ISSN: 2253-0347 مجلـة علوم الإنسان والمجتمع EISSN: 2602-781X
Journal of Human and Society Sciences
المجلد: 15 / العدد: 03 / السنة: 2026/ ص ص: 15 -41

علاقة البرامج التلفزيونية الخيرية بالقيم الاجتماعية لدى المواطن الجزائري -دراسة ميدانية على عينة من مشاهدي برنامج "و افعلوا الخير" عبر شاشة الشروق TV-

The Role of Algerian Charitable Television Programs in Promoting Social Values among Algerian Citizens: A Field Study on a Sample of Viewers of the “Waf‘alū al Khayr” Program on Echorouk TV (Chlef Province

تاريخ الإرسال: 2026/01/10 تاريخ القبول: 2026/06/22 تاريخ النشر: 2026/10/11

خديجة هنيش[1]، فضيلة سلطاني[2]

[1] جامعة تامنغست ، الجزائر، *EMAIL :* hennchkhadidja@univ-tam.dz
https://orcid.org/0009-0004-1261-0719

[2] جامعة الشلف، الجزائر، *EMAIL :* f.soltani@univ-chlef.dz
https://orcid.org/0009-0004-1261-0719

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين البرامج التلفزيونية الخيرية بالقيم الاجتماعية لدى المواطن الجزائري من خلال برنامج وافعلوا الخير الذي يبث عبر قناة الشروق *tv* الجزائرية، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي باعتباره أحد المناهج الأساسية في البحوث الكيفية والكمية، وقد تم الاعتماد على العينة القصدية بحيث تم اختيار 110 مفردة، بالإضافة إلى استخدام أداة الاستبيان كأداة رئيسة في البحث، وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر منها: أن أهم قيمة اجتماعية يحاول برنامج "وافعلوا الخير" ترسيخا وتعزيزها لدى المواطن الجزائري هي قيمة فعل الخير، أن القيم الاجتماعية التي يحثّ عليها برنامج "وافعلوا الخير" تعكس قيم المجتمع الجزائري وكانت نسبتهم 100%، وهي قيم متوارثة عبر الأجيال ساهمت في غرسها وتعزيزها مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: البرامج التلفزيونية، قناة الشروق *TV*، العمل الخيري، القيم الاجتماعية، برنامج "وافعلو الخير"-المواطن الجزائري .

المؤلف المرسل: خديجة هنيش، **الإيميل:** hennchkhadidja@univ-tam.dz

Abstract:

This study aims to determine the relationship between charitable television programs and the social values of Algerian citizens through the "Do Good" program broadcast on the Algerian Al-Shorouk TV channel. The descriptive approach was adopted as one of the basic approaches in qualitative and quantitative research. Purposive sampling was used, with 110 individuals selected, in addition to using the questionnaire as the main research tool. The study reached a number of results, including: that the most important social value that the "Do Good" program tries to establish and promote among Algerian citizens is the value of doing good, and that the social values that the "Do Good" program urges reflect the values of Algerian society, and their percentage was 100%, These are values inherited across generations, instilled and reinforced by socialization institutions.

Keywords: Television programs, Echourouk TV, charitable work, social values, "Do Good" program, Algerian citizen.

1. مقدمة:

تعتبر القيم الاجتماعية من أهم العمليات التي تقوم بها مؤسسات التنشئة الاجتماعية، من حيث المصدر الأساسي لهذه القيم ومن حيث محاولة حصرها وضبطها وتصنيفها، وذلك بارتباطها بالمعتقد الديني والتراكمات الثقافية من عادات وتقاليد صامدة منذ عدة حقب تاريخية، وإنّ عملية بناء الفرد وتوجيهه وغرس القيم الاجتماعية فيه هي عملية تساهم فيها العديد من المؤسسات مثل الأسرة، المدرسة، المسجد بصفة عامة ودور ووسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية بصفة خاصة. هذه الأخيرة تسعى إلى تكوين الفرد وتوجيهه من خلال غرس أهم القيم الاجتماعية والأخلاقية وذلك من خلال بعض البرامج الإعلامية كالبرامج التلفزيونية الاجتماعية ذات الطابع الخيري، من بين هذه

القيم العمل الخيري الذي يعدّ عاملا أساسيا في بناء المجتمعات ونشر سلوك التضامن والتماسك بين أفرادها، كما أنّه يعتبر من المؤشرات التي تدل على تحضرها وتطورها ورقي الحياة بداخلها وتوطيد العلاقات بين أعضاء المجتمع الذي يسعى إلى بناء الفرد وتربيته وتنشئته تنشئة اجتماعية سليمة تدفعه للمساهمة في بناء مجتمعه وتنمية وطنه وذلك من خلال التحلي بمجموعة من القيم الاجتماعية والأخلاقية التي حثّنا الدين الإسلامي عليها، هذه القيم التي توجه تفكيره وسلوكياته وتجعله شخصا إيجابيا يعمل على تحقيق مصلحته ومصلحة وطنه.

إشكالية الدراسة:

تعد القيم الاجتماعية عنصر ضروري في حياة الأفراد خاصة في عصرنا الحالي، وذلك باعتبار أن الفرد وبالأخص المواطن الجزائري يجب أن يتحلى بمختلف القيم الاجتماعية التي ربما يكتسبها من خلال مختلف البرامج التلفزيونية.

ومن بين البرامج هده البرامج نجد برنامج "وافعلوا الخير" الذي يبث عبر قناة الشروق TVوهو برنامج ذات طابع خيري يعمل على تجسيد مبدأ التكافل الاجتماعي وحل بعض المشكلات التي تعاني منها الفئات الهشة، ومضامين هذا البرنامج تهدف إلى ملامسة عواطف وأحاسيس المواطنين الجزائريين الأمر الذي يدفعهم إلى مساعدة الفئات المحتاجة وتقديم الدعم والتبرعات المادية بما يضمن لهم العيش الكريم، وذلك من خلال تسخير جهودهم وأوقاتهم وأموالهم لخدمة هذه الفئات ورسم البسمة على وجوه الفقراء والمحتاجين والمرضى وفئات ذوي الاحتياجات الخاصة وغيرهم من المواطنين الذين يحتاجون للدعم المادي والمعنوي في ظل الظروف المعيشية الصعبة.

ومنه نطرح السؤال العام الآتي: ما علاقة البرامج التلفزيونية الخيرية بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر المواطن الجزائري برنامج وافعلوا الخير نموذجاً؟

تندرج تحت إطار هذا التساؤل بعض التساؤلات الفرعية:

-ما طبيعة الموضوعات التي يتناولها برنامج "وافعلوا الخير" عبر شاشة الشروقTV؟

-ما هي عادات وأنماط المواطن الشلفي في مشاهدة برنامج " وافعلوا الخير" عبر قناة الشروقTV؟

-ما هي الأساليب الحجاجية والإقناعية الموظفة في برنامج "وافعلوا الخير" من وجهة نظر المواطن الشلفي؟

-ما هي القيم الاجتماعية الايجابية التي عززها برنامج 'وافعلوا الخير" بقناة الشروق TVلدى المواطن الشلفي؟

أهمية الدراسة :

تنبع أهمية الدراسة في كونها تعالج موضوع مهم جدا داخل المجتمع الجزائري وهو موضوع العمل الخيري لكن من زاوية إعلامية ومدى مساهمته في تعزيز القيم الاجتماعية، كون هذه الدراسة تسلط الضوء على برنامج ذات طابع خيري يبثّ في قناة الشروق TV الجزائرية وهو برنامج "وافعلوا الخير" وذلك لمعرفة أهم القيم الاجتماعية التي يسعى البرنامج إلى غرسها وتعزيزها لدى المواطن الجزائري.

أهداف الدراسة: نسعى من خلال هذه الدراسة تحقيق أهم الأهداف:

-التعرف على طبيعة القيم الاجتماعية التي تضمنتها حلقات برنامج "وافعلوا الخير" بقناة الشروقTV الجزائرية.

-الكشف عن عادات وأنماط مشاهدة المواطن الجزائري لبرنامج "وافعلوا الخير" بقناة الشروقTV الجزائرية.

-معرفة أهم الأساليب الإقناعية المستخدمة في برنامج " وافعلوا الخير."

-معرفة مدى تفاعل المواطن الجزائري مع الحالات المعروضة في برنامج "وافعلوا الخير" بقناة الشروق TVالجزائرية؟

منهج الدراسة وأدواتها:

المنهج: اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي باعتباره أحد المناهج الأساسية الذي يهتم بالبحث والتقصي الدقيق في الأسباب والمسببات للظاهرة المدروسة، وهو "كل استقصاء ينصب في ظاهرة من الظواهر النفسية الاجتماعية، قصد تشخيص جوانبها وكشفها وتحديد العلاقات بين عناصرها وضبطها كميا، عن طريق جمع المعلومات وتصنيفها، ثم تحليلها (FERROL, DEUBEL, (1993, p 138 فطبيعة الإشكالية هي التي اقتضت استخدام هذا المنهج.

أدوات الدراسة: من أهم الأدوات المستخدمة في دراستنا ما يلي:

الملاحظة: والتي تعرف على أنها: "إدراك الظواهر والمواقف والوقائع والعلاقات عن طريق الحواس، مع الاستعانة بأساليب البحث والدراسة التي تتلاءم مع طبيعة هذه الظاهرة" (غريب، 1989، ص 291). وقد تم الاعتماد على الملاحظة بالمشاركة وذلك ما سهل علينا ملاحظة أفراد العينة واستخدام تلك المعلومات في الجانب التطبيقي للدراسة.

الاستبيان: اعتمدنا أيضا على أداة الاستبيان الذي عرفه Mucchielli على أنه "مجموعة من الاقتراحات، لها نوع معين من الشكل والتنظيم، يسعى الباحث من خلالها إلى معرفة موقف أو حكم أو تقييم لموضوع ما من طرف المبحوث (MUCCHIELLI. R, 1979, P84))وعليه قمنا بتوزيع 110 استمارة على مشاهدي برنامج "وافعلوا الخير" بقناة الشروق TV القاطنين بولاية الشلف ولقد شملت أربعة محاور:

المحور الأول: يتعلق بالبيانات الشخصية للعينة.

المحور الثاني: عادات وأنماط مشاهدة أفراد العينة لبرنامج "وافعلوا الخير" عبر قناة الشروق.TV

المحور الثالث: الأساليب الإقناعية المستخدمة في برنامج "وافعلوا الخير" عبر قناة الشروقTV

المحور الرابع: مساهمة برنامج "وافعلوا الخير" في تعزيز القيم الاجتماعية لدى أفراد العينة.

مجتمع الدراسة والعينة :

مجتمع البحث هو" جميع المفردات التي لها صفة أو صفات مشتركة، وجميع هذه المفردات خاصة للدراسة أو للبحث من قبل الباحث" (قاضي، البياتي، 2008، ص148)، وهو "جميع المفردات ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، أو هو جمع محدود أو غير محدود من المفردات التي تنتمي إلى الظاهرة المبحوثة" (بن مرسلي، 2013، ص141). يتمثل مجتمع دراستنا في جميع مشاهدي برنامج "وافعلوا الخير" الذي يبث عبر قناة الشروق الجزائرية في كل التراب الوطني الجزائري.

عينة الدراسة اعتمدنا في دراستنا على عينة قصدية من مشاهدي ومتتبعي برنامج "وافعلوا الخير " بولاية الشلف قدرت ب 110 مفردة، باختلاف النوع ومختلف الفئات العمرية ومختلف المستويات المعيشية والتعليمية.

2. المدخل النظري للدراسة:

1.2 تحديد المفاهيم والمصطلحات:

الدور :

اصطلاحا: تعددت التعريفات التي تخص هذا المصطلح بتعدد اختصاصات المهتمين به، ولكن أبرز ما عرفه علماء خاصة علماء الاجتماع وعلماء النفس حيث يقول رالف لنتن بأن الدور هو" الموجه الحركي أو المظهر الديناميكي للمركز أو المكانة أي أنه عبارة عن نمط معياري منظم من المعايير فيما يختص بسلوك فرد يقوم بوظيفة معينة في الجماعة" (الأمير، 2012، ص 24-25)

التعريف الإجرائي: نقصد بالدور في دراستنا هو ما يقوم به برنامج "وافعلوا الخير" عبر قناة الشروق الجزائرية من عرض حالات قد تخص المحتاجين أو المرضى ممن يحتاجون لمساعدة غيرهم.

البرنامج التلفزيوني :

اصطلاحا: عرف بأنه "فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين، باستعمال الصورة والصوت بكامل تفاصيلها لتحقيق هدف معين" (عبادي، رزيوق، 2018، ص 378). ويعرف أيضا بأنه " فكرة أو أفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين باستخدام الصورة والصوت، بكامل تفاصيلها الفنية لتحقيق هدف معين."(الشميمري، 1431، ص221).

التعريف الإجرائي: يقصد بالبرنامج التلفزيوني في هذه الدراسة برنامج "وافعلوا الخير" بقناة الشروقTV الجزائرية والذي يعنى بتقديم مساعدات وخدمات مادية ومعنوية واجتماعية مختلفة للفئات الاجتماعية الهشة والمحرومة التي تعاني ظروفا معيشية صعبة أو أمراضا مستعصية ومزمنة .

الإعلام الخيري :

اصطلاحا: يعرف بأنه " العملية الاتصالية التي بواسطتها يتم نقل الرسائل والأفكار والمعلومات والأخبار الصادقة حول ما يتعلق بالنشاطات والأعمال الخيرية والتي تصدر من جهات خيرية وتنشر وتبث عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، بهدف زيادة تأثير وفاعلية ما يصدر من أجهزة وسائل الإعلام المختصة، ومن القطاع الخيري بالجمعيات التطوعية والمؤسسات الخيرية من نشاطات إعلامية ذات طابع خيري، تقدم عبر وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية منها والجديدة، لتحفيز مختلف الشرائح الاجتماعية على المساهمة في العمل الخيري. (مباركي، 2017، ص 149).

التعريف الإجرائي: نقصد بالإعلام الخيري في دراستنا العمل الخيري الذي يقوم به برنامج "وافعلوا الخير" عبر قناة الشروقTV الجزائرية والمتمثل في تقديم المساعدات والخدمات

المادية والمعنوية للفئات الهشة في المجتمع الجزائري، وذلك باستخدام مختلف الاستمالات الإقناعية للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير محاولين بذلك غرس القيم الاجتماعية وتعزيزها لدى المواطن الجزائري.

العمل الخيري :

اصطلاحا: هو عمل يشترك فيه جماعة من الناس لتحقيق مصلحة عامة، وأغراض إنسانية أو دينية أو علمية أو صناعية أو اقتصادية، بوسيلة جمع التبرعات وصرفها في أوجه الأعمال الخيرية، بقصد نشاط اجتماعي أو ثقافي أو إغاثي بطرق الرعاية أو المعاونة ماديا أو معنويا داخل الدولة وخارجها من غير قصد الربح لمؤسسيها، سواء سمي إغاثة أو جمعية أو مؤسسة أو هيئة أو منظمة خاصة أو عامة" (مهدي، 2012، ص 212).

التعريف الإجرائي: نقصد بالعمل الخيري في دراستنا تسخير برنامج "وافعلوا الخير" الذي يبث في قناة الشروقTV الجزائرية كل إمكانياته البشرية والمادية لتقديم المساعدة للفئات المحتاجة الذين يعانون أوضاعا قاسية في ظل الظروف المعيشية الصعبة، وذلك من خلال نشر القيم الاجتماعية كفعل الخير، التعاون، الاحسان، تقديم المساعدات المادية والمعنوية وغيرها من القيم التي تجسد الفعل الخيري.

القيم الاجتماعية: قبل الخوض في مفهوم القيم الاجتماعية يجب التفصيل في معنى القيم الذي اختلفت حوله الآراء والاتجاهات .

القيم لغة: جاء في المعجم الوسيط أن قيمة الشيء: قدره، وقيمة المتاع ثمنه. (أنيس، 1973، ص 774).

أما في معجم العلوم الاجتماعية تعرف القيم بأنها "الصفات التي يفضلها أو يرغب فيها الناس في ثقافة معينة وتتخذ صفة العمومية بالنسبة لجميع الأفراد كما تصبح من محددات السلوك" (بدوي،1978، 438-439).

اصطلاحا: تعرف القيم بأنها مجموعة من العادات والأعراف ومعايير السلوك والمبادئ المرغوبة التي تمثل ثقافة مجموعة من الناس أو جماعة أو فرد، وتعد عناصر بنائية مشتقة من التفاعل الاجتماعي، للتعبير عن مكونات أساسية للمجتمع الانساني". (مصري، عياش، 2019، ص 43).

وقد عرفها " تالكوت بارسونز" في كتابه " الشخصية والبناء" على أنها " تصورات توضيحية لتوجيه السلوك في الموقف الانفعالي تحدد أحكام القبول أو الرفض تنبع من التجربة الاجتماعية وتتوحد بها الشخصية، وهي عضو مشترك في تكوين البناء الاجتماعي والشخصية الفردية، فهي من مكونات الموقف الاجتماعي لأنها تتضمن نظام الجزاءات المرتبط بنظام الأدوار في البناء الاجتماعي كما أنها تكون جزءا من لبّ الشخصية الاجتماعية للفرد، لأنها حصيلة أو نتاج عملية التنشئة الاجتماعية. (بلقيس، مرعي. 1998، ص 452).

القيم الاجتماعية اصطلاحا: عرفت بأنها " مجموعة من المثل العليا والغايات والضوابط السلوكية للفرد والجماعة نحو الأشياء والموضوعات والمعاني بتصور يبدأ بتشكيل الرأي بالتقبل ويمر بالتوقف وينتهي بالرفض، مصدر تلك الأحكام هو التفاعل مع أسرته والمحيط القريب، والمجتمع ككل في ضوء معايير ترتضيها الجماعة لتنشئة أبنائها وفق الدين والعرف وأهداف المجتمع."(القحطاني، مشرف، 2010، ص 24). وتعرف بأنها "مجموعة من المبادئ التي يتمسك بها المجتمع وهي معايير تعمل وفق مبادئ ديناميكية في التاريخ وتقدم الانجازات الاجتماعية."(اللحياني، 2008، ص 64).

التعريف الإجرائي: نقصد بالقيم الاجتماعية في دراستنا مجموع القيم السائدة في المجتمع الجزائري والتي يسعى برنامج "وافعلوا الخير" بقناة الشروق TV الجزائرية إلى غرسها وتعزيزها لدى مشاهدي البرنامج والمتمثلة في: التعاون، فعل الخير، التطوع، مساعدة الفقراء والمحتاجين، الرحمة وغيرها من القيم .

قناة الشروق :TV هي قناة تلفزيونية جزائرية خاصة تابعة لمؤسسة الشروق، أطلقت البث التجريبي في الأول من نوفمبر 2011 على القمر الصناعي نايلسات، وجاءت هذه الانطلاقة في الذكرى 57 لاندلاع ثورة التحرير الجزائرية، والذكرى 11 لتأسيس جريدة الشروق اليومي، فيما بدأت بثها الرسمي في 15 مارس 2012. تبث القناة مجموعة من البرامج المتنوعة طوال فترات اليوم، صباحية مثل صباح الشروق، برامج دينية، مسلسلات، برامج رياضية، برامج مسابقات وغيرها من البرامج الترفيهية والمنوعة .

برنامج "و افعلوا الخير": هو برنامج خيري يبث عبر قناة الشروق الخاصة الجزائرية، أول بث له 01 مارس 2012، يعرض يوم الاثنين على الساعة 21:20، مديره العام ومعدّه الإعلامي رشيد فضيل، تداول على تنشيط البرنامج كل من الإعلاميين محمد مشقق وكريم بوبكور، هدف البرنامج هو تقديم المساعدة للفئات المحرومة التي تعاني أوضاعا معيشية مزرية وأمراضا مستعصية ومزمنة، والعمل على نشر قيم التعاون والاحسان وفعل الخير.

2.2 الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة محمد الفاتح حمدي، ومراد شتوان بعنوان:" القيم في محتويات البرامج التلفزيونية ذات الطابع الخيري، دراسة تحليلية لبرنامج "قلبي اطمأن" عبر شاشة قناة أبو ظبي التلفزيونية الفضائية" (2020)، انطلقت الدراسة من الإشكالية الآتية: كيف جسّد البرنامج التلفزيوني "قلبي اطمأن" منظومة القيم داخل المجتمع العربي عبر الحلقات التي تم بثها في شهر رمضان؟ الهدف من الدراسة التعرف على طبيعة القيم الإيجابية والسلبية التي تضمنتها حلقات البرنامج "قلبي اطمأن" التي يسعى للترويج لها وتعزيزها داخل المجتمع، وذلك من خلال تقديم قراءة تحليلية لشعارات البرنامج وطبيعة اللهجات المستعملة في تقديمه.

للإجابة على إشكالية الدراسة استخدم الباحثان منهج تحليل المحتوى من خلال تحليل جميع حلقاته التي تم بثها في الموسم الثالث والتي قدر عددها 30 حلقة خلال شهر رمضان .

ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها أن حلقات برنامج "اطمأن قلبي" كان لها دورا كبيرا في تعزيز عدة قيم إيجابية داخل المجتمع العربي عن طريق ما تم تقديمه من مساعدات للفئات المحتاجة. وقد استخدم البرنامج في ذلك على التصوير والإخراج الجيد، التركيز على الحوار باستخدام لهجات متعددة حسب الدول التي زارها طاقم البرنامج معتمدين على الشعارات الجذابة التي توحي بالسعادة والفرح (حمدي، شتوان، 2020).

الدراسة الثانية: دراسة بوترعة بلال، بوقروز أمينة بعنوان:" مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي الشباني-جمعية ناس الخير (عنابة) أنموذجا. (2017)، انطلقت الدراسة من التساؤل العام الآتي: ما الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي الشباني؟ تم استخدام المنهج الوصفي بالاعتماد على استمارة الاستبيان التي وزعت على 22 مفردة متكونة من فوج ناس الخير لولاية عنابة. وقد توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

-أن أغلبية أفراد العينة يجمعون على الدور الكبير لموقع الفايس بوك في تواصلهم والقيام بالعمل التطوعي الخيري، من خلال تقديم خدمات للمجتمع وتحقيق التعاون والتكافل الاجتماعي.

-كشفت الدراسة أن الانخراط في العمل التطوعي عن طريق إنشاء جمعية "ناس الخير" كان نتيجة الدردشة عبر موقع الفايس بوك الذي سهل عملية التواصل بينهم. (بوترعة، بوقروز، 2017)

الدراسة الثالثة: دراسة علاق مفيدة بعنوان: " اتجاهات الأسر الجزائرية نحو نشاط الجمعيات الخيرية من خلال برنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي-دراسة ميدانية لعينة

من الأسر الجزائرية بولاية تيارت-(2022)، انطلقت الدراسة من الإشكالية الآتية: ما أهم الآراء التي كونها برنامج "وافعلوا الخير" بالشروقTV عن طريق نشاط الجمعيات الخيرية بالجزائر لدى المشاهد الجزائري؟

الهدف من الدراسة محاولة فهم كيف تنظر الأسرة الجزائرية إلى الجمعيات الخيرية باعتبارها مؤسسة من مؤسسات المجتمع المدني، كما تهدف إلى محاولة استنتاج الصورة التي رسمها الإعلام الجزائري حول الجمعيات الخيرية بالجزائر ونشاطاتها لدى ذهن الفرد الجزائري من خلال برنامج "وافعلو الخير."

للإجابة على إشكالية الدراسة استعانت الباحثة بالمنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان الذي وزع على 300 مفردة بطريقة قصدية، توصلت الدراسة إلى نتائج نذكر أهمها: تعتبر الأسرة الجزائرية الجمعيات الخيرية من خلال عرض نشاطاتها بركن "بصمة خير" ببرنامج "وافعلوا الخير" بالشروق TV أنها جمعيات ذات نفع عام تبحث عن تحقيق الصالح العام من خلال غرس ثقافة التطوع في نفوس المواطنين، وكذا نشر قيم الخير والأمل والتعاون لمساعدة الفئات المعوزة، وأهم القيم المروج لها هي قيمة الخير والتطوع والهدف منها نشر قيم التضامن الاجتماعي.(علاق، 2022).

الدراسة الرابعة: دراسة محمدي خيرة وبحري خولة بعنوان: "ممارسات العمل التطوعي الخيري عبر مواقع الشبكات الاجتماعية –دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفيس بوك للجمعيات الخيرية في الجزائر" (2020). الهدف من الدراسة معالجة إشكالية العمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص الفيس بوك وذلك من خلال تشخيص الدور الذي يقوم به الفايسبوك في خدمة العمل التطوعي الخيري ومعرفة الكيفية التي يتم عن طريقها توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في النشاطات الخيرية التطوعية. انطلقت الباحثتان من الإشكالية الآتية: كيف تمارس الجمعيات الخيرية الجزائرية نشاطها التطوعي الخيري عبر مواقع الشبكات الاجتماعية؟

للإجابة على هذا التساؤل اعتمدت الباحثتان على منهج المسح باستخدام الملاحظة واستمارة تحليل المحتوى كأداتين لجمع المعلومات والعينة اختيرت بطريق قصدية وذلك باختيار صفحة "الجمعيات الخيرية في الجزائر" خلال دراسة وتتبع منشورات الصفحة في شهري فيفري ومارس 2020. ومن أهم نتائجها: -وظفت الصفحة كل مزايا الموقع لصالح تنشيط العمل التطوعي، والاعتماد على اللغة العربية بنسبة كبيرة في عرض المواضيع التي تنوعت بتنوع أهدافها. (محمدي، بحري، 2020).

3. المدخل التطبيقي للدراسة:

سيتم في هذا الجانب التطرق إلى التحليل الكمي والكيفي للجداول محل الدراسة.

الجدول رقم(01): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير(الجنس، السن، المستوى المعيشي، المستوى التعليمي)

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكر	40	%36.36
	أنثى	70	%63.64
السن	أقل من 30 سنة	25	%22.73
	من 30 حتى 40 سنة	31	%28.18
	أكثر من 40 سنة	54	%49.09
المستوى المعيشي	جيد	35	%31.82
	متوسط	59	%53.63
	ضعيف	16	%14.55
المستوى التعليمي	دون مستوى	8	%7.27
	إبتدائي	22	%20
	متوسط	19	%17.27
	ثانوي	21	%19.09
	جامعي	40	%36.36

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة إناث بنسبة 63.64%، أما بالنسبة للسن نلاحظ أن برنامج "وافعلو الخير" يستقطب جميع الفئات العمرية لكن بنسب متفاوتة حيث سجلنا أعلى نسبة الفئة العمرية أكثر من 40 سنة بنسبة قدرت ب 49.09%. كما لاحظنا من خلال بيانات الجدول أن البرنامج يشاهده جميع الأفراد باختلاف مستوياتهم المعيشية، لكن معظم أفراد العينة مشاهدي البرنامج من مستوى معيشي متوسط بنسبة 53.63%. وبالنسبة للمستوى التعليمي سجلنا أعلى نسبة للمستوى الجامعي الذين يشاهدون البرنامج مع تفاوت باقي النسب بالنسبة للمستويات التعليمية الأخرى. وهذا يعني أن مشاهدة البرنامج لا تقتصر على مستوى تعليمي معين وإنما جميع المستويات وهذا راجع إلى أن البرنامج ذات طابع اجتماعي خيري يخاطب جميع الفئات مستخدما مزيجا بين اللغة العربية الفصحى واللهجة الجزائرية.

الجدول رقم (02) يبين مشاهدة أفراد العينة لقناة الشروق TV الجزائرية

عادات المشاهدة	التكرار	النسبة%
دائما	59	%53.64
أحيانا	31	%28.18
نادرا	20	%18.18
المجموع	110	%100

يتضح لنا من خلال قراءتنا لبيانات الجدول أن كل أفراد العينة يشاهدون قناة الشروق TV لكن بنسب متفاوتة، فالذين يشاهدونها بصفة دائمة بلغت نسبتهم 53.64%، وهي أعلى نسبة، تليها نسبة 28.18% للذين يشاهدونها أحيانا، أما الذين نادرا ما يشاهدونها بلغت نسبتهم 18.18%.

ونستنتج من خلال هذه النتائج أن أكبر نسبة سجلت للذين يشاهدون قناة الشروق TV الجزائرية عند دائما بنسبة 53.64%، ويمكن تفسير ذلك أن قناة الشروق

TVالجزائرية تحض باهتمام المواطن الجزائري وذلك نظرا لتنوع برامجها واختلاف المواضيع المعالجة فيها في مختلف المجالات، حيث سجلنا.

الجدول رقم (03): يبين عادات مشاهدة البرامج ذات الطابع الخيري في قناة الشروق TV

عادات المشاهدة	التكرار	النسبة%
دائما	52	%47.27
أحيانا	42	%38.18
نادرا	16	%14.55
المجموع	110	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يشاهدون البرامج ذات الطابع الخيري في قناة الشروق TVبصفة دائمة وهي أعلى نسبة المقدرة ب47.27%، والذين أحيانا ما يشاهدونها بلغت نسبتهم 38.18%، أما الذين أجابوا بنادرا ما يشاهدونها بلغت نسبتهم 14.55%، وهي نسبة ضئيلة مقارنة مع النسب الأخرى.

بينت نتائج الدراسة أن المشاهد الجزائري تستهويه وتستقطبه البرامج الاجتماعية ذات الطابع الخيري كونها برامج تلامس العاطفة وتغوص في أعماق المجتمع الجزائري، وتتناول القضايا الاجتماعية التي تحتاج فعلا إلى التفاتة إعلامية خاصة عرض ما تعانيه الفئات المحتاجة والهشة في المجتمع الجزائري في ظل الظروف الاقتصادية الراهنة وغلاء المعيشة.

الجدول رقم (04): يبين مشاهدة أفراد العينة لبرنامج "و افعلوا الخير" عبر قناة الشروق TV

الإجابة	التكرار	النسبة %
مشاهدة كل الحلقات	30	%27.27
مشاهدة معظم الحلقات	59	%53.64
مشاهدة بعض الحلقات	21	%19.09
المجموع	110	%100

يتبين لنا من خلال أرقام الجدول أن معظم أفراد العينة شاهدوا معظم حلقات برنامج "وافعلوا الخير" بنسبة قدرت ب 53.64% وهي أعلى نسبة، تليها نسبة 27.27% للذين شاهدوا كل الحلقات، أما آخر نسبة بلغت 19.09% للذين شاهدوا بعض الحلقات. أوضحت نتائج الدراسة أن برنامج "وافعلوا الخير" بقناة الشروقTV يعد من أهم البرامج التي تستقطب الجمهور الجزائري وذلك نظرا للمواضيع المعالجة فيه، وكونه يتقرب أكثر من المواطن الجزائري من خلال الاهتمام بالفئات الهشة المحتاجة للمساعدات المادية.

الجدول رقم (05): يبين وسيلة مشاهدة أفراد العينة لبرنامج "و افعلوا الخير" بقناة الشروقTV

الوسيلة	التكرار	النسبة%
التلفاز	75	%68.18
اليوتيوب	35	%31.82
المجموع	110	%100

يتضح لنا من خلال قراءتنا لأرقام الجدول أن معظم أفراد العينة يشاهدون برنامج "وافعلوا الخير" من خلال التلفزيون بأعلى نسبة بلغت 68.18 %، يليها اليوتيوب بنسبة 31.82%.

بينت نتائج الدراسة أن التلفزيون ما زال يحض بمشاهدة الجمهور الجزائري بالرغم من التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الاعلام والاتصال، فمن ميزات التلفزيون أنه من بين الوسائل الإعلامية الذي يشاهد جماعيا من قبل أفراد العائلة خاصة البرامج ذات الطابع الاجتماعي والخيري كونها برامج تلامس الواقع المعاش، أما اليوتيوب فيلجأ إليه المشاهدون لإعادة حلقات برنامج "وافعلوا الخير" خاصة للذين يتعذر عليهم مشاهدة التلفزيون لأسباب تخصهم.

الجدول رقم (06): يبين آراء أفراد العينة حول وقت برنامج "و افعلوا الخير" بقناة الشروق TV

وقت بث البرنامج	التكرار	النسبة%
مناسب	98	%89.09

غير مناسب	12	%10.91
المجموع	110	%100

أجمع معظم أفراد العينة أن وقت برنامج "وافعلوا الخير" مناسب لهم بأعلى نسبة بلغت 89.09%، أما نسبة 10.91% يرون أن وقت البث لا يناسبهم.

وعليه يمكن تفسير ذلك أن اختيار وقت عرض أي برنامج تلفزيوني مهم جدا وله دور كبير في استقطاب المشاهدين، وللعلم فإن برنامج "وافعلوا الخير" كان يعرض في مواسمه الأولى يوم الإثنين على الساعة 91:00 ويعاد يوم الثلاثاء على الساعة 16:00، ويوم الجمعة على الساعة 11:00، أما في مواسمه الأخيرة حتى الآن فهو يعرض يوم الإثنين على الساعة 91:20 ويعاد يوم الجمعة على الساعة 14:20. وبالتالي بإمكان المشاهد إعادة مشاهدة البرنامج مرة أخرى أيام الإعادة.

الجدول رقم (07): يبين كيفية مشاهدة أفراد العينة برنامج "و افعلوا الخير" بقناة الشروق TV

مشاهدة البرنامج	التكرار	النسبة%
على انفراد	11	%10
مع أفراد العائلة	99	%90
المجموع	110	%100

يتبين لنا من خلال الجدول الموضح أعلاه ومن خلال بياناته أن معظم أفراد العينة يشاهدون البرنامج مع أفراد العائلة بنسبة 90%، أما نسبة 10% يشاهدونه بمفردهم. يمكن تفسير ذلك أن طابع البرنامج أحيانا هو الذي يفرض على المشاهد المشاهدة الفردية أو الجماعية، وبما أن برنامج "وافعلوا الخير" يركز على غرس القيم الاجتماعية ويعمل على تعزيزها لدى المواطن الجزائري فإن المشاهدة الجماعية تكون أحسن من المشاهدة الفردية حتى يتم مناقشة ما تم عرضه في البرنامج مع أفراد العائلة.

الجدول (08): يبين أهم القيم الاجتماعية التي يرسخها برنامج "و افعلوا الخير" بقناة الشروق TV

القيم الاجتماعية	التكرار	النسبة%
فعل الخير	45	%40.91
التعاون	16	%14.55
مساعدة الفئات المحتاجة ماديا	40	%36.36
العطف على الآخرين والاحسان إليهم	6	%5.45
تقديم الدعم المعنوي	2	%1.82
أخرى	1	%0.91
المجموع	110	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن أهم قيمة اجتماعية يحاول برنامج "وافعلوا الخير" ترسيخا وتعزيزها لدى المواطن الجزائري هي قيمة فعل الخير بأعلى نسبة بلغت 40.91%، تليها قيمة مساعدة الفئات المحتاجة ماديا بنسبة 36.36%، ثم قيمة التعاون بنسبة 14.55%، لتأتي بعدها قيمة العطف على الآخرين والإحسان إليهم بنسبة 5.45%، تليها قيمة تقديم الدعم المعنوي بنسبة 1.82%، وأخيرا نسبة 0.91 %لمبحوث أضاف قيمة أخرى وهي رسم الابتسامة والفرح لدى الفقراء والمحتاجين والمرضى.

أوضحت النتائج أن برنامج "وافعلوا الخير" يحاول ترسيخ القيم الاجتماعية التي حثنا الدين الإسلامي عليها وهي فعل الخير لقوله تعالى: يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ارْكَعُوا وَاسْجُدُوا وَاعْبُدُوا رَبَّكُمْ وَافْعَلُوا الْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ" (سورة الحج، الآية 77) وهي الآية التي عادة ما يفتتح بها البرنامج،، وأيضا الإحسان إلى الفئات المحتاجة لقوله تعالى: "وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ" (سورة البقرة، الآية 195)، والتعاون لقوله تعالى: وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَلا تَعَاوَنُوا عَلَى الإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَاب" (سورة المائدة، الآية 02). ولقوله رسول الله:" المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضاً." رواه مسلم. وهذا له دلالة واضحة أن كل قيمنا الاجتماعية مستمدة من الدين الاسلامي ولهذا وجب

الالتزام بها، وهذا ما تحاول مثل هذه البرامج الإعلامية الترويج له وغرسه في المواطن الجزائري.

الجدول رقم (09): يوضح أهم الأساليب الحجاجية الإقناعية المستخدمة في برنامج "و افعلوا الخير" لتعزيز القيم الاجتماعية لدى أفراد العينة

الأساليب الإقناعية	التكرار	النسبة %
استضافة شخص مشهور	5	%4.54
حديث الشيوخ (فزازي بغدادي، عبد المالك بن مبروك الجز ائري)	49	%44.55
فقرة "بصمة خير" للجمعيات الخيرية	25	%22.73
عرض حالات إيجابية	09	%8.18
طريقة عرض مقدم البرنامج (اللغة، التصرفات..)	22	%20
المجموع	110	%100

موضوع الأساليب الحجاجية والإقناعية مهم جدا في مثل هذه البرامج التي تسعى إلى غرس القيم الاجتماعية وتعزيزها لدى المواطن الجزائري، وعليه نلاحظ أن أهم أسلوب إقناعي يرتكز عليه برنامج "وافعلوا الخير" هو حديث الشيوخ (فزازي بغدادي وعبد المالك بن مبروك الجزائري) بأعلى نسبة بلغت 44.55%، تليها نسبة 22.73% لفقرة "بصمة خير" للجمعيات الخيرية، ثم نسبة 20% لطريقة عرض مقدم البرنامج، ثم تليها النسب الأخرى وهي نسب ضئيلة جدا حسب ما هو موضح في الجدول المتعلقة بعرض الحالات الإيجابية، ثم استضافة شخص مشهور.

أوضحت نتائج الجدول أعلاه أن برنامج "وافعلوا الخير" يسعى لترسيخ القيم الاجتماعية وتعزيزها لدى المواطن الجزائري وبالأخص فئة مشاهدي البرنامج وذلك من خلال الاعتماد في عملية الإقناع على حديث الشيوخ الذين يوظفون الأساليب الدينية المقنعة من خلال الاعتماد على الآيات القرآنية والسنة النبوية وبعض الشعارات ذات الطابع الديني مثل "فعل الخير واجب والعودة إليه التزام ووعد صادق"، وقوله تعالى:" وَمَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا"(سورة المائدة، الآية 32)، هذه بعض مفتاح البرنامج

للتأثير في المشاهدين، كما يستخدم البرنامج فقرة "بصمة خير" للجمعيات الخيرية من خلال استضافة بعض الجمعيات الخيرية الجزائرية لمساعدة الحالات المعروضة في البرنامج، هذه الجمعيات هي(جمعية كافل اليتيم، جمعية الغيث الخيرية وجمعية ناس الخير) لتكمّل كل هذه الأساليب أسلوب مقدم البرنامج الذي كان في المواسم السابقة الإعلامي محمد مشقق، وحاليا يقدمه الإعلامي كريم بوبكور اللذان لهما أسلوب مقنع للتأثير في المشاهدين وهذه من أهم صفات القائم بالاتصال لتحقيق أهداف الرسالة الاتصالية.

الجدول رقم (10): يبين مدى تجسيد القيم الاجتماعية المروج لها من قبل برنامج "و افعلوا الخير"

تجسيد القيم الاجتماعية على أرض الو اقع	التكرار	النسبة%
تقديم المساعدات المادية	70	%63.64
التكفل بعلاج المرضى	20	%18.18
زيارات تفقدية للمرضى	5	%4.54
حفر الآبار في المناطق النائية	4	%3.64
الدعاء للمرضى والفقراء	8	%7.27
الدعاء للمحسنين ممن قدموا المساعدة للمحتاجين والمرضى	3	%2.73
المجموع	110	%100

ما يهم في برنامج "وافعلوا الخير" هو ترسيخ القيم الاجتماعية التي أهمها تقديم المساعدات المادية للفئات المحتاجة التي تتصل بمسؤول الحصة لعرض حالتها أو مرضها راجية من المحسنين مساعدتها، وهذا ما تؤكده أرقام الجدول بحيث سجلنا أعلى نسبة لها 63.64% ، تليها نسبة 18.18% الخاصة بالتكفل بعلاج المرضى، أما باقي النسب فهي ضئيلة جدا وهي على التوالي: 7.27%(الدعاء للمرضى والفقراء)، 4.54% (زيارة تفقدية للمرضى) فللإقناع أكثر يزور القائمون على البرنامج منازل بعض الحالات التي تعاني أمراضا مزمنة ومستعصية وذلك لتقريب الحالة من المحسنين أكثر، ثم نسبة 3.64% (حفر الآبار في المناطق النائية) وهي عملية يشرف عليها بعض المحسنين والتي تعد صدقة

جارية أيضا، وأخيرا نسبة 2.73% (الدعاء للمحسنين ممن قدموا المساعدة للمحتاجين والمرضى) هذه النسبة حتى وإن كانت ضئيلة جدا مقارنة مع النسب الأخرى فإن أجر المحسنين كبير جدا عند الله سبحانه وتعالى.

فسرت نتائج الجدول أعلاه أن النتائج تعكس لنا ما أقرّته نظرية الغرس الثقافي " حيث يحدث الغرس عندما يقوم الأفراد أولا بتعلم عناصر من عالم التلفزيون، ثم ثانيا حينما يستخدمون ما تعلموه في بناء صور ذهنية لديهم، وتشكيل مفاهيمهم من عالم التليفزيون التي تم غرسها أثناء المشاهدة عن العالم الحقيقي والحقائق التي يتعلمونها من عالم التلفزيون تصبح هي الأساس الذي يبنون عليه نظرتهم عن العالم ككل، وبذلك فإن التليفزيون هو المصدر المهم للقيم والأيديولوجيات ووجهات النظر والأحكام والاقتراحات والمعتقدات"(الدليمي، 2016، ص 163).

الجدول رقم (11): يبن آراء أفراد العينة حول مدى تأثّرهم ببرنامج "و افعلوا الخير".

درجة التأثّر	التكرار	النسبة%
بدرجة كبيرة	93	%84.54
بدرجة متوسطة	16	%14.55
بدرجة ضعيفة	01	%0.91
لا يوجد تأثّر	00	%00
المجموع	110	%100

نلاحظ من خلال أرقام الجدول أعلاه أن كل المبحوثين تأثروا بمضمون برنامج "وافعلوا الخير" حيث بلغت نسبة التأثر بدرجة كبيرة 84.54%، تليها نسبة الذين تأثروا بدرجة متوسطة حيث قدرت ب 14.55%، أما الذين تأثروا بدرجة ضعيفة بلغت نسبتهم 0.91%.

أوضحت نتائج الجدول أن الأساليب الإقناعية المذكورة سابقا والتي وظفها برنامج "وافعلوا الخير" قد حققت هدفها وهو التأثير في الجمهور المتلقي المتتبع لحلقات البرنامج، وذلك لأن طبيعة البرنامج كونه عمل خيري هو الذي أدى إلى التأثير في الجمهور خاصة أنه يعرض الحالات التي تعاني الفقر والتهميش والذين يعانون من أمراض

مستعصية ومزمنة ولا يستطيعون تغطية تكاليف العلاج، والذين لا يملكون السكن ولا لقمة العيش. كل هذه الحالات المعروضة تؤثر في المتلقي بالإضافة إلى الأسلوب الحواري بين مقدم البرنامج وضيوفه.

الجدول رقم (12): يبين إن كانت القيم الاجتماعية المتضمنة في برنامج "و افعلوا الخير" تعكس قيم المجتمع الجزائري أم لا

الإجابة	التكرار	النسبة%
نعم	110	%100
لا	00	%00
المجموع	110	%100

يسعى كل مجتمع إلى توفير العيش الكريم لأفراده ولهذا كلما تمسك هؤلاء الأفراد بالقيم الاجتماعية السائدة في المجتمع كلما تحقق التكافل والتعاون بين أفراده وانتشرت المحبة والألفة بينهم، وهذا ما يعكس لنا نتائج الجدول، بحيث أجاب كل أفراد العينة أن القيم الاجتماعية التي يحثّ عليها برنامج "وافعلوا الخير" تعكس قيم المجتمع الجزائري وكانت نسبتهم 100%.

ويمكن تفسير ذلك أن المواطن الجزائري متمسك بالقيم الاجتماعية والأخلاقية التي حثنا الدين الإسلامي عليها أبرزها مساعدة الأيتام والأرامل والمطلقات والتكفل بهم وتوفير لهم الظروف المناسبة للعيش الكريم، وذلك لإدخال الفرحة والسعادة والسرور عليهم، والتكفل العلاجي ببعض المرضى ممن هم بحاجة إلى العلاج سواء داخل الوطن أو خارجه، وحث الناس على العطاء وفعل الخير والتضامن مع المحتاجين والفقراء والاحسان والتعاون جميعا لتقديم المساعدة لهم، مما يضمن العيش في مجتمع متماسك تسود بين أفراده المحبة والسعادة.

4. خاتمة:

نستخلص في ختام هذه الدراسة أن الإعلام بصفة عامة والإعلام الخيري بصفة خاصة له دور كبير في ترسيخ القيم الاجتماعية وتعزيزها خاصة أنها قيم مستمدة من الدين الإسلامي حثنا عليها الله سبحانه وتعالى ورسوله عليه الصلاة والسلام خاصة تلك القيم التي لها بعدا إنسانيا كتقديم المساعدة للفئات المحتاجة وفعل الخير والتعاون والإحسان وإدخال الفرح والسرور لدى الفئات الهشة التي تعاني أوضاعا مزرية. ولقد قمنا في هذه الدراسة بتسليط الضوء على أهم هذه القيم الاجتماعية التي يتضمنها برنامج "وافعلوا الخير" الذي يبث في قناة الشروق TV الجزائرية ويسعى إلى الترويج لها وترسيخها وتعزيزها في الأوساط الاجتماعية الجزائرية. وذلك من خلال استطلاع آراء المواطن الجزائري في ولاية الشلف باستخدام أداة الاستبيان.

وقد توصلنا في دراستنا إلى نتيجة مفادها أن البرنامج يروج للقيم الاجتماعية المستمدة من الدين الاسلامي كفعل الخير، تقديم المساعدات للمحتاجين والمرضى، التعاون، الإحسان، إدخال البهجة والسرور لدى الفئات المحتاجة وغيرها من القيم التي ركز عليها البرنامج محاولا التأثير على المحسنين وإقناعهم بمساعدة هذه الفئة والتي هي في الغالب (الأيتام، الأرامل، المسنين، المطلقات، العاطلين عن العمل، ذوي الاحتياجات الخاصة) وحسب ما توصلت إليه الدراسة فإن هذا البرنامج استطاع التأثير في المشاهدين باستخدام أساليب إقناعية هامة زادت من إقبال الجمهور عليه للترويج للقيم الاجتماعية وتعزيزها لدى المواطن الجزائري وهي قيم مستمدة من الدين الاسلامي وتعكس قيم الشعب الجزائري التي توارثها عبر الأجيال.

وقد استنتجنا جملة من النتائج نذكر منها:

1 -إن معظم مشاهدي برنامج "وافعلوا الخير" هم إناث، أما بالنسبة للسن نستنتج أن برنامج "وافعلو الخير" يستقطب جميع الفئات العمرية لكن بنسب متفاوتة حيث سجلنا أعلى نسبة الفئة العمرية أكثر من 40 سنة ومعظم أفراد العينة مشاهدي البرنامج من مستوى معيشي متوسط. وبالنسبة للمستوى التعليمي سجلنا أعلى نسبة للمستوى الجامعي الذين يشاهدون البرنامج.

2 -أن كل أفراد العينة يشاهدون قناة الشروق TV الجزائرية وذلك نظرا لتنوع برامجها.

3 -تبين من خلال الدراسة أن معظم أفراد العينة يشاهدون البرامج ذات الطابع الخيري في قناة الشروق TV الجزائرية بصفة دائمة.

4 -أظهرت الدراسة أن معظم أفراد العينة شاهدوا معظم حلقات برنامج "وافعلوا الخير" على قناة الشروق TV الجزائرية.

5 -أظهرت الدراسة أن معظم أفراد العينة يشاهدون برنامج "وافعلوا الخير" من خلال التلفزيون. والمشاهدة تكون جماعية مع أفراد العائلة بنسبة 90.%

6 -إن وقت عرض برنامج "وافعلوا الخير" مناسب لأفراد العينة بأعلى نسبة بلغت %89.09

8 -أظهرت الدراسة أن أهم قيمة اجتماعية يحاول برنامج "وافعلوا الخير" ترسيخا وتعزيزها لدى المواطن الجزائري هي قيمة فعل الخير، تليها قيمة مساعدة الفئات المحتاجة ماديا، ثم قيمة التعاون، وقيمة العطف على الآخرين والإحسان إليهم، ثم قيمة تقديم الدعم المعنوي وقيمة رسم الابتسامة والفرح لدى الفقراء والمحتاجين والمرضى.

9 -كشفت الدراسة أن أهم أسلوب إقناعي يرتكز عليه برنامج "وافعلوا الخير" هو حديث الشيوخ (فرزازي بغدادي وعبد المالك بن مبروك الجزائري) ، تليها فقرة "بصمة خير" للجمعيات الخيرية، ثم أسلوب وطريقة عرض مقدم البرنامج سواء تعلق الأمر باللغة المستخدمة في البرنامج أو التصرفات وطريقة التعبير عن الحالات .

10 -تجسيد القيم الاجتماعية التي ركز عليها برنامج "وافعلوا الخير"على أرض الواقع أهمها: تقديم المساعدات المادية للفئات المحتاجة، التكفل بعلاج المرضى، الدعاء للمرضى والفقراء، الزيارات التفقدية للمرضى، حفر الآبار في المناطق النائية، والدعاء للمحسنين ممن قدموا المساعدة للمحتاجين والمرضى.

11 -كما أظهرت الدراسة أن كل المبحوثين تأثروا بمضمون برنامج "وافعلوا الخير" حيث بلغت نسبة التأثر بدرجة كبيرة 84.54%

12- كشفت الدراسة أن القيم الاجتماعية التي يحثّ عليها برنامج "وافعلوا الخير" تعكس قيم المجتمع الجزائري وكانت نسبتهم 100%. وهي قيم متوارثة عبر الأجيال ساهمت في غرسها وتعزيزها مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

5. قائمة المراجع:

-بوعمامة العربي، هني الحاج أحمد (2017). القيم والتغيرات السلوكية في المجتمع الجزائري –دراسة أثر مشاهدة القنوات التلفزيونية الفرنسية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 4، العدد 19، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.

2-دعنان إبراهيم أحمد، الشافعي محمد المهدي. (2001). علم الاجتماع التربوي، الأنساق الاجتماعية التربوية، جامعة سبها، ليبيا .

3-الأمير وعد إبراهيم خليل. (2012). دور التلفزيون في قيم الأسرة، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان.

4-عبادي إيمان، رزيوق شريفة. (2018). دور البرامج التلفزيونية في إبراز صورة المرأة الجزائرية الفعالة في المجتمع، برنامج "دنيا المرأة" بالتلفزيون الجزائري، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد02، المركز الديمقراطي العربي .

5-الشميمري فهد بن عبد الرحمان. (1431). كيف تتعامل مع الإعلام، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض.

6-مباركي ابتسام. (2017). مدخل للإعلام الخيري، المفهوم والدور، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد1، العدد 03، الجزائر.

7-محمد صالح جواد مهدي. (2012). العمل الخيري، دراسة تأصيلية تاريخية، قسم الدعوة والخطابة والفكر، المجلد 8، العدد 30.

8-إبراهيم أنيس. (1973). المعجم الوسيط، ج2، دار المعارف، القاهرة.

9-بدوي أحمد زكي. (1978). معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، عمان.

10-مصري إبراهيم سليمان، عياش علاء الدين محمد. (2019). اعتماد الشباب على القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية-دراسة ميدانية على طلبة

الجامعات الفلسطينية في إطار نظرية الاعتماد، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية، المجلد 07، العدد02 .

11-بلقيس أحمد، مرعي توفيق. (1998). الميسر في علم النفس التربوي، دار الفرقان للنشر، عمان.

12-القحطاني عبد الله محمد، طالب أحسن مبارك مشرف. (2010). القيم والعادات الاجتماعية لدى العمالة المنزلية ومقارنتها بالقيم والعادات لدى الأسرة السعودية، رسالة ماجستير، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة نايف، الرياض.

13-اللحياني خضر كامل محمد. (2008). أثر الفضائيات على المراهقين والمراهقات في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر التربويين والتربويات، أطروحة دكتوراه، كلية التربية، جامعة أم القرى، السعودية.

14-حمدي محمد الفاتح، شتوان مراد (2020). القيم في محتويات البرامج التلفزيونية ذات الطابع الخيري-دراسة تحليلية لبرنامج "قلبي اطمأن" عبر شاشة قناة أبو ظبي التلفزيونية الفضائية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد03، العدد 02، الجزائر.

15-بوترعة بلال، بوقروز أمينة (2017). مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي الشباني، جمعية ناس الخير (عنابة) أنموذجا، مجلة الإعلام والمجتمع، العدد02.الجزائر.

16-علاق مفيدة. (2022). اتجاهات الأسر الجزائرية نحو نشاط الجمعيات الخيرية من خلال برنامج "وافعلوا الخير" بالشروق تيفي-دراسة ميدانية لعينة من الأسر الجزائرية بولاية تيارت، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد09/ العدد 03، جامعة مستغانم. الجزائر.

17-محمدي خيرة، بحري خولة.(2020). ممارسة العمل التطوعي الخيري عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفايسبوك "الجمعيات الخيرية في الجزائر"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 04، العدد 02. الجزائر.

-FERROL (G), DEUBEL (PH). (1993). Méthodologie des sciences sociales, 18 Armand colin, Paris.

19 -محمد سيد أحمد غريب. (1989). البحوث الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية .

20 -MUCCHIELLI (R). (1979). Le questionnaire dans l'enquête psychosociale, Librairies techniques, éd E.S.F, Paris.

21 -قاضي دلال، البياتي محمود، (2008)، منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي spss ، ط 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن.

22 -بن مرسلي أحمد (2013)، الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال، ط 1، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر .

23 -سورة الحج، الآية 77.

24-سورة البقرة، الآية 195.

25-سورة المائدة، الآية 02. والآية 32.

26- الحديث النبوي الشريف، برواية مسلم

EISSN: 2602-781X————————ISSN: 2253-0347