" ، فتكراره في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" . و لقد برزت الأبعاد النفسية للقيمة الأخلاقية في فقرات أعداد برنامج "خط احمر" الثمانية عينة الدراسة من خلال مراعاة الشخصية (دوافع، مشاعر و أحاسيس و سلوكيات) ، أمراضها النفسية و الحلول المقترحة لمعالجتها بالنصح و التوعية و الإرشاد و إعطاء مجال للحرية للتقبل و النقد البناء المبني على الكم المعرفي للأفكار المطروحة حول القضايا و المواضيع المطروحة بناء على القيم الإيمانية و الاجتماعية و التربوية للمجتمع العربي و بأسلوب إما عقلي أو عاطفي أو محايد. و لقد توزعت هذه الأبعاد بالترتيب على:

1- التقدير: سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر" ، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" ، فتكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة" ، ثم برنامج "كلام نواعم" .

2- السعادة: سجل اكبر تكرار لها في البرنامج الاجتماعي "خط احمر" ، يليه تكرارها في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" ، فتكرارها في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" ، ثم برنامج "العائلة" .

- 3- **انجاز و نجاح:** سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح، فالبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم، ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة".
- 4- **الحب:** سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر، يليه برنامج "كلام نواعم، فتكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة".
- 5- **الصدق:** سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، فالبرنامج "كلام نواعم"، ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة".
- 6- **قدرات و تميز:** سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، فتكراره في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم"، ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة".
- 7- **التسامح:** سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر، يليه برنامج "رأيك أصلح، فتكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة".
- 8- **التمني:** سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة"، فالبرنامج "كلام نواعم"، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح".
- 9- **الثقة:** سجل اكبر تكرار لها في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، فالبرنامج الاجتماعي "خط احمر"، فالبرنامج "كلام نواعم"، ثم تكرارها في البرنامج الاجتماعي "للعائلة".
- 10- **ضبط النفس :** كان أكبرها تكرارا "برنامج "للعائلة"، يليه برنامج الاجتماعي "خط احمر"، فالبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم"، ثم تكرارها في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح".



**11- الأمل:** سجل أكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يتساوى معه برنامج "كلام نواعم"، فتكراره في برنامج "رأيك أصلح"، ثم برنامج "للعائلة".

**12- الوفاء:** سجل أكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليه فبرنامج "كلام نواعم"، فتكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة"، ثم برنامج "رأيك أصلح": الذي انعدم به تكرار الوفاء.

**13- الأمان:** سجل أكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، فالبرنامج الاجتماعي "خط احمر"، ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "للعائلة"، فبرنامج "كلام نواعم".

4- فئة البعد الاجتماعي للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة : بينت نتائج الدراسة التحليلية المقارنة لمضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة احتواء البرامج الاجتماعية عينة الدراسة على (2196) بعدا اجتماعيا للقيمة الأخلاقية ، كان أكبر تكرارا لها في البرنامج الاجتماعي "خط احمر" يليه تكرارها في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" ، ثم تكرارها في البرنامج الاجتماعي للعائلة" ، و هي بالترتيب:

**1- تداعيات اجتماعية:** سجل أكبر تكرار لها في البرنامج الاجتماعي "خط احمر" ، يليه تكرارها في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، ثم تكرارها في البرنامج الاجتماعي للعائلة"، ثم البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم".

**2- النصيحة:** كان أكبر تكرار لها في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليه البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، ثم البرنامج الاجتماعي للعائلة"، فالبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم".

**3- الحب:** سجل أكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم"، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة".

4- العدل/الحقوق: كان اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليه البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، فالبرنامج الاجتماعي للعائلة"، ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم".

5- التكافل الاجتماعي: سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، فتكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة"، ثم برنامج "كلام نواعم".

6- الإحسان إلى الزوج/الزوجة: سجل اكبر تكرار له في تكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة"، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، ثم البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، فبرنامج "كلام نواعم".

7- تربية و رعاية الأبناء : سجل اكبر تكرار لها في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليه تكرارها في البرنامج الاجتماعي للعائلة"، فبرنامج "كلام نواعم"، ثم تكرارها في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح".

8- صلة الرحم: سجل اكبر تكرار لها في البرنامج الاجتماعي للعائلة"، يليه تكرارها في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، فبرنامج "كلام نواعم"، فتكرارها في البرنامج الاجتماعي للعائلة"، ثم برنامج "كلام نواعم".

9- القدوة: كان اكبر تكرار لها في البرنامج الاجتماعي للعائلة"، يليه تكرارها في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليها البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، فالبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم".

10- بر الوالدين: سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليه برنامج "كلام نواعم"، فتكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة".

11- توقيير الكبير: توزع على البرنامج الاجتماعي "خط احمر".

**12- التشجيع:** كان اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، ثم البرنامج الاجتماعي للعائلة"، فالبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم"، فالبرنامج الاجتماعي "خط احمر".

**13- الانتماء:** كان اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي للعائلة"، يليه البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليه البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، فالبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم".

**14- احترام الجار:** سجل اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، فالبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم".

**15- الكرم:** كان اكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "خط احمر"، يليه البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم"، وينعدم وجوده في البرنامجين "رأيك أصلح" و"العائلة".

حيث عبرت هذه القيم عن جملة من الالتزامات التي يقوم بها الفرد العربي و التي يتحمل في المقابل نتائجها و تبعاتها في إطار مسؤولية اتسمت بطابع اجتماعي خارجي ارتبط بحياة الفرد العربي مع الجماعة التي ينتمي إليها و أفراد مجتمعه بشكل عام بما يستدعي منه الالتزام بالسلوك تجاهها، و التي تعكس في ذات الوقت جملة من الحقوق الاجتماعية التي يقوم عليها النظام الاجتماعي العربي.

5- فئة البعد التربوي للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة : بينت نتائج الدراسة التحليلية المقارنة لمضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة احتواء البرامج الاجتماعية عينة الدراسة على (77) بعدا تربويا للقيمة الأخلاقية ، كان اكبر تكرار لها في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" يليه تكرارها في البرنامج الاجتماعي للعائلة"، ثم تكرارها في البرنامج الاجتماعي رأيك أصلح"، فتكرارها في البرنامج الاجتماعي". وعبرت من خلالها على أهمية العلم و تقدير تخصصاته الأكاديمية و دوره في المجتمعات العربية بتقديم الحجج العقلية و المنطقية، و ما ينبغي أن يوفره للقطاعات التعليمية و ما تقوم عليه إدارته

انطلاقاً من النصوص التشريعية و القانونية، و ماهية المشاريع الخطط التنموية في هذا المجال. ولقد بلغ مجموع تكراراتها في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة و بالترتيب :

1- أهمية العلم: سجل أكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم"، ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة"، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، فالبرنامج الاجتماعي "خط احمر".

2- التعليم: سجل أكبر تكرار له في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم"، يليه تكراره في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح"، ثم تكراره في البرنامج الاجتماعي للعائلة"، فالبرنامج الاجتماعي "خط احمر".

3- تعلم الحكمة: توزعت على البرنامج الاجتماعي كلام نواعم فقط.

4- دعم العلم: توزع على البرنامج الاجتماعي كلام نواعم فقط.

4- حب العلم: و توزع على البرنامج الاجتماعية "كلام نواعم" فقط.

لتبين بذلك النتائج على أن فكرة البعد التربوي للقيمة الأخلاقية قائمة على "العلم"، كحق من حقوق الإنسان ، له صلة بالبعد الاقتصادي، من جانب ارتباطه بالنفقة و التخصص و البراعة في مختلف العلوم و المعارف.(حق التعلم،الابتعاث،التخصص).إلى جانب إبراز الدور الفردي و الحكومي العربي تجاه هذا الحق من إعداد للوسائل و الهياكل التربوية التعليمية. و هو ما يندرج ضمن الحقوق الثقافية .

6- فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة : بينت نتائج الدراسة التحليلية المقارنة لمضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة احتواء البرامج الاجتماعية عينة الدراسة على (8781) تكرارا للشخصيات الفاعلة توزعت و بالترتيب على:

\* فئة "المذبة": تكررنا الأكبر كان فى برنامج "خط احمر"، يليه تكرارها فى برنامج "رأيك أصلح"، ثم برنامج "للعائلة"، و أصغرها تكرارا فى "برنامج" كلام نواعم".

\* يليها فئة "الضيوف": موزعة و بالترتيب على برنامج "خط احمر"، يليه برنامج "للعائلة"، ثم برنامج "رأيك أصلح"، فبرنامج "كلام نواعم".

\* ثم فئة "الجمهور": موزعة و بالترتيب على: برنامج "خط احمر"، يليه برنامج "رأيك أصلح"، ثم برنامج "للعائلة"، فبرنامج "كلام نواعم".

\* فئة "الحالة": موزعة و بالترتيب على برنامج "خط احمر"، يليه برنامج "رأيك أصلح"، ثم برنامج "للعائلة"، فبرنامج "كلام نواعم".

\* و أخيرا "معلق على تقرير/روبورتاج": موزعة و بالترتيب على: برنامج "كلام نواعم"، يليه برنامج "خط احمر"، ثم برنامج "رأيك أصلح"، فبرنامج "للعائلة".

و لقد اتضح ذلك من خلال تحديد الأعراف و الملامح التي تميز مختلف الأعمال و الأنشطة ذات الصلة بتوقعات و مفاهيم الجمهور و الواقع الذي يعيشه، و هو ما عكسه الدور البارز للشخصيات فى البرامج، خصائصهم، بيئاتهم، أساليبهم فى التعبير عنها و أبعادها.

7- فئة اتجاه القيمة الأخلاقية فى البرامج الاجتماعية عينة الدراسة : بينت نتائج الدراسة التحليلية المقارنة لمضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة أن أبعاد القيم الأخلاقية اتخذت اتجاهات توزعت بين:

\* فئة الاتجاه الايجابي: تكررنا الأكبر كان فى برنامج "خط احمر"، يليه تكرارها فى برنامج "رأيك أصلح"، فبرنامج "للعائلة"، و أصغرها تكرارا فى "برنامج" كلام نواعم".

\*فئة الاتجاه السلبي: موزعة و بالترتيب على: برنامج "خط احمر"، يليه برنامج "رأيك أصلح"، برنامج "للعائلة"، ثم في برنامج "كلام نواعم".

\*فئة الاتجاه المحايد: موزعة و بالترتيب على برنامج "رأيك أصلح"، يليه برنامج "للعائلة"، ثم برنامج "خط احمر"، في برنامج "كلام نواعم".

من خلال حالة الاستعدادات العقلية و العاطفية التي تكون سببا و مؤثرا و موجها للفاعل في القيمة الأخلاقية من خلال ما عكسته ميولهم و أفكارهم و مبادئهم و نظمهم الاجتماعية المختلفة، و التي على أساسها قدموا حججا تمثل مكوناتهم العقلي و المعرفي، أو مشاعر و أحاسيس و عواطف تمثل مكوناتهم العاطفي أو المكون السلوكي المعبر عن الاتجاهات التي كانت في مواقف معبرة عن الاتجاه السلبي لبعض الموضوعات .

خاتمة

## \* خاتمة:

في ضوء دراسة موضوع القيم الأخلاقية في "القنوات الفضائية العربية": الشروق TV، A3، mbc1، الوطنية 1 "من خلال البرامج الاجتماعية: "خط احمر"، "كلام نواعم"، "للعائلة"، "رأيك أصلح"، حاولت الطالبة الإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة و كذلك أسئلته الفرعية.

حيث خلصت -على سبيل المثال لا الحصر- إلى التأكيد على الدور الديناميكي للقنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية"، فكانت وسيلة لنشر المنظومة الأخلاقية للمجتمع العربي وذلك من خلال عكسها لطبيعة "القيم الأخلاقية" في القنوات الفضائية العربية ذات الأبعاد الإيمانية، الأبعاد النفسية، الأبعاد الاجتماعية و الأبعاد التربوية.

رسمت البرامج الاجتماعية من خلال الدراسة التحليلية المقارنة واقع القيم الأخلاقية و بشكل متباين من حيث الشكل و المضمون، حيث عكست موضوع "القيم الأخلاقية" بناء على ماهية القيمة الأخلاقية من منظور الحتمية القيمية و توجيهها نحو إرساء قواعد فهم واقع هذه القيم من منظور الوظيفية و التنشئة الاجتماعية، وذلك من خلال اعتمادها على "التشويق الفكري القائم على حرية تداول الأفكار و مناقشتها و الحوار بين الضيوف و المذيعات، "التشويق القلبي" الذي ادخل نوعا من الفرحة و البهجة و كذلك الأسى على رسالة "القيم الأخلاقية" حسب ما اقتضته طبيعة موضوع كل حلقة و"التشويق الأخلاقي" انطلاقا من الإعداد و الإخراج الذي ابرز عديد القيم الأخلاقية و بأبعاد مختلفة عبرت عن التراث القيمي و الثقافي للوطن العربي .

أيضا الرؤية المشتركة بين القنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية في نشر رسالة "القيم الأخلاقية" انطلاقا من معالجة قضايا المجتمع العربي و عكس واقعه من زوايا متعددة وفق رؤى



الشخصيات الفاعلة في برامجها الاجتماعية ، خدمة للمصلحة العامة بشكل عكس مسؤوليات الإعلام الفضائي العربي و واجباته في إبراز مضمونه في إطار سياقات اجتماعية،ثقافية قيمية،عبرت على انسجام طبيعة المحتوى الإعلامي للبرامج الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية الخاصة و العمومية مع "القيم الأخلاقية" السائدة بين أفراد المجتمع العربي ،انطلاقا من منظومة أخلاقية مصدرها المحددات الأخلاقية و نظم القيم الأخلاقية في الثقافة العربية الإسلامية من جهة،و اتجاهات والمواقف النفسية للشخصيات الفاعلة فيها من جهة أخرى.

و نتائج الدراسة المتوصل إليها، فتحت آفاقا أخرى لدراسة مجالات و قضايا ومتغيرات ذات الصلة بإشكالية متغير "القيم الأخلاقية"، و التي تعتبر جديرة بالدراسة يمكن مواصلة البحث فيها سواء من طرفنا،أو أننا نفتح الباب و ننبه بها للبحث فيها من طرف الآخر،خاصة و أن حدود الدراسة الزمنية و إمكانيات الطالبة لم تسمح بمواصلة البحث فيها ، حيث ظهرت بعض القضايا التي هي بحاجة إلى دراسة مثل:

- القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية:دراسة تحليلية للأبعاد الزمانية و المكانية و التواصلية و الاقتصادية للقيمة الأخلاقية.
- عنف اللسان في القنوات الفضائية العربي:بين واقع الثقافة و التشريعات العربية و الممارسة الإعلامية.
- القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية:دراسة جمهور.

# قائمة المصادر و المراجع

\* قائمة المصادر و المراجع:

1- الكتب باللغة العربية:

- (1): احمد أبو زيد: البناء الاجتماعي مدخل لدراسة المجتمع الجزء الأول-المفاهيمات.دار المعرفة الجامعية للطبع و النشر و التوزيع،مصر،2011 .
- (2):أحمد الزباخ: المنهج القرآني في تربية القيم الأخلاقية و الاجتماعية. مطبعة بني ازناسن، المغرب، ط1، 2004.
- (3):احمد بن عبد العزيز القاسم الحداد: أخلاق النبي صلى الله عليه وسلم في القران و السنة الجزء الأول.دار الغرب الإسلامي، بيروت، 1999 .
- (4):احمد فوزي ملوخية: مدخل إلى علم السياحة.دار الفكر الجامعي،الإسكندرية، 2007.
- (5):احمد محمود صبحي، صفاء عبد السلام جعفر: في فلسفة الحضارة ( اليونانية- الإسلامية- الغربية)، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، ط1، 2006.
- (6):الأسد صالح الأسد: انفجار الفضائيات العربية الأبعاد-الأهداف-التأثيرات الثقافية.دار غيداء للنشر و التوزيع،عمان،2011.
- (7):اسعد السحمراني: الأخلاق في الإسلام و الفلسفة القديمة. دار النفائس للطباعة و النشر و التوزيع، بيروت،لبنان،ط1،1998.
- (8):الأميرة سماح فرج عبد الفتاح، تحرير و تقديم عبد الإله بلقزيز و آخرون: الإعلام وتشكيل الرأي العام أو صناعة القيم. مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي ،لبنان، 2013.

- (9):الأميرة سماح فرج عبد الفتاح،تحرير و تقديم:عبد الإله بلقزيز و آخرون: الإعلام و تشكيل الرأي العام و صناعة القيم.مركز دراسات الوحدة العربية،سلسلة بحوث كتب المستقبل العربي،لبنان،2013.
- إياد شاعر البكري: عام 2000 حرب المحطات الفضائية.دار الشرق للنشر و التوزيع،الأردن،ط1، 1999.
- (10): بسام عبد الرحمان المشاقبة: فلسفة التشريعات الإعلامية. دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن ، ط1، 2012 .
- (11): بسام عبد الرحمان المشاقبة: الإعلام العربي بين الواقع و الطموح.دار أسامة للنشر و التوزيع،الأردن،ط1، 2015.
- (12): بسيوني إبراهيم حمادة : دراسات في الإعلام و تكنولوجيا الاتصال و الرأي العام.دار عالم الكتب ،ط1، 2008.
- (13):تيسير أبو عرجة: الإعلام والثقافة العربية.الموقف والرسالة.دار مجدلاوي للنشر و التوزيع،الأردن،ط1، 2003.
- (14): تيسير أبو عرجة: قضايا و دراسات إعلامية.دار جرير للنشر و التوزيع،عمان،ط1، 2006.
- تيسير أبو عرجة، عبد الكريم الدبسي، زهير ياسين الطاهات، إبراهيم فؤاد وضانة، محمد صاحب سلطان: وسائل الإعلام أدوات تعبير و تغيير .بحوث علمية محكمة دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن ، ط1، 2013.
- (15):ثناء يوسف الضبع، ناصر فؤاد غبيش: تنمية المفاهيم الدينية و الخلقية و الاجتماعية لدى الأطفال. دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان ، الأردن، ط1 ، 2011.

- (16): حفيظة شقير - رشيدة النيفر - مصطفى بن لطفى: قراءة في مشروع قانون هيئة الاتصال السمعي البصري 2017-97. جمعية يقظة من اجل الديمقراطية و الدولة المدنية، تونس 2017.
- (17): حسنين شفيق : حقوق الإنسان والسكان في المجال الإعلامي .دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2011.
- (18): حسين محمد نصر: قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي. در الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2010.
- (19): خالد مصطفى فهمي: حرية الرأي والتعبير في ضوء الاتفاقيات الدولية و التشريعات الإسلامية و جرائم الرأي و التعبير. دار الفكر الجامعي، ط1، 2008 .
- (20): خليدة صديق: أساسيات الإعلام الدولي. دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1 ، 2016.
- (21): راسم محمد الجمال: الاتصال الإعلامي في الوطن العربي. مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2001.
- (22): رشيد ميموني: البعد الاجتماعي في القرآن مقارنة سوسيو معرفية. مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009.
- (23): سعاد جابر سعيد: القيم العالمية و أثرها في السلوك الإنساني. عالم الكتب الحديث للنشر و التوزيع، دار الكتاب العالمي للنشر و التوزيع، ط1، 2008.
- (24): سعاد جبر سعيد: القيم العالمية و أثرها في السلوك الإنساني. جدار للكتاب العالمي، الأردن، ط1 ، 2008.

- (25): سعيد بن عطية الزهراني: القيم الأخلاقية في الصراع الحضاري بين الإسلام و الغرب، دار ابن حزم للطباعة و النشر و التوزيع، ط1، 2003.
- (26): سليمان صالح: ثورة الاتصال و حرية الإعلام .مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، الكويت، ط1، 2012.
- (27): سهير عبد الظاهر، احمد مدحت مصطفى: مناهج البحث في العلوم الاقتصادية والاجتماعية.مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، ط1، 2004.
- (28): صالح أبو اصبغ: استراتيجيات الاتصال و سياساته و تأثيراته.دار مجدلاوي للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2005.
- (29): صالح علي الأسعد: انفجار الفضائيات العربية-الأبعاد-الأهداف-التأثيرات الثقافية.دار غيداء للنشر و التوزيع، عمان، 2011 .
- (30): صباح ياسين: الإعلام حرية في انهيار . الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ط1، 2010.
- (31): صفي عبد الرحمن المبار كفوري: روضة الأنوار في سيرة المختار محمد صل الله عليه وسلم. وكالة المطبوعات و البحث العلمي، وزارة الشؤون الإسلامية و الأوقاف و الدعوة و الإرشاد، المملكة العربية السعودية، ط11، 1435 هـ.
- (32): طه أحمد الزيدي: المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي دراسة تأصيلية و تحليلية لأخلاقيات الإعلام في مواثيق الشرف الإسلامية. دار النفائس للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2013.
- (33): ظاهر عبد الكريم سلوم، محمد جهاد: التربية الأخلاقية القيم مناهجها و طرائق تدريسها. دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2009.

- (34): عبد الرحمان عزي: دعوة الى فهم نظرية الحتمية القيمية في الاعلام.الدار المتوسطة للنشر،تونس، ط 1، 2011.
- (35): عبد الرحمان عزي: قوانين الإعلام قراءة معرفية في النظام الأخلاقي في ضوء الإعلام الاجتماعي. الدار المتوسطة للنشر، تونس، ط1، 2014.
- (36): عبد الرحمن عزي: الإعلام و تفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية:قراءة معرفية في الرواسب الثقافية.الدار المتوسطة للنشر،ط2009،1.
- (37): عبد الرحمن عزي: منهجية الحتمية القيمية في الإعلام.الدار المتوسطة للنشر،ط2013،1.
- (38): عبد الرزاق الدليمي: أخلاقيات الإعلام و تشريعاته في القرن الحادي و العشرين.دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع،الأردن،طبعة عربية،2015.
- (39): عبد الرزاق محمد الدليمي: أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، 2015.
- (40): عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الدولي في القرن الحادي و العشرين.دار المسيرة للنشر و التوزيع،عمان، ط1، 2011.
- (41): عبد الفتاح أحمد الفاوي: الأخلاق دراسة فلسفية دينية. مطبعة الجبلأوي، شبرا،ط1، 1990 .
- (42): عبد الله عبد الرحمن: سوسيولوجيا الاتصال و الإعلام النشأة و التطور و الاتجاهات الحديثة.دار المعرفة،2006.
- (43): عبد الله محمد عبد الرحمن: النظرية في علم الاجتماع-النظرية السوسيولوجية المعاصرة. دار المعرفة الجامعية، 2006.

- (44): عبد الملك الدناني: البث الفضائي العربي و تحديات العولمة الإعلامية.المكتب الجامعي الحديث،الإسكندرية،2006 .
- (45): عبد الهادي محمود الزيدي: المسؤولية الإعلامية . دار الفجر للنشر و التوزيع، دار النفائس للنشر و التوزيع الأردن، ط1 2015 .
- (46): علي رزق: نظريات في أساليب الإقناع دراسة مقارنة.دار الصفوة، بيروت، لبنان، ط1، 1994.
- (47): علي عبد الحليم محمود: سلسلة مفردات التربية الإسلامية. دار التوزيع و النشر الإسلامية، 1998.
- (48): علي عبد الحليم محمود: التربية الخلقية-سلسلة مفردات التربية الإسلامية.التوزيع و النشر السيدة زينب،1998.
- (49): علي عبد الفتاح كنعان: الإعلام و المجتمع. دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان،ط1، 2014 .
- (50): علي محمد شمو: تكنولوجيا الفضاء و أقمار الاتصالات.دار القومية العربية للثقافة و النشر،2010.
- (51): فاطمة حسين عواد : الإعلام الفضائي .دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2010.
- (52): كمال عبد اللطيف: دور الأخلاق في حياة الفرد أسئلة و أوليات، دار أبي رقرق للطباعة و النشر، المملكة العربية السعودية، وزارة الثقافة، د .ط ، د .س.
- (53): لمياء طالة: الإعلام الفضائي و التعريب الثقافي.دار أسامة للنشر و التوزيع،الأردن،ط2014،1.
- (54): ماجد الزيود: الشباب و القيم في عالم متغير. دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2006.



- (55): مالك بن نبي: مشكلات الثقافة. دار الوعي للنشر و التوزيع، الجزائر، ط1 ، 2013.
- (56): ماهر محمود عمر: سيكولوجية العلاقات الاجتماعية. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ط2، 1992.
- (57): محمد احمد بيومي: علم اجتماع القيم. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د.ط، د.س.
- (58): محمد حسن العامري، عبد السلام محمد السعدي: الإعلام و الديمقراطية في الوطن العربي. العربي للنشر و التوزيع ط 1 ، 2010.
- (59): محمد عابد الجابري: العقل الأخلاقي العربي-نقد العقل العربي-دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية. دار النشر المغربية، الدار البيضاء، ط1، 2001.
- (60): محمد عبد الستار نصار: دراسات في فلسفة الأخلاق. الكويت ، ط 1 ، 2010.
- (61): محمد محمود الخوالدة: فلسفات التربية التقليدية والحديثة والمعاصرة. دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، الأردن، ط1، 2013. ص30.
- (62): محمد محمود مكاوي: الجوانب الأخلاقية و الاجتماعية للجرائم المعلوماتية. المكتبة العصرية للنشر و التوزيع، مصر، ط1، 2011.
- (63): محمد نصر مهنا: الإعلام و تكنولوجيا الاتصال في عالم متغير. الإسكندرية، ط1، 2008.
- (64): محمود عبد الله: الإعلام و إشكالية العولمة. دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، ط1 ، 2015. ص
- (65): محمود قمير : دراسات إسلامية في الثقافة و التربية . جدار للكتاب العالمي للنشر و التوزيع، الأردن، عالم الكتب للنشر و التوزيع، الأردن، ط1 ، 2006 .
- (66): مصطفى حميد كاظم: التقنيات الإذاعية و التلفزيونية و أهميتها التطبيقية في التعليم و التعلم. دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، ط1، 2008.

- (67): مصطفى صاحب سلطان: وسائل الإعلام و الاتصال.دراسة في النشأة و التطور.دار المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2012.
- (68): مصطفى محمد رجب: الإعلام و المعلومات في الوطن العربي في ظل إرهاب العولمة.مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع،عمان،2009 .
- (69): مصطفى يوسف كافي: الرأي العام و نظريات الاتصال.دار ومكتبة الحامد للنشرالتوزيع،الأردن،ط1، 2015.
- (70): منتصر حاتم حسين: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي.دار أسامة للنشر و التوزيع،الأردن،ط1 2011.
- (71): مؤيد عبد الجبار الحديثي: العولمة الإعلامية.الأهلية للنشر و التوزيع،عمان،ط1، 2002.
- (72): عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام العربي ضغوطات الحاضر و تحديات المستقبل.دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة،الأردن،ط1، 2011.
- (73): مي العبد الله: الاتصال والديمقراطية، الفضائيات والحرب الإعلامية. دار النهضة العربية، لبنان 2005،
- (74): نهوند القادري عيسى: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية.الوقوف على تخوم التفكيك.مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان،2013.
- (75): هانس كونج : القيم الأخلاقية المشتركة للأديان: الإسلام رمز الأمل. ترجمة رانيا خلاف، دار الشروق، مصر،ط1، 2007 .

- (76): هاني نعمان الهيتي: الإعلام و مستقبل المجتمع العربي. دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، 2013.
- (77): هدى علي جواد الشمري: مباحث في علم الاجتماع الإسلامي. دار المناهج للنشر و التوزيع، الأردن، ط1 .
- (78): وردة بلقاسم العياشي: حقوق الانسان: بين مقاصد الشريعة و المواثيق الدولية. خوارزم العلمية للنشر و التوزيع، دط، 2012.
- (79): ولاء فايز الهندي : الإعلام و القانون الدولي. دار أسامة للنشر و التوزيع ،الأردن، ط1، 2012.
- (80): ياسر خضير البياتي: الاتصال الدولي و العربي و مجتمع المعلومات و مجتمع الورق. دار الشروق للنشر و التوزيع، ط1 .
- (81): يحي بيسيوني: برامج القنوات الفضائية في ضوء الفكر الإسلامي. دار المعرفة الجامعية-طبع- نشر - توزيع، الإسكندرية، 2013 .

## 2- المعاجم:

- (1): يحي حسين درويش: معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية-انجليزي/عربي. الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان، مكتبة لبنان ناشرون، ط1، 1998.

## 3- المجلات و الدوريات:

- (1): إبراهيم بن صالح الحميدان: الإقناع و التأثير دراسة تاصيلية دعوية. قسم الدعوة و الاحتساب كلية الدعوة و الإعلام جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، مجلة جامعة الإمام، العدد 1426، 49هـ .

- (2): احمد شيخ عبد السلام: العربية للناطقين بغيرها.مجلة علمية محكمة متخصصة في تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها يصدرها مهد اللغة العربية في جامعة إفريقيا العالمية-السودان-،العدد التاسع،جانفي 2010.
- (3): سمراء شلواش: اللغة العربية و الهوية الوطنية بين المبدأ و التطبيق.إشراف:عز الدين صحراوي ،مخبر الموسوعة الجزائرية الميسرة،جامعة الحاج لخضر - باتنة1-، مجلة اللغة العربية و آدابها،المجلد السادس،العدد الأول،2018/05/20.
- (4): عبد العزيز عثمان التويجري: الحوار و التفاعل من منظور إسلامي.منشورات المنظمة الإسلامية للتربية و العلوم و الثقافة- ايسيسكو - ط2،2015.
- (5): علي اسعد وطفة: في مفهوم الأخلاق:قراءة فلسفية معاصرة.بحوث و دراسات،شؤون اجتماعية،كلية التربية ،جامعة الكويت،العدد119،2013.
- (6): علي اسعد وطفة: مرتكزات التربية الأخلاقية في عالم متغير.قسم أصول التربية،كلية التربية ،جامعة الكويت، مجلة الطفولة العربية،العدد49،2011.
- (7): كرم معروف شبيب: مستقبل اللغة العربية بين الفصي و العامية ض العربية في خطر.إشراف:محسن حيدر، حلقة بحث لمادة اللغة العربية،الجمهورية العربية السورية:وزارة التربية،المركز الوطني للتميز،2016/2015.
- (8): محمد الرواح: جدلية القيم الأخلاقية و مستقبل الإنسانية.مجلة الأدب و العلوم الإنسانية،دورية علمية محكمة تصدرها كلية الآداب و العلوم الإنسانية جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة الجزائر ،العدد التاسع ،جانفي 2008.
- (9): محمد العربي الحطابي: الثقافة الإسلامية و الثقافة الغربية الأخذ و العطاء.مطبوعات أكاديمية المملكة المغربية((سلسلة الندوات))،مكناس،26-27 جمادى الأولى 1412.4،5،دجنبر 1991.

(10):محمد حسني: ماذا نعرف عين قيمة الأخلاق في الإسلام؟. سلسلة دينية يصدرها المجلس العلمي لجهة الشاوية ورديعة، سطات، العدد2 ، المغرب، 2003.

(11): نصر الدين العياضي: الإخراج التلفزيوني للأخبار في القنوات الفضائية التلفزيونية العربية:التفاوت بين الشكل و المضمون.مجلة إذاعات الدول العربية ،العدد1 ،2001 .

#### 4- الرسائل و الأطروحات:

(1): أحمد محمود محمد سلام: "النسق القيمي وعلاقته بسمات الشخصية للمشاركة في العمل الاجتماعي التطوعي إشراف: د. نور الهدى عمر محمد و د. صمويل بشرى،مذكرة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في التربية، تخصص علم نفس صحة نفسية، جامعة أسبوت 2012.

(2): خالد محمد المزين: القيم الأخلاقية المتضمنة في محتوى كتب لغتنا الجميلة في المرحلة الاساسية الدنيا و مدى اكتساب تلاميذ الصف الرابع الاساسي لها.إشراف داود درويش حلس.قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المناهج و طرائق التدريس بكلية التربية في الجامعة الاسلامية،غزة،2009.

(3): جلول خدة معمر: الدراسات الفلسفية الأخلاقية في الفكر المغاربي المعاصر. إشراف: صايم عبد الحكيم، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الفلسفة كلية العلوم الاجتماعية،2010/2011 .

(4): سامية قرابلي: البرامج الاجتماعية في القناة الفضائية الجزائرية الثالثة.دراسة تحليلية. رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال إشراف: فضيل دليو، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة-،2011/2012.

(5): طيب صبرينة : البرامج الثقافية في قناة الجزائرية دراسة وصفية تحليلية. رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير، إشراف:عبدلي، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة-،2014/2015.

(6): محمد فيصل شيخاني: القيم و الأعراف الأخلاقية في الحضارة العربية الإسلامية. "دراسة تاريخية و تربوية تحليلية. مطبعة اليمامة، سنة 1991.

(7): رحيمة عيساني: الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية- الشباب الجامعي الجزائري أنموذجا-". أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام و الاتصال ، إشراف / أ.د فضيل دليو، كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية و علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر ، 2006/2005.

(8): يوسف محمد عبد الرحمن السقاف: القيم الأخلاقية المتضمنة في مقررات العلوم الشرعية للمرحلة المتوسطة بنين في المملكة العربية السعودية. إشراف صالح بن سليمان العمرو. رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير مقدم إلى قسم التربية الإسلامية و المقارنة بكلية التربية في جامعة أم القرى، 1430-1431هـ.

### 5- التقارير:

(1): اتحاد إذاعات الدول العربية: البث الفضائي العربي. التقرير السنوي 2015، اللجنة العليا للتنسيق بين بين القنوات الفضائية العربية.

### 6- المؤتمرات:

(1): أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام: الفضائيات العربية و متغيرات العصر. هيئة التحرير: مي سعيد الحديدي، حسن عماد مكايي ،حسن محمد الشافعي،الدار المصرية اللبنانية،جانفي 2005.

(2): المنظمة العربية للتنمية الإدارية ،أعمال المؤتمرات:اثر الفضائيات على الأسرة العربية- بحوث و أوراق الملتقى العربي الأول بعنوان: اثر الفضائيات العربية.المنعقد في القاهرة،جمهورية مصر العربية،منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية،فيفري 2007.

(3): المنظمة العربية للتنمية الإدارية أعمال المؤتمرات: اثر الفضائيات على الأسرة العربية.بحوث و أوراق عمل الملتقى العربي الأول المنعقد في القاهرة جمهورية مصر العربية في فيفري 2007.

#### 7- الندوات:

(1): أحمد عيادي : مقاصد الشريعة و السياق الكوني المعاصر، مقاصد الشريعة و مبحث الأخلاق، جدل المرجعية و التداخل ، اجتهاد الأستاذ طه عبد الرحمن نموذجاً . تنسيق و تحرير عبد السلام طويل، الرابطة المحمدية للعلماء، المملكة المغربية، 2012 يومي 14 ، 15 يونيو ، أعمال الندوة العالمية التي تنظمها الرابطة المحمدية.

(2): أحمد عيادي : سؤال الأخلاق و القيم في عالمنا المعاصر .أيام 23/22/21 جمادي الثاني الموافق لـ 27/26/25 ماي 2011 ، الدار البيضاء ، المملكة المغربية، تنسيق و تحرير : عبد السلام طويل، المحرر المنفذ: خالد رايح ، الإخراج الفني: ابراهيم كوزا، دار أبي رقرق للطباعة و النشر، ط 1 ، 2011.

(3): العياشي ادراوي: خصوصية النموذج الأخلاقي في التصور الإسلامي. الرابطة المحمدية للعلماء 27/26/25 ماي 2011 ، الدار البيضاء، المملكة المغربية، تقديم احمد عيادي، تنسيق و تحرير: عبد السلام طويل ، المحرر المنفذ: خالد رايح، الإخراج الفني: ابراهيم كوزا، دار أبي رقرق للطباعة و النشر.

(4): ناجي بن الحاج الطاهر: فرنس هيلز/ الولايات المتحدة الأمريكية: الإنسان و القيم العليا، رؤية معرفية. الرابطة المحمدية للعلماء ، أعمال الندوة 14-15 يوليو 2012.

### 8- الأيام الدراسية:

(1): عبد الرحمن معزیز: تشخيص أزمة القيم المعاصرة. الرابطة المحمدية للعلماء، 27/26/25 ماي 2011، الدار البيضاء، المملكة المغربية.

### 9- الوثائق الرسمية:

(1): وثائق مقدمة من مسؤول قسم البرمجة بقناة الشروق tv بتاريخ 2019/02/16.

### 10- المقابلات:

- (1): مقابلة مع مدير البرمجة بالقناة التونسية الوطنية 1: تاريخ الزيارة: 2018/01/31 تونس.
- (2): مقابلة مع معدة ومقدمة البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" بالقناة التونسية الوطنية 1: تاريخ الزيارة: 2018/01/08 تونس.
- (3): مقابلة مع معدة ومقدمة البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" بالقناة التونسية الوطنية 1: تاريخ الزيارة: 2018/01/08 تونس.
- (4): مقابلة مع معدة ومقدمة البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" بالقناة التونسية الوطنية 1: تاريخ الزيارة: 2018/01/08 تونس.
- (5): مقابلة مع مدير البرمجة بالقناة التونسية الوطنية 1: تاريخ المقابلة: 2018/01/31 تونس.

### 11- المراجع باللغة الأجنبية:



- 1- Bertrand Ginet:Media et Information dans le Monde Arabe :les nouveaux Hérauts de la Démocratisation ?,Fédération Internationale des Journalistes ,Juin,2005.
- 2- Bourdieu Pierre :La Jeunesse n'est qu'un mot en question de sociologie, Paris ,Delanoel,2003.
- 3-Mcquail Denis ,Toward a sociology of Communication,sagpublication,ferment and future foundations,Boston,Wadsworth,2010.
- 4- Maguy Chailley , Télévision et Apprentissage, Paris ,L'Harmattan,2003.
- 5-Oxford, Researcher Pocket, dictionary of communication, Foundation edition, London UK,2008.

## 12- مواقع الانترنت:

(1):[www.watania1.tn](http://www.watania1.tn)

(2):[www.entv.dz](http://www.entv.dz)

(3):[www. alwael.com](http://www.alwael.com)

(4): <https://www.startimes.com>.

(5):[https ://wikipedia.org](https://wikipedia.org).

(6):shahid.mbc.net..

(7): <https://www-el-massa.com.02/04/2019> 07.10.

(8):ennahar online.com.

(9) :[www.geocities.com](http://www.geocities.com).

(10):<https://mawdoo3.com>.

الملاحق

الملحق رقم (1): "استمارة استطلاع رأي عام "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية"

جامعة قسنطينة 3

كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعي البصري

قسم الاتصال و العلاقات العامة

استمارة استطلاع رأي عام

حول:

"القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية"

أخي المبحوث،

تجري الباحثة بحثا حول موضوع "القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية " أملا بالإجابة على الأسئلة الواردة في هذه الاستمارة بوضع علامة ( X ) أمام اختياركم المفضل مع مراعاة الترتيب .مؤكدة أن هذه المعلومات تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

تقبلوا مني فائق الشكر والتقدير

الطالبة: لمرباط أسماء

المحور الأول: أسئلة عامة

1- الجنس:

- ذكر  - أنثى

2- العمر:

- أقل من 20 سنة  - من 26 سنة إلى 28 سنة

- من 20 سنة إلى 22 سنة  - من 29 سنة إلى 31 سنة

- من 23 سنة إلى 25 سنة  - أكثر من 32 سنة

3- الصفة:

- أستاذ  - موظف

- طالب  - عامل

4 - الحالة الاجتماعية :

- أعزب  - مطلق

- متزوج  - أرمل

5 - مكان الإقامة :

- المدينة  - الريف

6 - طبيعة الإقامة :

- مقيم وحيد  - مقيم مع الأقارب

- مقيم مع الأسرة

المحور الثاني : أسئلة متعلقة بعادات المشاهدة عند جمهور القنوات الفضائية العربية (الشاملة) الخاصة و العمومية.

7 - هل تشاهد القنوات الفضائية العربية ؟



- لا

- نعم

8 - هل تشاهد القنوات الفضائية العربية الخاصة؟



- لا

- نعم

9- ما هي القنوات الفضائية العربية الخاصة التي تفضل مشاهدتها؟(اذكرها بالترتيب من فضلك).

- قناة رقم 1:

-قناة رقم 2 :

10- ما هي درجة مشاهدتك للقنوات الفضائية العربية الخاصة؟(اعد ذكر اسمها بالترتيب من فضلك)

- قناة رقم 1 :

- ضعيفة

- متوسطة

- قوية

- قناة رقم 2 :

- ضعيفة

- متوسطة

- قوية

11 - ما هو البرنامج الاجتماعي الذي تفضل مشاهدته في القنوات الفضائية العربية الخاصة؟(اذكر اسم

البرنامج في كل قناة بالترتيب )

- قناة رقم 1 :

- قناة رقم 2 :

12- ما هي درجة مشاهدتك للبرنامج الاجتماعي الذي تفضل مشاهدته في القنوات الفضائية العربية الخاصة؟(اعد ذكر اسم البرنامج الاجتماعي )

- البرنامج الاجتماعي المفضل في القناة رقم 1 :

قوية -  - متوسطة -  - ضعيفة -

- البرنامج الاجتماعي المفضل في القناة رقم 2 :

قوية -  - متوسطة -  - ضعيفة -

13- هل تشاهد القنوات الفضائية العربية العمومية؟

نعم -  - لا -

14- ما هي القنوات الفضائية العربية العمومية التي تفضل مشاهدتها؟(اذكرها بالترتيب من فضلك).

- قناة رقم 1:

- قناة رقم 2 :

15- ما هي درجة مشاهدتك للقنوات الفضائية العربية العمومية؟(اعد ذكر اسمها بالترتيب من فضلك)

- قناة رقم 1 :

قوية -  - متوسطة -  - ضعيفة -

- قناة رقم 2 :

قوية -  - متوسطة -  - ضعيفة -

16 - ما هو البرنامج الاجتماعي الذي تفضل مشاهدته في القنوات الفضائية العربية العمومية؟(اذكر اسم

البرنامج في كل قناة بالترتيب )

- قناة رقم 1 :

- قناة رقم 2 :

17- ما هي درجة مشاهدتك للبرنامج الاجتماعي الذي تفضل مشاهدته في القنوات الفضائية العربية العمومية؟(اعد ذكر اسم البرنامج الاجتماعي )

- البرنامج الاجتماعي المفضل في القناة رقم 1 :

- قوية  - متوسطة  - ضعيفة

- البرنامج الاجتماعي المفضل في القناة رقم 2 :

- قوية  - متوسطة  - ضعيفة

18- هل تشاهد القنوات الفضائية الجزائرية؟

- نعم  - لا

19- ما هي القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة التي تفضل مشاهدتها؟(اذكرها بالترتيب من فضلك).

- قناة رقم 1:

-قناة رقم 2 :

20- ما هي درجة مشاهدتك للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة؟(اعد ذكر اسمها بالترتيب من فضلك)

- قناة رقم 1 :

- قوية  - متوسطة  - ضعيفة

- قناة رقم 2 :

- قوية  - متوسطة  - ضعيفة

21 - ما هو البرنامج الاجتماعي الذي تفضل مشاهدته في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة؟(اذكر

اسم البرنامج في كل قناة بالترتيب )



- قناة رقم 1 :

- قناة رقم 2 :

22- ما هي درجة مشاهدتك للبرنامج الاجتماعي الذي تفضل مشاهدته في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة؟(اعد ذكر اسم البرنامج الاجتماعي )

- البرنامج الاجتماعي المفضل في القناة رقم 1 :

- قوية  - متوسطة  - ضعيفة

- البرنامج الاجتماعي المفضل في القناة رقم 2 :

- قوية  - متوسطة  - ضعيفة

23- ما هي القنوات الفضائية الجزائرية العمومية التي تفضل مشاهدتها؟(اذكرها بالترتيب من فضلك).

- قناة رقم 1:

- قناة رقم 2 :

24- ما هي درجة مشاهدتك للقنوات الفضائية الجزائرية العمومية؟(اعد ذكر اسمها بالترتيب من فضلك)

- قناة رقم 1 :

- قوية  - متوسطة  - ضعيفة

- قناة رقم 2 :

- قوية  - متوسطة  - ضعيفة

25- ما هو البرنامج الاجتماعي الذي تفضل مشاهدته في القنوات الفضائية الجزائرية العمومية؟(اذكر

اسم البرنامج في كل قناة بالترتيب )

- قناة رقم 1 :

- قناة رقم 2 :

26- ما هي درجة مشاهدتك للبرنامج الاجتماعي الذي تفضل مشاهدته في القنوات الفضائية الجزائرية العمومية؟ (اعد ذكر اسم البرنامج الاجتماعي )

- البرنامج الاجتماعي المفضل في القناة رقم 1 :

- قوية  - متوسطة  - ضعيفة

--البرنامج الاجتماعي المفضل في القناة رقم 2 :

- قوية  - متوسطة  - ضعيفة

الملحق رقم(2): "استمارة تحليل محتوى مقارن لبرامج القنوات الفضائية العربية"

جامعة قسنطينة 3

كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعي البصري

قسم الاتصال و العلاقات العامة

استمارة تحليل محتوى مقارن حول:

"القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية"

دراسة تحليلية مقارنة لبرامج القنوات الفضائية العربية: "خط احمر"، "كلام

نواعم"، "العائلة"، "رأيك أصلح"، في القنوات الفضائية العربية الجامعة الخاصة والعمومية:

"الشروق tv"، "mbc1"، "الجزائرية الثالثة"، "الوطنية 1".

الطالبة: لمرابط أسماء

2018

أولاً: الدراسة التحليلية المقارنة لشكل البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

جدول رقم (1): فئة القالب الفني المستخدم في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية:

Σ		برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "العائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط احمر"		البرنامج الاجتماعي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	القالب الفني
										حوار
										تقرير
										سبر رأي
										روبورتاج
100		100		100		100		100		Σ

\*توزيع القالب الفني في البرنامج الاجتماعي "خط احمر":

جدول رقم(2):فئة القالب الفني المستخدم في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "خط احمر" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية:

Σ		سبر الرأي		الروبورتاج		التقرير		الحوار		فئة القالب الفني
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العدد
										العدد الأول
										العدد الثاني
										العدد الثالث
										العدد الرابع
										العدد الخامس
										العدد السادس
										العدد السابع
										العدد الثامن
100		100		100		100		100		Σ

\*توزيع القالب الفني في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم":

جدول رقم(3):فئة القالب الفني المستخدم لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" :

∑		سبر الرأي		الروبورتاج		التقرير		الحوار		فئة القالب الفني
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										العدد
										العدد الأول
										العدد الثاني
										العدد الثالث
										العدد الرابع
										العدد الخامس
										العدد السادس
										العدد السابع
										العدد الثامن
100		100		100		100		100		∑

\*توزيع القالب الفني في البرنامج الاجتماعي للعائلة":

جدول رقم(4):فئة القالب الفني المستخدم في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي للعائلة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية:

∑		سبر الرأي		الروبورتاج		التقرير		الحوار		فئة القالب الفني
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										العدد
										العدد الأول
										العدد الثاني
										العدد الثالث
										العدد الرابع
										العدد الخامس
										العدد السادس
										العدد السابع
										العدد الثامن
100		100		100		100		100		∑

\*توزيع القالب الفني في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح":

جدول رقم(5):فئة القالب الفني المستخدم في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية:

∑		سير الراي		الروبورتاج		التقرير		الحوار		فئة القالب الفني
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										العدد
										العدد الأول
										العدد الثاني
										العدد الثالث
										العدد الرابع
										العدد الخامس
										العدد السادس
										العدد السابع
										العدد الثامن
100		100		100		100		100		∑

جدول رقم (6): فئة الأسلوب الاقتاعي المستخدم في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية:

∑		برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط احمر"		البرنامج الاجتماعي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										الأسلوب الاقتاعي
										الأسلوب العقلي
										الأسلوب العاطفي
100		100		100		100		100		∑

جدول رقم(7):توزيع الأسلوب الاقتاعي العقلي في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينه  
الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية:

Σ		برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		الأسلوب العقلي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										العدد
										العدد الأول
										العدد الثاني
										العدد الثالث
										العدد الرابع
										العدد الخامس
										العدد السادس
										العدد السابع
										العدد الثامن
100		100		100		100		100		Σ



جدول رقم(8):توزيع الأسلوب الإقناعي العاطفي في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينه الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية:

Σ		برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		الأسلوب العاطفي
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										العدد
										العدد الأول
										العدد الثاني
										العدد الثالث
										العدد الرابع
										العدد الخامس
										العدد السادس
										العدد السابع
										العدد الثامن
100		100		100		100		100		Σ

جدول رقم (9): فئة اللغة المستخدمة في البرامج الاجتماعية عينه الدراسة لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية:

Σ		برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط احمر"		البرنامج الاجتماعي
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										اللغة المستخدمة
										اللغة العربية الفصحى
										اللهجة (العامية)
										مزيج من اللغات
										لغة أجنبية
100		100		100		100		100		Σ

جدول رقم(10): فئة اللغة المستخدمة في تبليغ رسالة القيم الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "خط احمر":

Σ		لغة أجنبية		مزيج من اللغات		اللهجة (العامية)		اللغة العربية الفصحى		فئة اللغة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										العدد الأول
										العدد الثاني
										العدد الثالث
										العدد الرابع
										العدد الخامس
										العدد السادس
										العدد السابع
										العدد الثامن
100		100		100		100		100		Σ

جدول رقم(11): فئة اللغة المستخدمة في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "كلام نواعم" لتبليغ رسالة القيم الأخلاقية:

∑		لغة أجنبية		مزيج من اللغات		اللهجة (العامية)		اللغة العربية الفصحى		فئة اللغة  العدد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										العدد الأول
										العدد الثاني
										العدد الثالث
										العدد الرابع
										العدد الخامس
										العدد السادس
										العدد السابع
										العدد الثامن
100		100		100		100		100		∑

جدول رقم(12): فئة اللغة المستخدمة في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "العائلة التبليغ رسالة القيم الأخلاقية":

∑		لغة أجنبية		مزيج من اللغات		اللهجة (العامية)		اللغة العربية الفصحى		فئة اللغة  العدد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										العدد الأول
										العدد الثاني
										العدد الثالث
										العدد الرابع
										العدد الخامس
										العدد السادس
										العدد السابع
										العدد الثامن
100		100		100		100		100		∑

جدول رقم(13): فئة اللغة المستخدمة في تبليغ رسالة القيم الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح":

Σ	لغة أجنبية		مزيج من اللغات		اللهجة (العامية)		اللغة العربية الفصحى		فئة اللغة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
									العدد
									العدد الأول
									العدد الثاني
									العدد الثالث
									العدد الرابع
									العدد الخامس
									العدد السادس
									العدد السابع
									العدد الثامن
100		100		100		100		100	Σ

ثانيا: الدراسة التحليلية المقارنة لمضمون البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

جدول رقم(1): بعد القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة.

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
									بعد
									القيمة الأخلاقية
									البعد الإيماني
									البعد النفسي
									البعد الاجتماعي
									البعد التربوي
100		100		100		100		100	Σ

جدول رقم (2): البعد الإيماني للقيمة الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

∑		برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										البعد الإيماني
										العدد الأول
										العدد الثاني
										العدد الثالث
										العدد الرابع
										العدد الخامس
										العدد السادس
										العدد السابع
										العدد الثامن
100		100		100		100		100		∑

جدول رقم(3): البعد الإيماني للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة :

Σ		برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي البعد الإيماني
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										الإيمان بالله
										توحيد وتعظيم الله
										الحمد والشكر
										أداء العبادات
										الرجاء
										حكم شرعي
										القسم
100		100		100		100		100		Σ

جدول رقم(4): البعد النفسي للقيمة الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة :

Σ		برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي البعد النفسي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										العدد الأول
										العدد الثاني
										العدد الثالث
										العدد الرابع
										العدد الخامس
										العدد السادس
										العدد السابع
										العدد الثامن
100		100		100		100		100		Σ

جدول رقم (5): البعد النفسي للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

Σ		برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي البعد النفسي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										الصدق
										الوفاء
										ضبط النفس
										قدرات و تميز
										التقدير
										انجاز و نجاح
										السعادة
										الحب
										التسامح
										التمني
										الأمان
										الأمل
										الثقة
100		100		100		100		100		Σ



جدول رقم(6): البعد الاجتماعي للقيمة الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

$\Sigma$		برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي البعد الاجتماعي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										العدد الأول
										العدد الثاني
										العدد الثالث
										العدد الرابع
										العدد الخامس
										العدد السادس
										العدد السابع
										العدد الثامن
100		100		100		100		100		$\Sigma$

جدول رقم(7): البعد الاجتماعي للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة :

Σ		برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "العائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي البعد الاجتماعي
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										بر الوالدين
										الإحسان إلى الزوج الزوجة
										تربية الأبناء
										صلة الرحم
										احترام الجار
										التكافل الاجتماعي
										الحب
										الكرم
										العدل/الحقوق
										تداعيات اجتماعية
										القذوة
										النصيحة
										التشجيع
										الانتماء
										توقير الكبير
100		100		100		100		100		Σ

جدول رقم(8): البعد التربوي للقيمة الأخلاقية في الأعداد الثمانية للبرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

Σ		برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										البعد التربوي
										العدد الأول
										العدد الثاني
										العدد الثالث
										العدد الرابع
										العدد الخامس
										العدد السادس
										العدد السابع
										العدد الثامن
100		100		100		100		100		Σ

جدول رقم(9): البعد التربوي للقيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة :

Σ		برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										البعد التربوي
										حب العلم
										تعلم الحكمة
										التعليم
										دعم العلم
										أهمية العلم
100		100		1.00		100		100		Σ

جدول رقم(10): فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

Σ	برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	الفاعل في القيمة الأخلاقية	
										المذبة
										معلق على التقرير
										ضيف
										حالة
										جمهور
100		100		100		100		100		Σ

جدول رقم(11):فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "خط احمر":

Σ	معلق على تقرير/رئبورتاج		الجمهور		الحالات		الضيفب"		المذبة		فئة الفاعل	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	العدد	
												العدد الأول
												العدد الثاني
												العدد الثالث
												العدد الرابع
												العدد الخامس
												العدد السادس
												العدد السابع
												العدد الثامن
100		100		100		100		100		100		Σ

جدول رقم(12):فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي"كلام نواعم":

∑		معلق على تقرير/روبورتاج		الجمهور		الحالات		الضيوف"		المذبةة		فئة الفاعل العدد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
												العدد الأول
												العدد الثاني
												العدد الثالث
												العدد الرابع
												العدد الخامس
												العدد السادس
												العدد السابع
												العدد الثامن
100		100		100		100		100		100		∑

جدول رقم(13):فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "العائلة":

∑		معلق على تقرير/روبورتاج		الجمهور		الحالات		الضيوف"		المذبة		فئة الفاعل العدد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
												العدد الأول
												العدد الثاني
												العدد الثالث
												العدد الرابع
												العدد الخامس
												العدد السادس
												العدد السابع
												العدد الثامن
100		100		100		100		100		100		∑

جدول رقم(14):فئة الفاعل في القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي"رأيك أصلح":

∑		معلق على تقرير/روبورتاج		الجمهور		الحالات		الضيوف"		المذبة		فئة الفاعل العدد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
												العدد الأول
												العدد الثاني
												العدد الثالث
												العدد الرابع
												العدد الخامس
												العدد السادس
												العدد السابع
												العدد الثامن
100		100		100		100		100		100		∑

جدول رقم(15):فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرامج الاجتماعية عينة الدراسة:

Σ		برنامج "رأيك أصلح"		برنامج "للعائلة"		برنامج "كلام نواعم"		برنامج "خط أحمر"		البرنامج الاجتماعي اتجاه القيمة الأخلاقية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										اتجاه إيجابي
										اتجاه سلبي
										إتجاه محايد
100		100		100		100		100		Σ

جدول رقم(16): فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "خط احمر":

Σ		اتجاه محايد		اتجاه سلبي		اتجاه ايجابي		فئة اتجاه القيمة العدد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
								العدد الأول
								العدد الثاني
								العدد الثالث
								العدد الرابع
								العدد الخامس
								العدد السادس
								العدد السابع
								العدد الثامن
100		100		100		100		Σ

جدول رقم(17): فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "كلام نواعم":

Σ		اتجاه محايد		اتجاه سلبي		اتجاه ايجابي		فئة اتجاه القيمة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
								العدد
								العدد الأول
								العدد الثاني
								العدد الثالث
								العدد الرابع
								العدد الخامس
								العدد السادس
								العدد السابع
								العدد الثامن
100		100		100		100		Σ

جدول رقم(18): فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "العائلة":

Σ		اتجاه محايد		اتجاه سلبي		اتجاه ايجابي		فئة اتجاه القيمة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
								العدد
								العدد الأول
								العدد الثاني
								العدد الثالث
								العدد الرابع
								العدد الخامس
								العدد السادس
								العدد السابع
								العدد الثامن
100		100		100		100		Σ



جدول رقم(19): فئة اتجاه القيمة الأخلاقية في البرنامج الاجتماعي "رأيك أصلح":

$\Sigma$		اتجاه محايد		اتجاه سلبي		اتجاه ايجابي		فئة اتجاه القيمة العدد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
								العدد الأول
								العدد الثاني
								العدد الثالث
								العدد الرابع
								العدد الخامس
								العدد السادس
								العدد السابع
								العدد الثامن
100		100		100		100		$\Sigma$