

## القيم الاجتماعية في البرامج التلفزيونية الجزائرية دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بولاية تيارت

*Social values in Algerian television programs  
Field study on a sample of university youth in the city of Tiaret*

علاق مفيدة، جامعة الجزائر 3، الجزائر

ALLEG MOUFIDA, University Of Algiers 3, Algeria

moufida.usful16@gmail.com

تاريخ النشر: 2018/09/30

تاريخ القبول: 2018/09/26

تاريخ الإرسال: 2018/07/02

### ملخص

تعد القيم من أهم الركائز التي تبنى عليها المجتمعات وتقام، وترتبط عادة القيم بالأخلاق والمبادئ فهي معايير عامة وضابطة للسلوك البشري الصحيح، وللقيم تصنيفات عدة ومنها التصنيف الذي يكون على أساس المحتوى، حيث تصنف إلى قيم دينية، قيم اقتصادية، قيم اجتماعية، إلخ...، ومنه فالقيم الاجتماعية تعتبر خصائص محببة ومرغوب فيها لدى أفراد المجتمع والتي تحدد ثقافته مثل التعاون، فهي تعد أول ما تبنى به المجتمعات ومن أهم الروابط التي تربط أفرادها، والقيم الاجتماعية لا تعبر عما هو كائن بقدر ما تعبر عما يجب أن يكون، أي أنها تعبر عن المتطلبات أو الأوامر الأخلاقية.

وعموما كثيرا ما يرتبط مفهوم القيم بوسائل الإعلام الجماهيرية، والتي تتناولها بالدراسة والتحليل إذ أصبحت أحد العوامل الأساسية في عملية التنشئة الاجتماعية لتثبيت وخلق وتغيير القيم داخل المجتمعات، إذ تستهدف فئة الشباب خاصة باعتباره ركيزة المجتمع وذلك من خلال البث الإعلامي والمسعى بالإعلام الاجتماعي، إذ يقول سعيد لبيب في كتابه: "الثقافة والإعلام والاتصال": "إن الأثر الخيري للإعلام قد يكون بإضافة معلومات عن العمل الخيري أو خلق اتجاه جديد أو إضعاف اتجاه قديم، أو المعاونة على خلق قيمة خيرية جديدة أو تدعيمها أو إضعاف من سلوكيات قديمة أو التحول عنها، ويتمثل الأثر في تعديل سلوك قائم أو العدول عنه إلى سلوك جديد، وهذا كله ما يعبر عنه باسم اتجاهات التأثير.

ونظراً للأهمية الكبيرة لموضوع القيم الاجتماعية، فقد سعى الإعلام الجزائري من خلال أثره التلفزيوني وعبر قنواته الخاصة لتخصيص مجال إعلامي يتناول القيم الاجتماعية المتداولة بالمجتمع الجزائري، ومنه جاءت دراستنا هذه لتستطلع آراء الشباب الجزائري حول ما يبثه الإعلام الجزائري من قيم اجتماعية في برامجه الاجتماعية، وعليه نطرح التساؤل التالي:

كيف ينظر الشباب الجزائري لما يقدمه الإعلام الجزائري من قيم اجتماعية من خلال برنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي؟

**الكلمات المفتاحية:** القيم الاجتماعية، البرنامج التلفزيوني، الإعلام الاجتماعي، الشباب، الرأي.



## ABSTRACT

*Values are one of the most important pillars on which communities are based. Values are usually linked to ethics and principles. They are general reflecting the correct standards of human behavior. There are several values of categories, including content-based classification, which are classified as religious values, economic values, social values, etc. . Social values are desirable, characteristics of society members and define their culture. They are the first to be adopted by societies and the most important links between their members. Social values do not reflect what is being expressed as much as it should be meeting ethical requirements or orders.*

*In general, the concept of values is often associated with the practice of mass media. Studied and analyzed, the concept of values becomes one of the main factors in the process of socialization to instill, create and change values within societies. It targets youth; as a pillar of society through media broadcasting and social media. In his book "Culture, Information and Communication", Labib said: "The charitable impact of the media may be noticed by adding information about charitable work, creating a new trend, weakening an old trend, helping to create or strengthen a new charitable value. In fact, modifying existing behavior or reversed to a new behavior is, and all this is considered as the impact of trends.*

*In view of the great importance of social values, the Algerian media has sought through its television channel to dedicate an information field dealing with the social values of the Algerian society. This study is intended to explore the views of Algerian youth about the social values of the Algerian TV social programs. The following question:*

*How do Algerian youth view the social values through the "wafalou khire" program in a Cherrouk tv?*

**key words:** *Social values, television program, social media, youth, opinion.*

## مقدمة

يعد الإعلام عموماً من بين أكثر مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي لها دور كبير في بناء المجتمع والحرص للمحافظة على ثقافته وعاداته، وهو ما يتجلى في الإعلام الاجتماعي الذي ظهر كمصطلح حديث يعني بالقضايا الاجتماعية التي تهم جميع الأفراد خاصة الشباب.

ومن بين الأساسيات المجتمعية التي يحاول الإعلام أن يروج لها هي القيم، فالقيم كمفهوم واسع لا يمكن الحديث عنها إلا من خلال الحيز الذي تدور فيه، ومنها القيم الاجتماعية التي تعكس كل ما من شأنه يخص المجتمع في شقه الإيجابي، فبالرجوع إلى أصل معنى القيمة نجدها تحيل إلى كل شيء سامي وخالص، وذلك في قوله تعالى: [كُتِبَ قِيَمَةٌ] البينة: الآية: 03، [وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ] البينة: الآية: 05، ونظراً لأهمية القيم الاجتماعية في حياتنا اليومية وفي مختلف تعاملاتنا، وبمأن الإعلام الاجتماعي يهتم بهذا النوع من المبادئ الإنسانية، فقد خصص لها عدة مساحات إعلامية تتناولها بالتفصيل من خلال برامج بمختلف وسائله خاصة السمع بصرية، إذ تعتبر البرامج التلفزيونية التي تهتم بالشأن الاجتماعي والعلاقات الإنسانية كجسر عبور لمختلف القيم الاجتماعية التي تمارس بمجتمع معين، فدور الإعلام يتأتى هنا في محاولته غرس قيم أو تعزيز القيم وإعطاء صورة نمطية عن واقع تجليها في مجتمعاتنا العربية والمسلمة، وتقديمها للجماهير في قالب إعلامي حتى يتمكن من كسب تأييده له، وهو ما يسعى إليه الإعلام الجزائري عبر قنواته الخاصة، ومثالنا هنا في هذه الدراسة هو برنامج " وافعلوا الخير" بالشروق تيفي.

### 1- إشكالية الدراسة:

يتميز المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات المغاربية والعربية بمجموعة من القيم التي تعكس طابعه الديني والمجتمعي، وكذا عاداته وتقاليده ومنها القيم الاجتماعية الراسخة في العرف الجزائري كظاهرة "التوزيع"<sup>1</sup> التي كانت لها طقوس خاصة، كان ومزال يقوم بها الفرد الجزائري من خلال تعاون الأفراد للقيام بعمل ما يتطلب جهد كبير كالحصاد هذا في وقت مضى، وحالياً مزالت القيم الاجتماعية تمثل أكثر مطلب تنادي به جميع مؤسسات المجتمع خاصة وسائل الإعلام التي تعمل بالقطاع الاجتماعي الخاص، وتدعو من خلالها للعمل الخيري الذي يتجلى في قيمة التعاون، التطوع، الأمل،...، وغيرها من القيم الاجتماعية التي تعمل

<sup>1</sup> - هي نشاط تطوعي يقوم به أفراد المجتمع من أجل التعاون على عمل معين كالتعاون على جمع غلة المحاصيل الزراعية في فصل الحصاد.

البرامج المرئية على تمريرها في رسائلها الإعلامية كبرنامج "وافعلوا الخير" الذي يبتث في طبعته السادسة بقناة الشروق تيفي، وما يهمننا في دراستنا هذه هو آراء أو اتجاهات الجمهور الشاب الجامعي إزاء هذا النوع من البرامج، ومنه نطرح تساءلنا كالتالي:

كيف يرى الشباب الجامعي الجزائري القيم الاجتماعية بالجزائر من خلال برنامج "وافعلوا الخير" بالشروق ؟tv

وتتفرع عنه مجموعة أسئلة فرعية هي:

- ما عادات مشاهدة الشباب الجزائري لبرنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي؟
- ما أهم القيم الاجتماعية التي استنبطها من خلال البرنامج؟
- ما رأي الشاب الجزائري في القيم الاجتماعية التي يروج لها برنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي؟

## 2- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيف يشاهد الشاب الجزائري البرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي الخيري، ومدى متابعتها لبرنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي، كذلك تهدف الدراسة لمحاولة استنباط أهم القيم الاجتماعية التي يبثها البرنامج وماذا تمثل بالنسبة للشباب الجزائري، كما تهدف أيضا إلى محاولة تجسيد القيم الاجتماعية على الواقع المعاش للشباب الجزائري، ثم تبيان مختلف الآراء حول القيم الاجتماعية التي تتبناها حصة وافعلوا الخير بالشروق تيفي.

## 3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في معرفة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام كمؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تعزيز وترسيخ القيم الاجتماعية بالمجتمع الجزائري من خلال استطلاع آراء الشباب الجزائري حول القيم التي يتناولها برنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي، ومعرفة مدى تأييد العمل التطوعي، كما تكمن أهمية الدراسة كذلك في التعريف بالقيم الاجتماعية التي يروج لها البرنامج وإعطائها بعدا إعلاميا بطالع خيري.

## 4- تحديد مفاهيم الدراسة:

### ❖ القيم الاجتماعية:

اصطلاحا: حسب المعجم الفلسفي القيمة من حق وخير وجمال (1)، وهي أولى عناصر البناء الاجتماعي، وتمثل الصفات والمثاليات المرغوب فيها للفعل الاجتماعي الذي يطمح الناس إليها ويتطلعون لها (2). اجرائيا: هي مجموع القيم السائدة بالمجتمع الجزائري، والتي يتناولها برنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي، وتتمثل أساسا في قيمة التعاون، الخير، التطوع، الرحمة، والأمل.

### ❖ البرنامج التلفزيوني:

اصطلاحاً: سلسلة من التعليمات يعبر عنها برموز يمكن للحاسوب قبولها وفهمها كل مسألة أو مشكلة معينة.(3)

اجرائياً: هو مجموعة من الأركان التي تنظم في حصص على التلفزيون الجزائري الخاص في برنامج " وافعلوا الخير الذي يبث أسبوعياً على قناة الشروق تيفي كل إثنين على الساعة التاسعة مساءً.

#### ❖ الإعلام الاجتماعي:

اصطلاحاً: الإعلام الذي يهتم بأخبار المجتمع والجماعات ويخاطب المجموعات بأسلوب جمعي للتعريف بأخبار الجماعة سواءً كان مجتمعاً صغيراً أو مجتمعاً كبيراً أو كانت منظمة أو هيئة أو مؤسسة (4).

إجرائياً: هو الإعلام الذي يهدف إلى نشر قيم مرتبطة بالمجتمع المحلي أو الوطني، فهو إعلام ينطلق من مما يحتويه المجتمع ويعاد توجيهه إلى كافة أفراد، وبصورة أوضح هو ذلك الإعلام الذي يهدف إلى خلق ترابط اجتماعي بين المكونات الاجتماعية، ففي دراستنا نقصد به أكثر ما تبثه القنوات الإعلامية التلفزيونية من مضامين اجتماعية تخص المصالح العامة للمجتمع خاصة المؤسسات الاجتماعية التطوعية كالجمعيات الخيرية وجماعات المجتمع المدني، وهو ما تناوله قناة الشروق تيفي من خلال برنامجها الخيري الاجتماعي " وافعلوا الخير".

#### ❖ الشباب:

لغة: الفتاء والحداثة، وشباب الشيء أوله، يقال لقيته في شباب النهار(5).

اصطلاحاً: يبين " Harrelan " أن التعريف الحقيقي لفترة الشباب هي مرحلة خاصة لا يجوز وضع حدود ثابتة للعمر فيها ، لأنها تختلف من مجتمع لآخر و من ثقافة لأخرى ، و هي فترة يتم فيها دمج الفرد في مؤسسات المجتمع وتكوين شخصيته، وتحديد مكانته الاجتماعية داخله(6).

اجرائياً: هم الطلبة الجامعيين الذين يزاولون دراستهم بكلية العلوم الاجتماعية والانسانية بجامعة بن خلدون لولاية تيارت والذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 سنة إلى 34 سنة.

#### 5- منهج الدراسة:

يعد منهج الدراسة من أهم الخطوات التي على الباحث أن يقوم به، فهو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد تهيمن على سير العقل، وتحدد عملياتها حتى يصل إلى نتيجة معلومة، إذن فالمنهج هو: " مجموعة من القواعد العامة التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم".(7)

كما يعرفه " موريس أنجرس بأنه: "مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من أجل الوصول إلى نتيجة".(8)

وعليه تعتمد الدراسة التي جاءت بعنوان: { القيم الاجتماعية في البرامج التلفزيونية الجزائرية: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بولاية تيارت }-الذي يشاهد برنامج " وافعلوا الخير بالشروق تيفي-

تعتمد على المنهج المسحي، لأن المسح يشجع على التعبير الكمي عن الظواهر وتناولها إحصائياً وبالتالي إمكانية اختبار الفروض والوصول إلى نتائج موضوعية.

### 6- مجتمع البحث والعينة:

يتمثل مجتمع البحث في المجموع الكلي لأفراد مجتمع البحث الأصلي الذي يتم منه اختيار عينة الدراسة، ومجتمع البحث في دراستنا هو مجموع الشباب الجزائري الجامعي بولاية تيارت، أما العينة "يقوم فيها الباحث باختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختياراً عشوائياً، أو منظماً، أو تحكيمياً قصدياً، ليشكل هذا الجزء من وحدات مجتمع البحث المادة الأساسية للدراسة (9)، وتتمثل عينة الدراسة في ستين مفردة (60) تم توزيع الاستبيان عليها بطريقة عشوائية عرضية لأنني اعترضت طريقهم.

### 7- أدوات البحث:

للكشف عن أهم القيم التي تعززت أو ترسخت لدى الشباب الجامعي الجزائري من برنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من الطلبة الجامعيين بولاية تيارت، اعتمدنا على الأدوات التي اقتضاها العمل الميداني أكثر وهي أداة الاستبيان كأداة رئيسية وذلك للحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات إلى جانب اعتمادنا على أداة الملاحظة، فأداة الاستبيان تستخدم بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف إلى اكتشاف الحقائق عن الممارسات الحالية، واستطلاعات الرأي وميولات الأفراد. والاستبيان بمفهومه العام هو قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة ترسل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع الذين يكونون العينة الخاصة بالبحث (10).

### مجالات الدراسة:

تمت الدراسة الميدانية التي قمنا بها من خلال توزيع الاستمارات على المبحوثين من الفترة الممتدة من 16 نوفمبر 2017 إلى 26 جانفي 2018، كما تم في نفس الفترة تبويب المعطيات وتفرغها في جداول ثم الخروج بنتائج للدراسة، أما مكان الدراسة فكان بجامعة ابن خلدون كلية العلوم الانسانية والاجتماعية -تيارت-

### 8- الدراسة الميدانية:

تعد الدراسة الميدانية الاطار التطبيقي الذي يتم فيه تحصيل النتائج العملية بعد التطرق للمجال النظري، فهو أهم محصلة أو نتيجة يصل إليها الباحث من خلال أهم الإمكانيات التي أتاحت له التوصل للنتائج من خلال أدوات البحث العلمي المستخدمة في الدراسة والمتمثلة في الاستبانة والملاحظة، وفي حدود الإشكاليات الزمنية أو المعرفية.

وهنا نذكر بحجم العينة والمتمثلة في (300) مفردة والتي شكلناها بصفة عرضية منقسمة حسب المتغيرات المتعلقة بأفراد العينة بما يتناسب مع المجتمع الأصلي للدراسة إلى جانب اعتمادنا في نفس الوقت على المعلومات التي حصلنا عليها من ملاحظتنا لأفراد العينة.

### المحور الأول: السمات العامة للمبحوثين

جدول رقم 1: يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
43,33	130	ذكر
56,67	170	أنثى
100	300	المجموع

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح لنا أن نسبة الإناث أعلى من نسبة الذكور والمقدرة بـ 56,67%، أما نسبة الذكور فقد بلغت 43,33%.

جدول رقم 2: يبين توزيع المبحوثين حسب السن

النسبة %	التكرار	السن
58,33	175	24-20
25	75	29-25
16,67	50	34-30
100	300	المجموع

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول المبين أعلاه يتضح لنا أن أغلب المبحوثين يتراوح سنهم ما بين (24-20 سنة) بنسبة 58,33%، تليها الفئة العمرية من (29-25 سنة) بنسبة 25%، فيما حصلت الفئة العمرية (34-30 سنة) على أدنى نسبة والتي بلغت 16,67%، وهذه النسب جاءت منطقية ومترابية لأننا صادفنا بالدرجة الأولى الطلاب الذين هم في الطور الأول من التعليم العالي، والذي كان حضورهم قوي بسبب بداية الدراسة وللالتحاق بأفواجهم في الدروس التطبيقية.

جدول رقم 3: يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
65	195	ليسانس
31,67	95	ماستر
03,33	10	دكتوراه
100	300	المجموع

يشير الجدول أعلاه إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين يدرسون في الطور الأول ليسانس والمقدرة بـ 65%، يليها المبحوثين الذين يدرسون في الطور الثاني ماجستير بنسبة 31,67%، وفي الأخير المبحوثين الذين يدرسون في الطور الثالث أو في مرحلة الدراسات العليا حصلوا على أقل نسبة والمقدرة بـ 03,33%.

المحور الثاني: عادات المشاهدة للمبحوثين

جدول رقم 4: يمثل عادات مشاهدة البرامج الخيرية

النسبة %	التكرار	الإجابة
58,33	175	دائما

أحيانا	125	41,67
المجموع	300	100

من خلال الجدول رقم 04 يتضح لنا أن نسبة مشاهدة المبحوثين للبرامج الخيرية بصفة دائمة قدرت بـ 58,33% كأعلى نسبة، بينما الذين يشاهدون البرامج الخيرية بالإجابة أحيانا فقد قدرت نسبتهم بـ 41,67%، وهي أقل من النسبة الأولى، وبالتالي فمعظمهم يشاهدون البرامج ذات الطابع الخيري.

جدول رقم 05 يمثل مدى مشاهدة برنامج " وافعلوا الخير " بالشروق تيفي

الإجابة	التكرار	النسبة %
بصفة متواصلة	200	66,67
بصفة متقطعة	100	33,33
المجموع	300	100

يعطينا الجدول أعلاه من خلال قراءته، أن نسبة 66,67% من المبحوثين يشاهدون برنامج " وافعلوا الخير " بقناة الشروق تيفي بصفة متواصلة سواءً في مشاهدة الحصة أو متابعة البرنامج ككل عبر مواسمه، ثم تأتي بعدها نسبة 33,33% لتمثل المبحوثين الذين يشاهدون البرنامج بصفة متقطعة، وهي نسبة متباينة مع نظيرتها السابقة.

جدول رقم 06 يمثل وسيلة مشاهدة برنامج " وافعلوا الخير "

الإجابة	التكرار	النسبة %
التلفاز	215	71,67
اليوتيوب	85	28,33
المجموع	300	100

هذا الجدول قد بين لنا أن نسبة مشاهدة المبحوثين لبرنامج " وافعلوا الخير " بالشروق تيفي على التلفاز قد قدرت بـ 71,67%، أما النسبة الباقية فكانت لمشاهدة البرنامج عبر اليوتيوب والتي قدرت نسبتها بـ 28,33% وهذا نظراً لأن طبيعة الخدمات التي تقدمها شبكة الانترنت بالجزائر تتميز بالتدفق البطيء، كما يعود ذلك لعدة اعتبارات أخرى مرتبطة بالوسيلة ومدى توفرها، وكذا الجو العائلي المناسب لمشاهدة مثل هكذا برامج.

جدول رقم 07 يمثل طابع البرنامج بالنسبة للمبحوثين

الإجابة	التكرار	النسبة %
خيري	260	86,67
توعوي	40	13,33
ربحي	00	00
المجموع	300	100

يتجلى من خلال الجدول رقم 07 أن أغلب المبحوثين قد اتفقوا على أن برنامج "وافعلوا الخير" هو برنامج ذو طابع خيري وذلك بنسبة قدرت ب86,67% ، بينما من اختاروا إجابة أنه توعوي فكانت نسبتهم ضئيلة قدرت ب13,33%، أما الإجابة الثالثة فلم تحظ بأي تأييد من المبحوثين بنسبة صفر0%.

جدول رقم 08 يمثل نسبة الأهمية التي يولمها البرنامج للقيم الاجتماعية

النسبة %	التكرار	نسبة الأهمية
91,67	275	مرتفعة
08,33	25	متوسطة
100	300	المجموع

يشرح لنا الجدول أعلاه بصورة واضحة رأي المبحوثين في نسبة الأهمية التي يعطها برنامج "وافعلوا الخير" للقيم الاجتماعية بأنها أهمية مرتفعة بتقدير نسبة 91,67%، وهي نسبة الأغلبية الساحقة من المبحوثين أما نسبة 08,33% فقد مثلت مقدار الأهمية المتوسطة للقيم الاجتماعية من منظور فئة قليلة جداً من المبحوثين المشاهدين للبرنامج.

المحور الثالث: القيم الاجتماعية ببرنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي

جدول رقم 09 يمثل أهم القيم الاجتماعية بالبرنامج

النسبة %	التكرار	القيم الاجتماعية
31,67	95	التعاون
38,33	115	الخير
16,67	50	الرحمة
11,67	35	الأمل
1,66	05	أخرى
100	300	المجموع

يشير الجدول أعلاه إلى أن أكثر وأهم قيمة اجتماعية مذكورة ببرنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي هي قيمة "الخير"، التي حصلت بنسبة 38,33% كأعلى نسبة مقارنة بالقيم الأخرى، ثم تليها قيمة التعاون التي حصلت هي الأخرى على نسبة متقاربة من الأولى قُدرت ب31,67%، ثم تليها بعد ذلك قيمة الرحمة بنسبة 16,67%، ثم قيمة الأمل التي قدرت نسبتها ب11,67%، وأخيراً تم تقدير نسبة 01,66% للخانة التي فيها أخرى وتم فيها الإجابة من طرف مبحوث واحد فقط والذي ذكر قيمة التطوع كقيمة إضافية لقائمة القيم المختارة.

جدول رقم 10 يمثل مبادرات تجسيد القيم الاجتماعية ببرنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي

النسبة %	التكرار	المبادرة
60	180	المساعدات المادية
13,33	40	الزيارات التفقدية
26,67	80	الدعاء للمرضى والفقراء
100	300	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن هناك مبادرات ببرنامج "وافعلوا الخير" لتجسيد القيم الاجتماعية، والتي تتمثل أولاً في مبادرة تقديم المساعدات المادية التي أخذت نسبة حصة الأسد من مجموع المبادرات بنسبة 60%، ثم مبادرة الدعاء للمرضى والفقراء التي قدرت نسبتها بـ 26,67%، بعدها تأتي نسبة 13,33% للزيارات التفقدية كأدنى نسبة.

جدول رقم 11 يمثل سبل ترسيخ البرنامج للقيم الاجتماعية

النسبة %	التكرار	السبل
31,67	95	عرض حالات إيجابية
26,67	80	فقرة بصمة خير للجمعيات الخيرية
05	15	استضافة شخص مشهور
36,66	110	حديث الشيخ فزازي
100	300	المجموع

يستعرض الجدول أعلاه السبل التي اتخذها برنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي لترسيخ القيم الاجتماعية بداية بـ 36,66% كأعلى نسبة لحديث الشيخ فزازي، ثم النسبة التي تليها هي لعرض حالات إيجابية بنسبة 31,67%، ثم نسبة 26,67% لفقرة "بصمة خير" التي تعرض نشاطات الجمعيات الخيرية، وأخر نسبة كانت لاستضافة شخص مشهور بنسبة 05% من مجموع النسبة الكلية.

جدول رقم 12 يمثل الصورة التي أعطاه البرنامج للقيم الاجتماعية بالجزائر

النسبة %	التكرار	الصورة
03,33	10	إيجابية نوعاً ما
15	45	إيجابية
81,67	245	إيجابية جداً
100	300	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن هناك نسب متباينة في آراء المشاهدين المبحوثين حول الصورة الذهنية التي رسمها برنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي عن القيم الاجتماعية بالجزائر، إذ أخذت إجابة الصورة الايجابية جداً أكثر نسبة بتقدير 81,67%، ثم اجابة ايجابية بنسبة 15%، أما إجابة إيجابية على نوعاً ما فكانت تمثل 03,33%.

### نتائج الدراسة:

وبناءً على الأسئلة التي تحاول الدراسة الإجابة عنها، والبيانات التي تمّ جمعها وتحليلها، حيث سيتم عرض أهم النتائج والمناقشات التي أسفرت عنها الدراسة وفقاً لترتيب أسئلة الدراسة.

- تبين من الدراسة أن أغلب المبحوثين الذين يشاهدون برنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي هم إناث.
- تؤكد الدراسة أن معظم أعمار المبحوثين ينتمون إلى الفئة العمرية التي تتراوح من 20 إلى 24 سنة.
- كما تؤكد أن أغلبهم ذو مستوى جامعي بالطور الأول أي في مرحلة الليسانس.
- بينت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يشاهدون البرامج الخيرية بشكل دائم.
- أكدت الدراسة أن معظم الفئات المبحوثة تشاهد برنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي بصفة متواصلة، خاصة الإناث
- أكدت الدراسة أن أغلب المبحوثين يفضلون مشاهدة برنامج "وافعلوا الخير" من خلال جهاز التلفاز لاعتبارات ترتبط بجودة المشاهدة سواءً كان ذلك على المستوى النفسي أو المستوى التقني.
- بينت الدراسة أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين يؤكدون على أن طابع برنامج "وافعلوا الخير" هو خيري بالدرجة الأولى.
- من خلال الدراسة توصلنا إلى أن معظم المبحوثين يؤكدون على أن قيمة الخير هي أكثر قيمة تتكرر ببرنامج "وافعلوا الخير" بنسبة عالية ثم تتبعها قيمة التعاون بنسبة متقاربة معها.
- أكدت الدراسة أن جل المبحوثين يرون أن القيم الاجتماعية ببرنامج "وافعلوا الخير" تتجسد أكثر من خلال المساعدات المادية.
- أما السبل التي اعتمدها قناة الشروق تيفي في برنامجها "وافعلوا الخير" من أجل ترسيخ القيم الاجتماعية وحسب معظم المبحوثين، فأكدت الدراسة أنها تتمثل أساسا في حديث الشيخ فزازي، الذي يستعين بكل الأساليب الحجاجية في ذلك إضافة إلى مخاطبة العواطف.
- وكنتيجة أخيرة أكدت الدراسة على أن أغلبية المبحوثين يرون أن القيم الاجتماعية التي يبثها برنامج "وافعلوا الخير" هي قيم إيجابية جداً.

### خاتمة:

في ختام هذه الدراسة نستخلص أن للإعلام دور كبير في التنشئة الاجتماعية من خلال اسهامه في غرس القيم الاجتماعية السائدة بالمجتمع الذي يبث فيها، وكذا تنميتها لدى فئات المجتمع واعطاءها بعد ايجابي، لأن القيم الاجتماعية هي قيم يفضلها المجتمع لأنها ترتبط بالجانب الأخلاقي، خاصة تلك التي ترتبط بالجانب الإنساني كمساعدة المعوزين والعمل كمتطوع في جمعيات خيرية، ومن خلال هذه الدراسة تم استطلاع آراء الشباب الجامعي عن القيم الاجتماعية التي تحملها البرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي من خلال ما يسمى بالإعلام الخيري في إطار الإعلام الاجتماعي، فقد بينت عدة دراسات أن وسائل الإعلام لها دور كبير في تنمية الفكر الإنساني لأنها تسهم في التغيير الايجابي للمجتمع، خاصة ما إذا كانت مواضعها تدور حول ما يحيط الفرد من قيم في المجال الاجتماعي، واستنتجنا في الأخير أن الشباب يؤيد القيم الاجتماعية التي تعتمدها البرامج الإعلامية الجزائرية لأنها وحسبه تؤدي إلى تماسك المجتمع وتلاحمه وبالتالي يعم الخير ويبقى الأمل.

**توصيات الدراسة:**

- يجب الإكثار من هذه البرامج الاجتماعية لأنها تسهم في مساعدة الكثير من خلال التعريف بحالاتهم.
- يجب أن تستهدف الشباب في غرس القيم الاجتماعية لأنهم عصب المجتمع والعمود الذي تقوم عليه الأمم.
- على السلطات المعنية دعم هذه البرامج الخيرية التي تعتبر كمؤسسات خيرية، تقدم يد العون للمحتاجين.
- على مؤسسات المجتمع المدني تكثيف الحملات التطوعية والتوعوية التي تحث على العمل التطوعي، وبالتالي غرس قيمة مساعدة الآخر.
- على الإعلام والسلطة السياسية التحرك لدعم قيمنا الاجتماعية، وإحياء مبادرة التوزيع على جميع أنحاء الوطن، فحتى تكون دولة قوية يجب توفر هاته العناصر المترابطة ( صحافة مستقلة وقضاء نزيه ومجتمع مدني فعال)
- على الجامعات أن تضع خلية إعلام تتواصل مع الإعلام ومع الجمعيات الخيرية لتنمية القيم مثل قيمة التعاون الخيري.
- نقترح وضع خلية تسمى بخلية التعاون تكون على مستوى كل الجامعات، تقوم بحملات توعوية في إطار الاتصال الاجتماعي تنشط في جميع المجالات التي لها علاقة بالقيم الاجتماعية، ويوضع لها صندوق مالي خاص بها.

**قائمة المراجع:**

- (1) - ابراهيم مذكور، المعجم الفلسفي، دون طبعة، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، مصر، 1983، ص151.
- (2) - اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، الموسوعة الميسرة للمصطلحات السياسية: عربي انجليزي، 2005، ص ص339، 340.
- (3) - مفتاح محمد دياب، معجم مصطلحات نظم وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، انجليزي عربي، ط1، الدار الدولية للنشر والتوزيع، مصر، 1995، ص 137.
- (4) - سناء الجبور، الإعلام الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 13.
- (5) - المعجم الوسيط، ص470.
- (6) - محمود عرابي، تأثير العولمة على ثقافة الشباب، ط1، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، 2006، ص ص 29-30.
- (7) - سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط1، عالم الكتب والنشر، القاهرة، 1986، ص 123.
- (8) - موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006، ص 9.
- (9) - أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص09.
- (10) - مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 165.