



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي أمحمد أولحاج البويرة

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

موضوع المذكرة:

إسهامات القنوات الفضائية الجزائرية في تفعيل العمل الخيري برنامج

"حباب ري" نموذجاً.

دراسة استطلاعية على عينة من طلبة جامعة البويرة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وملاقات عامة

إشراف الأستاذ(ة):

د. المصطفى فاطمة

من إعداد الطالبين:

- ياسين نجاد

- حسين بلخير

لجنة المناقشة

الأستاذة: د/ جوردخ مليكة:..... رئيسا

الأستاذ(ة): د/ أعراب فاطمة:..... مشرفا

الأستاذ(ة): د/ بوسبعين سعيد:..... مناقشا

السنة الجامعية 2022-2023



التصريح الشرفي الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية



انا الممضي اسفله،

المسيد (ة) ياسمين نعمادي الصفة: طالب (ماستر / دكتوراه)

الحمل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية: 405803185 والصادرة بتاريخ: 2023/05/14

المسجل (ة) بكلية / معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال وعلاقات عامة

والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة. التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).

عنوانها: استخدامات القنوات الفضائية الجزائرية في تفعيل العمل الخيري

برئاسة: حبيب بن محمد دكتوراه في الفلسفة، أستاذة في جامعة البويرة

أصرح بشرفي اني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية الاخلاقيات المهنية والتزامه الأكاديمية المطلوبة

في انجاز البحث المذكور أعلاه.

توقيع المعني (ة)

التاريخ: 2023/06/19

البويرة في 25 JUN 2023

هيئة مراقبة السرقة العلمية:

الامضاء



% 14

النسبة:

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ

الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

الحمد لله الذي أنار لنا دروب العلم وأعاننا بقوته على أداء هذا الواجب ووفقنا بحوله
تعالى لإنجاز هذا العمل

ونصلي ونسلم على خير الأنام وخير المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

وفاء منا وتقديراً ورداً للجميل، نتقدم بخالص عبارات الشكر والتقدير إلى الأستاذة
"اعراب فاطمة" وذلك لتفضلها علينا بالإشراف على هذه المذكرة، ولما قدمته لنا
من عون وجهد طوال فترة البحث
فألف شكر لك أستاذتنا المحترمة.

كما نتقدم بالشكر والامتنان إلى جميع الأساتذة الذين أشرفوا على تكويننا طيلة مشوارنا
الدراسي

وإلى كل من ساعدنا في إنجاز هذا البحث وشجعنا ولو بابتسامة صغيرة.



إهداء

نور العيون ورمش الجفون والسر المكنون والحب المجنون أُمي جنتي وسيدة نساء العالم في عيني

بين يديك كبرت في دُني قلبك احتميت ومن حنانك ارتويت أُمي الغالية

لي وطني الذي لا حدود له لي أول بطل في حياتي سندي وعوني وقدرتي فخري وذخري

الشمعة التي تحترق لتنير دُني أبي الغالي

لي من لا كلام ينصفهم، ولا افتباس يكفي للحديث عنهم من قاسموني حنان الوالدين رفاق الروح اخوتي

ومتى لي شيئاً جميلاً لا ينتهي ولا يغيب

لي ظليلي التي لا تفارقني أصدقائي الأعزاء

لي مقلتي عيني بنتي أخي زينب ومريم

لي رفيق الدرب وصديق العمر بلبلشير حسين

لي كل اساتذتي واهلي ومن يعرفني ومن ساعدني ولم يخذل عليا بالمساعدة للوصول الى هذا المستوى

أنتم جميعكم في القلب محفوظون

ياسين



إهداء

مسك الختام..

أشكر الله وأفر الشكر الذي أعنني ووفقني لي أن أصل إلى هذه المحطة العلمية والدراسية الجديدة والتي كانت هدفاً وغاية
اجتهدت هذه السنوات من أجل أن أصل إليها الله الحمد.

أهدي هذا التخرج لي والدي الغالي ومعلمي الذي أعجز عن شكره ووصفه ومدرسه نجله من أن لا أوفيه حقه حفظه الله ورعاه
ولي والدي تلك المرأة الملكة المؤبدة الخلوقة التي كانت صدقا مدرسة انفقته ودعت ونصحت وفعلت كل شيء من أجل
أن أصل إلى هذه اللحظة

لي كل من تعلمت على يده خلال سنوات دراستي الأستاذة الأفاضل جزاكم الله عنا خير الجزاء

لي الأخوة والخلان

بداية بالأخت الكبرى ووالد وكل اخوتي المتميزين كانوا سنداً رائعاً

لي الصديق الداعم الناصح عبد الرحمان قاسمي

لي رفيق العمر والأخ الذي لم تلده أمي الرائع ياسين نشاوي بارك الله في عمره

لكل من دعمنا وترك فينا اثر جميل من بعيد او قريب

حسين

الصفحة	عنوان المحتوى
–	الشكر والتقدير
–	الاهداء
–	فهرس الجداول
–	فهرس الاشكال
أ	مقدمة
–	الإطار المنهجي
3	إشكالية الدراسة
4	تساؤلات الدراسة
4	أسباب اختيار الموضوع
4	فرضيات الدراسة
5	أهداف الدراسة
5	أهمية الدراسة
5	تحديد المفاهيم
8	الدراسات السابقة
12	المدخل النظري للدراسة
14	المنهج المستخدم في الدراسة
15	عينة ومجتمع الدراسة
16	أدوات جمع البيانات
17	حدود الدراسة
18	خلاصة الاطار المنهجي
–	الإطار النظري للدراسة
–	الفصل الأول: القنوات الفضائية في الجزائر والبرامج الاجتماعية
22	تمهيد

–	المبحث الأول: ماهية القنوات الفضائية الجزائرية
23	المطلب الأول: مفهوم القنوات الفضائية والقنوات الفضائية الجزائرية
24	المطلب الثاني: تطور القنوات الفضائية الجزائرية
25	المطلب الثالث: واقع الفضائيات في الجزائر
26	المطلب الرابع : التحديات التي تواجه الفضائيات الجزائرية
–	المبحث الثاني: ماهية البرامج الاجتماعية
27	المطلب الأول: مفهوم البرامج الاجتماعية
28	المطلب الثاني: أهمية البرامج الاجتماعية
28	المطلب الثالث: أهداف البرامج التلفزيونية الاجتماعية
29	المطلب الرابع: خصائص البرامج الاجتماعية
31	خلاصة الفصل
–	الفصل الثاني: العمل الخيري وعلاقته بالقنوات الفضائية الجزائرية
46	تمهيد
–	المبحث الأول: ماهية العمل الخيري
47	المطلب الأول: مفهوم العمل الخيري
48	المطلب الثاني: أهداف العمل الخيري
50	المطلب الثالث: أهمية العمل الخيري
52	المطلب الرابع: معوقات العمل الخيري
–	المبحث الثاني: علاقة القنوات الفضائية الجزائرية بالعمل الخيري
53	المطلب الأول: علاقة الاعلام بالعمل الخيري
54	المطلب الثاني: دور القنوات الفضائية في الخدمة المجتمعية
55	المطلب الثالث: مظاهر العمل الخيري في القنوات الفضائية الجزائرية
58	المطلب الرابع: المشاكل التي يعاني منها الاعلام الخيري في القنوات الفضائية الجزائرية
60	خلاصة الفصل

–	الإطار التطبيقي
82	تمهيد
83	عرض وتحليل وتفسير نتائج الاستبيان
102	النتائج العامة للدراسة
112	التوصيات
د	الخاتمة
–	المصادر والمراجع
–	الملاحق

الصفحة	العنوان	الجدول
83	يمثل توزيع العينة حسب الجنس	01
84	يمثل توزيع العينة حسب السن	02
85	يمثل توزيع العينة حسب المستوى الجامعي	03
86	يمثل مشاهدة الطلبة لبرنامج "حباب ربي"	04
87	يمثل مشاهدة الطلبة لبرنامج "حباب ربي" حسب متغير الجنس	05
88	يمثل مشاهدة الطلبة لبرنامج "حباب ربي" حسب متغير العمر	06
89	يمثل مشاهدة الطلبة لبرنامج "حباب ربي" حسب متغير المستوى الجامعي	07
90	يمثل كيفية تعرف الطلبة على برنامج "حباب ربي"	08
91	يمثل الوقت المحبذ لمشاهدة البرنامج	09
92	يمثل مع من يفضل الطلبة مشاهدة برنامج "حباب ربي"	10
93	يمثل عدد مرات مشاهدة الطلبة للبرنامج	11
94	يمثل دوافع الطلبة لمشاهدة برنامج "حباب ربي"	12
95	يمثل دوافع الطلبة لمشاهدة برنامج "حباب ربي" حسب متغير الجنس	13
96	يمثل دوافع الطلبة لمشاهدة برنامج "حباب ربي" حسب متغير العمر	14
97	يمثل دوافع الطلبة لمشاهدة برنامج "حباب ربي" حسب متغير المستوى الجامعي	15
98	يمثل هدف الطلبة من مشاهدة برنامج "حباب ربي"	16
99	يمثل هدف الطلبة من مشاهدة برنامج "حباب ربي" حسب متغير الجنس	17
100	يمثل هدف الطلبة من مشاهدة برنامج "حباب ربي" حسب متغير العمر	18
101	يمثل هدف الطلبة من مشاهدة برنامج "حباب ربي" حسب متغير المستوى الجامعي	19
102	يمثل دوافع الطلبة لمشاهدة البرنامج	20

103	يمثل الابعاد التي دفعت بالطلبة لمشاهدة البرنامج	21
104	يمثل توزيع افراد العينة حسب المشاركة في البرنامج	22
105	يمثل دوافع الطلبة للمشاركة في البرنامج في حالة الإجابة بنعم او أتمنى المشاركة	23
106	يمثل علاقة الجنس بالمشاركة في برنامج "حباب ربي"	24
107	يمثل علاقة العمر بالمشاركة في برنامج "حباب ربي"	25
108	يمثل علاقة المستوى الجامعي بالمشاركة في برنامج "حباب ربي"	26
109	يمثل الشخصيات التي تؤثر في الطلبة خلال مشاهدة البرنامج	27
110	يمثل مدى توافق برنامج حباب ربي مع قيم المجتمع الجزائري حسب الطلبة	28
111	يمثل مدى توافق برنامج حباب ربي مع قيم المجتمع الجزائري حسب الطلبة حسب متغير الجنس	29
112	يمثل مدى توافق برنامج حباب ربي مع قيم المجتمع الجزائري حسب الطلبة حسب متغير العمر	30
113	يمثل مدى توافق برنامج حباب ربي مع قيم المجتمع الجزائري حسب الطلبة حسب متغير المستوى الجامعي	31
114	يمثل رأي أفراد العينة في تناسب طريقة عرض البرنامج مع المضمون	32
115	يمثل رأي أفراد العينة في تناسب طريقة عرض البرنامج مع المضمون حسب متغير الجنس	33
116	يمثل رأي أفراد العينة في تناسب طريقة عرض البرنامج مع المضمون حسب متغير العمر	34
117	يمثل رأي أفراد العينة في تناسب طريقة عرض البرنامج مع المضمون حسب متغير المستوى الجامعي	35
118	يمثل رأي أفراد العينة في وقت عرض البرنامج	36
119	يمثل رأي الطلبة في طريقة الحوار التي يعتمدها المنشط	37
120	يمثل اراء افراد العينة في المقاطع الموسيقية للبرنامج	38
121	يمثل تقييم الطلبة للمعلومات التي يقدمها البرنامج	39

122	يمثل القيم التي اكتسبها الطلبة من مشاهدة برنامج "حباب ربي"	40
123	يمثل القيم التي اكتسبها الطلبة من مشاهدة برنامج "حباب ربي" حسب متغير الجنس	41
124	يمثل القيم التي اكتسبها الطلبة من مشاهدة برنامج "حباب ربي" حسب متغير السن	42
125	يمثل القيم التي اكتسبها الطلبة من مشاهدة برنامج "حباب ربي" حسب متغير المستوى الجامعي	43

الصفحة	العنوان	الشكل
83	يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس	01
84	يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير السن	02
85	يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي	03

المقدمة

مقدمة الدراسة:

مع مرور الأعوام والتقدم في الزمان تتبدل الأحوال دائما ولا يظهر التغيير على الانسان فحسب، وانما على جميع جوانب الحياة، وعند النظر بنظرة تفحص واجراء مقارنة بين الماضي والحاضر، سوف نلاحظ قدرا هائلا من التطور والتغيير الذي أثر بشكل كامل على شتى مجالات الحياة عامة، ويعد المجال الإعلامي هو الابرز تأثرا بعصر الانفتاح التكنولوجي الذي نعيشه الان عبر تكنولوجيا الاعلام والاتصال المتقدمة.

تعتبر القنوات الفضائية احدى أهم مفرزات التطور التكنولوجي في المجال الإعلامي، وأكثرها احياءا للتأثير في الجمهور المتلقي وذلك لما تملكه من مميزات وخصائص لا تتوفر في الوسائل الأخرى، وذلك من خلال الاستخدام التقني المتطور الموسوم بالصوت والصورة والحركة وهذا ما مكنها من القدرة على توصيل الأفكار والرسائل، أصبحت هذه الأخيرة تغزو بيوتا كثيرة وتستهدف شرائح مختلفة من المجتمع حيث أضحت في تزايد كبير ولافت وفي تنافس فيما بينها من أجل التأثير على الافراد.

أصبحت القنوات الفضائية في الجزائر تولى أهمية كبيرة للعمل الخيري خصوصا في ظل التغيرات الحاصلة والتي تحتم ضرورة التوعية به ونشر قيمه والدعوة الى تشجيعه وهذا ما سمح بانتشار ثقافة العمل الخيري في المجتمع الجزائري وتشهد الساحة الإعلامية في الجزائر وبالتحديد في مجال البث الفضائي زخما هائلا من البرامج التلفزيونية والتي تتصدى الى مواضيع العمل الخيري، تعنى هذه البرامج غالبا بالمجتمع ومشاكله من خلال المضامين والمواضيع التي تقدمها من اجل إيجاد حلول لها، يقف في مقدمة هذه البرامج برنامج " حباب ربي "

ولعل أهم شريحة في المجتمع الجزائري يمكن أن تقيم محتوى هذا البرنامج من ناحية دوره واسهامه في نشر ثقافة العمل الخيري هي شريحة الطلبة فهي من اهم مراحل الحياة العلمية والعملية التي يمكن من خلالها معرفة الدور الحقيقي لمثل هذه البرامج في تشكيل الوعي حول أي موضوع.

وهذا ما سنحاول التصدي له ومعرفة الاسهام الحقيقي للقنوات الفضائية في نشر العمل الخيري من وجهة نظر الطلبة الجزائريين برنامج " حباب ربي " نموذجاً، طبقا لموضوع دراستنا والتي ارتأينا ان تكون وفق الخطة التالية:

الإطار المنهجي حيث قمنا بطرح الإشكالية والتساؤلات، ثم تطرقنا الى أسباب اختيار الموضوع، ثم أهمية الدراسة وأهدافها وبعد ذلك تحديد المفاهيم، ثم تطرقنا الى الدراسات المشابهة والمدخل النظري

للدراسة، وبعد ذلك منهج ومجتمع وعينة الدراسة، وفي آخر الإطار المنهجي تم التطرق الى أدوات جمع البيانات ومجالات الدراسة.

الإطار النظري قمنا بتقسيمه الى فصلين في كل فصل مبحثين يحوي كل مبحث أربعة مطالب، خصص الفصل الأول لماهية القنوات الفضائية والبرامج الاجتماعية، أما الفصل الثاني فقد خصص شطره الأول لمعرفة ماهية العمل الخيري والشطر الثاني للكشف عن العلاقة بين الاعلام والعمل الخيري وكذا معرفة واقع الاعلام الخيري في الجزائر والمشاكل التي تواجهه.

الإطار التطبيقي تم خلاله تفريغ استمارة الاستبيان ثم تحليل وتفسير النتائج واستخلاصها وتقديم التوصيات.

الفصل التمهيدي

الاطار المنهجي للدراسة

الفصل التمهيدي : الاطار المنهجي للدراسة

1/ تحديد إشكالية الدراسة.

2/ تساؤلات الدراسة.

3/ فرضيات الدراسة

4/ أسباب اختيار الموضوع.

5/ أهداف الدراسة.

6/ أهمية الدراسة.

7/ تحديد المفاهيم.

8/ الدراسات المشابهة.

9/ المدخل النظري للدراسة.

10/ منهج الدراسة.

11/ مجتمع وعينة الدراسة.

12/ أدوات جمع البيانات.

13/ مجالات الدراسة.

إشكالية الدراسة:

تعد وسائل الاعلام من اهم مصادر المعرفة والفكر والثقافة في المجتمع، بحيث انه لا يمكن احداث أي تغيير فيه دون استخدامها وتعتبر هاته الاخيرة من الأدوات المهمة والرئيسية في مخاطبة الناس وتعبئة الراي العام بشكل إيجابي وفعال من خلال التأثير الذي تحدثه في تكوين الافكار والقيم السلوكية والأخلاقية للجمهور، كون الجمهور يحمل استعدادات وامكانيات قابلة للتشكيل او التغيير النفسي والاجتماعي من خلال المؤثرات المتنوعة المحيطة به.

زاد الاهتمام في السنوات الأخيرة بمفهوم العمل الخيري والممارسات التي تندرج تحت هذا المفهوم، من مشاركات تقليدية في اعمال خيرية تطوعية، الى مساعدة الاخرين في أوقات الشدائد والكوارث الطبيعية، وكذا في المشاكل الاجتماعية اليومية، وذلك دون ان يطلب من الفرد المتطوع القيام بالجهد والنشاط المبذول، انما تكون كردة فعل طبيعية من الشخص دون انتظار أي مقابل له.

يعد الاعلام السمعي البصري من اهم الوسائل المستخدمة في توجيه الراي العام نحو قضية معينة، والتأثير فيه بشكل سريع وفعال، حيث يمكن استخدام هذه الوسيلة بصورة إيجابية في نشر تعزيز مفاهيم العمل الخيري في المجتمع او العكس.

ويفترض ان تكون القنوات الفضائية الجزائرية أحد اهم وسائل التواصل الفاعلة في الجزائر، لذلك كان لزاما معرفة وجهة نظر طلبة جامعة البويرة الذين يعتبرون نخبة هذا المجتمع، حول الدور الذي تلعبه هذه القنوات في تشكيل وصياغة المعتقدات والمكتسبات الفكرية والثقافية للطلاب الجزائري، بما يعزز مفهوم العمل الخيري لديه والتأثير على دورهم إيجابيا في المجتمع.

سلطت دراستنا الضوء على برنامج حباب ربي الذي يتم بثه عبر قناة جزائرية خاصة، ويعد برنامجا خيري تطوعي بحت يجوب مختلف مناطق الوطن، وينقل المعيشة الصعبة التي تعيشها بعض العائلات من فقر مدقع وحياة ضنكة تفتقر لأدنى ضروريات الحياة، انتشر محتواه بشكل كبير في الآونة الاخيرة، ولأقى انتشارا واسعا، من خلال استضافته لشخصيات مؤثرة في المجتمع تساعد في تقديم يد العون.

ومن هنا فان هذه الدراسة تتصدى لمعالجة هذه المشكلة من خلال الإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

ما هو الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية الجزائرية (برنامج حباب ربي) في تعزيز العمل الخيري من وجهة نظر طلبة جامعة البويرة؟

2/ تساؤلات الدراسة:

- 1- ماهي عادات وأنماط طلبة جامعة البويرة في مشاهدة برنامج " حباب ربي "؟
- 2- ماهي دوافع طلبة جامعة البويرة لمشاهدة البرنامج عبر القنوات الفضائية الجزائرية؟
- 3- كيف يقيم طلبة جامعة البويرة برنامج " حباب ربي " في القنوات الفضائية الجزائرية؟

3/الفرضيات:

- 1-تساهم البرامج التلفزيونية الاجتماعية في توجيه سلوك الطالب الجزائري.
- 2-تتنوع عادات وانماط متابعة طلبة جامعة البويرة لبرنامج حباب ربي.
- 3-يحقق برنامج حباب ربي اشباعا متنوعا لطلبة جامعة البويرة.
- 4- يدرك طلبة جامعة البويرة القيم التي يحملها برنامج حباب ربي.

4/ اسباب اختيار الموضوع:

لا يخلو أي موضوع بحث من دوافع تثير رغبة الباحث وتجعله يتمسك بموضوع بحثه، ومنها الموضوعية والذاتية، وعليه فاختيار الموضوع ليس وليد الصدفة ويمكن إيجاز هذه الأسباب فيما يلي:

3-1/ الأسباب الذاتية:

- اهتمامنا الشخصي بالموضوع، ومشاركتنا سابقا في بعض الاعمال الخيرية الفردية والجماعية.
- انجذابنا نحو الموضوع بشكل كبير لكونه موضوع واسع يهتم بالقيم الإنسانية والاجتماعية.
- الفضول هو أحد الأسباب التي دفعتنا الى محاولة معرفة دور القنوات الفضائية الجزائرية في تفعيل العمل الخيري ووقع اختيارنا على برنامج حباب ربي نموذجا في تفعيل العمل الخيري لدى الطلبة.

3-2/ الأسباب الموضوعية:

- كون الموضوع يهتم بالجانب الإنساني والاجتماعي.
- اثر البحوث والدراسات في هذا المجال.

- الرغبة في إعطاء بعد آخر للقنوات الفضائية كوسيلة لا تختص فقط بالاتصال وإنما تتجاوزه لأبعاد اجتماعية وإنسانية.
- اعتقادنا بأن موضوع اسهامات القنوات الفضائية الجزائرية في تفعيل العمل الخيري جدير بالبحث.

5/ أهداف الدراسة:

لكل بحث ولكل دراسة اهداف تسعى الى تحقيقها، تتلخص اهداف دراستنا فيما يلي:

- التعرف على عادات وانماط مشاهدة برنامج حباب ربي من قبل طلبة جامعة البويرة.
- محاولة التعرف على دوافع الطلبة لمشاهدة البرنامج.
- محاولة التعرف على تقييم طلبة جامعة البويرة لبرنامج حباب ربي.

6/ أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها تعالج جانبا إعلاميا مهما والمتمثل في اسهامات القنوات الفضائية في تشكيل الوعي لدى الطلبة بضرورة تفعيل العمل الخيري في المجتمع، فالجزائر بحاجة الى هذا النوع من الدراسات للاستفادة منها في تطوير خدمات وسائل الإعلام خاصة في ظل النقص في البحوث الخاصة بدور وإسهامات وسائل الإعلام الخاصة في بلورة ومناقشة قضايا العمل الخيري من خلال شبكة البرامج التي تبثها ونخص بالذكر برنامج حباب ربي.

ويعد موضوع العمل الخيري من الموضوعات التي يجب ان تحظى باهتمام والاحاطة من كافة الجوانب من قبل الحكومات والمؤسسات والجمعيات الخيرية والافراد، كونه من النشاطات والأعمال التي تقوم على التطوع الذاتي والدوافع الإنسانية والدينية دون أي مقابل او عائد مادي تقوم وسائل الإعلام لا سيما القنوات الفضائية بدور مهم في المجتمع كونها تعمل على نشر الوعي والتثقيف وتنمية القيم والمبادئ الإنسانية السامية.

يعد الطلبة الجامعيون نخبة هذا المجتمع لذا تركز الدراسة على معرفة مستوى الوعي والإدراك لدى هذه العينة لمفهوم العمل الخيري ومعرفة مدى ممارستهم للأعمال الخيرية وخدمة المجتمع، تختص الدراسة بوصف بمعرفة دور القنوات الفضائية وفعاليتها في تنمية ثقافة العمل الخيري.

7/ تحديد المصطلحات والمفاهيم:

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

اصطلاحاً: تعرف القنوات الفضائية بأنها " لكل محطة إذاعية أو تلفزيونية قناة معينة تبث عبرها ارسالها وهي بمثابة الطريق الذي تسلكه الإشارة الإذاعية أو التلفزيونية من محطة الارسل الى أجهزة الاستقبال"² كما تعرف بانها" قيام الأقمار الاصطناعية بالنقاط ثابت التلفزيوني في بلد من البلدان، وبثه مباشرة الى أماكن أخرى تبعد عن أماكن البث الأصلي مسافات بعيدة، تحول دون التقاط البث دون وسيط"³

أو هي جميع القنوات الفضائية التي تستقبل من الفضاء الخارجي عبر الاطباق والشبكة العنكبوتية او الجوال او وسائل الاتصال الأخرى، وتبث بطريقة رسمية او غير رسمية مفسوحة او ممنوعة مشفرة او غير مشفرة.

ويقصد كذلك بالقنوات الفضائية او المحطات التلفزيونية التي تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية التي استقبلها عبر هوائيات مقعرة.

القنوات الفضائية الخاصة:

يقابل القناة العمومية من حيث الملكية والتمويل القناة الخاصة وهي القناة التي يأتي راس مالها كلياً او في معظمه من القطاع الخاص وتكون ملكيتها لرأس المال الغالب، قد يستعمل البعض كلمة حرة او مستقلة في هذا المعنى.⁴

العمل الخيري:

¹ علي بن هادية بلحسن، بليش؛ الجيلاني بن الحاج، يحي. القاموس الجديد للطالب المؤسسة الوطنية للكتاب، 1999، ص86.

² كرم شلبي. المعجم مصطلحات الاعلام. القاهرة: دار الشروق. ط1. 1989. ص392.

³ العمر ناصر، سليمان. البث المباشر حقائق وأرقام. الرياض: دار الوطن. ط1. 2007. ص13.

⁴ المنصف، العياري. محمد، عبد الكافي، القنوات العربية المتخصصة. تونس: سلسلة بحوث دراسات إذاعية(56). 2006. ص11.

هو عمل يشترك فيه جماعة من الناس لتحقيق مصلحة عامة، واغراض إنسانية أو دينية أو علمية أو صناعية أو اقتصادية بوسيلة جمع التبرعات وصرفها في أوجه الاعمال الخيرية، بقصد نشاط اجتماعي أو ثقافي أو اغاثي، بطريقة الرعاية أو المعاونة ماديا أو معنويا داخل الدولة أو خارجها من غير قصد الربح لمؤسسيها، سواء سمي إغاثة أو جمعية أو مؤسسة أو هيئة أم منظمة خاصة أو عامة.¹

تعريف اجرائي للعمل الخيري: هي الاعمال والأفعال الخيرية والإنسانية التي يقوم بها الافراد، قد يكونوا أولئك الافراد من جهات رسمية أو غير رسمية مثل الجمعيات والمنظمات التي تعمل على مساعدة المحتاجين من المرضى والاسر واغاثتهم بشكل مادي أو معنوي وذلك لزرع البسمة والامل والحفاظ على القيم والعادات.

الشباب الجامعي: " الشباب الجامعي هو تلك المرحلة التي تقع بين (17، 24) سنة وهي الفترة التي يكون فيها الشباب قادرا على القيام بمختلف أدواره الاجتماعية ويستطيع المشاركة الفعالة في شتى مجالات الحياة المختلفة، ويكون قادرا على الممارسة الناضجة لحقوق الراشدين والالتزام الواعي بواجباتهم.²

التعريف الاجرائي: المقصود بالطلبة الجامعيين في هذه الدراسة هم الطلبة الجامعيين الذين يزاولون دراستهم بجامعة اكلي محند اولحاج-البويرة-وهم فئة اجتماعية وصلت الى درجة من النضج، يتميزون ببعض الخصائص النفسية والاجتماعية والثقافية تميزهم عن الفئات الأخرى.

برنامج حباب ربي:

هو برنامج اجتماعي يتم بثه عبر قناة جزائرية خاصة قناة النهار سابقا وقناة الهداف حاليا طيلة شهر رمضان، يجوب البرنامج مختلف ربوع الوطن وينقل المعيشة الصعبة التي تعيشها بعض العائلات من فقر مدقع وحياة ضنكة تقتقر لأدنى ضروريات الحياة، البرنامج من تقديم الإعلامية عائشة بوزمارن والتي تقول عن البرنامج ينقل معاناة الناس للسلطات العليا في البلاد ولابد من استمراره فقد ساهم في تغيير حياة بعض العائلات ولو بنسبة قليلة بتوفير بعض الضروريات بمساهمة المحسنين والناس الخيرين.

¹ ابن منظور، لسان العرب ط3، ج4، ص20، 19

² سامي عبد الرحمن الخلفي، اتجاهات الشباب الجامعي نحو المشاركة في انتخابات المجالس البلدية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2010، ص31

البرنامج بدأ بثه من قرابة السنتين على قناة الهدف تزامنا مع انطلاقها لشبكة برامجية جديدة.

8/ الدراسات السابقة:

في كل المجالات والميادين أي بحث لا ينطلق من فراغ أو من العدم مهما كان نوعه بل يجب الاطلاع على الدراسات والبحوث السابقة وفي دراستنا هذه بحثنا وتصفحنا عدة دراسات سابقة تناولت هذا الموضوع ومن هذه الدراسات نجد:

-الدراسة الأولى:

مايا باشا الحصص في التلفزيون الجزائري " دراسة وصفية تحليلية لحصة وكل شيء ممكن " مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال كلية العلوم السياسية والاعلام جامعة الجزائر للطالبة للسنة الجامعية 2008/2007.

التساؤل الرئيسي للدراسة كان كالتالي: ماهي الرسالة التي تعمل الحصة التلفزيونية " وكل شيء ممكن على تمريرها للتخفيف من الآفات الاجتماعية.

وتفرعت أسئلة الدراسة فيما يلي:

- ما دور الحصص الخاصة الاجتماعية وما أهمية بثها على التلفاز؟
- هل تقدم حصة وكل شيء ممكن المعلومات الكافية حول الآفات الاجتماعية؟
- هل استطاعت الحصة خلق فضاء للحوار داخل المجتمع؟
- ما مدى تأثير الحصة لترسيخ او تغيير بعض الأفكار والمعتقدات السائدة في المنظومة الاجتماعية؟
- هل ساهمت الحصة في كسر بعض الطابوهات داخل المجتمع الجزائري؟

وأجرت الباحثة الحصص الخاصة الاجتماعية في التلفزيون الجزائري حصة " وكل شيء ممكن " كمجتمع بحث لدراساتها، وتمثلت العينة في عدد من الحصص الخاصة الاجتماعية التلفزيونية للبرنامج في الفترة الممتدة من جانفي 2008 الى جويلية 2008، بمعدل حصتين في كل شهر وبذلك كانت الحصص في هذه الفترة 14 حصة اخذ منها خمس حصص للتحليل وهذا يمثل ثلث مجتمع البحث.

واستخدمت هذه الدراسة للمنهج المسحي واستخدم تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الباحثة لأهم النتائج الآتية:

- تتطرق الحصص الاجتماعية الى مواضيع حساسة وانية مأخوذة من رحم المجتمع وتتمثل في انشغال المواطن فيه وهذا من بين عوامل نجاحها، إضافة الى ان الحصص المباشرة تكسب ثقة المشاهد وكسب التلفزيون مصداقية أكبر من خلال فتح الحوار المباشر مع الجمهور عن طريق الهاتف للمشاركة فيها وبالتالي كلما كانت الحصة تبتث على الهواء مباشرة كلما زاد اهتمام المواطن بالمعلومات التي تقدمها.
- تقدم الحصة معلومات حول الآفات الاجتماعية من خلال التعريف بالموضوع وأسباب وجوده وانعكاساته على الفرد وعلى المجتمع بالإضافة الى تحليل مختصين به.
- ساهمت حصة " وكل شيء ممكن " الى جانب حصص اجتماعية أخرى الى نشر التوعية للوقاية من الآفات الاجتماعية وخلق ثقافة الحوار داخل الاسرة أولا وفي المجتمع ثانيا.¹

- الدراسة الثانية:

زوقاوي مونية، العمل التطوعي وتعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية لعينة من المتطوعين بجمعية كافل اليتيم لولاية البليدة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع التربوي كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة لونييسي علي، البليدة 2، 2019-2020.

هدفت هذه الدراسة الى الكشف عن تفسير لمفهوم العمل التطوعي عند الشباب المتطوعين كما هدفت الى تفسير الإطار المرجعي للمواطنة ومعرفة قيامها، وكيفية تحويل الممارسة التطوعية الى أفعال تعزز قيم المواطنة، وكذا تحديد الصعوبات التي تعرقل العمل التطوعي.

طرحت الباحثة التساؤل التالي:

كيف يساهم الانخراط في العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري في تعزيز قيم المواطنة؟

لإجراء الدراسة تم تحديد 250 متطوعا بجمعية كافل اليتيم كعينة للدراسة، اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي الاحصائي والتحليلي المعتمدين في جمع البيانات على الملاحظة والاستبيان والمقابلة.

¹ مايا باشا الحصص في التلفزيون الجزائري " دراسة وصفية تحليلية لحصة وكل شيء ممكن " مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال كلية العلوم السياسية والاعلام جامعة الجزائر للطالبة للسنة الجامعية 2007/2008.

توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج ابرزها:

أن تعزيز قيم الانتماء الوطني وترسيخ قيم المسؤولية الاجتماعية يتم عبر العمل التطوعي.¹

الدراسة الثالثة:

الدكتور افنان محمد شعبان فاعلية القنوات الفضائية في نشر ثقافة العمل التطوعي بين الشباب دراسة تطبيقية من اعداد وهي عبارة عن مقال في مركز بحوث السوق وحماية المستهلك جامعة بغداد تناولت الدراسة فاعلية القنوات الفضائية في نشر ثقافة العمل التطوعي بين الشباب. وهي دراسة تطبيقية تهدف الى معرفة مدى إدراك العينة لثقافة العمل التطوعي وتحديد نوع العلاقة بين برامج القنوات الفضائية وإدراك العينة لثقافة العمل التطوعي، ومعرفة نوع العلاقة بين خصائص العينة وتأثير القنوات الفضائية في اتجاهاتها، والتعرف على مدى العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة نحو المشاركة في الاعمال التطوعية.

وأجريت دراسة ميدانية لعينة من طلبة كليات جامعة بغداد مكونة من 150 مفردة من الذكور والاناث وجرى توزيع استمارة استبيان تضمنت مجموعة من الأسئلة التي تختبر الفروض والاهداف الموضوعية استخدم البرنامج الاحصائي SPSS لاستخراج البيانات والتكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري، وتوصلت الدراسة الى اهم النتائج الاتية -العينة يتأثرون بشكل كبير بما تقدمه الفضائيات اذ تؤثر القنوات الفضائية في اتجاهاتهم.

➤ اغلبية العينة لديهم معرفة بمفهوم ثقافة العمل التطوعي بانها اعمال ونشاطات لا تهدف الى تحقيق الربح، واثبت صحة الفروض بوجود فروق دالة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة نحو المشاركة في الاعمال التطوعية.

➤ ان للقنوات الفضائية تأثير كبير في احداث الحراك والتوعية في المجتمع كونها تستقطب أكبر عدد من الجمهور، اذ انها تسهم في التنقيف بأهمية العمل التطوعي لتطوير المجتمع.²

¹ زوقاوي مونية، العمل التطوعي وتعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية لعينة من المتطوعين بجمعية كافل اليتيم لولاية البليدة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع التربوي كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة لونييسي علي، البليدة 2، 2019-2020.

¹ الدكتور افنان محمد شعبان فاعلية القنوات الفضائية في نشر ثقافة العمل التطوعي بين الشباب دراسة تطبيقية من اعداد وهي عبارة عن مقال في مركز بحوث السوق وحماية المستهلك جامعة بغداد

الدراسة الرابعة:

منتهي الكيلاني دراسة دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان، قدمت كرسالة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام، كلية الاعلام جامعة الشرق الأوسط.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على الدور الذي يؤديه موقع الفيس بوك في نشر ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي وتمثل مجتمع الدراسة بطلبة الجامعة الأردنية وجامعة الشرق الأوسط والبالغ عددهم خمسون ألف طالب وطالبة وبلغت عينة الدراسة 414 طالبا وطالبة تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة.

وكان التساؤل الرئيسي للدراسة:

الى أي مدة أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك نموذجاً في ترسيخ ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية؟

وتوصلت الدراسة الى اهم النتائج التالية:

- ان طلبة الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط والأردنية) يستخدمون الفيسبوك بنسبة عالية، وانهم يفضلون معظم الأماكن لاستخدام وتصفح الفيسبوك. كما انهم يستغرقون في استخدام وتصفح الفيسبوك (من ساعة الى 3 ساعات) ويفضلون استخدام الجوال في متابعة وتصفح الفيسبوك.
- ان الفيس بوك وسيلة فعالة للترويج لحملات العمل التطوعي ويسهم بشكل فاعل في تعريف الطلبة بالمزيد من أوجه العمل التطوعي.
- ان منشورات الفيس بوك عن العمل التطوعي لها تأثير كبير في تعزيز الروح الأخوية بين افراد المجتمع، كما انه في ذات الوقت تبين عن القيمة الإنسانية للعمل التطوعي

➤ انما يحتاجه طلبة الجامعات هو ان يعملوا على توفير مساحات على فيسبوك لدعوة الآخرين للعمل التطوعي وان يحرسوا على نشر الاعمال التطوعية لتعميم الفائدة.¹

الدراسة الخامسة:

Rocker, and Coleman, 1999 دراسة طبقت في المملكة المتحدة على طلاب الصفوف العليا في المدارس الثانوية في المرحلة العمرية بين (14-16) عاما. هدفت هذه الدراسة الى معرفة عدد الطلاب الذين ينخرطون في الاعمال التطوعية، وكذلك الدور الذي تمارسه المدرسة في تشجيع وترغيبهم للالتحاق ببرامج الاعمال التطوعية، وطبق الباحثان استبانة على جميع طلاب تلك المدارس، وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج أبرزها:

➤ المجالات التي يرغب الطلاب الصغار في تطوير مهارتهم في القراءة والكتابة.

➤ القيام بالحملات الاجتماعية لتطوير المرافق الخاصة بالأطفال.

➤ المساعدة في تنظيم البرامج الرياضية على مستوى المجتمع المحلي.

➤ القيام بحملات التضامن مع جمعيات الرفق بالحيوان.

➤ التطوع في بعض المستشفيات وكذلك المنظمات الخيرية.²

التعقيب على الدراسات السابقة:

ما من شك ان في الدراسات السابقة اسهامات علمية و نتائج مهمة وجب الوقوف عليها لإعطاء البحث بعده النظري و كذلك الانطلاق من تراكم معرفي يساعدنا في استنتاجات ميدانية للدراسة، شملت هذه الدراسات في مجملها جزء من دراستنا على الأقل سواء القنوات الفضائية او الاسهامات في تفعيل العمل الخيري او حتى انعكاساتها على التواصل المجتمعي واستفدنا من هذه الدراسات في الجانب النظري

¹ منتهي الكيلاني دراسة دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان، قدمت كرسالة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام، كلية الاعلام جامعة الشرق الأوسط.

² Rocker, and Coleman, 1999 دراسة طبقت في المملكة المتحدة على طلاب الصفوف العليا في المدارس الثانوية في المرحلة العمرية بين (14-16) عاما، معرفة عدد الطلاب الذين ينخرطون في الاعمال التطوعية.

و المنهجي و كذا في تفسير بعض النتائج التي لها علاقة مع نتائج دراستنا و هذا من خلال اعتماد غالبيتها على المنهج الوصفي و الاستبيان في جمع النتائج و هو ما يتشابه مع دراستنا.

10/ المدخل النظري للدراسة:

يعد البحث العلمي نشاطا منظما واسعا يتطلب الالتزام بقواعد وإجراءات تبين إطاره المعرفي والمنهجي وتنظم خطواته وأساليبه تعامله مع الواقع و المعطيات، ولا يمكن استثناء بحوث الاعلام والاتصال من التقيد بهذه الخطوات حيث يقوم ابحاث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال كغيره من البحوث العلمية على نقطة أساسية تتمثل في تبني الاطار النظري للدراسة بالاعتماد على احدى النظريات الاتصالية الكبرى التي تعتبر دليلا ومرشدا ووعاء فكريا يعمل على توجيه الباحث في هذا الميدان عبر مختلف مراحل اعداد بحثه بجانبه النظري والمنهجي وابرار مختلف اختياراته بطريقة علمية. على ضوء ما سبق تبين لنا الاتجاه او النظرة الأساسية التي يمكن ان تعتمد عليها او النظرية الأنسب في دراستنا هي نظرية الاستخدامات والإشباعات.

تعريف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية، وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين ادلى تأثير عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على ادراك السلوك المرتبط بوسائل الاعلام الى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الاعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، على رؤيتها أنها فعالة في انتقاء افرادها لمضمون مفضل من وسائل الاعلام، وكانت النظريات المبكرة مثل نظرية الرصاصة ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة، وتتصرف بناء على نسق واحد.¹

¹المقدم نورة، شريفي وسيلة، دور برنامج وافعلوا الخير بقناة الشروق الجزائرية في تفعيل العمل الخيري لدى الاسرة الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2019.

ظهر مفهوم الاستخدامات والاشباكات في ميدان الدراسات الإعلامية كبديل للأبحاث التي تتعامل مع مفهوم التأثير المباشر لوسائل الاتصال مع الجمهور المتلقي، ويمكن تعريفها بأنها دراسة جمهور وسائل الاعلام والاتصال المتعرض بدافع معين وهو اشباع الحاجات والرغبات الفردية.¹

تقوم هذه النظرية على افتراض ان الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل الاتصال الجماهيرية وانما يستطيع الاختيار بوعي وسائل الاتصال التي يرغب في التعرض لها ونوع المضمون الذي يلبي حاجياتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.²

فرضيات النظرية: وهي تعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاث أهداف:

➤ بإمكان الجماهير تحديد حاجياتهم ودوافعهم دائماً، وبالتالي فهم من يختارون الوسائل التي تشبع حاجياتهم.

➤ تقتض النظرية أن جمهور وسائل الاعلام إيجابي ونشط يشارك في عملية الاتصال الجماهيري بفاعلية، واستخدامه لوسائل الاعلام ما هو الا توجيه لتحقيق أهدافه وحاجياته.

➤ الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة يكون من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاعلام وليس من محتوى الرسائل فقط.

➤ حاجيات الافراد واختيارهم لوسائل الاعلام ورسائلها تتحكم فيها الفروق الفردية.

➤ الجمهور هو من يختار المضمون والرسائل التي من خلالها يشبع حاجياته، فالجمهور هو يستخدم وسائل الاعلام وليس العكس.³

أهداف النظرية:

➤ تهدف النظرية الى تفسير استخدام الجمهور لوسائل الاتصال لإشباع احتياجاته.

➤ أيضاً الى تفسير داع الجمهور من التعرض للوسيلة، ومعرفة التفاعل الذي يحدث خلال هذا التعرض.

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص254

² رشتي احمد جيهان: الأسس العلمية لنظريات الاعلام، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص70.

³ عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص255.

➤ وتهدف النظرية الى التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بغية الفهم الدقيق لعملية الاتصال الجماهيري.¹

اسقاط النظرية على دراستنا:

يدور موضوع دراستنا حول اسهامات القنوات الفضائية الجزائرية في تفعيل العمل الخيري لدى طلبة جامعة البويرة برنامج " حباب ربي " نموذجاً، الملاحظ أن الطلبة المتابعين يسعون لاشباع رغباتهم وميولتهم من خلال البرنامج الذي يتناول موضوع تفعيل العمل الخيري، حيث نجد تأثر الطلبة من خلال متابعتهم للبرنامج الذي يبيث في القنوات الفضائية، أدى هذا الى خلق صورة ذهنية لدى المتابع عن طبيعة الموضوع، ولكل وجهة نظره في انتقاء الوسيلة الإعلامية التي تشبع احتياجاته ورغباته وميوله الشخصي.

11/ المنهج المستخدم في الدراسة:

المقصود بالمنهج هو الطريقة التي يسلكها يتبعها الباحث في دراسته لموضوع ما، ويعرف منهج البحث العلمي بأنه أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث في تنظيم وتحليل افكاره وعرضها ثم الوصول الى نتائج وحقائق معقولة حول ظاهرة موضوع دراسته.²

تدور دراستنا حول اسهامات القنوات الفضائية في تفعيل العمل الخيري، بالتالي يمكن اعتبارها تندرج ضمن الدراسات الاستطلاعية وعليه المنهج المتبع في دراستنا هو المنهج الوصفي.

ويعرف المنهج الوصفي:

المنهج الوصفي من المناهج الرئيسية التي نستخدمها في البحوث السلوكية والاجتماعية ويتم الاعتماد عليه بشكل كبير في البحوث الكشفية والوصفية والتحليلية، وهو منهج يعتمد على دراسة الواقع او الظاهرة، كما توجد في الميدان ويهتم بوصفها وصفا دقيقا، ويتم التعبير عنها تعبيراً كيمياً، والتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، اما التعبير الكمي فيعطيها وصفا بالارقام يوضح مقدار هذه الظاهرة وحجمها وأيضاً درجة ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى.³

¹ عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص 245.

² محمد علي سرحاني علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، صنعاء، ط3، 2019، ص35.

³ محمود احمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، مؤسسة الامة العربية للنشر والتوزيع، 2018، ص 118.

من أجل الإجابة على أسئلة الدراسة لتحقيق أهدافها، استخدمنا المنهج الوصفي، وذلك من خلال جمع المعلومات والبيانات التي يتم الحصول عليها عن طريق أداة الاستبيان، لنقوم بعدها بالوصف الدقيق وتحليل الأجوبة التي تم طرحها على عينة من طلبة جامعة البويرة ليتم بعد ذلك فهم المعلومات وتفسيرها وذلك بهدف الوصول الى نتائج واستنتاجات يتم من خلالها وضع التوصيات.

12/ مجتمع وعينة الدراسة:

نجد في بعض الأحيان مشكلات بحثية تشمل مجتمعات كبيرة يصعب دراسة كل عناصرها، ولهذا يقوم الباحث بتحديد مجتمع بحثه وأخذ عينة منه للقيام بدراسته وجمع البيانات.

تعريف مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة على أنه جميع وحدات المعاينة التي تنتمي الى مجتمع الدراسة، حيث يتم تحديد وحدة المعاينة والخصائص التي نود قياسها والمتغيرات التي نود استخدامها.¹

هم مجموعة من الوحدات الإحصائية المعرفية بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على بيانات.²

وفي دراستنا هذه يتكون مجتمع البحث من مجموعة من طلاب جامعة البويرة، نظرا لصعوبة الوصول إلى كل أفراد مجتمع البحث لجأنا لاختيار عينة مناسبة له.

تعريف العينة:

يمكن تعريف العينة بأنها جزء من مجتمع البحث تعكس خصائص وصفات مجتمع الدراسة، وكلما كان اختيار العينة خطأ كلما حصلنا على نتائج بحث غير دقيقة.³

إذا اختيار العينة تكون وفق أسس وأساليب علمية، وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية.

العينة القصدية: يقوم فيها الباحث بالتقصد عند اختياره لعينة بحثه، بحيث يجب ان يتحقق وجود في كل منهم شروط معينة، فيختار الباحث الوحدة والوحدات التي تكون مقاييسها مماثلة ومتشابهة لمقياس المجتمع الأصلي.¹

¹ فتحي أحمد عاروري، المعاينة الإحصائية طرقها واستخداماتها، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، ص 18.

² رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، ط1، 2007، ص 161.

³ ريم ماجد، منهجية البحث العلمي، مؤسسة فريدريش ايبرت، لبنان، 2006، ص 29.

اعتمدنا على العينة القصدية بحيث اخترنا طلبة جامعة البويرة كعينة للدراسة لأنها تعكس خصائص مجتمع البحث عامة ولأنهم أدرى بموضوع دراستنا لأنه يتعلق بإسهامات القنوات الفضائية في تفعيل العمل الخير.

13/ أدوات جمع البيانات:

يقصد بأدوات جمع البيانات تلك الطرق والوسائل التي يستخدمها الباحث للحصول على المعلومات التي يحتاجها في بحثه، وهناك أدوات عديدة يمكن أن يستعين بها الباحث في تجميع المعلومات، وللباحث أن يستخدم أكثر من أداة في بحث واحد.

اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان ويعرف على أنه:

الاستبيان: يعرف الاستبيان على أنه مجموعة من الأسئلة المكتوبة، ترسل الى أفراد عينة الدراسة ليقوم بالإجابة عنها واعادتها الى الباحث ويتم استخدام هذه الأداة في البحوث التي تستدعي استطلاع رأي مجموعة كبيرة من الافراد، حيث توفر الوقت والجهد والتكلفة، كما يجب أن يراعي الباحث أن تكون أسئلة الاستبانة واضحة ومفهومة.²

ويمكن تعريفه أيضا بأنه صحيفة تحوي على مجموعة من الأسئلة التي يرى الباحث أن اجابتها تساعد بما يطلبه موضوع بحثه من بيانات ترسل بالبريد الى الافراد التي يتم اختيارها على أسس إحصائية ويجيبون عنها ويتم اعادتها.³

وعليه قمنا بالاستعانة باستمارة الاستبيان التي تم عرضها على الأساتذة المحكمين الأستاذ بوسبعين سعيد والأستاذة جوردخ مليكة.

وقد تم توزيع 100 استمارة الكترونية في شهر جوان خلال مدة ثلاثة ايام بقصد جمع آراء ووجهات نظر المبحوثين.

وقد قمنا بتقسيم الاستمارة على شكل محاور:

¹ رحيم يونس كرو العزاوي، مرجع سابق، ص 173.

² إبراهيم بن عبد الله المسند وآخرون: المكتبة البحث لصف الثالث ثانوي، ط1، وزارة التربية والتعليم، السعودية، الرياض، 2008، ص 15.

³ مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الحقوق للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 165.

المحور الأول: عادات وأنماط طلبة جامعة البويرة نحو برنامج "حباب ربي"

المحور الثاني: دوافع طلبة جامعة البويرة لمشاهدة البرنامج.

المحور الثالث: تقييم طلبة جامعة البويرة لبرنامج "حباب ربي"

13/ حدود الدراسة:

حتى نتمكن من الإجابة على الإشكالية المطروحة بدقة كان من الضروري تقييد دراستنا ببعض الحدود:

- **الحدود المكانية:** أجريت هذه الدراسة على الحيز الجغرافي لجامعة البويرة باعتباره موقع عينة الدراسة.

- **الحدود الزمانية:** تمت هذه الدراسة خلال الموسم الجامعي 2023/2022.

خلاصة الإطار المنهجي

لقد تم في هذا الفصل التعريف بموضوع البحث انطلاقاً من تحديد إشكالية الدراسة ثم التساؤلات الفرعية، وتم عرض أسباب اختيار الموضوع (الذاتية والموضوعية) وبعد ذلك تطرقنا الى أهمية الموضوع وأهدافه، ثم انتقلنا الى تحديد المصطلحات ومفاهيم الدراسة (القنوات الفضائية، القنوات الفضائية الخاصة، العمل الخيري، الشباب الجامعي، برنامج حباب ربي) وبعد ذلك تم التطرق الى الدراسات السابقة وبعد ذلك تم التطرق الى المقاربة النظرية (نظرية الاستخدامات والاشباع) وبعدها تطرقنا منهج الدراسة (المنهج الوصفي) وتحديد مجتمع وعينة الدراسة (العينة القصدية) وأدوات جمع البيانات (الاستبيان) وفي الأخير حدود الدراسة (المكانية والزمانية).

الفصل الأول

القنوات الفضائية في الجزائر والبرامج
الاجتماعية.

الفصل الأول : القنوات الفضائية في الجزائر و البرامج التلفزيونية

المبحث الأول: ماهية القنوات الفضائية الجزائرية.

المطلب الأول: مفهوم القنوات الفضائية والقنوات الفضائية الجزائرية.

المطلب الثاني: أهمية القنوات الفضائية.

المطلب الثالث: واقع الفضائيات الجزائرية.

المطلب الرابع: التحديات التي تواجه الفضائيات الجزائرية.

المبحث الثاني: ماهية البرامج الاجتماعية.

المطلب الأول: مفهوم البرامج الاجتماعية.

المطلب الثاني: أهمية البرامج الاجتماعية.

المطلب الثالث: أهداف البرامج الاجتماعية.

المطلب الرابع: خصائص البرامج التلفزيونية الاجتماعية.

تمهيد :

عرفت الجزائر قفزة نوعية في الاعلام والبرث الفضائي حيث أصبح المجال مفتوحا أمام القنوات الفضائية في إيجاد مساحة في الاعلام وخلق منافسة بينها، وهو ما حصل حرية أكبر لمناقشة مختلف المواضيع بأنواعها، وقد برزت في هذه الفترة البرامج الاجتماعية والتي تعالج قضايا المجتمع الجزائري والتي تميزت بخصائص ومضامين متنوعة كما كان لها أثر كبير على مختلف الافراد مما جعل منها قبلة لجميع الجزائريين وسنتعرف في هذا الفصل الأول من الاطار النظري الى ماهية القنوات الفضائية الجزائرية وكذا البرامج الاجتماعية من خلال مبحثين يحوي كل مبحث على أربعة مطالب.

المبحث الاول: ماهية القنوات الفضائية.

1/ مفهوم القنوات الفضائية:

لغة: من الفضاء وهو ما بين الكواكب من مسافات والفضائية جهاز كبير معلق بالفضاء.¹

اصطلاحا: هي المحطات التي تبث ارسالها عبر الأقمار الصناعية هذا الارسال يتجاوز نطاق الحدود الجغرافية لدول الارسال حيث يمكن استقباله في دول ومناطق أخرى عبر أجهزة خاصة وذلك بالتقاط الإشارات الواحدة من القمر الصناعي ويمكن التقاط بثها التلفزيوني في مناطق عدة.²

تعرف القنوات الفضائية: بأنها لكل محطة إذاعية أو تلفزيونية قناة معينة تبث عبرها إرسالها وهي بمثابة الطريق الذي تسلكه الإشارة الإذاعية أو التلفزيونية من محطة الإرسال إلى أجهزة الاستقبال.

هي جميع القنوات الفضائية، التي تستقبل اشاراتها من الفضاء الخارجي عبر الأطباق أو الشبكة العنكبوتية أو الجوال أو وسائل الاتصال الأخرى، وتبث بطريقة رسمية أو غير رسمية مفسوحة أو ممنوعة مشفرة أو غير مشفرة. ويقصد كذلك بالقنوات الفضائية المحطات التلفزيونية التي تبث برامجها عبر الاقمار الصناعية والتي يتم استقلالنا بواسطة هوائيات مقعرة.³

القنوات الفضائية الجزائرية:

يعتبر البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية قفزة نوعية يحققها التطور العلمي والتكنولوجي في مجال تطوير وسائل الاتصال الجماهيرية، لتدخل الجزائر في البث الفضائي المباشر في منتصف الثمانينات بإطلاق فرنسا القمر الصناعي الاول الخاص بالبث المباشر سنة 1985 من شهر أكتوبر، وكانت عملية استقبال البث الفضائي في الجزائر وفقا على الأماكن العامة مثل: دور السينما الحفلات...وقد كان رياض الفتح بالعاصمة أول جهاز بهوائي كبير.⁴

¹ إبراهيم فريد الدين: الأسس البيولوجية سلوك الانسان، ط1، دار العربية العلوم، لبنان، 1994، ص256

² عبد الله بوجلال: إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي، المجلة الجزائرية للاتصال، ع1990، 4، ص43.

³ سعيد مراح، محمد قارش، مجلة الحقيقة، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، العدد 39، جامعة باتنة، ص 347.

⁴ فتيحة لعياشي، مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية، القنوات الفضائية الجزائرية وانعكاسها على الواقع الاجتماعي، العدد السابع، جامعة الجلفة، ص 166.

المفهوم الاجرائي للقنوات الفضائية: هي كل القنوات الفضائية التي تستقبل إشارات من الفضاء الخارجي عبر الاطباق او الشبكة العنكبوتية او الجوال بعدة طرق وسواء كانت مفتوحة او مشفرة.

المطلب الثاني: تطور القنوات الفضائية الجزائرية.

دخلت الجزائر البث التلفزيوني الفضائي رسميا منذ منتصف الثمانينات، وذلك جراء إطلاق فرنسا لقمريها الصناعي الأول tdf1 الخاص بالبث المباشر في أكتوبر 1985 وقد كانت عملية استقبال البث الفضائي في الجزائر في البداية في الأماكن العمومية مثل السينما وقاعات الحفلات¹

سعت الجزائر خلال هذه الفترة الى تطوير انتاجها الوطني ودعمه بالكم والكيف، وهذا تحقيقا للأهداف العليا للامة والوطن بما يستجيب لشروط الخدمة العمومية والمنافسة الموجودة في ظل التوسع في استخدام الأقمار الصناعية واكتساح الفضاء الجزائري من طرف القنوات الأجنبية، لذلك كان لزاما السعي الى إطلاق قناة تلفزيونية اخرى والعمل على إيصالها عبر الساتل خارج الحدود الوطنية وخاصة للجالية خارج الجزائر.

كان المشهد الإعلامي في الجزائر خلال الفترة 2012-2019 قفزة نوعية خصوصا في قطاع السمعي البصري، حيث كان للظروف الخارجية المحيطة بالبلد اسهام اكبر مما ساهمت الظروف الداخلية فيما عرف لاحقا بحركة الربيع التي عاشتها الدول العربية وظهور الدور الهام للإعلام في اشعال وتأجيج هذا الحراك الشعبي وتمكنه من اسقاط امبراطوريات دامت لأكثر من أربعين سنة، حيث سارعت الحكومة الجزائرية آنذاك لاحتواء هذا الوضع عبر وضع خارطة من الإصلاحات السياسية، والتي من بينها اصدار القانون العضوي للإعلام سنة 2012 حيث أبدت فيه الحكومة نية محتشمة في فتح القطاع السمعي البصري امام الملكية الخاصة بعد اكثر من 27 سنة من الانفتاح الإعلامي، بينما يعتبر مشروع (05-12) الخطوة الحاسمة نحو الاعلام البصري الحر والبداية الأولى التي سمحت للجمهور الجزائري بعد طول انتظار بمشاهدة قنوات خاصة جزائرية عام 2011، وكانت اول قناة خاصة هي قناة الشروق وقناة النهار التي بدأت البث في 06 مارس 2012.²

¹ نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية في الجزائر، دار ابن خلدون للنشر والتوزيع، ط1، 2008، ص110.

² بلحاجي وهيبة، تحرير النشاط السمعي البصري في الجزائر بعد 2014 المدرسة العليا للصحافة وعلوم الاعلام والاتصال، دراسة منشورة، 2017، متاح على موقع asjp

يرى بعض الإعلاميين في الجزائر ان الحراك الشعبي الذي انطلق في الجزائر في 22 فيفري 2019، المطالب بتغييرات سياسية وتحسينات اجتماعية في البلاد هو بداية مرحلة جديدة في تاريخ الاعلام، مرحلة قد تساهم في منح الصحافة في البلاد جرأة وهوامش حرية أوسع لم تكن متاحة قبل هذا التاريخ.

المطلب الثالث: واقع القنوات الفضائية الجزائرية.

ان القنوات التي مدراءها من الاعلام يظهر في محتواها العمل الإعلامي المميز، بعكس القنوات التي يملكها أصحاب المال فهي أكثر تجارية ويرى الإعلامي محمد يزيد: "أن تجربة الاعلام الخاص السمعي البصري لا تزال فتية وبحاجة إلى التطوير، سواء تعلق الأمر بالجانب التقني وجماليات الصورة، أو من ناحية الكفاءات والطاقات المعتمدة في المجال الصحفي والتقديم". وكان بمن الأفضل الاعتماد على خبرات الإذاعة والتلفزيون الرسمي، في تكوين الشباب الملتحقين بهذا الفضاء السمعي البصري، الذي يقترب أكثر من أسلوب الصحافة المكتوب فيما يخص المواد والمضامين المقدمة. وللأسف فإن بعض هذه القنوات الخاصة تعمل على إثارة قضايا دون المستوى، مع غياب اعتمادها على مصادر ومراجع مما يثير التساؤلات حول جديدة هذه القنوات فقد انطلقت هذه القنوات و توسعت في ساعات البحث من دون ميزانيات مناسبة بشراء الإجازة أو انتاج البرامج وقد أدى هذا الوضع الى ضعف مستوى ما تقدمه هذه القنوات من حيث الشكل و المضمون و على هذه القنوات ان تعمل بالحظ الأدنى من المطلوب بحيث توازن ما تتفقه من صرف رخيص على برامج الأغاني والترفيه ومع ما تتفقه على برامج الفكر والثقافة و الإبداع لما تتصف برامج الفضائيات بالرداءة تعكس الإعداد الضعيف لهذه البرامج.

وتفتقر معظم الفضائيات الخاصة الى المهنية واللغة الاعلامية المتميزة والخطاب الإعلامي المسؤول، ولا ترتقي برامجها إلى مستوى ما يقدم في الفضائيات العربية الأخرى، ولم تقارب هموم الناس ومشاكلهم الحقيقية. وعلى الرغم من الميزانيات الضخمة لبعض هذه القنوات، إلا لا تتفق إلا القليل على الإنتاج، ويشكو صحافيوها من تدني أجورهم.

إذ فرضت الكلفة العالية للاستثمار في مجال إنتاج المواد الإعلامية أثرها على انتشار كم هائل من برامج الحوار والمناقشات والمناظرات الكلامية وهي برامج تستغرق زمنا طويلا لملء وقت الإرسال وبكلفة مادية قليلة نسبيا مع إنتاج الأفلام والبرامج الوثائقية والمسلسلات، واتسمت هذه البرامج بالإثارة والجرأة في طرح موضوعات شائكة غير معتادة في البث الأرضي وتسمح هذه البرامج بمشاركة

الجمهور من خلال الهاتف مما أدى إلى توسيع هامش الحرية المتاح لبعض المواطنين مخاطبة وسائل الاعلام والتفاعل معها.¹

المطلب الرابع: التحديات التي تواجه الفضائيات الجزائرية.

أصبح الإعلام اليوم على مواجهة العديد من التحديات التي تعوق مسيرته، وتنعكس سلبا بشكل أو بآخر على مضمون ما يقدم خاصة في الفضائيات الخاصة حيث تواجه هذه الأخيرة العديد من التحديات من أهمها ما يلي:

1-التحديات المهنية: وتتمثل في:

-تدني الأداء المهني للإعلام العربي بصفة عامة، والجزائري خاصة حيث يركز على الأخبار الرسمية والمعالجة الجزئية للأحداث من خلال خطاب إعلامي تقليدي إيديولوجي لا يصلح في عصر التدفق السريع للمعلومات.

-أزمة الإعلاميين الذين يتعرضون لشتى أنواع الضغوط والرقابة والتصفية الجسدية والأدبية فضلا عن قصور برامج التأهيل والتدريب في مواكبة التطورات الإعلامية السريعة واضطراب علاقاتهم بمصادر المعلومات، بسبب عدم توفر ضمانات ممارسة المهنة.

-أزمة المصداقية بسبب سيطرة الحكومة على الإعلام وهو الأمر الذي أكدته إغلاق قناة الأطلس مؤخرا رد قيامها بتغطية الاحتجاجات المعارضة وكذا غلق قناة الوطن.

-سيطرة قيم إعلامية لا تواكب معطيات العصر، ولا تلبي الاحتياجات الإعلامية للجماهير.

-سيطرة النظرة الرسمية على الإعلام مما أفقده الكثير من حيويته وجاذبيته وبالتالي حد من مقدرته على الوصول والتأثير وجعله موزعا للمساءلة، ما الوعي الذي ينشره؟

¹ نايلة، مقال منشور على موقع العربي الجديد بتاريخ 2014/04/29.

-التحديات التكنولوجية: ويتمثل أبرزها في ظهور شبكة الانترنت كمصدر عالمي للمعلومات مما طرح العديد من التحديات التكنولوجية والمهنية والثقافية من أهمها تكريس الخلل الإعلامي والمعلوماتي بين من يملكون هذه التكنولوجيا والمحرومين منها وكذا نقص الإمكانيات المادية (الأجهزة)

فضلا عن الخلل التقني المتكرر سواء انقطاع الصوت أو الصورة وغيرها من المشاكل التقنية التي تواجهها زيادة على هذا مشاكل التمويل والبث وتكاليف الصناعة الإعلامية وعدم وجود الاستوديوهات، خاصة وأن الكثير من القنوات تبث انطلاقا من شقق متواضعة.¹

المبحث الثاني: ماهية البرامج الاجتماعية

1 مفهوم البرامج الاجتماعية:

اصطلاحا: يعد هذا النوع من البرامج هو الأكثر انتشارا، اذ يشمل برامج الاسرة والبرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية، والبرامج الفنية الموجهة للشباب او الأطفال او المرأة او غيرها من البرامج الموجهة للأسرة كالبرامج الصحية.

ويقوم البرنامج الاجتماعي في الغالب على مبدأ المشاركة الجماهيرية في إنتاجية من خلال المقابلات الميدانية التي يقوم بها مقدم البرنامج، ومن خلال الاتصالات الهاتفية من خلال الرسائل التي تصل برنامج ما، ويقدر ما يعمل المعد على تخصيص فقرات من النجاح ذلك لان مضمون البرنامج الاجتماعي يكون محوره الأساسي الجمهور نفسه بواقعه ومشاكله وأراءه ووجهات نظره.²

هي برامج سمعية بصرية تستضيف حالات إنسانية وتعالج قضايا اجتماعية من صلب الحياة الاجتماعية الجزائرية مستخدمة التقارير والاستجابات والحوارات.³

يعتمد مضمون البرامج الاجتماعية على الموضوع والفئة الموجه لها، فالبرامج الموجهة للأطفال حتما سيختلف مضمونها وفقراتها على ذلك المضمون الذي نعهده للشباب سواء من حيث المفردات

¹ هائلة اسماعيل، بغدادي، الاجبارية الفضائية العربية بين الواقع والطموح، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ص12
13.

² _ابراهيم عزيز: تكنولوجيا الاتصال الحديثة و تأثيراتها الاجتماعية و الثقافية، ط1، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2012، ص 44.

³ _طاهر حرية: الخصوصية و قيم المجتمع في الفضائيات في الجزائر، دراسة تحليلية لمضامين البرامج الاجتماعية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الاتصالية، 2018، ص4.

الفصل الأول : القنوات الفضائية في الجزائر و البرامج التلفزيونية

المستخدمة في الصياغة وعبارات المخاطبة ونوعية المادة التي يضمنها البرنامج، لكنها بمجملها تتصف بقربها من الجمهور المستهدف وتتناول المواضيع القريبة من الناس بما يتعلق بأمورهم الحياتية اليومية ومشاكلهم وطموحاتهم واجتهاداتهم.¹

وتعرف البرامج الاجتماعية انها تلك النوعية من البرامج التي تسعى الى تطوير الافراد والجماعات، وذلك من خلال تقديم خدمات صحية تعليمية، تثقيفية، اقتصادية وغيرها، وتتنوع البرامج الاجتماعية عن بعضها البعض من حيث الأهداف والحجم، ودرجة التنظيم، والمدة الزمنية المحددة للتنفيذ.²

التعريف الاجرائي:

هو المحتوى الاجتماعي الذي يخاطب عامة الناس بمناقشته لقضايا تهمهم كما يهتم بتقديم الآراء واقتراح الحلول للظواهر التي يتخبط فيها المجتمع وذلك من اجل تنوير الراي العام وبعث رسائل عديدة للأسر والافراد وغرس القيم والحفاظ على خصوصية المجتمع.

المطلب الرابع: أهمية البرامج الاجتماعية.

للبرامج الاجتماعية أهمية بالغة تتمثل فيما يلي:

- -توعية افراد بما يدور في المجتمع.
- -تبين مكانة الفرد داخل المجتمع من خلال هذه البرامج.
- -كسر الحواجز المتواجدة في المجتمع.
- -خلق الوعي لدى الافراد.
- - إيجاد طرق جديدة لحل المشاكل في المجتمع.³

¹ _براهيم عزيز: مرجع سابق، ص 197.

² _صالح بن الرميح: البرامج الاجتماعية المناسبة للفئات الواقعة تحت الخطورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1، السعودية، 2005، ص 292-293.

³ حساينية رضا، حاجي حمزة، بركان الياس، تأثير البرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي على قيم المرأة الجزائرية، دراسة ميدانية على عينة من النساء العاملات بجامعة قالم، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر اتصال وعلاقات عامة، 2021-2022.

المطلب الثاني: اهداف البرامج الاجتماعية.

- التعبير المباشر عن أفراد المجتمع من خلال مشاركتهم في طرح مشاكلهم وقضاياهم واهتمامهم وطموحاتهم.
- أخذ زمام المبادرة بعرض القضايا المجتمعية وأفكار جديدة على الجمهور واثرائهم بعرض وجهات النظر المختلفة في شأنها.
- متابعة وتغطية لأغلب الاحداث الجارية في سياق خيري.
- اتاحة الفرصة لمختلف فئات المجتمع في التفاعل مع الاحداث والقضايا العامة، المبادرات المطروحة.
- منح فرصة أكبر للتعبير عن الشباب وتفاعلهم مع قضاياهم واهتماماتهم.
- التنوع بما يتيح الفرصة الوصول الى التعبير عن أكبر شريحة من المشاهدين.¹

المطلب الثالث: خصائص البرامج التلفزيونية الاجتماعية

تتميز البرامج الاجتماعية بعدة سمات أهمها:

1-تنوع الجمهور المستهدف:

يتم في هذه الميزة تحديد نوعية الجمهور المستهدف من قبل البرنامج هل يستهدف البرنامج جمهورا عاما (كل فئات الجمهور) ام يستهدف جمهورا خاص (نوعيا)، ويقصد بالجمهور الخاص احدى الفئات الجماهيرية التي يمكننا تمييزها عن غيرها استنادا الى واحدة او أكثر من الخصائص الاتية:

- الفئات العمرية (أطفال، شباب، كبار).²

- السمات المهنية والتعليمية والثقافية.

¹ _فايزة طه عبد الحميد: البرامج الحوارية للقنوات الفضائية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية، لمكتب العربي للمعارف، ط1، مصر، 2013، ص34.

² _عادل عبد الغفار: الاتجاهات المعاصرة في الاعداد و التقديم الإذاعي التلفزيوني، دار العالم العربي، ط1، القاهرة، 2014 ص15.

الفصل الأول : القنوات الفضائية في الجزائر و البرامج التلفزيونية

- السمات الديموغرافية للجمهور التي تتضمن الشرائح الاجتماعية والثقافية التي ينتمي اليها أعضاء الجمهور: الهوية، الجنسية، الدين، العرق.¹

2 -التفاعل مع المشاهد:

أي انه برنامج يملك خاصية التماور ويقوم على أساس التفاعل بين مقدمي البرنامج وضيوفه ومختلف الفاعلين فيه، وايضا التفاعل مع الجمهور فنجد معظم البرامج الاجتماعية التلفزيونية اليوم بإمكانية تفاعل الجمهور معها من حيث مداخلات هاتفية او المشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها.²

3 -المصادقية وحرية التعبير:

تعتمد البرامج الاجتماعية على المصادقية في نقل كل المعلومات والايخبار والبرامج للمتلقي وهذا لن يتم الا بنقل الحقيقة والمعلومات والاحداث والتصريحات كما هي دون زيادات او حذف او تجاهل او تشويه ومحاولة الوصول الى كامل الحقيقة والتأكيد على مصادقيتها.³

4-ارتفاع نسبة المشاهدين: ويتطلب الامر ان يتسلح المنشط بمهارات الاتصال بالآخرين، ومنها مهارات التحدث والخطاب ووزن الأمور، والانصات والتركيز على ما يقوله ضيفه ما يمكنه من التقاط الأفكار الجذابة التي تثير المشاهدين وتثري موضوع الحوار.⁴

¹ آرثر اسيا برغر: ترجمة خليل أبو اصبع: وسائل الاعلام والمجتمع وجهة نظر نقدية، دار العالم للمعرفة، ط3، الكويت، 2012، ص67.

² -محمد الجفيري: البرامج الاذاعية و التلفزيونية، دار صناع الابداع ، ط1، قطر، 2015، ص27.

³ فارس جميل أبو خليل: وسائط الاتصال الجماهيري (الاعلام)، دار أسامة، ط1، 2011، ص217.

⁴ محمد جفيري، مرجع سابق، ص27

الفصل الثاني:

العمل الخيري و علاقته بالقنوات الفضائية الجزائرية

الفصل الثاني: العمل الخيري وعلاقته بالقنوات الفضائية الجزائرية

تمهيد

المبحث الأول: ماهية العمل الخيري.

المطلب الأول: مفهوم العمل الخيري.

المطلب الثاني: أهداف العمل الخيري.

المطلب الثالث: أثار العمل الخيري.

المطلب الرابع: معوقات العمل الخيري.

المبحث الثاني: علاقة القنوات الفضائية الجزائرية بالعمل الخيري.

المطلب الأول: علاقة الاعلام بالعمل الخيري.

المطلب الثاني: دور القنوات الفضائية في الخدمة المجتمعية.

المطلب الثالث: مظاهر العمل الخيري في القنوات الفضائية الجزائرية.

المطلب الرابع: المشاكل التي يعاني منها الاعلام الخيري في القنوات الفضائية الجزائرية.

خلاصة الفصل

تمهيد:

ان قوة وصلابة أي مجتمع وتربطه تتمثل في نوعية العلاقات الاجتماعية بين افراد ويتجلى من خلال قيم العمل الخيري في هذا المجتمع من خلال أداء كل فرد من افراده لواجباته وكذا مساهماته في الاعمال الخيرية التطوعية داخله بمقتضى ما جاء به الدين الإسلامي الذي يجسد فكرة التعاون والتكافل ويحث عليها، قال الله تعالى: "وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الاثم والعدوان" (سورة المائدة الآية، 2).

المبحث الاول: ماهية العمل الخيري

المطلب الأول: مفهوم العمل الخيري

لغة: تشير كلمة "الخير" في اللغة العربية الى كل ما فيه نفع وصلاح، او ما كان أداة لتحقيق منفعة او جلب مصلحة كالمال، والمال الوفير يقال له خير،¹ ولقد ارتبط فعل الخير بالسلوك الإنساني واعتبر احد مقاييس عظمة ونجاح الحضارات، وكان لإسلام في التأصيل للعمل الخيري الكثير من الاسهامات خاصة أن الإسلام غاية في مقصده في تنظيم شؤون الحياة وهو تحقيق الخير من خلال درء المفسدة وجلب المصلحة، ولقد أصل الإسلام لعمل الخير كمسؤولية تقع على الافراد والمؤسسات، وقد جاءت الدلالات من الآيات القرآنية والسنة النبوية لتأصل ذلك كقوله تعالى: (لا خير في كثير من نجواهم الا من أمر بصدقة أو معروف أو اصلاح بين الناس ومن يفعل ذلك ابتغاء مرضات الله فسوف نؤتيه أجره عظيما) صدق الله العظيم.

اصطلاحا: هو عمل يشترك فيه جماعة من الناس لتحقيق مصلحة عامة، واغراض إنسانية او دينية او علمية او صناعية او اقتصادية، بوسيلة جمع التبرعات وصرفها في أوجه الاعمال الخيرية بقصد نشاط اجتماعي او ثقافي او اغائي، بطريقة الرعاية أو المعاونة ماديا داخل الدولة أو خارجها من غير قصد الربح لمؤسسيها، سواء سمي إغاثة او جمعية او مؤسسة او هيئة او منظمة خاصة او عامة.²

عرف الامام يوسف القرضاوي في كتابه أصول العمل الخيري في الإسلام بقوله: المراد بالعمل الخيري: النفع المادي أو المعنوي الذي يقدمه الانسان لغيره، من دون ان يأخذ مقابلا ماديا، ولكن ليحقق هدفا خاصا له أكبر من المقابل المادي، قد يكون عند بعض الناس الحصول على الثناء والشهرة، او نحو ذلك من أغراض الدنيا المؤمن يفعل ذلك لأغراض تتعلق بالأخرة رجاء الثواب عند الله والدخول في جنات النعيم فضلا عما يناله في الحياة من بركة وحياة طيبة وسكينة نفسية وسعادة روحية لا تقدر بثمن عن أصحابها" ويلاحظ من خلال هذا التعريف ان الشيخ القرضاوي قد قسمه الى قسمين:

¹ إبراهيم البيومي غانم، مفهوم العمل الخيري ومقاصده، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، مصر، ص252.

² محمد الصالح جواد مهدي: العمل الخيري" دراسة تأصيلية تاريخية" قسم الدعوة والخطابة والفكر، بغداد، م8، اع30، 2012، ص2.

عمل خيري مادي وعمل خيري معنوي، بالإضافة الى ان كلمة الانسان تشمل كل ما أنيط به وصف الإنسانية بغض الطرف عن انتمائه او دينه، وكذلك قوله لغيره تناول المسلم وغير المسلم.¹

عرف أيضا العمل الخيري بأنه كل اعمال البر وصنائع المعروف التي يجود بها المجتمع المدني بدءا من الفرد، مروراً بالجماعة وانتهاء الى المؤسسة فالعمل الخيري يتمثل في جميع التبرعات وصرفها في الوجوه المشروعة، فهو بذل مادي أو معنوي غير ربحي يقدمه المرء ابتغاء الاجر والثواب في الآخرة.²

التعريف الاجرائي للعمل الخيري:

هي الأفعال والاعمال الخيرية الإنسانية التي يقوم بها الافراد والمؤسسات سواء كانوا جهات رسمية او غير رسمية، فالغرض من العمل الخيري هو مساعدة المحتاجين والمرضى واعانتهم بشكل مادي ومعنوي وذلك لزرع البسمة والامل والحفاظ على القيم والعادات الاجتماعية.

المطلب الثاني: اهداف العمل الخيري.

للعمل الخيري اهداف واسعة رحبة دلت على تأصيله ومشروعيته، والتوارث التاريخي على العمل به ومن اهم هذه الأهداف ما يأتي:

-التنمية الشاملة المتكاملة بوجود علاقة تكاملية بين العمل الخيري والتطوعي والتنمية الشاملة في ضوء الاعمال والبرامج المتنوعة التي تستهدف الانسان، وتسعى الى تغيير حياته نحو الأفضل، ثم الاسرة، ثم المجتمع بغية تحقيق الاستقرار والتقدم، لان صلاح الاسرة من صلاح الفرد، وصلاح المجتمع من صلاح الاسرة.

-ففي العمل الخيري تتكامل أطراف المساحة ما بين الفردي والجماعي والتنظيمي، لكي تؤدي مهمتها في تسيير الحياة على هدي الإسلام بأكبر قدر من التماسك والمرونة.³

¹ مصطفى بوهوب، العمل الخيري التطوعي أصوله وابعاده المقاصدية، مركز فاطمة الفهرية للأبحاث والدراسات، ط1، 2020، ص 11، 12.

² متم عودة العساف، محمد حسن أبو يحيى، العمل الخيري في ضوء القواعد المقاصدية: المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، كلية الشريعة، ع3، 2012، ص87.

³ خليل عماد الدين، رؤيا إسلامية في قضايا معاصرة، كتاب الامة، ع45، الدوحة، 1416، ص80.

-تنمية الفرد عن طريق تأهيل الفقراء من الرجال والنساء، ومساعدتهم للاعتماد على أنفسهم بالتكيف على الأوضاع، وكسب الرزق بعرق الجبين، والقدرة على حل المشكلات التي تواجههم بطريقة علمية وعملية قائمة على التخطيط والاختيار السليم بين البدائل المتاحة.

-تنمية الاسرة بتأهيلها تربويا ونفسيا ومهنيا وثقافيا عن طريق تقديم النصائح والارشاد والدورات المبرمجة للارتقاء بالأسرة في جميع ميادين الحياة، وتحقيق الاكتفاء الذاتي باستثمار طاقات افرادها كل حسب امكانيته وقدرته.

-الاستفادة من الموارد البشرية، فالعمل الخيري دور مهم في اتاحة الفرصة لكافة افراد المجتمع للمساهمة في الأبناء الاجتماعي و الاقتصادي الشامل، من اجل تحقيق الاستقرار والتقدم والسعادة ، بعيدا عن النظريات الاقتصادية الخاطئة مثل الرأسمالية و غيرها التي تستغل الانسان لصالح خدمة الكبراء، بل يجب شرعا الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة لا لمجرد تكاليف الإنتاج لغرض زيادة الناتج فحسب، بل لتوجيه الطاقات و جمعها و تسخيرها في خدمة التنمية الاقتصادية عن طريق البرامج المعدة في ترسيخ مفهوم العمل التطوعي، و تسخير جميع الإمكانيات لتنمية المهارات، و تشجيع الافراد على العمل الخيري المؤسسي المنظم، إضافة الى منح الحوافز المادية و المعنوية لرفع نسبة المشاركين في الاعمال الخيرية في شتى المجالات.

ولا يكون ذلك الا عن طريق المنظمات الخيرية على استقطاب ما يمكن من الكفاءات و إقامة دورات متخصصة لتدريب الافراد للمساهمة الفاعلة بشكل منظم للنهوض بالمجتمع في تحقيق الكفاية و التوازن المطلوب.

وهكذا تتوسع الأهداف التنموية للعمل الخيري، لتكون نقطة انطلاق تأخذ بيد الفرد والاسرة والمجتمع نحو البناء والخير والفضيلة، وتجاوز الازمات بما يتوفر من الإمكانيات.¹

¹ محمد صالح جواد، العمل الخيري دراسة تأصيلية تاريخية، قسم الدعوة والخطابة والفكر، بغداد م8، ع30، 2012، ص 217.

المطلب الثالث: أهمية العمل الخيري.

تبرز أهمية العمل الخيري كلما تقدمت وتعمقت العلاقات الاجتماعية داخلها فقد أدت التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ومتطلبات الحياة المعاصرة الى تحول العمل الخيري من مجرد اعمال فردية تقليدية الى اعمال جماعية منظمة في شكل جمعيات ومؤسسات حديثة وفي مجالات متعددة تتناسب مع احتياجات خدمة المجتمع وتنميته وظروفه المستجدة وتكمن أهمية العمل الخيري في:

-نشر التعاون والمحبة بين الافراد.

-حماية المجتمع من الانحرافات وذلك من محاربة بعض الآفات كالمخدرات السرقة وغيرها.

-انشاء مشروعات خيرية تساهم في تقليل ظاهرة الفقر في المجتمعات.

-تنويع المشروعات التي تخدم العمل الخيري للوصول الى أكبر عدد من المستفيدين والمتبرعين.¹

-التخلص من الانانية كما يساهم في تعزيز شعور العطاء عنده.

-المحافظة على كرامة صاحب الحاجة اذ لا يرغم على سؤال الناس بأن يقدموا له المساعدة.

-دعم معالم التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع.

-العمل الخيري يساهم في الاستقرار الاجتماعي وذلك بالقضاء على الظواهر الاجتماعية السلبية كالتسول والتشرد ونقص الغذاء والكساء وتفشي الامراض.

-القضاء على البطالة وما ينجر عنها من اثار سلبية وذلك بتوفير مناصب شغل للعاطلين عن العمل.

-المساهمة في مساعدة الفئات المعوزة لأن ديننا الحنيف يحث على ذلك.

-زرع الاستقرار والطمأنينة في نفس المعطي، لأن من يساهم بماله في الاعمال الخيرية يشعر بأن هذا العمل يؤدي الى نماء ماله وزرع البركة فيه.

-من يساعد في العمل الخيري من ماله يحرص على تنمية ماله لكي يساهم مرة أخرى ويشعر بأنه يتصف بصفات المتقين.²

¹ عيسى محمد صفوان القدومي، أسس العمل الخيري وفنون تسويقه، ط1، الخالدية، الكويت، 2009، ص 23، 24.

² نصر سلمان، أثر العمل الخيري في إرساء مبدأ التكافل الاجتماعي والإصلاح بين الناس، دراسة في ضوء الكتاب والسنة، مجلة المعيار لكلية أصول الدين جامعة قسنطينة، م12، ع23، 2010، ص119-125.

-القطاع الخيري يلعب دورا كبيرا في تنمية المجتمع اقتصاديا وسياسيا واجتماعيا وفكريا وغيرها في الدول النامية والدول المتقدمة على السواء.¹

-العمل الخيري مكمل للجهود الحكومية ومدعم لها.

-سهل الوصول الى بعض المشكلات التي قد لا تتمكن المؤسسات الحكومية من الوصول لها نظرا لسرعته.

-يساهم العمل الخيري في صنع قنوات اتصال بين الافراد والمؤسسات الحكومية.

-جلب الخيرات والأموال من خارج البلاد عن طريق المؤسسات المهمة في المجال.

-يمثل العمل الخيري البيئة الخصبة للقيادات الشابة القادرة على تحمل المسؤولية وهو بذلك مؤشر على تقدم الشعوب.

-يبرز العمل الخيري البيئة الخصبة للقيادات الشابة القادرة على تحمل المسؤولية وهو بذلك مؤشر على تقدم الشعوب.

-يبرز العمل الخيري روح الإنسانية في المجتمع ويزيد من تكافلهم ما يؤدي الى التكافل والتضامن الاجتماعي.²

-إعطاء صورة مشرفة عن رسالة الإسلام وإنسانيته وعدالته ومساواته.

-غرس روح المبادرة بين المسلمين والمنافسة على فعل الخير.³

¹ احمد إبراهيم ملاوي، دور العمل الخيري في تعزيز الاستقرار الاقتصادي، دراسة منشورة على موقع المركز الدولي للأبحاث والدراسات، مداد، ص19

² حنان كزعي، مريم بوشقايف، فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في الاشهار للعمل الخيري، دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعية الارشاد والإصلاح، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل الجزائر، 2017-2018، ص74،75.

² حمد عبد الكريم شوكة الكبيسي، العمل الخيري واثره في تحقيق الامن المجتمعي (من منظور قرآني) الصراط جامعة الشارقة، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، الامارات، ع1، 2020، مح22، ص43.

المطلب الرابع: معوقات العمل الخيري.

- ليستطيع العمل الخيري أن يعطي ثماره من خلال الافراد والجمعيات الخيرية، ويؤدي الى نتيجة إيجابية في تنمية الفرد والمجتمع، فانه يجب العمل على تذليل كل ما يمكن ان يعوق مسيرة العمل الخيري، ومن أهم المعوقات التي يعاني منها العمل الخيري في الواقع الراهن لمجتمعاتنا يمكن ايجازها في الاتي:
- إقحام العمل الخيري في الصراعات السياسية، خاصة بين السلطة والمعارضة.
 - فرض الدول غير الديمقراطية الكثير من القيود على حركة مؤسسات العمل الخيري، مما يؤدي الى تأخيرها في البرامج وتنفيذ المشروعات.
 - عدم وضوح الأهداف وتدخل الإدارة يجعل الكثير من مؤسسات العمل الخيري تتشتت وتترك عملها.
 - افتقار مؤسسات العمل الخيري العربية والإسلامية الى اليات التواصل والتعاون الفعلي بينها، مما يقلل الاستفادة من الخيرات والامكانيات المتبادلة، ويؤدي في كثير من الأحيان الى تكرار الاعمال والبرامج وتفرق الجهود.¹
 - ضعف مشاركة أعضاء الجمعيات فيما تقدمه من أنشطة وفعاليات والاقتصار في كثير من الأحيان في ذلك على أعضاء مجلس الإدارة.
 - ضعف اقبال الشباب على الانخراط في عضوية الجمعيات لتعزيز مسيرتها.
 - ضعف وقلة الدعم المالي الحكومي المقدم الى الجمعيات وانعدامه من قبل القطاع الخاص من جهة أخرى.
 - قلة الخبرة والتجربة وضعف الإمكانيات الفنية وعدم توفر المستلزمات والاليات لتأهيل وتنفيذ أنشطتها بالصورة المطلوبة.
 - ازدواجية العضوية وتعددتها في عدد من الجمعيات والتي وان كانت تمثل ايجابياتها في وعي الافراد بضرورة خدمة مجتمعهم، الا انها تؤدي الى تشتت الجهود.
 - ضعف التنسيق والتعاون بين الجمعيات.
 - عدم انتشار الوعي بأهمية العمل الخيري التطوعي.
 - ومن بين اهم المعوقات التي تعاني منها الجمعيات الخيرية والتطوعية نجد التمويل الذاتي.

¹ أحمد كردي، أهم معوقات العمل الخيري <https://kenanonline.com>، تاريخ الزيارة 2023/05/24 سا 11:30.

- عدم تحقيق الكفاءة المرجوة، فبدون الكفاءة في العمل الخيري لن يكتب لهذه الجهود الاستمرارية وتحقيق الجهود المرجوة.¹

المبحث الثاني: علاقة القنوات الفضائية الجزائرية بالعمل الخيري.

المطلب الأول: علاقة الاعلام بالعمل الخيري.

ان الاعتماد على نظرية الحاجة الماسة والتي هي الحاجة النفسية والحاجات البيولوجية الى الأمان وكذا الحاجة الى الانتماء، هاته الأخيرة هي كل ما يطلب من الاعلام تحقيقه للجمهور الذي يتعرض لرسالته، والعمل الخيري نفسه يساهم في تحقيق هذه الحاجات فالبديل المادي يضمن الحاجات المادية والنفسية ويعزز الحاجة الى الانتماء لدى افراد المجتمع اذ يشعرون أن المجتمع لم يتخلى عنهم، وهي تنطبق على نظرية مقاصد الشريعة الإسلامية ولكن في الإسلام أوسع الا ان مدلولها الإعلامي غير كافية اتصاليا وغير مفعّل بشكل تظهر فيه مراعاة الضروريات والحاجيات بشكل جلي.

لا شك ان الاعلام للعمل الخيري هو اعلام متميز عن سواه لأنه ينطلق من الاعلام الإسلامي الذي حمل مبادئ أخلاقية واحكاما سلوكية، وقواعد ضوابط لا يتخلى عنها، فهو اعلام صريح، واضح الأسلوب، نقي الوسيلة، وشريف المقصد.

الاعلام في العمل الخيري أو الاعلام الخيري هو أسلوب العصر الحديث لتتصل من خلاله الاعمال الخيرية والسماحة التي تظهر في أجمل صورها ويؤكد سلمان العمري "ان الاعلام يتحمل مسؤولية كبيرة في دعم العمل الخيري ومساندته والتعريف بالأثار الإيجابية المترتبة على الاعمال الخيرية عموما التي تتلخص في التعريفات بالجهات العاملة في القطاع الخيري و دفع الشبهات التي تحاك ضدها مشيرا الى ان الاعلام لا يكن ان يقوم بهذا الدور بتنظيم اليات لاستقبال المعلومات الخاصة بعمل

¹ معلوي بن عبد الله الشهراني، العمل التطوعي وعلاقته بأمن المجتمع، دراسة مطبقة على العاملين في مجال العمل التطوعي في المؤسسات الخيرية بمدينة الرياض، اشراف الدكتور احسن مبارك طالب، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجيستر في العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2006، ص

المؤسسات والجمعيات الخيرية داخل المؤسسة الإعلامية ذاتها و فتح قنوات اتصال دائمة مع هذه الجمعيات الخيرية و استضافة القائمين عليها و لقاء الضوء على النتائج الإيجابية للأعمال الخيرية".¹

ويمكن تحديد علاقة العمل الخيري والاعلام من خلال مدخلين:

الأول: ان يكون العمل الخيري خادما للإعلام الإسلامي بحيث تنشأ أوقات للعمل الخيري بكل اصنافها وانواعها لما تجد من تجارب واعدة في عالم الاعلام الإسلامي اليوم، فقد بدأت فضائيات إسلامية تشد جزءا من الجمهور المسلم اليوم، وتقوم بتوصيل رسائل الخير اليه و تنشئته تنشئة إيمانية، و لكن الغالب في هذه الفضائيات هو الطابع الديني، كما يمكن ان بتطوع من بعض الاعلامين الخيرين لتنشيط بعض البرامج و كذلك بعض المشتغلين للإنتاج الإعلامي بإنتاج بعض الاعمال الفنية التي يمكن ان تنوع الإنتاج في الفضائيات وهذا يحتاج الى أموال و خيارات فنية راقية كما تحتاج الى جهود كبيرة حتى يتطور الاعلام الإسلامي، ذلك ان الصراع في المجال الإعلامي هو صراع أنماط بالدرجة الأولى ثم صراع استراتيجيات معلوماتية ثم صراع قنوات.

الثاني: ان يكون الاعلام خادما للعمل الخيري، بحيث يقوم بزرع ثقافة العمل في الناس حتى تنتج قنوات واليات اجتماعية واضحة وثابتة ومتخصصة، وتقوم هذه الاخيرة بتنشئة أجيال من صناع الخير وبالتالي يأتي الاعلام الإسلامي كمحصلة طبيعية لهذه التنشئة ومن هنا ظهرت ضرورة جعل الاعلام الحالي في خدمة العمل الخيري.

المطلب الثاني: دور القنوات الفضائية في الخدمة المجتمعية.

تعتبر القنوات الفضائية أهم الوسائل الإعلامية نقلا للواقع الاجتماعي للجمهور، لما تكتنزه من خصائص الانتشار الواسع والقدرة على الاستقطاب والاستحواذ وباستخدام الصورة والصوت والحركة، وتخطب جميع شرائح المجتمع باختلاف مستوياتهم قصد تحقيق التأثير في آرائهم ومعتقداتهم، يؤدي التلفزيون دورا خطيرا ومهما في حياة المجتمعات فالرغم من تصنيفه كوسيلة ترفيه وتسليه الا ان قوى إعلامية وسياسية كثيرة تؤثر في السلوك الإنساني وفعاله وكذا ردود افعاله، وتكثر النظريات التي تفسر تأثير التلفزيون في الجمهور فمنها النظريات التي تتعلق بالتأثير في العلاقات الاجتماعية والنظريات المؤثرة في العقل والفكر وغيرها من النظريات الإعلامية.

¹ - صحراوي مقلاتي، تطوير الاعلام الخيري في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية، المركز الدولي مداد للأبحاث والدراسات، ص 19-20

وتقوم وسائل الاعلام وعلى رأسها القنوات الفضائية بدورها في شرح وتوضيح ماهية العمل الخيري وضرورته في المجتمع وتبيان أهميته والاسهامات التي يؤديها في بناء المجتمعات وتطويرها، بنشر الوعي الاجتماعي لدى الافراد وتجنيدهم للتطوع في المؤسسات والجمعيات الخيرية، وتقوم الفضائيات بدورها في مساعدة الجهات التطوعية في استقطاب المتطوعين بوصفهم عناصر مهمة للعمل في هذه المؤسسات، وتكون وسائل الاعلام الداخلية جزءا من وسائل الاعلام العامة عن طريق تزويدها بالأرقام والاحصائيات والتقارير للأعمال التطوعية وكذلك المجالات والنشاطات للأعمال التطوعية التي يقوم بها المتطوعون، وهي بذلك تظهر أهميتها في العمل الخيري لدى الشباب عن طريق:

- تعزيز شعور انتمائهم للمجتمع وحثهم على المشاركة الفعالة فيه، وتنمية قدراتهم وامكانياتهم.
- التعرف على احتياجات المجتمع وإتاحة الفرصة لهم للتعبير عن أفكارهم وآرائهم في القضايا التي تحدث في المجتمع والمساهمة في حلها.¹

المطلب الثالث: مظاهر العمل الخيري في القنوات الفضائية الجزائرية.

من خلال تتبعنا لواقع الاعمال الخيرية في الاعلام الجزائري لاحظنا وجود مجموعة برامجية مميزة على مستوى القنوات الفضائية، تسعى هذه الاخيرة بشكل كبير الى العمل الخيري وتقريب الافراد الى فعل التكافل الاجتماعي، مما قد يسهل تحقيق علاقات بين مختلف مكونات المجتمع وبين مختلف مؤسساتها² الاجتماعية، ويقرب المواطن من الدولة واجهزها، كما لا نستطيع ان نفوت فرصة الاشارة الى كون هذه البرامج تبذل جهدا كبيرا لتحقيق التكافل الاجتماعي ومساعدة الافراد والجماعات، من امثلة هذه البرامج:³

برنامج حباب ربي (قناة الهدف) -برنامج اليد في اليد (قناة الجزائرية) -افتح قلبك (قناة الشروق)

احكي حكايتك (قناة النهار) -من وراء الجدران(النهار)-خط احمر(الشروق). حيث تمتلك هذه البرامج وزنا على مستوى بعض القنوات الجزائرية كالشروق، النهار، الجزائرية. حيث اوضحت هذه البرامج الاجتماعية بمثابة الشهرة الدعائية لهذه القنوات، مما اكسبها ثقة الجمهور جراء تقربها من مشكلاتهم

¹ افنان محمد شعبان، فاعلية القنوات الفضائية في نشر ثقافة العمل التطوعي بين الشباب وحماية المستهلك، جامعة

بغداد، 2019، ص 106 107

² وحياني نزيهة، أليات تفعيل الإعلان الخيري عبر الإذاعة والتلفزيون الإعلان الخيري في الجزائر، مجلة البدر، جامعة

بشار، م، 10، ع، 6، 2018، ص614.

واطلاعها على حاجياتهم الاجتماعية المختلفة، فنجد ان هناك صدى كبير لدى المشاهد الجزائري خصوصا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تقدم اراء وتعليقات وردود فعل ومساعدات مادية ومعنوية.

من خلال نظرة استطلاعية لبعض القنوات الجزائرية لاحظنا تواجد نوعين من المساعدات الخيرية على مستوى الإعلانات: مساعدات من حيث الشكل، وأخرى من حيث مصدر المساعدة.

1- من حيث شكل المساعدات الخيرية: هي بدورها تنقسم الى نوعين من المساعدات:

✓ **المساعدات الخيرية المادية:** يتمثل هذا النوع من المساعدات في تقديم:

- أظرفة مالية للعائلات او المؤسسات التي هي بحاجة للمساعدة.
- مساعدات مادية لمعدات او أجهزة او افرشة.
- تقديم أماكن للإيواء والسكن عن طريق الشراء او الكراء او الترميم...
- الرعاية الصحية للتكفل بإجراء عمليات جراحية داخل وخارج الوطن او تقديم ادوية.

✓ **المساعدات الخيرية المعنوية:** هي بالأساس مساعدات خدماتية ومعنوية منها:

- تقديم نصائح قانونية او نفسية للشخص.
- برامج تهتم بالصالح بين المتخصصين.
- برامج تهتم بالبحث عن المفقودين.
- برامج تهتم بالأشخاص الذين لديهم مشكل مع العدالة او القضاء، او الجنايات أي مع المؤسسات الرسمية.

2- من حيث مصدر المساعدات الخيرية: طرق تقديم هذه المساعدات قد تتعدد هي الأخرى الى:

قد تكون مؤسسات حكومية رسمية ممثلة في قطاعات وزارية كقطاع الصحة او السكن او قطاع وزارة التضامن الوطني و الاسرة والجالية ... وغيرها من القطاعات حسب الحالة المعروضة في الإعلان، كما قد يتدخل ولاة، او رؤساء بلديات، في اغلب هذه الحالات يكون الغرض من وراء هذه المساعدات هي الدعاية و تظهر بشكل واضح في المناسبات السياسية و الدينية كالانتخابات و الأعياد و رمضان و هذا ما يدخلنا في سياق الاعلام¹ الأيديولوجي او البرجماتية الإعلامية فالمؤسسات الإعلامية الخيرية تتنافس

¹ وحياني نزيهة، مرجع سابق ص 615.

مع المؤسسات او النظم الأخرى الاجتماعية و هي تقدم الأساليب البديلة للوصول الى الأهداف النظامية(مساعدة المواطن، معرفة انشغالاته و احتياجاته، تقديم خدمات، اجتماعية..)،وهذا ما اعنيه بعملية الأثر النظامي للإعلام نتيجة لذلك تقع المؤسسات الاجتماعية الأخرى التابعة للدولة تحت ضغط الاحراج يلزمها بضرورة القيام بعملية توافق من جانبها، و الاستجابة بطريقة معينة، و هذا ما نلاحظه عندما نجد احدى المؤسسات الرسمية تستجيب للمطالب الإعلامية عند تغطية حملة إعلامية خيرية حيث تتدخل وزارة او بلدية او مؤسسة إنسانية رسمية للاستجابة للمطالب الخيرية التي تبثها القنوات، او من جهة أخرى قد تلجا هي ذاتها الى تحديد طبيعة استخدامها الخاص لوسائل الاعلام الجماهيرية وهي في هذه الحالة تقوم باستغلال الاعلام الخيري كرد فعل أيديولوجي للدعاية الإعلامية عن المؤسسات النظامية التي تحاول كسب تعاطف الجمهور و الراي العام باستجابتها للإعمال الخيرية التي يقدمها الاعلام كاستراتيجية منها.

فعندما يقوم وزير مثلا وزير السكن بالاستجابة لإحدى المساعدات المعلنة والتي تخص مثلا شخص هو بحاجة لسكن، فهو هنا يكسب ثقة الجمهور وتعاطفهم وبالتالي يكون سلاح إيديولوجي للسيطرة على الجمهور والرأي العام، وهذا التفسير هو قريب الى التفسير الماركسي لوسائل التواصل الجماهيرية حيث يعتبر وسائل الاتصال سلاح إيديولوجي قوي للسيطرة على الجماهير لجعلهم يخضعون خضوعا اراديا للاتجاه النظامي.

- قد تكون مساعدات شخصية لأفراد عاديين في المجتمع لديهم نفوذ مادي او معنوي او لأشخاص عاديين.
- قد تكون مساعدات خيرية لمؤسسات غير حكومية وتابعة للمجتمع المدني والممثلة في الجمعيات الخيرية.
- في بعض الحالات يكون المتطوع شخصا مجهول الهوية لا يعرض اسمه لسبب من الأسباب.

في الأخير ان العمل الإعلامي الخيري يعتمد بشكل كبير على نفسية المشاهدين وعلى المشكل المقدم وتحقيق الخدمة المطلوبة مع عنصر التفاعل والتضامن الاجتماعي، كما يعتمد على مدى معرفة الحاجة الى المساعدة، ومن ثم استخدام انجع الوسائل للتأثير في المشاهد، من جهة أخرى نجد ان الاعلام الجزائري ولو بإمكانياته البسيطة لحدثته في مجال الإعلان الخيري يحقق من خلال برامج عادية دعم لا يكن ان يستهان به من اطراف متعددة، وقد استطاعت قنوات عديدة بفضل نوعية هذه البرامج كسب ثقة الجمهور والمجتمع المحلي والوطني، الا ان هذا لا يمنع من طرح اشكال التكفل الحقيقي للجهات المعنية بالعمل الخيري، فلا يجب أن نغض البصر عن التقصير الفادح للجهات المخولة أصلا

بهذا العمل والتي من المفروض ان تساهم الى جانب الاعلام في تحقيق ثقافة المساعدة والتكافل الاجتماعي والعمل التطوعي الخيري.¹

المطلب الرابع: المشاكل التي يعاني منها الاعلام الخيري في القنوات الفضائية الجزائرية.

لا يخلو أي عمل اعلامي من المشاكل عندما يتعلق الامر بتحقيق التفاعل الاجتماعي كمطلب أساسي للعمل الخيري، ومن بين أهم المشكلات الأساسية التي يمكن رصدها في بعض البرامج والقنوات الفضائية الجزائرية:

- مشكلة اختيار البرنامج المناسب الذي يعرض أو يذاع الإعلان الخيري من خلاله، فهناك البرامج الإخبارية وهناك البرامج الحوارية والبرامج الاعلانية والبرامج الوثائقية والبرامج المباشرة....

فقد يأخذ الإعلان أو البرنامج الخيري وقتا زمنيا قصيرا يذاع وسط حصة معينة أو مسلسل أو بين البرامج، كما قد يأخذ برنامجا بأكمله والصعوبة تكمن في البرنامج الخيري الذي يذاع مباشرة الى الجمهور، حيث يصعب التحكم في الأشخاص المعنيين بعملية التبرع كما أن لكل برنامج جمهوره من ناحية الكم والنوع ولكل برنامج تكلفته فهو يختلف اختلاف أهمية الجمهور وأهمية البرنامج وطبيعته.

- التواصل القائم بين الجهة المتبرعة المجتاجين وضرورة المتابعة الإعلامية للقضايا المرتبطة بالعمل الخيري: ففي أحيان كثيرة لا يقتصر العمل الخيري في الوسيلة الإعلامية على الحديث حول المشكل أو الحالة المطروحة للجمهور، وانما يمتد ليشمل المتابعة لهذه القضية او تلك لكن سيكون لزاما التأكيد هنا على ان الاعلام و الإعلان بشكل خاص، كواحد من مصادر تطوير العمل الخيري لا يمكن ان يكون فاعلا الا اذا كان اكثر تنظيما بخطط مدروسة من قبل الهيئات الإعلامية وليس مجرد مبادرات أحادية الاتجاه أي ان طرف الجهة المعلنة، و انما التفعيل يكون اكثر بالتنسيق مع المجتمع المدني كالجمعيات او المؤسسات الحكومية و المنظمات الإنسانية لكي تكون اكثر شمولاً و اكثر فعالية في العمل الخيري، فالمؤسسات الخيرية قد تكون لها القدرة على التخطيط وفق استراتيجية للتعامل مع وسائل الاعلام في حين التخطيط الإعلامي للجمعيات الخيرية يكاد يكون منعدما في كثير من قطاعات العمل الخيري الإنساني و التطوعي، و المبادرة تراها دائما تأتي من ناحية²

¹ وحياني نزيهة، مرجع سابق ص616

² وحياني نزيهة، مرجع سابق ص 612 بتصرف

البرنامج الخيري المذاع، فهو من يبذل الجهد الأكبر في المبادرة و ليست الجمعيات الخيرية، و هو وحده من يتكفل بالتنسيق بين المحتاج والجهات المحسنة مباشرة

من الممكن في هذا الصدد ان تشكل الجمعيات الخيرية مثلا لجانا او فرق عمل إعلامية صغيرة تابعة للجمعية تكون ذات طبيعة استشارية تروج للمهام الخيرية وتتعامل مع وسائل الاعلام المتاحة، فتكون في شكل مشروعات صغيرة بالتعاون مع المؤسسات و الشركات الاعلانية و تخصص لجنة إعلامية مؤقتة لكل مشروع خيري، بمعنى تصبح الجمعية هي من تستغل الإعلان لعرض مساعدتها و للبحث عن من هو بحاجة اليها، وليس المحتاج من يبحث عن الوسيلة الإعلامية للبحث عن الجهات الداعمة، و بالتالي تجنب المحتاج ضرورة الظهور امام الشاشة و تحفظ كرامته امام المجتمع الذي قد لا يرحمه في بعض المواقف.

- ثالث مشكل يعترض العمل الخيري الإعلاني له علاقة مباشرة بالشخص المحتاج، يحث يتحتم على هذا الأخير الظهور امام شاشة الكاميرا للأدلاء بأقواله و حالته الاجتماعية، وربما تقديم بعض من اسراره الاجتماعية هذا ما يشكل لديه نوع من الانزعاج و الاحراج وهو نوع من أنواع الضغط الإعلامي الممارس على المحتاجين هذا ما لا يمكن ان يقبله الجمهور المشاهد الواعي، كما ان المجتمع بطبيعة الحال قد ينظر في كثير من على انها اعمال ابتزازية او تحقيرية لبعض الحالات خصوصا اين قد تنقشى اسرار المعني في عملية الصلح بين الافراد في بعض البرامج كبرنامج افتح قلبك لقناة الشروق الجزائرية و هي برامج تعمل على الصلح بين العائلات و الأزواج او الاخوة وفي كثير من الأحيان تنقشى اسرار خطيرة من المفروض ان لا يتم التصريح بها أمام وسائل الاعلام.¹

¹ وحياني نزيهة، مرجع سابق ص 613.

خلاصة الفصل:

أصبح العمل الخيري حاجة ماسة في المجتمع الجزائري، باعتبار أنه نشاط يجسد القيم الاجتماعية والإنسانية الهادفة كما تم من خلاله المساهمة في تلبية حاجيات المجتمع، غير أن مساهمته الحقيقية لا تتم الا بمساعدة القنوات الفضائية الجزائرية لما تمتلكه من خصائص مميزة تمكنت من تقديم قفزة نوعية لهذا النشاط وقد ظهر هذا جليا من خلال شبكة البرامج الخيرية التي تبثها والتي بدورها استمالت قلوب الكثير من الناس نحو العمل الخيري.

الجانِب التطبيقِي

الجانف التطببقى

تمهفد

1- عرض النتائج وتحللها.

2- النتائج العامة للدراسة

3- توصيات الدراسة

.

تمهيد :

بعد استعراض الجانب النظري للموضوع في الفصلين السابقين، جاء الفصل التطبيقي كمحاولة لاسقاط الجانب النظري الذي يعد أهم خذوة في البحث العلمي، كونه يسهل على الباحث الوصول الى الأهداف المسطرة، وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على تقنية الاستبيان الالكتروني الذي تم توزيعه عبر صفحات التواصل الاجتماعي خلال شهر جوان، حيث تم جمع 100 استمارة والتي شملت المحاور التالية:

- المحور الأول: عادات و أنماط طلبة جامعة البويرة نحو برنامج "حباب ربي"
- المحور الثاني: دوافع طلبة جامعة البويرة لمساعدة.
- المحور الثالث: تقييم جامعة لبويرة لبرنامج " حباب ربي".

تم تحليل نتائج الاستبيان و عرضها و هذا ما سنتطرق اليه في هذا الفصل

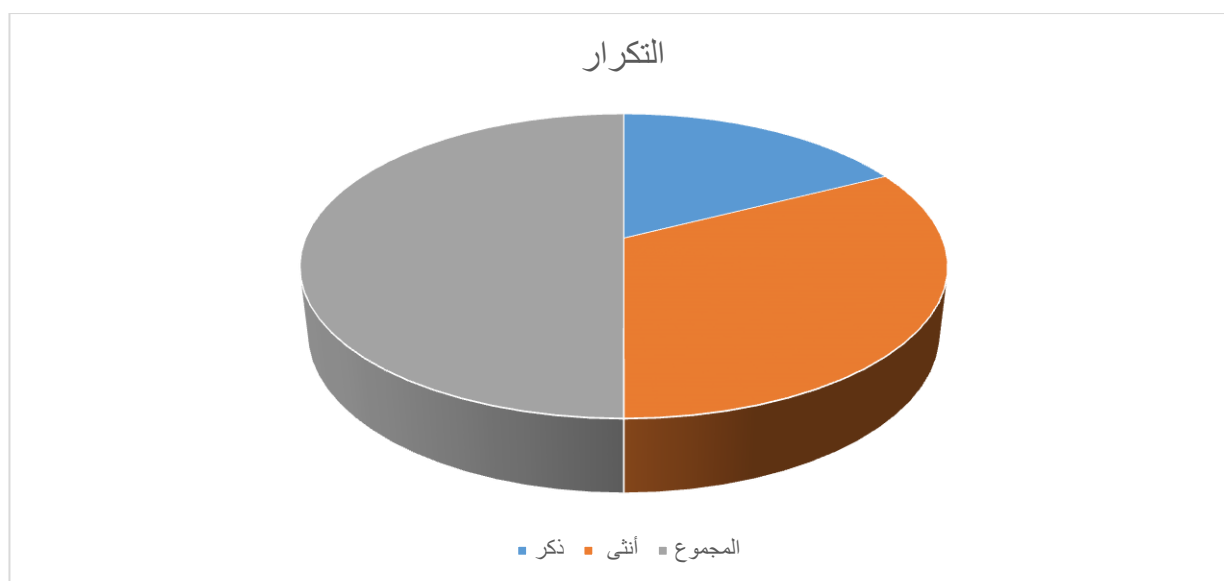
عرض وتحليل النتائج:

1- البيانات الشخصية:

الجدول رقم(01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	35	%35
أنثى	65	%65
المجموع	100	%100

الشكل البياني (02): يمثل توزيع افراد العينة حسب الجنس

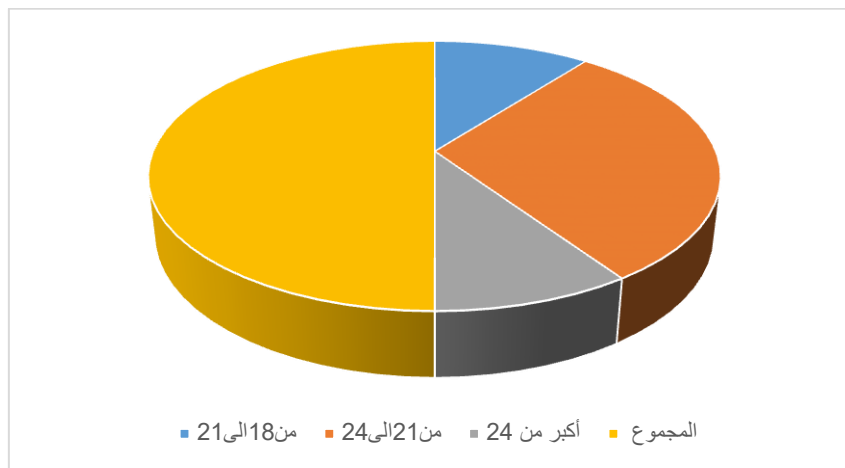


يتضح من خلال الجدول أعلاه ان هناك تفاوت في النسب بين الجنسين اذ ان نسبة الاناث تقدر ب 65 %بينما نسبة الذكور تقدر ب 35%، ومن الواضح ان الاناث هن أكثر مشاهدة للبرامج الاجتماعية، وذلك لمكوئهن في البيت من أجل ملاءمة وقت الفراغ عكس الذكور الذين يقضون أغلب وقتهم خارج المنزل.

الجدول (02): يمثل توزيع افراد العينة حسب السن.

العمر	التكرار	النسبة
من 18 الى 21	21	21%
من 21 الى 24	60	60%
أكبر من 24	19	19%
المجموع	100	100%

الشكل البياني (02): يمثل توزيع افراد العينة حسب السن.



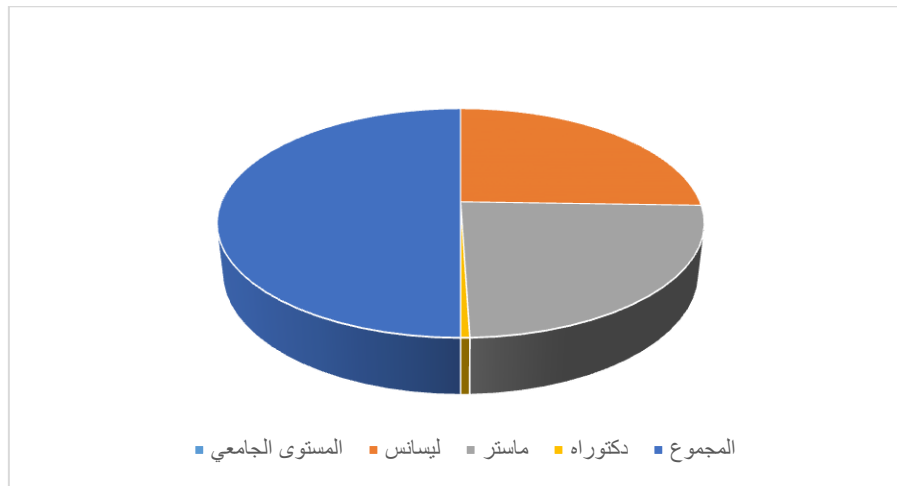
يتبين لنا من خلال نتائج الجدول رقم (02) أن نسبة 21% من المبحوثين كانت تتراوح أعمارهم من 18 الى 24 سنة و 60% من العينة تتراوح أعمارهم من 21 الى 24 بينما تمثل نسبة 19% المبحوثين الذين هم فوق 24 سنة، يمكن تفسير النتائج أن برنامج حباب ربي يلقي اهتماما لدى مختلف الفئات العمرية.

الجدول(03): يمثل توزيع افراد العينة حسب المستوى الجامعي.

المستوى الجامعي	التكرار	النسبة
ليسانس	51	51%
ماستر	48	48%
دكتوراه	1	1%
المجموع	100	100%

الشك
ل
البيانات
ي)

(03): يمثل توزيع افراد العينة حسب المستوى الجامعي.



من خلال نتائج الجدول أعلاه يمثل طلبة ليسانس وMASTER معظم افراد العينة بنسبة 51% لطلبة ليسانس، ونسبة 48% لطلبة الماستر بينما يمثل طلبة الدكتوراه بنسبة 1%، يمكن رد هذه النتائج الى أن برنامج " حباب ربي" يلقي اهتماما لدى جميع الافراد مهما كان مستواهم الجامعي ويعود هذا لطبيعة البرنامج ومضمونه الخيري.

المحور الأول: عادات وانماط طلبة جامعة البويرة نحو برنامج "حباب ربي"

الجدول رقم (04): يمثل مشاهدة الطلبة لبرنامج حباب ربي.

هل تشاهد برنامج " حباب ربي "؟	التكرار	النسبة
دائما	13	13%
أحيانا	47	47%
نادرا	40	40%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول أعلاه اتضح لنا أن معظم افراد العينة كانت اجابتهم " أحيانا" يشاهدون برنامج حباب ربي بنسبة 47% ونادرا يشاهدون البرنامج بنسبة 40% بينما تمثل نسبة 13% صفة المشاهدة دائما.

اتضح لنا ان معظم المبحوثين يشاهدون البرنامج بصفة غير منتظمة لاختيارهم أحيانا وذلك راجع الى لوقت بث البرنامج الذي يتعارض مع أوقات فراغهم لانشغالهم بأعمالهم، اما النسبة التي تليها والتي كانت اجابتها ب نادرا ما يتابعون البرنامج فهذا يرجع حتما الى تعدد الفضائيات والبرامج والمضامين الإعلامية او الى تنوع ادواقهم واهتماماتهم، أما النسبة الأقل والذين يتابعون البرنامج دائما فهم أوفياء البرنامج.

الجدول رقم (05): يوضح مشاهدة الطلبة للبرنامج حسب متغير الجنس.

الجنس * هل تشاهد برنامج " حباب ربي "؟			هل تشاهد برنامج " حباب ربي "؟		
الجنس	ذكر	التكرار	دائما	أحيانا	نادرا
			النسبة	النسبة	النسبة
الجنس	ذكر	التكرار	7	15	13
		النسبة	20 %	42,9%	37,1%
	أنثى	التكرار	6	32	27
		النسبة	65		

100%	41,5%	49,2%	9,2%	النسبة		
100	40	47	13	التكرار	المجموع	
100%	40%	47%	13%	النسبة		

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أنّ أغلب الإناث أحيانا ما يتابعون برنامج حباب ربي وذلك بنسبة 49.2%، وهي نسبة اكبر مقارنة بالذكور الذين يتابعون أحيانا هذا البرنامج بنسبة 42.9%، تليها فئة الإناث التي نادرا ما تشاهدن هذا البرنامج وذلك بنسبة 41.5%، في المقابل نلاحظ أنّ الذكور نادرا ما يشاهدون ذات البرنامج بنسبة 37.1%، كما نجد أنّ الذكور دائما ما يشاهدون هذا البرنامج بنسبة 20%، في المقابل يتضح لنا أنّ البعض من الإناث دائما ما يشاهدون برنامج حباب ربي بنسبة ضئيلة لم تتجاوز 9.2%، ويمكننا تفسير هذه النسب بأنّ هناك انشغالات تمنع المشاهدين كل حسب جنسه من الوفاء للبرنامج خاصة منها ما تعلق بتوقيت بث البرنامج (الساعة 20:30) وهو التوقيت الذي يتقاطع مع توقيت بثّ بعض المباريات من البطولة الأوروبية أو غيرها من المنافسات هذا بالنسبة للذكور الذين يتابعون كرة القدم، أما بالنسبة للإناث فإنّ أغلبهنّ يملن إلى الدراما التركية أو الكورية ولا يشاهدن البرامج الاجتماعية الجزائرية بصفة كثيفة.

الجدول رقم (06): يوضح بمشاهدة برنامج "حباب ربي" حسب متغير العمر .

العمر * هل تشاهد برنامج "حباب ربي"؟	هل تشاهد برنامج "حباب ربي"؟			المجموع
	دائماً	أحياناً	نادراً	
العمر من 18 إلى 20 سنة	5	8	8	21
	23,8%	38,1%	38,1%	100%
العمر من 21 إلى 24 سنة	6	30	24	60
	10%	50%	40%	100%
أكبر من 25 سنة	2	9	8	19
	10,5%	47,4%	42,1%	100%
المجموع	13	47	40	100
	13%	47%	40%	100%

يظهر لنا من خلال الجدول أعلاه أنّ المشاهدين الذين ينتمون إلى الفئة العمرية المحصورة بين 21 و 24 سنة أحياناً من يشاهدون برنامج "حباب ربي" وذلك بنسبة 50%، تليها نسبة 40% للذين يشاهدونه نادراً، ثم 10% للذين يداومون على مشاهدة البرنامج، في المقابل نجد أنّ نسبة 47.4% ممن تتجاوز أعمارهم 25 سنة أحياناً ما يشاهدون هذا البرنامج، تليها نسبة 42.1% ممن يشاهدونه نادراً، ثم 10.5% ممن يشاهدونه دائماً، في حين نجد أيضاً أنّ نسبة 38.1% من الفئة العمرية المحصورة بين 18 و 20 سنة يشاهدون البرنامج أحياناً، النسبة نفسها للذين يشاهدونه نادراً، تليها نسبة 23.8% من نفس الفئة يشاهدونه دائماً، ويرجع عدم الالتزام بمشاهدة البرنامج إلى كون أنّ أغلب أفراد العينة طلبة جامعيين وليس لديهم الوقت الكافي لمشاهدة التلفزيون أو اليوتيوب نظراً لارتباطاتهم الأكاديمية وكثرة البحوث والمراجعة العلمية هذه أمور من شأنها أن تضيق الوقت عليهم وتمنعهم من احترام توقيت بث البرنامج.

الجدول رقم (07): يوضح مشاهدة برنامج "حباب ربي" حسب متغير المستوى الجامعي.

المجموع	هل تشاهد برنامج " حباب ربي "؟			المستوى الجامعي * هل تشاهد برنامج " حباب ربي "؟		
	نادرًا	أحيانًا	دائمًا			
51	20	22	9	التكرار	ليسانس	المستوى الجامعي
100%	39,2%	43,1%	17,6%	النسبة		
48	19	25	4	التكرار	ماستر	
100%	39,6%	52,1%	8,3%	النسبة		
1	1	0	0	التكرار	دكتوراه	
100,0%	100,0%	0%	0%	النسبة		
100	40	47	13	التكرار	المجموع	
100%	40%	47%	13%	النسبة		

يتضح لنا أنّ أغلب طلبة الماستر أحيانًا ما يشاهدون برنامج "حباب ربي"، وذلك بنسبة 52.1%، تليها نسبة 39.6% ممن يشاهدون البرنامج بصفة نادرة، ثم 8.3% ممن يداومون على مشاهدة البرنامج، في المقابل نجد أنّ أغلب طلبة الليسانس يشاهدون هذا البرنامج في بعض الأحيان وذلك بنسبة 43.1%، تليها نسبة 39.2% للذين يشاهدونه بصفة نادرة، ثم 17.6% ممن يشاهدونه بصفة دائمة، كما نجد أيضًا أنّ طالب الدكتوراه نادرًا ما يشاهد برنامج "حباب ربي" وذلك بنسبة 100%، ويرجع هذا التذبذب في المشاهدة إلى المشاغل الدراسية المحيطة بالطالب الجامعي فليس له من الوقت ما يكفي لمشاهدة التلفاز بصفة عامة، ولكن لا يمتنع عن مشاهدة برنامج "حباب ربي" حين تسمح له الفرصة بذلك، فكمثر الضغوطات الدراسية من إعداد البحوث الجامعية والاستعداد النفسي والبدني للامتحانات يحول دون المداومة والوفاء لبرنامج "حباب ربي"

جدول رقم(08): يمثل طريقة تعرف الطلبة على برنامج حباب ربي

النسبة	التكرار	كيف تعرفت على البرنامج؟
63%	63	الإعلان في وسائل التواصل
22%	22	دعوة من الأصدقاء
15%	15	تأثير من أفراد الاسرة
100%	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أكثر من نصف افراد العينة تعرفوا على البرنامج من خلال الإعلان عنه في وسائل الاعلام، ثم بدعوة من الأصدقاء وتمثل النسبة الأقل بتأثير من أفراد الاسرة.

تؤكد نتائج الجدول (08) ان معظم افراد العينة تعرفوا على البرنامج من خلال وسائل التواصل وهذا يشير الى التأثير الكبير لهاته الأخيرة على الطلبة، وكذا الانتشار الكبير للبرنامج فب أوساط الجزائريين وهذا ما ظهر من خلال نتائج الجدول حيث أن عددا كبيرا من افراد العينة تمت دعوتهم لمشاهدة البرنامج اما بدعوة من الأصدقاء أو تأثير من افراد الاسرة وهذا ما يعكس تأثير هذه النوعية من البرامج الاجتماعية الخيرية على مختلف مكونات المجتمع.

الجدول(09): يمثل رقم يوضح الوقت المحبذ لمشاهدة البرنامج بالنسبة للطلبة.

النسبة	التكرار	ما هو الوقت الذي تحبذون فيه مشاهدة البرنامج؟
4%	4	صباحا
38%	38	السهرة
58%	58	حسب الظروف
100%	100	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه الذي يوضح أن أغلب المبحوثين يحبذون مشاهدة البرنامج حسب الظروف بنسبة 58% بينما يفضل نسبة 38% مشاهدة البرنامج في السهرة، فيما بينت النتائج ان النسبة الأقل تفضل مشاهدة البرنامج صباحا وقدرت ب 4%.

ومنه نستنتج ان أكثر من نصف الطلبة يشاهدون البرنامج حسب الظروف وذلك راجع الى انشغالاتهم بالدراسة او انجاز الواجبات والبحوث فهم يتعرضون للبرنامج وقت فراغهم، اما الذين يشاهدون البرنامج في السهرة فهذا راجع الى انه الوقت المفضل لمشاهدة هكذا نوع من البرامج بحيث يكونون في المنزل امام التلفاز، اما النسبة الأقل الذين كانت اجابتهم صباحا فهذا راجع الى عدم ملائمة الوقت وتداخله مع أوقات الدراسة غالبا.

الجدول يوضح (10): يمثل مع من يفضل الطلبة مشاهدة برنامج حباب ربي.

مع من تفضلون مشاهدة برنامج "حباب ربي"؟	التكرار	النسبة
لوحدي	53	35%
مع الزملاء	20	20%
مع أفراد العائلة	45	45%
المجموع	100	%100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يفضلون مشاهدة البرنامج بنسبة 45% بينما يفضل 35% منهم مشاهدة البرنامج لوحدهم أما 20% فيرون أن مشاهدة البرنامج مع الأصدقاء هو الأفضل.

تبين نسب الجدول أعلاه أن معظم افراد العينة يفضلون مشاهدة برنامج حباب ربي مع افراد الاسرة، وذلك من اجل الحوار وتبادل المعلومات والمناقشة حول الحالات المعروضة، في حين يفضل البعض مشاهدة البرنامج لوحدهم نظرا لحساسية بعض الحلقات من البرنامج والتي تعرض حالات صعبة، اما من يفضلون مشاهدة البرنامج مع الزملاء لمناقشة البرنامج من كل جوانبه.

الجدول رقم(11): يوضح عدد مرات مشاهدة افراد العينة للبرنامج.

هل تكتفي بمشاهدة حلقات البرنامج؟	التكرار	النسبة
مرة واحدة	49	49%
تعيد المشاهدة	11	11%
حسب الظروف	40	40%
المجموع	100	100%

نلاحظ من خلا الجدول رقم أن نسبة 49% من العينة يشاهدون الحلقة الواحدة البرنامج مرة واحدة بينما ما نسبته 40% من افراد العينة يشاهدون الحلقة الواحدة من البرنامج حسب الظروف، أما نسبة 11% من العينة يعدون مشاهدة الحلقات.

وعليه فمن خلال نتائج الجدول نستنتج ان النسبة الأكبر من الطلبة يتابعون حلقات البرنامج مرة واحدة وهذا راجع بالأساس لانشغالاتهم، اما النسبة الأقل والتي تعيد مشاهدة حلقات البرنامج فيعود ذلك الى أن بعض الحلقات عرضت حالات إنسانية أثرت بشكل كبير في نفسية افراد العينة مما يجعلهم يعيدون مشاهدتها.

*المحور الثاني: دوافع طلبة جامعة البويرة لمشاهدة برنامج "حباب ربي"

الجدول(12): يوضح دوافع الطلبة لمشاهدة برنامج " حباب ربي "

ما الذي يدفعك لمشاهدة برنامج " حباب ربي"؟	التكرار	النسبة
مصادقته	10	10%
الحيادية في تناول الموضوع	5	5%
يعالج قضايا إنسانية	80	80%
طريقة عرض وإخراج البرنامج	5	5%
المجموع	100	100%

من خلال دراستنا للجدول رقم الذي يوضح لنا أن النسبة الأكبر والتي تقدر ب 80% من المبحوثين كان دافعهم الأكبر من مشاهدة البرنامج هو معالجته لقضايا إنسانية، وجاءت مصداقية البرنامج ثانيا في دوافع المبحوثين بنسبة 10% فيما مثلت نسبة 5% من افراد العينة الطلبة الذين كان دافعهم لمشاهدة البرنامج اما حيادتيه او طريقه عرضه واخراجه.

من خلال ما سبق يتبين لنا ان اغلب افراد العينة يتابعون البرنامج لأنه يعالج القضايا الإنسانية وهذا راجع الى تأثرهم بالحالات التي تعرض وكذا يثبت هذا التوجه أن برنامج حباب ربي هو برنامج يهتم بالجانب الإنساني وذلك من خلا المضمون الذي يبثه، ثم تليها المصداقية وهو ما يثبت ان المبحوثين لديهم ثقة فيما يعرضه البرنامج، كما ان بعضهم جلب اهتمامهم حيادية البرنامج في تناول المواضيع وكذا طريقة عرض واخراه وهو ما يدل على اختلاف ادواقهم وكذا إحاطتهم بالموضوع من كل جوانبه.

الجدول رقم(13): يوضح دوافع مشاهدة برنامج "حباب ربي" حسب متغير الجنس.

الجنس * ما الذي يدفعك لمشاهدة برنامج "حباب ربي"؟	ما الذي يدفعك لمشاهدة برنامج "حباب ربي"؟				المجموع
	مصادقته	الحيادية في تناول الموضوع	يعالج قضايا إنسانية	طريقة عرض وإخراج البرنامج	
الجنس ذكر	التركرار	6	3	23	35
	النسبة	17,1%	8,6%	65,7%	8,6%
الجنس أنثى	التركرار	4	2	57	65
	النسبة	6,2%	3,1%	87,7%	3,1%
المجموع	التركرار	10	5	80	100
	النسبة	10,0%	5,0%	80,0%	5,0%

يتضح لنا من خلال معطيات الجدول أعلاه أنّ أغلب الإناث يشاهدن برنامج "حباب ربي" كونه يعالج قضايا إنسانية وذلك بنسبة عالية جدًا لم تقلّ عن 87.7%، يوافقهن الذكور في نفس الدافع بنسبة 65.7%، تليها دافع المصادقية التي يتحلّى بها البرنامج بنسبة 6.2% للإناث و 17.1% للذكور، ثم دافع الحيادية في تناول الموضوع وطريقة عرض وإخراج البرنامج بنسبة 8.6% لكل منهما، في المقابل نجد أنّ الإناث يشاهدن هذا البرنامج دافع الحيادية في تناول الموضوع وطريقة عرض وإخراج البرنامج بنسبة ضئيلة لم تتجاوز 3.1%، ويمكن إيعاز ارتفاع النسب المئوية المتعلقة بمعالجة البرنامج للقضايا الإنسانية لطبيعة مضمون البرنامج في حدّ ذاته والذي يتطرق إلى نقل الحالات الإنسانية والمعاناة الاجتماعية للأسر والأفراد، وبالتالي فإنّ المشاهدين يركزون على المضمون أكثر من تركيزهم على شكل البرنامج.

الجدول رقم(14): يوضح دوافع مشاهدة برنامج "حباب ربي" حسب متغير العمر .

العمر * ما الذي يدفعك لمشاهدة برنامج "حباب ربي"؟	ما الذي يدفعك لمشاهدة برنامج "حباب ربي"؟				المجموع
	طريقة عرض وإخراج البرنامج	الحداثة في يعالج قضايا إنسانية	تناول الموضوع	مصادقيته	
العمر من 18 إلى 20 سنة	التكرار	4	2	14	1
	النسبة	19%	9,5%	66,7%	4,8%
من 21 إلى 24 سنة	التكرار	3	3	52	2
	النسبة	5%	5,0%	86,7%	3,3%
أكبر من 25 سنة	التكرار	3	0	14	2
	النسبة	15,8%	0,0%	73,7%	10,5%
المجموع	التكرار	10	5	80	5
	النسبة	10%	5%	80%	5%

يتبين لنا أنّ أغلب المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 21 و 24 سنة يشاهدون برنامج "حباب ربي" كونه يعالج قضايا إنسانية، يشاطروهم نسبة 73.7% من الفئة العمرية أكبر من 25 سنة، و 66.7% من الفئة العمرية المحصورة بين 18 و 20 سنة، في المقابل نجد أنّ نسبة 19% من الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 20 سنة يشاهدون البرنامج لمصادقيته، الأمر نفسه للفئة العمرية من 21 إلى 24 سنة بنسبة 5%، و 15.8% من الفئة العمرية الأكبر من 25 سنة، كما نجد أيضاً أنّ نسبة 9.5% من الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 20 سنة يشاهدون البرنامج كونه حيادي في تناول الموضوع، نفس الدافع بنسبة 5% للذين تتراوح أعمارهم بين 21 و 24 سنة، وانعدمت النسبة عند الذين تتجاوز أعمارهم 25 سنة ، في المقابل نجد أنّ نسبة 10.5% من الذين تتجاوز أعمارهم 25 سنة يشاهدون البرنامج لطريقة عرضه

وإخراجه، تليها نسبة 3.3% للذين تنحصر أعمارهم بين 21 و 24 سنة، ثم 4.8% للذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 20 سنة، ويمكن صلة هذه الدوافع بطبيعة المضمون الإعلامي الذي يتمحور أساسا حول القضايا الإنسانية حيث جعل برنامج "حباب ربي" معاناة العائلات موضوعا تلفزيونيا يجب أن يعالج إعلاميا ويعرض على شاشة التلفزة الجزائرية نظرا لحساسية الوضع الذي يتطلب في غالب الأحيان التدخل الاستعجالي من أجل التخلص من الظروف المشينة المحيطة ببعض العائلات الجزائرية.

الجدول رقم(15): يوضح علاقة المستوى الجامعي بدوافع مشاهدة برنامج "حباب ربي".

المستوى الجامعي * ما الذي يدفعك لمشاهدة برنامج "حباب ربي"؟	ما الذي يدفعك لمشاهدة برنامج "حباب ربي"؟				
	مصادقيته	الحيادية في تناول الموضوع	يعالج قضايا إنسانية	طريقة عرض وإخراج البرنامج	المجموع
المستوى الجامعي	التكرار	7	3	40	1
	النسبة	13,7%	5,9%	78,4%	2%
	التكرار	2	2	40	4
	النسبة	4,2%	4,2%	83,3%	8,3%
	التكرار	1	0	0	0
	النسبة	100%	0%	0%	0%
المجموع	التكرار	10	5	80	5
	النسبة	10%	5%	80%	5%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أنّ أغلب طلبة ليسانس يتابعون البرنامج لأنه يعالج قضايا إنسانية وذلك بنسبة 78.4%، ثم مصداقيته بنسبة 13.7%، ثم الحيادية في تناول الموضوع بنسبة 5.9%، وأخيرا طريقة عرض وإخراج البرنامج بنسبة ضئيلة لم تتجاوز 2%، في المقابل نجد أيضا أنّ

أغلب طلبة الماستر يتابعون البرنامج لمعالجته للقضايا الإنسانية بنسبة 83.3%، ثم طريقة عرض وإخراج البرنامج بنسبة 8.3%، ثم مصداقيته والحيادية في تناول الموضوع بنسب متساوية بلغت 4.2%، كما نجد أنّ طالب الدكتوراه يشاهد هذا البرنامج لمصداقيته بنسبة إجمالية بلغت 100%، وانعدمت النسبة عند باقي البدائل، ومنه يمكننا القول أنّه مهما كان المستوى الجامعي للطلاب فإنّه يشاهد برنامج "حباب ربي" لكونه يعالج قضايا إنسانية وبالتالي فإنّ المضمون يغلب على باقي خصائص البرنامج.

الجدول(16): يوضح الغرض من مشاهدة برنامج "حباب ربي"

هل تشاهدون برنامج "حباب ربي" من أجل	التكرار	النسبة
المعرفة	3	3%
التثقيف	17	17%
الاطلاع على أحوال المجتمع	80	80%
المجموع	100	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن أغلب الطلبة كان غرضهم من مشاهدة البرنامج هو الاطلاع على أحوال المجتمع بنسبة 80% من العينة أما نسبة 17% فكان غرضهم التثقيف، فيما مثلت نسبة 3% الافراد الذين غرضهم المعرفة.

على ضوء نتائج الجدول اتضح لنا ان العدد الأكبر من المبحوثين كان غرضهم من مشاهدة البرنامج هو الاطلاع على أحوال المجتمع وهذا راجع بالأساس الى تكوينهم باعتبارهم طلبة اليوم ونخبة المجتمع ويهمهم الاطلاع على كل ما يدور حولهم وأيضا لما تقرضه طبيعة البرنامج، فيما يرى اخرون أن الغرض من مشاهدة البرنامج هو التثقيف أي اكتساب مهارات جديدة في التعامل مع الحالات التي يعرضها البرنامج في حال صادفوا مثلها مستقبلا، اما النسبة الأقل والتي اختارت المعرفة كغرض لمشاهدة البرنامج فهذا راجع الى اختلاف غرض المشاهدة من شخص الى اخر.

الجدول رقم(17): يوضح علاقة الجنس بأهداف مشاهدة برنامج "حباب ربي"

الجنس * هل تشاهدون برنامج "حباب ربي" من أجل	هل تشاهدون برنامج "حباب ربي" من أجل			المجموع
	المعرفة	التثقيف	الاطلاع على أحوال المجتمع	
الجنس	ذكر	1	12	22
	النسبة	2,9%	34,3%	62,9%
أنثى	التكرار	2	5	58
	النسبة	3,1%	7,7%	89,2%
المجموع	التكرار	3	17	80
	النسبة	3%	17%	80%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أنّ أغلب الإناث يشاهدون البرنامج بغرض الاطلاع على أحوال المجتمع وذلك بنسبة مرتفعة بلغت 89.2%، نفس الأمر بالنسبة للذكور وذلك بنسبة 62.9%، في المقابل نجد أنّ 34.3% من الذكور يشاهدون البرنامج لهدف التثقيف، و 7.7% من الإناث يتابعون هذا البرنامج لذات الهدف، في حين نجد أنّ 3.1% يشاهدن البرنامج لهدف المعرفة، وهي نسبة مقارنة للذكور التي لم تتجاوز 2.9%، ومنه يمكننا القول بأنّه ليس هناك فروقات بين الذكور والإناث في متابعة البرنامج لنفس الأهداف، فكما أشرنا سابقاً فإنّ طبيعة البرنامج تفرض على المشاهد حتمية الاطلاع على أحوال المجتمع فالكثير من المشاهدين يتحولون من فعل التلقي إلى فعل المشاركة في نشر الخير ومساعدة المحتاجين والفقراء نظراً لتأثرهم بما يبثه برنامج "حباب ربي" من حالات إنسانية تستدعي ضرورة التدخل الاستعجالي من طرف ذوي البر والإحسان بصرف النظر عن نوعهم الاجتماعي ذكورا كانوا أو إناثا.

الجدول رقم(18): يوضح علاقة العمر بأهداف مشاهدة برنامج "حباب ربي"

العمر * هل تشاهدون برنامج "حباب ربي" من أجل	هل تشاهدون برنامج "حباب ربي" من أجل				المجموع
	المعرفة	التثقيف	الاطلاع على أحوال المجتمع	المجموع	
العمر	من 18 إلى 20 سنة	0	7	14	21
	النسبة	0 %	33,3%	66,7%	100%
	من 21 إلى 24 سنة	2	7	51	60
	النسبة	3,3%	11,7%	85%	100%
	أكبر من 25 سنة	1	3	15	19
	النسبة	5,3%	15,8%	78,9%	100%
المجموع	التكرار	3	17	80	100
	النسبة	3%	17%	80%	100%

يظهر لنا من خلال الجدول أعلاه أنّ أغلب الذين تتراوح أعمارهم بين 21 و 24 سنة يشاهدون برنامج "حباب ربي" من أجل الاطلاع على أحوال المجتمع وذلك بنسبة مرتفعة لم تقل عن 85%، تليها الفئة العمرية أكبر من 25 سنة بنسبة 78.9%، ثم الفئة العمرية من 18 إلى 20 سنة بنسبة 66.7%، في المقابل نجد أنّ نسبة 33.3% من الفئة العمرية بين 18 و 20 سنة يشاهدون هذا البرنامج من أجل التثقيف، تليها نسبة 11.7% من الفئة العمرية بين 21 و 24 سنة، و 15.8% من الفئة العمرية التي تفوق 25 سنة، كما يتبين لنا أيضا نسبة 5.3% من الذين تتجاوز أعمارهم 25 سنة يشاهدون البرنامج بدافع المعرفة، تليها نسبة 3.3% عن الفئة العمرية من 21 إلى 24 سنة، و 0% عن الفئة العمرية بين 18 و 20 سنة، ويمكن تفسير هذه النسب بأنّ القائمين على برنامج "حباب ربي" قد وفقوا إلى حدّ ما في

نقل أحوال المجتمع وتصويرها إلى المشاهد، هذا الأخير الذي بات يتابع هذا البرنامج من أجل الاطلاع أكثر على أحوال المجتمع والتعمق في معرفة ما تعانيه بعض العائلات والأسر من عوز وفقر لاذع.

الجدول رقم(19): يوضح علاقة المستوى الجامعي بأهداف مشاهدة برنامج "حباب ربي"

المجموع	هل تشاهدون برنامج "حباب ربي" من أجل			المستوى الجامعي * هل تشاهدون برنامج "حباب ربي" من أجل		
	الاطلاع على أحوال المجتمع	التثقيف	المعرفة	المستوى الجامعي	المستوى الجامعي	المستوى الجامعي
51	40	10	1	ليسانس	المستوى الجامعي	المستوى الجامعي
100%	78,4%	19,6%	2,0%	النسبة	المستوى الجامعي	المستوى الجامعي
48	39	7	2	ماستر	المستوى الجامعي	المستوى الجامعي
100%	81,3%	14,6%	4,2%	النسبة	المستوى الجامعي	المستوى الجامعي
1	1	0	0	دكتوراه	المستوى الجامعي	المستوى الجامعي
100%	100,0%	0,0%	0,0%	النسبة	المستوى الجامعي	المستوى الجامعي
100	80	17	3	المجموع	المستوى الجامعي	المستوى الجامعي
100%	80%	17%	3%	النسبة	المستوى الجامعي	المستوى الجامعي

يتبين لنا من خلال استجابات المبحوثين أنّ أغلب الذين يدرسون في طور الليسانس يشاهدون برنامج "حباب ربي" من أجل الاطلاع على أحوال المجتمع، وذلك بنسبة 78.4%، تليها التثقيف بنسبة 19.6%، ثم المعرفة بنسبة 2%، في المقابل نجد أيضا أنّ أغلب الذين يزاولون دراستهم في طور ماستر يتابعون البرنامج من أجل الاطلاع على أحوال المجتمع وذلك بنسبة 81.3%، ثم التثقيف بنسبة 14.6%، ثم المعرفة بنسبة 4.2%، في حين يتابع طالب الدكتوراه هذا البرنامج لأجل السبب والمتمثل في الاطلاع على أحوال المجتمع،

وبالتالي نستنتج أنّ أغلب المبحوثين باختلاف مستواهم الجامعي يتابعون برنامج "حباب ربي" للاطلاع على أحوال المجتمع كونه البرنامج الجزائري الأكثر واقعية لمعايشته الظروف التي تعيشها الكثير من الأسر المغلوب على أمرها ففريق البرنامج ينتقل إلى المأوي التي يقطنها الأشخاص الذين يظهرون في البرنامج وينقلون الحدث صوتا وصورة من عين المكان.

الجدول(20): يمثل دافع تفضيل الطلبة لمشاهدة برنامج "حباب ربي"

ما هو دافع تفضيلك لمشاهدة برنامج "حباب ربي"؟	التكرار	النسبة
رغبة في العمل الخيري	81	81%
مساهمتك من قبل في أعمال مشابهة	19	19%
المجموع	100	100%

من خلال اطلعنا على نتائج الجدول اتضح لنا ان اغلب الطلبة يفضلون مشاهدة البرنامج رغبة في العمل الخيري بما نسبته 81% فيما كان دافع تفضيل 19% منهم لمشاهدة البرنامج هو مساهمتهم من قبل في اعمال مشابهة.

وعليه يتضح جليا لنا أن النسبة الكبيرة من الطلبة يفضلون متابعة البرنامج رغبة في العمل الخيري وهذا راجع الى ان رغبة العمل الخيري هي من مقومات المجتمع الجزائري الذي يمثل الطلبة نخبته وقادة المستقبل، أما النسبة الأقل والتي تفضل مشاهدة البرنامج لمساهمتهم في اعمال مشابهة من قبل فإنما يدل على انخراطهم سابقا ومشاركتهم في الاعمال الخيرية، كما تؤكد النتائج أن مضمون برنامج حباب ربي يركز بالأساس على التشجيع في الانخراط والترغيب في العمل الخيري وهذا ما لمسناه في إجابات المبحوثين

الجدول(21): يوضح رأي العينة حول الابعاد التي دفعتهم لمشاهدة البرنامج.

النسبة	التكرار	ماهي الابعاد التي دفعتك الى مشاهدة برنامج " حباب ربي "؟
45%	45	البعد الديني
45%	45	البعد الاجتماعي
10%	10	البعد النفسي
100%	100	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن الابعاد التي تدفع بالطلبة لمشاهدة برنامج حباب ربي هي البعد الديني بنسبة 45% والبعد الاجتماعي بنسبة 45% والبعد النفسي بنسبة 10%.

ومن معطيات الجدول يتبين لنا ان اغلبية المبحوثين يهتمون بالبعد الديني والاجتماعي للبرنامج وهذا راجع لأن البرنامج يعالج القضايا الاجتماعية التي تحتاج الى التكافل والتآزر من منظور ديني كون الإسلام رغب في العمل الخيري وبين اجره وثوابه.

الجدول(22): يوضح توزيع افراد العينة حسب المشاركة في البرنامج.

هل سبق وان شاركنم في البرنامج؟	التكرار	النسبة
نعم	2	2%
لا	58	58%
أتمنى أن اشارك	40	40%
المجموع	100	100%

من خلال دراستنا للجدول نلاحظ أن النسبة الأكبر من المبحوثين لم يسبق لهم المشاركة في البرنامج بواقع 58% بينما يبدي 40% من افراد العينة رغبتهم في المشاركة فيما سبق ل 2% من المبحوثين المشاركة في البرنامج.

ومنه نستنتج ان الذين لم يسبق لهم المشاركة في البرنامج يمثلون النسبة الأكبر وهذا راجع الى عدم وجود دوافع للمشاركة في البرنامج أو الى صعوبة الوصول للمشاركة نظرا لانشغالاتهم، فيما تبدو الرغبة في المشاركة مرتفعة وهذا يشير حتما الى حب العمل الخيري لدى الطلبة، والى ان البرنامج قد ساهم في نشر قيم العمل الخيري من خلال الحالات التي تم عرضها والسعي الى مساعدتها.

الجدول (23): يمثل دوافع الطلبة للمشاركة في البرنامج في حال الإجابة بنعم أو أتمنى أن أشارك.

النسبة	التكرار	في حالة الإجابة بنعم ماهي الدافع لذلك؟
66.8%	82	مساعدة أشخاص
19%	8	طلب مساعدة حالة اجتماعية عندكم
14.2%	6	استفسار عن معلومات
%100	42	المجموع

يمثل الجدول دوافع الطلبة الذين اجابوا برغبتهم في المشاركة أو سبق لهم المشاركة في البرنامج حيث مثلت ما نسبته 66.8% افراد العينة الذين يريدون مساعدة أشخاص، بينما نسبة 19% يريدون طلب مساعدة حالة اجتماعية اما البقية والمقدرة نسبيا ب 14.2% فيريدون الاستفسار عن معلومات.

ونستنتج على ضوء النتائج أن النسبة الأكبر من المشاركين أو الراغبين في المشاركة دافعهم هو مساعدة الأشخاص وهو ما يبين أن البرنامج هو برنامج انساني خيري بحت يهدف الى المساعدة وقد كان له الأثر الكبير على نفسية المبحوثين، كما تفاوتت نسبة دافع المشاركة لديهم بين طلب المساعدة لحالة او الاستفسار عن معلومات وهذا انما يدل على ثقة الطلبة في مصداقية البرنامج.

الجدول رقم(24): يوضح علاقة الجنس بالمشاركة في برنامج "حباب ربي"

المجموع	هل سبق وان شاركتكم في البرنامج؟			الجنس * هل سبق وان شاركتكم في البرنامج؟		
	أتمنى أن أشارك	لا	نعم			
35	14	20	1	الذكور	الجنس	ذكر
100%	40%	57,1%	2,9%	النسبة		
65	26	38	1	الذكور	الجنس	أنثى
100%	40%	58,5%	1,5%	النسبة		
100	40	58	2	الذكور	المجموع	
100%	40%	58%	2%	النسبة		

يبين الجدول أعلاه أنَّ نسبة 58.5% من الإناث و 57.1% من الذكور لم يسبق لهم أن شاركوا في البرنامج، تليها نسبة 40% من الإناث و 40% من الذكور يتمنون المشاركة في البرنامج، في المقابل نجد قلة قليلة من الإناث لم تتجاوز 1.5% و 2.9% من الذكور ممن سبقوا لهم المشاركة في البرنامج، ويرجع ذلك إلى المستوى المعيشي المتوسط أو المرتفع الذي يتمتع به أفراد العينة مما لا يستدعي ضرورة نقل انشغالاتهم عبر هذا البرنامج، وقد ترجع رغبتهم في المشاركة في البرنامج إلى رغبتهم في خوض تجربة اجتماعية تعود بالنفع على الحالات الإنسانية المعروضة ضمن البرنامج الاجتماعي فالمعروف عن الفرد الجزائري أنَّه فاعل اجتماعي يتسم بحبِّ الخير للغير والتضامن معهم أوقات الشدة والعوز.

الجدول رقم(25): يوضح علاقة العمر بالمشاركة في برنامج "حباب ربي"

العمر * هل سبق وان شاركتكم في البرنامج؟	هل سبق وان شاركتكم في البرنامج؟			المجموع
	نعم	لا	أتمنى أن أشارك	
العمر من 18 إلى 20 سنة	التكرار	0	8	13
	النسبة	0,0%	38,1%	61,9%
من 21 إلى 24 سنة	التكرار	2	36	22
	النسبة	3,3%	60 %	36,7%
أكبر من 25 سنة	التكرار	0	14	5
	النسبة	0%	73,7%	26,3%
المجموع	التكرار	2	58	40
	النسبة	2%	58%	40%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أنّ أغلب المبحوثين الذين تتحصر أعمارهم بين 21 و 24 سنة لم تسبق لهم المشاركة في برنامج "حباب ربي"، وذلك بنسبة 60%، في حين يتمنى بعض أفراد العينة من نفس الفئة العمرية أن يشاركوا في البرنامج، وذلك بنسبة 36.7%، ونسبة 3.3% من نفس الفئة العمرية سبق لهم المشاركة في البرنامج، في المقابل نجد أنّ نسبة 73.7% من أفراد العينة الأكبر من 25 سنة لم يسبق لهم المشاركة في البرنامج، في حين يتمنى باقي أفراد نفس الفئة العمرية المشاركة في هذا البرنامج وذلك بنسبة 26.3%، وانعدمت النسبة عند البديل نعم، كما نلاحظ أيضاً أنّ نسبة 61.9% من الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 20 سنة يتمنون المشاركة في البرنامج، في حين أنّ نسبة 38.1% من نفس الفئة العمرية لم يشاركوا في البرنامج، وانعدمت النسبة عند الخيار نعم، ويمكن تفسير

هذه النسب بأنّ قوة تأثير البرنامج قذف في قلوب المشاهدين حبّ التطوع والخير وجعلهم يرغبون في مشاركة النشاطات الخيرية ومساعدة الحالات الإنسانية المعروضة ضمن حلقات البرنامج.

الجدول رقم(26): يوضح علاقة المستوى بالمشاركة في برنامج "حباب ربي"

المجموع	هل سبق وان شاركتكم في البرنامج؟			المستوى الجامعي * هل سبق وان شاركتكم في البرنامج؟		
	نعم	لا	أتمنى أن اشارك	التكرار	ليسانس	المستوى الجامعي
51	1	29	21	التكرار	ليسانس	المستوى الجامعي
100%	2 %	56,9%	41,2%	النسبة		
48	1	29	18	التكرار	ماستر	
100%	2,1%	60,4%	37,5%	النسبة		
1	0	0	1	التكرار	دكتوراه	
100%	0%	0,0%	100%	النسبة		
100	2	58	40	التكرار		المجموع
100%	2%	58%	40%	النسبة		

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أنّ أغلب المبحوثين ذوي المستوى الجامعي ماستر لم يسبق لهم المشاركة في البرنامج، وذلك بنسبة 60.4%، تليها أفراد نفس الفئة الذين يتمنون المشاركة في البرنامج بنسبة 37.5%، ثم 2.1% ممن شاركوا في البرنامج، في المقابل نجد أنّ نسبة 56.9% ممن يدرسون في طور الليسانس لم يسبق لهم أن شاركوا في البرنامج وذلك بنسبة 56.9%، ثم نسبة 41.2% ممن يتمنون المشاركة في البرنامج، ثم 2% ممن سبق لهم المشاركة في البرنامج، كما نلاحظ أنّ طالب الدكتوراه لم يسبق له المشاركة في البرنامج لكنه يتمنى المشاركة فيه وذلك بنسبة إجمالية بلغت 100%، وبالتالي نستنتج أنّ أغلب المبحوثين على اختلاف مستواهم الجامعي لم يسبق لهم المشاركة في البرنامج

ربما لأنَّ الفرصة لم تتح أمامهم لذلك فهم يتمنون المشاركة في البرنامج تشجيعا للعمل التطوعي ونشر قيم التضامن في المجتمع المحلي.

الجدول رقم(27): يمثل ما الشخصية التي تؤثر في عينة الدراسة عند مشاهدة البرنامج

النسبة	التكرار	برأيك ماهي الشخصيات التي تؤثر فيك عند مشاهدة البرنامج؟
15%	15	منشط البرنامج
7%	7	ضيوف البرنامج
78%	78	الحالات المعروضة
100	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان الشخصيات التي تؤثر في المشاهدين، كانت مختلفة من شخص إلى آخر، لكن اغلبية المشاهدين أجمعوا على ان الحالات المعروفة هي أكثر شخصية تؤثر فيهم، حيث نسبة 78% اتفقوا على هذا، في حين 15% أكدوا ان منشط البرنامج هو من يؤثر فيهم و 7 % ضيوف البرنامج هو من أثروا فيهم.

نستنتج من خلال التحليل ان الحالات التي يتم عرضها في البرنامج، تعيش حالات صعبة وظروف قاهرة وهذا ما أثر على المبحوثين، وجعلهم يميلون الى التضامن معهم، كما تثبت النتائج أن شدة اعجاب المبحوثين بمنشط البرنامج مرتفعة مقارنة بضيوف البرنامج وهذا راجع الى طريقتها المميزة في التعامل مع الحالات المعروضة وكذا اسلوبها في تناول الموضوع والاحساس الكبير بالحالات المعروضة.

المحور الثالث: تقييم طلبة جامعة البويرة لبرنامج " حباب ربي "

الجدول رقم(28): يوضح مدى توافق برنامج " حباب ربي " مع قيم المجتمع الجزائري.

هل برنامج " حباب ربي " يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري؟	التكرار	النسبة
موافق	76	%76
محايد	20	%20
معارض	4	%4
المجموع	100	%100

أكد المبحوثين من خلال معطيات الجدول أعلاه ان برنامج حباب ربي يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري حيث وافق 76% على هذا الطرح، في حين التزم 20% الحياد مسلكا، اما من كانت اجابتهم معارض فقد بلغت نسبتهم 4%.

من هنا يتضح ان برنامج حباب ربي يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري لما يبيته من قصص وحالات من الواقع الجزائري تدعو الى التعاون والتماسك وحب الغير بدون أي اضافات، وهذا من اجل هدف سامي وهو اعانة الحالات المعروضة، ونشر قيم العمل الخيري وهذا ما أكدته النسبة الأكبر من المبحوثين.

الجدول رقم(29): يوضح علاقة الجنس بتوافق برنامج "حباب ربي" مع قيم المجتمع الجزائري.

الجنس * هل برنامج " حباب ربي" يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري؟	هل برنامج " حباب ربي" يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري؟			المجموع
	موافق	محايد	معارض	
الجنس ذكر	التكرار	24	9	2
	النسبة	68,6%	25,7%	5,7%
الجنس أنثى	التكرار	52	11	2
	النسبة	80%	16,9%	3,1%
المجموع	التكرار	76	20	4
	النسبة	76%	20%	4,0%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أنّ أغلب الإناث يوافقون على أنّ برنامج "حباب ربي" يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري وذلك بنسبة 80% الأمر نفسه للذكور حيث بلغت نسبتهم 68.6%، في المقابل نجد أنّ هناك فئة من الإناث يتخذون موقفا محايدا وذلك بنسبة 16.9%، و 25.7% للذكور، في حين نلاحظ أنّ نسبة 3.1% من الإناث يعارضون هذه الفكرة، وهي نسبة مقارنة للذكور حيث بلغت نسبتهم 5.7%، ويمكننا القول إذن أنّ أغلب أفراد العينة إناثا وذكورا يوافقون على أنّ البرنامج الاجتماعي "حباب ربي" يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري، ويرجع ذلك إلى طبيعة المجتمع الجزائري الذي يتميز بتمسكه بمقوماته الأصلية التي تنص على التعاون والبر والإحسان والتي اكتسبها من الشريعة الإسلامية التي جعلت أفعال الخير سببا لولوج الجنة.

الجدول رقم(30): يوضح علاقة العمر بتوافق برنامج "حباب ربي" مع قيم المجتمع الجزائري.

العمر * هل برنامج " حباب ربي" يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري؟			هل برنامج " حباب ربي" يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري؟		
العمر	من 18 إلى 20 سنة	التكرار	موافق	محايد	معارض
			النسبة	النسبة	النسبة
العمر	من 18 إلى 20 سنة	التكرار	15	5	1
		النسبة	71,4%	23,8%	4,8%
	من 21 إلى 24 سنة	التكرار	48	10	2
		النسبة	80%	16,7%	3,3%
	أكبر من 25 سنة	التكرار	13	5	1
		النسبة	68,4%	26,3%	5,3%
المجموع		التكرار	76	20	4
		النسبة	76%	20%	4%

يبين لنا الجدول أعلاه أنّ أغلب المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 21 و 24 سنة يوافقون على أنّ برنامج "حباب ربي" يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري، وذلك بنسبة مرتفعة بلغت 80%، في حين اتخذت نسبة 16.7% من نفس الفئة العمرية موقفا محايدا، وعارضت نسبة 3.3% هذا الطرح، في المقابل نجد أنّ نسبة 71.4% من الفئة العمرية يوافقون هذه الفكرة، في حين لم تصرح نسبة 23.8% من نفس الفئة العمرية عن موقفها، تليها نسبة 4.8% ممن عارضوا هذه الفكرة، ونلاحظ أيضا أنّ نسبة 68.4% من الفئة العمرية أكبر من 25 سنة يوافقون على أنّ برنامج "حباب ربي" يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري، تليها نسبة 26.3% ممن لم يعربوا عن موقفهم، ثم 5.3% من المعارضين، ويرجع هذا التباين إلى تشعب مختلف أفراد العينة بقيم المجتمع الجزائري وبالتالي فهم يرون انعكاس هذه القيم في برنامج "حباب ربي" الذي يهدف أساسا إلى التعريف بمعاناة بعض العائلات الجزائرية والعمل معا على التخفيف منها.

الجدول رقم(31): يوضح علاقة المستوى الجامعي بتوافق برنامج "حباب ربي" مع قيم المجتمع الجزائري

المجموع	هل برنامج " حباب ربي " يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري؟			المستوى الجامعي * هل برنامج " حباب ربي " يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري؟		
	معارض	محايد	موافق			
51	2	12	37	التكرار	ليسانس	المستوى الجامعي
100%	3,9%	23,5%	72,5%	النسبة		
48	2	8	38	التكرار	ماستر	
100%	4,2%	16,7%	79,2%	النسبة		
1	0	0	1	التكرار	دكتوراه	
100%	0%	0%	100%	النسبة		
100	4	20	76	التكرار	المجموع	
100%	4%	20%	76%	النسبة		

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أنّ أغلب أفراد العينة من طور الماستر يوافقون على أنّ برنامج "حباب ربي" يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري وذلك بنسبة 79.2%، تليها فئة الليسانس بنسبة 72.5%، ثم الدكتوراه بنسبة إجمالية 100%، في المقابل نجد بعض أفراد العينة من طور الليسانس محايدون وذلك بنسبة 23.5%، ثم فئة الماستر محايدون وذلك بنسبة 16.7%، ثم انعدمت عند الدكتوراه، كما نلاحظ أنّ هناك نسبة 4.2% من طلبة الماستر يعارضون هذه الفكرة، تليها فئة ليسانس بنسبة ضئيلة لم تتجاوز 3.9%، وانعدمت عند طلبة الدكتوراه أي 0%، ويمكن تفسير ذلك باعتبار أنّ الطلبة الجامعيين جزء من المجتمع الجزائري فهم يعرفون جيّدا القيم والمبادئ التي يقوم عليها هذا المجتمع وبالتالي فهم يلمسون هذه القيم وهذه المبادئ في برنامج "حباب ربي" الذي يبيّن في المشاهدات روح التضامن والإخاء ومساعدة المحتاجين والمتضررين.

الجدول رقم(32): يمثل رأي أفراد العينة في تناسب طريقة عرض برنامج حباب ربي مع مضمونه.

النسبة	التكرار	الطريقة التي يعرض بها البرنامج تتناسب مع المضمون؟
76%	76	موافق
17%	17	محايد
7%	7	معارض
100%	100	المجموع

الملاحظ من خلال الجدول أن 76% من الطلبة يروون أن طريقة عرض البرنامج تتناسب مع المضمون، في حين بقي 17% منهم على الحياد، أما من كانت اجابتهم معارض لهذا الطرح فقد بلغت نسبتهم 7%

يتضح لنا أن اغلبية أفراد العينة يوافقون على أن طريقة عرض البرنامج تتناسب مع مضمونه، وهذا ما يؤكد أن أنشطة البرنامج وفقت الى حد بعيد في طرح الحالات المعروضة من خلال توظيف مشاعرها واحاسيسها وكذا النقل الموضوعي للحالات واستخدام المؤثرات والمقاطع الصوتية المناسبة مما ترك الرضا عند المشاهدين.

الجدول رقم(33): يوضح علاقة الجنس بالطريقة التي يعرض بها برنامج "حباب ربي"

الجنس * الطريقة التي يعرض بها البرنامج تتناسب مع المضمون؟	الطريقة التي يعرض بها البرنامج تتناسب مع المضمون؟			المجموع
	موافق	محايد	معارض	
الجنس	الذكور	7	3	35
	النسبة	20,0%	8,6%	100%
	التكرار	10	4	65
	النسبة	15,4%	6,2%	100%
المجموع	الذكور	17	7	100
	النسبة	17%	7%	100%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أنّ نسبة 78.5% من الإناث و 71.4% يوافقون على أنّ الطريقة التي يعرض بها البرنامج تتناسب مع المضمون، في المقابل نجد أنّ نسبة 15.4% من الإناث ونسبة 20% من الذكور يتبنون موقفا محايدا للإجابة عن هذا السؤال، وفي الأخير نلاحظ أنّ نسبة 8.6% من الذكور و 6.2% من الإناث يعارضون هذا الاحتمال، ويرجع ذلك إلى عفوية مقدّمة البرنامج وتفاعلها أثناء إعداداته مع الحالات الإنسانية، أضف إلى ذلك النقل الموضوعي صوتا وصورة للمعاناة التي يقاسيها الأفراد والأسر الذين تمّ تصويرهم ضمن حلقات البرنامج. كما أنّ هناك تأثير قوي للمؤثرات الصوتية وبرامج تعديل الفيديوهات المعتمدة من طرف المخرج والمصورين.

الجدول رقم(34): يوضح علاقة العمر بالطريقة التي يعرض بها برنامج "حباب ربي".

العمر * الطريقة التي يعرض بها البرنامج تتناسب مع المضمون؟	الطريقة التي يعرض بها البرنامج تتناسب مع المضمون؟			المجموع		
	موافق	محايد	معارض			
العمر	من 18 إلى 20 سنة	التكرار	16	3	2	21
	من 21 إلى 24 سنة	النسبة	76,2%	14,3%	9,5%	100%
		التكرار	44	12	4	60
	أكبر من 25 سنة	النسبة	73,3%	20%	6,7%	100%
		التكرار	16	2	1	19
	المجموع	النسبة	84,2%	10,5%	5,3%	100%
التكرار		76	17	7	100	
	النسبة	76%	17%	7%	100%	

يظهر لنا أنّ أغلب أفراد العينة من الفئة العمرية (من 21 إلى 24 سنة) يوافقون على أنّ طريقة عرض البرنامج تتناسب مع المضمون، وذلك بنسبة 73.3%، تليها نسبة 20% للمحايد من نفس الفئة، ثم 4.7% من المعارضين من نفس الفئة العمرية، في المقابل نجد أنّ نسبة 84.2% من أفراد الفئة العمرية التي تفوق أعمارهم 25 سنة يوافقون على أنّ طريقة عرض البرنامج تتناسب مع المضمون، تليها نسبة 10.5% للمحايد، ثم 5.3% للمعارضين، كما نلاحظ أنّ نسبة 76.2% من الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 20 سنة موافقون على أنّ الطريقة التي يعرض بها البرنامج تتناسب مع المضمون، تليها نسبة 14.3% للمحايد، ونسبة 9.5% للمعارضين، ومردّد هذا الاختلاف في المواقف والآراء إلى طريقة تلقي المحتوى الإعلامي في كلّ حلقة من حلقات برنامج "حباب ربي" فهناك حالات لا تتطلب التصوير احتراماً لكرامة الأفراد الذين يظهرون على البرنامج.

الجدول رقم(35): يوضح علاقة المستوى بالطريقة التي يعرض بها برنامج "حباب ربي".

المجموع	الطريقة التي يعرض بها البرنامج تتناسب مع المضمون؟			المستوى الجامعي * الطريقة التي يعرض بها البرنامج تتناسب مع المضمون؟		
	معارض	محايد	موافق			
51	4	7	40	التكرار	ليسانس	المستوى الجامعي
100%	7,8%	13,7%	78,4%	النسبة		
48	3	10	35	التكرار	ماستر	
100%	6,3%	20,8%	72,9%	النسبة		
1	0	0	1	التكرار	دكتوراه	
100%	0%	0%	100%	النسبة		
100	7	17	76	التكرار	المجموع	
100%	7%	17%	76%	النسبة		

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه أنّ 78.4% من طلبة الليسانس يوافقون على أنّ الطريقة التي يعرض بها البرنامج تتناسب مع المضمون، تليها أغلبية الطلبة من طور الماستر بنسبة 72.9%، ثم الدكتوراه بنسبة إجمالية بلغت 100%، في المقابل نجد أنّ نسبة 20.8% من طلبة الماستر محايدين، ونسبة 13.7% من طلبة الليسانس محايدين، تليها نسبة منعدمة عند الدكتوراه 0%، كما نلاحظ أيضا أنّ نسبة 7.8% من طلبة الليسانس معارضين، الأمر نفسه لطلبة الماستر أي 6.3% منهم معارضون، وانعدمت النسبة عند طلبة الدكتوراه، ويمكن تفسير هذه الاستجابات لثقافة أغلب الطلبة الجامعيين وعلى اختلاف أطوارهم حول القوالب الفنية لإخراج البرامج التلفزيونية، أضف إلى ذلك تمكن مقدّمة البرنامج عائشة بوزمارن من الإعداد الجيد لهذا البرنامج نظرا لاحترافيّتها وخبرتها في الميدان الإعلامي خصوصا في تقديم البرامج الاجتماعية فقد نجحت إلى حدّ بعيد في نقل المعيشة الضنكى التي تعيشها بعض العائلات من فقر مدقع وحياة قاسية تفتقد لأدني ضروريات الحياة دون أن ننسى دور

المصورين والتقنيين الذين أحسنوا اختيار المؤثرات الصوتية والبصرية وأتقنوا فنّ تركيب الفيديوها واختيار الزاوية المناسبة لالتقاط الصور وتسجيل الفيديوها الخاصة بحلقات البرنامج.

الجدول رقم(36): يوضح رأي أفراد العينة في وقت عرض البرنامج.

هل ترى أن الوقت الذي يعرض فيه البرنامج مناسب مع أوقات مشاهدتك؟	التكرار	النسبة
دائماً	14	14%
أحياناً	57	57%
نادراً	29	29%
المجموع	100	100%

تشير نتائج الجدول أعلاه أن 57% من الطلبة أجابوا عن السؤال ب "أحياناً"، ثم نادراً بنسبة 29%، بينما أجاب 29% ب دائماً.

من خلال النتائج يتضح أن وقت عرض البرنامج يتناسب أحياناً مع افراد العينة أكثر من دائماً ونادراً وهذا ما يؤكد على أن وقت عرض البرنامج يتقاطع في غالب الأحيان مع برامج أخرى للطلبة.

الجدول رقم(37): يوضح رأي الطلبة في طريقة الحوار التي يعتمدها منشط البرنامج.

هل طريقة الحوار التي يعتمدها منشط البرنامج مقبولة بالنسبة لك؟	التكرار	النسبة
نعم	51	51%
لا	6	6%
الى حد ما	43	43%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول نلاحظ أن اغلب المبحوثين أكدوا على ان طريقة الحوار التي يعتمدها معد البرنامج مقبولة حيث 51% وافقوا على هذا الطرح في حين 43% أكدوا ان الطريقة مقبولة إلى حد ما و6% رأوا ان الحوار الذي يعتمده معد البرنامج غير مقبول.

هذه النتائج تؤكد ان طريقة الحوار مقنعة إلى حد كبير ومؤثرة في كل من يحضر البرنامج حيث تعد طريقة الحوار واجهة لقبول البرنامج او رفضه، أي أن المنشطة وفقت الى حد كبير في تقديم البرنامج نظرا لخبرتها الكبيرة وقدرتها على استخدام مشاعرها وطريقتها في الحوار ومناقشة المواضيع.

الجدول رقم(38): يمثل أراء العينة في المقاطع الصوتية والموسيقية في عكس الحالات والمشاكل الاجتماعية.

هل المقاطع الصوتية والموسيقية المستخدمة في البرنامج تعكس الحالات والمشاكل الاجتماعية؟	التكرار	النسبة
دائماً	32	32%
أحياناً	55	55%
نادرًا	13	13%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول اعلاه اكد المبحوثين ان المقاطع الصوتية و الموسيقية في البرنامج تعكس الحالات و المشاكل الاجتماعية، 55% اكدوا ان أحياناً ما تعكس هاته الاخير الحالات و المشاكل المعروضة في حين 32% لاحظوا ان دائماً ما تعكس المقاطع الصوتية و الموسيقية الحالات المعروضة و 13% اكدوا ان نادراً ما تعكس.

هذا الطرح يؤكد ان للمقاطع الصوتية والموسيقية دور مهم في جذب عاطفة المشاهد وتأثير عليه، حيث كلما كانت المقاطع الصوتية والموسيقية تعكس الحالات الاجتماعية كلما زاد التأثير والاقناع.

الجدول رقم(39): يوضح تقييم الطلبة للمعلومات التي يقدمها برنامج " حباب ربي "

هل المعلومات التي يقدمها البرنامج؟	التكرار	النسبة
كافية	23	23%
مقنعة	15	15%
تمثل الواقع	58	58%
لا تمثل الواقع	4	4%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول نلاحظ ان المبحوثين تباينت واختلفت آرائهم فيما يخص المعلومات التي يقدمها البرنامج، حيث 58% أكدوا انها معلومات تمثل الواقع في حين 23% أكدوا ان المعلومات التي يقدمها البرنامج غير كافية و15% معلومات مقنعة، في حين 4% رأوا انها لا تمثل الواقع.

نستنتج من خلال التحليل الآتي ان البرنامج يجب ان يسعى الى تقديم معلومات واقعية وكافية ومقنعة حتى يفهم المشاهد المحتوى المقدم ويتفاعل معه.

الجدول رقم(40): يوضح القيم التي اكتسبها المتابعون لبرنامج " حباب ربي".

ماهي القيم التي اكتسبتها من برنامج " حباب ربي ؟"	التكرار	النسبة
حب التطوع وفعل الخير	69	69,0
التعاون والتكافل	21	21%
التضحية من أجل الغير	4	4%
الحب	6	6%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول اعلاه حول القيم التي اكتسبها المبحوثين من خلال برنامج حباب ربي 69% أكدوا ان حب التطوع وفعل الخير هي القيمة المكتسبة في حين 21% اكتسبوا التعاون والتكافل و6% اكتسبوا الحب في حين 4% التضحية من اجل الغير .

نستج من خلال التحليل ان برنامج حباب ربي ساهم في توثيق عدة قيم في المجتمع، وهذا من يجب على البرامج الاجتماعية ان تسعى الى تحقيقه وذلك للتحقيق التعاون والتكافل بين أفراد المجتمع وحالته المختلفة، فالتطوع يعطي للفرد شعورا بالانتماء إلى الجماعة كما يعتبر أيضا منتجا داخليا ينمي المهارات وتطوير الخبرات أضف إلى ذلك أنّ التعاون والتكافل يحققان الدمج الاجتماعي للأفراد والجماعات ويحميان المجتمع من الخراب ويساهمان في تمتين النسيج الاجتماعي الجزائري.

الجدول رقم(41): يوضح علاقة الجنس بالقيم التي اكتسبها المبحوثون من برنامج "حباب ربي"

الجنس * ما هي القيم التي اكتسبتها من برنامج "حباب ربي"؟	ما هي القيم التي اكتسبتها من برنامج "حباب ربي"؟				المجموع
	حب التطوع وفعل الخير	التعاون والتكافل	التضحية من أجل الغير	الحب	
الجنس	ذكر	التكرار	21	10	1
	النسبة	60%	28,6%	2,9%	8,6%
أنثى	التكرار	48	11	3	3
	النسبة	73,8%	16,9%	4,6%	4,6%
المجموع	التكرار	69	21	4	6
	النسبة	69%	21%	4%	6%

يبين الجدول أعلاه أنّ نسبة 73.8% من الإناث قد اكتسب قيمة حب التطوع وفعل الخير، يوافقهن الذكور في نفس القيمة بنسبة 60%، تليها قيمة التعاون والتكافل بنسبة 28.6% للذكور ونسبة 16.9% للإناث، في المقابل نجد أنّ بعض الإناث قد اكتسبن قيمة التضحية من أجل الغير والحبة بنسب متساوية بلغت 4.6%، في حين اكتسب الذكور قيمة الحب بنسبة 8.6% وقيمة التضحية من أجل الغير بنسبة 2.9%، ونفسر هذا بنجاح البرنامج في غرس القيم الاجتماعية في المشاهد الجزائري بصرف النظر عن الجنس الذي ينتمي إليه، فالتطوع يعطي للفرد شعورا بالانتماء إلى الجماعة كما يعتبر أيضا منتجا داخليا ينمي المهارات وتطوير الخبرات أضف إلى ذلك أنّ التعاون والتكافل يحققان الدمج الاجتماعي للأفراد والجماعات ويحميان المجتمع من الخراب ويساهمان في تمتين النسيج الاجتماعي الجزائري.

الجدول رقم(42): يوضح علاقة العمر بالقيم التي اكتسبها المبحوثون من برنامج "حباب ربي".

العمر * ما هي القيم التي اكتسبتها من برنامج " حباب ربي ؟"	ما هي القيم التي اكتسبتها من برنامج " حباب ربي ؟"					
	حب التطوع وفعل الخير	التعاون والتكافل	التضحية من أجل الغير	الحب		
العمر	من 18 إلى 20 سنة	التكرار	14	3	1	3
	من 21 إلى 24 سنة	النسبة	66,7%	14,3%	4,8%	14,3%
		التكرار	44	10	3	3
	أكبر من 25 سنة	النسبة	73,3%	16,7%	5,0%	5,0%
		التكرار	11	8	0	0
	المجموع	النسبة	57,9%	42,1%	0,0%	0,0%
التكرار		69	21	4	6	
	النسبة	69,%	21,%	4,%	6,%	

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أنّ أغلب أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين 21 و 24 سنة قد اكتسبوا قيمة حب التطوع وفعل الخير بنسبة 73.3%، تليها نسبة 16.7% للتعاون والتكافل، ثم التضحية من أجل الغي والحب بنسب متساوية لم تتجاوز 5%، في المقابل نجد أنّ نسبة 66.7% بين 21 و 24 سنة اكتسبوا قيمة حبّ التطوع وفعل الخير، تليها قيمة التعاون والتكافل والحب بنسب متساوية بلغت 14.3%، ثم التضحية من أجل الغير بنسبة 4.8%، في المقابل نجد أنّ نسبة 57.9% من الذين تتجاوز أعمارهم 25 سنة قد اكتسبوا قيمة حب التطوع وفعل الخير ، تليها نسبة 42.1% للتعاون والتكافل، وانعدمت النسبة عند التضحية من أجل الغير والحب أي 0%، ومنه يمكننا القول أنّ أغلب المبحوثين وعلى اختلاف أعمارهم قد اكتسبوا حبّ التطور وفعل الخير بدرجة كبيرة وهذا ما يحملنا على

القول بأن برنامج "حباب ربي" كان نموذجاً للبرامج الاجتماعية الهادفة التي تسعى إلى نشر قيم الخير وبت روح التعاون والتكافل بين أفراد المجتمع الواحد.

الجدول رقم (43): يوضح علاقة المستوى الجامعي بالقيم التي اكتسبها المبحوثون من برنامج "حباب ربي".

المستوى الجامعي * ما هي القيم التي اكتسبتها من برنامج " حباب ربي ؟"		ما هي القيم التي اكتسبتها من برنامج " حباب ربي ؟"				المجموع	
		حب التطوع وفعل الخير والتكافل	التضحية من أجل الغير	الحب			
المستوى الجامعي	ليسانس	التكرار	36	8	3	4	51
		النسبة	70,6%	15,7%	5,9%	7,8%	100%
	ماستر	التكرار	32	13	1	2	48
		النسبة	66,7%	27,1%	2,1%	4,2%	100%
	دكتوراه	التكرار	1	0	0	0	1
		النسبة	100%	0,0%	0%	0%	100%
		التكرار	69	21	4	6	100
		النسبة	69%	21%	4%	6,0%	100%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أنّ أغلب المبحوثين من طور الليسانس قد اكتسبوا قيمة حب التطوع وفعل الخير وذلك بنسبة 70.6%، والتعاون والتكافل بنسبة 15.7%، ثم التضحية من أجل الغير بنسبة 5.9%، ثم الحب بنسبة 7.8%، في المقابل نجد أنّ نسبة 66.7% من طلبة ماستر محل الدراسة قد اكتسبوا قيمة التطوع وفعل الخير وذلك بنسبة 66.7%، ثم التعاون والتكافل بنسبة 27.1%، ثم الحب بنسبة 4.2%، ثم التضحية من أجل الغير بنسبة 2.1%، كما صرّح طالب الدكتوراه أنّه اكتسب حب

التطوع وفعل الخير بنسبة 100%، ويعني هذا أنّ أغلب الجامعيين وعلى اختلاف مستوياتهم يشتركون في قيمة التطوع وفعل الخير كونه سمة إنسانية لصيقة بالإنسانة دون الخضوع لشروط تعليمية أو أكاديمية.

النتائج العامة لِلدِّرَاسَةِ

النتائج العامة للدراسة:

تطرقت هذه الدراسة الى اسهامات القنوات الفضائية في تفعيل العمل الخيري من خلال برنامج "حباب ربي" وحاولت الكشف عن الدور الحقيقي لهذا البرنامج الاجتماعي الخيري في نشر والترويج لثقافة العمل الخيري لدى الطلبة الجزائريين وقد خلصت الدراسة الى أهم النتائج التي سيأتي ذكرها:

1-الاناث هن الجنس الأكثر تواجدا في عينة الدراسة حيث بلغت نسبتهن 65% من مجموع عينة الدراسة.

2-تعتبر الفئة من 21 الى 24 هي الفئة الأكثر تواجدا ومشاهدة لبرنامج " حباب ربي" حيث بلغت نسبتهما 54%.

3-الطور الجامعي الغالب في عينة الدراسة هو طور ليسانس ثم ماستر.

4-أكدت نتائج الدراسة أن أغلب افراد العينة يشاهدون برنامج " حباب ربي" أحيانا ثم نادرا ثم دائما بالترتيب.

5-كشفت الدراسة أن معظم المبحوثين تعرفوا على البرنامج من خلال الإعلان عنه في وسائل الاعلام وهي النسبة الغالبة.

6-بينت الدراسة أن الوقت المفضل لمشاهدة البرنامج بالنسبة لعينة الدراسة يكون حسب الظروف بالدرجة الأولى.

7-كشفت النتائج أن الطلبة يميلون الى مشاهدة برنامج حباب ربي رفقة افراد العائلة بدرجة أولى بنسبة 45% ثم بنسبة 35% لوحدهم ثم مع الزملاء بنسبة 20%

8-الطالب يكتفي بمشاهدة الحلقة الواحدة من البرنامج مرة واحدة بنسبة قدرت ب 49%، مقابل إعادة المشاهدة بنسبة 11%

9-أكدت الدراسة على ان اهتمام البرنامج بالقضايا الإنسانية هو أكبر دافع للطلبة لمتابعة البرنامج بنسبة بلغت 80%

10-كشفت الدراسة على ان 80% من عينة الدراسة هدفهم الاطلاع على أحوال المجتمع من خلال متابعتهم للبرنامج.

- 11-الدافع الأكبر لتفضيل برنامج "حباب ربي" من قبل الطلبة على برامج أخرى هو رغبتهم في المشاركة في اعمال خيرية مشابهة.
- 12-يمثل البعدان الاجتماعي والديني لبرنامج حباب ربي أبرز ما يدفع بالطلبة لمشاهدته.
- 13-لم يسبق ل 58% من عينة الدراسة المشاركة في البرنامج بينما 40% منهم يتمنون المشاركة من أجل مساعدة الأشخاص المحتاجين.
- 14-حسب رأي اغلبية المبحوثين فان الحالات المعروضة في برنامج حباب ربي هي أكثر ما يؤثر فيهم مقارنة بمنشط البرنامج او ضيوفه.
- 15-يؤكد اغلبية متابعي برنامج حباب ربي ان مضمون البرنامج يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري بنسبة 76%
- 16-كشفت نتائج الدراسة ان 76% من عينة الدراسة يوافقون على ان طريقة عرض البرنامج تتوافق مع مضمونه.
- 17-يرى 57% من الطلبة ان وقت عرض البرنامج يتوافق أحيانا مع أوقات مشاهدتهم.
- 18-يجمع اغلب المبحوثين ان منشط البرنامج وفق الى حد بعيد في طريقة الحوار التي يستعملها.
- 19-يؤكد 55% من عينة الدراسة ان المقاطع الصوتية تعكس الحالات التي يعرضها البرنامج.
- 20-يرى 58% من الطلبة ان المعلومات التي يقدمها البرنامج تمثل الواقع المعاش.
- 21-أكثر القيم التي استفاد منها الطلبة من خلال متابعتهم لبرنامج حباب ربي هي حب التطوع وفعل الخير.

توصيات الدراسة:

- من أجل التجسيد الأمثل لدور القنوات الفضائية في تفعيل العمل الخيري ندرج التوصيات التالية:
- تفعيل التوعية بأهمية العمل الخيري ومردوده الإيجابي لكل من المتطوع والمجتمع من خلال وسائل الاعلام.
- التأكيد على ضرورة جعل البرامج الاجتماعية الخيرية التي تبث في القنوات الفضائية في مقدمة الشبكة البرمجية لهاته الاخيرة.
- التركيز على الجوانب التي تجذب الجمهور للبرنامج.
- ابتكار أساليب جديدة في طرح المشاكل الاجتماعية كالفقر والمرض والبحث عن طرق جديدة للمساعدة وعدم الاقتصار على انتظار مساعدة المحسنين.
- يجب تشجيع الجمهور على ضرورة المتابعة المستمرة للبرامج الاجتماعية الخيرية التي تساعد في تعزيز مفاهيم العمل الخيري ونشر قيم التعاون والتكافل.
- استعمال اللغة السهلة البسيطة قصد الفهم الجيد واستخدام مقاطع ومؤثرات صوتية مناسبة اثناء عرض البرامج الاجتماعية الخيرية.
- من الضروري وجود موقع الكتروني أو قنوات وصفحات على منصات التواصل الاجتماعي لبرنامج "حباب ربي" حتى يسمح للمشاهد ابداء آرائه وتقديم اقتراحات أو استفسارات.
- العمل على زيادة مساحة مشاركة الجمهور في البرنامج عبر طرق اتصال مختلفة لتقديم استفسارات أو اقتراحات ليشبع البرنامج حاجياتهم ويلبي رغباتهم.
- اعداد بحوث ودراسات تعالج أسباب العزوف عن العمل الخيري.

الخاتمة

الخاتمة:

أدى تنوع القنوات الفضائية الجزائرية الى خلق منافسة كبيرة بينها، ومن مخرجات هذا التنوع ظهور البرامج المختلفة التي تسعى الى تلبية اهتمامات وحاجيات الجمهور، ركزت هذه القنوات على مضامين إعلامية هادفة تهتم بمختلف شرائح المجتمع، من خلال طرح قضايا ترتبط بالواقع الذي يعيشه المجتمع وهذا ما شد اليها الجماهير لمتابعتها باستمرار، تأتي في مقدمة هذه المضامين البرامج الاجتماعية ذات الطابع الخيري.

يعد برنامج "حباب ربي" من البرامج الهادفة التي تسعى الى نشر قيم الخير والتطوع والتكافل والتعاون في المجتمع الجزائري، وهذا من خلال قيامه بنشر الحالة الاجتماعية للجزائريين في مختلف انحاء الوطن وتقديم يد المساعدة لهم من دون انتظار أي رد للجميل، وهو التجسيد الأسمى للانتماء للمجتمع وحب الخير.

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة استجلاء دور القنوات الفضائية الجزائرية في تفعيل العمل الخيري تضمن ظهورها وواقعها واهم خصائصها، حيث توصلنا الى ان البرامج الاجتماعية التي تبث عبر هذه القنوات لها بالغ الأثر في تفعيل ونشر قيم العمل الخيري في المجتمع الجزائري.

وكشفت الدراسة أيضا دور برنامج حباب ربي في تفعيل العمل الخيري لدى الطلبة الجزائريين اذ يمكن القول ان ما جاء به هذا البرنامج ساهم في احداث تغييرات في البيئة الاجتماعية ككل كما ساهم أيضا في تكوين التنشئة الاجتماعية التي ظهرت في العلاقات الاجتماعية وسلوكيات الافراد من العادات والانماط المبنية على المبادئ والقيم والمواضيع القيمة التي تسعى الى التكافل الاجتماعي من تقديم يد العون للآخرين، مساعدات إنسانية وربط العلاقة بين الاسر وافراد المجتمع وهذا يبرز دور البرنامج في نشره لقيم العمل الخيري، اما تزايد الجمهور في اقبالهم على البرنامج والتعرض لمضمونه توسعت وتزايدت معه الاعمال الخيرية من الافراد والمحسنين ومن أهميته انه برنامج اجتماعي يشاهد من طرف افراد اسرة واحدة وما يعكسه من قيم التي كان لها تأثير على سلوك الافراد مما ينتج مجتمعا متماسكا، وتحبذ المجتمعات مشاهدة مثل هذه البرامج لأنها تعالج قضايا إنسانية ومصادقية مضامينها التي يمثل الواقع المعاش، وهنا يظهر دور التلفزيون والاعلام في ترسيخ المبادئ والقيم التي تخدم الثقافة والعادات والعلاقات الاجتماعية، ومنه تحقيق الرسالة الإعلامية الهادفة عبر هذه البرامج ويركز الاسهام كذلك على مقدم البرنامج في تبليغ الرسالة واستقطاب الجمهور وانجاح البرنامج.

ومنه تعمل القنوات الفضائية عبر برنامج حباب ربي في نشر قيم العمل الخيري القائم على التعاون والتكافل وترسيخ القيم والمبادئ التي تعمل على ربط العلاقات الاجتماعية بين افراد المجتمع.

تبقى هذه الدراسة في الختام حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف العلاقة بين القنوات الفضائية والاعمال الخيرية، لا ندعي بأننا بلغنا نتائج تعبر عن كل ما يتعلق بنشر الاعمال التطوعية عبر القنوات الفضائية في الجزائر، كما لا يمكننا القول بأننا كشفنا عن مدى استغلال القنوات الفضائية للأعمال الخيرية التطوعية وحاولنا من خلال هذه الدراسة استجلاء بعض جوانب التأثير مبهدين السبيل لباحثين آخرين لاستكشاف مقاربات أخرى لم تتعرض لها هذه الدراسة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

المصادر

القرآن الكريم.

قائمة الكتب:

1. إبراهيم البيومي غانم، مفهوم العمل الخيري ومقاصده، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، مصر
2. ابراهيم عزيز: تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2012.
3. إبراهيم فريد الدين: الأسس البيولوجية لسلوك الانسان، ط1، دار العربية العلوم، لبنان، 1994.
4. ابن منظور، لسان العرب ط3، ج4.
5. أرثر اسيا برغر: ترجمة خليل أبو اصبع: وسائل الاعلام والمجتمع وجهة نظر نقدية، دار العالم للمعرفة، ط43، الكويت، 2012.
6. خليل عماد الدين، رؤيا إسلامية في قضايا معاصرة، كتاب الامة، ع45، الدوحة، 1416.
7. رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، ط1، 2007.
8. رشتي احمد جيهان: الأسس العلمية لنظريات الاعلام، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
9. ريما ماجد، منهجية البحث العلمي، مؤسسة فريديش ايبيرت، لبنان، 2006.
10. عادل عبد الغفار: الاتجاهات المعاصرة في الاعداد والتقديم الإذاعي التلفزيوني، دار العالم العربي، ط1، القاهرة.
11. عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
12. علي بن هادية بلحسن، بليش؛ الجيلاني بن الحاج، يحي. القاموس الجديد للطالب المؤسسة الوطنية للكتاب، 1999.
13. عيسى محمد صفوان القدومي، أسس العمل الخيري وفنون تسويقه، ط1، الخالدية، الكويت، 2009.
14. فارس جميل أبو خليل: وسائل الاتصال الجماهيري (الاعلام)، دار أسامة، ط1، 2011.
15. فتحي أحمد عاروري، المعاينة الإحصائية طرقها واستخدماتها، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن.

16. كرم شلبي. المعجم مصطلحات الاعلام. القاهرة: دار الشروق. ط1. 1989.
17. محمد الجفيري: البرامج الاذاعية والتلفزيونية، دار صناع الابداع، ط1، قطر، 2015.
18. محمد علي سرحاني علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، صنعاء، ط3، 2019.
19. محمود احمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، مؤسسة الامة العربية للنشر والتوزيع، 2018.
20. ناصر العمر ، سليمان. البث المباشر حقائق وأرقام. الرياض: دار الوطن. ط1. 2007.
21. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية في الجزائر، دار ابن خلدون للنشر والتوزيع، ط1، 2008.

الاطروحات والرسائل الجامعية:

1. Rocker, and Coleman, 1999 دراسة طبقت في المملكة المتحدة على طلاب الصفوف العليا في المدارس الثانوية في المرحلة العمرية بين (14-16) عاما، معرفة عدد الطلاب الذين ينخرطون في الاعمال التطوعية.
2. حنان كزعي، مريم بوشقايف، فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في الاشهار للعمل الخيري، دراسة ميدانية على عينة من أعضاء جمعية الارشاد والإصلاح، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل الجزائر.
3. زوقاوي مونية، العمل التطوعي وقيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية لعينة من المتطوعين بجمعية كافل اليتيم لولاية البويرة، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة لونييسي علي، البليدة، 2019-2020.
4. سامي عبد الرحمن الخلفي، اتجاهات الشباب الجامعي نحو المشاركة في انتخابات المجالس البلدية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير.
5. لمقدم نورة، شريفي وسيلة، دور برنامج وافعلوا الخير بقناة الشروق الجزائرية في تفعيل العمل الخيري لدى الاسرة الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
6. مايا باشا الحصص في التلفزيون الجزائري" دراسة وصفية تحليلية لحصة وكل شيء ممكن" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال كلية العلوم السياسية والاعلام جامعة الجزائر للطالبة للسنة الجامعية 2007/2008.
7. معلوي بن عبد الله الشهراني، العمل التطوعي وعلاقته بأمن المجتمع، دراسة مطبقة على العاملين في مجال العمل التطوعي في المؤسسات الخيرية بمدينة الرياض، اشراف الدكتور احسن مبارك طالب،

رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2006.

8. منتهى الكيلاني، دراسة دور الفايسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي، دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية في مدينة عمان، رسالة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام كلية الاعلام جامعة الشرق الأوسط.

المجلات والدوريات:

1. تتمم عودة العساف، محمد حسن أبو يحيى، العمل الخيري في ضوء القواعد المقاصدية: المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، كلية الشريعة.
2. سعيد مراح، محمد قارش، مجلة الحقيقة، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، العدد 39، جامعة باتنة.
3. صالح بن الرميح: البرامج الاجتماعية المناسبة للفئات الواقعة تحت الخطورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1، السعودية، 2005.
4. طاهر حرية: الخصوصية و قيم المجتمع في الفضائيات في الجزائر، دراسة تحليلية لمضامين البرامج الاجتماعية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الاتصالية، 2018.
5. عبد الله بوجلal: إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي، المجلة الجزائرية للاتصال، ع، 1990.
6. فتيحة لعياشي، مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية، القنوات الفضائية الجزائرية وانعكاسها على الواقع الاجتماعي، العدد السابع، جامعة الجلفة.
7. محمد الصالح جواد مهدي: العمل الخيري " دراسة تأصيلية تاريخية" قسم الدعوة والخطابة والفكر، بغداد، م8، ع30، 2012.
8. وحياني نزيهة، أليات تفعيل الإعلان الخيري عبر الإذاعة والتلفزيون الإعلان الخيري في الجزائر، مجلة البدر، جامعة بشار، م10، ع6.

الدراسات:

1. إبراهيم بن عبد الله المسند وآخرون: المكتبة البحث لصف الثالث ثانوي، ط1، وزارة التربية والتعليم، السعودية، الرياض، 2008.
2. احمد إبراهيم ملاوي، دور العمل الخيري في تعزيز الاستقرار الاقتصادي، دراسة منشورة على موقع المركز الدولي للأبحاث والدراسات.

3. افنان محمد شعبان، فاعلية القنوات الفضائية في نشر ثقافة العمل التطوعي بين الشباب وحماية المستهلك، جامعة بغداد، 2019.
4. بلحاجي وهيبة، تحرير النشاط السمي البصري في الجزائر بعد 2014 المدرسة العليا للصحافة وعلوم الاعلام والاتصال، دراسة منشورة، 2017، متاح على موقع asjp
5. حمد عبد الكريم شوكة الكبيسي، العمل الخيري واثره في تحقيق الامن المجتمعي (من منظور قراني) الصراط جامعة الشارقة، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، الامارات.
6. صحراوي مقلاتي، تطوير الاعلام الخيري في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية، المركز الدولي مداد للأبحاث والدراسات.
7. فايزة طه عبد الحميد: البرامج الحوارية للقنوات الفضائية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية، لمكتب العربي للمعارف، ط1، مصر، 2013.
8. القادري عيسى نهوند، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التفكير مركز دراسات الوحدة العربية بيروت، 2007.
9. مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الحقوق للنشر والتوزيع، عمان، 2000..
10. مصطفى بوهوبه، العمل الخيري التطوعي أصوله وابعاده المقاصدية، مركز فاطمة الفهرية للأبحاث والدراسات، ط1، 2020.
11. المنصف، العياري. محمد، عبد الكافي، القنوات العربية المتخصصة. تونس: سلسلة بحوث دراسات إذاعية(56). 2006.
12. نصر سلمان، أثر العمل الخيري في إرساء مبدأ التكافل الاجتماعي والإصلاح بين الناس، دراسة في ضوء الكتاب والسنة، مجلة المعيار لكلية أصول الدين جامعة قسنطينة، م12، ع23، 2010.
13. هائلة اسماعيل، بغدادي، الاخبارية الفضائية العربية بين الواقع والطموح، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.

المقالات:

1. أحمد كردي، أهم معوقات العمل الخيري <https://kenanonline.com>
2. نايلة، مقال منشور على موقع العربي الجديد بتاريخ 2014/04/29.

قائمة الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -
Faculté des Sciences Sociales et Humaines

قسم الإعلام والاتصال

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
- البويرة -
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية



استمارة بحث حول:

إسهامات القنوات الفضائية الجزائرية في تفعيل العمل الخيري برنامج "حباب ربي"
دراسة استطلاعية على عينة من طلبة جامعة البويرة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإتصال

إشراف الأستاذة:

-أ. أعراب فاطمة.

إعداد الطالبين:

-ياسين نشادي

-حسين بلبشير

أخي (أختي) نرجو تعاونكم معنا في هذه الدراسة و ذلك بملء هذه الاستمارة بوضع علامة (+) أمام الخيار المناسب والذي يتوافق ورأيك بكل مصداقية حتى يتسنى لنا الحصول على نتائج دقيقة و نحيطكم علما بأن اجاباتكم سرية ولن نستخدم إلا في خدمة أغراض البحث العلمي. شكرا لك مسبقا على تعاونك معنا.

السنة الجامعية: 2022-2023

الاستبيان:

البيانات الشخصية:

1. الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
2. السن: من 18 إلى 21 ☐ من 21 إلى 25 ☐ من 25 فما فوق ☐
3. المستوى الجامعي: طالب ليسانس ☐ طالب ماستر ☐ طالب دكتوراه ☐
- المحور الأول: عادات وأنماط طلبية جامعة البويرة نحو برنامج " حباب ربي "
- ☐

1. هل تشاهد برنامج " حباب ربي "؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐

2. كيف تعرفت على البرنامج؟

الإعلان عنه في وسائل الاعلام ☐ بدعوة من الأصدقاء ☐

بتأثير من افراد الاسرة ☐

3. ما هو الوقت الذي تحبزون فيه مشاهدة البرنامج؟

صباحاً ☐ مساءً ☐ السهرة ☐ حسب الظروف ☐

4. مع من تفضلون مشاهدة برنامج " حباب ربي "؟

لوحدي ☐ مع العائلة ☐ مع الزملاء ☐

5. هل تكتفي بمشاهدة حلقات البرنامج؟

لمرة واحدة ☐ تعيد المشاهدة ☐ حسب الظروف ☐

المحور الثاني: دوافع طلبية جامعة البويرة لمشاهدة البرنامج.

1. ما الذي يدفعك لمشاهدة برنامج " حباب ربي "؟

مصادقته ☐ الحيادية في تناول الموضوع ☐ يعالج قضايا إنسانية ☐

طريقة عرض وإخراج البرنامج ☐

2. هل تشاهدون برنامج "حباب ربي" من أجل:

المعرفة ☐ التثقيف ☐ الاطلاع على أحوال المجتمع ☐

3. ما هو دافع تفضيلك لمشاهدة برنامج "حباب ربي"؟

رغبة في العمل الخيري ☐ مساهمتك من قبل في أعمال مشابهة ☐

4. ماهي الابعاد التي دفعتك الى مشاهدة برنامج " حباب ربي "؟

البعد الديني ☐ البعد الاجتماعي ☐ البعد النفسي ☐

5. هل سبق وان شاركتكم في البرنامج؟

نعم ☐ لا ☐ أتمنى أن اشارك ☐

في حالة الإجابة بنعم أو أتمنى ذلك ماهي الدافع لذلك؟

مساعدة أشخاص ☐ طلب مساعدة حالة اجتماعية عندكم ☐ استفسار عن معلومات ☐

6. برأيك ماهي الشخصيات التي تؤثر فيك عند مشاهدة البرنامج؟

منشط البرنامج ☐ ضيوف البرنامج ☐ الحالات المعروضة ☐

المحور الثالث: تقييم طلبة جامعة البويرة " حباب ربي " .

1. هل برنامج " حباب ربي " يتوافق مع قيم المجتمع الجزائري؟

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐

2. الطريقة التي يعرض بها البرنامج تتناسب مع المضمون؟

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐

3. هل ترى أن الوقت الذي يعرض فيه البرنامج مناسب مع أوقات مشاهدتك؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

4. هل طريقة الحوار التي يعتمدها معد البرنامج مقبولة بالنسبة لك؟

نعم ☐ لا ☐ الى حد ما ☐

5. هل المقاطع الصوتية والموسيقية المستخدمة في البرنامج تعكس الحالات والمشاكل الاجتماعية؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐

6. هل المعلومات التي يقدمها البرنامج؟

كافية ☐ مقنعة ☐ تمثل الواقع ☐ لا تمثل الواقع ☐

7. ماهي القيم التي اكتسبتها من برنامج " حباب ربي "؟

حب التطوع وفعل الخير ☐ التعاون والتكافل ☐

التضحية من أجل الغير ☐ الحب ☐

ملخص الدراسة:

إستهدفت هذه الدراسة معرفة إسهامات القنوات الفضائية الجزائرية في تفعيل العمل الخيري من خلال برنامج "حباب ربي" على عينة من طلبة جامعة البويرة و تم دراسة الموضوع من خلال المنهج الوصفي، و كتنقية إعتدنا على الإستبانة على عينة قصدية لطلبة الجامعة ،البالغ عددهم 100 مبحوث حيث خلصت الدراسة الى جملة من النتائج نلخصها فيما يلي :

- عينة الدراسة لها ميول في الإطلاع على أحوال المجتمع من خلال البرامج التلفزيونية الاجتماعية ذات الطابع الخيري .

- البعد الاجتماعي و الديني أبرز دافعين لمشاهدة مثل هذه البرامج .

- رغبة طلبة جامعة البويرة في المشاركة في الأعمال الخيرية المشابهة .

- مساهمة القنوات الفضائية الجزائرية في نشر ثقافة العمل الخيري .

الكلمات المفتاحية : القنوات الفضائية - العمل الخيري - برامج إجتماعية - برنامج حباب ربي .

Study summary:

Our study Aimed to know Contributions of satellite channels of algerian satellite channels in activating charitable work through the « hbab Rabi » program on a sample of students from the University of Bouira. A numbre of results can be summarized as follows :

-the study sample tends to learn about the conditions of society through social television programmes.

-the social and relligious dimension are the main motives for watching such programs.

-the dessire of Bouira University students to participe in simillar charitable activites.

-the comtribution of algerien sattellite channls in spraedding the culture of charitable work

Keywords : Channels satellite – works charity –social channels – programmes « Hbab Rabi ».