جامعة الجزائر -3-

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

جدلية القيم الأخلاقية في تلفزيون الواقع

برنامج "الوزن الرابح" على قناة Samira TV أنموذجا (الموسم الثاني)

من 12نوفمبر 2021 إلى 25 مارس 2022

أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال

إعداد الطالبة: كنزة إخلف

إشراف الأستاذة: د/ دليلة عامر

العام الجامعي: 2025-2026

كلمة شكر

أتقدّم بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذة المشرفة

الدكتورة/ دليلة عامر

على كرم إشرافها وتوجيهاتها السّديدة التي أسهمت في إتمام هذا العمل

كما أتوجّه بوافر الامتنان إلى

الأستاذ الدكتور/ عزة عجان (المشرف الأول)

على ما قدّمه من دعم وتوجيه بنّاء في مراحل البحث الأولى

راجية من المولى عزّ وجلّ أن يديم عليه

موفور الصّحة والعافية.

إهداء

إلى روح والدي الطاهرة، تغمده الله بواسع رحمته

وأسكنه فسيح جناته

إلى والدتي الغالية، مصدر الدعاء الدائم

إلى زوجي، رفيق الدرب

وأوفى الداعمين في مسيرتي العلمية

وإلى بناتي الغاليات، راجيةً لهنّ من المولى عزَّ وجلَّ

الاستقامة في الدين والنجاح في الدنيا

إلى إخوتي الأعزاء

إلى الدكتورة/ أوشن جميلة

والبروفيسور/ قانة حسينة

أهدي لكم ثمرة هذا الجهد المتواضع

خطة الدراسة

مقدمة

أولا: البناء المنهجي للدراسة

1 – إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية.

2 – أهمية الدراسة.

3 – أهداف الدراسة.

4-أسباب اختيار الموضوع.

5 – منهج الدراسة وأدواتها.

6 – مجتمع البحث وعينته.

7-حدود الدراسة.

8 – الدراسات السابقة.

9- تحديد مصطلحات الدراسة.

ثانيا: الجانب النظري

الفصل الأول: المرجعيات والمقومات التربوية للقيم الأخلاقية وتجلياتها

المبحث الأول: الأخلاق بين الفكر الإسلامي والفكر المعاصر

المطلب الأول: القيم الأخلاقية في الإسلام.

المطلب الثاني: القيم الأخلاقية في الفكر المعاصر.

المطلب الثالث: الثابت والمتغير في القيم الأخلاقية بين التصور الإسلامي والفلسفي.

المبحث الثاني: مقومات القيم الأخلاقية ومرتكزاتها الأساسية

المطلب الأول: مصادر القيم الأخلاقية.

المطلب الثاني: خصائص القيم الأخلاقية.

المطلب الثالث: وظائف القيم الأخلاقية وأهميتها في حياة الفرد والمجتمع.

المبحث الثالث: مسؤولية غرس القيم الأخلاقية وأساليب تنميتها لدى الشباب

المطلب الأول: إسهام المؤسسات التربوية في غرس القيم الأخلاقية لدى الشباب.

المطلب الثاني: أساليب تنمية القيم الأخلاقية لدى الشباب.

الفصل الثاني: مخاطر الثورة التكنولوجية على القيم الأخلاقية والثقافة العربية

المبحث الأول: مخاطر الثورة التكنولوجية على القيم الأخلاقية

المطلب الأول: إشاعة ثقافة الفساد.

المطلب الثاني: الانحرافات الأخلاقية في الفضاء الرقمي.

المطلب الثالث: تطبيع العنف وترويج السلوك الإجرامي في البيئة الرقمية.

المبحث الثاني: مخاطر الثورة التكنولوجية على الثقافة العربية

المطلب الأول: تأثير العولمة الرقمية وتقنيات التضليل الإعلامي.

المطلب الثاني: هيمنة الثقافة الجماهيرية الغربية عبر وسائل الإعلام.

المطلب الثالث: انتشار الثقافة الاستهلاكية في الفضاء التفاعلي.

الفصل الثالث: القنوات الفضائية العربية المتخصصة وإعادة إنتاج برامج تلفزيون الواقع

المبحث الأول: الإطار النظري للإعلام المتخصص

المطلب الأول: مفهوم الإعلام المتخصص.

المطلب الثاني: عوامل ظهور الإعلام المتخصص ومقوماته.

المطلب الثالث: تطور الإعلام التلفزيوني المتخصص في الوطن العربي وأنواعه.

المطلب الرابع: تأثير البيئة الرقمية على الإعلام المتخصص.

المبحث الثاني: برامج تلفزيون الواقع في القنوات الفضائية العربية المتخصصة

المطلب الأول: مفهوم برامج تلفزيون الواقع ونشأتها وتطورها العالمي.

المطلب الثاني: إشكالية تمثيل الحقيقة في برامج تلفزيون الواقع.

المطلب الثالث: برامج تلفزيون الواقع في ضوء القبول والرفض الأخلاقي لدى الجمهور العربي.

المطلب الرابع: انعكاس المضمون الإعلامي لبرامج تلفزيون الواقع العربية على البنية القيمية في المجتمعات الإسلامية.

ثالثا: الدراسة التطبيقية

الفصل الرابع: تحليل مضمون برنامج "الوزن الرابح" على قناة سميرة TV

المبحث الأول: بطاقة فنية لقناة سميرة TV وبرنامج الوزن الرابح

- **المطلب الأول:** بطاقة فنية للقناة.
- **المطلب الثاني:** بطاقة فنية للبرنامج.

المبحث الثاني: التحليل الكمي للمضامين

- **المطلب الأول:** فئات الشكل (الجداول الكمية).
- **المطلب الثاني:** فئات المضمون (الجداول الكمية).

المبحث الثالث: التحليل الكيفي للمضامين

- **المطلب الأول:** البناء العام والفكرة العامة للبرنامج.
- **المطلب الثاني:** فئات الشكل – كيف قيل؟
- **المطلب الثالث:** فئات المضمون – ماذا قيل؟

المبحث الرابع: مناقشة نتائج الدراسة

- **المطلب الأول:** مناقشة النتائج في ضوء التساؤلات الفرعية.
- **المطلب الثاني:** الخلاصة العامة.

خاتمة

توصيات واقتراحات

قائمة المراجع

قائمة الملاحق

فهرس المحتويات.

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	توزيع جميع حلقات برنامج الوزن الرابح حسب توقيت ومدة البث	38
2	توزيع المشتركين في البرنامج بناء على متغير الجنس	160
3	توزيع المشتركين في البرنامج حسب متغير السن	160
4	توزيع المشتركين في البرنامج حسب متغير منطقة الانتماء	161
5	توزيع المشتركين في البرنامج حسب متغير الحالة الاجتماعية	161
6	توزيع المشتركين في البرنامج حسب متغير الوزن	162
7	توزيع لغات الحوار المستخدمة من قبل المشتركين في برنامج الوزن الرابح	162
8	نوع الموسيقى والمؤثرات الصوتية المعتمدة في برنامج الوزن الرابح	163
9	القوالب الفنية المعتمدة في برنامج الوزن الرابح	164
10	نوع الإضاءة المستخدمة في برنامج الوزن الرابح	164
11	أكثر اللقطات المصورة في برنامج الوزن الرابح	165
12	نمط لباس المشتركات في برنامج الوزن الرابح	165
13	استخدام المايك اب لدى المشتركات في برنامج الوزن الرابح	166
14	وسائط المشاركة والتفاعل في برنامج الوزن الرابح	166
15	مشاهد الطهي في برنامج الوزن الرابح	167
16	مشاهد التمارين الرياضية في برنامج الوزن الرابح	167
17	مشاهد قياسات المتسابقين في برنامج الوزن الرابح	168
18	مشاهد الدعم الاجتماعي في برنامج الوزن الرابح	169
19	مشاهد أخرى تظهر في برنامج الوزن الرابح	169
20	فئة الجمهور المستهدف في برنامج الوزن الرابح	170
21	الأهداف والرسائل التي يسعى برنامج الوزن الرابح لتحقيقها	171
22	المراحل التي اجتازها المشتركون لإنقاص الوزن في برنامج الوزن الرابح	171

23	قصص المشتركين في برنامج الوزن الرابح	172
24	نوع النصائح والتوجيهات المقدمة للمشتركين في برنامج الوزن الرابح	173
25	أشكال التنافس والتحفيز في برنامج الوزن الرابح	173
26	طرق الترويج لنمط حياة صحي في برنامج الوزن الرابح	174
27	التأثير السلبي على القيم الأخلاقية في برنامج الوزن الرابح	175
28	التأثير الإيجابي على القيم الأخلاقية في برنامج الوزن الرابح	176

قائمة الملاحق

الرقم	عنوان الملحق	الصفحة
01	استمارة تحليل المضمون	272-264
02	شارة البرنامج	273
03	الرعاة الرسميين لبرنامج "الوزن الرابح"	274
04	لقطات أثناء التمارين الرياضية	275
05	لقطات أثناء التحديات	276
06	لقطات الجماعية	277
07	لقطات لمشادات كلامية بين المدرب والمشتركين	278
08	لقطات لحالات انهيار بعض المشتركين	279
09	لقطات من المجلس التأديبي لإحدى المشتركات	280
10	لقطات من البرايمات	281
11	صور لمشاهد تمثيلية من مسلسل "حريم الميزان"	282
12	لقطات لبعض المناطق السياحية التي قاموا بزيارتها	283
13	لقطات لمشتركات على جهاز القياس Tanita	284
14	لحظات لمشتركين قبل وبعد خسارة الوزن	285
15	استمارة التحكيم	286

ملخص الدراسة:

تتناول هذه الدراسة مسألة القيم الأخلاقية في برامج تلفزيون الواقع من خلال تحليل نموذج برنامج "**الوزن الرابح**"، الذي بُث على القناة الفضائية الجزائرية المتخصصة **Samira TV**، باعتباره أحد أهم البرامج التي تجمع بين الأبعاد الصحية والترفيهية. تُركز إشكالية البحث على مدى مساهمة هذا البرنامج في ترسيخ القيم الأخلاقية الإيجابية لدى المشاهدين وخاصة الشباب، في مقابل السلوكيات والرموز التي قد يحتويها والتي تُعتبر غريبة عن منظومة القيم في المجتمع العربي والإسلامي.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في الحاجة إلى فهم الدور التربوي غير المباشر الذي تلعبه مثل هذه البرامج نظرا لضعف آليات الرقابة الأخلاقية على بعض الإنتاجات الإعلامية، وتأثير ذلك على الفئات الاجتماعية الحساسة كالمراهقين والشباب.

ومن أهم الأهداف التي ترمي إليها هذه الدراسة: تحليل المرجعيات الثقافية التي يستند إليها البرنامج لتحديد مدى توافقها مع القيم الجزائرية والعربية الإسلامية، أو تأثره بالنموذج الغربي، وتحديد التوازن بين أهداف البرنامج الصحية وجوانبه التجارية والترفيهية، بالإضافة إلى أثره على الرسائل الأخلاقية التي ينقلها إضافة إلى تحليل طبيعة القيم الأخلاقية الإيجابية والسلبية التي تنعكس في البرنامج من خلال مكوناته السردية والبصرية.

وقد تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة، باستخدام تحليل المضمون كأداة رئيسية، مع تطبيق أسلوب الحصر الشامل على مجتمع البحث نظرا لإمكانية دراسته بالكامل، وأظهرت النتائج أن البرنامج ليس نموذجا مثاليا لغرس القيم الأخلاقية الإيجابية، بل هو يجمع بين التوعية الصحية والعرض التجاري، محققا أهدافا تربوية معينة في مجال الانضباط الذاتي والوعي الصحي، ولكنه من ناحية أخرى يفتح الباب أمام تحولات في منظومة القيم من خلال إدخال رموز ونماذج ثقافية لا تتوافق تماما مع المرجعيات الدينية والاجتماعية الجزائرية.

وتوصي الدراسة بضرورة تبني نهج إعلامي يحترم الخصوصيات الدينية والثقافية للمجتمع الجزائري، ووضع مدونات سلوك إعلامي تنظم تمثيل الجسد، اللباس واللغة بما يتوافق مع القيم الوطنية، مع تشجيع إنتاج برامج تعليمية وتنموية واقعية تركز على القيم والتربية، ودعم المبادرات الإعلامية التي تُعزز القدوة الحسنة وقيم العمل الجماعي والانضباط الذاتي.

الكلمات المفتاحية: القيم الأخلاقية، تلفزيون الواقع، برنامج الوزن الرابح.

Abstract:

This study explores the dialectic of moral values in reality television through an analytical examination of the Algerian TV program “Al-Wazn Al-Rabeh” (The Biggest Loser) which was broadcast on the Algerian satellite channel Samira TV, considered one of the most prominent examples of reality TV in Algerian satellite channels.

The research problem centers on the extent to which this program contributes to promoting positive moral values among viewers—particularly youth— versus the behavioral and symbolic aspects that may appear foreign to the Arab-Islamic value system.

The importance of the study arises from the need to understand the indirect educational and ethical role that such programs may play, especially amid the weakness or absence of moral oversight mechanisms in some media productions. The diversity of the program’s audience, including young and adolescent viewers, underscores the necessity of questioning the value messages being transmitted through this type of content.

The study aims to: Analyze the cultural references underpinning the program to determine whether it reflects a local cultural framework consistent with Algerian and Arab-Islamic values or whether it is influenced by Western models in form or content, assess the balance between the program’s declared health objective and its commercial-entertainment dimension, and how this balance impacts its moral messages and identify the positive and negative moral values conveyed through the program’s narrative and visual components.

The research employs the case study method using content analysis as the main tool. The complete census methode was applied since the research population is small enough to be studied in its entirety.

Findings indicate that “Al-Wazn Al-Rabeh” is not a pure model for promoting positive moral values, but rather a mixture of health awareness and commercial entertainment. While it achieves educational objectives related to health awareness and self-discipline, it also introduces cultural and behavioral patterns that do not fully align with Algerian religious and social values.

The study recommends: Adopting a media vision that respects Algeria’s cultural and religious identity, establishing media codes of ethics governing body representation, clothing, and language in line with national moral standards, encouraging the production of educational and developmental reality programs within an integrated ethical framework, integrating media literacy education into school curricula to enhance critical awareness among youth, and supporting media initiatives that highlight positive role models, teamwork, and self-control.

Keywords: Moral Values, Reality Television, Al-Wazn Al-Rabeh.

مقدمة:

تُعتبر وسائل الإعلام اليوم من أبرز الأدوات التّحفيزية والمؤثّرة على الناس في كافة النّواحي السّياسية الاقتصادية والاجتماعية، وقد تزامن ذلك مع التّطورات المتسارعة في العلوم والتكنولوجيا الّتي ساهمت في انتشار القنوات الفضائية القادرة على تخطي الحواجز الجغرافية والسّياسية وتجاوز الرّقابة التقليدية، وتنامي قوّة المنافسة بينها لجذب المشاهدين، مما جعل المشاهد يواجه عددا كبيرا من الصّور والأفكار والأجندات والرّؤى غير المألوفة في البيئة المحلّية الخاضعة للرّقابة الرّسمية. أصبحت مشاهدة هذه القنوات متاحة للمتلقّي، وهو يتنقّل بين مئات الخيارات التي تقدّمها القنوات الفضائية وما تعرضه من برامج بميول فكرية مما ينتج عنه تداعيات مختلفة سياسيا اقتصاديا واجتماعيا.

لا تزال الصّناعة الاتصالية العربية تعاني من التباس واضح بين الهدف الذي تسعى لتقديمه والمحتوى الذي تقدّم، الأمر الذي يدفع المؤسّسات الإعلامية العربية إلى زيادة اعتمادها على المستورد الجاهز أو الانطلاق نحو تقليد واستنساخ تجارب الآخرين، بكل ما فيه من مخاطر تترتب على المتلقّي العربي وذلك بسبب الاختلاف في طبيعة المشاكل السّياسية، الاجتماعية والاقتصادية، ولا سيما اختلاف الثّقافات والتّراث الفكري والقيمي بصفة خاصّة.

في سياق إغراق السّوق الثّقافي بالقيم والمفاهيم الأمريكية، تستورد القنوات الفضائية العربية جزءا كبيرا من برامجها من السّوق الأمريكية. من ناحية أخرى بدأت بعض شركات الإنتاج التّلفزيوني وقنوات البثّ الفضائية العربية والمحلّية في استعارة أفكار وبرامج التّرفيه الأمريكية، والتي تمّ تصويرها في برامج ترفيهية شبيهة بما تعرضه القنوات الأمريكية والأوروبية من مشاهد الجنس والإغراء، بالإضافة إلى صناعة وعرض برامج الألعاب والمسابقات الّتي تهدف إلى تسويق الثّقافة الرّخيصة والحصول على عوائد مالية سواء من عائدات المكالمات الهاتفية المحلّية والدّولية، أو من عرض الإعلانات تحت عنوان الدّعاية.

وقد ظهرت بعض هذه البرامج على القنوات الفضائية العربية بطريقة مليئة بالمفارقات ومليئة بالتّناقضات تحت ضغط الثّقافة والبيئة والظّروف والقدرات. فظهر تلفزيون الواقع على شاشتي "ال بي سي" و"المستقبل" انطلاقا من تجربة غربية واستنادا إلى عرض حياة النّاس الخاصّة أمام أعين المشاهدين بما يُرضي نزعة حبّ الظّهور عند الطرف الأول ونزعة التّلصّص عند الطّرف الثّاني.

هذا النّوع من العمل التّلفزيوني الذي لاقى نجاحا كبيرا، يأخذ فكرته من رواية أمريكية قديمة أعيد إحياؤها عام 1984، حيث وُضعت شخصيات الرّواية تحت المراقبة المستمرة للكاميرات كتجربة أولى، وبعد

ذلك يتم بناء برامج تلفزيون الواقع على هذا النّموذج مع بعض التّعديلات، ممّا يعني أنّ الكاميرات تعمل على مدار 24 ساعة في اليوم وهي تراقب الأفراد المسجونين الذين يتطوّعون لهذا، ويضطرّون للعيش معا في مكان مغلق معزول عن العالم من خلال فصل الرّجال عن النّساء في غرف النّوم، وبالمقابل وضعهم في منزل بعيد عن إشراف الوالدين.

وعلى الرّغم من أن رجال الدّين العرب يهاجمون هذه البرامج، باعتبارها تدعو إلى الفساد ويهاجمون القنوات الفضائية التّلفزيونية كونها تنشر الرّذيلة، إلا أنّ هذه الأخيرة راحت تجذب عددا كبيرا من المشاهدين الذّين يتفاعلون مع أبطالها، وكانوا متحمّسين للتّصويت بعد خداعهم بأن الكلمة الفصل تعود إليهم دون وسيط.

هذا النّوع من البرامج المقلِّد للبرامج الأجنبية يحقّق أرباحا طائلة للمحطات التي تواطأت مع شركات الاتّصالات وشركات الدّعاية والإعلان وحتّى شركات استطلاع الرّأي، وربما مع جهات ذات امتدادات سياسية دخلت العالم العربي دون إذن، خاصّة وأن المشاهدين العرب سبق أن شاهدوها على الشّاشات الأجنبية لدرجة أن الحظر على أساس القيم والأخلاق لم يعد خيارا، لم يكن على القنوات الفضائية العربية سوى ابتكار أساليب الإقناع والخداع التي تقنع مجتمعاتهم من خلالها بتبنّي هذه البرامج لمواكبة الموضة الشعبية وهذا ما فعلته محطتي "إل بي سي" و"المستقبل" اللّتان كانتا سبّاقتين في نقل الأساليب الغربية وأنماط الحياة من خلال تغليفها بغطاء شرقيّ، وهي الآن أصبحت متاحة في أوساط الجمهور العربي بمختلف شرائحه وطبقاته وأعماره في مناطق ذات مستويات ثقافية، اجتماعية واقتصادية مختلفة ومتباينة، والتي أصبحت ظاهرة جديدة شغلت الباحثين ومختلف الأوساط الفكرية والشّعبية لتتباين آراؤهم بين الاستحسان والاستهجان، ما أفرز إشكاليات عديدة جديرة بالدّراسة لعدة أسباب، لعلّ أهمها دور هذه البرامج في إحداث التّغير في النّسق القيمي الاجتماعي، ونظرا لأن تغيّر القيم هو أخطر ما يمكن أن تتعرّض له أساسيات المجتمع. وفي هذا الإطار جاءت هذه الدراسة لتبحث في الجدل القيمي الأخلاقي حول ما يُعرض من قيم وسلوكيات من خلال حلقات برنامج الوزن الرابح في موسمه الثاني على القناة المحلية سميرة تي في. واشتملت الدراسة على مدخل إلى إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية تمثّلت في: التساؤل الرئيس للدراسة وتساؤلاتها الفرعية، أهميّة وأهداف الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، منهج البحث وأدوات الدراسة، مجتمع البحث وعيّنته، حدود الدراسة إضافة إلى الدراسات السّابقة التي تناولت متغيّرا واحدا من متغيّرات الدراسة الحالية على الأقل، وفي الأخير تمّ تحديد مصطلحات الدراسة. أما الجانب النّظري فتضمّن ثلاثة فصول، وكل فصل يحتوي على مباحث.

الفصل الأول خُصّص للمرجعيات والمقومات التربوية للقيم الأخلاقية وتجلياتها، تم التّركيز فيه على الأخلاق بين الفكر الإسلامي والفكر المعاصر، ثم البحث في مقومات القيم الأخلاقية ومرتكزاتها الأساسية، تليها مسؤوليّة غرس هذه القيم وتنميتها لدى الشّباب. وجاء الفصل الثّاني تحت عنوان مخاطر الثّورة التّكنولوجية على القيم الأخلاقية والثّقافة العربية، تناولنا مخاطر الثّورة التّكنولوجية على القيم الأخلاقية ثم مخاطرها على الثقافة العربية. وتم التّطرّق في الفصل الثالث إلى القنوات الفضائية العربية المتخصصة وإعادة إنتاج برامج تلفزيون الواقع، فكان البحث في البداية عن واقع القنوات الفضائية العربية المتخصصة من خلال التطرق في إطار نظري للإعلام المتخصص، ثم برامج تلفزيون الواقع التي تُبث في هذه وأثرها على منظومة القيم الأخلاقية في العالم الإسلامي.

أما الفصل الرّابع فكان مخصصا لتحليل مضمون برنامج **الوزن الرابح** على قناة **سميرة تي في Samira TV** من خلال عرض البطاقة الفنيّة للقناة والتطرق لهيكلتها البرامجية من حيث التّنوع، أهدافها، وسياستها المنتهجة وجمهورها المستهدف الذي تتوجّه إليه القناة، وبعدها تم عرض البطاقة الفنيّة التعريفيّة للبرنامج محل الدراسة، كما تم تقديم التّعريفات الإجرائية لفئات الدراسة وعناصرها، ليأتي بعدها التحليل الكمي للفئات من خلال عرض الجداول وتحليل معدل تكرارها إحصائيا، والتحليل الكيفي للفئات مع التركيز على كل عنصر من عناصر هذه الفئات بالتّحليل على حدى، والتوصل بعدها إلى أهم النّتائج، وكانت الخاتمة عبارة عن ملخص لما توصلت إليه الدراسة، مع عرض جملة من المقترحات لعلها تكون مفيدة للحد من السّلوكيات الدّخيلة في مثل هذه البرامج.

أولا: البناء المنهجي للدراسة:

1 – إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية.

2 – أهمية الدراسة.

3 – أهداف الدراسة.

4-أسباب اختيار الموضوع.

5 – منهج الدراسة وأدواتها.

6 – مجتمع البحث وعينته.

7-حدود الدراسة.

8 – الدراسات السابقة.

9- تحديد مصطلحات الدراسة.

1-إشكالية الدراسة:

نشأ تلفزيون الواقع استجابة للتغيرات العميقة في الثقافة الجماهيرية، وتحولت برامجها إلى ظاهرة إعلامية تُبرز تفاصيل حياة المشتركين العاديين على مرأى ملايين المشاهدين بما فيها تلك المتعلقة بالأمور الخاصة والشخصية، مما يثير تساؤلات أخلاقية عميقة خصوصا حول مسألة احترام الكرامة الإنسانية وخصوصية هؤلاء المشتركين.

إن تحويل الحياة الخاصة ومشاكل الأفراد إلى فرجة لغرض الترفيه يثير جدلا أخلاقيا جادا لا سيما حين يُغيّب السياق النفسي والاجتماعي للمشتركين، ويوضعون في مشاهد درامية تُبث من أجل الاستهلاك البصري لا أكثر، بحجة أن تصوير واقعهم اليومي يكشف لنا حقائق عن ذواتنا، بل هي عبارة عن موضة عابرة في عالم التسلية والترفيه السطحي.

برامج تلفزيون الواقع تأتي في أنواع وأشكال متعددة، ويتنوع مضمونها حسب الهدف والجمهور المستهدف ففي البدايات الأولى لها كانت تركز على اكتشاف المواهب في الغناء، الرقص والتمثيل، لتمتد بعدها إلى مجالات مهنية كالطهي والأزياء، وفي ظل ازدياد الوعي الصحي في السنوات الأخيرة ومواجهة التحديات المرتبطة بانتشار السمنة وتأثيرها السلبي على صحة الإنسان، برز نوع آخر من البرامج التلفزيونية الواقعية تهدف إلى تعزيز ثقافة الصحة الجسدية باتباع التمارين الرياضية والتغذية السليمة، حظيت باهتمام كبير ومتابعة واسعة من طرف الجماهير العربية والجزائرية بصفة خاصة، ولعبت دورا هاما في تشكيل الوعي المجتمعي. ومن أبرز هذه البرامج برنامج "**الوزن الرابح**" الذي عُرض على قناة "**سميرة تي في**" الجزائرية، وهو برنامج يُصنف ضمن برامج الصحة وتحسين نمط الحياة، حيث يُظهر للمشاهدين مراحل التغيير الجسدي التي يمر بها المشتركون بهدف تحفيزهم على الالتزام بنمط صحي معين وفقدان الوزن في فترة زمنية محددة، من خلال التقيد بنظام غذاء صحي، التمارين الرياضية اليومية والتحديات الأسبوعية. وتكمن قوة البرنامج في دمجه بين المشاعر، الدعم الجماعي، والجهد الذي يبذله كل مشترك لتحقيق نتائج إيجابية، مما يجعله وسيلة لتشجيع السلوكيات الصحية وترسيخ مفاهيم الإرادة والتغيير.

يغلب على البرنامج الطابع الترفيهي ولكنه يحمل في طياته الكثير من الإشكالات القيمية الأخلاقية مثله مثل الأنواع الأخرى من البرامج، تتراوح مظاهرها بين ما هو متعلق بطريقة تصوير الجسم المثالي للمشتركين وكيفية تقييمه، وبين ما ينجر وراءه من تأثير سلبي على الذات.

من خلال هذا البرنامج، تُطرح عدة قضايا صحية، نفسية، اجتماعية وأخلاقية تمس فئة واسعة من الجمهور ومن هذا المنطلق، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل الأبعاد القيمية والأخلاقية التي يتضمنها برنامج "**الوزن الرابح**" الذي يُقدّم في ظاهره محتوى تحفيزي يروّج لقيم الإرادة والتحدي والانضباط، وفي نفس الوقت يتضمن سلوكيات قد تتعارض مع المعايير الأخلاقية، والاجتماعية في المجتمعات العربية والمجتمع الجزائري على وجه الخصوص، وتكمن الإشكالية في البحث، فيما يلي:

كيف يسهم برنامج "**الوزن الرّابح**" في موسمه الثاني على قناة **Samira TV** في التأثير على القيم الأخلاقية لدى الشباب الجزائري؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية، تسعى الدراسة إلى معالجة جملة من التساؤلات الفرعية، أهمها:

1. ما هي الآليات السردية والبصرية التي يوظفها برنامج الوزن الرابح لإبراز القيم الأخلاقية من خلال اللغة الموسيقى، الأزياء، التفاعلات بين المشتركين، والمشاهد الدرامية والعاطفية؟

2. كيف تتجلى أساليب الحجاج والإقناع في محتوى البرنامج، وهل تسهم في تعزيز الوعي الصحي وترسيخ قيم مثل الانضباط والصبر، أم في تمرير أنماط سلوكية دخيلة، كالتسليع الجسدي أو المنافسة المفرطة؟

3. هل يعكس البرنامج مرجعية ثقافية محلية منسجمة مع قيم المجتمع الجزائري والعربي الإسلامي، أم أنه يتأثر بالمرجعيات الغربية في الشكل أو المضمون؟

4. ما مدى توازن البرنامج بين هدفه الصحي المعلن (التربية على نمط حياة سليم)، وبين البعد الترفيهي التجاري الذي قد يطغى على الرسائل القيمية؟

5. ما طبيعة القيم الأخلاقية التي يعرضها برنامج "الوزن الرابح" عبر مكوناته السردية والبصرية ؟

2- أهمية الدراسة :

في ظل التحولات الحاصلة في المشهد الإعلامي العالمي والعربي خصوصا، أصبحت دراسة القيم الأخلاقية في برامج تلفزيون الواقع تكتسي أهمية متزايدة كونها لم تعد تقتصر على الترفيه، بل باتت تؤثر في توجيه سلوك الفرد وبناء شخصيته، والترويج لتمثلات اجتماعية وثقافية محددة تهدد هوية المجتمع. من بين هذه البرامج برنامج "**الوزن الرابح**" على قناة **samira tv** الذي حظي بنسبة متابعة معتبرة كونه يجمع بين التحدي والمنافسة والتحفيز لنمط حياة أفضل، غير أن دوره لا يقتصر على التوعية والنصائح الصحية

فحسب، وإنما يعمل على الترويج لمنظومة معينة من القيم سواء كانت ظاهرة بشكل مباشر عبر الخطاب الإعلامي، أو عبر التمثلات السردية والمرئية.

تكمن أهمية دراسة جدلية القيم الأخلاقية في برنامج الوزن الرابح من جوانب عديدة، نحدد أهمها فيما يلي:

-نظرا لندرة الدراسات العلمية الأكاديمية التي تتناول برامج تلفزيون الواقع المنتجة محليا من منظور قيمي أخلاقي، جاءت هذه الدراسة التحليلية لبرنامج الوزن الرابح لتُعزز هذه الدراسات البحثية القليلة السائدة كون البرنامج يُعتبر نموذجا عربيا محليا يُبث على قناة سميرة تي في وهي قناة جزائرية، جمهوره المستهدف هو جمهور عربي ناطق باللغة العربية، يأتي تحليل مضمونه القيمي كخطوة هامة لفهم خصوصية التمثلات الأخلاقية في الإعلام العربي والجزائري على وجه الخصوص مقارنة بالنماذج الغربية المستوردة.

- يستند برنامج الوزن الرابح إلى قالب ترفيهي تنافسي، فبالرغم من تبنيه لشعارات ذات الصلة بالتوعية الصحية وتغيير نمط الحياة نجده في المقابل يُولّد قيما تتعارض مع المبادئ الأخلاقية المعلنة فيه، كالضغط النفسي، الترويج لمعايير جمالية محددة، ومنه يبرز الجدل بين ما هو معلن ومخفي، وبين ماله علاقة بالتوعية أو الإثارة، وكذلك بين التحفيز والتسليع، وكلها تناقضات قيمية محتملة وجب الوقوف عليها لتفاديها.

-يلعب الإعلام دورا محوريا في تشكيل القيم والتأثير على المتلقي، وعليه فإن الدراسة تدعو إلى إنتاج إعلامي يكون أكثر التزاما بالمعايير الأخلاقية.

-من خلال هذه الدراسة يمكن كشف مواضع التلاعب بالقيم، مما يساعد في تقديم قراءة نقدية، إعلامية بنّاءة ومسؤولة، تُعزّز من وعي منتج البرنامج والمشاهد، فيما يتعلق بأهمية ووجوب ترسيخ قيم إيجابية تراعي البعد الإنساني والأخلاقي.

-وتنبع أهمية هذه الدراسة أيضا من الحاجة إلى فهم الدور التربوي غير المباشر الذي تمارسه مثل هذه البرامج خاصة في ظل غياب أو ضعف آليات الرقابة الأخلاقية في بعض الإنتاجات الإعلامية. كما أن الجمهور المتنوع، والذي يشمل فئات شابة ومراهقة، يجعل من الضروري مساءلة الرسائل القيمية التي يتم تمريرها في هذا النوع من المحتوى.

3-أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم قراءة تحليلية لمضمون برنامج **الوزن الرابح** على قناة **سميرة تي في** باعتباره نموذجا محليا يُفسّر مدى حضور القيم الأخلاقية ويكشف طبيعتها داخل بنية البرنامج السردية والمرئية، وذلك

باستخدام منهج دراسة حالة وتحليل المضمون كأداة للإجابة عن التساؤل الرئيس: والمتمثل في محاولة استكشاف مدى إسهام برنامج **الوزن الرّابح** في ترسيخ القيم الأخلاقية الإيجابية لدى المشاهدين مقابل ما قد يُثيره من مظاهر سلوكية أو رمزية قد تُعد دخيلة على المنظومة القيمية للمجتمع العربي الإسلامي، وذلك من خلال:

-تحليل الآليات السردية والبصرية المستخدمة في البرنامج لإبراز القيم الأخلاقية المتمثلة في: اللغة، الموسيقى الأزياء، التفاعلات بين المشتركين، المشاهد الدرامية والعاطفية.

- التعرف على كيفية توظيف أساليب الحجاج والإقناع في محتوى البرنامج، ومدى إسهامها في تعزيز الوعي الصحي وترسيخ قيم مثل: الانضباط والصبر، أم في تمرير أنماط سلوكية دخيلة: كالتسليع الجسدي والمنافسة المفرطة.

-تحليل المرجعيات الثقافية التي يستند إليها البرنامج، للكشف عما إذا كان يعكس مرجعية ثقافية محلية منسجمة مع قيم المجتمع الجزائري والعربي الإسلامي، أم أنه يتأثر بالمرجعيات الغربية في الشكل أو المضمون.

-تحديد مدى توازن البرنامج بين هدفه الصحي المعلن وبين البعد الترفيهي التجاري وانعكاسه على الرسائل القيمية.

-تحليل طبيعة القيم الأخلاقية الإيجابية والسلبية، التي يعكسها برنامج الوزن الرابح، من خلال دراسة مكوناته السردية والبصرية.

4-أسباب اختيار الموضوع :

لا يمكن اختيار موضوع البحث بمعزل عن الاعتبارات العلمية والمجتمعية التي تبرر الدراسة بقوة، بل ينبع من إدراك الباحث لأهمية الظاهرة وارتباطها بالقضايا الراهنة في مجاله. ونظرا لاعتبار برنامج "**الوزن الرابح**" نموذجا إعلاميا وصحيا مثيرا للاهتمام، فإن هناك أسبابا متعددة تُبرّر دراسته الأكاديمية. ويمكن تلخيص أهمها فيما يلي:

- مدى ارتباط الظاهرة بمجال اهتمام الباحثة وتخصصها، ورغبتها في دراستها.

-الانتشار الواسع لهذه الظاهرة يجعلها مجالا خصبا للبحث الأكاديمي.

-قلة الدراسات الأكاديمية العربية المتعمقة حول تأثير تلفزيون الواقع.

-ندرة الدراسات الأكاديمية العربية التي تبحث في تأثير برامج المسابقات الصحية على الجمهور.

-التأثير المباشر الذي يمكن أن تُحدثه هذه الظاهرة على حياة الأفراد أو المجتمع.

- ارتباطها بالتحولات أو التحديات المعاصرة، كقضايا التكنولوجيا والقيم.

-وجود جدل مجتمعي حول أخلاقيات هذه البرامج ومزاياها وعيوبها.

-تضارب الآراء بين من يعتبرها ترفيها بريئا ومن يراها أداة لنشر قيم دخيلة.

5-منهج الدراسة وأدواتها :

5- 1- منهج الدراسة:

تستند كل دراسة علمية على منهج علمي واضح يعتمده الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها ليستخلص في النهاية نتائج معقولة حول الظاهرة محل الدراسة، وانطلاقا من دراستنا الموسومة ب: جدلية القيم الأخلاقية في تلفزيون الواقع، يمكن القول أنها تندرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية باعتبارها أحد أبرز المناهج المهمة المستخدمة في الدراسات العلمية الأكاديمية، فهي تساعد في التعرف على ظاهرة الدراسة من خلال تصويرها، تحليلها، تقويم خصائصها من حيث محتواها وأسلوب تقديمها، ومدى تأثيرها على الجمهور بهدف الوصول إلى معلومات دقيقة عنها، اعتمادا على جمع البيانات والمعلومات، ثم تحليلها وتفسيرها لاستنباط دلالاتها.

منهج **دراسة الحالة** منهج مستقل يتضمن خطوات بحثية محددة تصف بدقة المسار نحو الهدف العلمي المطلوب، وذلك في إطار استخدام أدوات بحثية متعددة، كالملاحظة، الاستبيان، المقابلة وتحليل المحتوى، لجمع المعلومات. ويُستخدم هذا المنهج منفردا لدراسة ظاهرة محددة أو بالتزامن مع مناهج أخرى.

يُعد استخدامه في بحث الظواهر الإعلامية مفيد جدا، من حيث توفير معلومات عن الحالات الخاصة التي يواجهها الإعلامي في نشاطه، وبفضله يتمكن من التغلب على الصعوبات التي تواجهه في فهم بعض الحالات الخاصة، والتي لا يستطيع البحث فيها إلا من خلال القيام بهذا النوع من الدراسة (مرسلي، 2005، الصفحات 305-310).

اعتمدت الدراسة في بعدها التطبيقي على منهج دراسة الحالة، حيث تم اختيار برنامج "**الوزن الرابح**" على قناة **سميرة تي في** نموذجا لتحليل جدلية القيم الأخلاقية في برامج تلفزيون الواقع. ويُعد منهج دراسة الحالة الأنسب لمثل هذا النوع من الدراسات، لكونه يسمح بالتعمق في حالة محددة وتحليلها من مختلف جوانبها الفنية، السلوكية والقيمية، بما يتيح استخلاص دلالات أوسع حول طبيعة الظاهرة محل الدراسة.

5– 2– أدوات الدراسة:

5– 2– 1–أداة تحليل المضمون:

تم اختيار تحليل المضمون باعتباره الأداة الأنسب لدراسة وتحليل المحتوى الإعلامي في إطار من الموضوعية، والغرض منه قياس المتغيرات والأهداف التي وضعتها الدراسة، تحليلها وتفسيرها علميا للحصول على نتائج أكثر شمولا ودقة، من خلال تحليل الرموز اللغوية وغير اللغوية، الصريحة والضمنية، الثابتة والمتحركة وشكلها ومحتواها، والتي تشكل معا بناء مضمون صريح وهادف (تمار، 2007، الصفحات 11-12).

تم اعتماد أداة تحليل المضمون لتحليل العينة المختارة من برنامج **الوزن الرابح** كميا وكيفيا بهدف التمكين من فهم الجدلية بين القيم المعلنة كقيمة التحفيز، الصحة، الصبر والتغيير، وبين ما يُمارس حقيقة من سلوكيات دخيلة كالاختلاط، التسليع الجسدي، والتنافس غير المنضبط.

–استمارة تحليل المضمون:

هو النموذج الذي يُصممه الباحث لتفريغ مضمون كل مصدر في حال تعداده بحيث تنقطع بعد ذلك علاقته بمصدر ذلك المضمون، وقد بُنيت بناء علميا وفق مجموعة من الخطوات المنهجية لضمان فعاليتها ودقتها. وتحتوي استمارة التحليل على: البيانات الأولية، فئات المضمون، وحدات التحليل والملاحظات (العساف، 1989، صفحة 242).

استُخدمت استمارة تحليل المضمون كأداة رئيسية لجمع البيانات في الدراسة، وصُممت لتشمل اثني عشر فئة رئيسية تتوزع على فئتي الشكل والمضمون، وكل فئة تتفرع إلى فئات فرعية تندرج تحتها عناصر (مؤشرات)، حيث حُلّلت عشرون حلقة من برنامج **"الوزن الرابح"** على قناة **سميرة تي في**، وأسهمت هذه الاستمارة في تحويل مضمون الحلقات إلى بيانات كمية ونوعية، مكنت من الكشف عن القيم الأخلاقية التي يُروج لها البرنامج. كما سهلت تغطية جميع جوانب الإشكالية وتساؤلاتها، حيث ارتبطت فئات اللغة الموسيقى، القوالب الفنية، المشاهد العاطفية والدرامية بالتساؤل الأول والثاني، المتعلقين بتحليل الآليات السردية والبصرية، وأساليب الحجاج والإقناع التي يوظفها برنامج الوزن الرابح، وذلك للكشف عن طبيعة القيم الأخلاقية التي يُبرزها، وهل تسهم في تعزيز الوعي الصحي وترسيخ قيم مثل الانضباط والصبر، أم في تمرير أنماط سلوكية دخيلة كالتسليع الجسدي أو المنافسة المفرطة. كما تجسدت المرجعية الثقافية (التساؤل الثالث) من خلال فئات الأزياء والعلاقات الاجتماعية، أما التوازن بين الهدف الصحي والبعد الترفيهي

(التساؤل الرابع) فظهر في فئات القيم الصحية والرسائل التجارية، وقد عكست فئات القيم الأخلاقية والمشاهد الرياضية السؤال الأخير حول طبيعة القيم. بهذا الشكل ضُمنت ملاءمة الأداة لموضوع البحث وضُبطت علاقتها بالإشكالية.

– مميزات الأداة في هذه الدراسة:

- **الشمولية:** غطت جميع عناصر الشكل والمضمون المرتبطة ببرنامج "الوزن الرابح".
- **المرونة:** صُمّمت لتكون قابلة للتطبيق على كامل الحلقات، مع إمكانية رصد الظواهر المتكررة وغير المتوقعة.
- **الارتباط بالإشكالية:** الفئات لم تُبْنَ اعتباطيا، بل استندت إلى التساؤلات الفرعية للدراسة، بحيث يجيب كل محور تحليلي عن تساؤل محدد.

– مبررات اختيار الأداة:

إن اختيار استمارة تحليل المضمون كأداة رئيسية في هذه الدراسة يعود إلى عدة اعتبارات:

- انسجامها مع طبيعة البرنامج باعتباره خطابا تلفزيونيا مركبا (صورة، صوت، لغة، موسيقى).
- قدرتها على الجمع بين **التحليل الكمي** (التكرارات والنسب المئوية) و**التحليل الكيفي** (التفسير والمعنى).
- إتاحة الفرصة للمقارنة بين الشكل والمضمون، وهو ما يتماشى مع هدف الدراسة في استكشاف جدلية القيم الأخلاقية بين المستويين.

5– 2– 2–صدق وثبات أداة التحليل:

أ– عرض الأداة على الخبراء (الصدق):

لغرض التحقق من صدق أداة تحليل المضمون تم عرضها على أستاذتين متخصصتين في علوم الإعلام والاتصال، وهما: الدكتورة أوشن جميلة (جامعة البويرة)، والبروفيسور قانة حسينة (جامعة الجزائر 3)، حيث قُيّمت الفئات والمؤشرات من حيث ملاءمتها لأهداف الدراسة وشموليتها لمجمل أبعاد الظاهرة المدروسة واعتمادا على جملة الملاحظات التي أبدتها المحكمتين أُدخلت بعض التعديلات الطفيفة من خلال حذف وإضافة بعض الفئات الفرعية إلى الصيغة الأصلية لاستمارة التحليل بما يضمن دقة التمثيل ووضوح الصياغة حيث قدموا ملاحظات بنّاءة أسفرت عن إدخال تعديلات جوهرية على بعض الفئات الفرعية وتعريفاتها.

وقد ساعدت هذه الخطوة على تعزيز صدق المحتوى للأداة، أي قدرتها على قياس الظاهرة المراد دراستها بدقة والتأكد من أن الفئات تُغطي فعليا أبعاد الإشكالية والتساؤلات المطروحة.

ب–التحقق من الثبات:

أما ثبات الاستمارة فقد جرى التحقق منها بحساب معامل الاتفاق بينهما باستخدام معادلة "هولستي" وقد أظهرت النتائج أن نسبة الثبات المتحصل عليها 0.86، وهي نسبة عالية من الثبات ومقبولة علميا، ما يعكس ثبات الأداة.

بهذا، تُعد الاستمارة التي بُنيت وفق هذه الخطوات أداة علمية صالحة للتحليل، حيث استوفت معايير الصدق والثبات، وارتبطت بشكل مباشر بتساؤلات الدراسة، مما يجعلها قادرة على توفير بيانات كمية وكيفية تسهم في الإجابة عن إشكالية البحث بشكل متكامل.

5– 2– 3–الإجراءات التطبيقية لتحليل المضمون:

أ– وحدات التحليل:

يُقصد بها الوحدات التي يتم في ضوئها القياس والتفسير، سواء كانت الكلمة، أم الموضوع أم الشخصية...أم غيرها من الوحدات (طعيمة، 2004، صفحة 140). وهي كالآتي:

1–وحدة الموضوع (الفكرة) :

يعتبر الموضوع الأكثر استخداما في دراسات الاتصال، ويُقصد به المغزى العام الذي يريد المرسل إيصاله للمتلقي، أو الفكرة الكاملة المتعلقة بقضية محددة، وهو إما جملة أو أكثر تؤكد مفهوما معينا سياسيا كان أو اجتماعيا أو اقتصاديا. ويُعد من أهم وحدات تحليل المضمون عند دراسة الآثار الناجمة عن الاتصال وتكوين الاتجاهات (جلولي، 2022، صفحة 37).

واستعملنا في هذه الدراسة وحدة الموضوع لتحليل مضمون نص الحوار بهدف استخراج مجموعة من الأفكار الأساسية المتكررة في الرسائل، سواء كانت صريحة أو ضمنية فيما تعلق بالأبعاد الترفيهية، الصحية الاجتماعية، النفسية والبعد القيمي.

2–وحدة اللقطة (المشهد):

يقوم الباحث بتقسيم المحتوى إلى لقطات يتم حسابها وتصنيفها وفق ما يريده من إشكاليته والهدف من دراسته. تستخدم هذه الوحدة غالبا في المضمون المرئي مثل الأفلام أو البرامج التلفزيونية أو المسرحيات (تمار، 2007).

وتكمن وحدة اللقطة في هذه الدراسة في ذلك الجزء المرئي أو المقطع القصير من البرنامج، الذي يدوم لعدة ثوان إلى بضع دقائق، يظهر موقفا مكتملا فيه حدث أو تفاعل له معنى واضح، حيث تجتمع فيه الصورة الحوار والسلوك، يمكن تصنيفه ضمن الفئات التحليلية.

3–وحدة الشخصية:

يتم استخدام تحليل الشخصية غالبا في تحليل القصص، الأفلام والترجمات... إلخ فهو يحدد سمات الشخصيات في المحتوى، سواء كانت خيالية أو حقيقية (جلولي، 2022، صفحة 37).

تم استخدام وحدة الشخصية في الدراسة، لتحليل ملف كل شخصية، من خلال توضيح دورها في نشر القيم أو تجسيد السلوكيات السلبية داخل البرنامج.

ب– فئات التحليل وتعريفاتها الإجرائية:

يبدأ الباحث هذه المرحلة بصياغة معايير التصنيف حتى لا تصبح الفئات المختارة مجرد أسماء أو عناوين بلا دلالات تصنيفية، وتسهيل عملية التصنيف وتحديد الفئات على الباحث (جلولي، 2022، صفحة 35).

اعتمدت الباحثة في بناء الاستمارة على الفئات الإجرائية التي تم تحديدها (اثني عشر فئة)، موزعة بين فئات الشكل (كيف قيل؟) وفئات المضمون (ماذا قيل؟). وقد رُوعي في صياغة هذه الفئات أن تُغطّي جميع الأبعاد المتصلة بموضوع الدراسة، مثل اللغة، الموسيقى، الأزياء والمشاهد التفاعلية من جهة، والقيم الأخلاقية الأهداف، رحلة إنقاص الوزن، النصائح والتوجيهات من جهة أخرى.

كما حُدّدت لكل فئة **تعريفات إجرائية دقيقة**، بما يضمن توحيد الفهم أثناء عملية التحليل، ويحول دون التداخل بين الفئات المختلفة، وتم تقسيمها إلى ما يلي:

أولا–فئة البناء العام للبرنامج: هي من أهم الفئات في تحليل برنامج الوزن الرابح، حيث تدرس الصورة الكلية للبرنامج، وتبرز لنا كيف تم بناؤه من ناحية السرد والإخراج لفهم طبيعته، فكرته العامة، والأسس التي يقوم عليها. حيث حاولنا من خلاله تحليل السياق العام للبرنامج وهو مرتبط بشكل كبير بعدة متغيرات تؤثر في كيفية ارتباط الجمهور بالبرنامج. وقد تم تقسيم الفئة إلى عدة عناصر هي: اسم البرنامج، تاريخ بث البرنامج مدة بث البرنامج على قناة سميرة تي في، وفترة البث.

ثانيا– فئات الشكل (كيف قيل؟) في برنامج "الوزن الرابح" على قناة Samira TV الفضائية:

1–فئة السمات : وهي تحديدا سمات المشتركين في البرنامج من حيث الخصائص الديموغرافية والجسدية وتم تصنيفها إلى العناصر التالية :

1–1–الجنس: هو متغير ديموغرافي يُحدّد استنادا إلى التصنيف البيولوجي للمشترك، حيث اعتمدت الدراسة على احتساب وحدة الجنس ضمن فئة السمات، من خلال عدد المشتركين الذكور والإناث في البرنامج وذلك بهدف تحديد النسبة العامة لمشاركة كل منهما.

1–2 –السن: تحديد الفئة العمرية لكل مشترك في البرنامج كما هو مبين في بياناتهم الرسمية أو في مقدمة البرنامج، وتصنيفهم ضمن الفئات العمرية المحددة في أداة التحليل، وهي مقسمة على النحو التالي:
أقل من 20سنة، من 20 إلى 30 سنة، من 31 إلى 40 سنة، أكثر من 40 سنة.

1–3 –منطقة الانتماء: هو الإطار الجغرافي والاجتماعي الذي يحدد ارتباط الفرد أو الجماعة باتجاه مكاني محدد (شمال جنوب، شرق، غرب)، بما يحمله من رموز وقيم ثقافية تساهم في تشكيل الهوية وتعزيز الشعور بالانتماء.

اعتمدت الدراسة على تحليل منطقة الانتماء ضمن فئة السمات، نظرا لأهميتها الاجتماعية والثقافية، ولمعرفة شمول البرنامج لإشراك جميع مناطق الوطن.

1 – 4–الحالة الاجتماعية: هو متغير ديموغرافي يعبر عن الوضع الأسري للمشترك (أعزب، متزوج، مطلق أرمل)، تم استخدامه ضمن فئة السمات لتحليل انعكاس الحالة الاجتماعية للمشتركين على القيم الأخلاقية المرتبطة بالمشاركة في البرنامج، وكذلك لقياس أثر هذا المتغير على كيفية تلقي الجمهور لتجربة هؤلاء المشتركين.

1 –5–الوزن: يُقاس بالكيلوغرام باستخدام ميزان طبي لتحديد كتلة الجسم ومراقبة تطورها أثناء البرنامج ومقارنة القياسات الأولية والنهائية للمشتركين. وهذا يسمح بفهم أعمق لواقعية التغييرات التي تحدث.

2–فئة الوسائل التعبيرية: هي الأساليب التي يستخدمها المشترك للتعبير عن أفكاره ومشاعره سواء كانت لغوية، بصرية، أو سمعية، بهدف إيصال رسالة أو مشاركة تجربته مع الآخرين. وتفرعت إلى الفئات التالية:

2 –1–فئة اللغة المستخدمة: تُقاس اللغة في هذه الدراسة من خلال نوعية الخطاب اللغوي الذي يعتمده المشتركون لغرض إبراز البعد الثقافي، الاجتماعي والقيمي الكامن وراء هذا التنوع اللغوي، وتم تقسيمها إلى صنفين:

- **اللغة العربية الفصحى**: يُقصد بها توظيف اللغة الفصحى كلغة تواصل رسمية داخل البرنامج، سواء من طرف المشتركين، المقدمين أو توظيفها في بعض الرسائل التوجيهية والطبية.
- **اللغة الهجينة**: هي المزج بين أنماط لغوية متعددة داخل البرنامج، أي إدخال مفردات أجنبية خاصة الفرنسية إلى جانب العامية الجزائرية في الخطاب اليومي للمشتركين والمدربين.

2-2-فئة الموسيقى والمؤثرات الصوتية: تعتبر أداة أساسية في البرنامج، حيث تُضفي على الأحداث طابعا عاطفيا قويا، وصُنفت هذه الفئة إلى العناصر التالية:

- **موسيقى تحفيزية**: يستخدم البرنامج موسيقى تحفيزية لخلق جو من الحماس والتشجيع للمشتركين والمشاهدين.
- **موسيقى هادئة**: يستخدم البرنامج موسيقى هادئة لخلق جو من الاسترخاء خلال مقابلات المشتركين، وخبراء التغذية واللياقة البدنية.
- **مؤثرات صوتية**: يستخدم البرنامج مؤثرات صوتية لإضافة عنصر من التشويق والإثارة إلى البرنامج.

3-فئة العناصر الفنية: هي مكوّنات أساسية في إنتاج الأعمال البصرية والفنية، وتفرعت إلى الفئات التالية:

3-1 -فئة القوالب الفنية المستخدمة في البرنامج: في هذه الدراسة، تُقاس الصيغ الفنية من خلال أشكال وتقنيات الإنتاج المستخدمة في البرنامج، ويهدف تحليل هذه الصيغ إلى تسليط الضوء على كيفية استخدامها ومدى مساهمتها في تعزيز القيم الأخلاقية أو التأثير على المتلقي، فكل قالب له خصوصية في شرح وتفسير وايضاح المعنى أكثر، وتشمل ما يلي:

- **التقرير**: أسلوب فني يُستخدم لعرض المعلومات بموضوعية من خلال صور وشهادات، والبرنامج يعتمد على تقارير تحليلية تركز على الأداء الصحي للمشتركين من خلال أرقام مثل: الوزن ونسبة الدهون، بهدف متابعة المشتركين صحيا وتقديم نصائح ومعايير لتحسين نتائج إيجابية، حتى لو كان التركيز أحيانا أكبر على الأرقام والنتائج السريعة.
- **التنشيط**: أسلوب فني يعتمد على المنشط أو المقدم لتوجيه فقرات البرنامج والتفاعل مع المشتركين والجمهور، وتستخدم هذه الدراسة هذا الشكل لقياس دوره في إيصال الرسائل من خلال أسلوب العرض.
- **الحديث المباشر (تصريح)**: قالب فني يتيح للمشتركين أو المختصين التعبير عن مواقفهم وتجاربهم مباشرة أمام الكاميرا، دون وساطة أو مونتاج سردي، وتستخدم هذه الدراسة هذا الأسلوب ليعبر

المشتركون والمشرفون عن مواقفهم بصدق وعفوية، ولتحليل أثر الكلام المباشر على مصداقية الرسالة لدى المتلقي.

- **الربورتاج:** قالب فني يتضمن تقارير ميدانية مصورة تتناول جوانب من حياة المشتركين أو حقائق مرتبطة بالبرنامج، مدعومة بصور وشهادات واقعية وتحليل كيفية تأثيره على المتلقي.
- **الدراما:** قالب فني يعيد تمثيل مواقف أو صياغة مشاهد بأسلوب درامي يثير الانفعال، ويستخدم في هذه الدراسة لكشف كيفية استخدام البعد التمثيلي في تضخيم الأحداث وإبراز الصراعات أو القيم الأخلاقية، بما يعزز التأثير العاطفي لدى الجمهور.

3-2 – فئة نوع الإضاءة: هي عنصر تحليلي يستخدم لوصف وتحديد طبيعة الإضاءة في بيئة الدراسة أو التقييم، ولها أثر مباشر على دقة الملاحظة ووضوح النتائج، تم تصنيفها إلى العناصر التالية:

- **إضاءة اصطناعية قوية:** هي ضوء يتم إنتاجه بواسطة أجهزة كهربائية عالية، وتستخدم لزيادة وضوح البيئة المحيطة وتسليط الضوء على التفاصيل بشكل أكثر دقة.
- **إضاءة اصطناعية خافتة:** هي ضوء منخفض الكثافة يتم إنتاجه من مصادر اصطناعية مثل المصابيح الصغيرة أو الإضاءة الجانبية، يساعد في إخفاء بعض التفاصيل الدقيقة.
- **إضاءة طبيعية:** هي ضوء النهار، أي الضوء الناتج عن مصادر طبيعية، بما فيها ضوء الشمس ويختلف باختلاف الوقت وظروف الطقس.

3-3-فئة اللقطات المصورة: لقطات الفيديو هي عنصر تحليلي يستخدم في الدراسة لتوثيق الأداء البدني والنفسي للمشتركين أو التغييرات من خلال الصور أو مقاطع الفيديو، يتم عرضها ضمن حلقات البرنامج كأداة بصرية تدعم البيانات الرقمية أو الوصفية، وقد تم تصنيفها إلى العناصر التالية:

- **لقطات المشتركين خلال رحلة إنقاص الوزن:** يُظهر البرنامج لقطات للمشتركين أثناء ممارسة الرياضة، وتحضير الطعام والقيام بأنشطة أخرى تتعلق برحلة إنقاص الوزن.
- **لقطات لأخصائيي التغذية واللياقة البدنية:** يُظهر البرنامج لقطات لأخصائية التغذية وهي تقدم نصائح عن الأكل الصحي، وأخصائي اللياقة البدنية وهو يشرح أهمية التمارين الرياضية.
- **لقطات قبل وبعد رحلة إنقاص الوزن:** يُظهر البرنامج لقطات للمشتركين قبل بدء رحلة إنقاص الوزن وبعدها، لإظهار التغييرات الإيجابية التي طرأت على مظهرهم.

- **لقطات للأماكن:** يُظهر البرنامج لقطات للأماكن التي يتم فيها تصوير البرنامج، مثل صالة الألعاب الرياضية والمطبخ وإقامة المشتركين، إضافة إلى المناطق التي يتم زيارتها من حين لآخر.

4-فئة المظهر الخارجي: هي العناصر البصرية والملموسة التي تعكس صورة المشترك أمام الآخرين. وتفرعت إلى الفئات التالية:

4-1 – فئة اللباس : تُقاس فئة اللباس في هذه الدراسة من خلال تحليل ملابس المشتركات داخل البرنامج (من حيث الشكل، الطابع والرسائل الرمزية) ، للكشف عن كيفية توظيفها في بناء الهوية ومدى توافقها أو تعارضها مع القيم الأخلاقية والثقافية السائدة في المجتمع، وقد تم تصنيفها إلى ما يلي :

- **الحجاب:** هو أحد أنماط الأزياء ذو دلالة دينية واجتماعية، تم استخدامه في هذه الدراسة لقياس حضوره كرمز للقيم الأخلاقية والالتزام الثقافي، وتحليل أثر ظهوره في تشكيل صورة المشتركات في البرنامج وانعكاسه على تلقي الجمهور.
- **اللباس المحتشم:** نمط من الأزياء يتسم بالاعتدال والالتزام بالمعايير الاجتماعية للحياء، واستُخدم في هذه الدراسة كمؤشر على الالتزام بالقيم الأخلاقية السائدة في المجتمع، والكشف عن كيفية توظيف المظهر الخارجي في تعزيز صورة إيجابية للمشتركات.
- **اللباس التقليدي:** نوع من اللباس المستمد من التراث المحلي، استخدم في هذه الدراسة كرمز للهوية الثقافية والانتماء الاجتماعي، وتحليل دوره في إبراز القيم المرتبطة بالأصالة والمحافظة ضمن البرنامج.
- **اللباس الفاضح نوعا ما:** هو أسلوب لباس يتميز بكشف نسبي للجسم، مما قد يخالف معايير الاحتشام المتعارف عليها اجتماعيا. وتستخدم هذه الدراسة هذا الأسلوب لتحليل تمثيل القيم الأخلاقية في البرنامج ومدى تأثير هذا المظهر على صورة المشترك وتلقي الجمهور له.

4-2 – فئة المايك اب: المكياج هو استخدام أدوات ومساحيق تجميلية لتعزيز أو تغيير مظهر الشخص وله دلالات اجتماعية وثقافية تتعلق بالذوق والهوية والتمثيلات الجمالية، يتم قياس فئة المايك اب في هذه الدراسة من خلال ملاحظة مستوى وكثافة استخدام المشتركات لمستحضرات التجميل وتحليل علاقة المظهر التجميلي بالقيم الأخلاقية والاجتماعية، وكيفية توظيفه في تشكيل صورة المشتركات أمام الجمهور. تم تصنيف فئة المايك اب إلى ما يلي:

- **مايك اب كثيف:** يشير المايك اب الكثيف إلى استخدام كمية كبيرة من مستحضرات التجميل (مثل كريم الأساس، ظلال العيون، أحمر الشفاه) بطريقة بارزة، مما يعطي مظهرا أكثر اصطناعية من

الطبيعي، وقد تم تحليله في الدراسة باعتباره رمزا للمبالغة أو البحث عن الاهتمام، مع وجود دلالات اجتماعية وأخلاقية محتملة.

- **مايك اب خفيف:** استخدام بسيط للتجميل يهدف إلى إبراز الملامح بشكل طبيعي، ويتم تحليله في الدراسة كرمز للاعتدال والامتثال للمعايير الاجتماعية.
- **دون مايك اب:** هو مظهر طبيعي دون استخدام مستحضرات التجميل، ويُحلّل في الدراسة كرمز للعفوية وما يعكسه من دلالات مرتبطة بالبساطة أو الأصالة.

5–فئة المشاهد التفاعلية: هي مشاهد تُعزز من حضور المشترك وتفاعله باعتباره عنصرا فاعلا يسهم في التجربة، وتفرعت إلى الفئات التالية:

5– 1– وسائط المشاركة والتفاعل: هي الأدوات التي تُتيح للمشترك التعبير والمشاركة والتجاوب مع المحتوى أو مع الآخرين، والتي تتم عادة على المستويات التالية:

- **استطلاعات الرأي:** تُتاح للجمهور فرصة التعبير عن رأيه عن المشتركين أو نتائج البرنامج، إما بالتصويت أو بالمشاركة المباشرة في التعبير عن آرائه، باعتباره بعدا تنافسيا يربط الجمهور بالبرنامج.
- **منصات التواصل الاجتماعي:** يتم تفاعل البرنامج مع المشاهدين من خلال منصات التواصل الاجتماعي.
- **تطبيقات الهاتف المحمول:** يتم تقديم تطبيقات الهاتف المحمول للمشاهدين للحصول على المزيد من المعلومات والخدمات.

5– 2–فئة مشاهد الطهي: هي لقطات تعرض فيها عملية تحضير وجبات الأكل الصحي أمام الكاميرا وتعد فئة أساسية في التحليل حيث تبرز من خلالها عدة جوانب، أبرزها الجانب التربوي والأخلاقي، وتثير تساؤلات أخلاقية حول إمكانية استخدام هذه المشاهد في سياق تجاري أو إعلاني. تم تصنيفها إلى العناصر التالية:

- **تحضير وجبات صحية:** تُعرض مشاهد للمشتركين وهم يتعلمون كيفية تحضير وجبات صحية مع أخصائية التغذية.
- **طهي وجبات بمساعدة المشتركين:** تُعرض مشاهد للمشتركين وهم يساعدون أخصائية التغذية في تحضير وجبات صحية.

- **نصائح حول الأكل الصحي**: تقديم توصيات عملية حول الأكل الصحي، مثل طرق التحكم في أحجام الوجبات، اختيار بدائل غذائية منخفضة السعرات الحرارية، وتجنب الأطعمة المصنعة.

5- 3-فئة مشاهد التمارين الرياضية: هي لقطات للمشتركين وهم يمارسون أنشطة رياضية تحت إشراف مدرب مختص، بهدف تحسين لياقتهم البدنية وخسارة الوزن. الغرض منها في الدراسة هو تحليل البعد التربوي والأخلاقي الذي يروج له البرنامج، وتم تصنيفه إلى العناصر التالية:

- **تمارين فردية**: تُعرض مشاهد للمشتركين وهم يقومون بتمارين رياضية فردية.
- **تمارين جماعية**: تُعرض مشاهد للمشتركين وهم يقومون بتمارين رياضية جماعية.
- **تمارين في الهواء الطلق**: تُعرض مشاهد للمشتركين وهم يقومون بتمارين رياضية في الهواء الطلق.
- **تمارين في صالة الألعاب الرياضية**: تُعرض مشاهد للمشتركين وهم يقومون بتمارين رياضية في قاعة الألعاب الرياضية.

5- 4-فئة مشاهد القياسات: يتم فيها عرض عملية قياس وزن المشتركين، إضافة إلى مقارنة مؤشراتهم الجسدية قبل وبعد مراحل التدريب والحمية علنا أمام الجمهور، وتم تصنيف هذه المشاهد إلى عناصر هي:

- **الوزن**: تُعرض مشاهد للمشتركين أثناء عرض وزنهم أسبوعيا لقياس تقدمهم في رحلة إنقاص الوزن وأداة القياس الأكثر شيوعا للوزن هي مؤشر كتلة الجسم (BMI)، الذي يقسّم فيه الوزن على مربع الطول (كغ/م^2).
- **نسبة السوائل بالجسم**: يوضح هذا القياس التوازن الفيزيولوجي للجسم، وهو أمر ضروري لأي نظام غذائي أو برنامج تمارين رياضية.
- **نسبة الدهون**: يُعتبر هذا المؤشر أكثر دقة من الوزن وحده في تقييم فعالية البرنامج، ويُبرز هذا المؤشر نجاح المشتركين في التخلص من كتلة الدهون الضارة مع الحفاظ على كتلة عضلاتهم، وهو ما يعكس التوازن الحقيقي في عملية فقدان الوزن.
- **السمنة**: حالة مرضية نتيجة تراكم الدهون بما يفوق المعدل الطبيعي ويؤثر على الصحة.
- **مناقشة النتائج**: تُناقش نتائج القياسات أسبوعيا مع الخبير الرياضي ومقدمة البرنامج، وتُبث خلال أوقات الذروة من خلال برايمات علنية مباشرة، حيث تُعرض فيها بيانات شخصية حساسة لكل مشترك والنتائج المتحصل عليها بالأرقام، مثل: الوزن السابق والوزن المتحصل عليه بعد التدريب

والحمية الغذائية ونسبة الدهون المتخلص منها وغيرها من التفاصيل، في جو تنافسي يركز على المقارنة بين المشتركين، وضغط نفسي رهيب.

5-5-فئة مشاهد الدعم الاجتماعي: هي لقطات تبرز تفاعل المشتركين في برنامج الوزن الرابح مع بعضهم البعض أو مع الأخصائيين، أو مع عائلاتهم، من خلال التشجيع والدعم النفسي ومشاركة المعاناة، وتم تصنيف هذه الفئة إلى العناصر التالية:

- **دعم العائلة والأصدقاء**: وهي المشاهد التي يبرز فيها تواصل المشتركين مع عائلاتهم وأصدقائهم باعتبار التكافل الأسري والاجتماعي حافز أساسي للمواصلة والنجاح في التجربة.
- **دعم البرنامج**: هو الدعم الذي يقدمه القائمون على البرنامج، بما في ذلك توفير مدربين متخصصين وأخصائيي تغذية، ومرافقة نفسية وطبية، بالإضافة إلى تهيئة بيئة محفزة تحتوي على كل المعدات والأجهزة اللازمة مما يسهل للمشتركين المضي في رحلة إنقاص الوزن بكل أريحية.
- **دعم الجمهور الالكتروني**: هو ذلك الشكل من المساندة الذي يُقدّم للمشتركين في البرنامج عبر المنصات الرقمية المرتبطة بالبرنامج من خلال تعليقات الجمهور، رسائل التشجيع، والتصويت الالكتروني. ويُعد هذا امتدادا لمشاهد الدعم الاجتماعي.
- **تفاعل المشتركين**: وهي مشاهد تُبرز تفاعلات المشتركين في بيئة تنافسية يسودها التعاون والتشجيع المتبادل أو حتى ظهور التوترات والصراعات، وتُجسد هذه المشاهد أهمية البعد الجماعي في رحلة إنقاص الوزن.
- **قصص نجاح ملهمة**: تُعرض مشاهد لأشخاص حققوا نجاحا كبيرا في رحلة إنقاص الوزن لمشاركة تجاربهم الملهمة مع المشتركين. والجمهور على حد سواء.

5- 6-فئة مشاهد أخرى: هي عناصر مرئية وسردية لا تندرج مباشرة ضمن الفئات الرئيسية لبرنامج الوزن الرابح، ولكنها تلعب دورا في تشكيل هذه التجربة التلفزيونية. وقد تضمنت العناصر التالية:

- **زيارات المتخصصين**: تُعرض مشاهد للمتخصصين (أطباء ومختصين نفسانيين) وهم يزورون المشتركين لمناقشة أي مشاكل صحية أو نفسية قد تواجههم.
- **رحلات ترفيهية**: تُعرض مشاهد للمشتركين وهم يشاركون في رحلات ترفيهية صحية، مثل المشي على الأقدام أو التنقل عبر الحافلة لمسافات بعيدة.

- **فعاليات توعوية:** تُعرض مشاهد للمشتركين وهم يشاركون في فعاليات توعوية مباشرة أو غير مباشرة حول الصحة، أهمية التغذية السليمة وممارسة الرياضة.
- **الاحتفال بالإنجازات:** تُعرض مشاهد للمشتركين وهم يحتفلون بإنجازاتهم في رحلة إنقاص الوزن بعد التحديات، أو عند الإعلان عن النتائج الأسبوعية.

ثالثا–فئات المضمون: (ماذا قيل؟) في برنامج الوزن الرابح على قناة Samira TV:

6–فئة الجمهور المستهدف: يُقصد بها الفئات الاجتماعية التي يستهدفها البرنامج ويؤثر فيها من خلال محتواه. وصُنفت إلى ما يلي:

- **الجمهور العام:** يُقصد به كل من يهتم بالحفاظ على صحته من خلال التغذية السليمة واللياقة البدنية سواء كانوا شبابا أو كهولا من كلا الجنسين، إضافة إلى أولئك الذين يبحثون عن المتعة والترفيه في البرنامج.
- **الجمهور الخاص:** هم الأشخاص الذين يعانون من السمنة أو زيادة في الوزن، ويبحثون عن حلول عملية.

7– فئة الأهداف والرسائل: يُقصد بها مجموعة الغايات التي يسعى البرنامج إلى بلوغها من خلال محتواه وأسلوب معالجته. صُنفت إلى العناصر التالية:

- **أهداف صحية، توعوية:** هي مجموعة رسائل وأهداف تتعلق بمكافحة السمنة، التغذية الصحية وتشجيع النشاط البدني، يسعى البرنامج إلى إيصالها للمشتركين والمشاهدين معا. يقيس هذا المؤشر مدى التزام البرنامج ببعده التعليمي والصحي، مقارنة بميله نحو الاستعراض.
- **أهداف تربوية:** يُقصد بها مجموعة من القيم والسلوكيات الإيجابية التي يسعى البرنامج إلى غرسها في المشتركين والجمهور، كالانضباط، قوة الإرادة، التعاون، والمسؤولية. ويقيس هذا المؤشر مدى مساهمة البرنامج في وظيفته الاجتماعية والتربوية.
- **أهداف ترويجية –سياحية، ثقافية–:** يُستخدم البرنامج لأغراض أوسع، مثل الترويج للسياحة أو إبراز الهوية الثقافية. والغرض من هذا العنصر في الدراسة هو إبراز كيفية استخدام محتوى البرنامج كمنصة للترويج للمناطق أو القيم الثقافية والغرض منه.

8–فئة رحلة إنقاص الوزن وقصص المشتركين: محتوى يُوثّق تجارب المشتركين في فقدان الوزن من خلال إبراز تحدياتهم وإنجازاتهم في البرنامج. وتفرعت إلى فئتين:

8- 1-فئة رحلة إنقاص الوزن: تشير فئة رحلة فقدان الوزن في البرنامج إلى العملية التدريجية التي يتبعها المشتركون ابتداء من أول يوم من انضمامهم للبرنامج وحتى تحقيق النتائج النهائية، وهي تجربة تشمل أبعادا صحية، نفسية، اجتماعية، ثقافية، وقيمية، وتشمل العناصر التالية:

- **تحديات إنقاص الوزن:** يُركز البرنامج على التحديات التي يواجهها المشتركون في رحلة إنقاص الوزن مثل تغيير نمط الحياة، مقاومة الإغراءات، والتعامل مع مشاعر الإحباط.
- **النصائح والخبرات:** يُقدم البرنامج نصائح عملية وخبرات للمشتركين والمشاهدين حول كيفية إنقاص الوزن بطريقة صحية، من طرف أخصائيي التغذية واللياقة البدنية.
- **التقلبات العاطفية:** يُظهر البرنامج التقلبات العاطفية التي يمر بها المشتركون خلال رحلة إنقاص الوزن، مثل الشعور بالسعادة والإنجاز، الإحباط واليأس.
- **الدعم الاجتماعي:** يُبرز البرنامج أهمية الدعم الاجتماعي من العائلة والأصدقاء في رحلة إنقاص الوزن.

8- 2-فئة قصص المشتركين: يُقدم البرنامج قصصا فردية عن المشتركين، مسلطة الضوء على تجاربهم الشخصية، صراعاتهم السابقة، ودوافعهم للمشاركة، مما يعطي لحضورهم بعدا دراميا وإنسانيا، وتم تصنيف الفئة إلى العناصر التالية:

- **خلفية المشتركين:** يُقدم البرنامج نبذة عن خلفية المشتركين في البرنامج، مثل أهدافهم ودوافعهم لخوض تجربة إنقاص الوزن.
- **التجارب الشخصية:** يشارك المشتركون تجاربهم الشخصية مع المشاهدين، بما في ذلك الصعوبات التي واجهوها والإنجازات التي حققوها.
- **التحديات الشخصية:** يُسلط البرنامج الضوء على العقبات الشخصية التي يواجهها المشتركون مثل المشاكل النفسية أو الصحية، والضغوطات الاجتماعية أو العائلية.
- **التغييرات الإيجابية:** يُظهر البرنامج التغييرات الإيجابية التي طرأت على حياة المشتركين بعد إنقاص الوزن، مثل تحسن صحتهم العامة وزيادة ثقتهم بأنفسهم.

9-فئة النصائح والتوجيهات: هي جملة الإرشادات التي يقدمها البرنامج للمشتركين أو الجمهور، سواء من المختصين أو الأطباء، وتشمل هذه النصائح الجوانب التالية :

- **نصائح غذائية:** يُقدم البرنامج نصائح غذائية للمشتركين والمشاهدين حول كيفية اتباع نظام غذائي صحي ومتوازن، يساعد على إنقاص الوزن.
- **نصائح رياضية:** يُقدم البرنامج نصائح حول أهمية المداومة على التمارين الرياضية للمشتركين والمشاهدين، كونها تساعدهم في حرق السعرات الحرارية وبناء العضلات.
- **نصائح نفسية:** يُقدم البرنامج نصائح نفسية للمشتركين والمشاهدين للتعامل مع التحديات العاطفية التي قد تواجههم خلال رحلة إنقاص الوزن.
- **نصائح طبية:** يُقدم البرنامج نصائح طبية للمشتركين والمشاهدين حول مخاطر السمنة وأهمية اتباع نمط حياة صحي.

10–فئة التنافس والتحفيز: يستخدم البرنامج آليات بلاغية وبصرية لتأكيد روح التحدي لدى المشتركين وتشجيعهم على تحقيق نتائج أفضل، يتجلى ذلك من خلال العناصر التالية:

- **التحديات الأسبوعية:** يُواجه المشتركون تحديات أسبوعية لاختبار قدرتهم على إنقاص الوزن وتحقيق أهدافهم.
- **نظام المكافآت:** يُكافأ المشتركون الذين يحققون أفضل النتائج في التحديات الأسبوعية.
- **التنافس بين المشتركين:** يُظهر البرنامج التنافس بين المشتركين في رحلة إنقاص الوزن.
- **التحفيز والإلهام:** يسعى البرنامج إلى تحفيز المشاهدين على اتباع نمط حياة صحي من خلال عرض قصص نجاح المشتركين.

11–فئة الترويج لنمط حياة صحي: هي تلك الرسائل المباشرة وغير المباشرة التي يسعى البرنامج إلى إيصالها لإقناع المشتركين والمشاهدين بضرورة اتباع نمط حياة متوازن، ويشمل هذا القسم العناصر التالية:

- **أهمية التغذية السليمة:** يُؤكد البرنامج على أهمية اتباع نظام غذائي صحي ومتوازن للحفاظ على الصحة العامة.
- **أهمية النشاط البدني:** يُؤكد البرنامج على أهمية ممارسة الرياضة بانتظام للحفاظ على الصحة العامة وزيادة اللياقة البدنية.
- **أهمية الصحة النفسية:** يُؤكد البرنامج على أهمية الصحة النفسية في رحلة إنقاص الوزن وتحقيق نمط حياة صحي.

- **أهمية التوازن:** يُؤكد البرنامج على أهمية تحقيق التوازن بين جميع جوانب الحياة، بما في ذلك الصحة الجسدية والنفسية والاجتماعية.

12- فئة التأثير على القيم الأخلاقية: يُقصد بها كيفية مساهمة برنامج الوزن الرابح في تشكيل أو إعادة تشكيل منظومة القيم لدى المشتركين والمشاهدين. تشمل هذه الفئة تحليل الرسائل الظاهرة والضمنية التي تعزز القيم الإيجابية كالصبر، التضامن والانضباط، أو تلك التي قد تُرسخ سلوكيات مثيرة للجدل كالتنافس المفرط والصور النمطية عن الجسد. لأن التأثير هو مؤشر على طبيعة القيم التي يقدّمها البرنامج ووظيفتها في الخطاب الإعلامي، وتم تقسيمها إلى فئتين فرعيتين، هما: التأثير السلبي والتأثير الإيجابي.

12- 1-التأثير السلبي على القيم الأخلاقية : يُراد منه رصد الجوانب التي قد تؤدي إلى إضعاف أو تشويه منظومة القيم الأخلاقية من خلال البرنامج، وتم تصنيفه إلى عناصر، هي :

- **إضعاف القيم الدينية من خلال سلوكيات اجتماعية دخيلة:** هي ممارسات دخيلة على المنظومة الثقافية والدينية السائدة في المجتمع، مما يُضعف منظومة القيم لدى المشاهدين. وتشمل هذه السلوكيات التفاعل المباشر بين الرجال والنساء داخل فضاء البرنامج، أنماط الكلام، اللباس، أو أساليب التفاعل بين المشتركين.
- **الترويج لسلوكيات استهلاكية مفرطة:** يُظهر البرنامج تركيزا مبالغا فيه على المظهر الخارجي والجسم المثالي، مما قد يشجع على السلوكيات الاستهلاكية المفرطة والسعي وراء الجمال الخارجي على حساب القيم الأخلاقية الأخرى.
- **الترويج للنمطية الجسدية:** يُركز البرنامج على معايير محددة للجمال والجسم المثالي، مما قد يساهم في تعزيز النمطية الجسدية ويؤثر سلبا على تقدير الذات لدى الأشخاص الذين لا يندرجون ضمن هذه المعايير.
- **الترويج لسلوكيات غير صحية:** قد يُظهر البرنامج بعض السلوكيات الغير صحية المتعلقة بفقدان الوزن، مثل اتباع حميات غذائية قاسية أو ممارسة الرياضة بشكل مفرط، دون التأكيد على أهمية اتباع نهج صحي متوازن لفقدان الوزن والحفاظ على الصحة.
- **إضعاف القيم الأسرية:** قد يُركز البرنامج على المنافسة الفردية والصراعات بين المشتركين، مما قد يضعف القيم الأسرية، مثل التعاون والتعاضد.

12- 2-فئة التأثير الإيجابي على القيم الأخلاقية: يُراد منه رصد الجوانب التي تساهم في غرس القيم الأخلاقية والاجتماعية الإيجابية من خلال البرنامج، كتعزيز المثابرة، ضبط النفس، وتشجيع التضامن بين المشتركين، كما يُسلط هذا القسم الضوء على نماذج إيجابية للمشتركين الذين غيروا حياتهم من خلال التزامهم وتحدياتهم، وتم تصنيفها إلى عناصر، هي:

- **الترويج لنمط حياة صحي:** يُشجع البرنامج على ممارسة الرياضة واتباع نظام غذائي صحي، مما قد يُساهم في تحسين الصحة العامة للمشتركين والمشاهدين.
- **الترويج للإرادة والعزيمة:** يُظهر البرنامج قدرة المشتركين على التغلب على التحديات وتحقيق أهدافهم، مما قد يُلهم المشاهدين ويدفعهم إلى بذل المزيد من الجهد لتحقيق أهدافهم.
- **الترويج للثقة بالنفس:** قد يُساهم تحسن المظهر الخارجي للمشتركين في تعزيز ثقتهم بأنفسهم وتحسين صورتهم الذاتية.
- **الترويج للدعم الاجتماعي:** يُظهر البرنامج أهمية الدعم الاجتماعي من العائلة والأصدقاء في رحلة إنقاص الوزن وتحقيق الأهداف.
- **الترويج لفوائد الانضباط:** يُركز البرنامج على أهمية الالتزام الصارم بالقواعد والإرشادات الغذائية والبدنية واعتباره شرطا أساسيا للنجاح الفردي والتحول الإيجابي في حياة المشتركين.

6-مجتمع البحث وعينته :

يتوجب على الباحث قبل ضبط حجم العينة تحديد مجتمع البحث، ويتمثل في جميع المفردات أو الوحدات التي تتوافر فيها كل الخصائص المطلوب دراستها (جبالة، 2020، صفحة 629).

ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في جميع حلقات برنامج **الوزن الرابح** في موسمه الثاني على قناة **samira tv**، وبما أن الدراسة اعتمدت على تحليل مضمون كامل الحلقات المتكونة من عشرين حلقة فقد عمدنا إلى استخدام أسلوب الحصر الشامل، مما يعني أن مجتمع البحث قد تم دراسته بالكامل لكونه صغير العدد ولا يحتاج إلى تطبيق أسلوب المعاينة عليه.

7-حدود الدراسة :

تشمل الدراسة جميع حلقات برنامج **الوزن الرابح** في موسمه الثاني، تم بثها عبر القناة الجزائرية **samira tv**، خلال الفترة الممتدة من 12 نوفمبر 2021 إلى غاية 25 مارس 2022 (حوالي أربعة أشهر وخمسة عشر يوما)، بمجموع عشرون حلقة دون استثناء. تم الحصول على جميع الحلقات من خلال الاعتماد على

أرشيف الفيديوهات عبر موقع اليوتيوب الرسمي التابع للقناة، وفيما يلي جدول يوضح حلقات البرنامج وتاريخ بث كل حلقة:

جدول رقم 01: يبين توزيع جميع حلقات برنامج الوزن الرابح حسب توقيت ومدة البث.

حلقات البرنامج	تاريخ البث	مدة البث
الحلقة الأولى	12 نوفمبر 2021	ساعة وثمانية وخمسون ثانية. (01:00:58)
الحلقة الثانية	19 نوفمبر 2021	اثنان وخمسون دقيقة وإحدى عشر ثانية (00:52:11)
الحلقة الثالثة	26 نوفمبر 2021	ساعة وثلاثة عشر ثانية (01:00:13)
الحلقة الرابعة	03 ديسمبر 2021	خمسون دقيقة وتسعة عشر ثانية (00:50:19)
الحلقة الخامسة	10 ديسمبر 2021	ساعة وسبع دقائق واثني عشر ثانية (01:07:12)
الحلقة السادسة	17 ديسمبر 2021	تسعة وخمسون دقيقة وخمسة وخمسون ثانية (00:59:55)
الحلقة السابعة	24 ديسمبر 2021	ساعة وتسع دقائق وثلاثون ثانية (01:09:30)
الحلقة الثامنة	31 ديسمبر 2021	ساعة واثني عشر دقيقة وخمسة وثلاثون ثانية (01:12:35)
الحلقة التاسعة	07 جانفي 2022	واحد وخمسون دقيقة وخمسة وعشرون ثانية (00:51:25)
الحلقة العاشرة	14 جانفي 2022	ساعة وعشرة دقائق وخمسون ثانية (01:10:50)
الحلقة الحادية عشر	21 جانفي 2022	ساعة وإحدى عشرة دقيقة وستة وثلاثون ثانية (01:11:36)
الحلقة الثانية عشر	28 جانفي 2022	ساعة وتسعة وعشرون دقيقة وتسعة عشر ثانية (01:29:19)
الحلقة الثالثة عشر	04 فيفري 2022	سبعة وخمسون دقيقة وثمانية وثلاثون ثانية (00:57:38)
الحلقة الرابعة عشر	11 فيفري 2022	ساعة وسبعة عشر دقيقة وثانيتين (01:17:02)
الحلقة الخامسة عشر	18 فيفري 2022	ساعة وسبعة دقائق وخمسة وعشرون ثانية (01:07:25)
الحلقة السادسة عشر	25 فيفري 2022	تسعة وخمسون دقيقة وسبعة وثلاثون ثانية (00:59:37)
الحلقة السابعة عشر	04 مارس 2022	ساعة وتسعة عشر دقيقة وثمانية وثلاثون ثانية (01:19:38)
الحلقة الثامنة عشر	11 مارس 2022	ساعة وتسعة وعشرون دقيقة وثلاثة وثلاثون ثانية (01:29:33)
الحلقة التاسعة عشر	18 مارس 2022	ثمانية وخمسون دقيقة وست ثواني (00:58:06)
الحلقة العشرون	25 مارس 2022	ساعة وثلاثة دقائق وخمسون ثانية (01:03:50)

8-الدراسات السابقة :

يقوم الباحث في هذه المرحلة بالاطلاع على الدراسات السابقة التي لها صلة بموضوع بحثه بهدف الاستفادة منها ومعرفة النتائج المتوصل إليها، فهي تساعده في إثراء بحثه وتزوده بالكثير من الأفكار والإجراءات من أجل الوصول إلى حلول من جهة، كما يمكن الاستعانة ببعض هذه النتائج لبناء مسلمات دراسته والمقارنة بينهما.

وفي بحثنا هذا المعنون بـ **"جدلية القيم الأخلاقية في تلفزيون الواقع"** نجد بعض الدراسات تناولت مواضيع مشابهة سيتم عرضها على شكل محورين، هما:

أولا/ دراسات تناولت برامج تلفزيون الواقع.

ثانيا/ دراسات تناولت القيم.

أولا/ الدراسات التي تناولت برامج تلفزيون الواقع:

1-الدراسات العربية:

- دراسة الدكتور عزة مصطفى الكحكي: حول: **"تعرض الشباب العربي لبرامج تلفزيون الواقع بالفضائيات العربية وعلاقته بمستوى الهوية لديهم"**، بالمؤتمر الدولي حول الإعلام والعولمة في الشرق الأوسط بجامعة البيان في الفترة من20-21 أكتوبر 2008، سعى الباحث من خلالها إلى التعرف على ظاهرة برامج تلفزيون الواقع العربية بهدف تحقيق مزيد من الفهم لظاهرة انتشار تلك البرامج، واختبار دوافع تعرض الشباب لها واتجاهاتهم نحوها، وعلاقة ذلك بمستوى الهوية لديهم. اعتمد الباحث على عينة عمدية وهي من العينات غير الاحتمالية، حيث بلغت 375 مفردة من الشباب بكل من قطر(الدوحة) ومصر(القاهرة). أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية الشباب يشاهدون برامج تلفزيون الواقع بدرجات متفاوتة. أكثر من نصف العينة يشاهدونها بانتظام، مع وجود عدد كبير من المشاهدين المتكررين. كما كشفت النتائج أن الدوافع الرئيسية لمشاهدة هذه البرامج هي الترفيه والسعادة وتقليل الشعور بالوحدة، بالإضافة إلى الاسترخاء والتخلص من الضغوط النفسة. وبرزت دوافع أخرى تتعلق بجاذبية بعض المتسابقين والشعور بالمشاركة من خلال التصويت. أما فيما يتعلق بالمواقف، فقد أبدت الأغلبية موقفا محايدا تجاه هذه البرامج، مقارنة بنسبة أقل من الآراء الإيجابية ونسبة محدودة جدا من الآراء السلبية. كما كشفت الدراسة أن معظم المشتركين يعانون من حالة ضعف الارتباط بمعتقداتهم وقيمهم مقابل نسب ضئيلة لمشتتي الهوية.

تعقيب:

تتداخل الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية من حيث تركيزها على برامج تلفزيون الواقع كظاهرة إعلامية مؤثرة، إلا أن الهدف يختلف. ركزت الدراسة السابقة على دوافع التعرض ومواقف الشباب، وأثرها على مستوى هويتهم، في حين تهدف الدراسة الحالية إلى تحليل جدلية القيم الأخلاقية في محتوى برنامج الوزن الرابح، وأتاحت الدراسة السابقة للباحثة الاستفادة من المفاهيم النظرية لبناء الإطار المفاهيمي للبحث الحالي ساعدت هذه المفاهيم على تحديد المصطلحات بدقة وفهم آليات التأثير بين المتغيرات، وصياغة أسئلة بحثية مبنية على أسس علمية مع اختلاف الأداة المعتمدة، وبينما ركزت الدراسة السابقة على الاستبيان كمصدر رئيسي للبيانات، تسعى الدراسة الحالية إلى تحليل المضمون للكشف عن أنماط القيم التي تروج لها هذه البرامج بصورة مباشرة وغير مباشرة.

- **دراسة سماح حسين القاضي:** وهي رسالة ماجستير في الإعلام، تخصص تلفزيون بجامعة الشرق الأوسط حول **تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية سنة 2009**، حيث تُظهر هذه الدراسة درجة ميول المستهلك العربي نحو الثقافة الاستهلاكية نتيجة تعرضه لبرامج تلفزيون الواقع باللغة العربية، والتي تُعرض على الفضائيات العربية، لأن نشر هذه الثقافة لدى جيل الشباب بعادات غربية يُعد مصدرا خطيرا على المجتمعات النامية، لأن السلع الاستهلاكية التي تُستخدم خلال برامج تلفزيون الواقع هي منتجات غربية، ونمط الحياة الذي يُروج له لا يعكس هموم الشارع العربي.

قامت الباحثة بصياغة فرضية رئيسية تمثلت فيما يلي: **يوجد علاقة ارتباطية بين تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية**. تم تجزئتها إلى ثلاث فرضيات فرعية ترتبط كل فرضية بعدد من أسئلة الدراسة كما يلي:

1-يوجد علاقة ارتباطية بين حجم التعرض لبرامج تلفزيون الواقع وزيادة استهلاك السلع الاستهلاكية الثقافية.

2-يوجد علاقة ارتباطية بين حجم التعرض لبرامج تلفزيون الواقع وزيادة استهلاك السلع الاستهلاكية اليومية.

3-يوجد علاقة ارتباطية بين حجم التعرض لبرامج تلفزيون الواقع وتبني نمط الحياة الاستهلاكية.

وللإجابة عن فروض الدراسة وتساؤلاتها لجأت الباحثة إلى استخدام أسلوب المسح من خلال استخدام عينة من الشباب يبلغ عددهم (400 طالب وطالبة)، تم اختيارهم بشكل غير عشوائي من مجتمع الدراسة بجامعة دمشق، وهي عينة غير احتمالية متساوية الحصص يتم فيها اختيار العينة بالتساوي على النسب العمرية المفروضة ما بين (18-21 سنة)، شرط أن يكونوا من متابعي برامج تلفزيون الواقع باللغة العربية على الفضائيات العربية خلال الأعوام من 2003 إلى غاية 2009.استخدمت الباحثة الاستبيان كأداة لجمع

البيانات من عينة الدراسة الميدانية بهدف وصف الظاهرة وتفسيرها والتنبؤ بها، بهدف الحصول على نتائج علمية دقيقة تفيد البحث العلمي. وقد تضمنت الاستمارة سبع أسئلة، حيث صيغت بشكل يمكن من خلاله تحقيق أهداف الدراسة ويجيب عن تساؤلاتها ويختبر فرضيتها. ولقد ركزت أسئلة الاستبانة على محددات الثقافة الاستهلاكية في شراء العينة للمنتجات الاستهلاكية اليومية والثقافية، وتبني نمط الحياة الاستهلاكية بغض النظر عن العوامل الاجتماعية والثقافية للعينة، وقامت الباحثة بجمع البيانات خلال الشهر العاشر من عام 2009، وتوصلت إلى عدة نتائج هامة تجيب على كل الفرضيات والأسئلة، وكذا الفرضية العامة والتي كانت كالآتي:

-تم رفض الفرضية الأولى وقبول الفرضية البديلة التي تقول أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لبرامج تلفزيون الواقع وزيادة استهلاك السلع الاستهلاكية الثقافية.

-تم رفض الفرضية الثانية التي تقول إنه: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لبرامج تلفزيون الواقع وزيادة استهلاك السلع الاستهلاكية اليومية، وقبول الفرضية البديلة التي تقول إنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لبرامج تلفزيون الواقع وزيادة استهلاك السلع الاستهلاكية اليومية.

-تم رفض الفرضية الثالثة التي تقول إنه: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لبرامج تلفزيون الواقع وتبني نمط الحياة الاستهلاكية، وقبول الفرضية البديلة التي تقول إنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لبرامج تلفزيون الواقع وتبني نمط الحياة الاستهلاكية.

-تم قبول الفرضية الأساسية التي تنص على وجود علاقة ارتباطية بين تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية.

تعقيب:

تتداخل هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من خلال التركيز على برامج تلفزيون الواقع كأداة مؤثرة في تشكيل قيم وسلوكيات الشباب العربي، إلا أن الدراسة السابقة ركزت على مدى تعزيز هذه البرامج لثقافة الاستهلاك ونمط الحياة الغربي، بينما تركز الدراسة الحالية على جدلية القيم الأخلاقية التي تثيرها هذه المحتويات الإعلامية. وتستند الدراسة الحالية إلى نتائج الدراسة السابقة حول طبيعة الرسائل الضمنية التي تنقلها هذه البرامج، وخاصة ارتباطها بالعادات والنماذج الغربية، لتوسيع نطاق التحليل ليشمل البعد الأخلاقي وأثره على منظومة القيم في المجتمعات العربية، وتندرج كلتا الدراستين ضمن دراسات الإعلام، إلا أنهما تختلفان في أدوات البحث، حيث اعتمدت الدراسة السابقة على الاستبيان كأداة استطلاعية، بينما اعتمدت الدراسة الحالية على تحليل المضمون.

2-الدراسات المحلية:

-دراسة عزري أمال: حول **برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية وتأثيرها على قيم وسلوك المراهقين،** وهي مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر(2009-2010) حاولت الباحثة من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على الدور الجديد الذي أعطته هذه النوعية من البرامج لجماهيرها، حيث قامت على قاعدة أساسية هي مشاركة الجمهور في إنتاجها، ونقله من دائرة السلبية في العملية الاتصالية ليصبح عنصرا ايجابيا متفاعلا. وتكشف أيضا أسباب متابعة المراهقين لهذه النوعية من البرامج ودوافع تفضيلهم لها، وقد تضمنت الدراسة إشكالية هي: **ما هو تأثير برنامج ستار أكاديمي في الفضائية اللبنانية LBCعلى قيم وسلوكيات المراهقين الجزائريين، وما طبيعة تفاعلهم معه ؟**

اعتمدت الدراسة على المسح الوصفي، بغرض دراسة عادات وأنماط متابعة المراهقين لبرنامج ستار أكاديمي ودوافع وطبيعة هذه المتابعة، آراء المراهقين في البرنامج ومدى تأثرهم به من حيث القيم والسلوكيات لجمع المعلومات الخاصة بالظاهرة المدروسة من المبحوثين (المراهقين) بشكل مباشر عن طريق استمارة الاستبيان الموجهة لهم، لتتمكن من تفكيك متغيرات الظاهرة وفهمها في واقعها المعيش الحاضر.

لجأت الباحثة إلى استخدام ثلاث أدوات لجمع البيانات في إطار المنهج الوصفي المسحي، هي: أداة الملاحظة البسيطة كونها أساس طرح إشكالية البحث، وتحليل المضمون لمعرفة الأنماط السلوكية والقيمية التي يحاول برنامج ستار أكاديمي توصيلها للجمهور، وكذلك القوالب والأشكال الفنية التلفزيونية التي يستخدمها البرنامج لتوصيل هذا المضمون، كما استخدمت استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات في هذا البحث، ذلك لأنها تُعتبر الأداة الأكثر ملائمة للوصول إلى معلومات يمتلكها المبحوث لوحده. العينة تمثلت في تلاميذ المدارس الثانوية والمتوسطة القادرين على فهم الأسئلة والإجابة عليها بشكل جيد، مجتمع البحث الخاص بالدراسة التحليلية هو جميع حصص برنامج ستار أكاديمي التي بثت في موسمها الخامس، منذ بدايته في 25 جانفي 2008 ، اختارت منه 21 حصة كعينة سحبتها باعتماد طريقة العينة العشوائية المنتظمة هذه الطريقة التي تعطي لمفردات العينة فرصة الانتشار بشكل متساو وواحد على كل مجتمع البحث، ومجتمع البحث هو جمهور المراهقين المتمدرسين في الطورين الثانوي والمتوسط القاطنين بولاية سكيكدة والمتتبعين لبرنامج ستار أكاديمي، وقد سحبت منه عينة مكونة من 160 مفردة، وذلك باعتماد طريقة العينة المتعددة المراحل، حيث اختارت كمرحلة أولى المؤسسات التربوية المتمثلة في المدارس الثانوية والمتوسطة، التي تم انتقاؤها باعتماد الأسلوب القصدي، ونستطيع أن نلخص أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة فيما يلي:

أن البرنامج حاول تغيير مفاهيم القيم وتمثلاتها الواقعية، فالصداقة على سبيل المثال لم تعد تلك العلاقة البريئة التي يحبذها مجتمعنا، بل استخدمت هذه القيمة لتغطية أفكار وسلوكيات سلبية، كالاختلاط بين الجنسين.

يعتبر برنامج ستار أكاديمي من برامج إعلام العولمة التي تحاول التأثير في جمهورها خدمة لمصالح السوق.

تضمن برنامج ستار أكاديمي العديد من القيم، كما تضمن الكثير من السلوكيات منها الإيجابية ومنها السلبية أي أن 82% من المبحوثين معجبين بالبرنامج، كما أن أغلبية المراهقين الجزائريين بدأوا متابعتهم لبرنامج ستار أكاديمي نتيجة إعجابهم الشخصي به.

يتابع المراهقون الجزائريون من كلا الجنسين ومن كلا المنطقتين السكنيتين البرنامج مع بعض أفراد الأسرة خاصة من نفس الجنس وذلك لوجود الحواجز الاجتماعية الناتجة عن ثقافة المجتمع، وأحكامه التي تضبط العلاقات الأسرية بمعايير الحياء المتبادل بين الجنسين، ويتدخل أغلبية الأولياء لمنع أبنائهم المراهقين من متابعة البرنامج خاصة سكان المناطق الريفية أكثر من قاطني المناطق الحضرية، لأنه يُلهي المراهقين عن الدراسة ولأنه مناف للأخلاق والدين والعادات والتقاليد، يتفاعل المراهقون الجزائريون مع برنامج ستار أكاديمي من خلال: مناقشة أحداثه، المشاركة في البرنامج عن طريق SMS، الرغبة والتفكير في الاشتراك في البرنامج كطلاب تقليد المشتركين المفضلين لدى المراهق في البرنامج.

إن متابعة برنامج ستار أكاديمي جعلت المتمدرسين في طور المتوسط يمارسون السلوكيات المذكورة أكثر من المتمدرسين في الطور الثانوي، إلا في بعض السلوكيات التي تحتاج الجرأة لممارستها أو التعبير عنها، كإقامة علاقات غرامية، والأنانية وحب الذات، والتعصب للبلد والجهة، واحترام خصوصيات الآخرين.

تعقيب:

تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية في أنها ركزت على برنامج عربي واسع الانتشار **(ستار أكاديمي)** بقيمه وسلوكياته المؤثرة على المراهقين الجزائريين، بينما ركزت الدراسة الحالية على برنامج **(الوزن الرابح)** وهو برنامج محلي من البيئة الإعلامية الوطنية. يعكس هذا الاختلاف في طبيعة البرنامج المدروس بعدا منهجيا مهما، فبينما سعت الدراسة السابقة إلى قياس مدى تأثير خطاب إعلامي مستورد مرتبط بالعولمة تهدف الدراسة الحالية إلى تحليل محتوى هذا الخطاب للكشف عن طبيعة القيم التي يروج لها، ومدى توافقها أو تعارضها مع منظومة قيم المجتمع. لذلك فإن الجمع بين نتائج الدراستين يوفر رؤية أكثر شمولا لتأثير البرامج العربية والمحلية المستوردة على القيم المجتمعية.

اعتمدت كلتا الدراستين منهج المسح الوصفي، وكان الاستبيان الأداة الرئيسية في الدراسة السابقة للحصول على معلومات خاصة بالمستجيب، إلى جانب الملاحظة وتحليل المضمون. أما الدراسة الحالية فقد اعتمدت على تحليل المضمون كأداة رئيسية لتوضيح طبيعة القيم التي يروج لها البرنامج المختار.

ثانيا/ الدراسات التي تناولت القيم الأخلاقية:

1-الدراسات العربية:

-دراسة مساعد بن عبد الله المحيا: بعنوان **القيم في المسلسلات التلفازية**، وهي دراسة تحليلية وصفية مقارنة لعينة من المسلسلات التلفازية العربية أنجزها سنة 1993. حرص الباحث في هذه الدراسة أن يجيب على أسئلة متعددة يمكن أن تتلخص فيما يلي:

1. ما أنواع الموضوعات الإيجابية والسلبية التي تتضمنها تلك المسلسلات وما الذي يغلب منها، وبأي أسلوب يتم عرضها وما بواعثها، وما الموقف منها؟
2. ما القيم الفكرية التي تتضمنها تلك المؤسسات، وما الذي تؤيده منها أو ترفضه سواء الإيجابي أو السلبي؟
3. ما الخصائص والسمات الخلقية للشخصيات في المسلسلات، وذلك من خلال التعرف على طبيعة:

أ-علاقة المرأة بالرجل سواء المباشرة أو غير المباشرة؟

ب-الملابس التي ترتديها شخصية المرأة؟

4. ما البيئة الجغرافية التي تدور في مسارحها أحداث المسلسل سواء في الداخل أو الخارج وما طبيعة الإقامة والسكن، وهل تتفق من حيث درجة الاهتمام بها في المسلسل مع درجة اهتمام الناس بها في الواقع؟
5. ما سمات وخصائص الشخصيات الرئيسية وغير الرئيسية بصورة عامة في المسلسلات التلفازية، وذلك على المستويات العلمية، الاجتماعية، العملية، التربوية والاقتصادية؟

اعتمد الباحث في دراسته على التحليل الوصفي المقارن لأنه يستهدف الوصول إلى وصف كامل ودقيق لطبيعة القيم التي تتضمنها المسلسلات التلفازية من خلال تحليل مضمونها، ثم محاولة إجراء مقارنات بين جوانب متعددة فيها، وقد استخدم المنهج المسحي ليختار أسلوب تحليل المضمون كأداة منهجية. يتكون مجتمع البحث من أربعة مسلسلات تلفازية ذات طابع اجتماعي تعالج الموضوعات والمشاكل التي يعيشها الفرد أو الأسرة على وجه العموم، معتمدا على العينة العشوائية الطبقية لما تتمتع به من مميزات وقد توصل إلى نتائج أكدت جميعا ما تمت الإشارة إليه في مقدمته من أن الوظيفة الأساسية المنوطة بتلك المسلسلات تكاد أن تكون غائبة تماما عن الواقع الذي نعيشه اليوم، حيث أن هناك فجوة عميقة بين قيم الإسلام وآدابه

القويمة التي كان من المفترض أن تؤمن بها تلك المسلسلات وتحرص على ترسيخها في أذهان وقلوب المشاهدين، وبين ما تتضمنه هذه المسلسلات من قيم لا يمت كثير منها بصلة لا إلى عقيدتنا ولا إلى مبادئنا وقيمنا وأخلاقنا.

-تعقيب:

يختلف موضوع هذه الدراسة عن البحث الحالي من حيث نوع المضمون الإعلامي (مسلسلات وبرامج تلفزيون الواقع)، إلا أن الدراستين تتفقان على محور القيم كمتغير محوري للتحليل، وقد استفادت منها الدراسة الحالية من الناحية المنهجية، تحديدا من استخدام تحليل المضمون كأداة علمية للكشف عن طبيعة القيم في المحتوى الإعلامي، مع تكييفه مع برامج تلفزيون الواقع الأكثر تفاعلية ومباشرة من المسلسلات.

-دراسة عاهد محمود محمد مرتجى: عن **مدى ممارسة طلبة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية من وجهة نظر معلميهم في محافظة غزة،** وهي رسالة ماجستير مقدمة إلى قسم أصول التربية بكلية التربية في جامعة الأزهر كمتطلب تكميلي لنيل درجة الماجستير في أصول التربية سنة 2004.

تهدف الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

1- الكشف عن درجة ممارسة طلبة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية في محافظة غزة من وجهة نظر معلميهم.

2- الكشف عن أثر متغير الجنس (طلاب – طالبات) في درجة ممارسة طلبة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية من وجهة نظر معلميهم.

3- الكشف عن أثر متغير التخصص (علمي – أدبي) في درجة ممارسة طلبة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية من وجهة نظر معلميهم.

4- التعرف إلى الأساليب التي يستخدمها المعلمون والمعلمات لحث الطلبة وتشجيعهم على ممارسة القيم الأخلاقية.

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لمعرفة مدى ممارسة طلبة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية من وجهة نظر معلمي ومعلمات هذه المرحلة حيث يقوم الباحث باستخدام استبانة لتحقيق أهداف الدراسة، واختيار عينة عشوائية قوامها (290) فرد من معلمي ومعلمات هذه المرحلة ممن يعملون في المدارس الثانوية التابعة لوزارة التربية والتعليم العالي بمحافظة غزة من العام الدراسي2002-2003، وقد تم اختيارها بالطريقة العشوائية البسيطة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

-أن النسب المئوية لممارسة طلبة المرحلة الثانوية لإحدى وخمسين من القيم الأخلاقية تراوحت ما بين (60.34% و82.34%)، وقيمتين خلقيتين نسبتهما المئوية دون ذلك.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى ممارسة طلبة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية فيما يخص متغير الجنس لصالح الطالبات.

-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى ممارسة طلبة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية فيما يخص متغير التخصص علمي/أدبي.

-من أكثر الأساليب التربوية شيوعا لدى معلمي المرحلة الثانوية لحث الطلبة وتشجيعهم على ممارسة القيم الأخلاقية على الترتيب: التربية بالقدوة، الترغيب والترهيب، الموعظة والنصح، الممارسة العملية.

-تعقيب:

على الرغم من اختلاف نطاق الدراسة السابقة المتمثل في التعليم المدرسي، عن نطاق الدراسة الحالية المتخصص في الإعلام وتلفزيون الواقع، إلا أنهما تتفقان على متغير القيم الأخلاقية كنقطة محورية للتحليل. وقد استفادت الباحثة من هذه الدراسة على المستوى المفاهيمي، إذ ساهمت في فهم أعمق لمستويات ممارسة القيم الأخلاقية وأساليب غرسها، وبالتالي دعم تفسير النتائج المتوقعة عند تحليل جدلية القيم الأخلاقية في برامج تلفزيون الواقع.

-دراسة أحمد فاروق أحمد حسن: تحليل سوسيولوجي لأزمة القيم الأخلاقية بين الشباب المصري، وهي دراسة تم نشرها في مجلة كلية الآداب بقنا (دورية علمية أكاديمية محكمة)، العدد 26، بجامعة المنيا بمصر سنة 2009. تحاول هذه الدراسة أن تتعرف على أهم مظاهر أزمة القيم الأخلاقية بين الشباب، وأهم العوامل الداخلية، الاقتصادية، الاجتماعية، والسياسية التي أدت إلى حدوث أزمة القيم الأخلاقية بين الشباب المصري وكذلك تحاول كشف أهم العوامل الخارجية المتمثلة في آليات العولمة التي ساعدت على حدوث هذه الأزمة وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، حيث قام الباحث بعمل مسح شامل لثلاث فئات من الشباب (الجامعيين، العمال والموظفين) في المرحلة العمرية من 18 إلى 25 سنة، إضافة إلى المنهج المقارن للمقارنة بين ثلاث فئات من الشباب في متغيرات الدراسة المختلفة العوامل (اقتصادية، سياسية واجتماعية)، والعوامل الخارجية المتمثلة في آليات العولمة وذلك للتعرف على العوامل التي أدت إلى حدوث أزمة القيم الأخلاقية بين الشباب المصري. وظف الباحث أداة الاستبيان وتم توبع الاستمارة على مائة مبحوث وهي عينة الدراسة الأساسية من مجموع 450 مبحوثا من فئات الشباب الثلاث، وتوصلت الدراسة إلى أن

أفراد العينة يشعرون بوجود أزمة قيم أخلاقية في المجتمع المصري، ومن بين مظاهرها: الفساد بمختلف أشكاله الكسب السريع، اللجوء إلى سلوكيات منحرفة كالجريمة والعنف، عدم الالتزام بالقانون، الزواج العرفي، الهجرة غير الشرعية بنسب عالية ومتقاربة، وأوضحت الدراسة أن المجتمع المصري يعاني من مشكل التفاوت الطبقي وهو في تزايد مستمر خاصة في السنوات الأخيرة، وكانت العوامل الاقتصادية من أكثر العوامل التي تسببت في هذه الأزمة، والعوامل الخارجية التي تتمثل في آليات العولمة كسوء استعمال الانترنت، مشاهدة القنوات الفضائية، وسوء استعمال الهاتف.

-تعقيب:

تركز الدراسة السابقة على الجانب الاجتماعي العام لأزمة القيم في المجتمع المصري، بينما تركز الدراسة الحالية على جدلية القيم الأخلاقية في برامج تلفزيون الواقع، إلا أن هناك تداخلا واضحا بين المتغيرين فيما يتعلق بالقيم الأخلاقية. استفادت الباحثة في الدراسة الحالية من هذه الدراسة لتسليط الضوء على البعد الاجتماعي والثقافي لأزمة القيم وفهم الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام (بما في ذلك تلفزيون الواقع) كأحد العوامل الخارجية المؤثرة في منظومة القيم لدى الشباب، مما يثري التفسير النظري للبحث الحالي.

-دراسة نعيم فيصل المصري: أثر المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني، وهي دراسة تم نشرها بمجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية -فلسطين- في عددها الثاني سنة 2013، هدفها كشف أثر المسلسلات المدبلجة المعروضة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني، ومعرفة مدى وعيهم بخطورتها على القيم وإدراك مدى قدرتهم على التمييز بين السلوكيات الإيجابية والسلبية التي تقدم وتعرض في القنوات الفضائية العربي، واقتراح الحلول والتوصيات لمعالجة هذه الظاهرة. وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، حيث استخدم الباحث منهج المسح والاستبيان الإلكتروني أداة لجمع البيانات على عينة من طلبة الجامعات والكليات الفلسطينية بلغت 123 مفردة، ومن أهم نتائج الدراسة أن مشاهدة المسلسلات المدبلجة لها تأثير سلبي على العديد من القيم المختلفة وخاصة القيم الدينية والروحية، مثل: الحياء، التقوى، الالتزام الديني، طاعة الوالدين، صلة الرحم الأمانة، الحلم، الوفاء بالعهد، الصدق، العطف والإحسان، كما أنها تقدم سلوكيات سلبية تنعكس على المشاهدين، كتضييع الوقت، الإعجاب بالنجوم، إهمال الفرائض الدينية، المبالغة في حب المال، التدخين الخيانة، عدم الاهتمام بالدراسة، العنف، الإسراف، التبذير والكذب، وأن العلاقات العاطفية من أبرز الموضوعات التي تتناولها المسلسلات المدبلجة، وحرص المبحوثين على متابعة مشاهد العنف والانتقام بما يؤثر

سلباً على التعامل مع الآخرين والمجتمع بشكل عام، وأن أكثر القنوات الفضائية التي تقدم المسلسلات المدبلجة ويشاهدها المبحوثين جاءت على التوالي: احتلت المرتبة الأولى في المشاهدة قناة MBC4، يليها CBC2، ثم بانوراما دراما، يليها MBC دراما، يتبعها MBC1، ثم أبو ظبي دراما ، ثم أبو ظبي وأخيرا LBC، وكشفت الدراسة أن نسبة المبحوثين المشاهدين للمسلسلات المدبلجة على القنوات الفضائية قد بلغت 78%، كما بلغت نسبة من لا يشاهدونها% 22، وأن مشاهدة المسلسلات المدبلجة جاءت في وسط اهتمام المبحوثين، كما أوضحت الدراسة أن أسباب عدم مشاهدة المبحوثين الذين أجابوا بعدم مشاهدة المسلسلات المدبلجة ترجع إلى عرضها سلوكيات وقيم ومفاهيم لا تتفق مع الدين الإسلامي بنسبة% 37 ، وبأن أهدافها خيالية لا تتفق مع الواقع بنسبة 32%، وعدم وجود وقت بنسبة 12%

-تعقيب:

تعالج الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية متغير القيم الأخلاقية، كما أنهما تشتركان في المنهج الوصفي نفسه وإن اختلفت أدوات جمع البيانات، وقد اعتمدت الدراسة السابقة على استبيان إلكتروني، بينما اعتمدت الدراسة الحالية على تحليل المضمون. ورغم أن موضوعها يركز على المسلسلات المدبلجة على القنوات الفضائية العربية، في حين ركزت الدراسة الحالية على برامج تلفزيون الواقع، إلا أن كليهما يسعى إلى تسليط الضوء على تأثير محتوى القنوات الفضائية على منظومة القيم لدى الشباب وبالتالي، تسهم هذه الدراسة في التوجه البحثي الحالي من خلال إثبات أن وسائل الإعلام بمختلف أشكالها تؤثر بفعالية على القيم الأخلاقية.

-الدراسات المحلية:

- دراسة السعيد بومعيزة: وهي أطروحة دكتوراه دولة بجامعة الجزائر -3- لسنة 2006، تناولت **أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب،** وقد ركزت مشكلة البحث حول مدى ارتباط الشباب الجزائري بالقيم وتأثرهم بالقيم الاستحداثاتية الوافدة عن طريق وسائل الإعلام، فهل حافظوا على قيمهم الأصلية؟ هل تخلو عنها؟ هل تبنوا بعض الأفكار الاستحداثاتية والسلوكيات التي أبعدتهم عن القيم أو حققت لهم بعض الغايات النفعية وفقا لبعض أشكال الاستجابة والتفاعل؟ تندرج هذه الدراسة في محاولة معرفة أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري، من خلال القيام بتوزيع استمارة على عينة من الشباب بمنطقة البليدة، وتأخذ هذه الدراسة القيم والسلوكيات كمتغير تابع ووسائل الإعلام كمتغير مستقل. وتحاول عن طريق مقترب وصفي تحليلي أن تفصل المتغيرات الرئيسة التي تؤثر على المتغير التابع، وتبحث في

العلاقة فيما بين المتغيرات ودلالاتها بالنسبة لإشكالية الدراسة وفرضياتها. وتنقسم فرضيات الدراسة إلى أربعة محاور، وهي: محور عادات استعمال وسائل الإعلام، محور يتعلق بالمضامين التي تنال اهتمام الشباب، وأكثر محور يتناول العلاقة بين استعمال وسائل الإعلام والارتباط بالقيم، ومحور يخص العلاقة بين استعمال وسائل الإعلام والقدرة على تجاوز بعض السلوكيات السلبية.

وللإجابة على هذه الفرضيات استخدم الباحث المنهج المسحي التحليلي معتمدا على عينة من النوع غير الاحتمالي بلغت 450 مفردة وزعت على كل من البليدة (160 مفردة)، أولاد يعيش (70 مفردة) بوفاريك (70 مفردة)، الصومعة (30 مفردة)، موزاية (50 مفردة)، الشفة (30 مفردة)، بني مراد (40 مفردة). تشتمل الاستمارة على أربعة محاور: محور استعمال وسائل الإعلام، محور القيم، محور السلوكيات محور البيانات الشخصية. وكل محور يشتمل على جملة من الأسئلة. وفي الأخير توصل إلى نتائج كانت من أهمها: – أن الشباب عكس ما هو شائع في بعض الخطابات يُنمون عن وعي بتوجهاتهم القيمية أثناء التفاعل مع وسائل الإعلام ولا يمكن اعتبارهم سلبيين، وبالتالي تؤكد نتائج هذه الدراسة ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة، وما استنتجه الباحث أيضا أن نتائج هذه الدراسة محدودة ولا تقدم صورة متكاملة عن الظاهرة، وهذا بسبب التقنية المستعملة في البحث استمارة استبيان ومقابلة باعتبارهما غير كافيتين، فهو يستحسن تطبيق منهجية مقترب التلقي وتقنياته كميا وكيفيا، أي التركيز على العائلة والجماعة الأولية وما يدور فيها من نقاشات أثناء مشاهدة برنامج تلفزيوني مثلا، وهذا عن طريق الملاحظة المباشرة والمقابلات المسجلة صوتا أو صورة، مع عدة أطراف كالأولياء والشباب والمعلمين والأقران مما يؤدي إلى نتائج متقاطعة ذات دلالات عميقة، وما يلاحظ أن الباحث شخصيا انتقد ما حوته هذه الدراسة من نقص مشيرا إلى ذلك من خلال الملاحظات التي تلت نتائج الدراسة.

–تعقيب:

تتداخل الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية بتناولها لمتغير القيم، وهو أحد المتغيرات الرئيسية في الدراسة الحالية، كما أنها تعتمد على منهجية المسح نفسها. وقد استفادت الباحثة من المنهج المستخدم في هذه الدراسة والنتائج المتعلقة بالمتغير المشترك، مما يثري الإطار النظري ويعزز الجانب المنهجي للدراسة الحالية.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

أظهرت مراجعة الدراسات السابقة أن الباحثة تمكنت من الاستفادة منها على عدة مستويات، إذ ساعدتها في تحديد المنهج المناسب للدراسة (تحليل المضمون الكمي والكيفي ضمن إطار دراسة الحالة)، كما

استفادت من بعض الفئات التحليلية الواردة في بحوث مماثلة مع تكييفها لتلائم خصوصية البرنامج محل التحليل، إضافة إلى الاستئناس بالمعالجات النظرية لمفهوم القيم الأخلاقية وأثر وسائل الإعلام على تشكيل الهوية والسلوك الاجتماعي.

غير أنّ هذه الدراسات لم تخلُ من حدود كشفت عن فجوة بحثية، يمكن تلخيصها فيما يلي:

-تركيز أغلبها على برامج واقع مستوردة (مثل ستار أكاديمي) أو غربية، مع ندرة تناول البرامج المحلية المنتَجة في البيئة العربية والجزائرية خصوصا.

-انصباب معظمها على دراسة الجمهور عبر الاستبيانات والمسوحات، مع غياب دراسات تحليل مضمون معمقة للبرامج ذات الطابع المحلي.

-معالجة بعض الدراسات للقيم في سياقات اجتماعية وتربوية عامة دون ربطها مباشرة ببرامج الواقع.

-قلة الدمج بين البعد القيمي/الأخلاقي، والبعد الفني/الإخراجي في تحليل هذا النوع من البرامج.

وعليه، تأتي هذه الأطروحة لتسد هذه الفجوة من خلال **تحليل جدلية القيم الأخلاقية في برنامج واقعي محلي جزائري "الوزن الرابح" على قناة samira tv**، معتمدة على الحصر الشامل لجميع حلقاته، بما يوفر مقاربة تكاملية بين الجانب الفني والبعد القيمي في آن واحد.

9-تحديد مصطلحات الدراسة :

9- 1- جدلية:

-لغة: اسم مؤنَّث منسوب إلى جدَلَ (معجم المعاني).

الجَدَلُ: اللَّدَدُ في الخُصومةِ والقُدرةُ عليها، والجَدَلُ: مُقابلةُ الحُجَّةِ بالحُجَّةِ، والمجادَلةُ: المناظَرةُ والمخاصَمةُ والجِدالُ: الخُصومةُ، سُمِّي بذلك لشِدَّتِه (الخميس، 2023).

جادله مجادلة وجدالا: ناقشه وخاصمه، وفي القرآن الكريم "وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَن" (العنكبوت: الآية 46) (شبايك، 2010).

-اصطلاحا:

قال "الراغب الأصفهاني": الجدال تفاوض يُجرى على نمط المواجهة والتنافس، وقال "الجرجاني": الجدال دحضُ حجة الخصم بتقديم دليل أو مظهر صدق، أو تصحيح قول المرء.

وقال أيضا: الجدال نوع من أنواع المجادلة يهدف إلى إثبات المذاهب وترسيخها. والمجادلة شبيهة بالجدال (النجدي، 2016).

أصل الكلمة هو فنّ الحجة، وهو منهج للبحث المنطقي يقوم على صياغة الأسئلة والإجابة عليها. طوّر الفيلسوف المثالي الألماني هيغل هذا المفهوم في القرن التاسع عشر كمنهج لفهم العمليات الطبيعية والتاريخية. حيث يرى أن كل شيء يخضع لعملية جدلية تبدأ بقضية ثم نقيضها، وأخيرا النتيجة. كذلك، كل شيء يحمل في ذاته نقيضه، وينتج عن الصراع بينهما الحصيلة، وهي من أسس النظرية الماركسية (معجم المعاني).

–التعريف الإجرائي: يقصد بالجدلية في الدراسة: ذلك التفاعل المتناقض بين القيم والسلوكيات التي تقدمها برامج تلفزيون الواقع، بحيث يظهر هذا التفاعل في صورة آثار إيجابية (مثل تحسين التعاون، الطموح والصبر) أو آثار سلبية (مثل الضغط النفسي، التسليع الجسدي، وتجاهل القيم الدينية والاجتماعية).

والجدلية هنا هي محاولة البرنامج فرض نظام قيمي جديد أو إعادة صياغة القيم الأخلاقية لدى المشاهدين.

9– 2– قيم:

–لغة: تقدم القواميس اللغوية مجموعة من المعاني لكلمة "قيمة"، وجمعها "قيم". وتشير الأصول اللغوية إلى أن كلمة "قيمة" مشتقة من فعل "قَوَمَ" (الكناني م.، 2012، صفحة 27)، وهذا يعني كما ذكر ابن منظور في لسان العرب: ثمن الشيء بحسب قيمته. فيقال: كم قامت ناقتك؟، أي كم بلغت؟ (الدليمي، 2013، صفحة 74).

–اصطلاحا: القيم من القضايا التي تختلف حولها آراء العديد من الباحثين، وتختلف تعريفاتها بين المتخصصين نظرا لعمقها المعرفي والثقافي، متأثرة بمعتقدات وثقافة الفرد والمجتمع. عند الحديث عن القيم، ينطلق المرء من سياقه الديني والثقافي، ويرتبط تصوره لها بما يلمسه ويشاهده في المجتمع الذي ينتمي إليه، من حيث سلم القيم وأهميتها ودرجة التزامها. ويُعتبر الدين والثقافة والواقع مصادر ومبادئ تحكم تفاعلنا مع مسألة القيم ونظرتنا إليها (البقمي، 2008، صفحة 29)، ويمكن القول إذن أن هناك وجهات نظر متعددة، شارك فيها الفلاسفة، التربويون، علماء الاجتماع والسياسة، وكانت النتيجة كما هائلا من المعرفة والفلسفة والنظريات فضلا عن الاختلافات حول القيم وطبيعتها بين مضيف لدلالتها أو موسع لها.

والقيم أيضا هي الحكم الذي يصدره الشخص عن شيء ما، مسترشدا بمجموعة من المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه، والتي تحدد ما هو مرغوب فيه من السلوك، وما هو مرغوب عنه (القيداني، 2014، صفحة 63).

9- 3- أخلاق:

-لغة: أخلاق هي جمع كلمة خلق، وتشير إلى مجال معرفي محدد. وتُقابلها في اللغات الأوروبية كلمات مثل: morale في الفرنسية، moral في الإنجليزية، moral في الألمانية، morale في الإيطالية وغيرها. هذه الكلمات مشتقة من الكلمة اللاتينية mores، وهي جمع mos، والتي تُقابل الكلمة اليونانية ethica. ومن صيغة الجمع هذه اشتُقت الصفة، ومن هذه الصفات اشتُق الاسم الأخير للأخلاق: ethica في اللاتينية وéthique في الفرنسية، وباللغة الإنجليزية ethics (شلبي و قاسم، 2010، صفحة 11).

كلمة خُلق، التي يُنطق أول حرف منها بالضمة، هو الدين والطبع والسجية، وحقيقته أنه الصورة الباطنة للإنسان أي نفسه ومعانيها الخاصة، كما أن الخلق هو الصورة الظاهرة وأوصافها ومعانيها ولكل منهما أوصاف حسنة وقبيحة، فالثواب والعقاب مرتبطان بالنفس الباطنة أكثر من ارتباطهما بالنفس الظاهرة (الشايط، 2021، صفحة 429).

تُعرف موسوعة فيليبس الأخلاق بأنها: "دراسة العمل الإنساني الطوعي فرديا كان أم جماعيا، من منظور أخلاقي". وفي قاموس أكسفورد للكتاب والمحررين، يشير مصطلح الأخلاق إلى "دراسة علم الأدب" (قبات، 2022، صفحة 18).

-اصطلاحا: يشير "مورتون" إلى أن الأخلاق هي عبارة عن تصنيف الشيء من حيث الصواب والخطأ وفقا لمدى تمتع البشر بالأخلاق الكاملة (قبات، 2022، صفحة 18).

يُعرف "الإمام الغزالي" الأخلاق بأنها تكييف النفس وتهذيبها وفقا لأحكام الشريعة، ويربطها ارتباطا وثيقا بالدين، لأنه يعتقد أن هدف الأخلاق هو تحقيق الخلاص في الآخرة والكمال الروحي من خلال الالتزام بتعاليم الشريعة والأنبياء (عليوي، 2016).

ويُعرفها من جهة أخرى الدكتور "عزة عجان" على أنها أسلوب تفكير وسلوك الإنسان في المجتمع، وهذا السلوك قد يكون إيجابيا وقد يكون سلبيا، أي أخلاقيا أو غير أخلاقي (عجان، 2006، صفحة 40) وفي هذا السياق يعتقد عبد العزيز أحمد من خلال مؤلفه "مبحث في نظريات الأخلاق" أن السلوك أو

الأفعال هي المظهر الخارجي للشخصية ودليلها العملي، فعلى سبيل المثال، تتجلى الشخصية الكريمة من خلال تكرار أعمال الكرم في مواقف مماثلة (عليوي، 2016).

قد تكون الأخلاق سمة فردية أو جماعية، وتُستخدم في سياقات مختلفة. ففي حال الفرد نتحدث عن "أخلاق زيد" أو "أخلاق عمر"، بينما في حال الجماعة يقال "أخلاق العرب" أو "أخلاق الفرس".

أما الخلق العظيم، فهو عند العلماء مرتبط بالتوبة إلى الله تعالى. ويقال أيضا أن الخلق العظيم هو القدرة على الثبات على الرأي والسكينة في مواجهة المصاعب والتحديات، وتجنب الجدل والنزاعات مع الآخرين. فالنبي صلى الله عليه وسلم اجتمعت فيه مكارم الأخلاق وصالحها، ويدل عليه ما جاء عن أبي هريرة – رضي الله عنه – قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم):إِنَّمَا بُعِثْتُ لأُتَمِّمَ مَكَارِمَ الأَخْلاَقِ، وفي رواية: صَالِحَ الأَخْلاَقِ، بل لم يُذكر خلق محمود إلا وكان للنبي صلى الله عليه وسلم منه الحظ الأوفر (الدوسري، 2019).

9– 4– القيم الأخلاقية :

–اصطلاحا: القيم الأخلاقية هي تلك التي تميز أخلاق المسلم وشخصيته وسماته. وقد حدد الإسلام السمات التي تسهم في بناء القيم الأخلاقية للإنسان، وهي ثمرة الإيمان، وتتجلى في التعاملات الإنسانية. تنقسم هذه الفئات إلى قسمين:

أ. الصفات الحميدة التي دعا إليها الإسلام، كالتسامح، الكرم، الصبر، الرحمة والتواضع.

ب. الصفات المذمومة التي حرمها الإسلام لأنها لا تعكس قيمه الإسلامية، كالغش، الخداع، الكذب، الجبن والكِبر. للأخلاق مكانة مرموقة في الإسلام فهي التي تدل على حسن الإيمان. قال النبي صلى الله عليه وسلم: "ما من شيء في الميزان أثقل من حسن الخلق"، فالأخلاق مرتبطة بأفعال الإنسان وعلاقاته بالآخرين فإن لم تنعكس في سلوكه فهي مجرد مبادئ أخلاقية نظرية لا قيمة لها، بعيدة كل البعد عن الأخلاق التي دعا إليها النبي صلى الله عليه وسلم (شومان، 1993، صفحة 18).

إن فحص التعريف اللغوي للقيم يكشف أن القيم الأخلاقية مبنية على مبادئ وفضائل إيجابية يكتسبها الفرد ويجسدها في سلوكه وضميره، والتي يحكم بها على الآخرين. في مجتمع تسود فيه القيم الفاضلة والشخصية الحسنة، يمكن أن يتأثر الفرد بقيم أخرى غير تلك التي نشأ عليها، وذلك بسبب تفاعلاته واتصالاته مع الآخرين من خلال الصداقة والتجمعات الاجتماعية ووسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي، خاصة وأن هذه القيم تختلف باختلاف المجتمعات والثقافات. لكن في الإسلام، يتميز هذا المبدأ بإيجابيته وثباته ودوامه

وبوجوده في ضمير المسلم، كدين ومنهج أخلاقي يجب عليه الالتزام به وتطبيقه في سلوكه وحياته، لينال رضا ربه، ويعيش في سلام في مجتمعه (المصباحي، 2023، صفحة 446).

–التعريف الإجرائي: القيم الأخلاقية هي مجموعة المبادئ السلوكية التي أوجبها الإسلام، والمستمدة من نصوص القرآن الكريم وأحاديث النبي صلى الله عليه وسلم، والتي توجه سلوك الفرد نحو الخير، وتنظم علاقاته بالآخرين بما يرُضي الله، ويتم التعرف عليها وقياسها بحثيا من خلال المظاهر السلوكية والقيمية التي تظهر في برامج تلفزيون الواقع سواء كانت سلبية، مثل: الأنانية، العنف اللفظي، الكذب، التنمر، الاختلاط غير المنضبط والتبرج، أو إيجابية، مثل: العدل، الصدق، الاحترام، التعاون، المثابرة، الانضباط والحياء، وكذلك من خلال انعكاسها على تصرفات وتفاعلات الأفراد في حياتهم اليومية.

9– 5–تلفزيون الواقع :

–لغة: تتألف كلمة تلفزيون من مقطعين: Télé من اليونانية وتعني "النقل عن بعد"، و Vision من اللاتينية وتعني "الرؤية"، وبذلك فإن التلفزيون يعني "الرؤية عن بعد"، استعملت هذه الكلمة لأول مرة سنة 1900م (شعباني، 2012، صفحة 114).

أما مفهوم الواقع يقابله في اللغة الإنجليزية Reality، والفرنسية Réalité، ويعودان من حيث اشتقاقهما إلى الكلمة اللاتينية Realis، وهي تشير عموما إلى ما ينطبق على الأشياء، كما أن كلمة واقعي تعني كلمة شيء في الأصل اليوناني كما أشار الكاتب هايزنبرغ Werner Karl Heisenberg (جندي، 2021، صفحة 18).

جاء في المعجم الفلسفي بالألفاظ العربية، الفرنسية، الإنجليزية واللاتينية: أن مفهوم الواقع هو ما يدل على: الواقع الحاصل. والواقعي هو المنسوب إلى الواقع، ويرادفه الوجودي، الحقيقي، والفعلي، ويقابله الخيالي والوهمي (صليبا، 1994، صفحة 1264). وعليه فإن **"تلفزيون الواقع"** لغة هو: الرؤية عن بعد لما يحدث فعلا في الحياة الواقعية.

–اصطلاحا: تلفزيون الواقع هو نوع من البرامج التلفزيونية التي تقدم واقعا فنيا لمجموعة من الأفراد، سواء كانوا مشاهير أم مواطنين عاديين من خلال متابعتهم في حياتهم اليومية، أو عزلهم في مكان مصمم خصيصا تحت مراقبة الكاميرات على مدار اليوم. يتضمن البرنامج مسابقات وجلسات تدريبية وفعاليات يومية بسيطة ويهدف إلى الترفيه، التثقيف، التأثير الفكري والربح المادي (مكي و الياسري، 2022، صفحة 317).

-التعريف الإجرائي: المقصود من مصطلح تلفزيون الواقع في هذه الدراسة: مجموعة البرامج التي تبثها القنوات الفضائية العربية، والتي تعرض حياة وسلوكيات المشتركين فيها في سياقات تبدو واقعية، ويتم تحليل محتواها القيمي (الإيجابي والسلبي) للكشف عن تأثيرها المحتمل على المنظومة الأخلاقية للمشاهدين.

الجانب النظري

الفصل الأول: المرجعيات والمقومات التربوية للقيم الأخلاقية وتجلياتها:

تمهيد

المبحث الأول: الأخلاق بين الفكر الإسلامي والفكر المعاصر

المطلب الأول: القيم الأخلاقية في الإسلام.

المطلب الثاني: القيم الأخلاقية في الفكر المعاصر.

المطلب الثالث: الثابت والمتغير في القيم الأخلاقية بين التصور الإسلامي والفلسفي.

المبحث الثاني: مقومات القيم الأخلاقية ومرتكزاتها الأساسية

المطلب الأول: مصادر القيم الأخلاقية.

المطلب الثاني: خصائص القيم الأخلاقية.

المطلب الثالث: وظائف القيم الأخلاقية وأهميتها في حياة الفرد والمجتمع.

المبحث الثالث: مسؤولية غرس القيم الأخلاقية وأساليب تنميتها لدى الشباب

المطلب الأول: إسهام المؤسسات التربوية في غرس القيم الأخلاقية لدى الشباب.

المطلب الثاني: أساليب تنمية القيم الأخلاقية لدى الشباب.

خلاصة

تمهيد:

القيم الأخلاقية هي ركيزة أساسية في تنمية الفرد والمجتمع، فهي تُمثل الإطار الموجّه للسلوك الإنساني وتُحدد مسار التفاعلات الاجتماعية القائمة على الاحترام والمسؤولية والتعاون. وتحتل مسألة الأخلاق مكانة محورية في الفكر الإنساني عموما، والفكر الإسلامي تحديدا، لما لها من أثر مباشر في تزكية النفس وإصلاح المجتمع، وتحقيق التوازن. ومن منظور إسلامي، لا تقتصر الأخلاق على السلوكيات الفردية أو الاجتماعية بل تُشكل منظومة شاملة مستمدة من الوحي الإلهي، تهدف إلى تحقيق المثل الإنسانية النبيلة في العدل والإحسان والرحمة.

في المقابل، يتزايد تركيز الفكر المعاصر على الأخلاق من منظور إنساني ووضعي، مؤكدا على البعد القيمي في الحياة البشرية باعتباره أساسا للكرامة والحرية والمسؤولية الاجتماعية. ورغم اختلاف المرجعيات بين الفكر الإسلامي والفكر المعاصر، إلا أنهما يتفقان على ضرورة بناء منظومة أخلاقية تُسهم في التعايش والسلام والتنمية المستدامة.

ترتكز القيم الأخلاقية على مجموعة من المقومات الأساسية، أهمها: الإيمان، الضمير الحي، العقل الواعي والبيئة التربوية السليمة، باعتبارها الدعائم التي يقوم عليها السلوك الأخلاقي السليم، وتُسهم في غرس الاتجاهات الإيجابية لدى الأفراد منذ الصغر.

من هذا المنطلق، تقع على عاتق المؤسسات التربوية والدينية والاجتماعية مسؤولية غرس القيم الأخلاقية وتنميتها لدى الشباب، باعتبارهم القوة الفاعلة لبناء المستقبل والحفاظ على الهوية الوطنية. وهذا يستلزم اعتماد أساليب تعليمية حديثة تجمع بين القدوة والتوجيه وتشجيع الحوار والانفتاح من خلال استخدام وسائل الإعلام والتكنولوجيا التربوية لترسيخ هذه القيم في السلوكيات اليومية والوعي الجماعي.

لذا يتناول هذا الفصل دراسة المرجعيات التي ترتكز عليها القيم الأخلاقية، وتحليل مقوماتها التربوية وأسسها الفكرية، ثم استكشاف مظاهرها العملية في حياة الأفراد والمجتمعات، مع التأكيد على دور التربية في تنميتها لدى الناشئة والشباب في ظل التحولات المعاصرة.

المبحث الأول: الأخلاق بين الفكر الإسلامي والفكر المعاصر:

الأخلاق من أعمق المفاهيم التي شغلت الفكر الإنساني عبر العصور، فهي جوهر العلاقة بين الفرد ونفسه وبينه وبين مجتمعه، بل وبينه وبين الكون من حوله. وتحتل الأخلاق مكانة محورية في الفكر الإسلامي فهي جزء لا يتجزأ من المعتقدات والسلوكيات. ويربط الإسلام الإيمان بالأخلاق، جاعلا سمو الأخلاق من أهم مقاصد الرسالة النبوية. قال الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم: "إنّما بُعثت لأتمّم مكارم الأخلاق" وقال تعالى: "وإنّكَ لَعلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ" (القلم: 4).

في المقابل، شهد الفكر الفلسفي الغربي الحديث والمعاصر تحولات جوهرية في فهمه للأخلاق، منتقلا من المفاهيم الدينية والمطلقة إلى النظريات العقلانية والإنسانية، مثل الأخلاق الكانطية، النفعية، الوجودية والنسبية الأخلاقية. كما سعى الفلاسفة إلى إرساء أنظمة أخلاقية مستقلة عن المراجع الدينية، بالاعتماد على العقل، الحرية والتجربة الفردية.

ينبهر المسلمون بالحضارة الغربية التي تبدو مزدهرة، لكن دراسة فلسفتها الأخلاقية تكشف عن المخاطر التي تهدد العالم، لأن المعرفة دون رقابة أخلاقية لها آثار مدمرة أكثر من منافعها، وقد ظلت دائما القيم الأخلاقية للمسلمين ثابتة ولم تتغير أصولها، على العكس فإن المسلمون هم الذين تغيروا ليتماشوا مع التطورات الحاصلة في كل مرحلة، ورغبة منهم في اتباع كل خطوة يخطوها الغرب. ومن أهم الجوانب أن القوانين الوضعية حلت محل الشريعة الإسلامية، وأن العلوم الإسلامية في مجال التربية والتعليم انفصلت عن العلوم الأخرى. وأيضا في المجال الاقتصادي أصبح الربا ومعاملاته أمرا شائعا وسُنت القوانين التي تجيزه علانية، إلى جانب مظاهر أخرى كالغش والخداع، مما أدى إلى انعدام الثقة بين الناس، والاستهانة بالعهود، وصلات الأرحام وسوء العلاقات بين أفراد المجتمع الإسلامي. بينما الحضارة الغربية تتغير قيمها الأخلاقية وسلوكياتها كلما انتقلت من مرحلة إلى أخرى كانتقالها من النفعية إلى الوضعية العلمية، ثم إلى الماركسية والوجودية، ثم إلى المثالية، وهذا يعود إلى كون مصادرها الأخلاقية ليست ثابتة (موقاري، 2019، صفحة 494).

المطلب الأول: القيم الأخلاقية في الإسلام:

الإسلام نظام شامل يُجسد الأخلاق، ويتضمن قيما إنسانية راسخة لا يزدهر المجتمع من دونها. ومن أهم هذه القيم: العدل، الإحسان، الإخاء، المساواة، العفو، الرحمة، الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر الاستقامة، الصبر وضبط النفس. فالإسلام إذن جزء من التنظيم الأخلاقي للحياة الإنسانية على المستوى الروحي لأنه يأخذ بعين الاعتبار احتياجات النفس ومتطلباتها، وعلى المستوى المادي لأنه يأخذ بعين الاعتبار

الطبيعة التي يعيش فيها هذا الإنسان، وعليه فإن مفهوم الأخلاق في رؤية الإسلام هو مجموعة من القواعد التي تنظم سلوك الإنسان، والتي حددها الوحي لتنظيم حياته وتحديد علاقاته بالآخرين بما يحقق غاية وجوده في هذه الدنيا على أكمل وجه، لأن الأخلاق نظام عمل من أجل حياة طيبة، وأسلوب تعامل الإنسان مع الآخرين وفق الأهداف التي وضعها الخالق لحياته، لقوله تعالى: "فَمَنْ يَعْمَل مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَه" (الزلزلة: 7) وقوله تعالى: "إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وعَمِلُوا الصَّالِحاتِ أُولَئِكَ هُم خَيْرُ البَرِيَةِ" (البينة:7).

وهكذا نرى أن قيمة العمل الأخلاقي في الإسلام تتجلى بصورة متكاملة عندما تنضم النية إلى العمل وتقترن صورة العمل مع الذات الفاعلة، أي أن أخلاق الإنسان وأفعاله تنسجم مع إيمانه، وعليه لابد من حسن العمل مع حسن النية والإرادة والغاية، لقوله تعالى: "وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ" (البقرة: 233).

ومن هنا يمكن القول بأن الأخلاق الإسلامية أخلاق متميزة، لأن معيارها هو ابتغاء وجه الله ونيل مرضاته، وهذا ما يدفع الإنسان إلى أداء واجبه على أكمل وجه. والأخلاق موجهة بالدرجة الأولى إلى أصحاب البصيرة النافذة والعقل الواعي (شكري، 2008، الصفحات 114-115).

أرسل الله تعالى نبيه صلى الله عليه وسلم ليُتمم مكارم الأخلاق، ولذلك وضع الإسلام قواعد أخلاقية شاملة تفضي إلى الفضائل، فكانت رسالاته رحمة للعالمين. وقد حدد الإسلام قيما أخلاقية راسخة وفضائل نبيلة يجب على كل فرد وجماعة ومجتمع الالتزام بها. وبعد تحديد هذه القيم الأخلاقية الدقيقة، يقع على عاتق المفكرين والمصلحين السعي لشرحها وتفصيلها، ودعوة الناس إلى الالتزام بما شرعه الله تعالى لعباده وما جاء في سيرة النبي الكريم. وقد أظهرت الحضارة الإسلامية منذ بداياتها وما بعدها، تمسكها بالأخلاق والقيم والمبادئ النبيلة. ولذلك، يمتلك الدين الإسلامي حلولا فعالة للمشكلات الأخلاقية الفردية والجماعية والعالمية (موقاري، 2019، صفحة 495).

يقوم المثل الأخلاقي في الإسلام على التزام الفرد بالسعي إلى التزكية والصلاح الأخلاقي. وقد أنزل الله تعالى كتابه الكريم على خاتم الأنبياء، فبين في سنته الشريفة أحكام هذا الكتاب كاملة. ولذلك يُشكل القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة المنهج الذي ينبغي على الفرد اتباعه والاقتداء به لبلوغ الكمال الأخلاقي في الدنيا والآخرة.

من المهم أن نعلم من منظور أخلاقي إسلامي أن الله تعالى ترك للإنسان حرية اختيار نماذج السلوك الأخلاقي التي تناسبه، والتي سيُحاسب عليها في الآخرة، وجاء الهدي النبوي مُرشدا يهدي من اتبعه إلى

أسمى السبل، دون إجبار أو إكراه حتى لا يُبطل الثواب، وهذا خيط أخلاقي دقيق لا يُدركه إلا الضمير ولذلك فإن الأخلاق الإسلامية تقوم أيضا على (شكري، 2008، صفحة 116) النوايا الحسنة والبصيرة المستنيرة، والعمل والفعل، سعيا إلى تحقيق المثل الأعلى الذي ذكره الله تعالى: "وَلِلَّهِ المَثَلُ الأَعْلَى وَهُوَ العَزِيزُ الحَكِيم" (النحل:60).

وهكذا نرى أن القرآن والسنة هما معيار العمل في الإسلام، فهما المصدران الصافيان لكل فكر وسلوك إسلامي. وترتبط المثل الأخلاقية العليا بسلوك الإنسان في الدنيا، بينما يرتبط العمل بالجزاء في الآخرة. فلا أحد يحمل وزر أحد، فلا ينبغي الاعتماد على الآخرين أو الكسل في العمل.

الأخلاق الإسلامية الحقة تدفعنا إلى اعتبار رسول الله صلى الله عليه وسلم قدوة في الأخلاق والسلوك والحياة العملية، فقد وصفه الله تعالى: "وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ"(القلم: 4)، وقد أصابت عائشة رضي الله عنها عندما سُئلت عن شخصية الرسول صلى الله عليه وسلم، فقالت: "كان خُلقه القرآن". وهذا يعني أن صفات الكمال التي وصفها القرآن، والتي أخبر الله أنها موضع محبته وتقديره، قد تجلت في محمد صلى الله عليه وسلم على أكمل وجه. ولما كانت هذه الصفات موضع محبة الله، فإن التحلي بها شرط طبيعي لنيل رضوانه (شكري، 2008، صفحة 117). وأيضا ومن أخلاق أصحابه صلى الله عليه وسلم، قال أبو بكر رضي الله عنه ليزيد بن أبي سفيان رضي الله عنهما قبل انطلاقه لفتح الشام: "أوصيك بعشر: لا تقتل امرأة ولا طفلا، ولا شيخا كبيرا، ولا مُقعدا، ولا تقطع شجرة مثمرة، ولا تهدم عمرانا، ولا تقطع عروق شاة ولا بعير إلا لمأكل، ولا تحرق نخلا، ولا تغرقه، ولا تسرق، ولا تجبن". هذه هي النصائح التي تكشف عن الفجوة الأخلاقية بين ما فعله الفاتحون المسلمون، وما فعلته القوى الاستعمارية الغازية في العصر الحديث. ولذلك نفخر بها نحن المسلمين، وكل من يتبع هدي النبي الكريم وسنته لأنها من وحي إلهي، وهو الأسوة الكاملة في تحقيق السعادة البشرية.

إن الأخلاق من منظور إسلامي تتكون من مبادئ وقواعد تُنظم السلوك الإنساني. هذه المبادئ التي حددها الوحي تُنظم حياة الأفراد وتحدد علاقتهم بخالقهم وبالآخرين، بما يُحقّق غاية وجودهم على هذه الأرض على أكمل وجه. لنستنتج أن الدين، بأصليه القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، يشكل دعامة متينة يستمد منها المفكر المسلم أصالته الأخلاقية (موقاري، 2019، صفحة 496).

المطلب الثاني: القيم الأخلاقية في الفكر المعاصر:

رغم إنجازات ومساهمات الفلاسفة اليونانيين والمسلمين، استمر البحث في موضوع القيم الأخلاقية لدى الفلاسفة المعاصرين والمحدثين الذين أثروا في المفكرين العرب. وبعد أن كان المرجع الفلسفي قائما على العقل والدين أصبح اليوم يعتمد على العقل والتجربة. بينما هيمنت المرجعية العقلية على الفلسفة الفرنسية والألمانية وهيمنت المرجعية التجريبية على الفلسفة الإنجليزية، كان لهذا التغيير في المرجعية أثر بالغ على الفكر الفلسفي الأخلاقي. ولفهم مساهمات هذا الفكر، نعرض أهم نموذجين في الفلسفة الحديثة، أحدهما يمثل المرجعية التجريبية، والآخر المرجعية العقلانية.

- دافيد هيوم:

يعتبر ديفيد هيوم أحد ركائز المرجعية التجريبية. درس الحياة الأخلاقية للفرد من خلال استقصاء الإرادة والمشاعر والعواطف، ووجد أن مشاعر اللذة والألم تؤثر على السلوك البشري، ومن خلالها يميز بين الخير والشر (شكري، 2008، صفحة 167)، هذا يعني بالنسبة له أن مصدر الأخلاق هو العاطفة، وليس العقل، وأن الأحكام الأخلاقية لا تنبع من المنطق بل من العاطفة التي تُحدد ما إذا كان شيء ما جميلا أم حسنا، ثم يأتي العقل ليثبت ذلك، ومهمته ليست تقييم الأشياء بل ترتيب الحقائق ليقرر كيفية الوصول إلى ما تكشفه العاطفة على أنه جيد.

بنى هيوم نظريته الأخلاقية على التجربة، رافضا كل فكرة مفادها أن العقل قادر على التمييز بين الفضيلة والرذيلة، وأن الصفات الفاضلة للأفراد هي ما يفيدهم. وأكد هيوم أن جميع البشر يمتلكون عاطفة الإحسان أي الرغبة في الخير، وأن هذه العاطفة هي أساس الأحكام الأخلاقية. ورغم كل هذا، يمكن اعتبار هيوم هو الذي وضع الأسس الأولى للمذهب الأخلاقي النفعي الإنجليزي الذي طوره فيما بعد فلاسفة آخرون.

- إيمانويل كانط:

يُعد مشروع كانط الأخلاقي من أهم المشاريع الفلسفية الحديثة، إذ هيمنت فلسفته على الفكر الأخلاقي العربي والغربي على حد سواء، وقد أرسى قواعد أخلاقية أساسية في صورة وصايا مطلقة، إذ رأى أن الفعل الأخلاقي الحقيقي لا يتوقف على غاية محددة، بل هو فعل مطلق مستقل عن أي وسيلة أو هدف وإنما يربط بين الإرادة والقانون الكلي (موقاري، 2019، الصفحات 498-500)، وقد وضع قواعد للسلوك العملي الأخلاقي هي:

أ–قاعدة تعميم العمل: يقول فيها: ألا يعمل الإنسان إلا عملا يمكنه أن يريد جعله قانونا عاما. ويقصد بذلك أن الإنسان قبل أن يُقدم على أي عمل، يسأل نفسه: هل أقبل أن يفعل جميع الناس هذا الفعل نفسه دائما؟، إذا كان الجواب نعم فالفعل أخلاقي وإذا كان لا فهو غير أخلاقي.

ب–قاعدة الغائية: يقول فيها: ألا يفعل المرء إلا ما يعده صادرا عن وحي ضميره وحده، وليس من تشريع سلطة خارجية، أي أن الفعل الأخلاقي يجب أن ينبع من قناعة داخلية ووعي ذاتي بالواجب، بعيدا عن أي ضغط خارجي أو خوف من العقاب.

ج–قاعدة الحرية: يقول فيها: أن ينظر الإنسان دائما إلى الإنسانية على أنها غاية وليست وسيلة. ويعني أن كل فعل أخلاقي يجب أن يكون مبنيا على الاحترام المتبادل والموافقة الحرة، وألا يعامل الناس كأشياء يمكن استغلالها (شكري، 2008، الصفحات 148-150).

وُجهت عدة انتقادات لنظرية كانط، لا سيما فيما تعلق بمبدأ الواجب، التي فهم من خلالها ضرورة القيام بالفعل وفقا للقانون الأخلاقي، الذي عرفه بأنه القانون الذي يتصرف بموجبه الفاعل الأخلاقي أخلاقيا إذا كان العقل يتحكم في جميع ميوله. فكيف يمكن لنظرية أخلاقية أن تقصي الميول والعواطف البشرية، في حين أن التجربة تعلمنا أن السلوك النابع من الضمير غالبا ما يكون أنبل من السلوك النابع من العقل؟ (موقاري، 2019، صفحة 500).

لذا، يمكن القول أن السلوك الأخلاقي لمختلف الشعوب يرتكز إما على دين يُرسخه، أو على أيديولوجية تدعمه. هذا يعني أن أخلاقيات هذه الشعوب، وإن كانت مرتبطة بالسلوك العملي، لم تكن أخلاقا بالمعنى العلمي الذي يخضع لمبدأ النسبية في التعامل مع كل حالة بالقرار المناسب. بل كانت أخلاقا مبنية على قيم مطلقة للخير والشر، وهما قيمتان غير نسبيتين لأهل العالم القديم والوسيط على أية حال، لأن الأخلاق القديمة والوسيطة كانت مبنية على نظريات أخلاقية، أو على موقف محدد في فلسفة الأخلاق (شكري، 2008، صفحة 119).

المطلب الثالث: الثابت والمتغير في القيم الأخلاقية بين التصور الإسلامي والفلسفي:

من المعلوم أن قاعدة الأخلاق الأساسية في الإسلام أن الحق واحد والخير واحد، وأنهما لا يختلفان ولا يتعددان مع اختلاف الزمان والمكان. فالرسول صلى الله عليه وسلم هو الميزان الراجح الذي على أخلاقه وأقواله وأعماله تُوزن الأخلاق والأقوال والأعمال. فالأخلاق هي التي تُميز بين الحق والباطل والخير والشر وسيظل الخير هو الخير والشر هو الشر على اختلاف الأزمنة والبيئات، ولن يتحول يوما إلى عكسه. ولقد

دعانا الإسلام إلى أخلاقية الحياة وأقام الالتزام الأخلاقي في جميع الأعمال والتصرفات، وجعله جزءا من الدين. فالدين في الإسلام جامع بين العقيدة والشريعة والأخلاق وهي لا تنفصل ولا تتجزأ. نقول هذا لنكون في يقظة من المذاهب التي تقول بأن الأخلاق نسبية، لا ليست الأخلاق ولكنها التقاليد، إن الأخلاق من عند الله والتقاليد من صنع المجتمع نفسه، فالتقاليد متغيرة نعم، أما الأخلاق فلا، وقد يظن دعاة الفكر المادي أن الأخلاق كالدين نبعت من الأرض ولم تنزل من السماء ولذلك فهم يرونها متغيرة (الشوبكي، 2013، صفحة 29)، لكن ديننا الحق يعتبر الأخلاق ثابتة لا تتغير لأنها تنبع من مصادر عليا. وهي تشكل مجموعة من القيم التي تتجاوز الزمان والمكان والأشخاص والظروف يخضع لها الناس، لكنها لا تخضع لهم وإلا لما كانت القيم قيما. وهي تطمح إلى تنمية الإنسانية والارتقاء بها إلى أعلى مراتب الكمال الفكري والأخلاقي (النور، 2024، صفحة 28). ونحن كمسلمون نفرق بين الأخلاق والتقاليد، ونرى أن الأخلاق ثابتة كثبات القيم الأساسية وأن التقاليد متغيرة ويجب أن تتغير مع اختلاف العصور والهيئات. "والقاعدة أن هناك ثوابت وهناك متغيرات: والتطور والتغير والتحول إنما يشمل المتغيرات، أما الثوابت فشأنها شأن الأفلاك والمدارات التي تتحرك فيها الكواكب فهي ثابتة. ذلك في الإسلام أفلاك ثابتة وقيم لا يمكن أن تتغير ولكن ما في داخلها يتغير ويتحرك". فإن الأخلاق هي التي تُحدد مسار سلوك الإنسان، فتحكم على أفعاله بأنها خير أو شر. وفي مجتمعنا المسلم انتشرت الكثير من الآراء الفكرية الغريبة عن ثقافتنا ومعتقداتنا الإسلامية نتيجة للغزو الفكري، ومن هذه الأفكار أن يرى بعض الناس بأن الإنسان العاقل هو الذي ينتهي إلى نسبية الأخلاق والأديان، فإن ثقافة العولمة غزت كثيرا من عقول أبناء المسلمين وتعتمد أساسا على "فكرة النسبية" بمعنى نسبية الأخلاق، والقيم، والعقيدة. ويجب أن يكون واضحا في غاية الوضوح: أن المطلق مطلق ولكن الفهم البشري والتفسير البشري لأي جانب من جوانب المطلق هو فهم نسبي، فهل يمكن أن ينطبق هذا أيضا على الأخلاق؟، فقد تجد من يعتقد بأن الأخلاق نسبية وليس لها وجود في حياة البشر، وإنما هي انعكاس للأوضاع المادية والاقتصادية، وهي من صنع العقل الجماعي وأنها تتغير على الدوام وحسب الظروف. وإن من يدعون الحداثة في مجتمعنا المسلم، للأسف أصبحوا يسخرون من الأخلاق الإسلامية أيضا، بل جحدوا وجود الأخلاق تحت دعاوى نسبية الأخلاق، ومزاعم أنها من عوامل الكبت والتخلف ولذلك تبنوا الدعوة إلى الانحلال والفوضى الخلقية ومارسوا ذلك فعلا في سلوكهم واعترفوا به (الشوبكي، 2013، صفحة 30)، واستعاروا مذاهب وسلوكيات الغرب وسعوا في ترويجها قولا وعملا، يشمل ذلك: جعل الإباحية أساسا للتحرر السياسي والاجتماعي، والنظر إلى النساء على أنهن مجرد أجساد وأوعية للرغبات

الجنسية، والإشادة بالرذائل الأخلاقية والدعوة إليها وممارستها مع معاداة الأخلاق الحميدة وإدانتها، والدعوة إلى والإسهاب في وصف الأعضاء الجنسية والحشيش والمخدرات والكحول والدعارة (الغامدي، 2003). وإذا كانت الأخلاق حقا نسبية، فهل يمكن أن يأتي زمن يصبح فيه الصدق رذيلة، أو الشهامة شرا أو الشجاعة جبنا، أو تصير العفة فجورا؟ كلا. ومن الأمثلة على نسبية الأخلاق مثلا، مسألة الشواذ، فنحن المسلمين نُجرم ونُحرم ذلك، ولكن هناك في العالم من يُحل ذلك ويُسن التشريعات في أوروبا التي تجيز زواج الشواذ، وتبني الأطفال وحفظ حقوقهم في الميراث، وذهبت إلى ذلك كنائس غربية.

مما سبق نرى بأن الأخلاق عند الغرب نسبية، حيث يختلف مصدرها من مذهب لآخر، بل من مفكر لآخر، وهذا يتعارض مع الشريعة الإسلامية. فالقول بنسبية الأخلاق يؤدي إلى نسف الأخلاق من جذورها ونشر الإباحية والخلاعة والسفور والانحطاط، وذلك ما هو واقع فعليا في المجتمع الغربي حاليا. وأيضا القول بنسبية الأخلاق يتضمن القول بعدم قبول ما جاءت به الرسل من القوانين الخالدة السابقة، وكذلك عدم احترام المصلحين القدوات الموجودة فينا، وفي ذلك مخالفة لصريح القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة وعمل الأمة الإسلامية. قال تعالى: "أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهُدَاهُمُ اقْتَدِهْ قُل لّا أَسْئَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِنْ هُوَ إِلَّا ذِكْرَى لِلْعَلَمِينَ" (الأنعام:90). وقال تعالى:" لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لمن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا " (الأحزاب:21) (الشوبكي، 2013، صفحة 31).

كان من الآثار المنظورة للثورة الصناعية في الغرب، وما أفرزته من تيارات فكرية ظهور ثنائيات الفكر التي مثلت قمة الصراع الثقافي، الفلسفي، الفكري والديني، ثنائيات من مثل: التراث والتجديد، المنقول والمعقول...الخ، وانتقلت هذه الثنائيات إلى العالم الإسلامي ليعاد اجترارها دون نسيان إضافة لمسات ذات طابع إسلامي، وصولا إلى تبني دعوات الغرب ذاتها في الحداثة وما بعد الحداثة. بل إن هذا الموضوع أصبح في السنوات الأخيرة محور الاهتمام، ففي عصر تموهت فيه الحقائق وتلونت، ما عاد كثير من الناس قادرين على تحديد الدرب فتاهوا وسط فوضى عارمة وهي فوضى المصطلحات، فهناك اصطلاحان حديثان: الثابت والمتغير الذين أصبحا في السنوات الأخيرة محور اهتمام العديد من الباحثين والكتاب، وهناك من عبر عنهما بالأصالة والمعاصرة، القديم والحديث، المطلق والنسبي، وقد قرر الزركشي أن كل حكم ثبت لنا بقول الله تعالى أو بقول رسوله صلى الله عليه وسلم، أو بإجماع أو قياس فهو دائم إلى يوم القيامة، فهو مما لا يتطور في الإسلام، وهو يشمل بجانب العقائد، العبادة، فهي مما لا يتغير في شكلها، فالسجود في الصلاة بالهيئة

المعروفة، مقصود لذاته لتستوي رؤوس الناس جميعا في الخضوع لعظمة الله وسلطانه، وكل تحوير فيها إبطال لها لا تطور، وكذلك بالنسبة للأخلاق والآداب فهي مما لا تقبل التغير.

تمتاز الشريعة الإسلامية بثوابتها التشريعية ومصادرها وأصولها، ومقاصدها وقواعدها، فهي كشجرة طيبة أصلها ثابت وفرعها ممتد عبر الأزمان والقرون، فمهما تشعبت وانتشرت فهي موصولة بالثوابت التي تؤكد سيادة الشرع والمتغيرات موصولة بها لا تنقضها ولا تعارضها، بل تؤيدها وتستمد منها، فعلاقتها بها علاقة الأصل بالفرع وعلاقة الأساس بما يُبنى عليه من تعلية لبناء وامتداد له، وشمول وانتشار واستيعاب وإلحاق كل جديد وطارئ بالأصول العامة، تلك الأصول التي تتسع لكل صواب ومفيد مهما اختلفت الأزمان وتباعدت الأمصار دون نقض للأساس أو تغيير للثوابت، فقد أحكمت الشريعة الثوابت واتصلت بعلاقات مؤبدة تحافظ على مميزات الإنسان وروابطه ومصالحه، والأهداف التي من أجلها خُلق في حدود القدرة والاختيار الإنساني وضمن الاضطرار والقهر الرباني، ولما فقدت الشرائع الوضعية الكثير من الثوابت تحول عندها القبح حسنا، والحسن قبحا، فحرمت الكثير من الأمم من حماية القيم الكبرى التي تحفظ روابط الأسرة والمجتمع والخصائص الإنسانية (بوساق، 2013، صفحة 21).

المبحث الثاني: مقومات القيم الأخلاقية ومرتكزاتها الأساسية:

المطلب الأول: مصادر القيم الأخلاقية:

القيم الأخلاقية لا تنبع من العدم، بل تستمد وجودها وشرعيتها من مجموعة من المصادر المترابطة، والتي تُشكل معا منظومة أخلاقية متكاملة. ومن هنا تتضح أهمية دراسة مصادر القيم الأخلاقية، كونها الأساس الذي يحدد طبيعة السلوك الإنساني ويُضفي عليه معنى وهدفا.

تستمد الدول الإسلامية منظومتها القيمية والأخلاقية من تراث حضاري وديني متجذر في تعاليم الإسلام ومصادره الأصيلة. فالأخلاق في المجتمعات الإسلامية ليست مجرد إطار اجتماعي أو اتفاق إنساني على الخير والشر، بل هي منظومة شاملة قائمة على مبدأ التوحيد، ينبع وجوبها من الأوامر والنواهي الإلهية وبالتالي ترتبط القيم الأخلاقية في الدول الإسلامية ارتباطا وثيقا بالبعد الديني، وتنعكس في سلوك الفرد وتشريعات الدول والسياسات العامة.

1-القرآن الكريم:

القرآن الكريم هو المصدر الأول للأخلاق، وهو كلام الله المعجز المنزل على نبيه محمد صلى الله عليه وسلم بلسان عربي مبين، والمنقول إلينا بالتواتر جيلا بعد جيل، والمتعبد بتلاوته، والمكتوب في المصاحف المبدوء بسورة الفاتحة والمختوم بسورة الناس. أنزله الله رحمة للعالمين وفرق فيه بين الخير والشر، قال تعالى: "إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ" (الحجر: 9). إن هذا الكتاب العزيز قد جعله الله منارة للسالكين وهداية للعالمين، فقال جل وعلا: إ"نَّ هَٰذَا ٱلْقُرْءَانَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ وَيُبَشِّرُ ٱلْمُؤْمِنِينَ ٱلَّذِينَ يَعْمَلُونَ ٱلصَّٰلِحَٰتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرا كَبِيرا" (الإسراء: 9)، أي يهدي إلى أقوم الطرق وأوضح السبل، ولما هو أعدل وأصوب.

ويعد القرآن دستورا للمسلمين يحمل أحكاما وتشريعات تتعلق بحياة الإنسان بكل جوانبها، وهذا ما أكده قوله تعالى: "وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ وَلَا طَائِرٍ يَطِيرُ بِجَنَاحَيْهِ إِلَّا أُمَمٌ أَمْثَالُكُمْ ۚ مَا فَرَّطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ۚ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِمْ يُحْشَرُونَ" (الأنعام: 38). يحتوي القرآن الكريم على آيات وقوانين تفصل وتحيط بجميع مجالات الحياة وجوانبها، من السياسة والمجتمع والاقتصاد، إلى القيم الأخلاقية والجمالية والبيئية والعلمية وأشياء أخرى لا تعد ولا تحصى (المزين، 2009)، ومن ذلك، قوله تعالى: "إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُون" (النحل: 90). تتجلى أخلاق القرآن الكريم في سلوك النبي محمد صلى الله عليه وسلم، وتوجد آيات عديدة تدعو إلى مكارم الأخلاق وتنهى عن المنكر. وقوله جل وعلا: "قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّيَ الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَنَ وَالْإِثْمَ وَالْبَغْيَ بِغَيْرِ الْحَقِّ وَأَنْ تُشْرِكُوا بِاللَّهِ مَا لَمْ يُنَزِّلْ بِهِ سُلْطَانًا وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾ (الأعراف: 33).

قالت السيدة عائشة رضي الله عنها، متحدثة عن النبي صلى الله عليه وسلم: إن خلقه كان القرآن. أي كما يوضح ابن كثير، أنه التزم بفعل ما أمر به القرآن واجتناب ما نهى عنه، فصار امتثال أمر ربه خلقا له وسجية، وأوضح أبو عينين على أنه يتوجب على المسلمين التدبر في معاني القرآن الكريم، وفهم أحكامه والهدى في نوره حفاظا على رشدهم، وتجنبا للانحراف عنه. فهو الهادي إلى الصراط المستقيم، والداعي إلى الحق والخير والجمال ومكارم الأخلاق. ويجب أن يُستمد الإطار العام للتربية الأخلاقية من القرآن الكريم فهو يحترم كرامة الإنسان ويحفظها، فلا يحط من قدره إلى مستوى الحيوان ولا يرفعه إلى مصاف الملائكة. الهدف الأسمى من هذا التعليم هو علاقة منسجمة مع الله، أو كما يقول البعض، السعي وراء رضاه، وهو غاية كل مسلم ومصدر السعادة المطلقة. (عياصرة، 2018، صفحة 166).

يحتوي القرآن الكريم على منظومة القيم الإسلامية، بمختلف تشعباتها وتفرعاتها. وهو الأساس الذي يجب أن تُبنى عليه جميع اشتقاقات القيم. ومبدأ هذا الاشتقاق هو أن كل آية ضمت أو نصت على أمر فإن ما تضمنته يُعتبر قيمة، سواء كان الأمر قطعيا أو ظنيا. وكذلك، فإن كل آية تنهى عن شيء ما تنطوي على قيمة سلبية تدعو إلى التمسك بقيمة إيجابية (المزين، 2009).

ونلاحظ أيضا أن القيم المستمدة من القرآن الكريم قد حولت الأخلاق، من علم فلسفي مرتبط بالانفعالات النفسية الإنسانية إلى قيم اجتماعية مرتبطة بكرامة الإنسان، بعد أن طبقت تصنيف الخير والشر بإثبات الخير ونفي الشر ليكون التعبير عنها بمكارم الأخلاق، وقد استلهمت القيم القرآنية تلك المكارم السامية من الأديان السابقة لتنميتها، كون تاريخ الحضارة الإنسانية حافل بالشرائع الأخلاقية والأعراف الاجتماعية، وكشفت الدراسات الحديثة عن تقارب كبير بينها. ثم جاء الإسلام ليكملها ويسير على نهجها ويُهذب بعضها، بعد أن تفرقت وتشتتت بين الأمم والحضارات. ويؤُكد ذلك قول النبي صلى الله عليه وسلم: "إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق". وهذا يدل على أن الشريعة الإسلامية قد أصبحت كاملة وشاملة لجميع جوانب الحياة الدنيا والآخرة. وقد استكملت التعاليم السابقة، لا سيما بإلغاء هيمنة المادية في اليهودية والروحانية في المسيحية، وتعادل الجانبين في توازن واعتدال في الإسلام، حيث أعطى كلا منهما ما يستحقه من الرعاية والعناية. فهو يشجع الإنسان على العمل والكسب في الدنيا، وفي الوقت نفسه تدعوه للعمل من أجل الحياة الآخرة. قال تعالى:" وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ، وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا، وَأَحْسِن كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ، وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ، إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ" (القصص:77)

لقد أوجب شرع الله سبحانه وتعالى نظاما اجتماعيا شاملا يشمل جميع جوانب الإنسان: الروحية المادية، العاطفية، النفسية، الفكرية والأخلاقية، حتى تسير الحياة في أحسن صورها، وتستطيع البشرية أن تتحمل مسؤولية الإدارة الملقاة على عاتقها، وتحقق التقدم الحضاري، ويبرز الشهود الحضاري لهذه الأمة على سائر الأمم. قال تعالى: "وَإِلَى ثَمُودَ أَخَاهُمْ صَالِحًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ هُوَ أَنْشَأَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرُوهُ ثُمَّ تُوبُوا إِلَيْهِ إِنَّ رَبِّي قَرِيبٌ مُجِيبٌ" (هود: 60)، فمن التفسيرات التي فسر بها لفظ "استعمركم" خلقكم لعمارتها وجعلكم عمارها، واتخذكم عمارا، وألهمكم عمارتها من الحرث والغرس وحفر الأنهار وغيرها، وأقدركم على عمارتها لاستثمار ما فيها وهيأكم للاستفادة بما عليها وفيها وحولها من منافع وخيرات (الشايط، 2021، صفحة 427).

2-السنة:

تشمل كل ما نقله النبي صلى الله عليه وسلم، قولا أو فعلا أو تقريرا. والسنة تأتي في المرتبة الثانية بعد كتاب الله تعالى، توضح المبادئ العامة، تزيل اللبس، وتُحدث قواعد جديدة. وهي مصدر أساسي للقيم الأخلاقية التي يجب على كل مسلم الالتزام بها (شومان، 1993، صفحة 12).

إن السنة النبوية تفصل المبادئ القرآنية وتطبقها في الواقع العملي، لأن شخصية النبي محمد -صلى الله عليه وسلم- تجسد النموذج الأخلاقي الأعلى الذي يجب الاقتداء به في السلوك والعلاقات، لقوله عز وجل: "لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا" (الأحزاب:21).

السنة النبوية تشمل تعاليم النبي محمد -صلى الله عليه وسلم- في أقواله وأفعاله وتقريراته. ويمكنها توضيح جمل القرآن الكريم، أو التوسع وإضافة تفاصيل دقيقة إلى تعاليمه. وقد أمر القرآن بطاعة النبي -صلى الله عليه وسلم-لأنه لا ينطق عن الهوى فطاعته من طاعة الله، كما قال تعالى: " مَن يُطِعِ الرَّسُولَ فَقَدْ أَطَاعَ اللَّهَ ۖ وَمَن تَوَلَّىٰ فَمَا أَرْسَلْنَاكَ عَلَيْهِمْ حَفِيظًا" (النساء: 80). وورد في موضع آخر قول الله عز وجل: "وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ" (الحشر: 7)، تأكيدا من القرآن الكريم على أهمية السنة النبوية الشريفة، التي تُشكل بذلك المصدر الثاني للقيم الأخلاقية. فكل ما ورد عن النبي صلى الله عليه وسلم ثمين، لأنه يُمثل دليلاً للمسلمين ومنهجًا يُقتدى به.

إن هذا الهدف النبيل الذي وضعه النبي صلى الله عليه وسلم لغرس القيم في نفوس الناس، يدل على أن السنة النبوية الشريفة حرصت كل الحرص على إيصال الرسالة السليمة النقية لإخراج الناس من العادات والاعتبارات والمصلحة إلى الالتزام بقيم عظيمة، فيها من الصفاء ما ينقي النفس ويريح البال ويطمئن القلب (المزين، 2009، صفحة 19)، وقد حث الرسول صلى الله عليه وسلم على اتباع سنته والعمل بها في أحاديث كثيرة، منها قوله -صلى الله عليه وسلم-: "من أطاعني فقد أطاع الله، ومن عصاني فقد عصى الله"، ويوضح أبو العينين أن السنة النبوية الشريفة هي مصدر للعديد من القيم الأخلاقية، لذا يتوجب على الفقهاء معرفة طرق الاستنباط الصحيحة وفهم معاني النصوص اللغوية، والإلمام بمنهج النبي صلى الله عليه وسلم في بيان أحكام القرآن الكريم (عياصرة، 2018، صفحة 167).

ومن أبرز النصوص في السنة النبوية المطهرة التي تؤكد على مدى أهمية الجانب الأخلاقي في حياة الفرد والمجتمع قوله صلى الله عليه وسلم: "إن أحبّكم إليّ وأقربكم مني في الآخرة محاسنكم أخلاقا، وإن أبغضكم

إلي وأبعدكم مني في الآخرة مساوئكم أخلاقا، الثرثارون، المتفيهقون، المتشدقون" (رفعت، 2019، صفحة 388).

وعليه، تُعد السنة المصدر العملي للأخلاق الإسلامية، وتشكّل المرجعية الثانية التي تُبنى عليه السياسات التربوية والاجتماعية في الدول الإسلامية.

3- الإجماع:

الإجماع هو اتفاق علماء الأمة أو جمهورهم في مسألة من مسائل الدين بعد وفاة النبي -صلى الله عليه وسلم- أو الاتفاق على حكم واقعة من الوقائع بأنه حكم شرعي. يقال: أجمعوا على كذا أي: اتفقوا عليه وهو من أهم مصادر التشريع الإسلامي الأساسية بعد القرآن الكريم والسنّة النبوية.

عندما نتحدث عن الإجماع كمصدر للقيم الأخلاقية فإننا نعني أن القيم التي أقرها المسلمون واتفق عليها العلماء تُعتبر معيارا للأخلاق والسلوك المناسب في ضوء الشريعة الإسلامية.

نظرا لأهمية الإجماع، اهتم به العلماء اهتماما بالغا، فنشروا فيه مؤلفات، وجمعوا نماذج منه في مختلف فروع الفقه وبحثوا في آثاره وشروطه وأنواعه، وحكم الاختلاف فيه، وغير ذلك. ويكمن دوره فيما يلي:

-لما كان موضوع الدعوة إلى الله تعالى متعلقا بالخلق وبيان حكم الله تعالى في مسائل الإيمان والشريعة والأخلاق والمعاملات، لزم الاعتماد على مصادر الشريعة الإسلامية الأصلية وهي الكتاب والسنة النبوية والإجماع، وهو ما يضمن استقرار أحكام الشريعة والمحافظة على ثوابتها ويؤدي إلى استمرارية الدعوة.

-الإجماع يضبط اجتهادات الدعاة، ويضبط فقه الفتوى، لا سيما في البيئات الدعوية المضطربة أو في البلدان ذات الأقليات المسلمة، أو عند حلول وقائع أو قضايا مستجدة.

- الإجماع حصن منيع للدعوة والدعاة والمؤمنين من فوضى الاجتهادات العبثية، وفخ الشك، ويدعو إلى مراجعة قواعد الشريعة، وقراءة النصوص قراءة جديدة ومعاصرة.

- الإجماع من أبرز مصادر التنمية الوطنية والبناء المعرفي للأمة، ولذلك يحاول أعداء الشريعة الإسلامية من كافرين وملحدين وفرق منشقة من المذاهب والحركات الفكرية المعاصرة إحداث الخلل فيه، وإثارة الخلاف والنزاع الأصولي في مصدريته وحجيته ومكانته الشرعية، وزرع الشكوك حوله تاريخيا وحاضرا (القوزي، 2024، صفحة 2003).

يعد الإجماع مرجعا تشريعيا وأخلاقيا في الإسلام، إذ يعبر عن الفهم الجماعي للقيم التي أقرتها الشريعة الإسلامية وبالتالي يساهم في تشكيل الضمير الأخلاقي للأمة، وتنظيم سلوك أفرادها بما يحقق العدل والفضيلة. إلا أنه عرضة للخطأ كونه معيار بشري، وقد يتأثر بالتحيزات، وسوء التقدير، والنظرة الضيقة، والمصلحة الذاتية. كما قد يتأثر بالنفعية، والصراعات الأنانية، والغرائز الفردية أو الجماعية. وبالتالي، يتميز بالتغير والتقلب مما يجعل مصداقيته نسبية فقط (الشايط، 2021، صفحة 423).

4-القياس:

القياس في اللغة التقدير، وفي الاصطلاح إلحاق فرع بأصل في الحكم لأمر جامع بينهما، أي إلحاق مسألة لا نصّ فيها بمسألة وُرد فيها نص، لاشتراكهما في العِلّة نفسها. فالبيع مثلا وقت النداء لصلاة الجمعة حرام على من تجب عليه الصلاة، قال تعالى: "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَى ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ" (الجمعة: 9 – 10). تُقاس عليه بقية الأعمال الأخرى كالزراعة والسباحة وغيرها وتعتبر هذه المصادر أساسية للقيم الأخلاقية التي ينبغي أن تُحترم ويُعمل بها (شومان، 1993).

إن القياس وسيلة فكرية مشروعة لاستخراج القيم الأخلاقية في مواجهة المشكلات الجديدة والقضايا المستحدثة، إذ يسمح للعلماء بتطبيق المبادئ الأخلاقية الإسلامية على واقع متغير، وبالتالي الحفاظ على تجدد الأخلاق واستمرارها في إطار الشريعة الإسلامية.

المطلب الثاني: خصائص القيم الأخلاقية:

ما يميز الإسلام عن غيره من الأنظمة المادية هو تكامله مع الأخلاق في جميع جوانبها، كالعلم والاقتصاد والاجتماع والسياسة والحرب. فالإسلام رسالة أخلاقية، كما أعلن النبي محمد -صلى الله عليه وسلم- أنه بُعث ليتمم مكارم الأخلاق. ولذلك تحتل المثل والفضائل مكانة مركزية في الإسلام، إذ ترتكز على مجموعة من الخصائص التي تجعلها مناسبة لكل فرد وجنس، في كل زمان ومكان. ومنه تتجلى سمات الأخلاق في أصلها الإلهي، وواقعيتها وقابليتها للتطبيق، وإيجابيتها، وشموليتها، وفوق كل ذلك في اهتمامها بالقصد والنية. سنشرح هذه الخصائص فيما يلي:

1-ربانية: تمتاز القيم الأخلاقية بأنها ربانية المصدر ومرتبطة بالوحي من عند الله عز وجل، قال تعالى: "صِبغَةُ اللهِ ومَنْ أَحْسَنُ مِنَ اللهِ صِبْغَةً وَنَحْنُ لَهُ عَابِدُون" (البقرة: 138)، وقد حرص النبي عليه الصلاة والسلام

على بناء القيم في نفوس أصحابه انطلاقا من إيمانه لقوله تعالى: "إِنْ أَتَبِعُ إِلاَ مَا أُوحِيَ إِلَيَ إِنَنِي أَخَافُ إِنْ عَصَيْتُ رَبِي عذابُ يَوْمٍ عَظِيم" (يونس: 15) (شومان، 1993، صفحة 13).

إن خالق الإنسان هو المولى جل وعلا، الذي يعلم أكثر من أي أحد ما في أعماق نفس الإنسان وباطنه، وبنية فطرته وتركيبتها، ومدى استعدادها للأخلاق، وذلك استنادا لمصدر العلم الشامل، الحكمة الكاملة، الرحمة التامة، الخبير المطلق، والحق الكامل. قال الله تعالى: "أَلَا يَعْلَمُ مَنْ خَلَقَ وَهُوَ ٱللَّطِيفُ ٱلْخَبِيرُ" (الملك: 14)، وقوله تعالى: "إِنَّ اللَّهَ لَا يَظْلِمُ النَّاسَ شَيْئًا وَلَٰكِنَّ النَّاسَ أَنفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ" (يونس: 44) وهكذا يتبين أن الله تعالى هو الذي أرسى قواعد الأخلاق وحدد أركانها في صورة متناسقة بين مظهرها وجوهرها، ولذلك أمر البشر بالتحلي بالأخلاق تحقيقا للصالح الخاص والعام، ويكون طلبا لرضوان الله فالإخلاص والصبر والعدل والرحمة من الالتزامات التي تجلب السعادة في الدنيا والآخرة إذا ما اعتنقوها عن رضا وطيب نفس (شريبط، 2021، صفحة 764).

2–ثابتة: بمعنى آخر، القيم لا تتغير بتغير الزمان أو المكان، ولا تخضع لأهواء الأفراد، وهي مرتبطة بمصادر الشريعة الإسلامية. على سبيل المثال: الصدق قيمة ثابتة لدى المسلم، لا تتغير مهما تغيرت بيئته بينما ترتبط لدى غير المسلمين بالسعي وراء الربح والمصلحة، وتتقلب بتغير الظروف (شومان، 1993، صفحة 13) وللتوضيح أكثر يمكن القول أن القيم الأخلاقية مستوحاة من النبي –صلى الله عليه وسلم–، تلقاها من الله تعالى، وتبقى راسخة للأبد لا تتغير مهما تبدلت الأزمان والظروف. وتزداد قوة وأهمية كلما واجهت البشرية محن الحياة الدنيا. فلا حياة اجتماعية مستقرة ومتوازنة إلا بقيم راسخة وثابتة ألا وهي "القيم الأخلاقية" التي جاء بها الإسلام، والتي تتفق مع جميع الأخلاقيات السابقة واللاحقة، ومع ذلك ونظرا لكثرة العناصر التي تسللت إلى المجتمعات، والتي تتجلى بوضوح في العالم المادي، فإن التمسك بهذه المبادئ والسعي لغرسها في الأجيال الناشئة بات أمرا أشد إلحاحا وهذا لا يمنع المجتمع الإسلامي من التقدم التكنولوجي إلى جانب الحفاظ على المبادئ الأخلاقية التي يدعو إليها الإسلام، فهذه القيم الثابتة تتناول علاقة الإنسان بربه الذي لا يتغير، وبأخيه الإنسان وبالكون، بينما التمدن والحضارة والزراعة والصناعة والتجارة فهي تتعلق بعلاقته بالأشياء والكائنات الحية. أما علاقة الإنسان بالأشياء المادية، فهي متغيرة ومتطورة، بمقدار أخذ الإنسان بالأسباب تبعا لتقدمه في العلوم. هذا لا يعني أن التقدم البشري في أي مجال علمي على وجه الأرض يُشكل تغييرا في القيم أو المعتقدات، ما دام في إطار الأخلاق الإسلامية. ويترتب على ذلك أن القيم الإسلامية ثابتة ومطلقة لا تتغير بتغير أهواء الأفراد أو المجتمع، فهي قيم إلهية ذات معايير ثابتة للخير والشر، ومقياس ثابت

للظلم والعدل، على نقيض القيم التي وضعها الإنسان والتي يتم تبنيها لتغيير مصالح المجتمع، أو لتغيير المجتمع وفق أهوائه، وقبول التغيير والتعديل وفق معتقدات أفراده (الزيدي، 2017، صفحة 273).

3–شاملة: تشمل القيم الأخلاقية جميع جوانب الحياة البشرية، وتهدف إلى بناء فهم شامل للإنسانية والكون والحياة وتراعي الأبعاد الروحية والفكرية والجسدية، فلا يُغلّب أحد على الآخر، بل تراعي جميع هذه الجوانب معا (شومان، 1993، صفحة 14)، وتهدف إلى تكوين إنسان صالح ومجتمع متكامل، قائم على العدل واللطف والرحمة والصدق.

شملت القيم الأخلاقية علاقة الإنسان بخالقه، فالإخلاص سر بين العبد وربه، لا يعلمه إلا الله. وشملت أيضا علاقة الإنسان بنفسه، بل امتدت إلى علاقة الإنسان بجميع عناصر الكون.

يقول العقاد في هذا الصدد إن الإسلام هو العقيدة الأمثل للإنسان، فردا كان أو جماعة، عاملا لروحه أو جسده، طامحا إلى الآخرة، مسالما كان أو محاربا، مدافعا عن حقوقه أو موكلا بها إلى حاكمه وحكومته. فلا يكون المسلم مسلما حقا إذا طلب الآخرة دون الدنيا، أو طلب الدنيا دون الآخرة. ولا يكون المسلم مسلما لأنه روح تتنكر للجسد أو أنه جسد يتنكر للروح، لأنه يصحب إسلامه في حالة ويدعه في حالة أخرى، ولكن المسلم هو من يلتزم بعقيدة كاملة موحدة في جميع حالاته، سواء منفردا أو متحدا مع غيره بإرادة الجماعة.

القيم الأخلاقية مستمدة من القرآن الكريم الذي جاء شاملا لكل مناحي الحياة، فهو الدستور الذي ارتضاه الله عز وجل لعباده، قال تعالى: " مَّا فَرَّطْنَا فِي الْكِتَابِ مِن شَيْءٍ ۚ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِمْ يُحْشَرُونَ" (الأنعام: 38) (المزين، 2009، صفحة 24).

4–متوازنة (وسطية):

التوازن يعني أن تسير القيم الأخلاقية على طريق الاعتدال، دون أن تميل إلى التطرف أو التفريط، بل تحافظ على توازن الإنسان في علاقته مع ربه، مع نفسه، ومع محيطه.

تحرص القيم الأخلاقية على إيجاد التوازن بين احتياجات الإنسان مع مراعاة جميع الجوانب، سواء كانت عقلية أو عاطفية، وموازنة احتياجات الروح والعقل والجسد (شومان، 1993، صفحة 14)، بالاعتدال ونبذ التطرف أو التعصب في أمور الدين. والقيم التي حث الله تعالى عباده على الالتزام بها والمأخوذة من القرآن الكريم، لا تنطوي على إفراط أو تفريط، بل تقع في الوسط، وبالتالي اعتبار الإنسان إنسانا كما خلقه الله تعالى، وعرف قدراته وإمكاناته. قال الله عز وجل: "تِلْكَ أُمَّةٌ قَدْ خَلَتْ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَلَكُم مَّا كَسَبْتُمْ

وَلَا تُسْأَلُونَ عَمَّا كَانُوا يَعْمَلُونَ" (البقرة: 134). نبذ النبي محمد –صلى الله عليه وسلم– التطرف والتعصب الديني، والاعتدال المفرط. فالإسلام يتبع نهجا وسطيا في تحليله للقيم التي يلتزم بها الإنسان ويسير على هداها (الزيدي، 2017، صفحة 274).

وليس من المستغرب أن تكون القيم الأخلاقية ثابتة في المواقف المختلفة، لأنها مستمدة من القرآن الإلهي، كما هو مكتوب في آياته، كما يقول الله تعالى: "وَكَذَٰلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِّتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا" (البقرة: 143). ويؤكد الدكتور يوسف القرضاوي أن الإسلام بتركيزه على الوسطية والاعتدال، ليس إلا عقيدة تُخاطب العقل، وعبادة تُزكي النفس، وأخلاقا تناسب الفطرة وأحكاما تُقيم التوازن والعدل، وتُحارب الفساد، وتُعزز الرفاه، وتكفل لكل ذي حق حقه. ولذلك لا طغيان للفرد على المجتمع كما في فلسفة الرأسمالية، ولا طغيان للمجتمع على الفرد كما في فلسفة الماركسية، بل توازن وتكامل دون طغيان أو ضياع.

من يفشل في الموازنة بين مصالحه ومسؤولياته على حساب جوانب أخرى من حياته، غالبا ما يفتقر إلى الاستقرار والمثابرة. فالتوازن الحقيقي في الدنيا والآخرة يكمن في الجمع بين كل شيء ونقيضه، دون إفراط أو نقصان. قال تعالى: "وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِن كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ." (القصص: 77).

ومن الوسطية في الإنفاق والعاطفة وتوفية مطلب الجسد والروح، يقول الله عز وجل: "وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ ٱلْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُوما مَّحْسُورًا" (الإسراء: 29) (المزين، 2009، صفحة 26)

5–إلزامية:

بمعنى أن جميع أفراد المجتمع الإسلامي ملزمون باحترام هذا المبدأ دون استثناء، وينطبق هذا الواجب على الجميع دون تمييز. فعلى سبيل المثال: الصدق قيمة يلتزم بها المؤمن في جميع الأحوال، سواء في أقواله أو أفعاله أو ممارساته الدينية أو سلوكه، وهو معيار ثابت للجميع. والانحراف عنه محرم لأنه منصوص عليه في مصادر الشريعة الإسلامية وهو قيمة يحترمها الجميع ويقدرها (شومان، 1993، صفحة 16).

بالعقل والإرادة، يختار الإنسان أفعاله، فتقع بين الخير والشر، وبالتالي بين القبول والرفض. وهذا الاختيار لا يتعارض مع الالتزام، بل هو أساسي له. فالاختيار الواعي التزام واجتهاد من المسلم لضمان توافق اختياره

مع الأوامر والنواهي الإلهية. فالمؤمن ملزم باجتناب المحرمات، وبذلك يُقوي إيمانه بالامتناع عن بعض المباحات خشية الوقوع في الحرام مثلا (شريبط، 2021، صفحة 766).

من مُجمل ما سبق يمكن القول أن القيم الأخلاقية تُصنَف عند غير المسلمين وفقا لمعاييرهم الخاصة التي تتوافق مع فلسفاتهم ومعتقداتهم، وتختلف بطبيعة الحال عن قيم المسلمين. فالقيم الأخلاقية ثابتة، وذات منشأ إلهي وهي قيم ذات طبيعة خاصة، مستقلة عن الأذواق والعادات الفردية، ولا تُحددها نماذج ثقافية تُناقض مصادر القيم المستمدة من القرآن والسنة، بل هي محددة من قبل الله تعالى في شريعته الحكيمة، فالحسن ما حسنه الشرع، والقبح ما قبحه الشرع وإن خفي حسنه وقبحه على الناس. قال تعالى: "وَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ" (البقرة: 216).

تتميز القيم الأخلاقية بثباتها، فلا تتغير بتغير الظروف والأحوال والأشخاص والمواقف. ويسعى الإسلام إلى تعزيز التكامل المتناغم لهذه القيم في حياة الأفراد بصورة متوازنة، فالأمانة مثلا مطلوبة من المسلم في جميع الظروف والأحوال، فالقيم ليست فطرية، بل تُكتسب أساسا من خلال التربية والتعليم في مجتمعنا، مما يزيد من مسؤولية المعلمين والمربين في غرس قيم تُرشد الطلاب في اختيار السلوك المناسب، ويجب على المعلمين ألا يغفلوا عن ربط هذه القيم بالعقيدة الإسلامية، التي تُلزمهم بأن يكونوا قدوة لطلابهم من خلال تبني القيم الأخلاقية وتجسيدها في أقوالهم وأفعالهم وسلوكهم (شومان، 1993، صفحة 16).

المطلب الثالث: وظائف القيم الأخلاقية وأهميتها في حياة الفرد والمجتمع:

تُعد القيم الأخلاقية ركنا أساسيا في بناء الشخصية الإنسانية وتنظيم الحياة، فهي تُوجه السلوك نحو الخير وتمنع الانحراف، وتُشكل حجر الأساس في التماسك والاستقرار الاجتماعي. وتتكامل وظائف القيم الأخلاقية وأهميتها لتُشكل منظومة متكاملة تربط سلوك الفرد بالصالح العام.

أولا/ وظائف القيم الأخلاقية: تؤدي القيم الأخلاقية أدوارا متعددة في حياة الناس كأفراد أو كجماعات يمكن تلخيص أبرزها فيما يلي:

تحقق للفرد ما يلي:

- للقيم دور كبير في بناء الشخصية، وتحديد أهدافها في إطار معياري صحيح.
- تساعد على التكيف مع الأوضاع المستجدة للفرد (الدليمي، 2013، صفحة 82).
- تهيئ الفرد لاختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنه، بمعنى تحدد شكل الاستجابات.

- تحقق للفرد الشعور بالأمان الذي يُمكّنه من مواجهة نقاط ضعفه وتحديات الحياة.
- تُمكنه من تحمل المسؤولية وتمنحه القدرة على التكيف والتوافق الإيجابيين، وتحقيق الرضا عن نفسه من خلال التزامه بمبادئ المجموعة وقيمها.
- تعمل على إصلاح الفرد نفسيا وتربويا وترشده نحو الخير والإحسان والواجب.
- تعمل على ضبط الفرد لشهواته ومطامعه كيلا تتغلب على عقله ووجدانه، لأنها تربط سلوكه وتصرفاته بمعايير وأحكام يتصرف في ضوئها وعلى هديها.
- تُشجّع الفرد على صقل إدراكاته ومعتقداته، مما يُوضّح رؤيته ويساعده على فهم العالم من حوله ويُوسّع إطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقاته.

ويتضح هنا جليا أن هذه الوظائف ليست منفصلة عن بعضها البعض، بل تتداخل ويتكامل بعضها مع بعض، وأنها بذلك تمكن الإنسان من تحقيق ذاته وتحقيق إنسانيته، ورضاه عن نفسه برضا الله تعالى عنه (العريشي و الدوسري، 2015، صفحة 85).

أما بالنسبة للجماعة فتكمن وظيفتها فيما يلي:

- تحقيق التكامل أو التضامن داخل المجتمع من خلال منظومة قيم مشتركة تعطي شرعية الأهداف الجماعية وتحدد المسؤوليات.
- تضمن القيم استمرارية المجتمع وتنظيمه وضبطه، وتحافظ على بنيته، وتُرسّخ السلوكيات المرتبطة به داخله وتجعلها مشتركة بين جميع أفراده (الدليمي، 2013، صفحة 82)، لأن أي تنظيم اجتماعي في حاجة ماسة إلى منظومة قيم تضمن له أهدافه ومثله العليا التي تقوم عليها حياته ونشاطه وعلاقاته فإذا تناقضت هذه القيم أو لم تتضح، فإنه سرعان ما يحدث الصراع القيمي الاجتماعي.
- القيم تضمن روح الجماعة وتماسكها حول أهدافها التي حددتها لنفسها.
- تساعد القيم المجتمع بأفراده وجماعاته المتنوعة على الالتزام بمبادئ راسخة ومستقرة، مما يحافظ على التماسك والاستقرار اللازمين لحياة اجتماعية سليمة ومتناغمة.
- تساعد القيم المجتمع على مواجهة التغيرات التي تطرأ داخله من خلال خيارات حكيمة تسهل حياة الأفراد وتحافظ على استقرار المجتمع وتصون كيانه في إطار واحد.

يتضح هنا أن الوظائف الفردية للقيم تتكامل مع وظائفها الاجتماعية، مما ينتج عنه شخصية إنسانية متميزة قادرة على التكيف الإيجابي مع ظروف الحياة، وأداء دورها الحضاري المنوط بها. وهذا ما يمنح المجتمع طابعه المميز. ولذلك يسعى المجتمع إلى تنشئة أفراد مشبعين بثقافته وقيمه. ولكل مجتمع نماذج وأنماط تحدد

ما ينبغي أن يكون عليه أفراده. تتبلور هذه النماذج في صيغ مجردة تُشكل ما يُسمى بالقيم المجتمعية، والتي تُنقل في نهاية المطاف إلى الأعضاء الجدد في المجتمع من خلال عملية التنشئة الاجتماعية التي تهدف إلى بناء الشخصية المثالية للمجتمع (العريشي و الدوسري، 2015، صفحة 85).

ثانيا/ أهمية القيم الأخلاقية في حياة الفرد والمجتمع:

تُمثل القيم الأخلاقية ركيزة أساسية يرتكز عليها المجتمع الذي يتمتع بمنظومة قيمية قوية ومحددة المعالم يُمكّن أفراده من اكتساب معظم مقومات التقدم والتطور، وبالتالي مواجهة تحديات عصرنا ومواجهة التغيرات الاجتماعية والعلمية التي تُميزه، ومن ثم هناك علاقة وطيدة بين القيم ونوعية المجتمع، سواء كان متقدما أو متخلفا أو سائرا على طريق النمو (الدليمي، 2013، صفحة 72).

إن القيم الأخلاقية لها أهمية قصوى، خاصة في عالم اليوم والغد، الذي يشهد تحولات هامة للغاية، بما يحمله من مضامين وتوجهات سياسية، اقتصادية واجتماعية، والذي ترافقه ثورات علمية، تكنولوجية معلوماتية واتصالاتية إن كل هذه الثورات العلمية والتكنولوجية يجب أن ترتكز على مبادئ وقيم أخلاقية مستمدة من الفطرة السليمة التي خلق الله تعالى البشرية عليها، والتي تدعو إلى إصلاح الكون كله، وإلا فإن كل هذه الثورات العلمية سوف تتحول إلى تدمير وإفساد للحرث والنسل.

لذلك، يتفق العلماء والباحثون على أن حاجة الإنسان إلى القيم الأخلاقية تعتبر نزعة فطرية فطر عليها كونه كائن أخلاقي يُميز بوعيه، ويختار بإرادته ما يقوم به من أفعال فيكون مسؤولا عنها. ولولا ذلك لظلت الحياة في حالة حيوانية بحتة (رفعت، 2019، صفحة 396).

تُنظم القيم الأخلاقية الحياة الاجتماعية من خلال تأثيرها على الأفراد والمجتمعات. وتتجسد في تنمية الأبعاد الدينية، الأخلاقية، الثقافية والفنية. ولذلك لكي يكون الانسان عضوا مثاليا في المجتمع، لا بد من اكتساب المعرفة والوعي العميق، وتنمية مرتبته العلمية.

نلاحظ أن العديد من المجتمعات والأنظمة في عصرنا تفتقر إلى القيم الأخلاقية، وأن بعض النظريات الفكرية التي تتبناها هذه المجتمعات تؤدي إلى تراجع ثقافي، وتأثير سلبي للمعرفة والتكنولوجيا على البشرية وأزمات اقتصادية وإقصاء في العصر الحديث. لذا، يقع على عاتقنا كأفراد مسؤولية نشر القيم الأخلاقية في جميع المجتمعات حول العالم، وتنمية هذا الوعي بفعالية (العريشي و الدوسري، 2015، الصفحات 97-98). ولكي تكون القيم الأخلاقية نقية من كل فساد حسي أو مطامع المنفعة، يجب أن تتمتع بقدر من

الاستقرار، التعالي، والقدسية. إن أكبر خطر يهدد الأخلاق هو تبعيتها للواقع، في حين ينبغي أن يكون الواقع هو التابع لها (طوبال، 2010، الصفحات 7-8)، وعليه فإن الإنسانية محكوم عنها بالخسران المبين إذا لم تتشبع بالأخلاق وقيم ديننا الحنيف واتخاذها منهجا للعمل بها (بعجي، 2020، صفحة 153).

تتجلّى أهمية القيم الأخلاقية في آثارها العميقة على الفرد والمجتمع على حدّ سواء:

1- أهمية القيم الأخلاقية للفرد:

تُعد القيم القوة الدافعة الأكبر والوسيلة الأقوى للتقدم الحضاري. وهي تنتقل من جيل إلى جيل عبر التعليم، التدريب، التوجيه، والتعليم هو العملية الأساسية التي يستخدمها الأفراد للحفاظ على تراثهم الثقافي بكل ما يحمله من قيم ومبادئ إنسانية وأخلاقية، لكي ينشأ كل فرد في وئام مع مجتمعه ومُدركا لاحتياجاته. كما يُعتبر الوسيلة الوحيدة لبناء فرد مثالي، ويمنحه معنى لوجوده (عالم). وتتجلى أهمية القيم للفرد في النقاط الرئيسية التالية:

أ- القيم هي جوهر الوجود الإنساني:

القيم متأصلة في النفس البشرية، وتمتد إلى جوهرها، خباياها، وأسرارها. وهي ركن أساسي في تكوين البشرية وتطورها، ورسالة الإسلام في هذا الشأن واضحة لا لُبس فيها، لا تقبل التأويل أو التشويه. فتوضيح حقيقة الإنسان هي القضية الأسمى التي لا يمكن تجاوزها. إن أية نظرية تربوية أو قيمية ترتكز على تصور خاطئ للإنسان، عن جوهره، عن رسالته، عن دوره ومصيره، يتولد عنها حتما منهجا خاطئا في التعامل مع الإنسان وتنشئته وتربيته.

ب –القيم تحدد مسار الفرد وسلوكه في الحياة:

ينبع السلوك البشري من القيم، التي تنبع بدورها من الإدراك والمعتقدات والفكر. إن طريقة تفكير الشخص في الأشياء والمواقف المحيطة به، وكيفية بناء تصوراته عنها، تُحدد منظومة قيمه، ومن ثم تنشأ أنماط سلوكه بناء على هذه المنظومة.

ج –القيم تحمي الفرد من الانحراف نحو رغبات وغرائز الأنا:

لقد تناول الإسلام تأثير الغرائز على النفس البشرية، دون إنكارها أو قمعها، لأن ذلك يؤدي إلى أزمات عميقة واضطرابات داخلية، بل أرسى منظومة قيمية تسيطر على هذه الغرائز والشهوات، وتعمل على ضبطها وتنظيمها بحيث تخدم الإنسانية ولا تتحكم بها، لأن هيمنة الغرائز تؤدي إلى الهلاك. فقد منّ الله على المؤمنين

نعمة عظيمة بهدايتهم إلى الدين الحق، وحبّب إليهم الإيمان وزيّنه في قلوبهم، وبغض إليهم الكفر والفسوق والعصيان، وذلك سبيل الرشد والصلاح.

د –القيم تعطي للإنسان الطاقة الفعالة اللازمة للحياة وتبعده عن السلبية:

قيم الفضيلة تعزز الطاقات الفاعلة لدى الإنسان وتُمكنه من التعامل مع مختلف مواقف الحياة بإيجابية. فأهدافه واضحة، ومساره واضح، وقناعاته مُستنيرة، فهو يتقدم من نجاح إلى نجاح بكسب الثقة بنفسه. لكن عندما تسيطر على الإنسان الصفات السلبية، فإنها تُضعفه وتُعيقه، وتُوقعه في حالة يرثى لها. فتصبح أفعاله وأفكاره شريرة، ويفقد ثقته بنفسه. وقد قال رسول الله صلى الله عليه وسلم في هذا الشأن: "العاجز من اتبع نفسه هواها وتمنى على الله".

2– أهمية القيم الأخلاقية للمجتمع:

للقيم أهمية بالغة في حياة الأمم والشعوب. فالمجتمع البشري تحكمه منظومة من المعايير التي تُحدد طبيعة العلاقات بين الأفراد في جميع مجالات الحياة، وكذلك القواعد التي يتفاعل بموجبها كل مجتمع مع المجتمعات البشرية الأخرى. وتتجلى أهمية القيم للمجتمع في النقاط الرئيسية التالية:

أ –القيم تحافظ على بقاء المجتمع واستمراريته:

لا يتوقف بقاء المجتمعات واستمرارها على معاييرها المادية فحسب، بل على معاييرها الأخلاقية والمعنوية أيضا. فهذه المعايير هي الأسس والمبادئ السلوكية التي يرتكز عليها تقدم المجتمعات، والتي تُحدد في إطارها مساراتها الحضارية والإنسانية، وتتشكل فيها سمات التطور والتمدن الإنساني. وفي حال اختلال هذه القيم وفقدان البناء القيمي السليم، فإن المجتمعات محكوم عليها بالفشل والتفكك والانهيار. ولقد وضح القرآن الكريم هذه الحقيقة في العديد من آياته، كقوله تعالى: " وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ وَلَٰكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ"(الأعراف: 96).

إن هذه الحقيقة القرآنية التي وضعت قانون الأمم والشعوب البشرية وحقها في البقاء أو الفناء قد شهد بها أكثر من مؤرخ.

ب –القيم تحافظ على هوية المجتمع وطابعه المميز:

تختلف المجتمعات عن بعضها البعض في أصولها الثقافية ومنظوماتها القيمية في جوانب مختلفة من الحياة وتُعتبر القيم علامات مميزة ومؤشرات واضحة لتميز المجتمعات عن بعضها. لذا فإن الحفاظ على هوية المجتمع

يتطلب الحفاظ على منظومته القيمية الراسخة، التي تُشكل جزءا لا يتجزأ من تراثه الثقافي. وإذا اهتزت هذه القيم أو تراجعت فإن ذلك يُعد مؤشرا دالا على ضعف الهوية المميزة للمجتمع وبالتالي فقدانها.

ج –القيم تحمي المجتمع من السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة:

تُزود القيم المجتمع بأساس متين من السلوكيات والمبادئ والأخلاق التي تحميه من مظاهر الفساد، وتجعله مجتمعا قويا قائما على قيمه ومُثله، يسود فيه الحق، الفضيلة والإحسان، ويُحارب فيه الشر والفساد. ومن هنا تأتي أهمية تنمية القيم السليمة لدى الأفراد، بما يُمكّنهم من التمييز بين الخير والشر، والنافع والضار، وفقا لمعايير الثقافة التي يؤمنون بها (زيرق، 2012، الصفحات 109-110).

بناء على ما تقدم، وكما أشار الدكتور مساعد عبد الله المحيا في كتابه "القيم والأخلاقيات في وسائل الاتصال" أن القيم تتمتع بأهمية بالغة لكونها ضمانة للفرد والمجتمع، وأساس للثقافة والحضارة. لذا، لا بد من ترسيخها وغرسها في نفوس الجميع، لأنها ما إن تترسخ حتى تتجلى في سلوكياتهم. وإن لم تنعكس في سلوكياتهم فإنها تبقى نظرية بحتة. فإذا غابت هذه القيم أو تناقضت لدى الفرد، فإنه يشعر بالغربة والعزلة عن مجتمعه ويفقد دافعيته في العمل، ويقل إنتاجه ويعاني من عدم الاستقرار. أما على المستوى الجماعي، فيحتاج كل تنظيم اجتماعي إلى نظام للقيم مماثل للنظام القيمي الموجود لدى الأفراد. أو تشمل الأهداف والغايات والمثل التي تُشكل أسس حياة الفرد وأنشطته وعلاقاته مع الآخرين. فإذا تناقضت هذه القيم، فإنه سرعان ما ينشأ صراع قيمي واجتماعي، مما يُعجل بتفكك وانهيار التنظيم الاجتماعي (الدليمي، 2013، صفحة 72).

المبحث الثالث: مسؤولية غرس القيم الأخلاقية وأساليب تنميتها لدى الشباب:

في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها عالمنا اليوم، تزداد الحاجة إلى غرس القيم الأخلاقية لدى الشباب للحفاظ على هويتهم وفكرهم، وتحقيق التوازن بين متطلبات الحداثة والمبادئ الأخلاقية الأساسية. لذا، تُعدّ دراسة مسؤولية غرس القيم الأخلاقية وأساليب تنميتها مدخلا أساسيا لفهم كيفية بناء جيل واع ومتوازن ومسؤول تجاه نفسه ومجتمعه وأمته.

المطلب الأول: مسؤولية غرس القيم الأخلاقية لدى الشباب:

إن غرس القيم الأخلاقية لدى الشباب تعد من مسؤولية وسائط تربوية مختلفة لابد من تجانسها وتناسقها مع بعضها البعض، ولابد من توحيد الخطاب التربوي الموجه نحو صياغة وبناء الناشئ المسلم. ويمكن إجمال أبرز الوسائط التي يمكن أن تقوم بدور فاعل في تدعيم وغرس القيم الأخلاقية على النحو التالي:

أ–المؤسسة الأسرية:

من غير الممكن بناء أمة قوية ومتحدة دون وجود أسرة متميزة، لأنها تشكل أقدم مؤسسة اجتماعية للتربية، وتساهم بشكل فعال في التعليم، التنمية الأخلاقية، ونقل الخبرات (مرتجى، 2004، صفحة 76).

تُعتبر الأسرة المؤسسة الاجتماعية الأكثر فاعلية وتأثيرا في تربية الأبناء، إذ تُركز على غرس القيم في نفوسهم منذ الصغر. هذه القيم لا تنتقل بالوراثة البيولوجية بل بالوراثة الاجتماعية، أي عملية التنشئة الاجتماعية التي تتمثل في تربية الفرد وإعداده ليصبح شخصا متوافقا مع معايير وثقافة وقيم مجتمعه (الكناني م.، 2012، صفحة 46).

وتتمثل هذه الأسرة في المقام الأول في الوالدين الصالحين، حيث حثهما النبي –صلى الله عليه وسلم– على رعاية أبنائهما بالعناية والرفق والتربية الحسنة، لينشؤوا أولادا نافعين لأنفسهم وأمتهم مطيعين لربهم. ولقد حذر الجوزية من تفريطهما في تربيتهم بقوله: "فما أفسد الأبناء مثل تفريط الآباء وإهمالهم واستسهالهم شرر الناس، فكم من والد حرم ولده خير الدنيا والآخرة وعرضه لهلاك الدنيا والآخرة".

إن مسؤولية الوالدين في التربية وغرس القيم الأخلاقية يجب أن تمتد إلى الأبناء والبنات على حد سواء دون إغفال حقوق أي منهما. فإذا بُنيت الأسرة على هذا النحو، وضعها الإسلام في أعلى مراتب السلم الاجتماعي مُوفرا لها جميع الموارد اللازمة لنموها وتطورها، ومُغذيا إياها بالقيم والمبادئ (مرتجى، 2004، صفحة 77).

دور الأسرة هو تربية أبنائها على الفضائل والقيم الأخلاقية الإسلامية، من خلال التربية والتوجيه الحكيم. كما يجب عليها أن تسعى جاهدة لتصحيح أي سلوك يخالف الأخلاق الإسلامية، لا سيما في عصر العولمة والقنوات الفضائية التلفزيونية، مما يتطلب تكثيف دور الوالدين، لا سيما في مرحلة المراهقة. وحرصا منا على غرس القيم الأخلاقية المستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة في نفوسهم، فإننا ننصح المسلمين في مواجهة ما نلاحظه اليوم في الدول الغربية من تفكك للروابط الأسرية، وسيادة المادية في العلاقات وانتشارها داخل أسرنا، وذلك من خلال الاهتمام الدقيق بتنظيم الحياة الأسرية، والحفاظ على الروابط الروحية كما أوجدها الإسلام.

ب–المؤسسة التعليمية:

وتعتبر المدرسة أيضا مؤسسة للإنتاج الاجتماعي وامتدادا وظيفيا للأسرة من حيث تنظيم الخبرات والعمليات الاجتماعية والعقلية، تقوم على أساس ما بدأته الأسرة وتزيد عليه (الكناني م.، 2012، صفحة 47).

لا تقتصر مسؤولية المدرسة على المعرفة النظرية وحدها، فهي لا تكفي لتغيير السلوكيات والاتجاهات والقيم ومن الضروري دمج المعرفة والانفعال والممارسات، فالتركيز على الجانب النظري فقط يحُدث فجوة بين الأقوال والأفعال، بينما يجب أن تكون الأفعال والأقوال متطابقة. وهنا يتجلى دور التربية بالقدوة، إذ ينعكس البعد النظري الغني بالقيم، في تصرفات الإداري والمعلم (مرتجى، 2004، صفحة 79)، هذا الأخير يلعب دورا أساسيا في نقل القيم وغرسها، فهو قدوة للطلاب بعد الوالدين والأخوة (الكناني م.، 2012، صفحة 47) فالمعلم الجيد أساسي لجودة التعليم وتقع على عاتق الجهات التعليمية مسؤولية توفير معلمين أكفاء مؤهلين في التربية والعلوم والأخلاق، ولكي يؤدي رسالته التربوية لا بد من اعتماد منهج دراسي يتجه نحو منظور إسلامي واحد، يتوافق مع الوحدة النفسية التي خلق الله الإنسان عليها، ووحدة الخبرة التي يجب أن تنتقل إلى الناشئ حول أسرار الكون ومخلوقاته وقوانينه وأنظمته ووقائعه. فإذا كانت البيئة المدرسية بمعلميها وبرامجها مناسبة استطاعت المدرسة أن تلعب دورها في غرس القيم الأخلاقية، وبالتالي تتحول القيم من عبارات مكتوبة على الورق إلى سلوكيات ملموسة على أرض الواقع (مرتجى، 2004، صفحة 79).

ج – المؤسسات الإسلامية:

تتعرض الأمة العربية لخطر الاغتراب الثقافي الذي يهدد هويتها من خلال غزو إعلامي مكثف يتجاوز كل ما هو ثابت وأخلاقي، مما يخلق شرخا بين هذه الأجيال ولغتها الأم، وكذلك قيمها وأخلاقها، من خلال هيمنة اللهجات المحلية الهجينة واللغات الأجنبية على اللغة العربية، مما أدى إلى حالة قريبة من فقدان الهوية. ومن هنا كان للمؤسسات الدينية الإسلامية وخاصة المسجد، دورا مهما في ترسيخ القيم (الدليمي، 2013، صفحة 83)، باعتباره بيت للعبادة (مرتجى، 2004، صفحة 82)، وأهم من ذلك هو بيت من بيوت الله، لقوله تعالى: "وَإِذْ جَعَلْنَا الْبَيْتَ مَثَابَةً لِلنَّاسِ وَأَمْنًا وَاتَّخِذُوا مِنْ مَقَامِ إِبْرَاهِيمَ مُصَلًّى وَعَهِدْنَا إِلَى إِبْرَاهِيمَ وَإِسْمَاعِيلَ أَنْ طَهِّرَا بَيْتِيَ لِلطَّائِفِينَ وَالْعَاكِفِينَ وَالرُّكَّعِ السُّجُودِ" (البقرة: 125). وقد جاء في التوجيه

النبوي الشريف: "ما اجتمع قوم في بيت من بيوت الله، يتلون كتاب الله ويتدارسونه بينهم، إلا نزلت عليهم السكينة وغشيتهم الرحمة وحفتهم الملائكة وذكرهم الله فيمن عنده".

فالمسجد هو ملتقى المؤمنين لأداء فرائضهم الدينية، ومناقشة أمور دينهم ودنياهم، وتلقي دروس في الفقه والعقيدة والصلاة ومختلف الفرائض. ورسالته التربوية تكمن في الاهتمام بالشخصية الإنسانية والارتقاء بها روحيا جسديا، عقليا وعاطفيا إضافة إلى غرس القيم الأخلاقية الفاضلة فيها. فكما ترعى المدارس الصغار ترعى المساجد الصغار والكبار على حد سواء.

لذا يجب على المسجد أن يُولي اهتماما خاصا بتربية الشباب، من خلال تخصيص أنشطة تثير اهتمامهم وتشجعهم على حفظ القرآن الكريم، وحضور حلقات التوعية الدينية التي تقيهم من المحرمات. وتقع هذه المهمة على عاتق أئمة وخطباء المسجد الذين يُقدمون التعاليم والإرشادات التي تُشجع على اتباع المنهج الإسلامي، الذي يدعو إلى الفضيلة واجتناب الرذيلة (مرتجى، 2004، صفحة 84)، وعليه يجب أن يبقى المسجد وتعليمه القرآني الممثل الأقوى للجانب الإنساني والرحماني للمجتمع، وحري به أن يكون القوة التي تحفظ تماسك المجتمع والأسرة في وجه قوى التفكيك الجارفة التي يمثلها السوق المسنود من بعض السياسات غير الحكيمة (شخار، 2023). ولكي يؤدي المسجد دوره في غرس القيم الأخلاقية وتنميتها، لا بد من مراعاة عدة عوامل. منها:

1-أن يكون المسجد مركزا للنشاط الاجتماعي والثقافي والفكري، يضم مكتبة زاخرة بالعلم، ومركزا للمعلومات يفيد الناس ويجيب على استفساراتهم.

2-تشجيع الأطفال على ارتياد المسجد. ومن مسؤولية الوالدين اصطحاب أبنائهم، وشرح أهميته في الإسلام والتأكيد على ثواب من يصلي فيه.

3-أن يتم التفرغ فيه لحفظ القرآن الكريم وتفسيره، وتنظيم حلقات دراسية قرآنية.

4-توفير التوجيه والإرشاد المستمر بإشراف أئمة واعين ومؤهلين، لا سيّما فيما يتعلّق بالالتزام بالقيم الأخلاقية.

5- دعم روح الأخوة والتعارف بين المؤمنين، مما يؤدي إلى تعزيز القيم الأخلاقية وتوحيد السلوكيات الاجتماعية، ونبذ كل ما يضعف الإيمان والروح الاجتماعية، وخاصة الجوانب السلبية كالظلم والحسد

والاستهزاء والغيبة والنميمة وسائر الآفات الاجتماعية التي تضعف البناء الاجتماعي الإسلامي (مرتجى، 2004، صفحة 84).

د- جماعة الأقران:

تلعب جماعة الأقران أو الرفاق دورا هاما في حياة أفراد المجتمع، إذ تساعد على ترسيخ منظومة قيمهم وتعزيزها وحل المواقف التي يواجهون فيها قيما متضاربة.

إن التناقض بين ثقافة المجتمع العربي المتمثلة في الأسرة بقيمها وعاداتها وتقاليدها، وبين الثقافة التي تنقلها البرامج والمسلسلات والأفلام الأجنبية، يضع الفرد في صراع داخلي، وهنا تكمن أهمية دور الأقران في حل هذه المشكلة التي يتعرض لها الفرد (الكناني م.، 2012، صفحة 48). يستجيب المراهقون لتأثير الصحبة والرفاق بسرعة أكبر من تأثرهم بالبالغين. ومن وظائف جماعة الأقران في عملية التنشئة الاجتماعية والتطبيع الاجتماعي أنها تُعتبر بمثابة مدرسة خاصة، حيث يتعلم الشباب سلوكيات محددة، فهي تساعد في التحرر الشخصي من الوالدين وممثلي السلطة، ويملأ الثغرات فيما يتعلق بالمحرمات الاجتماعية مثل المعلومات الجنسية ويقدم أدوارا اجتماعية غير متاحة في مجموعات أخرى مثل القيادة.

تمارس مجموعات الأقران تأثيرا قويا على أعضائها، إذ يمكنها أن تنقل القيم الإيجابية أو الآفات الاجتماعية الضارة إلى الشباب. حيث قال تعالى: "وَيَوْمَ يَعَضُّ الظَّالِمُ عَلى يَدَيْهِ يَقُولُ يا لَيْتَنِي اتَّخَذْتُ مَعَ الرَّسُولِ سَبِيلًا (27) يا وَيْلَتى لَيْتَنِي لَمْ أَتَّخِذْ فُلانًا خَلِيلًا (28)" (الفرقان: 27- 28)، وقال النبي صلى الله عليه وسلم: "الجليس الصالح والجليس السوء كحامل المسك ونافخ الكير، فحامل المسك إما أن يُحذيك وإما أن تبتاع منه ريحاً طيبة، ونافخ الكير إما أن يحرق ثيابك وإما أن تجد ريحاً خبيثة"، لذلك يجب على الأبوين قطع هذه الصداقات إذا كانت تنطوي على سلوك منحرف، مع الشرح لابنهما أنهما لا يُلغيانها من حيث المبدأ، وأنهما لا يعارضان أن تكون لابنهما صداقات واجتماعات مع أصدقاء، بل مع شخص أو مجموعة معينة بسبب سوء أخلاقهم. مع توجيه الأبناء بعناية في اختيار أصدقائهم ومعارفهم، لما لهم من تأثير قوي عليهم، ويجب تشجيعهم على اختيار الأصدقاء الجيدين والابتعاد عن الأصدقاء السيئين (مرتجى، 2004، الصفحات 85-86).

هـ- المجتمع:

يعتبر المجتمع من أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية، ويلعب دورا أساسيا في غرس وترسيخ القيم الأخلاقية لدى الشباب، من خلال بيئته الثقافية وأنظمته الاجتماعية وسلوك أفراده، لأنه يمثل الإطار الذي تتشكل فيه شخصية الفرد وتتحدد فيه سماته الأخلاقية والاجتماعية. فمهمة المجتمع أن يأمر بالمعروف وينهى عن المنكر، ويقول النبي -صلى الله عليه وسلم- في ذلك: "من رأى منكم منكرا فليغيره بيده فإن لم يستطع فبلسانه فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان"، ففي فعلها الفلاح والخير، وفي إهمالها هلاك للمجتمع (عياصرة، 2018، صفحة 177).

لكل مجتمع ثقافته الخاصة، تعكس هذه الثقافة قيمه، ومصدر هذه القيم هو تاريخ الجماعة المتوارث عبر التربية من جيل إلى جيل، وكل جيل يُعلم الجيل الذي يليه أسس القيم الاجتماعية. اعتبر عالم الاجتماع دوركهايم المجتمع هو المصدر الرئيسي للقيم، مُرجعا القيمة إلى الوعي الجماعي الذي يُغير كل ما يلمسه ويتفاعل معه (الكناني م.، 2012، صفحة 48).

و- وسائل الإعلام:

تُعدّ الوسائل الإعلامية من أقوى المؤسسات التعليمية وأكثرها تأثيرا في العصر الحديث، بفضل تطورها التكنولوجي، وتنوع أساليب عرضها وقدرتها على جذب الجمهور، وانتشارها العالمي في نشر المعلومات. ويشمل الإعلام جميع المؤسسات الحكومية وغير الحكومية التي تنشر الثقافة بين الجمهور، وتشمل هذه المؤسسات الصحف، الإذاعة، التلفزيون وشبكة الإنترنت. فهي تُشكل بنية متينة قادرة على ربط الأفراد والمجتمع بمعتقداتهم من خلال الحديث، القصة، المسرحيات والدراما، فهو قادر على هدايته نحو القيم السامية والأخلاق الفاضلة، وثنيه عن أي انحراف أو جريمة أو انحطاط أخلاقي. فالإعلام الجيد قادر على تزويد الناس من جميع الأعمار، بالمعارف الثقافية والمهارات النافعة والعلوم والفنون اللازمة لتنمية قدراتهم وتوسيع آفاقهم (عفيف، 2022، صفحة 908).

وأشارت بعض الدراسات التي أجراها مركز ليستر لأبحاث الاتصال الجماهيري، إلى أنه على الرغم من تعدد مؤسسات التنشئة الاجتماعية، فإن وسائل الإعلام تلعب دورا فريدا في هذا المجال (الكناني م.، 2012، صفحة 51) وفي الآونة الأخيرة، أصبحت أهم مصدر للمعرفة، وتتمتع بقبول واسع النطاق وتقدير متزايد بين الجمهور، وهذا يؤثر عليهم بشكل عميق، إذ تُولد وسائل الإعلام لديهم كافة أنواع المشاعر

والعواطف وتقدم لهم أشكالا مختلفة من الثقافة، من خلال نقل ثقافة مجتمعهم والمجتمعات الأخرى، كما تربيهم على القيم الأخلاقية التي ترغب فيها بالإضافة إلى العلوم المختلفة في مختلف المجالات.

ومن أهم مزايا الإعلام مقارنة بالتعليم، أن المؤسسات التعليمية تُشكل الفرد من الطفولة إلى الرشد بينما يرافقه الإعلام طوال حياته. ومن اللافت للنظر أن الإعلام العربي والإسلامي أصبح اليوم في كثير من النواحي أداة لنشر الفساد والانحطاط الأخلاقي. وعليه يُمكن القول إن لوسائل الإعلام دورا مزدوجا، فهي قد تلعب دورا إيجابيا في التربية بغرس القيم الأخلاقية في الأفراد، كما قد تتخذ أيضا منحى سلبي بترويجها للانحلال الأخلاقي ونشر الرذيلة. لذا وجب توجيه الأفراد نحو استخدام سليم وبناء لوسائل الإعلام ومساعدتهم على التمييز بين المحتوى الجيد والمحتوى المشكوك في جودته، لاسيما مع التطور التكنولوجي وانتشار الفضائيات (مرتجى، 2004، صفحة 87).

ومن مسؤولية القائمين على وسائل الإعلام ما يلي:

1- الالتزام بالمعايير المهنية يضمن تطبيق ممارسات إعلامية مهنية خالية من السلوك غير الأخلاقي، مما يضمن حماية خصوصية الأفراد من جهة، ودقة المحتوى المنقول أو المعالج من جهة أخرى (تنيو، 2019، صفحة 241).

2-مكافحة المحتوى المسيء، سواء كان مقصودا أم لا.

2-العمل على إيجاد إعلاميين قادرين على نشر القيم الأخلاقية وتعزيزها بين جميع أفراد المجتمع.

3-إبداء اهتمام خاص بالمرأة، إدراكا لدورها الأساسي في نقل القيم والفضائل الأخلاقية إلى الشباب.

4-التركيز على برامج الأطفال الهادفة.

5-المساهمة في حل العديد من المشاكل الاجتماعية المتعلقة بالطفولة، الشباب، الأسرة، العادات، التقاليد والسلوكيات السلبية السائدة في المجتمع.

6-تقديم محتوى ترفيهي يحترم المبادئ والأخلاق الإسلامية، ويمنح الجميع الراحة اللازمة لمواجهة متطلبات الحياة العصرية وتعقيداتها.

7-تنمية الإبداع والذوق الفني والمواهب الفردية لدى الشباب من خلال برامج هادفة تدعم المهتمين وتشجعهم على ممارسة هواياتهم المفضلة.

8-المساهمة في تطوير التعليم بجميع مراحله من خلال معالجة تحدياته واقتراح الحلول المناسبة.

لذا، فإن مسؤولية غرس القيم الأخلاقية مسؤولية مشتركة، تتظافر فيها جهود مختلف المؤسسات، بما في ذلك الأسرة، المسجد، المدرسة والإعلام، وسائر المؤسسات الإدارية والاجتماعية والسياسية في المجتمع. لذا، فإن تنسيق جهود هذه المؤسسات بات أمرا ضروريا لضمان تكامل عملها وانسجامه، والسير في اتجاه قيمي واحد (مرتجى، 2004، 88، 89).

المطلب الثاني: أساليب تنمية القيم الأخلاقية لدى الشباب:

القيم الأخلاقية هي الركيزة الأولى للحفاظ على وجود الأمم والشعوب. ولذلك كان الاهتمام الأساسي للفلاسفة والمفكرين ورواد الإنسانية ورواد التنوير والتعليم، والمصلحين الساعين إلى نهضة المجتمعات البشرية هو تعزيز القيم الأخلاقية. ولم يكن المفكر الفرنسي شاتوبريان يبالغ حين قال: "إن سقوط الأخلاق هو بداية سقوط الأمم" (العيسوي، 2017).

يسعى الإسلام إلى غرس هذه القيم في الفرد منذ الصغر، فالقيم والأخلاق أساس كل شيء وبغيابها تنهار البشرية وتصبح كائنا مفترسا كما حدث في الماضي، حيث هلكت الأمم بسبب انحرافها وطغيانها ومعاصيها وفسادها الأخلاقي. وقد أكد القرآن الكريم مرارا على انحطاط الأمم وهلاكها بسبب غياب الأخلاق فيها لأن الفساد الأخلاقي قد تسلل حتى إلى العائلات والبيوت، فقد حُكم على قوم لوط (عليه السلام) بالهلاك والعقاب على تجاوزاتهم الأخلاقية في العلاقات الجنسية. وبالمثل، هلك قوم مدين لخيانة تجارتهم وعدم التزامهم بالمقاييس والموازين الصحيحة. أما قوم عاد، فقد هلكوا لمجرد امتثالهم لأوامر أعتى الطغاة وأراذلهم، فجميع الأنبياء والرسل أُرسلوا إلى قومهم لإخراجهم من الظلمات إلى النور، وهدايتهم إلى طريق الصلاح، وحثّهم على نبذ الشرك والطغيان. قال الرسول –صلى الله عليه وسلم–: "إنما بُعثتُ لأتمم مكارم الأخلاق" (الحق، 2012، الصفحات 335–336). وجاء القرآن الكريم مُؤكّدا على أهمية غرس القيم الأخلاقية وترسيخها في عقول ومشاعر وضمير الأمة المسلمة، والتمسك بها، فهي التي تجلب النصر والسعادة في الدنيا والآخرة. قال عالم النفس الفرنسي غوستاف لوبون بعد قراءته للقرآن الكريم: "أصل الأخلاق في القرآن الكريم أسمى من أصل جميع كتب الأديان الأخرى"، تعبيرا عن احترامه العميق للأخلاق الإسلامية كما وردت في القرآن الكريم (العيسوي، 2017).

نعيش اليوم في عصر يسوده الزنا، القتل، الربا، الغش، الاغتصاب، وانتهاك حقوق المرأة بجميع أشكالها وازدراء الكبار، وغيرها من السلوكيات المنكرة. فإذا نجحنا في غرس القيم الأخلاقية في نفوس المسلمين

سيتحرر مجتمعنا من الفوضى والصراع والفساد والفتن. وسيصبح المجتمع العربي الإسلامي مجتمعا تحكمه الإرادة الإلهية قاعدته التقوى. فالجميع يتقي الله تعالى في السر والعلن، فيغيب الفساد، ويخلو من مشاكل العصر. فلو كانت تعاليم الإسلام وقيمه وأخلاقه حاضرة في المجتمع العربي لما عانى من هذه المفاسد الأخلاقية ولأصبح مجتمعا مزدهرا. أما اليوم فيعاني المسلمون من النبذ والتهميش في كل مكان، وهذا تحديدا ما يسعى إليه اليهود والمسيحيون جاهدين لإبقاء المسلمين متخلفين في العلم، المعرفة، السلوك، القيم والأخلاق، لأن تقدمهم في هذه المجالات توصلهم إلى أسمى المراتب وأعلى القمم (الحق، 2012، صفحة 342).

في ظل التحولات الثقافية والاجتماعية المتسارعة التي يشهدها العصر الحديث، أصبح الشباب أكثر عرضة للتحديات الفكرية والسلوكية التي قد تُزعزع منظومتهم القيمية. لذا برزت الحاجة الملحة إلى البحث في السبل الكفيلة لتنمية هذه القيم وتعزيزها بما يضمن توازن الشباب بين متطلبات العصر ومقتضيات الأخلاق. وتتنوع أساليب تنمية القيم الأخلاقية باختلاف المناهج التربوية والأسرية والإعلامية والمجتمعية، بحيث تتكامل هذه المناهج ليكون لها أثر حقيقي في تشكيل وعي الشباب وسلوكهم. ومن بين أهم هذه الأساليب ما يلي:

-القدوة الحسنة:

يُعد وجود قدوة للطفل منذ الصغر أمرا أساسيا، حيث يتخذه نموذجا يقتدي به ويُقلده، وقد تكون هذه القدوة شخصا من دائرته المقرّبة، أو شخصية من كتاب أو قصة. تُعد القدوة الحسنة من أفضل السبل لغرس القيم الأخلاقية لأن الأطفال يحتاجون إلى أمثلة ملموسة لترجمة المبادئ الأخلاقية إلى أفعال (اسماعيل، 2022، صفحة 883)، وهي من أنجع أساليب التربية كون الأطفال يميلون إلى التقليد والمحاكاة. فإذا كان الشخص المقلَّد قدوة حسنة ترسخت تلك الصفات النبيلة والقيم السامية في نفوس الصغار، وهذا يُبرز أهمية القدوة في تشكيل السلوكيات والعادات التي يكتسبها الإنسان. كما يُشدد التعليم الإسلامي على الدور المحوري للقدوة الإيجابية في تنشئة الأجيال تربية سليمة، يتحقق بها الخير لأنفسهم وللمجتمع بأسره. بمعنى آخر، لا يكون الإرشاد الأخلاقي بالنصيحة والتوجيه فعالا إلا إذا كان القائم به يعمل بما يقول، والدليل على فائدتها أمر الله سبحانه وتعالى المسلمين بالاقتداء برسوله -صلى الله عليه وسلم-، فقال تعالى:"لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا" (الأحزاب: 21)، وعلى المربين والآباء أن يسيروا على نهجه، ويتأسوا بفعله -صلى الله عليه وسلم- في جميع جوانب الحياة (المزين، 2009، صفحة 27).

كما يؤكد التعليم الإسلامي على أهمية دور المعلم كقدوة في تربية وتوجيه الطالب، مع التأكيد على ضرورة إبعاده عن المؤثرات السيئة كقرناء السوء، كما ورد في الحديث الشريف: "مثل الجليس الصالح والجليس السوء كحامل المسك ونافخ الكير، فحامل المسك إما أن يحذيك، وإما أن تبتاع منه، وإما أن تجد منه ريحا طيبة، ونافخ الكير إما أن يحرق ثوبك، أو تجد منه ريحا خبيثة" (رواه البخاري) (أحمد، 2022، صفحة 357). لذا، تُعدّ القدوة من أنجع الوسائل لغرس القيم الأخلاقية والتأثير في سلوك الفرد منذ الصغر. فعندما يجد الطفل قدوة حسنة، قولا وفعلا، في والديه وأقاربه ومعلميه، فإنه يكتسب مبادئ الإحسان ويتشرب الأخلاق الإسلامية (المزين، 2009، صفحة 28).

-الموعظة والنصيحة:

إن التربية عن طريق الوعظ تلعب دورا هاما في غرس القيم الإسلامية في مختلف مجالاتها، ويمكن أن تتخذ شكلا مباشرا في صورة النصيحة، فقد يرغب الإنسان في الاستماع إلى النصيحة من أقاربه ومحبيه، وفي هذه الحالة تُصبح النصيحة والوعظ ذو تأثير عميق في نفس المخاطب.

والقرآن الكريم زاخر بالمواعظ، كقوله تعالى: "يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءتْكُم مَّوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ وَشِفَاء لِمَا فِي الصُّدُور" (النساء: 57)، وقوله تعالى:" إِنَّ اللهَ نِعِمَّا يَعِظُكُم بِهِ" (النساء: 58). وفي الحديث الشريف عن أبي هريرة – رضي الله عنه – قال :قال رسول الله –صلى الله عليه وسلم-: "المرء على دين خليله، فلينظر أحدكم من يُخالل"، وعن أبي سعيد الخدري – رضي الله عنه – قال :قال رسول الله –صلى الله عليه وسلم: "خصلتان لا تجتمعان في مؤمن: البُخل وسوء الخُلق".

إن الموعظة المؤثرة تُخاطب الروح مباشرة، وتُؤثر في سلوك الفرد وتغرس فيه الصفات المرغوبة والكمال الأخلاقي. فعن ابن عباس –رضي الله عنهما– قال: أن رسول الله صلى الله عليه وسلم خرج ومعه بلال فظن أنه لم يسمع النساء، فوعظهن وأمرهن بالصدقة فجعلت المرأة تلقي القرط والخاتم" (رواه البخاري ومسلم).

في التوجيهات القرآنية، نلاحظ منهجا تربويا رائعا، فهو يهدف إلى تكامل الإنسان، فينبغي أن يستلهمه المعلم والطالب لأنه نابع من الحكمة لا من الهوى، وخير مثال على ذلك نصيحة لقمان لابنه والتي تهدف إلى:

– أن يكون الله هو مصدر كل سلوك إنساني، أي الإيمان به واتباع شرعه. وهذا ما يحدد سلوك الإنسان وغايته، لذا ينبغي إخلاص النية لله، وعدم الشرك به وشكره.

– ينبغي أن يتوافق السلوك مع تعاليم الإسلام، متسما بالاعتدال في كل شيء، بعيدا عن الإفراط والتفريط. وهذا ما يُجسد هدف التربية الإسلامية، ويصنع إنسانا معتدلا في سلوكه ومعتقداته.

وهكذا يبدو دور الوعظ كأداة من أدوات التربية الإسلامية مناسبا تماما في مجال التربية الأخلاقية وكذلك في مجال التربية الاجتماعية والفكرية، وفي غيره من المجالات الإسلامية (السقاف، 2012، صفحة 33).

يُعد هذا الأسلوب من أهم وسائل التربية، إذ يُسهم في تنمية الفرد منذ طفولته خلقيا واجتماعيا ونفسيا ويُمكنه من فهم حقيقة الأمور، وتوجيهه نحو المعاني، وغرس القيم الأخلاقية النبيلة فيه. وقد قال الرسول – صلى الله عليه وسلم– في هذا الصدد: "الدين النصيحة"، قلنا: لمن؟ قال: لله، ولكتابه، ولرسوله، ولأئمة المسلمين، وعامتهم". (رواه مسلم).

إن النصيحة المقدمة بأدب ولباقة تُلهم متلقيها دروسا قيمة، وتُعلمه أمورا قد يجهلها. ومن واجب المربي أن يُشير إلى نقاط الضعف بأقصى درجات اللباقة واللطف والتكتم ليتمكنوا من التغلب عليها، أحيانا بشكل مباشر وأحيانا أخرى باقتراح قراءة كتاب حول هذا الموضوع.

وقد استخدم القرآن هذا الأسلوب في عدة مواضع، نذكر من ذلك قوله تعالى: "إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ " (النحل: 90) وقوله تعالى: "إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الأَمَانَاتِ إِلَى أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا" (النساء: 58). ويذكر القرآن والسنة في كثير من الأحيان المواعظ والنصائح باعتبارها من أهم وسائل تربية وتشكيل الأخلاق، كما يأمر القرآن بالتذكير في كثير من الأحيان فيقول:" وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَى تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ" (الذاريات: 55)، ويقول: "إِنَّ فِي ذَلِكَ لَذِكْرَى لِمَنْ كَانَ لَهُ قَلْبٌ أَوْ أَلْقَى السَّمْعَ وَهُوَ شَهِيدٌ" (ق: 37).

لذلك يجب على المربين استخدام هذه الطريقة لأنها تغرس قيما واضحة تتوافق مع الشخص المنصوح لتعديل سلوكه، ولأنها تؤثر أيضا في عقله وتصقل شخصيته مما يؤدي إلى الالتزام بالمبادئ الأخلاقية، وبالتالي إلى تغيير سلوكه (المزين، 2009، صفحة 28). وحين توجد القدوة الحسنة يكون للموعظة أثر عميق في النفس، وتُصبح من أعظم مصادر التحفيز في جهود المعلم التربوية. فالنفس مُتقبلة للكلام المنطوق، لذا فإن

تكراره ضروري لتحقيق الفائدة المرجوة، لما له من أثر في النفس وما يحمله من رسالة أخلاقية أو تربوية (أحمد، 2022، صفحة 357).

–الثواب والعقاب: إن مبدأ الثواب، كمبدأ العقاب، من الوسائل التي يلجأ إليها المربون عندما تفشل الوسائل الأخرى. ومن المسلّم به أن هذا المبدأ ضروري لأن الوسائل الأخرى تعجز عن توجيه السلوك أو تعديله. لذا من الضروري الحد من السلوكيات غير المرغوب فيها (زهان و بن شماني، 2023، صفحة 221).

يُطبق التعليم الإسلامي مبدأ الثواب والعقاب بعد التوجيه والنصح بأسلوب مُشجع ومُحذر، فيُثاب من يُحسن ويُعاقب من يُسيء، لا سيما عند انحراف الفرد.

فالإنسان يستطيع التحكم في سلوكه وتعديله بقدر إدراكه للعواقب الضارة أو النافعة، السارة أو المؤلمة لأفعاله. ويجب أن يعتمد التعليم على نظام الثواب والعقاب لما له من دور حاسم في التربية السليمة لأبنائنا. والقرآن الكريم يُصور الجنة ونعيمها، والنار وأهوالها وعذابها، وهي طريقة تتفق مع الفطرة البشرية التي تسعى دائما للخير وتتجنب الشر قدر الإمكان. لذا ينبغي على المعلمين والمعنيين بالعملية التعليمية والتقييمية استخدامها لغرض واحد فقط، وهو توجيه الطلاب وتقييمهم من حيث غرس الصفات الحميدة فيهم وإبعادهم عن السيئات، والتأكد من أن أسلوب الثواب والعقاب الذي يتبعه المعلمون عموما ينبع من حرصهم على هذا الجانب. (أحمد، 2022، صفحة 358).

عندما لا تُحقق النصائح والوعظ والقدوة الحسنة النتائج المرجوة، لا بد من استخدام أسلوب آخر لحل المشكلة وإعادة الأمور إلى نصابها، فأساليب الإثابة والعقاب تعتمد على مدح الطفل لسلوكه الجيد الذي يتوافق مع القيم، ومعاقبته على السلوك السيئ الذي يُخالفها.

لقد استخدم القرآن الكريم أسلوب الثواب في مجالات عديدة، لتشجيع المؤمنين على طلب النعم والخيرات الكثيرة التي ينعم بها الله تعالى مقابل طاعته والالتزام بأوامره. يقول الله تعالى: "وَبَشِّرِ ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ وَعَمِلُواْ ٱلصَّٰلِحَٰتِ أَنَّ لَهُمۡ جَنَّٰتٖ تَجۡرِي مِن تَحۡتِهَا ٱلۡأَنۡهَٰرُۖ كُلَّمَا رُزِقُواْ مِنۡهَا مِن ثَمَرَةٖ رِّزۡقٗا قَالُواْ هَٰذَا ٱلَّذِي رُزِقۡنَا مِن قَبۡلُۖ وَأُتُواْ بِهِۦ مُتَشَٰبِهٗاۖ وَلَهُمۡ فِيهَآ أَزۡوَٰجٞ مُّطَهَّرَةٞۖ وَهُمۡ فِيهَا خَٰلِدُونَ" (البقرة: 25). ويستخدم القرآن الكريم أيضا أسلوب الترهيب في كثير من الأحيان، كتحذير وتهديد بالعقاب على أي ذنب أو معصية حرمها الله. كقوله

تعالى: "الَّذِينَ كَذَّبُوا بِالْكِتَابِ وَبِمَا أَرْسَلْنَا بِهِ رُسُلَنَا ۖ فَسَوْفَ يَعْلَمُونَ، إِذِ الْأَغْلَالُ فِي أَعْنَاقِهِمْ وَالسَّلَاسِلُ يُسْحَبُونَ، فِي الْحَمِيمِ ثُمَّ فِي النَّارِ يُسْجَرُونَ" (غافر: 70-72).

يستخدم الإسلام جميع أساليب التربية دون إغفال أي جانب. فهو يستخدم القدوة والوعظ والتشجيع والثواب، ولكنه يستخدم أيضا الردع والعقاب بجميع أشكالهما من الإعداد الأولي إلى التنفيذ النهائي. ولا يمكن للمربي الاستغناء عن أساليب الثواب والعقاب، لما له من أهمية كبرى في غرس وترسيخ القيم الأخلاقية في نفوس النشء، وذلك من خلال إظهار السلوكيات الحسنة والتوبيخ على السلوكيات السيئة، فهي تربي النفس على مكارم الأخلاق النبيلة وتنمي في النشء عادة فعل الخير.

-الحوار والمناقشة:

يُعد الحوار أسلوبا تعليميا فعالا في نقل القيم وتوجيه السلوك، ويجسّد القرآن الكريم ذلك من خلال قصة الرجلين والجنتين، مُبرزا التباين بين القيم الزائلة والقيم الخالدة، ومُقدما نموذجين متميزين: أحدهما النفس المتباهية بزينة الحياة، والآخر النفس المتباهية بالله. وكلاهما نموذج إنساني لطائفة من الناس. إن صاحب الجنتين هو مثال الرجل الذي أبهرته الثروة وأفسدته النعم حتى نسي القوة العظمى التي تتحكم في مصائر البشر والحياة، وأما صاحبه فهو مثال الرجل الذي يفتخر بإيمانه، ويذكر ربه ويحمده على نعمه من غير جحود ولا كفر.

الحوار أسلوب مهم لتنمية القيم، فهو يحفز المتعلم على اتخاذ السلوك المناسب لتحقيق هدف نبيل ويؤدي إلى آراء صحيحة وعادلة، ويعلمه حقيقة دينه ومبادئ أخلاقه (المزين، 2009، الصفحات 30-31).

كما تُعد المناقشة والسؤال وسيلة لتعليم وغرس القيم الأخلاقية الحميدة في نفوس الأفراد، لأنها تكشف لهم حقيقة ما يجهلونه، ولذلك حثّنا الله تعالى على السؤال، وأمرنا بطلب العلم من أهله. قال تعالى: "فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ" (النحل: 43)، وحرص المدرسون والعلماء على التشجيع بشدة على طرح الأسئلة لما لها من فوائد نفسية وأخلاقية، فهي تقوي شخصية الإنسان من خلال النقاش والحوار والتفكير النقدي، ويتجلى هذا التشجيع بالتواضع واللطف والمودة.

استخدم النبي –صلى الله عليه وسلم– الحوار والنقاش والسؤال كأساليب فعّالة ومؤثرة في تعليم أصحابه أحكام دينهم وأصول إيمانهم، وتوضيح كثير مما يهمهم من أمور دينهم ودنياهم. كما حثّهم بشدة على السؤال، وهو أمر شائع ومعروف بين الصحابة وخلفائهم.

إن منهج الحوار والمناقشة في التربية الإسلامية يقتضي تعريف الشباب بالأسس العقلانية والمنطقية لأي سؤال يُطرح عليهم، والتأكد من عدم تكرارهم للمعلومة دون فهم مضمونها ودون إدراك ارتباطها بواقعهم الفردي والاجتماعي. ومن المهم أيضا إتاحة الفرصة لهم للنقاش الجاد والبنّاء الذي يُحلل أبعاد الموضوع المطروح ويسلط الضوء على جوانبه المختلفة، مما يعزز البعد الأخلاقي من خلال الحوار والنقاش مع المعلم قصد تعزيز المعارف.

في هذا السياق، على سبيل المثال وجب على المعلم بصفته مرشدا وقائدا للعملية التعليمية، أن يستخدم الحوار والنقاش والإقناع والجدال العقلاني لتوجيه طلابه نحو الحق والصواب، وغرس القيم الأخلاقية الراسخة في نفوسهم. والقرآن الكريم حافل بالأمثلة التي تؤكد على أهمية التمييز بين الخير والشر. ويجب علينا كمسلمين أن نستخدم عقولنا للتمييز بين الصواب والخطأ، والخير والشر (أحمد، 2022، 359، 360).

–العبرة من القصص والأمثال:

يُعد السرد القصصي أسلوبا تعليميا مُحببا في التعليم ونشر الوعي الإسلامي لما له من آثار أخلاقية وسلوكية نبيلة، لا سيما في القصص ذات المضامين الدينية، التربوية، الأخلاقية والسلوكية. وقد استخدم القرآن الكريم السرد القصصي في جميع جوانب التربية والتعليم، بما يتوافق مع منهجه التربوي، الروحي، الفكري والجسدي، فالتعليم بالقدوة والموعظة يُشكل مجموعة ثمينة من النصائح (المزين، 2009، صفحة 29).

وقد جاء القرآن الكريم بالقصص الملمة ذات المغزى، كقوله تعالى: **"**نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ بِمَا أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ هَٰذَا الْقُرْآنَ وَإِن كُنتَ مِن قَبْلِهِ لَمِنَ الْغَافِلِينَ" (يوسف: 3). والإسلام يُدرك تماما الأثر العميق للقصص وتأثيرها في النفوس، ولذلك استخدمها وسيلة للتربية والتوجيه (أحمد، 2022، صفحة 357).

وقد تعدد استخدام القرآن الكريم السرد القصصي في كثير من الأحيان كوسيلة للتأمل والتعلم من تجارب وقصص من سبقوه. يقول تعالى: "لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةٌ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ ۗ مَا كَانَ حَدِيثًا يُفْتَرَىٰ وَلَٰكِن تَصْدِيقَ الَّذِي بَيْنَ يَدَيْهِ وَتَفْصِيلَ كُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ" (يوسف: 111)، ويقول تعالى أيضا:

" وَكُلًّا نَّقُصُّ عَلَيْكَ مِنْ أَنبَاءِ الرُّسُلِ مَا نُثَبِّتُ بِهِ فُؤَادَكَ ۚ وَجَاءَكَ فِي هَٰذِهِ الْحَقُّ وَمَوْعِظَةٌ وَذِكْرَىٰ لِلْمُؤْمِنِينَ" (هود: 120).

إن للقصة القرآنية أثر تربوي عظيم في النفوس والقلوب، لأنه يخاطب النفس البشرية بكل واقعها، ممثلا بأهم النماذج التي أراد القرآن إبرازها للكائن الحي، ويوجه الاهتمام إلى كل نموذج حسب أهميته، مقدما بذلك عرضا صادقا يليق بالمقام ومحققا للهدف التربوي المقصود.

وقد اتبع النبي –صلى الله عليه وسلم– تعاليم القرآن الكريم، مستخدما القصص لنشر المعرفة بالإسلام وترسيخ مبادئه وقيمه في نفوس المسلمين. وبالمثل استخدم صحابة النبي –صلى الله عليه وسلم– القصص لأغراض متنوعة جميعها تهدف إلى ترسيخ القيم الإسلامية أو تعزيزها (المزين، 2009، صفحة 29).

يُعد سرد القصص من أفضل السبل لغرس القيم الأخلاقية لدى الأفراد وخصوصا في مرحلة الطفولة لما له من تأثير إيجابي على سلوكهم وقدرته على تعديل السلوكيات السلبية. ويُشترط لتحقيق القصص هدفها عدة شروط كوجود حبكة درامية مصممة لإيصال القيم الأخلاقية بأسلوب مناسب لعمر الطفل (اسماعيل، 2022، صفحة 884).

ومن هنا تتضح أهمية السرد القصصي في غرس القيم الأخلاقية لدى الشباب عامة والأطفال خاصة. وينبغي على المعلمين والمربين الاهتمام بهذه الطريقة لما لها من فعالية في جذب الانتباه، وإيصال القيم السليمة (المزين، 2009، صفحة 29).

خلاصة:

يخلص هذا الفصل إلى أن بناء منظومة أخلاقية فعّالة يتطلب تفاعلا واعيا بين المرجعية الإسلامية بثوابتها الروحية والتشريعية، وبين الاتجاهات الفكرية المعاصرة التي تسعى إلى عقلنة الفعل الأخلاقي في سياقه الإنساني والاجتماعي. ومن هنا فإن التربية على القيم الأخلاقية تمثل نهجا استراتيجيا لبناء مجتمع متوازن قيميا وحضاريا، يرتكز على الوعي والمسؤولية والالتزام الأخلاقي.

الفصل الثاني: مخاطر الثورة التكنولوجية على القيم الأخلاقية والثقافة العربية:

تمهيد

المبحث الأول: مخاطر الثورة التكنولوجية على القيم الأخلاقية:

المطلب الأول: إشاعة ثقافة الفساد.

المطلب الثاني: الفاحشة والانحرافات الأخلاقية في الفضاء الرقمي.

المطلب الثالث: تطبيع العنف وترويج السلوك الإجرامي في البيئة الرقمية.

المبحث الثاني: مخاطر الثورة التكنولوجية على الثقافة العربية:

المطلب الأول: تأثير العولمة الرقمية وتقنيات التضليل الإعلامي.

المطلب الثاني: هيمنة الثقافة الجماهيرية الغربية عبر وسائل الإعلام.

المطلب الثالث: انتشار الثقافة الاستهلاكية في الفضاء التفاعلي.

خلاصة

تمهيد:

شهد العالم في العقود الأخيرة قفزة نوعية في التكنولوجيا الحديثة، حيث أصبحت الأدوات الرقمية والتطبيقات الذكية جزءا لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات. وبينما تتيح هذه التقنيات فرصا هائلة للتواصل والتعلم والإبداع، فإنها تطرح أيضا تحديات عميقة تتعلق بالقيم الأخلاقية والهوية الثقافية، لا سيما في المجتمعات العربية التي تمتلك رصيدا حضاريا وثقافيا غنيا، فقد أدت سهولة الوصول إلى المعلومات وانفتاح الفضاء الرقمي إلى تغييرات في السلوك وأساليب التفكير، بالإضافة إلى ظهور مؤثرات جديدة قد تتعارض مع تراثنا الثقافي والقيمي. لذا من الضروري دراسة هذه المخاطر بعناية وفهم تأثيرها المحتمل على منظومتنا الأخلاقية والثقافية، حتى نتمكن من معالجتها بوعي، يوازن بين فوائد التكنولوجيا ومتطلبات الحفاظ على الهوية العربية.

المبحث الأول: مخاطر الثورة التكنولوجية على القيم الأخلاقية:

تعمل وسائل الإعلام المعاصرة على تسويق خطاب أيديولوجي يعكس هيمنة القوى العظمى على بقية العالم متخذة شعار "البقاء للأصلح" منهجا للتعبير عن سياسة التفوق. وتعتمد هيمنة الولايات المتحدة الأمريكية على منافذها الإعلامية الرئيسية – المطبوعة والتلفزيونية والسينمائية –، بالإضافة إلى دور الإنترنت في الترويج للإنتاجات الأمريكية عبر منصات إعلامية متنوعة، ومن كل هذا نستنتج أن الخطاب العولمي ينظر إلى الإنسان ككائن مادي ويعامله بمعزل عن ميوله الروحية والأخلاقية، ويدعو إلى الفصل بين الاقتصاد والأخلاق.

لقد روّجت وسائل الإعلام العالمية لقيم جديدة تختلف عن القيم الأخلاقية التقليدية المشتركة بين البشر وأعطت هذه القيم مبررات فلسفية لفرض مبادئها وتوسيع هيمنتها، حيث يُلاحظ أن المفاهيم والقيم التي تنشرها ليست مباشرة في أغلب الأحيان، بل هي نتيجة تراكم بطيء. فمع مرور الوقت يشعر الناس بتطور آرائهم وتغير قيمهم تجاه العديد من المواضيع، خاصة مع ثورة الاتصالات التي منحت التجارة بُعدها العالمي فأدخلت قيما وأفكارا جديدة وساهمت في تغيير العادات والأذواق والمواقف. يتجلى التدهور الأخلاقي في المجال الثقافي، سواء من حيث السلوك أو القيم، وتتجلى ثنائية الجنس والعنف في جميع أشكال التواصل قديمها وحديثها. وقد حذر العديد من الخبراء من مخاطرها وتضاعفت الشكاوى حول آثارها عالميا، وهذا يشمل دول الشمال العالمي. فعندما نتأمل المخاطر المرتبطة بترويج الجنس والعنف دون أي قيود أخلاقية أو حتى منطقية، نُدرك حجم المخاوف التي تُثقل كاهل البشرية جمعاء نتيجة التهميش للقيم الأخلاقية (تومي، 2015، الصفحات 301-303).

المطلب الأول: إشاعة ثقافة الفساد:

مفهوم الفساد في اللغة العربية يتميز بالتعدد. جذر الكلمة هو "فساد"، وفعلها فسد، يفسد فسادا وفسودا وهو العطب والتلف وخروج الشيء عن كونه منتفعا به، ونقيضه الصلاح، وفي الاصطلاح الشرعي يُشير إلى الفساد في الأرض، والمعصية الظاهرة لله تعالى، والانحراف عن هديه.

في الشريعة الإسلامية، يُعرّف الفساد بأنه كل تجاوز أو انحراف عن الصراط المستقيم، ويشمل كل ما هو محرم ومذموم (القيداني، 2014، الصفحات 76-77).

الفساد نقيض الإبداع، فهو يُضعف الإنجازات الفكرية والابتكار. فهو المصدر الرئيسي لكل التشوهات التي تجعلها عقيمة وغير قادرة على إنتاج أي جديد أو حديث (ياسين، 2006، صفحة 55).

في الآونة الأخيرة، كثفت وسائل الإعلام أساليبها في التلاعب بالمعلومات، وتغيير المصطلحات الشائعة واستبدالها بكلمات وتعبيرات جديدة لتبدو أكثر حداثة ودقة، بينما هي في الواقع محاولات لنشر الغموض والأخطاء في التفكير السياسي والاقتصادي المحيط بالنضال من أجل المصلحة العامة والجماهير المضطهدة (فخرو، 2022). وقد خلقت هيمنة وسائل الإعلام أرضا خصبة للفساد الفكري وساهمت في صعوده من خلال الاستعارات والتقليد التي تقدم نماذج مشوهة وغير واقعية، وشجعت على الهجمات على المبادئ والثوابت، مما سمح للمنتجات الرديئة بشق طريقها إلى السوق التنافسية جنبا إلى جنب مع الإنتاجات الملتزمة والهادفة. والأخطر من ذلك هو التطبيع مع هذا الانحراف وقبوله، أو حتى تمجيده في بعض الأحيان من خلال ربطه بصفات مثل المكر والانتهازية والقدرة على السيطرة بوسائل غير مباشرة، الأمر الذي يعزز – إلى حد ما – ما يمكن تسميته "أخلاقيات الفساد".

كل ممارسة تحمي الفساد وتشجع عليه في إطار القيم الاجتماعية، وتنشر اتجاها نحو القبول الداخلي أو التسامح معه تحت مبررات عديدة، أبرزها ترسيخ الاعتقاد بأنه ما دام كل شيء في البيئة فاسدا فلا ضرر من ممارسة الفساد في حدود معينة تؤدي إلى انهيار الحواجز الداخلية التي تُحدد القيم الخاصة، مدعومة بالقيم الروحية والأعراف العامة. عندها تتجذر بُنى الفساد ورُواده، وهكذا يصبح برنامجا مُتجذرا في حياة المجتمعات والأفراد، ويبدو نموه عملية مُستمرة تجد في كل ظل قائم بيئة للانحلال، مُشجعة إياه على النمو والانتشار كالحشائش أو الفطريات.

كل ثقافة فاسدة ستجد لها أنصارا وداعمين بين الممولين وأصحاب المصالح. هذه الثقافة بكل مكوناتها الفاسدة التي تعبر عن سلبيتها، ستتحول إلى منظومة متواصلة من الأفكار السلبية التي تعيق حرية الإنسان وإبداعه، وتشوه الفكر، وتروج للقيم الرجعية، وهي كما يصفها برهان غليون: " التعبير الأكمل عن انحلال العقل والعقلانية وانعدام الثقافة وضياع الأفكار" (ياسين، 2006، صفحة 57).

ويكشف انتشار البرامج على القنوات الفضائية العربية عن مدى التسلل والتراجع عن المبادئ الراسخة وأبرزها غياب الإنتاج المحلي الجيد، وهيمنة البرامج المستوردة التي تُعدها شركات إنتاج أجنبية، والتي تُعد أكثر جاذبية من حيث الجودة الفنية للشراء والبث. في الوقت الذي يجهل فيه المتلقي في العالم العربي إلى حد كبير

إنتاج البرامج العربية إما لأنه غير موجود أو لأن القنوات العربية تعطي الأولوية للبرامج الأجنبية في مواجهة المنافسة، فإن سهولة بث البرامج الأجنبية الجاهزة في السياق الثقافي العام، تشكل تحديا للإنتاج المحلي. في حين أن الإنتاجات الأجنبية تتضمن برامج متفاوتة الجودة، غالبا ما يكون ضررها أكثر من نفعها، فإن هذا يُعزز الفساد بشكل مضاعف. فهو لا يعيق فقط تطوير المعرفة السليمة لخدمة الوطن والوطنية، بل يُسهم أيضا في ترسيخ هيمنة المعرفة الأجنبية. وغالبا ما تسعى هذه الرسالة إلى تحقيق أهداف ونوايا تختلف عما توحي به عناوينها الجذابة وما تدعيه من معرفة وحقائق.

أصبحت وسائل الإعلام اليوم أداة أساسية في عمليات التطبيع والتنشئة الاجتماعية، إذ يقضي الأفراد ساعات طويلة أمام هذه المنافذ الإعلامية، التي تزودهم بالمعلومات والآراء ووجهات النظر، مما يُشكل بعمق نظرتهم للعالم وإدراكهم للواقع. ونظرا لقدرة وسائل الإعلام على التأثير في المواقف والقيم (خبيزي، 2014، صفحة 266)، تتطلب دراسة تأثيرها السلبي على منظومة القيم والثقافة الوطنية تحليل الإطار القيمي الذي يُحدد السلوكيات الفردية والجماعية. وبالتالي فإن الرسالة الإعلامية التي يُقصد بها أن تكون إيجابية ومُعززة للتماسك الاجتماعي، قد تُصبح عند استخدامها بطريقة مُشوهة أو مُضللة، قوة هدامة ومُفسدة لمنظومة القيم وتساهم في تدهور النسيج الثقافي والاجتماعي.

تكمن مصادر الفساد الذي يستهدف الثقافة العربية في نشر فلسفة براغماتية مُقابلة للفلسفة العقلانية تهدف إلى إنكار وجود بُعد أخلاقي ومبادئ في الإنسان، ورفض أي معايير موضوعية للتمييز بين الخير والشر. وهذا بدوره يسعى إلى ترسيخ مبدأ التفوق السياسي والعسكري والاقتصادي، بل وحتى الثقافي لتبرير الغزو الثقافي، وإلغاء الآخر وتهميشه، واتهام الثقافة العربية لعجزها عن مواكبة التحديث والتطور، ويُنتقد المثقفون العرب لقلة انفتاحهم للعالمية. وبالتالي فإن آليات إفساد الثقافة العربية لا تقتصر فقط على نشر الانبهار بالثقافة والقيم الغربية، ولا على الترويج للثقافات الهابطة كالأغاني المبتذلة، وامتهان الجسد، وتمجيد القوة الأجنبية. بل أيضا في الدعوة إلى استخدام اللهجات المألوفة في اللغة والتواصل بحجة "كسر الحاجز اللغوي" أو استخدام الأبجدية اللاتينية.

لقد تم قمع الدور التربوي لوسائل الإعلام بوحشية، وتعرضت أذواق المشاهدين، وخاصة الشباب للفساد وحُولت القضايا الجوهرية إلى هامش الاهتمام مُفضلة بالإثارة الحسية، بل وحتى الجنسية، من خلال مشاهد

الرقص والعري المتواصلة، وأصبح الفساد القيمي والوطني مبرمجا، ويمتلك وسائل عديدة لإدامة تدمير الصلة بين المواطن العربي وقضايا وطنه ومستقبله (ياسين، 2006، الصفحات 62-77).

المطلب الثاني: الفاحشة والانحرافات الأخلاقية في الفضاء الرقمي:

مع التطور السريع للتقنيات الرقمية واتساع الفضاء الالكتروني، إلى جانب تنامي تأثير القنوات الفضائية أصبحت هذه الوسائط الحديثة فضاءات مفتوحة تتفاعل فيها سلوكيات وقيم متنوعة. وبينما تتيح فرصا واسعة للوصول إلى المعرفة والتواصل، إلا أنها ساهمت أيضا في انتشار السلوكيات والانحرافات غير الأخلاقية التي تتعارض مع مقاصد الشريعة الإسلامية في حفظ الشرف والأخلاق والفطرة الإنسانية. وقد ساهمت المنصات الرقمية والفضائيات لسهولة الوصول إليها وانتشارها الواسع وغياب الرقابة الفعالة عليها، في إعادة تشكيل المفاهيم الأخلاقية للأفراد، وخاصة الشباب. ومن أبرز أنماط السلوكيات المنحرفة انتشار المحتوى الإباحي والتحريض على الفاحشة عبر المنصات الرقمية وبعض القنوات الفضائية.

1-مفهوم المحتوى الإباحي:

مصطلح "الإباحية"، الذي يشير إلى فن إثارة الرغبة الجنسية، مشتق من الكلمة اليونانية "porn" التي كانت تعني البغاء. من الواضح أن معنى الإباحية لم يعد يقتصر على تصوير البغايا أو سلوكهن، بل اتسع ليشمل جميع المحتويات الجنسية الصريحة. وبينما يصعب تحديد تعريف دقيق للإباحية، يمكن القول إنها تشمل كل ما يثير الرغبة الجنسية (الكناني م.، 2012، صفحة 125). ففي العصور القديمة تجسدت الإباحية في شكل رسومات إباحية على الجدران الصخرية للكهوف القديمة، وكذلك في الرسومات المنحلة أخلاقيا التي رسمها اليونانيون على الفخاريات القديمة (الجواد، 2015، صفحة 69). ثم تطورت فصارت تُستخدم من خلال مجموعة متنوعة من الوسائط المطبوعة، الصور، الرسومات، المنحوتات، الرسوم المتحركة، التسجيلات الصوتية، الأفلام ومقاطع الفيديو وحتى ألعاب الفيديو، وبسبب الصعوبة في تحديد ما هو مثير جنسيا أو غير مثير. يعتقد العالمين الأمريكيين المختصين في دراسة السلوك الجنسي جانجنون وسيمون (1973)، أن وضع تعريف كامل ونهائي يمكن أن يكون صعبا للغاية بسبب الاختلافات الثقافية. وبالتالي يمكننا تحديد عدد من الأبعاد التي تحتوي على زوايا وأشكال هذه الظاهرة، وهي ثلاثة:

أ–البعد الوظيفي: تُعرف المواد الإباحية بأنها أي محتوى يُستخدم بغرض الإثارة الجنسية. يتناول هذا التعريف المواد الإباحية من منظور مستخدميها، لا سيما فيما يتعلق باستخدامهم لها وردود الفعل التي تثيرها (الكناني م.، 2012، صفحة 125).

ب– بُعد التصنيف: لم يسبق في التاريخ أن انتشرت المواد الإباحية بهذا القدر من الانتشار والتنوع كما هي عليه اليوم، ويعود ذلك إلى التقدم التكنولوجي الهائل الذي ربط العالم بأسره، وسهل تبادل المعارف والثقافات والعادات بكل ما فيها من إيجابيات وسلبيات (الشهراني، 2024، صفحة 471). وتُعرف المواد الإباحية بأنها أي فعل أو محتوى يُعتبر فاحشا أو غير لائق قد يُثير أفكارا بذيئة أو ينشر الفحش أو العار أو العدوان أو الاشمئزاز الجنسي. ويستند هذا التعريف إلى وجهة نظر المتلقي أو الجمهور، الذين يرفضون هذا النوع من المحتوى ويعتبرونه منافيا للأخلاق العامة.

ج– البعد النوعي: تُعرف الإباحية بأنها أي عمل يُنتج بهدف إثارة الرغبة الجنسية لدى المشاهدين أو المستمعين أو القراء. يتناول هذا التعريف الإباحية من منظور منتجي هذا المحتوى، الذين يسعون إلى إنتاج وتجميع وبيع أعمال إباحية مصممة لإثارة رغبة أكبر شريحة ممكنة من الجمهور بهدف تعظيم أرباحهم.

كانت صناعة المواد الإباحية في سبعينيات القرن الماضي قطاعا سريا بشكل عام. وكانت الأفلام والمجلات تُنتج سرا وتُتاح عند الطلب من المكتبات المتخصصة أو دور السينما المخصصة للبالغين. وقد شهد هذا المجال تحولا جذريا مع ظهور أجهزة تسجيل الفيديو، والتلفزيون الكابلي والقنوات المدفوعة، بالإضافة إلى الإنترنت. وعلى الرغم من صعوبة تقدير انتشار المواد الإباحية، فإن الولايات المتحدة الأمريكية تُعتبر أكبر منتج للمواد الإباحية في العالم وقد أطلق عليها الباحثون لقب "عاصمة المواد الإباحية في العالم". يوضح الباحث البريطاني ستيف ووترز أن هذا الإقبال على هذه المواد تبدأ في كثير من الأحيان بفضول بريء ثم يتحول إلى إدمان.

هناك العديد من القنوات الفضائية المتخصصة في الأفلام الإباحية، ففي عام 2004 أكدت شركة تلفزيون فضائية وجود أكثر من 64 قناة فضائية دولية متخصصة في الأفلام الإباحية في أوروبا وحدها (الكناني م.، 2012، صفحة 140). من بين القنوات الأولى قناة الفانتازيا في المملكة المتحدة، وقناة Bizarre في هولندا عام 1995 (الحديدي و درويش اللبان، 2009، صفحة 182).

حتى في الشرق الأوسط، اكتسبت هذه القنوات شعبية واسعة من خلال بيع أجهزة الاستقبال الخاصة بها. ووفقا لصحيفة ثيرون الاسكتلندية، يوجد أكثر من 320 قناة إباحية مملوكة لمستثمرين عرب، منها قنوات تُقدم خدمات جنسية. معظم مالكي هذه القنوات من المغرب العربي ومصر ودول الخليج (الملا، 2016). وتقتصر قوائم مواقع المواد الإباحية العربية على موقع (Yahoo)، موقع(Globelist)، وموقع (Topica)، وقد لوحظ أن معظم مستخدمي المواد الإباحية تتراوح أعمارهم بين 12 و15 عاما (مرعي، 2016، صفحة 102).

ومن بين هذه الأشكال من البرمجة المسلسلات الدرامية الجنسية، والتي تفرض وتؤكد على أهمية مراجعة مواثيق أخلاقيات الإعلام والتزام جميع القنوات، بغض النظر عن نوعها من حيث الملكية أو الإدارة أو الغرض، بأخلاقيات العمل الإعلامي (الحديدي و درويش اللبان، 2009، صفحة 182).

2-اتجاهات تجريم المواد الإباحية: تختلف أساليب تجريم المواد الإباحية من بلد لآخر تبعا لأطرها الثقافية والدينية والقانونية، ومن أهم الاتجاهات التي تُجرم هذه المواد ما يلي:

أ-الاتجاه الأخلاقي المحافظ: يقوم هذا المنهج على إدراك خطورة المواد الإباحية وأضرارها، إذ يُنظر إليها على أنها تهديد للأعراف والمبادئ الدينية والاجتماعية. ويرى أن الزنا، الاختلاط الجنسي، الانحراف، والمثلية الجنسية شرور بطبيعتها، وتتعارض مع القيم الدينية والاجتماعية التي تُعلي من شأن العفة والطهارة والزواج والأسرة. ويستند هذا التيار الفكري إلى التعاليم الدينية وخاصة في الديانات السماوية، التي تعترف بخطورة المواد الإباحية من حيث أنها تحرض المشاهدين على الخطيئة وانتهاك المحرمات الجنسية. ويرى هذا التيار الفكري أن أي شيء فاسد أخلاقيا أو يقوض الأسرة التقليدية وقيمها يجب أن يكون محظورا بالقانون (سيد، 2013، صفحة 70)، لذلك يقع على عاتق الدولة واجب مكافحة المواد الإباحية، لأن مشاهدتها تُفاقم الرغبات الجنسية وتؤدي إلى أفعال غير مشروعة خارج إطار الزواج، مما يُهدد الأسرة. ويسعى مؤيدو هذا الرأي إلى إبراز الآثار الضارة للمواد الإباحية.

ب-الاتجاه التحرري: النهج الليبرالي: يقوم هذا النهج على الاعتقاد بأن ما هو مقبول أو غير مقبول هو نتيجة حتمية للثقافة الاجتماعية التي تتطور مع مرور الوقت. يدعم النهج الليبرالي حرية تداول الأفكار والمبادئ، ويؤمن بقدرة الأفراد على اتخاذ قرارات عقلانية بناء على ما يلاحظونه وتأثيره عليهم. وتُعد شفافية المعلومات بالغة الأهمية لمؤيدي هذا النهج. ولا يرون حدودا لذلك إلا إذا كان هناك دليل واضح على أن

هذا الانفتاح سيضر بالآخرين. يعتبرون المواد الإباحية مجرد خيال بلا عواقب، ويعتقدون أن ما يُعرض عن جنس معين ليس سوى مبالغة في الميول الجنسية غير ضار بالجميع، بل قد يكون مفيدا للمشاهدين طالما بقيت المواقف ثابتة. فإن أفضل طريقة للحكم على المواد الإباحية هي وفقا لقانون العرض والطلب على الأفكار (الكناني م.، 2012، صفحة 140)، وبالتالي ليس للدولة الحق في التدخل وينبغي أن تكون محايدة قدر الإمكان بين أنماط الحياة المختلفة، بشرط أن لا تسبب هذه الأنماط ضررا مباشرا للآخرين.

ج–اتجاه الحركة النسائية: تنقل المواد الإباحية رسائل مسيئة مفادها أن النساء متاحات للقاءات الجنسية وبالتالي خلق توقعات خاطئة حول طبيعتهن الحقيقية بين المستهلكين الذكور (سيد، 2013، صفحة 69). ويزعم أنصار هذا المنظور أن إخضاع المرأة واستعبادها في المواد الإباحية يُشجع على إخضاع واستعباد مماثل في المجتمع، ولذلك فهم يشجعون مراقبة وحظر المواد الإباحية ليس لأنها تضر بالنسيج الأخلاقي، بل لتقليل الضرر على التساوي بين الرجل والمرأة، نظرا لأن المواد الإباحية تساهم في ترسيخ نظرة سلبية للمرأة، كونهن كائنات جنسية يتم تقديمها بطريقة مهينة ومذلة، فإن حق الأفراد في مشاهدة المواد الإباحية يجب أن يتم التضحية به من أجل الصالح العام للمرأة (الكناني م.، 2012، صفحة 141).

المطلب الثالث: تطبيع العنف وترويج السلوك الإجرامي في البيئة الرقمية:

تزداد مشكلة الجريمة والعنف والانحراف التي يروج لها الإعلام تعقيدا وخطورة في العالم العربي، نتيجة لاعتماد المؤسسات الإعلامية العربية عليها على مختلف المستويات: التكنولوجية المهنية والأخلاقية. إذ تستورد هذه المؤسسات جزءا كبيرا من المحتوى الذي تقدمه لجمهورها، ويعكس هذا المحتوى قيم الجهة المنتجة وأفكارها وتوجهاتها غالبا ما تتعارض مع أخلاق وقيم المجتمع العربي، حتى المحتوى المنتَج في الدول العربية أصبح ينقل قيما غريبة على مجتمعاتها بفعل العولمة وهيمنة الصناعات الثقافية العالمية التي تفرض قيمها على الجميع. رغم الجوانب السلبية العديدة لكيفية تصوير الإعلام للجريمة والانحراف والعنف. ويمكن القول أن هذه المؤسسات الإعلامية بالتنسيق مع أصحاب المصلحة في المجتمع، قادرة على التخفيف من هذه المشاكل والحد منها (قيراط، 2006، صفحة 254). وفيما يتعلق بطبيعة العنف والجريمة فقد حاول العديد من الباحثين تقديم تعريفات شاملة لتسهيل عملية البحث، وهي على النحو التالي:

1–العنف:

العنف سلوك فردي أو جماعي يعبر عن رفض الآخرين، نتيجة شعور بالإحباط من إشباع الحاجات الإنسانية. ومن العوامل التي تحفزه الاستعدادات النفسية لدى الفرد، والتي تتفاقم بفعل ظروف موضوعية

(اقتصادية، سياسية ثقافية، واجتماعية) مرتبطة بخصائص المجتمع. وقد يكون العنف موجها إلى فرد أو جماعة أو نظام، ويمكن أن يوجهه النظام ضد أعضاء المجتمع لتحقيق السيطرة الاجتماعية أو لتحقيق أهداف سياسية وأيديولوجية معينة.

2 –الجريمة:

الجريمة من وجهة نظر الشريعة الإسلامية هي سلوك يُجرمه المشرع الذي يحدد نماذج السلوك التي تشكل جرائم وهو الذي يحدد العقوبات المترتبة على هذه النماذج، بهدف الحفاظ على مصالح المجتمع، والحفاظ على القيم والفضائل والنظام الإسلامي، وضمان قوة المجتمع وتماسكه، ولما كان مصدر الشريعة الإسلامية هو الخالق جل وعلا فإن نظام المحرمات الإسلامي يتميز بطبيعته المطلقة، واستقراره، وتوافقه مع الفطرة البشرية مع احتفاظه بقدر من المرونة (عيساني، 2000، صفحة 44)، وبالتالي فإن الشريعة الإسلامية تقدم رؤية شاملة ومتكاملة للسلوك الإجرامي، وتقترح نهجا معتدلا في تطبيق العقوبات وتحديدها (عربيان، 2016، صفحة 9). من ناحية أخرى ينظر القانون الوضعي إلى الجريمة كسلوك مُجرّم قانونا، والقانون كمجموعة قواعد وضعها المجتمع، تتسم بنسبيتها وتغيرها وتنوعها. ويتماشى القانون الوضعي مع الشريعة الإسلامية في اعتباره أن الجريمة ظاهرة يرتبط وجودها أو غيابها بوجود أو غياب قواعد ومعايير قانونية أو دينية. يختلف القانون الإسلامي عن القانون الجنائي الدنيوي بطبيعته، لا سيما في قيمه ومبادئه ونصوصه وتدوينه للأفعال، فهو يضع معايير ثابتة ومطلقة للصواب والخطأ كونه صادرا عن الخالق تعالى، وبالتالي فهو يُحدد الجرائم بدقة، ولا يتركها لتفسيرات الثقافات والأعراف ويعتبرها اعتداء صارخا على قيم وأعراف وفضائل وأسس التنظيم الاجتماعي، ومنحته صفة الصلاحية في كل زمان ومكان، بما يتوافق مع الفطرة البشرية وثباتها. ونذكر هنا قول الله تعالى: "لاَ تَبْدِيلَ لِكَلِمَاتِ الله" (يونس: 64).

لم تقتصر الشريعة الإسلامية على المنظور المادي للجريمة، ولا على فكرة الاعتداء أو الإضرار بالآخرين بل نظرت إليها من خلال المبادئ الأخلاقية الأساسية التي ينبغي أن تسود المجتمع للحفاظ على الفضائل التي تسمح بتقدم الإنسان واستقامة السلوك الإنساني، وتوازن الأفعال البشرية (عيساني، 2000، صفحة 53).

من اللافت للنظر تزايد وتيرة مظاهر العنف والجريمة وتحوز غالبا على تغطية إعلامية واسعة في نقلها وتقديمها للجمهور. فقد أصبحت آفات القرن الحادي والعشرين، تتطلب تعاونا وتضامنا من الجميع لمكافحتها إذ يهدد انتشارها وتفاقمها بتقويض أسس بنية اجتماعية سليمة (قيراط، 2006، صفحة 256).

منذ عشرينيات القرن الماضي، اهتم باحثو الإعلام والاتصال بمظاهر العنف والجريمة وآثارها على الجمهور، وقد أظهرت الدراسات التي قارنت معدل العنف في المجتمع بمعدله في وسائل الإعلام أن الأخيرة تُبالغ في تصويره. وقد طُرحت عدة تفسيرات لانتشار العنف على شاشات التلفزيون، أهمها:

أ-الواقع عنيف والتلفزيون في نهاية المطاف يعكس هذا الواقع العنيف الذي هو جزء منه.

ب-منتجو البرامج محكومون لاعتبارات اقتصادية، ودافعهم الرئيسي هو نسب المشاهدة.

ج- يمارس العنف سحرا قويا على المشاهدين، لا سيما أنهم يميلون عموما إلى التعاطف مع الأقوياء.

د- في العديد من الروايات، يُصور العنف على أنه أبسط وأكثر الطرق فعالية لحل المشكلات.

هـ- يُمكّننا العنف من التمييز بين الأشرار والأخيار، وبالتالي التماهي مع الأخيار الذين يُنظر إليهم عموما على أنهم جميلون، أقوياء، وفاضلون.

ويعتقد باحثون آخرون من خلال دراساتهم حول الإعلام والمجتمع، أن تزايد العنف والسلوك العدواني بين الجمهور المشاهد لوسائل الإعلام، وخاصة الأطفال، يعود في المقام الأول إلى تعرضهم لرسائل إعلامية تحمل عنفا لفظيا وجسديا شديدا.

وتوصلت هذه الدراسات إلى الاستنتاجات التالية:

أ- غالبا ما يُحاكي الجمهور المشاهد للإعلام العنف الواقعي، لا العنف الخيالي. ويُحاكي العنف الذي قد يحدث في الحياة اليومية: كالشجارات، استخدام السكاكين والأسلحة النارية، ومطاردات السيارات، وغيرها من أشكال العنف الواقعي. وقد أظهرت الدراسات أن غالبية أفراد الجمهور يتعلمونه ويميلون إلى تقليده.

ب-يتعرف الفرد على العنف من خلال وسائل الإعلام ولا يُعيد إنتاجه إلا في حالات الإحباط النفسي عندما تتفاقم مشاعر الاستياء والغضب. في هذه الحالة، تُشكل وسائل الإعلام مرجعا له فيما يتعلق بنوع العنف الذي يمكنه ارتكابه وكيفية ارتكابه.

ج-يؤدي تكرار مشاهدة مشاهد العنف في وسائل الإعلام إلى فقدان الإحساس بالعنف والسلوك العدواني لدى الأفراد. فاللامبالاة وانعدام التعاطف اتجاه العنف الذي تبثه وسائل الإعلام يجعل الأفراد أكثر ميلا

لتحمل جميع أشكال العنف، بما في ذلك العنف الواقعي. قد يتأثر بعض الناس بقدرات المجرم وذكائه كما يصوره الإعلام، وقد يتبنون شخصيته.

د-في السابق أشارت بعض النظريات إلى أن الأفراد ذوي الميول العدوانية والميل الشديد للعنف يجدون متنفسا في التعرض لوسائل الإعلام التي تصور أعمال العنف. إلا أن دراسات حديثة أظهرت أن هذا التعرض، بدلا من تخفيف التوتر يشجع على السلوك العنيف (الحضيف، 1998، 72، 73). وخلص بعض الباحثين إلى أن تصوير العنف والجريمة في وسائل الإعلام وخاصة على التلفاز يشجع على الانحراف. إلا أن باحثين آخرين من التعميمات مؤكدين على ضرورة توخي الحذر إذ يتأثر ارتكاب الجريمة بعوامل متعددة: اقتصادية، اجتماعية شخصية، نفسية، تربوية، ودينية، وغيرها. ولا يُمكن اعتبار التلفزيون السبب الوحيد للجريمة، ففي لغة الإعلام والاتصال الجماهيري تُعتبر الأحداث غير المألوفة مادة دسمة للإعلام. فالإثارة والغرابة والجريمة والعنف، كلها عناصر تجذب القراء والمشاهدين والمستمعين، فوسائل الإعلام تسعى إلى إرضاء جمهورها دون مراعاة للتداعيات والعواقب، ونادرا ما تجد وسيلة إعلامية تُراعي التأثير المحتمل لرسائلها على الجمهور. علاوة على ذلك لا بد من الإقرار بأن وسائل الإعلام تعكس ما يحدث وينتشر في المجتمع، فالجريمة والعنف مادة تجذب الجمهور لأسباب عديدة، منها الفضول، وشخصية المتلقي، والعادة. وهنا نلاحظ أن وسائل الإعلام نجحت في غرس قيم معينة في نفوس الجمهور (قيراط، 2006، صفحة 257).

شهد المشهد الإعلامي العالمي أشكالا مختلفة من الاستيلاء والسيطرة من قبل وسائل إعلام مضادة تحتكر الموارد والمحتوى في ظل تفاوتات كمية ونوعية في الإنتاج الإعلامي. وقد ألحق هذا ضررا بالغا بثقافات سكان العالم النامي، الذين يعجزون عن إيجاد حلول عملية لمواجهة هذا الهجوم وهذه التبعية التي تمارسها الشركات الكبرى (الدخيل، 2020، صفحة 282). فعند مناقشة واقع الإعلام العربي، لابد من إبراز التبعية الشديدة التي تُميز ممارساته. تمتد هذه التبعية إلى القيم الصحفية، فالصحافة نفسها اختراع غربي استورده العرب، وبالمثل تُعد وسائل الإعلام منتجات غربية مستوردة من الدول الرأسمالية المتقدمة. وفي هذا السياق نلاحظ أن نسبة كبيرة جدا مما يُنشر ويُذاع في وسائل الإعلام العربية المختلفة هو عبارة عن محتوى إعلامي مستورد، ينقل ثقافة الآخر سواء من حيث القيم أو المعاني أو الرموز أو الصور. يمكن ملاحظة هذه الظاهرة في التقارير الإخبارية، المسلسلات التلفزيونية، الأفلام، البرامج الحوارية، الإعلانات، وكل ما يُنشر أو يُبث في وسائل الإعلام. معظم الرسوم الكرتونية التي تبثها وسائل الإعلام العربية مستوردة، وتمثل مشاهد العنف والجريمة أكثر من 70%، وينطبق الأمر نفسه على الأفلام والمسلسلات التلفزيونية. حتى الأخبار التي

يشاهدها المواطن العربي العادي تُنتجها إلى حد كبير الآلة الإعلامية الغربية، التي تُصنّعها وتُنتجها وتُجمّعها وتُعيد تركيبها، ثم تُقدّمها مجددا وفقا لقيمها وأنظمتها واعتباراتها وآرائها وقناعاتها الأيديولوجية. إن أهداف ومصالح الولايات المتحدة والدول الغربية التي تسيطر على قطاع المعلومات والسينما والتلفزيون والإعلانات ومختلف القطاعات الثقافية بالغة الأهمية. فالمحتوى الإعلامي والثقافي ليسا محايدين، بل يعكسان أفكارا واتجاهات وآراء ومواقف محددة.

إن صناعة الإعلام الحالية نتيجة لمتطلبات التسويق والتجارة والمبيعات والربح، تستغل الإثارة والغرابة والجنس والجريمة والانحراف والعنف لزيادة مبيعاتها وتلبية متطلبات السوق والمجتمع، دون مراعاة الآثار السلبية والأضرار التي تسببها للشباب وعامة الناس، وأصبح العنف في وسائل الإعلام منتشرا في كل مكان، حيث تتنافس الأخبار بشراسة على التغطية الإعلامية. بالنسبة للعالم العربي، تُعدّ المشكلة أكثر خطورة وتعقيدا نظرا لاعتماده شبه الكامل على الصناعات الثقافية الغربية، سواءً في الأخبار أو الأفلام أو المسلسلات التلفزيونية أو الإعلانات. حتى أن بعض برامج المناظرات أصبحت تُستورد وتُترجم وتُبث للجمهور. هذا الاعتماد لا يترك لوسائل الإعلام العربية خيارا يُذكر في إنتاج محتوى ذي صلة يتماشى مع القيم العربية والإسلامية. يُشكل هذا تهديدا ممنهجا ويوميا يستهدف فئة من الناس تتميز بميلها إلى التقليد وفضولها وعدم قدرتها على التمييز بين الواقع والخيال. لذا من الضروري أن تُسهم وسائل الإعلام بالتنسيق مع مختلف المنظمات الاجتماعية العاملة في مجالات العنف والجريمة والانحراف، في رفع الوعي العام ومعالجة هذه الظاهرة من خلال تحديد الأسباب الجذرية واقتراح الحلول وإشراك الجميع في حل هذه المشاكل التي تتفاقم وتشتد يوما بعد يوم (قيراط، 2006، 258، 266). وفي إطار السعي إلى الحد من تكرار هذه المشاهد وتقليص آثارها الضارة وهي قضايا تشكل محور السلام الاجتماعي ـ فمن الضروري، في ثقافة تهيمن عليها الصور، إعادة النظر في العرض المستمر تقريبا للمشاهد العنيفة أو العدوانية التي تؤثر على عقلية أولئك الذين يتلقونها (الزيدي، 2017، صفحة 273).

المبحث الثاني: مخاطر الثورة التكنولوجية على الثقافة العربية:

إن التغيرات التي يشهدها العالم حاليا نتيجة لتكثيف الثورة التكنولوجية والمعلوماتية والاتصالية، وما نتج عنها من آثار على بنية وعمق السلوك الإنساني في جميع أنحاء العالم في ظل اختزال المكان تدعونا إلى دراسة قضية مهمة، وهي مسألة الثقافة التي تنتشر عبر وسائل الاتصال الحديثة. ونظرا لكون الثقافة المستوردة

قد أثرت على أخلاقيات مجتمعنا الإسلامي، فقد أصبح من الضروري أن نراقب هذه الظاهرة ونصقل أخلاقنا حتى نتابع تطورها ونستفيد منها، بدلا من أن نعاني من آثارها السلبية.

المطلب الأول: تأثير العولمة الرقمية وتقنيات التضليل الإعلامي:

عندما نبحث عن مصطلح "العولمة" نجد أنه من أكثر المصطلحات استخداما في العالم في السنوات الأخيرة نظرا لارتباطه بمختلف جوانب الحياة الإنسانية.

ويعرفها بعض المفكرين بأنها عملية التقارب والتواصل والاتصال والانفتاح على كافة المستويات وفي كافة جوانبها على نطاق عالمي، والترابط بين الشعوب الذي يشكل سمة الحياة المعاصرة في التفاعلات والعلاقات الإنسانية، وكأن لا حدود ولا فواصل ولا مسافات بين الأفراد (غازي، 2017، صفحة 45).

يمكن تلخيص العولمة، حسب برهان غليون، في كلمتين: كثافة وسرعة نقل المعلومات، إلى درجة نشعر فيها وكأننا نعيش في عالم موحد، أو كما أشار ماكلوهان في معادلته "القرية الكونية"، فكلمة قرية توحي بالجوار والقرب والحدود في المكان والزمان. وهناك بالتالي تأثير متبادل مستمر يؤدي إلى الاعتقاد بوجود ميل إلى توحيد الوعي والقيم والسلوكيات وأساليب الإنتاج والاستهلاك. أي إلى إقامة مجتمع بشري واحد (غليون و أمين، 1999، صفحة 21).

أكدت نخبة من الأساتذة العرب أن العولمة شكلا ومضمونا، هي أمركة تستهدف سيطرة الولايات المتحدة على شعوب العالم على جميع المستويات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية. وفي هذا الصدد، قالت الباحثة هالة مصطفى: "لأن الدعوة إلى العولمة انطلقت من الولايات المتحدة، فقد بات متفقا عليه أنها دعوة إلى اعتماد النموذج الأمريكي في أمور الاقتصاد والسياسة والثقافة والحياة بشكل عام".

وفي عالمنا العربي استطاعت العولمة اجتياح مسارات فكرية متعددة، وبرزت إثرها انعكاسات فكرية متنوعة الأبعاد من خلال البعد الثقافي والإعلامي، خاصة أن العولمة تعمل على دعوات عقلانية تدعو للتغيير لغاية تنشئة الأجيال في ظل مواكبة العصر تحت شعار ضرورة الإبداع وتنمية مهارات التفكير، وأن يمتلك القدرة على حل المشكلات ومواجهة صعوبات الحياة، خاصة وأن مساحات التغيير في الشخصية الثقافية والهوية الوطنية والعادات والتقاليد والقيم لدى شعوب العالم، تتأثر بالوسائل التي تستخدمها العولمة كأداة للتعبير في كل مجتمعات العالم، وهي وسائل الإعلام، وخاصة التلفزيون الذي يتغلغل في كل بيت وكل أسرة

وبالتالي كل فرد. تتفوق القنوات التلفزيونية في بث برامج شعبية تجذب المشاهدين، وخاصة المراهقين، بهدف تغيير النسيج الاجتماعي، ومن بين البرامج الشعبية التي تؤثر بقوة على الشباب العربي برامج تلفزيون الواقع (القاضي، 2016، الصفحات 69-70).

تتبنى العولمة الخطاب الذي تُروج له وسائل الإعلام الجديدة، وشعارها المعروف: اكذب، ثم اكذب، ثم اكذب دائما حتى تُصدَّق. هذا الخطاب مليء بالتناقضات تُمليه لغة المصالح التي تسعى إليها القوى المهيمنة خطاب يُروج للفكر الليبرالي كمبدأ رأسمالي ويدعو إلى الحرية المطلقة في المجالين الاقتصادي والسياسي. ويُعتبر الفرد العنصر المحوري في فكرة الليبرالية، فالحرية وفقا لهذه الرؤية ترتبط بالفرد. وقد سادت هذه الفكرة المحورية في النصف الثاني من القرن العشرين، حيث ركّزت على الفرد والفردانية، أي تحرير البشرية من كل سلطة خارجية. فالليبرالية تُشكل مذهبا اقتصاديا وسياسيا، وهي في جوهرها النظام الحيوي الذي ترتكز عليه العولمة (تومي، 2015، صفحة 99).

إن العولمة في مجال الاتصالات، من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية (التلفزيون الفضائي، والإنترنت وغيرها)، تسهل نقل الأفكار والمبادئ والسلوكيات من أجل تشكيل ثقافة عالمية بقيمها ومعاييرها الخاصة، والغرض منها ضبط سلوك الأمم، وهو ينطبق على مصطلح "عولمة الإعلام"، الذي يشمل جميع أشكال الاتصال – المطبوعة، المسموعة والمرئية – التي تُمكّن من نشر المعلومات والأفكار بين الأمم والشعوب، والتي نشأت في الدول الغربية التي تملك، تُنتج، تُسوّق وتُهيمن على صناعة البرامج الإعلامية، وتتحكم بقنوات الاتصال في دول الجنوب العالمي، وتُغرق الأسواق ببرامج موجودة مسبقا وتنقل وسائل الإعلام مصطلحات مشوهة مثل "التطبيع"، أي أن الإنسان يتبنى سلوكيات تخالف طبيعته ويُقلد أخلاق الآخرين (القاضي، 2016، صفحة 68).

لقد تجاوزت وسائل الإعلام الحدود الجغرافية وحواجز الماضي، وكذلك الحواجز اللغوية والقومية والأيديولوجية فهي الآن قادرة على التأثير المباشر والصريح على أفكار المشاهدين ومعتقداتهم وسلوكياتهم والتلاعب بها وتوجيهها فالمستقبل الآن حر في تلقي ما يرغب به، بالطريقة التي يرغب بها، ولكن فقط وفقا لما يرغب الآخرون في تقديمه. ولأن محطات البث تمارس الحرية والسيادة في توجيه المشاهد وتزويده بالجرعة الإعلامية، فإن الصراع بين محطات البث في أنحاء العالم يدور حول من يستطيع امتلاك تلك اللحظة الواحدة مع المتلقي. ويستغلها لصالحه باستخدام فنون الإعلام ودراسة أعماق النفس البشرية والحاجات والرغبات

الخفية. لا شك أن التقدم الكبير وغير المسبوق الذي أحدثته العلوم والتكنولوجيا في عالمنا المعاصر قد غير بشكل عميق كتابات وأقوال الماضي (غازي، 2017، 91، 92).

وقد رافق انتشار اللغة الإنجليزية انتشار واسع النطاق لثقافة وقيم المستهلك الأمريكي، بما في ذلك الأغاني والموسيقى الأمريكية، مما شجع الشباب على تعلم اللغة الإنجليزية كوسيلة للقيم الغربية، حيث لم تتمكن اللغات الأخرى من منافستها (تومي، 2015، صفحة 305).

بحسب المفكر برهان غليون، نشهد عمليتين متوازيتين. الأولى تتبع بروز ثقافة عالمية تُشكل أرضية مشتركة للنخبة الدولية، التي ستُدمج في شبكات وقطاعات العولمة، ناشرة القيم والسلوكيات وأساليب التفكير نفسها، ومن ثم انفصالها عن بقية المجتمعات التي تنتمي إليها. أما المسار الثاني فيسير على خط التمايز والصراع المتزايد بين الثقافة المعولمة الجديدة، وثقافة العولمة، والثقافات المحلية والإقليمية التي ستفقد طابعها الوطني أو العرقي التقليدي، وتخضع لعاملين متناقضين: الانفتاح على الدائرة الحضارية المشتركة التي تضم العديد من الدول القومية، مثل ما يبدو من العودة للمرجعية العربية والإسلامية، والانغلاق في اتجاه الربط مع التقاليد الإقليمية والقبلية والطائفية في آن واحد، وتعتمد خطوط التقاطع والتمايز بين هذه المستويات الثقافية المتعددة بالدرجة الأولى على الشكل الذي سيتخذه التقسيم الدولي للعمل في إطار العولمة، وما يترتب على ذلك من تشكل خطوط التضامن والتحالف والتفاعل بين الجماعات.

تشهد الثقافات الوطنية الكلاسيكية تمايزا وتفككا داخليا وتشرذما، إلا أن هذا التفكك لا يعني زوال هذه الثقافات أو مواردها الرمزية والأخلاقية والأسطورية والمعرفية والمعيارية (غليون و أمين، 1999، 52، 53)، بل يُمثل خطوة أولى في إعادة بنائها في سياق معولم. أو بالأحرى بهدف الاستجابة لتحديات العولمة وثقافتها الخاصة سواء تعلق الأمر بتحدي القيم والمعايير وطرق التفكير التي تفرضها، أو بالتكيف الذي تتطلبه على مستوى الحياة الاجتماعية للطبقات الأقل اندماجا في القطاعات المعولمة، من حيث تجديد القيم وخلق طرق تنظيم الفكر والسلوك وإنتاج المعنى.

يتخذ الصراع بين الثقافة المعولمة وما ينتج عن إعادة تنظيم الموارد الثقافية المحلية على نطاق إقليمي اتجاهين رئيسيين. يتمثل الأول في تأكيد استقلال الثقافات الإقليمية عن الثقافة المعولمة والثقافات الرئيسية المهيمنة في هذا السياق، وهو ما يُترجم الرفض المتزايد والمستمر لمبدأ الهيمنة الثقافية والعالمية الوهمية. أما النهج الثاني فهو إثبات أصالته، أي قدرته على خلق حلول مختلفة وفعالة للمجتمعات التي يرتبط بها، وبالتالي رفض

الحلول المقلدة والمنسوخة من الثقافة السائدة، هذا يعني أن الثقافات السائدة تواجه اليوم تحديين رئيسيين. الأول هو الاستسلام والخضوع اللذين يؤديان إلى التفكك والتشرذم والاندماج، دون هوية، ودون مشروع ودون مشاركة فاعلة في الثقافات السائدة. والثاني هو الاستمرار في الرفض والمعارضة، وبالتالي التحول حتما إلى ثقافة مضادة لثقافة العولمة. لكنها مصنوعة من نفس المادة وتستند إلى نفس المبادئ، وإن كانت معكوسة.

وفي عالمنا العربي لا نزال نشهد هذا التفاعل الاحتجاجي ضد صعود ثقافة الهيمنة والعولمة التي تهمشنا أو تهدد بتهميشنا تاريخيا، وتهمش ثقافتنا أو تخفضها إلى مستوى الثقافات العرقية غير الفعالة وغير الكفؤة داخل الحضارة، وهذا ما يفسر كون المرجعية الأساسية التي نعتمد عليها في إعادة صياغة ثقافتنا العربية الإسلامية، كثقافة جديدة لعصر العولمة، وهي مرجعية إسلاموية نعيد من خلالها تأويل الإسلام في اتجاه يتطابق تماما في جوهره مع نماذج الهيمنة الشمولية التي تنتجها الثقافة التي نحتج عليها. إن هذه العولمة الثقافية المقلوبة ليست في الواقع سوى نسخة مشوهة من الثقافة الأساسية للعولمة المهيمنة (غليون و أمين، 1999، صفحة 55).

يقول الكاتب يحي اليحياوي: "إن الغزو الثقافي في عصر العولمة والاستبداد وثورة تكنولوجيات الإعلام والاتصال هو مقدمة لغزو مهم وأكثر فائدة، وهو غزو اقتصادي، مالي وتكنولوجي"، مما يعني أن عولمة المجال السمعي البصري هي وسيلة لضمان استمرارية الغزو الثقافي (مجاهدي، 2011، صفحة 58).

يرى وزير التربية والتعليم المصري الدكتور حسين كامل بهاء الدين، أن العولمة تُرسخ ثقافة جديدة، وقد حدد خمسة جوانب رئيسية لهذه الثقافة:

أ- ثقافة تُعلي من قيمة الاستهلاك، وهدفها الرئيسي هو خلق أسواق جديدة وإطلاق العنان لرغبات المستهلكين.

ب-أنها ثقافة تُغذّي العنف من خلال إنتاج أجيال كاملة تنظر إلى العنف بوصفه أسلوبا للحياة وظاهرة طبيعية.

ج-أنها ثقافة تُعزّز الفردية والأنانية.

د-إنها ثقافة مادية بحتة، لا تترك مجالا للروحانية أو المشاعر الإنسانية أو العلاقات الاجتماعية القائمة على التعاطف والتضامن واللطف. إنها بالأحرى ثقافة تمجد الربح، وتسحق المنافسة، وتخلق عالما يرتفع فيه الجشع والتفاهة إلى مرتبة الفضائل.

د-أنها ثقافة تتجاهل الكثير من القيم الاجتماعية، ولا تقدر الهوية أو الانتماء، ولا تهتم بالحقوق المدنية أو فرص العمل أو الاعتبارات البيئية، بل وتعتبر هذه المفاهيم في بعض الأحيان عقبات يجب إزالتها.

يرى الدكتور حاتم بن عثمان أن مضمون العولمة الثقافية مراوغ في أفكاره، لأنه يقدم شيئا ويعد بآخر حيث يقول: " يحل دعاة القيم الكونية الليبرالية الجديدة على صهوة جيادهم، يحملون الحلول وأدوات العولمة ومفاتيح العالم – القرية – لإنقاذ البشرية من التيه وقيادتها إلى الجنة الموعودة، والدال يعطي مدلوله، والتعدد الثقافي يكتسب ضبطا وتحديدا"، ويزعم أن رواد العولمة أدخلوا مصطلحا جديدا مثيرا في صياغته، جميلا في صورته، شاعريا في رمزيته، بسيطا في فهمه، وهو (القرية العالمية) أو (القرية الكونية)، وذلك لطمأنة العقول المشككة والمدافعة عن الحفاظ على الفردية والهوية والخصوصيات، ومع فتح قنوات الحوار والتفاعل بين القرى والقبائل في العالم، فإن العولمة، حسب رأيه هي اللعبة العالمية الجديدة بإيديولوجيتها البديلة، وهذه اللعبة لها قواعد إما أن نقبلها كاملة أو نرفضها منذ البداية. ويرى الكاتب أن للعولمة عواقب عديدة تتجلى بأشكال متعددة، منها تجاوز الحدود، تجاهل الخصوصيات، تهميش الثقافات والهويات الأخرى، وتبني سلوكيات جديدة أو ثقافة جديدة تفرضها قرارات المنظمات الدولية ذات السلطة. ويُحدد الكاتب هذه المظاهر على النحو التالي:

- تقليص دور الحكومات وإبراز تخلف أنظمتها على الصعيد العالمي.
- تهميش الثقافات الأخرى في ظل العولمة.
- تغليب القيم المادية على القيم الإنسانية وإضعاف القيم الدينية.
- التأكيد على المواطنة العالمية ومحو هويات الشعوب.
- الترويج للعنف والجريمة، وتعزيز الغرائز الإنسانية ونشرها.
- تمجيد الشخصيات الأمريكية ونمط الحياة الغربي من خلال الترويج لقيمه كنموذج عالمي.
- تطوير التطبيقات التكنولوجية وتعزيز هيمنة الرأسماليين.
- نشر النموذج الاستهلاكي الغربي عالميا.

وهكذا، تجلّت آثار العولمة بوضوح خلال هذه الألفية الجديدة، ووجدها الكاتب متجذّرة في الواقع الاجتماعي للدول العربية. وخلال زياراته لبعض هذه الدول، استطاع رصد جوانب لا تُنكر من العولمة وتأثيرها على المجتمعات العربية، مثل انتشار صحون الاستقبال الفضائية في معظم المنازل. وبالمثل، وألعاب الفيديو الالكترونية على نطاق واسع، سواء في العواصم العربية أو في المحافظات المجاورة وكذلك أجهزة

الكمبيوتر الشخصية المستخدمة أساسا للألعاب. وقد لُوحظ أن بعض هذه الألعاب تُمجّد الولايات المتحدة بشكل أو بآخر، وأن معظمها يُشترى على حساب جوانب أساسية من الحياة اليومية. ونتيجة لذلك نجحت العولمة في التغلغل في مجتمعات العالم، وما زالت تفعل ذلك حتى وصلت إلى حدود مجهولة من حيث الأبعاد والمخاطر (سلمان، 2005، الصفحات 33-43).

في الختام نستنتج أن الخطاب العالمي قد استخدم الإعلام الأيديولوجي، وروج للقيم العالمية مقدما بذلك خدمة قيّمة لمروجي العولمة، ومساهما في نشر أفكارهم. وقد استبدل الثقافات بثقافة العولمة، والقيم الوطنية بالقيم الكونية بهدف إرساء نمط خاص من الاستهلاك المعرفي، يُطلق عليه المفكر المغربي محمد عابد الجابري "ثقافة الاختراق"، وهنا يتم استخدام وسائل اتصال مختلفة لتعميم السلوكيات الغربية على الآخرين (تومي، 2015، صفحة 305).

المطلب الثاني: هيمنة الثقافة الجماهيرية الغربية عبر وسائل الإعلام:

في ظل المنافسة الشرسة بين القنوات الفضائية على جذب المشاهدين، سارعت العديد من القنوات العربية إلى تقليد النموذج الغربي إنتاجا ومحتوى، وسعى الكثير منها إلى الترويج لأنماط حياة وسلوكيات غربية لا تتوافق مع قيمنا وتقاليدنا، ظنا منها بأن تقليد الغرب وأسلوب حياته هو السبيل الوحيد لتطور وسائل الإعلام، وأن هذا من شأنه أن يحافظ على جاذبية الجمهور وولائه، فقد بدأت تبث موجة من الإثارة والعري في الموسيقى العربية والإعلانات التلفزيونية وكذلك في الدراما العربية المشبعة بالنماذج الغربية، مما كان له تأثير سلبي على الشباب والمراهقين (رضا، 2015، صفحة 07). وفي هذا الصدد يشير المؤرخ الأميركي رونالد ستيل إلى أن الثقافة السائدة في العالم في عصر العولمة سوف تكون ثقافة أفلام الحركة والعنف والجريمة والجنس وأن الولايات المتحدة ليست مهتمة بتقديم ثقافة راقية للعالم.

إن السيطرة الغربية بشكل عام والسيطرة الأمريكية بشكل خاص على الاتصال والمعلومات عالميا تحت رعاية العولمة الإعلامية، مكنتها من استغلال وسائل الإعلام في عملية اختراق العقول ثقافيا مما سمح لها بفرض هيمنتها الإعلامية بطريقة تخدم نموذجها الليبرالي (عيساني، 2006، صفحة 154).

كانت المهمة الرئيسية للإعلام الأمريكي هي إعادة تشكيل ونشر القيم عبر قنوات البث الفضائي وتحرير صورة القيم الأمريكية والغربية من خلال ثقافة جديدة غير مسبوقة في التاريخ، وهي ثقافة إعلانية وإعلامية وسمعية بصرية تعمل على تشكيل أذواق المستهلكين اقتصاديا والرأي العام سياسيا، وهي تؤسس

لرؤية خاصة للإنسان والمجتمع والتاريخ، وتسعى إلى نشر وإدامة مجموعة من الأوهام التي هي في حد ذاتها مكونات لثقافة وسائل الإعلام الجماهيرية في الولايات المتحدة الأمريكية، والتي حددها أحد الباحثين الأمريكيين في الأوهام الخمسة التالية:

1- وهم الفردانية: أي اعتقاد الإنسان أن حقيقة وجوده تقتصر على فرديته، مما يؤدي إلى تمزيق الرابطة الجماعية وإلغاء الهوية الإقليمية والطبقية والقومية السليمة، وأي إطار جماعي آخر، بحيث يبقى إطار العالم – العولمي – هو الوحيد الموجود.

2- وهم الاختيار الشخصي: الذي يشجع الأنانية ويعمل على إفناء الروح الجماعية باسم الحرية الفردية (عيساني، 2000، صفحة 238)، وهذا لم يكن موجودا في السلوك العربي من قبل حتى أن قيمة الشهامة بدأت تتراجع، وبدأت القيم المبنية على النفاق تسود على الكفاءة والجدية (رضا، 2015، صفحة 8).

3- وهم الحياد: ما دام الفرد وحيدا، حرا، وله خيار، فهو محايد وجميع الكائنات والأشياء محايدة تجاهه أو ينبغي أن تكون كذلك. وهكذا تعمل هذه الثقافة على تكريس التحرر من أي التزام أو تعلق بأي قضية مهما كانت.

4- وهم الإيمان بالطبيعة البشرية: ويهدف إلى تجاهل الفوارق بين الأغنياء والفقراء، وبين المستغلين وضحايا الاستغلال، وقبول هذه الفوارق على أنها أمور طبيعية، وبالتالي شل قدرة الفرد والمجتمع والجماعة على تغيير الظروف البائسة التي يعيشون فيها.

5-وهم الاعتقاد بغياب الصراع الاجتماعي: أي التطبيع مع الهيمنة والخضوع لعملية الاستقراء الحضاري التي تشكل الهدف الرئيسي للعولمة.

تهدف عولمة الثقافة إلى توحيد الوعي، اختراق الهوية الثقافية للأفراد والجماعات والأمم، السيطرة على الإدراك، إخضاع العقول، تحييد التفكير، تكييف المنطق، تشويه منظومات القيم، توجيه الخيال، توحيد الأذواق، وتشكيل السلوكيات. وبالتالي فهي تعزز نمطا محددا من الاستهلاك والمعرفة والسلع والبضائع، مما يُسهم في:

- تراجع الخصوصية وتفتيت الهوية، خاصة في البلدان التي تسعى إلى التحضر والتمدن دون مراعاة عواقبهما السلبية (عيساني، 2006، صفحة 239).

– تغير كامل في القيم وسلوكيات المستهلكين، من خلال التركيز على الماركات العالمية والترويج لأنماط الاستهلاك الغربية. وهو بذلك يُهدد بزوال التراث الثقافي والاجتماعي العربي بأكمله، وتشبث الأجيال اللاحقة بهذه النماذج المستوردة التي تُؤثر على مختلف جوانب الحياة المادية والفكرية للأفراد والمجتمعات، من الطعام والشراب والملابس إلى طرق التفكير والمعيشة (عباس و العزي، 2015، صفحة 136).

– كان لترويج القيم الثقافية والمعتقدات الفكرية وأنماط الحياة الأجنبية أثر سلبي على المجتمعات العربية والإسلامية مما أدى إلى التدهور الأخلاقي والتفكك الأسري وزيادة الجريمة.

– أدى إدخال الثقافات الأجنبية وفرض عادات وتقاليد لا تتوافق مع عادات المجتمعات المضيفة إلى ظهور ثقافة هجينة بسبب:

- ترسيخ الواردات الأجنبية، وخاصة الأفلام والمسلسلات التلفزيونية والمحتوى الإعلامي الغربي ثقافات تختلف اختلافا جذريا عن معتقدات وثقافة المجتمعات المضيفة، وخاصة العربية والإسلامية. تُسهم هذه الظاهرة في اختلال التوازن الفكري والنفسي، وتآكل الهوية العربية والإسلامية المحافظة المتمسكة بقناعاتها، والتي ضاعت تحت وطأة تطلعاتها نحو الحرية والتقدم. من خلال تبني العديد من العادات والتقاليد الغربية التي لا تتوافق مع مجتمعاتنا بأي شكل من الأشكال.
- إن الطريقة التي تقدم بها هذه الواردات والإغراءات التي تخفي سما في العسل، تجعل هذه البرامج بغض النظر عن جودتها ومحتواها وثقافتها، أكثر قبولا وأكثر طلبا من غيرها.
- عدم التمييز أو الاختيار المناسب لما يمكن تقديمه للأفراد في مجتمعاتنا والتعود عليه، وما يمارسه الغرب من تحرر وانفتاح، يعتبر بالنسبة لهم جزءا لا يتجزأ من الحياة العادية، وهو ما يختلف تماما عن ثقافتنا التي تعتبر ذلك انحرافا عن القيم والأخلاق (عيساني، 2006، صفحة 239).
- تراجع اللغة العربية في مختلف المجالات أمام النفوذ المتزايد للغات الأجنبية، وخاصة الإنجليزية في الشرق الأوسط والفرنسية في دول المغرب العربي، والتي أصبحت أكثر شيوعا في العلاقات بين الدول العربية، بل وحتى داخل هذه الدول نفسها (عباس و العزي، 2015، صفحة 136).
- تهميش الثقافة المحلية لصالح تعزيز الثقافات الأجنبية، وربما الشعور بالنقص السائد في المجتمعات المستهلكة لبرامج التلفزيون الفضائي، يساهم في سيطرة الثقافات الأجنبية على مصائر ثقافاتنا وتعديلها إلى الحد الذي يشوه خصائصها.

- النظر إلى قنوات البث الفضائي على أنها مجرد أدوات ترفيه وليست أدوات تثقيفية وإعلامية، مما دفع الكثير منها إلى تقديم محتوى يفتقر إلى الشكل والمضمون القادر على توسيع الآفاق وتثقيف الناس مما يؤثر سلبا على ثقافتهم وفهمهم.
- ضعف الرقابة الإعلامية وعدم توازنها، مما أدى إلى تراخي في الرقابة الثقافية، وضعف في محاربة تهميشها وفسادها وتشويهها من قبل جهات تفتقر إلى السلطة اللازمة (عيساني، 2006، صفحة 240)
- تراجع الإعلام العربي في مواجهة النفوذ الكبير للإعلام الغربي وعجزه عن حماية الثقافة العربية وإنعاشها (عباس و العزي، 2015، صفحة 137).

وهكذا يعمل المحتوى الثقافي المستورد على تعميق المفاهيم والمعتقدات والسلوكيات التي تتعارض مع الثقافات الوطنية، مما يؤدي إلى هيمنة الثقافة الأجنبية والقيم والأعراف الاجتماعية والتربوية التي تروج لها وتشجيع المواطنين على إهمال نموذجهم الوطني والتطلع إلى تقليد النموذج الأجنبي المستورد. وفي هذا الصدد يُشير المؤرخ الأمريكي رونالد ستيل إلى أن الثقافة السائدة في العالم في عصر العولمة ستكون ثقافة أفلام الحركة والعنف والجريمة والجنس، وأن الولايات المتحدة لا تسعى بجدية لتقديم ثقافة راقية للعالم (عيساني، 2006، صفحة 241). ويؤكد الشيخ يعقوب أن أمتنا تُعاني من فتنتين: الشهوة والشبهات. أما فيما يتعلق بفئة الشبهات، فهي تتجلى في أجهزة الكمبيوتر ومشاكلها، كما يتجلى في القنوات الفضائية وفضائحها، وقد لوحظ هذا في بيوت المسلمين منذ أن أصبح الكمبيوتر والتلفزيون من الأجهزة الأساسية. وأضاف أن الشك أو محاولات زرعه بين الأجيال الحالية، تبدأ في القرآن الكريم وأحكام الإسلام. والمؤسف في الأمر أن هذه الشكوك والشبهات وجدت أرضا خصبة في عقولنا، وترسخت في نفوس البعض مما يستدعي تجديد إيماننا جذريا وعاجلا، فهو أمر حتمي علينا نحن المسلمين، للانتصار على مؤامرات أعداء ديننا. ومن الفتن أيضا شهوات الدنيا حيث يشهد عصرنا فترة من الفساد الأخلاقي المتفشي، حيث أصبح الزنا سهلا ومتاحا فأصبح جمع الثروة، وتغيير السيارات سنويا، واستخدام أحدث الهواتف المحمولة شهوات. وهكذا أفسدت هذه الشهوات القيم الأصيلة، وانغمس الناس في الفساد، وابتعدوا عن المبادئ الدينية (عباس و العزي، 2015، صفحة 138). هذه الظواهر الغريبة تفتح الباب الثقافي على مصراعيه على تعزيز الهيمنة والتبعية الثقافية للدول المتقدمة وفرض النموذج الثقافي الأمريكي والسيطرة على أذواق الناس، من خلال الموسيقى الأمريكية والتلفزيون والسنيما، التي أصبحت منتشرة في أنحاء العالم إلى جانب الملابس والوجبات السريعة

والسلع الاستهلاكية الأخرى التي تحظى بشعبية بين الشباب، أصبحت اللغة الإنجليزية لغة عالمية يستخدمها الجميع بسبب هيمنة الاقتصاد الأمريكي على الواردات والصادرات، وهيمنة وكالات الإعلان الأمريكية على التسويق العالمي، وتفوقها على منافسيها في صناعات السينما والموسيقى والترفيه، وقد ساهم كل ذلك في القضاء على التنوع الثقافي في المجتمعات (عيساني، 2006، 243، 245). ومن ثم يمكن أن يضيع البشر وقد تُمحى هويتهم وثقافتهم بالإكراه والقوة، وهو ما يشكل في حد ذاته انتهاكا للقوانين التي يعترف بها البشر وخرقا خطيرا لقواعد القانون الدولي، فضلا عن كونه تهديدا للأمن والسلام والاستقرار في العالم (باية و بن داود، 2011، صفحة 658). ولذلك كان لزاما على شعوب المجتمعات العربية أن تحافظ على خصوصيتها الثقافية وأن تتمسك بها كجزء من إنسانيتها وهويتها (عيساني، 2006، صفحة 248).

المطلب الثالث: انتشار الثقافة الاستهلاكية في الفضاء التفاعلي:

يعود تاريخ نشأة ثقافة الاستهلاك إلى نشأة المجتمعات الصناعية الحديثة ومجتمعات ما بعد الصناعة المعاصرة التي سعت إلى تشويه، بل وتدمير القيم الثقافية الموروثة من المجتمعات القديمة، واستبدالها بثقافة استهلاكية تُشوه الوعي الجماعي وتحرم الأفراد من قدرتهم على التفكير العقلاني. ونتيجة لذلك، استُبدل مصطلح "الثقافة الإنسانية" الذي كان صالحا في كل زمان ومكان بمفاهيم أخرى عديدة، تُركز على الثقافة اليومية، أو ثقافة لكل يوم أو لكل جيل، أو الثقافة الاستهلاكية، والتي تنطلق من توسع الإنتاج السلعي الرأسمالي الذي أدى إلى تراكم هائل للثقافة المادية في شكل منتجات استهلاكية ومواقع شراء واستهلاك، مما أدى إلى تزايد أهمية ظاهرة الترفيه وتنويع أنشطة الاستهلاك بعد توحيد السوق عالميا، حيث ظهر عصر الاحتكارات الرأسمالية العملاقة والمتعددة الجنسيات وبداية عصر من التحول الثقافي والإعلامي والمركزية. هذه الاحتكارات العالمية قادرة على إنتاج وتسويق سلع ثقافية للاستهلاك. وتستند ثقافة المستهلك إلى ردود فعل المستهلك تجاه الحملات الإعلانية والتسويقية، التي تجذب انتباهه وتثير فضوله وتشجعه على تعلم سلوكيات جديدة وتبنيها، وتأثير ذلك على عاداتهم الشرائية وتفاعلهم في السوق الحديثة.

نشأت ثقافة الاستهلاك بهدف إضافة لمسة جمالية إلى الحياة اليومية، مؤكدة أن هاجس ثقافة الاستهلاك هو المتعة أو الاستمتاع، والدعوة إلى ثقافة مخصصة للفرد فقط، وتضخيم الأنا الفردية إلى حد النرجسية وتشجيع النزعة الشهوانية لدى الفرد، وزيادة الاهتمام بالجسد والمظهر الخارجي. كما تعرّضت العديد من التقاليد القديمة للتشويه بسبب الترويج لجسد المرأة المثالي وتحويله إلى رمز أساسي يُستغل للترويج لبعض السلع الاستهلاكية. علاوة على ذلك تُشجع هذه الظاهرة الشهرة الفنية في جميع المجالات، بهدف تحويل الإنتاج

الفني إلى سلع استهلاكية عادية وزائلة. تهدف ثقافة الاستهلاك إلى غرس عقلية استهلاكية لدى الأفراد وتسعى إلى تقويض القيم الثقافية. وكثيرا ما نجدها في أشرطة الصوت والفيديو التي تبث أغاني رديئة الجودة للشباب، وكذلك في الإعلانات، وعروض الأزياء وبرامج تلفزيون الواقع، حيث تستخدم الشركات وسائل إعلام متنوعة للترويج لمنتجاتها عالميا، فقد استُخدمت الإعلانات في العروض المغرية، الهدايا والجوائز الخصومات، المبيعات، المهرجانات وتأييد المشاهير لإغراء المستهلك، مما أدى إلى خلق عالم من الأحلام المثالية التي لا يستطيع الفرد أن يستيقظ منها لأن الإعلانات تتبعه في كل مكان مما يجعل من الصعب عليه تجاهلها. وبما أن وكالات الإعلان تستخدم كل الوسائل والابتكارات الحديثة لجذب الانتباه من خلال التركيز على التجارب الحسية المعززة والانغماس الجمالي والأحاسيس والتصورات الشبيهة بالأحلام، فإن المشاهد ينفتح على مجموعة أوسع من المشاعر المزدوجة والتجارب العاطفية، مما يطمس الحدود بين الفن والحياة اليومية. إن النظر إلى الفن باعتباره سلعة له مكانه، فهو يضيف جمالية تشبه الحلم إلى الحياة اليومية (القاضي، 2016، 71، 77).

يرى عالم الاجتماع الفرنسي بورديو أن الطبقة الاقتصادية ليست وحدها التي تؤثر على أنماط الاستهلاك بل أيضا ما يُطلق عليه "رأس المال الثقافي". ووفقا له يكتسب الأفراد رأس المال الثقافي من خلال التنشئة الاجتماعية، التربية الأسرية، والمسار التعليمي، وهو ما يُشكل أذواقهم وتفضيلاتهم. ويصبح الذوق واختيارات الاستهلاك المرتبطة بهم تعبيرا عن الانتماء إلى طبقة اجتماعية (روزنبلات، 2009، صفحة 49).

تتجه حركة المجتمعات نحو الإنتاج الضخم الذي يركز على مادية المجتمعات الاستهلاكية، أي اختفاء القيمة الاستخدامية (الطبيعية) للسلعة وسيطرة قيمة التبادل، وفقا للمنطق القائل بأن السلع الثقافية والسلع الاستهلاكية اليومية تؤدي وظيفة العلاقة الطبقية التي تحدد المجالات الاجتماعية للأذواق المختلفة في الممارسات الثقافية العليا والأذواق في أنماط الحياة وتفاصيل المستهلك، ويشمل ذلك الطعام والشراب الملابس، السيارات، الروايات، الصحف والمجلات، الرياضة، فضلا عن الأنشطة الترفيهية، وخاصة بالنسبة لأولئك الذين لديهم رأس مال اقتصادي كبير، مثل رجال الأعمال الذين يفضلون عموما تناول الطعام الفاخر، السيارات الفاخرة، المزادات، شراء منزل ثان، التنس وزيارة المعارض الفنية. بينما يميل الأشخاص ذوو الثروات الثقافية الكبيرة كأساتذة الجامعات، المنتجين الفنيين ومعلمي المدارس الثانوية إلى تفضيل المهرجانات اللغات الأجنبية، تسلق الجبال والتسوق. أما من هم أقل ثراء ثقافيا فيفضلون كرة القدم، البطاطس، النبيذ

العادي، الفعاليات الرياضية والرقصات الشعبية، ويجب ألا نتجاهل تعقيد المجال الاجتماعي، حيث أصبحت السلع الاستهلاكية مؤشرا على المكانة الاجتماعية.

تُبرز الإعلانات التلفزيونية العلامة التجارية أو الاسم التجاري كقيمة مضافة للمنتج، مما يُبرر سعرا غالبا ما يكون أعلى بكثير من أسعار المنتجات المماثلة، وبحسب المنطق الذي تُروج له أغلب وكالات الإعلان العالمية، فإن المستهلك الذي يمتلك مثل هذه المنتجات يستمتع بالرفاهية، بفضل شعارات مثل: "كن مختلفا" "الذهب يكفيني"، "أحمر شفاه للمتميزين" "اسع إلى سبع نجوم"، وغيرها من العبارات التي تشجع الاستهلاك دون أن تترك للمستهلك إمكانية مراعاة مستوى دخله، أو وفقا لطبقته الاجتماعية أو القيم الأخلاقية التي تم غرسها فيه، مثل: خليك قدها، عيش اللحظة، لا تفكري إلا بالطعم اللذيذ، كوني مميزة داخل منزلك وخارجه. ومن الجدير بالذكر أن الصور المرئية المستمرة تشكل نمطا موحدا فيما يتعلق بالمنتجات المعلن عنها والأداء الاقتصادي والمسؤولية الاجتماعية المجتمعية، وأن الإعلان يُستخدم بقوة في الاقتصاد للتأثير على سلوك الشراء لدى المستهلك (القاضي، 2016، صفحة 91).

تُعتبر ثقافة الاستهلاك من أهم خصائص العولمة، باعتبار أن أيديولوجيتها هي ثقافة تمجد الاستهلاك من خلال خلق أسواق جديدة تعرض فيها سلع كثيرة، وبالتالي إثارة رغبات المستهلكين وخاصة الشباب ويُطلق عليها عدة تسميات. فالبعض يسميها ثقافة القطيع الالكترونية في إشارة إلى الطوفان من المعلومات والرموز والأفكار والبيانات التي تتدفق من مؤسسات العولمة، بينما يسميها آخرون ثقافة العالم "ماك" التي تؤكد على عولمة الأسواق هذا يؤكد أن الصناعة الثقافية الأمريكية ترسخ وجودها في الأسواق العالمية، وتهدد مشاعر ومصالح شعوبها. فاليوم نواجه ثقافة جديدة مختلفة جذريا عن مجتمع الاستهلاك الذي اعتدنا عليه منذ آلاف السنين. غريبة في شكلها ومضمونها، تخترق نفوسنا وتفرض نفسها علينا، حتى أن الأغلبية تتقبلها وتحتضنها بحماس. وهناك أيضا فئة أخرى تُطلق عليه الاستهلاك المظهري، وهو يشير إلى الاستهلاك المفرط للسلع والترفيه. وقد استُخدم هذا المصطلح في الدراسات الأنثروبولوجية للمجتمعات ما قبل الرأسمالية لوصف استعراض المرء لاستهلاكه للسلع بهدف اكتساب الهيبة (كطاع، 2016، صفحة 9).

خلاصة:

يتناول هذا الفصل المخاطر الرئيسية التي تُشكلها الثورة التكنولوجية على القيم الأخلاقية والثقافة العربية. فعلى المستوى الأخلاقي، أدّت التكنولوجيا إلى توسع غير منضبط لحرية التعبير، وانتشار المعلومات المضللة، وازدياد المحتوى غير الأخلاقي، بالإضافة إلى تطبيع العنف والسلوك الإجرامي في الفضاء الرقمي. وقد أدى هذا إلى خلق تهديد مباشر لمنظومة القيم التي يقوم عليها المجتمع العربي، وخاصة بسبب عدم كفاية الرقابة الرقمية ونقص الوعي فيما يتعلق بوسائل الإعلام الجديدة.

أما على الصعيد الثقافي، ساهمت العولمة الرقمية في إضعاف الهوية الثقافية العربية نتيجة لهيمنة المحتوى الغربي والثقافة الجماهيرية على منصات الإعلام. كما أدى انتشار ثقافة الاستهلاك في البيئة التفاعلية إلى تراجع القيم التقليدية الأصيلة، وتغير في السلوكيات الاجتماعية، وهنا يكمن خطر التلاعب الإعلامي الذي يُعيد تشكيل الوعي العربي إلى حد اغترابه عن جذوره الثقافية.

باختصار، يُوضح هذا الفصل أن الثورة التكنولوجية وإن كانت تُقدم مزايا كبيرة، إلا أنها تحمل في طياتها مخاطر عميقة تُؤثر على الأخلاق والهوية الثقافية العربية، مما يستدعي وعيا مجتمعيا وسياسات ثقافية وتربوية لمواجهة آثارها الضارة.

الفصل الثالث: القنوات الفضائية العربية المتخصصة وإعادة إنتاج برامج تلفزيون الواقع:

تمهيد

المبحث الأول: الإطار النظري للإعلام المتخصص

المطلب الأول: مفهوم الإعلام المتخصص.

المطلب الثاني: عوامل ظهور الإعلام المتخصص ومقوماته.

المطلب الثالث: تطور الإعلام التلفزيوني المتخصص في الوطن العربي وأنواعه.

المطلب الرابع: تأثير البيئة الرقمية على الإعلام المتخصص.

المبحث الثاني: برامج تلفزيون الواقع في القنوات الفضائية العربية المتخصصة:

المطلب الأول: مفهوم برامج تلفزيون الواقع ونشأتها وتطورها العالمي.

المطلب الثاني: إشكالية تمثيل الحقيقة في برامج تلفزيون الواقع.

المطلب الثالث: برامج تلفزيون الواقع في ضوء القبول والرفض الأخلاقي لدى الجمهور العربي.

المطلب الرابع: انعكاس المضمون الإعلامي لبرامج تلفزيون الواقع العربية على البنية القيمية في المجتمعات الإسلامية.

خلاصة

تمهيد:

شهد المشهد الإعلامي العربي تحولات عميقة في العقود الأخيرة، أبرزها ظهور القنوات الفضائية المتخصصة التي غيرت من طبيعة التلقي الإعلامي وأساليب إنتاج المحتوى. وقد مكنت التطورات التكنولوجية من انتشار القنوات والبرامج التي تستهدف شرائح جمهور محددة مما أدى إلى ظهور نوع جديد من الإعلام المعروف بالإعلام المتخصص الذي يركز على مجالات محددة مثل: الأخبار الترفيه، الدين، الرياضة والثقافة.

في إطار هذا التحول، برزت برامج تلفزيون الواقع كإحدى أهم الظواهر الإعلامية، إذ استقطبت جمهورا واسعا بفضل قدرتها على الإثارة والتشويق والتفاعل بين المشاهدين والمشتركين. إلا أن هذا الشكل من البرامج المستورد بالأساس من الغرب، قد أثار جدلا واسعا في الأوساط الأكاديمية والاجتماعية حول مدى توافقها مع القيم الأخلاقية والثقافية للمجتمعات العربية والإسلامية، وحول دورها في إعادة إنتاج أنماط جديدة من السلوك والفكر. لذا يهدف هذا الفصل إلى دراسة واقع القنوات الفضائية العربية المتخصصة وتحليل علاقتها بظاهرة إعادة إنتاج برامج تلفزيون الواقع، من خلال دراسة مفاهيم الإعلام المتخصص، أسباب ظهوره، أنواعه ودوره في تشكيل القيم المجتمعية، لفهم طبيعة برامج تلفزيون الواقع وتطورها، مشكلة تمثيلها للواقع، وتداعياتها الأخلاقية والثقافية على المشاهد العربي.

المبحث الأول: الإطار النظري للإعلام المتخصص:

شهدت السنوات الأخيرة اهتماما متزايدا بالصحافة المتخصصة في الدول النامية، لا سيما في المجالات ذات الاهتمام العام كالرياضة وقضايا المرأة والدين، وبدرجة أقل في المجالات الثقافية والأكاديمية البحتة (زيد، 1986)، ويُعد ظهور القنوات التلفزيونية المتخصصة نتيجة للتقدم التكنولوجي، مستجيبا لاحتياجات الجمهور المتغيرة. ففي ظل تزايد اهتمام الجمهور باختيار المعلومات التي يتلقاها، لعبت تقنية الأقمار الصناعية الرقمية دورا حاسما في انتشار القنوات التي تُبث عبر قمر صناعي واحد. ومن مزايا هذه القنوات المتخصصة أنها تلبي احتياجات المواطنين العرب في ظل قيود الحياة العصرية العديدة الاختلافات في المتطلبات الفردية والثقافات والميول، كما أنه يزيد من معدلات الإنتاج في جميع التخصصات الإعلامية ويمكن من ظهور أشكال جديدة من الخدمات التلفزيونية المتخصصة، مثل الأفلام والخدمات العلمية على أساس التلفزيون المدفوع، بالإضافة إلى تمكين التفاعل من خلال إشراك المشاهد كطرف في العملية الإعلامية.

ومن أهداف إنشاء القنوات المتخصصة تقديم خدمات تلفزيونية متخصصة تتميز بالجودة والدقة والشمولية وتلبي احتياجات مختلف شرائح الجمهور لتعبر عن نفسها بدقة وموضوعية، وتعزز الشعور بالهوية الوطنية، والحفاظ على منظومة القيم في المجتمع، والمحافظة على العادات والتقاليد، إضافة إلى نشر الوعي السياسي والاقتصادي والثقافي بين الجماهير، الارتقاء بالذوق الفني للجماهير وترسيخ أعلى قيم الحق والخير والجمال، تنمية المواهب وتوفير الفرص للجيل الشاب المبدع، وتعزيز الجهود في التعليم ومحو الأمية، وتشجيع الرياضة والصحة، وتثقيف الشباب، وتقديم نماذج ملهمة للأجيال القادمة (شاهين، 2010، الصفحات 81-85).

تعود أصول وسائل الإعلام المتخصصة إلى الصحافة المطبوعة، أقدم أشكال الإعلام الجماهيري خصصت الصحف والمجلات صفحات أو ملاحق لمجال أو فئة معينة. ولاحقا ظهرت صحف ومجلات متخصصة كليا في موضوع محدد، كالفنون أو الرياضة أو الاقتصاد، وبالتالي انتقل الإعلام المتخصص إلى السينما والراديو، سواء من حيث المحتوى أو الجمهور أو المنطقة الجغرافية، مُحاكية التوجه نفسه في التلفزيون المرتبط بظهور التقنيات الحديثة والتواصل التفاعلي، وعصر ثقافة الصورة والتواصل الإلكتروني (الحديدي و درويش اللبان، 2009، الصفحات 36-38).

المطلب الأول: مفهوم الإعلام المتخصص:

أدى الازدياد الهائل والمتنوع للمعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام إلى ظهور الإعلام المتخصص، وهي ظاهرة تاريخية واجتماعية. وأمام ازدياد اهتمام الجمهور بالمعرفة المتخصصة ركزت المؤسسات الإعلامية بشكل متزايد على مواضيع متخصصة في جميع المجالات. أنشأت صحفا ومحطات إذاعية وتلفزيونية متخصصة في الرياضة، المرأة، الدين الفن والطفولة (الكناني م.، 2012، صفحة 112).

يُعرف بعض الخبراء والمختصين الإعلام المتخصص بأنه أسلوب إعلامي إخباري يعمل عبر وسائل إعلامية مختلفة، ويركز اهتمامه على مجال معرفي محدد ويستهدف جمهورا عاما أو متخصصا، مستخدما فنون إعلامية متنوعة مثل: الكلمة، الصور، الرسومات، الألوان والموسيقى، ويستخدم أساليب فنية أخرى، ويعتمد على معلومات وحقائق وأفكار متخصصة تُعرض بموضوعية. ولذلك فهو يدمج مختلف عناصر الإعلام العام كالتشويق، وأساليب العرض والنشر، بما في ذلك السرد، الدراما، الندوات، الحوار، المسرحيات، المسلسلات المقالات، التحقيقات، التقارير، الأفلام الوثائقية، وغيرها.

بحسب الدكتور فينان عبد الله أبو زهيري، فإن الإعلام المتخصص هو وسيلة إعلامية تتطور استجابة للأحداث الجارية ومجالات التخصص المختلفة. ويُعرفها بأنها نوع من الإعلام يعتمد على التخصص في مجال معين، كالرياضة، الصحة، الأحداث الجارية، الثقافة والتعليم، أو غيرها من جوانب الحياة. لقد اكتسب هذا النوع من الإعلام زخما كبيرا لدى الجمهور في وقت قصير جدا. وتُركز وسائل الإعلام المتخصصة على مجال مُحدد يحظى باهتمام الجمهور، أو على جانب أكثر تخصصا في فرع من فروع المعرفة. وتستهدف جمهورا مُحددا مُهتما بهذا الفرع تحديدا، ويجب على الإعلامي أن يكون مُلما بهذا المجال وتطوره (زهيري، 2015، الصفحات 85-86).

وفقا للدكتور محسن جلوب الكناني، تُعرف وسائل الإعلام المتخصصة بأنها "وسائل إعلام تهدف إلى تحقيق هدف محدد، وقد يكون هدفا سياسيا، أو يتناول موضوعا معينا ذا أهمية حيوية لمجتمع معين أو عدة مجتمعات في وقت واحد"، أو بأنها "أسلوب من أساليب الإعلام المعلوماتي الذي تبثه أجهزة الصحافة المختلفة ويركز على مجال معرفي محدد". تستهدف الصحافة جمهورا عاما أو خاصا، مستخدمة فنونا إعلامية متنوعة، مستندة إلى حقائق وأفكار متخصصة. وتُعرف أيضا بأنها "وسيلة إعلامية تندرج ضمن مجال محدد من مجالات الحياة السياسية أو الثقافية أو الإعلامية أو الاقتصادية أو العلمية أو الأمنية أو الرياضية، وهدفها

الرئيسي تغطية الأحداث والظواهر والتطورات في ذلك المجال تحديدا". ويرى الباحث أن مفهوم الإعلام المتخصص يرتكز على معيارين رئيسيين هما:

أ-يُعد المضمون معيارا أساسيا ومطلقا لتحديد مفهوم الإعلام المتخصص.

ب- يُعد الشكل الصحفي معيارا أساسيا ومطلقا لتحديد مفهوم الإعلام المتخصص. على سبيل المثال تُقدم بعض القنوات الإخبارية الفضائية محتوى متنوعا – سياسيا، اقتصاديا، رياضيا، اجتماعيا وفنيا، إلخ – حصريا في شكل تقارير إخبارية، كما هو الحال في كل من القنوات الفضائية كالجزيرة، العربية، الحرة و BBC، وغيرها.

وهناك معياران نسبيان وليسا مطلقين هما: الجمهور والاهتمام. على سبيل المثال، فيما يتعلق بالقنوات التي تبث محتوى طبيا، يُلاحظ أن العديد من الأطباء لا يشاهدونها لقلة اهتمامهم، بينما يشاهدها الجمهور غير الطبي لأن هذه المواضيع تثير اهتمامهم.

ومن هذا المنطلق وضع الباحث تعريفا إجرائيا للإعلام المتخصص، وهو مضمون إعلامي محدد في مجالات السياسة، أو الثقافة، أو الاقتصاد، أو العلوم، أو الرياضة أو المجال الاجتماعي، أو غيرها، يُعرض في شكل صحفي (إعلامي) واحد أو أكثر. ويرتكز هذا التعريف على ركيزتين أساسيتين: المضمون والشكل الإعلامي وركيزتين نسبيتين: الجمهور والاهتمام (الكناني م.، 2012، الصفحات 112-114).

المطلب الثاني: عوامل ظهور الإعلام المتخصص ومقوماته:

أولا/ عوامل ظهور الإعلام المتخصص:

بناء على التعريف السابق، يمكن تحديد أهم العوامل التي أدت إلى ظهور وسائل الإعلام المتخصصة على النحو التالي:

-اتسم النشاط الإعلامي منذ نشأته بطبيعته الغائية، حيث يهدف إلى تحقيق قدر كبير من الفعالية والوصول إلى أوسع شريحة ممكنة من الجمهور للتأثير فيه. ولزيادة تأثيره وفعاليته برزت الحاجة إلى وسائل إعلام متخصصة أكثر قدرة على فهم الواقع الموضوعي، ومخاطبة شرائح محددة من الجمهور، وتغطية مواضيع محددة.

-يتطلب تطور الإنتاج في مرحلة معينة تقسيما اجتماعيا للعمل، أي فرض التخصص. وقد أثر هذا التوسع على جميع القطاعات بما فيها الإعلام. ونتيجة لذلك فرض الدور المتنامي لوسائل الإعلام وتنوع جمهورها

نوعا من التقسيم الاجتماعي للعمل داخل قطاع الإعلام، سواء داخل المؤسسات الفردية أو داخل المنظومة الإعلامية ككل مما ساهم في ظهور الإعلام المتخصص.

-يسعى الجمهور الواعي بشكل متزايد إلى فهم أعمق لاهتماماته وأنشطته المهنية والترفيهية، مما يجعل من المستحيل على وسائل الإعلام التقليدية تلبية هذه التوقعات باستمرار ولذلك أصبح وجود وسائل إعلام متخصصة أمرا بالغ الأهمية (الهادي، 2017، صفحة 95).

-اتساع نطاق المعرفة التي تغطيها وسائل الإعلام، بما في ذلك: الرياضة، العلوم، البيئة، التكنولوجيا، الصحة والثقافة وغيرها من المجالات، وهي مواضيع لم تتمكن وسائل الإعلام التقليدية من تناولها بالعمق اللازم. علاوة على ذلك يعكس النطاق الجغرافي الواسع لوسائل الإعلام تنوعا متزايدا في الاهتمامات والاحتياجات بالإضافة إلى ظهور أولويات جديدة لا تستطيع وسائل الإعلام التقليدية معالجتها بشكل كاف.

-زيادة المنافسة بين مختلف الوسائل الإعلامية، فبقدرتها على الوصول السريع إلى جمهور واسع تُمارس هذه الوسائل تأثيرا قويا على معارفه ومعتقداته وسلوكياته. كما تسعى الشركات الكبرى إلى الوصول إلى جمهورها المستهدف من خلال الإعلان على مختلف المنصات الإعلامية مستفيدة من تنوع الاهتمامات العامة. وهذا ما دفع وسائل الإعلام إلى التخصص في تلبية احتياجات هذه الشركات مقابل الحصول على الإعلانات التي تشكل مصدرا رئيسيا لتمويلها.

-ظهور الطبقة الوسطى بعد الثورة الصناعية (الكناني م.، 2012، صفحة 115)، وانتشار التعليم وتوسعه وتزايد احتياجات المتعلمين وتنوع اهتماماتهم، مما ساهم في ظهور وتطور الإعلام المتخصص. أصبح هذا النوع من الإعلام قادرا على مخاطبة فئات صغيرة ومتماسكة بناء على العمر أو المهنة أو التخصص، على عكس الإعلام العام الذي يستهدف جمهورا واسعا وغير متجانس.

-تُمثل وسائل الإعلام المتخصصة أيضا استجابة للاستقطاب الذي يسود المشهد الإعلامي المحلي والعالمي وقد ازدادت أهميتها في مجالات مُختلفة نظرا لعجز وسائل الإعلام التقليدية عن تقديم تغطية إعلامية وفق المستوى المطلوب (زهيري، 2015، الصفحات 88-89)، فالإعلام المتخصص يقدم معالجة نوعية تتسم بالجدية والعمق والشمولية، قادرة على تناول الأحداث والظواهر المعقدة بدقة وموضوعية (الكناني م.، 2012، صفحة 115).

-يمكن تفسير ظهور وتطور الإعلام المتخصص أيضا بتأثيره المتزايد على حياة الأفراد والمجتمع، فضلا عن الرغبة في بناء مجتمع أكثر شمولا من خلال الوصول إلى شرائح متنوعة من السكان عبر هذه القنوات. لقد

أصبحت الأحداث والظواهر أكثر تعقيدا تحت تأثير العوامل الذاتية والموضوعية، مما يجعل ظهور وسائل إعلام قادرة على تقديم تحليلات دقيقة شاملة أمرا ضروريا.

وهكذا نشأت وتطورت وسائل الإعلام المتخصصة استجابة لسلسلة من التحولات الاجتماعية الاقتصادية، الثقافية والتكنولوجية، وارتفاع مستويات التعليم والثقافة، والرغبة في خلق تأثير أعمق وأكثر فعالية على المتلقي. وبذلك أصبحت مصدرا رئيسيا للثقافة والمعلومات العامة، تلبي احتياجات الجمهور للمعرفة المتخصصة، وتعكس تقدم المجتمعات وتطورها.

ثم يمكن القول أن ظهور وتطور وسائل الإعلام المتخصصة يعود بالأساس إلى التقدم المجتمعي والتكنولوجي والتعليمي، مما ولد حاجة متزايدة إلى التخصص في محتوى وسائل الإعلام من أجل تلبية متطلبات العصر وتنوع الجمهور (علي، 2023، الصفحات 88-89).

ثانيا/ مقومات الإعلام المتخصص:

للإعلام المتخصص عدة مقومات مكنته من التميز على الخريطة الإعلامية، ومن أهم هذه المقومات:

أ-المجال المميز: تتعدد مجالات الحياة المجتمعية وتتنوع، مما يعكس تنوع النشاط الإنساني وخصائصه المميزة. ويشكل النشاط الاقتصادي أساس هذا المجال، وكذلك الأنشطة السياسية والرياضية والعسكرية والدينية والثقافية والإعلامية (عباس ب.، 2014، صفحة 32). وعليه يأخذ كل مجال خصوصيته من اعتبارات متعددة أبرزها:

1-طبيعة ونوعية القوانين التي تحكم الحياة في هذا المجال.

2-طبيعة ونوعية القوى التي تُحرك الحياة وتُشكلها في هذا المجال.

3-مستوى التطور المحقق في هذا المجال.

4- أهمية هذا المجال للأفراد والمجتمع.

5- خصائص الشخصيات المؤثرة في هذا المجال.

6- عمليات صنع القرار في هذا المجال.

7- نظرة المجتمع وتقييمه لهذا المجال.

8-حجم الشرائح الاجتماعية التي يشملها هذا المجال أو يستهدفها.

9-نوع وطبيعة الاحتياجات التي يهدف هذا المجال إلى تلبيتها.

وتحدد هذه المجموعة من الاعتبارات الطبيعة الخاصة لكل مجال من مجالات حياة المجتمع (الكناني م.، 2012، الصفحات 116-117).

ب – الموضوع الإعلامي المميز: يُضفي المحتوى أو السرد على الموضوع الإعلامي المميز خصوصيته وطابعه المميز، ويمكن تحديد خصائصه الرئيسية على النحو التالي:

أ. طبيعة الموضوع: عامة، خاصة، مادية، نفسية، إلخ.

ب. محتوى الموضوع: حقائق، معلومات، آراء، ووجهات نظر.

ج. مصادر الموضوع: جهات أو مؤسسات رسمية.

د. المعايير المستخدمة لتحديد مدى أهمية الموضوع: ذاتية أو موضوعية، ودرجة الأهمية (عباس ب.، 2014، صفحة 32).

يُشكل الموضوع المميز منصة للنقاش وتبادل الأفكار والابتكارات والخبرات. كما يُمكن أن يهدف إلى التأثير على صُناع القرار أو تحفيز الإبداع (زهيري، 2015، صفحة 91).

يستمد الموضوع وجوده من المجال الذي ينتمي إليه، إذ يُحدد هذا العامل الحاسم خصائصه. ومن العناصر الأساسية لجودة الموضوع الإعلامي: طبيعته، محتواه، مصادره، معايير اختياره، معايير معالجته ونشره وعرضه. الهدف المحدد الذي يتعين تحقيقه هو معالجة الموضوع، والجمهور المستهدف، وطرق العرض المناسبة ونوع وسيلة الاتصال المستخدمة لمعالجة محتوى الوسائط، والشكل الصحفي المناسب (الكناني م.، 2012، صفحة 118).

ج – الحدث المتميز:

يستمد الحدث خصائصه من السياق العام الذي نشأ عنه، أي مجاله الخاص والموضوع الأوسع الذي ينتمي إليه. وتتمثل خصائصه الرئيسية فيما يلي: أنه يعكس تغيرا يحدث في سياق عام دائم التطور، وأن محتواه جزئي ومفصل ومحدود، طبيعته فورية، ويتميز بإيجازه. وتختلف أهمية هذه الخصائص من مجال إلى آخر.

د – المحرر الإعلامي المتميز:

تتطلب وسائل الإعلام المتخصصة خبرات ومهارات عالية التخصص ضمن فرقها التحريرية. لذا يشبه الصحفي المتخصص الباحث العلمي، الذي يتمثل دوره في تحليل الأبعاد والخلفيات الفنية الدقيقة وكشفها بالاعتماد على مبادئ علمية ومنطقية. ويتضمن ذلك تقديم المعلومات والأخبار النادرة والدقيقة والمفصلة حول مواضيع محددة تهم جمهورا معينا، سواء من المتخصصين أو المهتمين بتلك المواضيع، بما يعود عليهم

بالنفع العلمي أو يسهم في تثقيفهم وتوعيتهم ويشغل أوقاتهم بما يفيد وينمي قدراتهم العقلية، بالإضافة إلى إبقاء الجمهور على اطلاع بتطورات وظروف العصر الذي يعيشون فيه في جميع أنحاء العالم، من خلال نشر أحدث الأبحاث والابتكارات في مجال التخصص، وإشراك المتخصصين والخبراء والعلماء مع هذا الجمهور لمشاركة معلوماتهم وخبراتهم، فإن كل تخصص يتطلب أسلوب عرض يناسب طبيعته. فإخراج موضوع خاص بالأطفال مثلا يختلف عن إخراج موضوع علمي أو أدبي، فكل موضوع له أسلوبه الخاص وفنونه الخاصة (زهيري، 2015، الصفحات 91-92).

هـ – الجمهور المتميز:

يُعتبر الجمهور أهم عنصر في معادلة الاتصال، ورغم صعوبة تحديد معالم جمهور كل وسيلة إعلامية بدقة والتي تُميزها عن غيرها، إلا أن كل شريحة من الجمهور لديها تصميم محدد يتناسب تماما مع وسائل الإعلام المتخصصة، مما أدى إلى ظهورها (عباس ب.، 2014، صفحة 31).

إن الهدف من العملية الاتصالية هو الوصول إلى الجمهور والتأثير فيه، كونه العنصر المحوري في هذه العملية. ويؤكد متخصصو الإعلام وعلم الاجتماع على ضرورة تحليل وفهم الخصائص العامة للجمهور وتطور تصوراته بدقة علمية. وهنا يكمن دور الإعلامي أو المذيع: وضع خطة استراتيجية لتحديد جمهوره، وإشراكه بشكل أكبر في العملية الاتصالية، وتعود أهمية الجمهور إلى عدة اعتبارات منها:

- **الأهمية الإعلامية:** كلما اتسع نطاق وصول الوسيلة الإعلامية إلى جمهور أوسع برسائلها، زاد نجاحها وقدرتها على تعزيز تنوع المعرفة والأفكار والقيم.
- **الأهمية المادية:** من المعلوم أن الوسيلة الإعلامية تُمثل مشروعا فكريا وأيديولوجيا، ولابد أن تكون مشروعا اقتصاديا يهدف إلى تحقيق الربح المادي.
- **الأهمية التواصلية:** تتميز العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بطابعها الديناميكي والمتطور. لا شيء ثابت في هذه العلاقة سوى تطورها المستمر، سواء من حيث طبيعتها أو مضمونها وأشكالها (الكناني م.، 2012، الصفحات 119-121).

و – أسلوب إخباري مميز: تتجلى أهمية الأسلوب الإخباري المميز في:

- شمولية ودقة في نقل الأحداث.
- غلبة المنهج العلمي والتحليلي للأحداث.
- عرض متوازن للأحداث مبني على الحقائق.

- استخدام حجج فكرية تُحفّز تفكير القارئ.
- استخدام أساليب إقناع وآليات تأثير تتناسب مع التخصص والجمهور المستهدف (عباس ب.، 2014، صفحة 32).

المطلب الثالث: تطور الإعلام التلفزيوني المتخصص في الوطن العربي وأنواعه:

أولا/ تطور الإعلام التلفزيوني المتخصص:

تميز الربع الأخير من القرن العشرين بتطور ملحوظ في اهتمام الدول بالإعلام التلفزيوني المتخصص الذي يغطي مجالات مختلفة: الرياضة، المرأة، الفن الاقتصاد، العلوم، وغيرها، وأصبح هذا النوع من الإعلام لا غنى عنه في ذلك الوقت ويعتبر الوسيلة الأكثر فعالية لمخاطبة الفئات الصغيرة والمترابطة والمتجانسة، وفقا لمعايير السن أو المهنة أو التخصص أو الهواية أو مكان الإقامة...، ومن ثم تزداد أهميته في مختلف المجالات بسبب قدرته على إشباع الحاجات وتحقيق الأهداف كونه أعمق وأكمل (الكناني م.، 2012، صفحة 122).

وتقدم القنوات التلفزيونية المتخصصة محتوى مختلفا ومتنوعا، يكاد يتفوق في التنوع والتعدد على كل البرامج التي تُبث على القنوات الحكومية التقليدية ذات البرمجة العامة.

معظم القنوات التلفزيونية المتخصصة قنوات خاصة، باستثناء قلة منها توسعت في نطاقها لتشمل القنوات الحكومية المعتادة. وقد يكون ذلك أمرا مفهوما إذا علمنا أن التخصص –ما عدا في الأخبار– يُمكن القنوات الخاصة من تجنب الصراعات مع السلطات السياسية في مناطق بثها داخل البلاد أو خارجها. ويمكن تفسير ذلك برغبة في تمييز نفسها عن القنوات الحكومية التي سبقتها، والتي كان معظمها يقدم برامج عامة قبل ظهور البث الفضائي.

ومن أبرز سمات القنوات المتخصصة هيمنة المضامين الترفيهية الموجهة للاستهلاك، حيث تُمثل هذه القنوات أكثر من ثلثي القنوات المتخصصة، باستثناء القنوات الإخبارية التي تُعنى بقضايا الساعة (الأخبار الواقعية) مثل: السكن، التوظيف، الصحة، النقل والتعليم ...، فمعظم القنوات الأخرى تتعرض في بعض الأحيان لانتقادات شديدة بسبب الإفراط في بث البرامج المتنوعة والمسلسلات التلفزيونية الدرامية.

تُبث هذه القنوات على أقمار صناعية غير عربية، بشكل رئيسي عبر نايل سات وعرب سات. كما تُستخدم أقمار صناعية أخرى، مثل هوت بيرد، وآسيا سات، ويوتيلسات، ويورو بورد، وإيكو ستار...، مما

يعني أن المشهد التلفزيوني العربي تخطى حدود المشاهد العربي مما قد يكون له أثر إيجابي، يجعل المهتمين بالشؤون العربية خارج الوطن العربي يسهمون في تحليل الأوضاع وتقييمها من خلال مشاركتهم في برامج حوارية وبرامج إخبارية تلفزيونية. تجدر الإشارة أيضا إلى أن بعض هذه القنوات المتخصصة مشفرة وبالتالي تتطلب اشتراكا لمشاهدة القنوات المشفرة، وقد أحصى المنصف العياري أن رُبعها مشفر، مما يدل أن المشهد التلفزيوني الذي توسع بشكل كبير لجذب عدد كبير من المشاهدين العرب، قد تقلص في جوانب أخرى (غزالة و بوراوي، 2006، الصفحات 40-42).

ثانيا/ أنواع القنوات الفضائية العربية المتخصصة:

أدى تطور البث الرقمي وتقنياته المتنوعة إلى ظهور قنوات تلفزيونية فضائية متخصصة، تتكيف مع تطور الحياة المعاصرة وتعقيدها. تقدم هذه القنوات نظاما مختلفا عن سابقاتها، وهو الاتصال ثنائي الاتجاه. وقد ظهرت عدة قنوات متخصصة بفضل التلفزيون الكابلي، البث المباشر عبر الأقمار الصناعية، التلفزيون الرقمي والألياف الضوئية (الكناني م.، 2012، صفحة 122). ومن بين أهم نماذج القنوات التلفزيونية المتخصصة ما يلي:

1-قنوات فضائية إعلامية اقتصادية:

يُقدم نشر المعلومات الاقتصادية عبر مختلف الأشكال الصحفية (التقارير الإخبارية، التحقيقات المقالات الرسوم الكاريكاتورية) بأسلوب بسيط مُكيف للجمهور المستهدف، بهدف توضيح تأثير وتكوين رأي محدد، بالإضافة إلى التفسير والتحليل والنقد والنقاش العام، والدفاع عن وجهة نظر الوسيلة الإعلامية بشأن الأحداث والسياسات الاقتصادية والسياسات الداخلية والخارجية (كتفي و غراف، 2020، صفحة 294).

يهدف الإعلام الاقتصادي إلى رفع مستوى الوعي العام بالأنشطة الاقتصادية من خلال عرض البرامج والمعلومات والآراء الاقتصادية بموضوعية، باستخدام الأرقام والإحصاءات والدراسات والأبحاث لنشر الحقائق والواقع الاقتصادي، لذا يُمكن القول إن الإعلام الاقتصادي نشاط إعلامي مُخطط له، يستخدم وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية لإعلام الجمهور بالأنشطة والفعاليات الاقتصادية والتنموية، بالإضافة إلى الموارد المتاحة. كما يهدف إلى تعزيز ثقافة التنمية من خلال عرض المحتوى الاقتصادي وتبسيطه، وشرحه وتفسيره وتحليله بصيغ إعلامية احترافية وجذابة. ومن أجل خدمة أهداف التعليم والتوعية، وتدريب المجتمع

على مفاهيم التنمية التي تخدم مصالحه وتؤثر على حياته اليومية ومستقبل الأجيال القادمة، يتم تنفيذ البرامج الاقتصادية.

وبالرغم من تطور الإعلام الاقتصادي إلا أنه يعاني من صعوبات، منها:

- نقص المعلومات ومحدودية الوصول إلى المصادر الموثوقة.

- غياب الشفافية ومحدودية الوصول إلى المعلومات الموثوقة.

-تعاني وسائل الإعلام العربية المتخصصة من هذا القصور المهني في مجال الصحافة الاقتصادية، مما يُسهم في تشويه المعلومات الاقتصادية وتناقضها (حمدان، 2020، الصفحات 12-13).

2-قنوات تلفزيونية فضائية بيئية:

هي القنوات التي تنشر معلومات عن البيئة بموضوعية وأمانة، مما يُمكن الجمهور من تكوين رأي مستنير حول القضايا البيئية. كما تُسلط الضوء على جميع المشكلات البيئية وتُعزز الوعي العام بحماية البيئة (مجيطنة وآخرون، 2019).

أدى تفاقم المشكلات والتحديات البيئية التي تواجه العالم العربي إلى ارتفاع التكاليف الاقتصادية المرتبطة بالتدهور البيئي. ووفقا لتقديرات البنك الدولي، تُمثل هذه التكاليف ما بين 4% و9% من الناتج المحلي الإجمالي السنوي في بعض الدول العربية، وهي نسبة مرتفعة مقارنة بدول أخرى، حيث تبلغ 5% في أوروبا الشرقية، وتتراوح بين 10% و20% في دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية. وقد استدعى هذا الوضع إيجاد وسيلة إعلامية قادرة على الوصول إلى مختلف شرائح الجمهور. يهدف هذا المشروع إلى توفير محتوى بيئي متخصص يشرح ويفسر دور الإنسان في تدهور البيئة، والإجراءات الواجب اتخاذها للحفاظ على البيئة ومواردها الطبيعية. وهو إحدى المبادرات الإعلامية التي تقودها قناتي "بيئتي" و"ناشيونال جيوغرافيك" (حمدان، 2020، صفحة 14).

3-الإعلام المتخصص للأطفال: تشير الدراسات العلمية إلى أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرا كبيرا على الطفل المعاصر، إيجابيا كان أم سلبيا، لدرجة يصعب عليه الإفلات منها. فهي تحيط به كالسوار، تهاجمه من كل جانب وبمختلف اللغات ليلا ونهارا، ساعية إلى رسم مسار جديد لحياته وأسلوب عصري لأنشطته وعلاقاته (قمرة و أحمد العبدلي، 2011، صفحة 338)، ويعتمد ذلك بالدرجة الأولى على كيفية عرض المحتوى الإعلامي: خطة العرض وأهدافه، وملاءمته لاحتياجات الطفل، والاختيار المدروس للبرامج.

بعد إدخال برامج الأطفال على القنوات الرئيسية، طوّرت القنوات محتوى تلفزيونيا متخصصا. تُبث هذه البرامج على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، مقدمة للأطفال محتوى أغنى من حيث المضمون والأسلوب. بمعنى آخر، تطور الشكل الفني، ولم تعد برامج الأطفال تقتصر على الرسوم المتحركة وأفلام الرسوم المتحركة بل تنوعت لتشمل أفلاما، مسلسلات، برامج ألعاب، برامج ترفيهية متنوعة، أغاني مصممة خصيصا للأطفال وبرامج تعليمية، وغيرها الكثير. بعضها يُبث مباشرة والبعض الآخر يُسجل في الاستوديو. تتنوع مصادر إنتاج المحتوى التلفزيوني، منها الإنتاج الأجنبي، مثل MBC3 التي تُقدم نسخا مُدبلجة، أي مُترجمة إلى العربية ويأتي إعدادها وإنتاجها من الخارج، ومنها الإنتاج العربي المحلي كقناة "براعم" القطرية التي تُبث مجانا، إضافة إلى قناة طه (التابعة لقناة المنار في لبنان)، قناة طيور الجنة (الأردن)، قناة طيور ببي (التابعة لقناة طيور الجنة ولكنها موجهة للأطفال الصغار في الأردن)، قناة سمسم، قناة قراميش، وتلفزيون الكويت (القناة الثانية الكويتية).

4–قنوات تلفزيونية فضائية علمية:

يحظى البحث العلمي باهتمام كبير من الحكومات ووسائل الإعلام في الدول المتقدمة، على الرغم من أن بعض المؤشرات تشير إلى تراجع التواصل العلمي في العالم الغربي، كما يتضح ضعف الصحافة العلمية في الدول العربية، إذ تبقى أهميتها متواضعة مقارنة بتخصصات إعلامية أخرى كالرياضة والترفيه. فالمنشورات العلمية المتخصصة إما معدومة أو نادرة، والمساحة المخصصة للأقسام العلمية في الصحف والمجلات ذات الاهتمام العام محدودة، وكذلك الحال بالنسبة للبرامج الإذاعية والتلفزيونية. فإذا نظرنا إلى دول كالعراق وسوريا ومصر ولبنان، نجد نقصا في القنوات التلفزيونية المتخصصة في العلوم ولعلى ذلك يُعزى إلى ضعف الاستثمار في تدريب ودمج هؤلاء المتخصصين في المجال الإعلامي، فضلا عن ضعف البحث العلمي وصعوبة استقطاب الكفاءات العلمية المتخصصة إلى العالم العربي (حمدان، 2020، الصفحات 14–18).

يكشف تحليل المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام العلمية العربية عن تبني عدة خطابات أو مناهج وبشكل أكثر تحديدا، يمكن تمييز خمس لغات خطابية: الخطاب التربوي، خطاب التسويق والإعلان، الخطاب التقني، البحث الموجه للمهنيين والمتخصصين، وخطاب التكرار الذاتي (غيطاس، 2005).

وبناء على هذه الملاحظة يمكن تقسيم وسائل الإعلام المتخصصة إلى مستويين: الأول يقابله وجود قنوات إذاعية وتلفزيونية متخصصة، والثاني وجود برامج متخصصة على قنوات تلفزيونية وإذاعية عامة (حمدان، 2020، صفحة 19).

ومن جهته يصنف الدكتور محسن جلوب الكناني هذه القنوات على النحو التالي:

أ- قنوات فضائية متخصصة في المحتوى، مثل قنوات الرياضة، وقنوات الرسوم المتحركة، وقنوات الحياة البرية.

ب- قنوات فضائية متخصصة على أساس الشكل، مثل قنوات الأخبار مثل الجزيرة العربية، والحرة، وقناة الجزيرة الوثائقية.

ج – قنوات متخصصة، عل أساس شكلها ومضمونها، تُقدم موضوعا واحدا بصيغة صحفية فريدة، مثل قنوات عالم الحيوان التي تُركز على موضوع واحد من خلال الأفلام الوثائقية.

وقنوات تُغطي مواضيع متعددة بصيغ صحفية مُختلفة، مثل قنوات الأخبار التي تُعالج مواضيع سياسية اقتصادية، اجتماعية، رياضية وغيرها بصيغ صحفية مُتنوعة.

وهناك أيضا قنوات تقدم عدة أنواع من المضامين ضمن نفس الصيغة الصحفية، مثل قناة الجزيرة الوثائقية التي تتناول مواضيع مختلفة –سياسية، اقتصادية، اجتماعية، رياضية وغيرها – على شكل أفلام وثائقية (الكناني م.، 2012، صفحة 124).

المطلب الرابع: تطور الإعلام المتخصص في البيئة الرقمية:

ساهمت ثورة تقنيات الاتصال الحديثة في خلق مشهد إعلامي جديد يختلف في مفهومه وخصائصه وأساليبه عن النموذج الإعلامي التقليدي، ويعود ذلك إلى التطور السريع للإنترنت وأجياله المتعددة، مما أحدث نقلة نوعية في صناعة الإعلام وفي طرق استهلاك المعلومات، إنتاجها، نشرها ومشاركتها.

هذا ما يُطلق عليه بالإعلام الجديد، ويُعرف بأنه ظهور شكل جديد من أشكال الاتصال ناتج عن دمج ثلاثة عناصر رئيسية: الحوسبة، الشبكات، والوسائط المتعددة. ويُجسد الإعلام الجديد مجموعة من التقنيات الحديثة المستخدمة في الاتصال عبر الإنترنت، حيث يستفيد المستخدمون من ثلاث خدمات رئيسية: التواصل التفاعلي، الحصول على معلومات حول مواضيع وقضايا متنوعة، ومتابعة الأخبار المحلية والإقليمية والدولية. ويُطلق على هذا النوع من الوسائط مسميات متعددة: مثل الوسائط التفاعلية، الوسائط الإلكترونية، وسائل الإعلام الإخبارية، أو الوسائط المتعددة.

تنوعت وسائل الإعلام الرقمية لتشمل مواقع الأخبار، الصحافة الإلكترونية، ومنصات البث الإذاعي والتلفزيوني عبر الإنترنت، بالإضافة إلى الإعلانات الإلكترونية. كما تندرج ضمنها صفحات المؤسسات التلفزيونية الموجودة على مختلف منصات التواصل الاجتماعي مثل: فيسبوك، إنستغرام، يوتيوب، تويتر

وسناب شات، إضافة إلى المواقع الإلكترونية للمؤسسات التلفزيونية وتطبيقات الواتس آب الخاصة بها وخدمات البث المباشر لقنوات التلفزيون والإذاعة.

وبناء على ما تقدم، فإن مؤسسات الإعلام التلفزيوني لم تكن بمنأى عن هذه التطورات التكنولوجية وبيئة الاتصال الجديدة التي فرضتها، إذ ظهرت خصائص الإعلام الرقمي وأصبحت سائدة في مجالات مختلفة داخل المؤسسة التلفزيونية، بما في ذلك على مستوى الإدارة والإنتاج. وعلى صعيد إنتاج وتسويق المحتوى التلفزيوني، استفادت القنوات بشكل كبير من منصات الإعلام الرقمي لتسويق منتجاتها رقميا وتوليد الأرباح حيث عززت هذه المنصات مكانة المنتجات التلفزيونية لدى الجمهور، فلم تعد البرامج تُعرض بشكلها التقليدي، بل أصبح هناك منتج تلفزيوني رقمي مصمم خصيصا لهذه المنصات.

من هنا يمكن القول أن وسائل الإعلام الرقمية أضافت بعدا جديدا لتأثير الإعلام في إنشاء ونشر المحتوى الإعلامي، إذ أصبح المتلقي أكثر تفاعلا وسعيا للحصول على المعلومات من مصادر متعددة. وقد أدى ذلك إلى خلق مساحة للتعبير وتبادل الآراء ووجهات النظر، وفتح أبواب العالم أمام الجمهور، وكسر المحرمات الإعلامية، مما أسهم في تغيير وجهات نظر الأفراد وأفكارهم حول العديد من المواضيع (ربيع، 2022، الصفحات 203-204).

وفي سياق متصل، يتحمل قطاع الإعلام في الدول العربية مسؤولية أساسية في توجيه العملية التعليمية ونقل المعرفة وتطوير أساليبها، إذ تجاوز دوره التقليدي ليصبح قوة تحولية رئيسية تؤثر في الأفراد والمجتمعات والدول، وتسهم في تشكيل الرأي العام ونشر الثقافة والمعرفة.

ويشهد القطاع الإعلامي العربي اليوم ثورة رقمية في إنتاج المحتوى وتقنيات الاتصال، مما يجعل قدرته على مواكبة التطورات التقنية وتطبيق إدارة المعرفة شرطا أساسيا لبقائه وتنافسيته. ورغم تقدم بعض الدول العربية في هذا المجال، إلا أن تطبيقات إدارة المعرفة لا تزال في مراحلها التجريبية.

كما أصبحت صناعة المحتوى الإعلامي جزءا لا يتجزأ من اقتصاد المعرفة، إذ تحول المحتوى إلى مورد اقتصادي واستثماري مهم يُسوق عالميا بأشكال متعددة تشمل الإعلام، السينما، التلفزيون، الألعاب الإلكترونية والوسائط المتعددة. وفي هذا الإطار، أصبحت القنوات المتخصصة منصات رئيسية لتسويق المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله، مما عزز دورها في دعم اقتصاد المعرفة، ومع انفتاح المشهد الإعلامي بفضل المنصات الرقمية

اتسع نطاق التأثير الإعلامي، مما جعل من الضروري أن تواكب وسائل الإعلام التلفزيونية المتخصصة هذا التطور من خلال تقديم محتوى احترافي ومسؤول يجمع بين جاذبية الطرح الإعلامي والحفاظ على القيم الثقافية والهوية الوطنية (الفريجي، 2021، الصفحات 929-949).

وبذلك يمكن القول أن البيئة الرقمية رغم ما تحمله من تحديات، تمثل فرصة حقيقية لإعادة تعريف دور الإعلام المتخصص بوصفه قوة فكرية وثقافية تساهم في تعزيز الوعي المجتمعي وترسيخ القيم الإيجابية في مواجهة مظاهر الانفتاح الإعلامي غير المنضبط.

المبحث الثاني: برامج تلفزيون الواقع في القنوات الفضائية العربية المتخصصة:

ظهر تلفزيون الواقع في الغرب كرد فعل على موجة المسلسلات وأفلام هوليوود ذات الميزانيات الضخمة التي عرضت قصصا خارقة وخيالية، أدى إلى تكرار المحتوى الدرامي. فجاءت برامج تلفزيون الواقع كمهرب من هذا الاستهلاك المفرط من جهة، ومن ناحية أخرى، لإضافة بعد درامي إلى واقع أصبح أكثر تعقيدا بسبب التحولات والتغيرات الاقتصادية والاجتماعية، وبالتالي يقدم للمشاهدين منظورا آخر للحياة اليومية.

دخلت برامج تلفزيون الواقع العربية الخطاب العام على مدار السنوات الخمس الماضية، في ظل اضطرابات سياسية حادة شهدتها المنطقة، وأدت إلى ظهور ظاهرة اجتماعية تجذب الشباب الذين يشاهدون مثل هذه البرامج باعتبارهم جمهورا مستهدفا، ويتفاعلون مع المشتركين فيها، وينبهرون بها، ويشتركون في التصويت، بحثا عن الترفيه في ظل الواقع الصعب الذي يعيشونه من تهميش، قمع حريات وبطالة.

وفرت هذه البرامج نوعا من الراحة النفسية للشعوب العربية التي تواجه الهزائم والنكسات، واستغلت بعض الأنظمة العربية هذا النوع من الترفيه للاحتفاظ بجماهيرها بعد فشلها في ذلك سياسيا. ولذلك سارعت القنوات التلفزيونية إلى إدراج تلفزيون الواقع في برامجها نظرا لأهميتها السياسية والتجارية، وأصبحت هذه البرامج أكثر تعقيدا بكثير من ذي قبل. تُنتجها شركات متعددة الجنسيات عالميا، غايتها الربح فقط، وتُكيفها القنوات العربية لتتناسب مع ثقافتها وسياقها السياسي، حيث ينتقدها بعض المشاهدين لضعف جودتها، إلا أنهم يشاهدونها لقلة الخيارات في الترفيه.

المطلب الأول: مفهوم برامج تلفزيون الواقع ونشأتها وتطورها العالمي:

أولا/ مفهوم تلفزيون الواقع –Reality TV:

تلفزيون الواقع هو نوع من البرامج التي تعتمد على مشاركة أشخاص عاديين بدلا من ممثلين محترفين يجتمع هؤلاء المشتركون في مكان محدد، ويصورون حياتهم اليومية وردود أفعالهم العفوية، دون نص أو تحضير مسبق، وتُبث مغامراتهم مباشرة أو شبه مباشرة. ويرى الكحكي أن هذا النوع من البرامج هو ترفيهي وموسيقي بالدرجة الأولى، ويأخذ شكل مسابقات حيث يعتمد نجاح المشتركين على تصويت الجمهور، مثل برامج ستار أكاديمي، سوبر ستار ونجم الخليج (الكحكي، 2009، الصفحات 19-20).

ينبع مفهوم تلفزيون الواقع من تطور التواصل التفاعلي، كما أشار ماكميلان ودانز، والذي حوّل التلفزيون إلى وسيلة اتصال ثنائية الاتجاه. ولم يعد التلفزيون مجرد وسيلة جماهيرية، بل أصبح وسيلة تفاعلية تتيح للمشاهدين التأثير على البرامج والمشاركة في صياغة الرسالة الإعلامية المرسلة. وحتى تحويل المشتركين إلى نجوم داخل المحتوى نفسه. وهكذا أصبح تلفزيون الواقع أحد أهم جوانب الإعلام التفاعلي المعاصر.
تُشير هيئة الاتصالات والإعلام الأسترالية (ACMA) إلى صعوبة وضع تعريف واحد لتلفزيون الواقع، إذ تشمل برامجه أنماطا متعددة يصعب تصنيفها، ومع ذلك، تتفق معظم التعريفات على العناصر التالية:

1-عدم وجود نص مكتوب.

2-الاستعانة بأشخاص عاديين بدلا من ممثلين محترفين.

3-التركيز على التفاعلات العفوية بين المشتركين.

4-إضافة عنصر المنافسة أو التحدي.

5-تدخل المنتج في التحرير والمتابعة لتحسين السرد العام.

يُعتبر "ألان فونت" (Alain Funt) أحد مؤسسي هذا النمط من البرامج بفضل برنامجه الشهير "الكاميرا الخفية" (Candid Camera) عام 1948، الذي اعتمد على تصوير أشخاص عاديين في مواقف غير متوقعة، ثم تطور المفهوم عبر برامج مثل Truth or Consequences (1950) و W hat's My Line ? إلى أن تبلور بشكل واضح سنة 2000 مع برنامج "الناجون" (Survivor) على قناة CBS الأمريكية، الذي حقق نسب مشاهدة تجاوزت 56% محليا و69% عالميا (القاضي، 2009، الصفحات 21-22).

هناك وجهات نظر فكرية مختلفة حول هذا النوع من التلفزيون: فحسب الباحثة إيمانويلا رويل Emmanuella Ruel، تسعى برامج تلفزيون الواقع إلى خلق مواقف وتفاعلات مصطنعة بين الناس بعد عرض المشاهد (Ruel, 2008, p. 23)، ويتضمن ذلك عرض الحياة الخاصة في المجال العام من خلال عرض آراء وانطباعات وردود أفعال المشتركين بالإضافة إلى اعترافاتهم. وقد يكون هذا بمثابة شكل من أشكال مراقبة الواقع المتلاعب به، والذي يتم بثه في وضح النهار لأن المشاهد يستطيع متابعة البرنامج بأكمله أمام الكاميرا ويختار الجمهور المرشح الفائز من خلال التصويت عبر الهاتف والإنترنت (القاضي، 2009، الصفحات 20-21).

ويرى بعض النقاد أنه مزيج من التفاهة والإباحية العاطفية. ويعتبره آخرون وسيلة ديمقراطية أتاحت للفئات المهمشة الظهور والتعبير عن نفسها. ويؤكد باحثون مثل كافيندر وفيشمان (Cavender & Fishman) أنه إبداع هجين يقع على الحدود بين الواقع والخيال، بينما يعتبره ألكسندر "فنا خطيرا" يؤثر على القيم المجتمعية والعلاقات الإنسانية.

ومن المنظور السوسيولوجي يرى باحثو علم الاجتماع أن هذه البرامج تلعب دورا اجتماعيا مهما من خلال تجسيد رموز النجاح، الشباب، الجمال، الثراء، والسعادة، مما يعزز قيما استهلاكية ورموزا ثقافية جديدة. كما يرى كوهن وبرونتن (Cohen & Brenton) أن المشاركة فيها قد تحدث آثارا سلبية طويلة الأمد على الشخصية والعلاقات الاجتماعية.

أما من المنظور الاتصالي والثقافي يصف جوناثن بينيل (Jonathan Bignell) تلفزيون الواقع بأنه جزء من ثقافة إعلامية عالمية جديدة قائمة على التفاعل الحقيقي بين المنتجين والجمهور، حيث يصبح هذا الأخير شريكا في بناء المعنى الإعلامي من خلال التصويت والمشاركة. ويؤكد ويكس أن هذا النوع من البرامج قد أوجد طريقة جديدة لجذب انتباه الجمهور من خلال إشراكه بفعالية في عملية التواصل (DUPON, 2007, pp. 54-55).

وبناء على ما تقدم يمكن تعريف تلفزيون الواقع على أنه نمط من البرامج التلفزيونية التي تُبرز أشخاصا عاديين في بيئة مغلقة، يتعرضون لمواقف غير عادية في إطار تنافسي من أجل الفوز بجائزة، ويتم تسجيل حياتهم باستخدام كاميرات متعددة تعمل بشكل مستمر، مع تمتع الجمهور بالقدرة على التأثير على النتائج من خلال التصويت. يُمثل هذا الأسلوب مزيجا من الترفيه، المسرح والمشاركة التفاعلية، ويعكس تطور وسائل

الإعلام نحو مزيد من الانفتاح والتجريب والاتصال المباشر مع الجمهور دون مراعاة لعادات وقيم المجتمعات العربية (عزري، 2010، صفحة 32).

ثانيا/ نشأة وتطور برامج تلفزيون الواقع:

قدّم منتجو الأفلام الوثائقية للمشاهدين برامج ترفيهية آسرة، تضم ممثلين محترفين يُحاكون الحب والأسى ورجلا عجوزا يتظاهر بتعلم القيادة، وعائلات تحاكي حياة أجدادها. وبينما سلط التلفزيون الضوء على التصنع في مجالات أخرى وعليه الآن أن يُوجه عدساته المقربة (Zoom Lens) إلى نفسه، يُفسر هذا بكون تلفزيون الواقع ظاهرة ومفهوما جديدا. فقبل ثلاثين عاما لم يدّع أحد أن الأفلام الوثائقية تُجسد الواقع بالمعنى الحديث للكلمة. كانت المعدات ثقيلة جدا ومواد الأفلام باهظة الثمن، مما يُفسر القيام بعمليات المسرحة من أجل الكاميرا (خضور، 2005، صفحة 18).

لم يعد تلفزيون الواقع ظاهرة حديثة في المشهد الإعلامي، حيث يشير لي ديفيد إلى أن جذوره تعود إلى بدايات التلفزيون، مع ظهور برامج عفوية تُصور حياة الناس اليومية وتُوثق أحداثا واقعية. وقد تطور هذا النمط منذ أربعينيات وخمسينيات القرن الماضي من خلال البرامج التفاعلية والمسابقات. مثل Amateur Hour و Beat The Clock، قبل أن يأخذ هذا النوع من البرامج شكله الأكثر وضوحا في السبعينيات مع برامج مثل An American Family و The Family، والتي كشفت عن حياة الناس العاديين داخل أسرهم ومجتمعاتهم. في ثمانينيات وتسعينيات القرن الماضي، انتشر مفهوم "تلفزيون الواقع" بفضل برامج مثل "COPS" و"Real World"، التي استخدمت كاميرات محمولة لتصوير أحداث واقعية دون الحاجة إلى سيناريو، ثم توسع نطاقه ليشمل برامج تتناول الحياة الشخصية والمهنية، بالإضافة إلى المسابقات. مع نهاية القرن العشرين ساهم انتشار الإنترنت وكاميرات الويب في ظهور ثقافة "المشاهدة الواقعية"، محولا الأفراد إلى مشاهد عامة. في الألفية الجديدة أصبح تلفزيون الواقع ظاهرة عالمية، حيث اتخذ أشكالا عديدة، من المسابقات (Survivor، The X Factor) إلى البرامج الاجتماعية (Wife Swap، Big Brother)، وانتشر عبر لغات وثقافات مختلفة. صنّفت لجنة الاتصالات والإعلام الأسترالية (ACMA، 2007) هذه البرامج إلى أربع فئات رئيسية: رصد حياة الناس اليومية، التطوير الذاتي، المنافسة، والمنافسة في ظروف خاصة.

يعكس هذا التطور التاريخي تحول تلفزيون الواقع من الوثائقي إلى الترفيه، ومن تقديم الحقيقة إلى خلق الواقع من خلال وسائل الإعلام التي تهدف إلى الجذب والإثارة بدلا من تقديم الحقائق كما هي (القاضي، 2009، الصفحات 32-33).

شهدت بداية الألفية الجديدة دخول برامج تلفزيون الواقع إلى المشهد الإعلامي العربي، متأثرة بالتجارب الغربية الناجحة ذات الانتشار العالمي. ومثل ظهور هذه البرامج نقطة تحول رئيسية في محتوى البرامج التلفزيونية العربية، حيث أُجري مسح لبرامج تلفزيون الواقع التي بثتها القنوات التلفزيونية العربية بين عامي 2003 و2009. وحُدد اثنان وأربعون برنامجا من ثماني دول عربية. تصدرت المملكة العربية السعودية القائمة بخمسة عشر برنامجا (35.7٪)، تلتها لبنان بثلاثة عشر برنامجا (30.9٪)، ثم الإمارات العربية المتحدة بخمسة برامج (11.9٪). تليها المملكة المغربية بثلاثة برامج (7.1%)، وسلطنة عُمان ببرنامجين (4.8%)، وأخيرا برنامج واحد لكل من مصر، الجزائر والمملكة الأردنية الهاشمية (2.4%)، بالإضافة إلى برنامج واحد لم تُحدد شركة إنتاجه. كما تتنوع المواضيع التي تتناولها برامج تلفزيون الواقع في العالم العربي، لا سيما تلك المتعلقة بالقضايا الثقافية المهمة. على سبيل المثال: الاقتصاد، الشعر، التأليف، مهارات تقييم الذكاء والاستقلالية حفظ القرآن الكريم، اتخاذ القرار، واحترام الحوار، والتي مثلت اثني عشر برنامجا بنسبة 28.6%، مقابل ثلاثون برنامجا بنسبة 71.4% لبرامج الترفيه، مثل مواهب الغناء والرقص، الألعاب، ملكات الجمال، وتصميم الأزياء والجمال (مكاوي، 2012، الصفحات 79-80).

المطلب الثاني: تمثيل الحقيقة في البرامج التلفزيونية الواقعية:

كان يُنظر إلى التلفزيون في الماضي على أنه مرآة تعكس الواقع، حيث ينقل للمشاهدين ما يحدث في العالم الخارجي من أخبار، أحداث، قصص، حياة اجتماعية، إلخ، وبطريقة موضوعية نسبيا. لكن اليوم تغير هذا الدور، فلم يعد التلفزيون يعكس الواقع فحسب بل يُسهم في خلقه، وبعبارة أخرى بدأ في إنتاج واقعه الخاص، ما يسمى بالتلفزيون الواقعي أو الواقع المتلفز، والذي لا يعكس الواقع كما هو، بل يقدم نسخة إعلامية منه (عيسى، 2008، الصفحات 3-4).

يُظهر التلفزيون الحديث تحولا جوهريا في طبيعته، إذ لم يعد يكتفي بعرض الواقع، بل أصبح يركز على ذاته ويُبرز آليات عمله أمام الجمهور، مما جعل المشاهدين والمشتركين جزءا من المحتوى نفسه، كما هو الحال في برامج تلفزيون الواقع. ويشير الباحث "هورك" إلى أن هذا النمط من الإنتاج امتد حتى إلى الأفلام الوثائقية حيث أصبح التدخل في بيئة التصوير –كما في أفلام الحياة البرية – يؤثر في السلوك الطبيعي للموضوعات

المصورة، محولا التوثيق إلى شكل من أشكال "التلصص" الذي يخدم أهدافا اقتصادية رأسمالية قائمة على المراقبة والتسليع. وفي السياق نفسه، يرى "سلمان رشدي" أن ثقافة التلصص التي كانت مرفوضة اجتماعيا أصبحت مقبولة ومشروعة في تلفزيون الواقع، لأن المشتركين يدركون مراقبة الجمهور لهم، وهو ما يعكس تغير القيم الاجتماعية المتعلقة بالخصوصية والاحترام الذاتي، ومهّد لانتشار هذا النوع من البرامج (القاضي، 2009، الصفحات 36-37).

لقد سعى التلفزيون، عبر قنواته الفضائية المختلفة، إلى بناء واقع جديد وتقديمه كواقع مُعاش. أصبحت الحقيقة الآن من صنع الإعلام، كما يشير ماكلوهان: "لم تعد المعرفة إدراكا للواقع، بل خلقا له". ويلخص بيل غيتس أهمية الصورة بقوله: "من يتحكم في الصورة يتحكم في العقول" (عزري، 2010، صفحة 32).

تعتمد واقعية برامج تلفزيون الواقع على عدة عوامل، منها طبيعة المواقف المعروضة، أسلوب الإنتاج وتقنيات التحرير. وتشير ورقة عمل صادرة عن هيئة الاتصالات والإعلام الأسترالية (ACMA) عام 2007 إلى أن هذا النوع من البرامج يُعتبر "غير واقعي" من قِبل الكثيرين لأنه يعكس مواقف أقرب إلى الواقع منها إلى الحياة الواقعية. يتمتع المنتجون بسلطة التحكم في بيئة التصوير والتأثير على ردود أفعال المشتركين، بالإضافة إلى سيطرتهم الكاملة على عملية المونتاج. تؤكد الدراسات أن هذه السيطرة تُدخل عناصر من التصنع والإخراج على المحتوى، مما يُقلل من واقعيته. علاوة على ذلك كشفت دراسة أجرتها الباحثة تيفاني أن التشريعات البريطانية تعتبر المشتركين في هذه البرامج موظفين بسبب مستوى الرقابة والإشراف الذي يخضعون له من قبل مديري الإنتاج (القاضي، 2009، صفحة 35).

كشفت دراسة أجراها ماكلفيني عام 2003 حول برامج تلفزيون الواقع التي تُبث على القنوات العامة البريطانية ما يلي:

1-التجمعات العائلية والأنشطة المنظمة ضمن نمط الحياة المنزلي المفروض (الاستوديو).
2-انضباط الأطفال في هذه البيئة المفروضة وتواصلهم مع والديهم.

أما دراسة بانت التي ركزت على مهرجانات الجمال وبرامج تلفزيون الواقع، فقد اختبرت العلاقة بين مهرجان ملكة جمال أمريكا (Miss America) والعرض الواقعي الذي بُث في الوقت نفسه، وكشفت أن الأداء المتلفز لعروض الجمال حوّل التركيز من العرض المعد (Scripted) إلى العروض الواقعية مع فرض رقابة صارمة على العارضات.

لا شك أن البحث عن برامج منخفضة التكلفة يُفسر صعود هذا الشكل الواقعي، ولكن من المهم أيضا مراعاة كيفية تكيفه مع منطق الإنتاج الضخم القائم على رغبات المستهلكين واحتياجاتهم ومشاركتهم (أندريجيفيك، 2008، صفحة 99).

إن مجرد وضع شخص ما في وضعية مصطنعة يُجبره دون وعي على تبني دور ما، مما يُلغي أي عفوية. علاوة على ذلك ما الذي يثير اهتمام المشاهد في متابعة تحركات هؤلاء الأفراد المتواصلة بين غرفة المعيشة والمطبخ، ليحصلوا في النهاية على لقب "نجم الغناء العربي" (خريج أكاديمية التلفزيون)، أو "عريس القرن" أو "ملكة جمال"؟ (العياري، 2005، الصفحات 60-61).

المطلب الثالث: برامج تلفزيون الواقع في ضوء القبول والرفض الأخلاقي لدى الجمهور العربي:

تجذب الكتابات الصحفية والأكاديمية حول ظاهرة تلفزيون الواقع، سواء أكانت إيجابية أم سلبية، انتباه الباحث لما تُعرب عنه من دهشة وإعجاب بالاهتمام الجماهيري الهائل بهذه البرامج، لا سيما بين الشباب. ورغم إدراك المؤلفين للدور المهيمن للتلفزيون في البيئة الثقافية العربية، وتنوع المحتوى ومستويات التطور في هذا القطاع وإدراكهم لقدرة بعض البرامج، مثل البرامج الرياضية، على جذب شريحة كبيرة من الجمهور، إلا أنهم لم يتوقعوا أن تصل برامج تلفزيون الواقع إلى هذا المستوى من الشعبية. وهذا ما جعل أغلب القنوات العربية بغض النظر عن وضعها القانوني تتسم بالترفيه والمرح.

ويمكن تقسيم الكتابات العربية التي تناولت هذه الظاهرة إلى فئتين رئيسيتين، حيث تعبر الفئة الأولى عن الغضب والإدانة لأسباب أخلاقية أو أيديولوجية، نابعة من فكرة أن هذه البرامج تساهم في خلق تجانس ثقافي بين جمهورها وتنشر نموذجا موحدا للترفيه والمتعة يمكن تعميمه على الثقافات الأخرى. ويرى بعض أنصار هذه النظرية أنها مؤامرة ثقافية تهدف إلى تهميش الهويات الوطنية وتقليص أهميتها من خلال اللعب على الغرائز والعواطف، أما الفئة الثانية فتتقبل هذه البرامج نظرا لشعبيتها المتزايدة ولأنها تُعتبر نتيجة طبيعية لثقافة العولمة، بل إن بعض مؤيدي هذا الرأي يذهبون إلى حد الادعاء بأن الاندماج في الاقتصاد العالمي يعني بالضرورة الالتزام بثقافته، التي تُمثلها بشكل كبير برامج تلفزيون الواقع. ورغم اختلاف منطلقاتهما ووجهات نظرهما، تشترك معظم هذه الكتابات في موضوع واحد: لماذا يشترك الشباب العربي في هذه البرامج ويتابعونها؟ لماذا يتزايد عدد مشاهديها ومساهميها يوميا؟ ماذا تمثل هذه البرامج بالنسبة لهم؟، ومن جهة أخرى حاول بعض المؤلفين تناول هذه المسألة، إلا أنهم انزلقوا إلى التبرير بدلا من التحليل الموضوعي المبني على عناصر حقيقية أو مفترضة.

إن تجاهل هذا السؤال يفترض ضمنيا أن الأسباب التي تدفع الشباب العربي إلى متابعة هذه البرامج هي نفسها التي تحفز الشباب في البيئات الغربية أو الآسيوية أو الأفريقية، وهو افتراض يُعفي الباحثين العرب من مهمة التحقيق في الخصوصيات الثقافية والاجتماعية التي تحدد مواقف الجمهور العربي تجاه هذه الظاهرة.

في هذا السياق، تسعى هذه الدراسة إلى تفكيك المرتكزات الأساسية التي تستند عليها حجج كل من مؤيدي ومعارضي هذه البرامج. يكمن القاسم المشترك بينهم في نقل تحليلاتهم من سياق ثقافي أوروبي إلى سياق عربي يختلف اختلافا جوهريا من الناحيتين الاجتماعية والثقافية. ويمكن تلخيص هذه المرتكزات على النحو التالي: التلصص، خلق التجانس الثقافي، ثقافة الإقصاء، ثقافة الاستعراض، التدخل في الحياة الخاصة عبادة المشاهير، إلهاء الجمهور عن القضايا الاجتماعية المهمة. يسمح لنا هذا التفكيك بفهم كيفية تفاعل الجمهور العربي مع الرموز والمعاني التي تنقلها هذه البرامج، كما يكشف عن دلالاتها الثقافية والاجتماعية والسياسية.

يُهيمن الاستهلاك الهائل والعشوائي لبرامج تلفزيون الواقع – بوصفها تقليد للإنتاجات الغربية – على المشهد الإعلامي العربي، في ظل تدهور الأوضاع السياسية والاقتصادية، مما يُهدد الثقافة العربية ويُقوّض القيم الأخلاقية والاجتماعية، حيث يُكرس المشاهد العربي ساعات لا تُحصى لمضامين تُروج للاستهلاك والفردية وتقديس الخصوصية. وهذا يدفعه إلى إعطاء الأولوية لإشباع احتياجاته الغريزية والمادية بدلا من المشاركة الفاعلة في الحياة المجتمعية، ورغم الجدل الكبير الذي أثارته هذه البرامج منذ عام (القاضي، 2009، صفحة 43)، إلا أن الآراء حولها لا تزال منقسمة بين وجهتي نظر متعارضتين:

-رؤية ترى أن الواقع الإعلامي ليس مسؤولا عن الواقع الاجتماعي والسياسي.

-ورؤية ثانية، ترى أن هذا الواقع الإعلامي هو نتيجة حتمية وأداة خفية لإعادة إنتاج القيم الاستهلاكية التي تحملها المنتجات الثقافية.

وهكذا ظل الرأي العام العربي منقسما بين هذين الموقفين، تحت تأثير عوامل ثقافية، اجتماعية واقتصادية مختلفة.

أولا-الموقف الرافض لبرامج تلفزيون الواقع:

يُعد موقف الرفض من أبرز الاتجاهات التي تناولت ظاهرة برامج تلفزيون الواقع في المجتمعات العربية، إذ يُنظر إلى هذه البرامج باعتبارها أحد مظاهر الاختراق الثقافي الذي يستهدف القيم والأخلاق، ويعمل على زعزعة البنية الاجتماعية من خلال نشر نماذج سلوكية دخيلة تتعارض مع منظومة القيم المحلية (قرابلي،

2018، الصفحات 14-16)، ويشير هذا الاتجاه إلى أن الهدف الرئيسي لهذه البرامج هو تفكيك الهوية الثقافية ونشر الانبهار بالنموذج الغربي، مما يؤثر سلبا على الوعي الفردي والسلوك الجماعي (القاضي، 2009، صفحة 44).

في هذا السياق، يمكن تلخيص أهم مبررات هذا الموقف في النقاط التالية:

1-تفكيك العلاقات الاجتماعية التقليدية: ساهمت هذه البرامج في زعزعة استقرار المجتمع وتقويض منظومة القيم مما أدى إلى ضعف الالتزام بالمعايير الاجتماعية السائدة.

2-تنامي النزعة الفردية وضعف الشعور بالانتماء المجتمعي: إذ تُعزز المصلحة الذاتية وتمجيد الذات على حساب الشعور بالانتماء الجماعي، ويُغذي التعصب القومي من خلال سلوك التصويت المتأثر بالانتماءات الوطنية.

3-فقدان الهدف والقيم: يُسهم في انفصال الأفراد عن الواقع، ويعزز العزلة والاستهلاك السلبي لمحتوى وقيم وسائل الإعلام.

4-إضفاء الشرعية على السلوكيات السلبية: يؤدي تكرار التعرض للمضامين الإعلامية غير الأخلاقية إلى قبولها تدريجيا في المجتمع، مما يُسهل تطبيع السلوك المنحرف.

5-خنق الإبداع وترسيخ النمطية: أدى استخدام القوالب المكررة في الإنتاج التلفزيوني إلى استنزاف العملية الإبداعية من جوهرها، وساهم في تنميط أذواق الجمهور وسلوكياته.

6-تسليع العواطف وتشويه مفهوم الشهرة: يُسهم ذلك في نشر ثقافة الشهرة الفورية من خلال الغناء والرقص مما يُعزز وهم النجاح السهل لدى الشباب دون جهد.

7-تآكل القيم الأخلاقية وانتشار المواد الإباحية: يستهدف المراهقين والشباب بمحتوى يُثير غرائزهم الدنيئة ويُشجع على الفجور، مما يؤدي إلى اغتراب ثقافي وأخلاقي.

8-انتهاك الخصوصية وتشجيع التجسس: تُعرض العلاقات الحميمة والممارسات الشخصية كجزء من الترفيه مما يُسهل السلوكيات التي تنتهك الخصوصية.

9-خلق فجوة بين الأجيال: يُضعف هذا ارتباط الشباب بتراثهم وقيمهم، ويدفعهم إلى التمرد على عائلاتهم ومجتمعهم.

10-الانبهار بالغرب: يُعزز هذا الشعور بالنقص تجاه النموذج الغربي، ويُولد الإحباط واليأس لدى الشباب العربي.

11-نشر ثقافة الاستهلاك: حيث تشجع على إنفاق الأموال على أنشطة سطحية، وتستغل سلوك التصويت والمشاركة العامة لخدمة المصالح التجارية والإعلانية.

يرى أصحاب هذا الرأي أن برامج تلفزيون الواقع أداة فعالة لتغريب المجتمعات العربية وأمركتها، إذ تمارس ما يسميه بورديو "العنف الرمزي" من خلال الصور والعروض البصرية، مما يُسهم في إضعاف الوعي الجماعي وتشويه القيم الأصيلة. ولذلك يُصرون على ضرورة البحث عن بدائل إعلامية مسؤولة تُقدم محتوى ترفيهيا مع الحفاظ على الهوية الثقافية ويخدم التنمية الفكرية (قرابلي، 2018، الصفحات 16-18).

ثانيا- الموقف المؤيد لبرامج تلفزيون الواقع:

يرى مؤيدو برامج تلفزيون الواقع أنها نتيجة حتمية للعولمة الإعلامية والثقافية، التي تهدف إلى خلق ثقافة عالمية تمحو الفوارق وتعزز التكامل ضمن نظام عالمي موحد. ويرى البعض أن تلفزيون الواقع نتيجة منطقية للعولمة الثقافية لا يمكن فصلها عن حركة الاندماج الاقتصادي ذات البعد الكوني. وفي السياق نفسه، يعتبر دومينيك وولتون التلفزيون أداة ديمقراطية (عيسى، 2008، صفحة 3)، بينما يرى آخرون أن ثقافة الترفيه أصبحت جزءا لا يتجزأ من الحياة العصرية. بل يذهب بعضهم إلى حد الادعاء بأن هذه البرامج ضرورية لانتشال المجتمعات العربية من التخلف، لأنها تعكس نمط حياة ورؤية غربية للعالم (القاضي، 2009، صفحة 45).

تُعتبر هذه البرامج أيضا نافذة على العالم، تُسرّع من تطور القيم وتُعزز الانفتاح في المجتمعات المنغلقة. وتُشير سماح حسين القاضي إلى أن بث مثل هذه البرامج قد يُسهم في الحدّ من التطرف، بينما ترى بسمة يونس أن البث الفضائي العربي ساعد المجتمعات العربية على تجاوز الجمود والعزلة من خلال تعريف الفرد العربي بالثقافة الغربية وتوسيع آفاقه.

في المقابل يدافع فريق آخر عن هذه البرامج، معتبرا أن اتهامات التغريب مبالغ فيها. ويعتمدون على نظرية النسبية الثقافية، التي تنص على أن تأثير التلفزيون ومحتواه يتطور بالتوازي مع التحولات الثقافية في المجتمعات. ويؤكد هذا الفريق أن الانحطاط الأخلاقي ليس نتيجة لبرامج تلفزيون الواقع، بل رافق الإنتاج الإعلامي العربي منذ نشأته. وهذا واضح من خلال محتوى السينما المصرية التي تضمنت مشاهد وإيحاءات مشابهة.

في حين أن بعض الحجج التي يطرحها مؤيدو البث الفضائي تلقى صدى لدى المشاهدين العرب الباحثين عن الترفيه، إلا أنها تفتقر إلى الموضوعية. فالبث الفضائي العربي يفشل في تحقيق توازن فكري وثقافي

بين المنتج والمشاهد إذ تبقى السلطة في أيدي من يملكون التكنولوجيا والمعرفة. علاوة على ذلك فإن الترفيه ليس بالضرورة مرادفا للانحطاط أو الابتذال، ولا يُبرر التمرد على قيم المجتمع (قرابلي، 2018، الصفحات 15-17).

المطلب الرابع: انعكاس المضمون الإعلامي لبرامج تلفزيون الواقع العربية على البنية القيمية في المجتمعات الإسلامية:

دخلت القنوات الفضائية العربية منذ نشأتها في منافسة شرسة لجذب المشاهدين وتحقيق الأرباح، ومع مرور الوقت، أصبحت البرامج الترفيهية – وخاصة برامج تلفزيون الواقع –، من بين أكثر البرامج انتشارا على هذه القنوات. حيث لجأت هذه الأخيرة إلى نسخ البرامج الأجنبية، سواء من حيث الشكل أو المحتوى أو حتى الاسم، مثل ستار أكاديمي وسوبر ستار، دون مراعاة الخصوصيات الثقافية والدينية للمجتمع العربي (الموسوي، 2016، الصفحات 41-42). ومن بين أهم الدوافع وراء بث هذه البرامج الدافع التجاري حيث أدرك رأس المال العربي أن قطاع الإعلام المرئي والمسموع مجال مربح تجاريا، ولذلك بدأت قنوات الترفيه بإعطاء الأولوية للربح على حساب القيم والمحتوى التعليمي (العياضي، 2007، صفحة 14)، وكذلك الدافع الثقافي والسياسي الخفي، إذ يلمح بعض الباحثين إلى أن هذه القنوات إما تعاني من قصور فكري وإبداعي، أو أنها تنفذ خطة ممنهجة لتغريب المجتمع الإسلامي من خلال نشر القيم الغربية تحت ستار الترفيه والتسلية.

هذا النوع من البرامج لا يخلو من مظاهر سلبية تؤثر في قيم المجتمع، وهو ما يستدعي الوقوف عند مضمونها وتحليل آثارها المختلفة (مليط، 2020، صفحة 369). ومن أبرز تلك المظاهر التقليد الأعمى للنموذج الغربي إذ لا تقتصر هذه البرامج على نقل الفكرة فحسب، بل تحاكي أيضا أسلوب الإنتاج ولغة الجسد للمذيعين، وحتى تعابيرهم المصطنعة، مما يجعلها نموذجا لهيمنة "العقدة الأجنبية" في الإعلام العربي. ومن جهة أخرى تروج لقيم دخيلة تُشجع على سلوكيات منافية للقيم الإسلامية كالعلاقات المفتوحة والزواج غير التقليدي، وتُقدم أنماط الحياة الغربية كرموز للرقي والتحضر، كما أدى انتشار هذه البرامج إلى تراجع نفوذ الإعلام الوطني، وتدهور الذوق العام وتهميش المحتوى الإبداعي الأصيل.

لا شك أن القيم تُشكل الركيزة الأساسية للتماسك والاستقرار الاجتماعيين، إذ تُوجه سلوك الأفراد وتُحدد كيفية تفاعلهم ضمن البيئة الاجتماعية. وفي ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم المعاصر، بات من الضروري دراسة الآثار الاجتماعية والقيمية لمختلف الظواهر لمعرفة مدى تأثيرها في بنية القيم وسلوك

الأفراد واتجاهاتهم. وتتجلى هذه التداعيات الاجتماعية والقيمية بوضوح من خلال تفكك الهوية وتراجع الشعور بالانتماء، وقد ساعدت هذه البرامج في نشر قيم الاستهلاكية والفردية والانبهار بالغرب، وأضعفت الانتماء الديني والثقافي في إطار ما يسمى "الإمبريالية الثقافية".

ساهمت هذه البرامج في تشويه وعي الشباب، مما جعلهم أكثر ميلا لتقليد الموضة والسلوك الغربي. كما أدت إلى تراجع المستوى الأكاديمي، حيث أدمن هؤلاء الشباب هذه البرامج على حساب دراستهم وعملهم وهي تعتبر تهديدا للأسرة والمجتمع بتقويضها للنظام الأخلاقي وإضعاف الروابط الأسرية والاجتماعية.

إن تأثير تفكيك الهوية والشعور بالانتماء لا يقتصر على الجوانب الاجتماعية والقيمية فحسب، بل يمتد إلى الأبعاد الاقتصادية كونها تعمل على الاستغلال التجاري، فهي تعتمد على التصويت ووسائل التواصل الاجتماعي لتوليد الإيرادات، ما يشكل خداعا تجاريا منظما يستنزف الأموال العامة. ومن ناحية أخرى تحول الفن والموسيقى إلى سلع استهلاكية مجردة من القيمة الجمالية والرسالة الأخلاقية، في غياب أي رقابة ثقافية أو قانونية.

أدان العديد من العلماء والهيئات الدينية هذه البرامج، معتبرينها محرمة دينيا لما تصوره من انحطاط أخلاقي وتآكل للقيم. في المقابل حذر باحثون ومفكرون من مخاطر تأثير الإعلام الغربي الذي تغذيه هذه البرامج، ودعوا إلى وضع ضوابط لحماية الهوية الثقافية للمجتمعات الإسلامية (الموسوي، 2016، الصفحات 51-55).

من الواضح أن برامج تلفزيون الواقع العربية المقتبسة من الغرب لم تكن مجرد ترفيه بريء، بل كانت أداة لعزل المجتمع وإضعاف منظومة قيمه، من خلال نشر سلوكيات أجنبية وتشويه المفاهيم الأخلاقية، تحت هيمنة منطق الربح والإثارة على حساب الثقافة والهوية.

خلاصة:

يوضح هذا الفصل أن القنوات الفضائية العربية المتخصصة لعبت دورا محوريا في تغيير المشهد الإعلامي في العالم العربي، سواء من حيث تنويع المحتوى أو استهداف فئات محددة من الجمهور. إلا أن هذا التطور لم يخلو من تحديات فكرية وثقافية، إذ ساهم في نقل نماذج الإعلام الغربي إلى السياق العربي، ومن بينها تحتل برامج تلفزيون الواقع مكانة بارزة.

وقد كشفت الدراسة أنه على الرغم من نجاح هذه البرامج في جذب المشاهدين وزيادة نسب المشاهدة إلا أنها تطرح تساؤلات عديدة حول تمثيل الواقع، والتوازن بين حرية التعبير والحفاظ على القيم الأخلاقية علاوة على ذلك فإن استيرادها دون تكييف ثقافي كاف قد حولها أحيانا إلى أدوات لإعادة إنتاج قيم وسلوكيات دخيلة على منظومة القيم في المجتمعات العربية والإسلامية.

ومن هنا فإن التحدي الذي يواجه وسائل الإعلام العربية المتخصصة اليوم يتمثل في إيجاد التوازن السليم بين الانفتاح على التجارب الإعلامية العالمية، والحفاظ على الهوية الثقافية والقيم الأخلاقية التي تشكل أساس التماسك في المجتمع العربي والإسلامي.

الدراسة التطبيقية

الفصل الرابع: تحليل مضمون برنامج "الوزن الرابح" على قناة Samira TV

المبحث الأول: بطاقة فنية لقناة Samira TV وبرنامج الوزن الرابح

- المطلب الأول: بطاقة فنية للقناة.
- المطلب الثاني: بطاقة فنية للبرنامج.

المبحث الثاني: التحليل الكمي للمضامين

- المطلب الأول: فئات الشكل (الجداول الكمية).
- المطلب الثاني: فئات المضمون (الجداول الكمية).

المبحث الثالث: التحليل الكيفي للمضامين

- المطلب الأول: البناء العام والفكرة العامة للبرنامج.
- المطلب الثاني: فئات الشكل –كيف قيل؟
- المطلب الثالث: فئات المضمون – ماذا قيل؟

المبحث الرابع: مناقشة نتائج الدراسة

- المطلب الأول: مناقشة النتائج في ضوء التساؤلات الفرعية.
- المطلب الثاني: الخلاصة العامة.

المبحث الأول: بطاقة فنية لقناة Samira TV وبرنامج الوزن الرابح

المطلب الأول: بطاقة فنية للقناة:

الشعار اللغوي للقناة: Samira TV

الشعار الرمزي للقناة: S هو اختصار لاسم Samira باللغة الفرنسية، وهو اسم صاحبة القناة "سميرة بزاوية" ، TV تلفزيون.

الدولة: الجزائر.

ملكيتها: خاصة.

المقر: الجزائر العاصمة.

نوع القناة: قناة متخصصة تركز بشكل أساسي على برامج الطبخ وفنون الطهي، وخاصة المطبخ الجزائري والعربي، بالإضافة إلى الخياطة، التفصيل، إدارة المنزل وكل ما يتعلق بشؤون الأسرة.

لغة القناة: العربية.

تاريخ بداية البث: جويلية 2013.

مديرة القناة: سميرة بزاوية.

القمر الصناعي: نايل سات.

التردد: 10922.

معامل الترميز: 27500.

معامل التصحيح: 516.

الاستقطاب: عمودي

الجودة: HD High définition (عالية الوضوح).

طبيعة البث: مجاني.

روابط القناة:

فيسبوك: Facebook.com/samiratv.food

انستغرام: Instagram.com/samiratvplus

تويتر: Twitter.com/channels.samiratv

تيك توك: Tiktok.com/@samiratv.officielle

يوتيوب: سميرة تي في YouTube. Samira TV)

تعريف قناة سميرة تي في الفضائية:

تعتبر **قناة سميرة تي في** قناة فضائية جزائرية متخصصة تقدم محتوى خاص بالمرأة العربية من خلال مجموعة من البرامج المتنوعة، أشهرها برامج وصفات الطبخ على مدار أربعة وعشرون ساعة يوميا، تعرض برامجها باللغة العربية (اللهجة الجزائرية العامية بشكل أساسي) إلى جانب لهجات عربية مختلفة، يظهر كذلك بعض الألفاظ الفرنسية المتداولة في الجزائر خاصة في أسماء الأطباق أو الأدوات (حسام و حموش، 2023).

برامج قناة سميرة تي في (Samira TV):

تقدم قناة سميرة تي في باقة متنوعة من البرامج المتخصصة في الطبخ والحياكة والأعمال المنزلية، موجهة بالأساس للمرأة الجزائرية والعربية. تتميز برامج القناة بمزيج متوازن من الوصفات التقليدية والحديثة، وتفاعل مباشر مع الجمهور وتجارب تعليمية هادفة. تشمل هذه البرامج:

-وصفات أم وليد: تقدم أم وليد وصفات جزائرية تقليدية، خالدة في الذاكرة.

-في دار شهرزاد: تقدم شهرزاد كل حلقة وصفة جديدة بمشاركة ضيف مختلف.

-في كرم الرشيد: يقدم رشيد تحانوت وحورية زنون وصفات جزائرية في جوّ شعبي دافئ.

-فن الطبخ مع ريم: يتمحور حول مأكولات مغربية شهية.

-مطبخ وتدابير دداح: تقدمه السيدة نجاح ويعرض الأكلات الجزائرية الأصيلة.

-كسكس وطبق مع توأم الطبخ: يقدمه سعيد وعاشور خميس، ويعرض وصفات الجزائرية الأصيلة من الكسكس بأشكاله المختلفة.

-سفاري: طهاة من مختلف أنحاء العالم يقدمون أطباقا بتكييف مغاربي.

-نكهات الأمس (بنة زمان) تستعيد وصفات جداتنا التقليدية، وتعيدها إلى الذاكرة المحلية.

-تبث حصصا خاصة بالخياطة والتدابير المنزلية، وكل ما يتعلق بالشؤون المنزلية.

-تعرض برامج مسابقات موسمية في مجال الطبخ والخياطة واللياقة البدنية.

توجه القناة:

رغم أن قناة سميرة تي في بدأت كقناة متخصصة في الطبخ والفنون والحرف اليدوية، إلا أن برامجها توسّعت في السنوات الأخيرة لتشمل أنواعا أخرى من المحتوى. وتقدم القناة الآن برامج كوميدية ودرامية بالإضافة إلى بعض برامج الواقع. وهذا يمثل تحولا من التخصص الصارم إلى مجموعة متنوعة من البرامج التي تهدف إلى جذب جمهور أوسع، وتوسيع قاعدة المشاهدين إلى ما هو أبعد من الفئة النسوية أو المهتمين فقط بالطبخ.

ويمكن فهم هذا التحول في إطار التنافسية التي يشهدها المشهد السمعي البصري الجزائري والعربي حيث تسعى القنوات الخاصة إلى تحقيق نسب مشاهدة عالية، وهو ما يدفعها إلى دمج المحتوى الترفيهي مثل: الكوميديا (المسلسل الفكاهي دار الفشوش بجزءيه الأول سنة 2023، والثاني سنة 2024)، والدراما كذلك بمسلسل دموع الولية (كوم، 2024) والأرض، إضافة إلى برامج تلفزيون الواقع المقتبسة من النسخ الغربية. أشهرها: Un diner presque parfait النسخة الجزائرية، وهو برنامج بريطاني الأصل عنوانه: Come dine with me، برنامج Project runway aldjazair وهو برنامج أمريكي الأصل عنوانه: Project runway شكون هو الشاف، وهو نسخة عن البرنامج الفرنسي Top chef، الوزن الرابح وهو برنامج مقتبس من البرنامج الأمريكي (الخاسر الأكبر The biggest loser). وهي كلها برامج تشجع على نشر الثقافة والقيم الغربية في المجتمعات العربية تحت غطاء التقدم والتطوير.

وقد أصبح نهج القناة هجينا، فهي تحافظ على هويتها التخصصية من خلال برامج الطبخ التي تظل ركيزتها الأساسية مع الانفتاح على المحتوى العام، من أجل المنافسة وجذب المشاهدين.

أهداف قناة سميرة تي في: تنقسم أهداف القناة إلى عدة مجالات، وهي كالآتي:

1-الهدف التعليمي-الإرشادي : تركز القناة بشكل أساسي على تبسيط مهارات الطبخ والخياطة والأعمال المنزلية، فهي بذلك تسهل على المرأة الجزائرية والعربية اكتساب خبرة عملية في حياتها اليومية.

2-الهدف الثقافي : تعمل القناة على حماية تراث الطبخ الجزائري والعربي من الاندثار من خلال إحياء الوصفات التقليدية، وإبراز أصالتها مع دمج لمسات عصرية أو وصفات عالمية، تبرز قدرة المطبخ المحلي على الانفتاح والابتكار، وبالتالي تعزيز الهوية الثقافية من خلال البعد الغذائي.

3–الهدف الأسري–الاجتماعي : تهدف القناة إلى خدمة الأسرة والبيت باعتبارهما النواة الأساسية للمجتمع من خلال محتوى يعزز الروابط الأسرية ويسلط الضوء على دور المرأة كعنصر أساسي في الحفاظ على توازن الأسرة.

4–الهدف الترفيهي : في إطار التطورات البرمجية الأخيرة، ركزت القناة بشكل متزايد على برامج الترفيه الكوميدية، الدرامية والواقعية، استجابة لمطالب المشاهدين ورغبتهم في التنوع، ما جعلها قناة أكثر شمولا من مجرد مساحة متخصصة في الطبخ.

5–الهدف الإعلامي–التنافسي : كغيرها من القنوات الخاصة، تسعى سميرة تي في إلى ترسيخ حضورها في الساحة الإعلامية الجزائرية والعربية من خلال زيادة نسب المشاهدة وتوسيع قاعدتها الجماهيرية، مما يمكنها من المنافسة والبقاء في بيئة إعلامية تتميز بكثرة البرامج وتنوع القنوات.

الجمهور المستهدف: تستهدف قناة سميرة تي في بالدرجة الأولى المرأة الجزائرية والعربية، وخاصة ربات البيوت من خلال محتوى يركز على الطبخ والأعمال المنزلية والخياطة، بما يعكس اهتماماتهن اليومية.

لا تقتصر القناة على هذه الفئة فحسب، بل تستهدف أيضا العائلات، من خلال برامج تعزز قيم التجمعات العائلية حول المائدة وإحياء تراث الطبخ المشترك، وتجذب القناة أيضا الشباب من كلا الجنسين المقبلين على الزواج، والذين يجدون في محتواها مصدرا للتعلم واكتساب مهارات الحياة الأساسية. وبفضل التغييرات الأخيرة في برامجها التي تشمل الكوميديا والدراما وبرامج الواقع، اتسع نطاق جمهورها ليشمل فئات أوسع تبحث عن محتوى ترفيهي يجمع بين المتعة والفائدة.

المطلب الثاني: بطاقة فنية للبرنامج:

التعريف بالبرنامج: هو "**الوزن الرابح**" الصيغة المتطورة والحديثة لبرنامج كان يُعرف في موسمه الأول باسم "**النجم الرابح**"، **و**هو برنامج تلفزيوني واقعي بُث على **قناة سميرة تي في** سنة 2022، ويصنف ضمن فئة "المنافسة والصحة" وهو برنامج مقتبس من النسخة الأمريكية تحت اسم**The Biggest Loser**، وعُرض لأول مرة عربيا على قناة **MBC1** سنة 2006 بعنوان الخاسر الأكبر. يُساعد البرنامج المشتركين الذين يعانون من السمنة أو زيادة الوزن على إنقاص وزنهم من خلال نظام غذائي متوازن، وجلسات تمارين رياضية منتظمة، ومراقبة دورية من قبل خبراء التغذية واللياقة البدنية. يُركز البرنامج على المنافسة والتحفيز الشخصي والجماعي، ويقيس تقدم كل مشترك ويكافئ من يحقق أهدافه الصحية. وهذا يُضفي على البرنامج بعدا

ترفيهيا وتثقيفيا في آن واحد. كما يهدف إلى رفع مستوى الوعي الصحي وتشجيع المشاهدين على اتباع نمط حياة صحي ومتوازن، مقدما بذلك تجربة تلفزيونية تجمع بين المنافع الفردية، الاجتماعية، والمتعة البصرية.

انطلق بث أولى حلقاته سهرة الجمعة 14 نوفمبر سنة 2021، بعدما تم اختيار المشتركين من خلال مرحلة الاختيار (كاستينغ)، أجريت في الجزائر العاصمة يوم 12 نوفمبر من نفس السنة، ليلتحق المشتركون الاثني عشر بمقر الأكاديمية، وينظم بعدها المشترك الثالث عشر في اليوم الموالي. تقوم فكرة البرنامج على مساعدة هؤلاء المشتركين على خسارة الوزن الزائد من خلال منافسة صحية تجمع بين خطط غذائية وتمارين رياضية وتحفيز مستمر، بهدف تعزيز أسلوب حياة صحي لديهم ولدى الجمهور. كان البرنامج يحمل عنوان النجم الرابح في موسمه الأول، ولكن مع التغييرات التي طرأت على شكله ومضمونه تغير اسمه إلى الوزن الرابح تحت شعار "تحدي البحث عن الجوائز"، ويرفع فريق البرنامج في هذا الموسم سقف التحدي عاليا من أجل إنجاحه، وذلك تحت الإدارة الفنية للمخرج ياسين محفوظ، والإشراف العام لمالكة القناة سميرة بزاوية وتقديم الثنائي سليمة سواكري وسمير بن عيسى (ع.رابح، 2021).

ينتمي برنامج الوزن الرابح لفئة ألعاب المسابقات الواقعية التي تعتمد على الترفيه، التحدي والمنافسة على إنقاص الوزن من خلال اتباع حمية غذائية صارمة، والقيام بتمارين رياضية مكثفة، يضم مجموعة من متسابقين من عامة الشعب من مختلف الولايات الجزائرية، تتراوح أعمارهم ما بين سبعة عشر واثنان وخمسون سنة، يقيمون في مسكن واحد مختلط نساء ورجالا، منعزلين عن محيطهم العائلي والخارجي لمدة ستة أشهر يقضون أوقاتهم ما بين التحديات والتدريبات الرياضية تحت إشراف أساتذة مختصين في الرياضة والحمية الغذائية، إضافة إلى الرحلات عبر ولايات الوطن الجزائري من شرقها إلى جنوبها، ومن شمالها إلى غربها، قصد التعريف بتراثها، عاداتها وتقاليدها، وما تزخر به من ثروات طبيعية، وفي كل مرة تختتم رحلتهم بتحدي ينتصر فيه أحد الفرق ويتحصل فيه على جوائز تحفيزية للاستمرار في البرنامج.

يبث هذا البرنامج على قناة سميرة تي في الفضائية على شكل مقتطفات مختارة من يوميات المتسابقين وعرضها كملخص في آخر الأسبوع من يوم الجمعة على الساعة التاسعة مساء، وتحتوي كل حلقة على لقطات يُعرض فيها ما تم إنجازه من قبل المتسابقين قصد التعريف بهم أكثر وتقريبهم إلى الجمهور، كما يتم عرض مختلف الأنشطة الرياضية سواء داخل مقر تواجدهم أو خارجه، وما يتم تناوله من وجبات تُشرف عليها مختصة في التغذية الصحية والحمية الغذائية، ومراقبة وزنهم أسبوعيا لمعرفة النتائج المتوصل إليها، وكان هناك عرضا للتحديات المشحونة بجو من المنافسة والعزيمة، إضافة إلى استعراضات أخرى كالمسرح، التمثيل

والغناء، وبعد مضي حوالي ثلاثة أو أربعة حلقات يكون هناك بثا مباشرا يتم فيه إقصاء متسابق واحد في الحلقات الأولى من خلال تصويت زملائه، وفي الحلقات الموالية كان هناك رأي لأعضاء لجنة البرنامج وتدخلهم في إقصاء متسابق ثاني، في حالة ما إذا لم يحقق نتائج إيجابية تؤهله للبقاء في البرنامج. وهكذا إلى غاية آخر حلقة أين تبقى ستة متسابقين (ثلاث نساء وثلاث رجال) تأهلوا للنهائي، ليتم فيها الإعلان عن فائز وفائزة تحصلا فيها على جوائز معتبرة مقابل مجهودهما في تحقيق نتائج جد مرضية في إنقاص وزنهما، وكان ذلك خلال حفل مباشر ومتنوع جمع بين الغناء وعروض الأزياء من طرف المتسابقين.

الهدف من البرنامج:

الهدف الرسمي لبرنامج الوزن الرابح هو صحي وتعليمي، يتجلى بشكل أساسي في مساعدة المشتركين على إنقاص وزنهم من خلال تحسين نظامهم الغذائي بالتركيز على البروتينات والخضروات والحبوب الكاملة واتباع برنامج رياضي يجمع بين تمارين القوة لزيادة العضلات وحرق الدهون، إضافة إلى تمارين الكارديو لتحسين اللياقة، وكذلك المتابعة ومراجعة الوزن ونسبة الدهون أسبوعيا، وهناك أهداف ضمنية غالبا لا تُذكر بشكل رسمي ولكنها تلعب دورا مهما في تأثير البرنامج على المشتركين والجمهور على حد سواء، الغرض منها: الدعاية الإعلانية لمنتجات أو خدمات الشركات الراعية للبرنامج وتحفيز الجمهور على شراء تلك المنتجات أو الإقبال على الخدمات مثل: الماركات الرياضية والانخراط في القاعات الرياضية المجهزة بأحدث الوسائل والتقنيات. ومن الأهداف غير المعلنة كذلك بناء علامة تجارية قوية للبرنامج عبر قصص نجاح المشتركين وصناعة نجم تبقى صورته واسمه راسخان في أذهان الناس ليصبح شخصية جماهيرية تحت اسم الوزن الرابح، وتحفيز الانضمام للبرنامج من أشخاص آخرين في مواسم مقبلة.

الرعاة الرسميين للبرنامج:

-مجمع SIM: هو اختصار للاسم الفرنسي Semoulerie industrielle de la Mitidja أي المطحنة الصناعية لمتيجة، وهو مجمع الصناعات الغذائية جزائري متخصص في صناعة العجائن والكسكس والمشروبات أنشئ عام 1990 (مراد، 2023).

-Cotex: وهي عبارة عن علامة لمناديل مائدة، جزائرية الصنع تابعة للشركة الأصلية Faderco تشهد تطورا مستمرا منذ تأسيسها سنة 1986، وتمتلك ثماني علامات تجارية إلى جانب كوتكس موزعة على ست مجالات استراتيجية (بوعباز و قرينات، 2024، صفحة 459).

–Skechers: وهي شركة عالمية رائدة في صناعة الأحذية العصرية وعلامة تجارية للأحذية عالية الأداء SKECHERS USA، Inc. تأسست عام 1992 في مانهاتن الأمريكية، تصمم وتطور وتسوق أكثر من 3000 نمط للرجال والنساء والأطفال. ولديها قنوات توزيع محلية ودولية متنوعة ((FRG، 2020)، من بينها الجزائر.

–**Tanita**: شركة مارونوتشي تانيتا شوكودو الأجنبية متخصصة في أجهزة قياس السمنة تتميز بدقة قياس وحساب الوزن المثالي، قياس نسبة الدهون وتحديد نسبة السوائل بالجسم افتتحت عام 2012. وفي عام 2014، بدأت بتقديم برنامج تانيتا الصحي، وهو برنامج لتعزيز الصحة الجماعية للشركات والحكومات المحلية (Tanita, s.d.).

–Footland: شركة أمريكية مختصة في الأحذية الرياضية ذات الجودة العالية، وبموجب القانون الجزائري تأسست عام 2009 على يد شركة SARL TRADIFOOT.

تتخصص العلامة التجارية في بيع وتوزيع أحذية العلامات التجارية العالمية، مثل كلاركس (المملكة المتحدة) سكيتشرز (الولايات المتحدة الأمريكية)، بالاديوم (فرنسا)، إيكو (دان)، هافاياناس (البرازيل)، ميريل (الولايات المتحدة الأمريكية)، هاش بابيز (الولايات المتحدة الأمريكية)، كاتربيلر (الولايات المتحدة الأمريكية)، وكي–سويس (الولايات المتحدة الأمريكية). واليوم تمتلك فوتلاند أكثر من 25 متجرا في جميع أنحاء الجزائر، تحت علامات تجارية مختلفة، بما في ذلك كلاركس وسكيتشرز (Footland، 2023).

–The Gym Land: أكبر صالة رياضية في الجزائر العاصمة –جسر قسنطينة–لكمال الأجسام بمساحة 1200 متر مربع، مجهزة بمعدات كروس فت 100 PANATTA٪، رياضات جماعية تابعة، غرفة مخصصة للسيدات، وجبات خفيفة صحية، أخصائية تغذية وجهاز (Inbody GYMLAND, 2022).

–J. S.M: Jeunesse Sportive de la Marsa، نادي ساحل أمل مرسى للكاراتي دو (24081).

–Aghlen Paradise: إقامة سياحية محاطة بأشجار النخيل بولاية غرداية (Aghlen (Paradise, 2025

–جنان مالك تيمون: فندق سياحي متواجد بولاية أدرار. (Djenane Malek)

التعريف بطاقم البرنامج:

منتج البرنامج: ياسين محفوظ المدير الفني الجديد لقناة سميرة تي في الفضائية، وهو شاب جزائري عمره ستة وعشرون سنة من ولاية بومرداس. معروف بإخراج الفيديو كليب ومشرف على إطلالات الفنانين في أعماله (سكناوي، 2020)

الإشراف العام: سميرة بزاوية هي مالكة القناة، وهي أول امرأة جزائرية تطلق قناة تلفزيونية بهذا الحجم في الجزائر سنة 2013. وتشرف على المحتوى والإنتاج (الإبداعي والتحريري) بالبرنامج إلى جانب المنتج (vitaminedz، 2024)

مقدم البرنامج: سليمة سواكري وسمير بن عيسى.

أستاذ الرياضة: سمير بن عيسى.

أخصائية التغذية بالبرنامج: الشاف نجود.

الجمهور المستهدف: برنامج الوزن الرابح مخصص لكل الجماهير داخل الجزائر وخارجها من كل الفئات عامة وبالخصوص الفئة التي تهتم بالحياة الصحية، أو تجمعهم نقطة واحدة وهو الوزن الزائد، قصد تلقينهم كل سبل الحياة الصحية من خلال التمارين الرياضية والوجبات الصحية الملائمة لتحقيق جسم صحي ومتوازن.

يستهدف برنامج **الوزن الرابح** في المقام الأول الأشخاص الذين يعانون من زيادة الوزن أو السمنة من جميع الأعمار وخاصة الشباب والكهول، الذين هم أكثر عرضة لأنماط الحياة العصرية، وهو يستهدف النساء والرجال على حد سواء. تجدر الإشارة إلى أن النساء يشكلن الشريحة الأكبر، نظرا لاهتمامهن بمظهرهن وصحة أسرهن. كما يشمل الجمهور المستهدف الأشخاص المعرضين لخطر الإصابة بالأمراض المزمنة المرتبطة بالسمنة، مثل السكري وارتفاع ضغط الدم، بالإضافة إلى أولئك الذين يتطلعون إلى تحسين نظامهم الغذائي والسلوكي. ويستهدف البرنامج فئة واسعة تجمع بين الدوافع الصحية والنفسية والاجتماعية، ويتبنى نهجا شاملا يسعى إلى تعديل سلوكيات الأكل وممارسة الرياضة على المدى الطويل. ويستهدف البرنامج فئة واسعة ويتبنى نهجا شاملا يسعى إلى تعديل سلوكيات الأكل وممارسة الرياضة على المدى الطويل.

المبحث الثاني: التحليل الكمي للمضامين:

المطلب الأول: فئات الشكل –كيف قيل؟ (الجداول الكمية):

1–فئة سمات المشتركين في البرنامج حسب الجنس، السن، منطقة الانتماء، الحالة الاجتماعية، الوزن:

جدول رقم 02: يبين توزيع المشتركين في البرنامج بناء على متغير الجنس:

التوزيع / الجنس	التكرارات (ت)	النسبة %
ذكر	07	54%
أنثى	06	46%
المجموع	13	100%

يظهر من خلال الجدول الثاني أن هناك توازن نسبي بين الجنسين في البرنامج، حيث يمثل الذكور أغلبية طفيفة بنسبة 54%، بينما نسبة الإناث بلغت 46%، هذا التوازن قد يشير إلى أن البرنامج يمنح فرصة الاشتراك بشكل متساو للجنسين أو يكون مصمما بطريقة تراعي اهتمامات واحتياجات كلا الجنسين.

جدول رقم 03: يبين توزيع المشتركين في البرنامج حسب متغير السن:

التوزيع / السن	التكرارات (ت)	النسبة %
أقل من 20 سنة	02	15.38%
من 20 إلى 30 سنة	05	% 38.47
من 31إلى 40 سنة	04	% 30.77
أكثر من 40 سنة	02	% 15.38
المجموع	13	100%

يوضح الجدول الثالث أن المشتركين من الفئة العمرية 20 إلى 30 سنة تمثل الغالبية في البرنامج بحوالي 38.47%، مما يجعلها الفئة الأكثر تمثيلا، ثم تليها الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة بحوالي30.77% من المشتركين، أما الفئات العمرية أقل من 20 سنة وأكثر من 41 سنة (الفئات العمرية الأصغر والأكبر)

فكلاهما تمثل 15.38% من المشتركين، وهو تمثيل أقل مقارنة بالفئات الوسطى، وربما يعود السبب لعدم توفر الشروط اللازمة في هذه الفئة العمرية للمشاركة في البرنامج.

جدول رقم 04: يبين توزيع المشتركين في البرنامج حسب متغير منطقة الانتماء:

التوزيع / منطقة الانتماء	التكرارات (ت)	النسبة %
الشمال	08	61.54%
الجنوب	02	15.38%
الشرق	03	23.08%
الغرب	00	00%
المجموع	13	100%

يلاحظ في الجدول الرابع أن أغلبية المشتركين في البرنامج من المنطقة الشمالية بحوالي 61.54%، مما يجعلها المنطقة الأكثر تمثيلا في العينة، بينما بلغت نسبة المشاركة من منطقة الشرق حوالي 23.08% ومنطقة الجنوب بنسبة 15.38% من المشتركين، وهو يُعتبر تمثيلا محدودا مقارنة بمنطقة الشمال. ومن الملاحظ أيضا غياب التمثيل لمنطقة الغرب حيث لم تسجل أي مشاركة منها، وهذا ربما يشير إلى قلة الفرص والإمكانيات للوصول إلى البرنامج المتمركز في الشمال.

جدول رقم 05: يبين توزيع المشتركين في البرنامج حسب متغير الحالة الاجتماعية:

التوزيع / الحالة الاجتماعية	التكرارات (ت)	النسبة %
أعزب	08	61.54%
متزوج	04	30.77%
أرمل	01	07.69%
مطلق	00	00%
المجموع	13	100%

يوضح الجدول الخامس أن أكثر من نصف المشتركين في البرنامج هم من العزاب بنسبة 61.54% وهي الفئة الأكثر تمثيلا، ربما يعود ذلك لقلة التزاماتهم مما يسهل تواجدهم في مثل هذه البرامج، تليها فئة المتزوجين بحوالي 30.77% وتعتبر نسبة معقولة وتمثيلا جيدا لهذه الفئة، وهذا راجع لمحتوى البرنامج الذي يهم هذه الفئة كذلك، ثم فئة الأرامل التي كانت بنسبة 07.69% أي بمعدل مشترك واحد فقط، ولم يسجل أي مشترك في فئة المطلقين فكانت النسبة 00%.

جدول رقم 06: يبين توزيع المشتركين في البرنامج حسب متغير الوزن:

التوزيع / الوزن	التكرارات (ت)	النسبة %
أقل من 100كغ	01	07.69%
من100إلى150كغ	08	61.54%
من151إلى200كغ	04	30.77%
المجموع	13	100%

يظهر في الجدول السادس أن أغلبية المشتركين يتراوح وزنهم ما بين 100 و150 كغ أي بحوالي 61.54%، مما يجعلها الفئة الأكثر تمثيلا. تليها نسبة 30.77% بالنسبة للفئة التي يتراوح وزنها ما بين 151 و200 كغ ، وهي تعتبر نسبة جيدة كون البرنامج موجه نحو الأشخاص الذين لديهم أوزان أعلى مقارنة بالفئة الأقل من 100 كغ، والتي بلغت نسبتها 7.69% وتمثلت في مشترك واحد فقط، تم دمجه في البرنامج استثناء كونه من ذوي الاحتياجات الخاصة ويعاني من وزن زائد مقارنة بقامته القصيرة.

2- فئة الوسائل التعبيرية حسب اللغة، الموسيقى والمؤثرات الصوتية:

جدول رقم 07: يبين توزيع لغات الحوار المستخدمة من قبل المشتركين في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة اللغة	مجموع التكرارات لكل الحلقات	النسبة%
العربية الفصحى	193	19.11
الهجينة (عامية+ فرنسية)	817	80.89
المجموع	1010	100

يوضح الجدول السابع أن اللغة الهجينة (عامية + فرنسية) هي الأكثر استخداما بنسبة كبيرة 80.89% لدى المتسابقين، بينما اللغة العربية الفصحى كانت أقل استخداما بنسبة 19.11% فقط، مما يدل على أن المتسابقين يفضلون استخدام اللغة الهجينة على اللغة الفصحى بشكل كبير، وقد يشير ذلك إلى كون هذه اللغة أكثر توافقا وملاءمة للتواصل مع المتسابقين والجمهور المستهدف على حد سواء.

جدول رقم 08: يبين نوع الموسيقى والمؤثرات الصوتية المعتمدة في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة الموسيقى والمؤثرات الصوتية	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
موسيقى تحفيزية	124	33.60
موسيقى هادئة	108	29.27
مؤثرات صوتية	137	37.13
المجموع	369	100

يبين الجدول الثامن أن المؤثرات الصوتية تشكل الجزء الأكبر من عناصر الصوت في برنامج الوزن الرابح بنسبة 37.13%، مما يشير إلى اعتماد البرنامج بشكل كبير عليها خاصة في التحديات التي كان يخوضها المشتركون، في حين بلغت الموسيقى التحفيزية نسبة 33.60% مما يعكس استخدام هذه الموسيقى لدعم لحظات الإثارة والتحفيز خلال البرنامج، أما الموسيقى الهادئة فقد بلغت نسبتها 29.27% من العناصر الصوتية مما يشير إلى استخدامها في اللحظات الهادئة أو التي تتطلب تركيزا.

3-فئة العناصر الفنية حسب القوالب الفنية، الإضاءة، اللقطات المصورة:

جدول رقم 09: يبين القوالب الفنية المعتمدة في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة القوالب الفنية	مجموع التكرارات في كل الحلقات	النسبة%
تقرير	40	06.11
تنشيط	46	07.02
حديث مباشر (تصريح)	515	78.62
ربورتاج	42	06.41
دراما	12	01.84
المجموع	655	100

يوضح الجدول التاسع أن الحديث المباشر هو القالب الأكثر تكرارا في حلقات برنامج الوزن الرابح كونه الأكثر استخداما وذلك بنسبة 78.62%، وتأتي في المرتبة التالية كل من: التنشيط، الربورتاج والتقرير بنسب متقاربة حيث استخدم البرنامج والتنشيط بنسبة 07.02%، أما الربورتاج والتقرير فبلغت نسبة استخدامهما في البرنامج 06.41% و06.11% على التوالي، أما الدراما فهو القالب الأقل استخداما بنسبة 01.84%، ويشير ذلك لكون الدراما أقل ملائمة لطبيعة البرنامج.

جدول رقم 10: يبين نوع الإضاءة المستخدمة في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة الإضاءة	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
إضاءة اصطناعية قوية	385	47.65
إضاءة اصطناعية خافتة	178	22.03
طبيعية	245	30.32
المجموع	808	100

يتضح من خلال الجدول العاشر أن الإضاءة الأكثر استخداما في البرنامج هي الإضاءة الاصطناعية القوية بنسبة 47.65% وهذا يشير إلى تفضيلها على الإضاءات الأخرى، مما قد يعزز وضوح الصورة ويساعد في تقديم عرض أكثر حيوية، تليها الإضاءة الطبيعية بنسبة 30.32% وهي نسبة جيدة أيضا مما قد يشير إلى تغير في أسلوب التصوير، وأخيرا الإضاءة الاصطناعية الخافتة بأقل نسبة 22.03% بسبب تأثيره الأقل وضوحا على التصوير.

جدول رقم 11: يبين أكثر اللقطات المصورة في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة اللقطات المصورة	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
لقطات المشتركين خلال إنقاص الوزن	270	33.96
لقطات لأخصائي التغذية واللياقة البدنية	229	28.81
لقطات قبل وبعد رحلة إنقاص الوزن	88	11.07
لقطات لمختلف الأماكن	208	26.16
المجموع	795	100

يوضح الجدول الحادي عشر أن أكثر اللقطات المصورة هي لقطات المشتركين خلال رحلتهم في إنقاص الوزن بنسبة 33.96% كون البرنامج يسعى لتكثيف البعد التحفيزي لدى المشاهدين، وتأتي لقطات لأخصائي التغذية واللياقة البدنية في المرتبة الثانية بنسبة 28.81%، مما يشير إلى أهمية وجود هذه الفئة في البرنامج لتأطير المشتركين وتقديمهم لمحتوى مهم، ثم لقطات لمختلف الأماكن بنسبة 26.16% لأن طبيعة البرنامج تتطلب الانتقال إلى أماكن مختلفة، وجاءت في الأخير لقطات قبل وبعد رحلة إنقاص الوزن بأقل نسبة حيث بلغت 11.07%، وهي أقل تكرارا مقارنة بالأنماط الأخرى، ورغم ذلك فإنها قد تبرز التقدم الذي يحققه المشتركون.

4-فئة المظهر الخارجي حسب اللباس والمايك أب:

جدول رقم 12: يبين نمط لباس المشتركات في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة اللباس	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة %
حجاب	44	05.98
لباس محتشم	297	40.30
لباس تقليدي	78	10.58
لباس فاضح نوعا ما	318	43.14
المجموع	737	100

يتضح من خلال الجدول الثاني عشر أن اللباس الفاضح نوعا ما هو الأكثر شيوعا في حلقات برنامج الوزن الرابح، حيث يشكل هذا النمط النسبة الأعلى ب 43.14% من الأزياء المستخدمة، مما يشير إلى تفضيل ملحوظ لهذا النمط في الحلقات، ثم يأتي اللباس المحتشم في المرتبة الثانية بنسبة 40.30% حيث يتم استخدامه بشكل متكرر كذلك، بينما اللباس التقليدي يمثل 10.58% قصد الترويج للموروث الثقافي الجزائري، ليأتي الحجاب بأقل نسبة حيث بلغت 05.98%. قد يكون ذلك نتيجة لعدم توافق هذا النمط مع متطلبات البرنامج.

جدول رقم 13: يبين استخدام المايك اب لدى المشتركات في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة المايك اب	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة %
مايك اب كثيف	63	11.03
مايك اب خفيف	318	55.70
بدون مايك اب	190	33.27
المجموع	571	100

يبين الجدول الثالث عشر أن نمط المايك اب الخفيف هو الأكثر شيوعا في البرنامج حيث يشكل النسبة الأكبر ب55.70%، مما يشير إلى أن معظم المشتركات يفضلن استخدام مايك اب خفيف، ويأتي في المرتبة الثانية نمط بدون مايك اب بنسبة 33.27%، وفي الأخير نمط المايك اب الكثيف بأقل نسبة بحوالي 11.03% فهو نادر الاستخدام كونه غير مناسب لطابع البرنامج.

5-فئة المشاهد التفاعلية: وسائط المشاركة والتفاعل، الطهي، التمارين الرياضية، القياسات، الدعم الاجتماعي، مشاهد أخرى:

جدول رقم 14: يبين وسائط المشاركة والتفاعل في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / وسائط المشاركة والتفاعل	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
استطلاعات الرأي	00	00.00
منصات التواصل الاجتماعي	21	91.30
تطبيقات الهاتف المحمول	02	08.70
المجموع	23	100

يوضح الجدول الرابع عشر أن منصات التواصل الاجتماعي تحتل أكبر نسبة من العناصر التفاعلية الأخرى ب91.30%، مع انخفاض واضح في التكرار، مما قد يفسر أن استخدامه الشكلي أكثر من كونه عملي، تأتي بعدها تطبيقات الهاتف المحمول بنسبة 8.70%، حيث تم استخدامها بشكل محدود مقارنة بمنصات التواصل الاجتماعي، بينما استطلاعات الرأي لم تستخدم في أي حلقة من حلقات البرنامج، مما قد يشير إلى تفادي الآراء السلبية التي قد تعود بالضرر على البرنامج.

جدول رقم 15: يبين مشاهد الطهي في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة مشاهد الطهي	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
تحضير وجبات صحية	21	21.00
طهي وجبات بمساعدة المشتركين	32	32.00
نصائح حول الأكل الصحي	47	47.00
المجموع	100	100

نلاحظ في الجدول الخامس عشر أن المشاهد الخاصة بالنصائح حول الأكل الصحي مثلت النسبة الأعلى بنسبة 47.00% من إجمالي مشاهد الطهي، مما يشير إلى تركيز البرنامج على تثقيف المشاهدين حول أهمية الأكل الصحي، تأتي مشاهد طهي الوجبات بمساعدة المشتركين في المرتبة الثانية بنسبة 32.00% مما يعزز من تجربة المشاهد، تليها مشاهد تحضير الوجبات الصحية التي احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 21.00% محاولة من البرنامج تقديم نماذج عملية لتحضير الوجبات الصحية.

جدول رقم 16: يبين مشاهد التمارين الرياضية في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة مشاهد التمارين الرياضية	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
تمارين جماعية	131	54.36
تمارين فردية	33	13.69
تمارين في الهواء الطلق	29	12.03
تمارين في قاعة الألعاب الرياضية	48	19.92
المجموع	241	100

يظهر في الجدول الخامس عشر أن فئة التمارين الجماعية تشكل النسبة الأكبر من مشاهد التمارين الرياضية في البرنامج، حيث تمثل 54.36% من إجمالي المشاهد، مما يبين تركيز البرنامج بشكل أكبر على التمارين التي يتم إجراؤها في مجموعات تعزيزا لروح الدعم، التعاون والمنافسة بين المشتركين، وجاءت مشاهد التمارين في قاعة الألعاب الرياضية في المرتبة الثانية بنسبة 19.92%، ويظهر هذا العنصر أن هناك اهتماما واضحا بمشاهد التمارين في بيئة مخصصة ومجهزة، ثم مشاهد التمارين الفردية بنسبة 13.69% التي كانت أقل، مقارنة بمشاهد التمارين الجماعية ومشاهد التمارين في الهواء الطلق كانت بأقل نسبة إذ بلغت 12.03% سعيا من البرنامج تقديم تنوع في مواقع التمارين، وهذا التنوع يمكن أن يساعد في الحفاظ على اهتمام المشتركين والمشاهدين، ويتيح للجميع فرصة للمشاركة في الأنشطة البدنية التي تناسبهم.

جدول رقم 17: يبين مشاهد قياسات المتسابقين في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة القياسات	مجموع التكرارات في كل الحلقات	النسبة%
الوزن	129	25.00
نسبة السوائل بالجسم	86	16.66
نسبة الدهون	87	16.87
السمنة	97	18.80
مناقشة النتائج	117	22.67
المجموع	516	100

الجدول السابع عشر يوضح أن مشاهد الوزن تشكل الجزء الأكبر من مشاهد القياسات بنسبة 25% باعتباره أهم المعايير الأساسية للبرنامج، وجاءت نسبة المشاهد التي تحتوي مناقشة النتائج عالية هي الأخرى في المرتبة الثانية بحوالي 22.67%، هذا يبين أن البرنامج يهتم بتفسير نتائج القياسات مع المشتركين، تليها المشاهد الخاصة بالسمنة التي تمثل نسبة 18.80% من المشاهد مما يعكس اهتمام البرنامج بقياس مؤشر السمنة كجزء من التقييم الشامل لصحة المشتركين، وفي الأخير جاءت نسبة المشاهد الخاصة بتحليل الدهون

والسوائل بالجسم بنسب متقاربة (16.66% و16.87%) على التوالي، مما يوضح اهتمام البرنامج بمتابعة هذه المؤشرات الصحية بدقة.

جدول رقم 18: يبين مشاهد الدعم الاجتماعي في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة مشاهد الدعم الاجتماعي	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
دعم العائلة والأصدقاء	12	05.77
دعم البرنامج	18	08.65
دعم الجمهور الالكتروني	18	08.65
تفاعل المشتركين	122	58.66
قصص نجاح ملهمة	38	18.27
المجموع	208	100

يتضح من الجدول الثامن عشر أن مشاهد تفاعل المشتركين أخذ الحصة الأكبر من مشاهد الدعم الاجتماعي بنسبة 58.66%، هذا يبرز أهمية التفاعل بينهم كعامل دعم أساسي في برنامج الوزن الرابح وفئة قصص النجاح الملهمة تمثل هي الأخرى نسبة معتبرة من المشاهد بـ 18.27%. هذه المشاهد تشجع على إبراز نماذج ملهمة لتشجيع المشتركين والمشاهدين على حد سواء، في حين كانت مشاهد دعم البرنامج ودعم الجمهور الإلكتروني يشكلان نفس النسبة ب08.65% لكل منهما، وأقل نسبة عادت لمشاهد دعم العائلة والأصدقاء والتي بلغت 05.77%. كان التركيز أكثر على تفاعل المشتركين نظرا لأهمية هذا العنصر في خلق بيئة تشجع على التحفيز والمثابرة.

جدول رقم 19: يبين مشاهد أخرى تظهر في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة مشاهد أخرى	مجموع التكرارات في كل الحلقات	النسبة%
زيارات المتخصصين	13	11.71
رحلات ترفيهية	20	18.02
فعاليات توعوية	17	15.32
الاحتفال بالإنجازات	61	54.95
المجموع	111	100

يعرض الجدول التاسع عشر تحليل مشاهد متنوعة تظهر في برنامج الوزن الرابح، حيث احتلت مشاهد الاحتفال بالإنجازات الجزء الأكبر بنسبة 54.95%، مما يعكس أهميتها في تحفيز المتسابقين خلال البرنامج ثم مشاهد الرحلات الترفيهية بنسبة 18.02% لكسر الروتين وتجديد طاقة المتسابقين، وبلغت الفعاليات التوعوية نسبة 15.32% من المشاهد، مما يشير إلى وجود توجه نحو زيادة الوعي الصحي واللياقة البدنية بينما حققت مشاهد الزيارات للمتخصصين أقل تكرارا بنسبة 11.71% بالرغم من أهميتها في البرنامج.

المطلب الثاني: فئات المضمون – ماذا قيل؟ (الجداول الكمية):

6 –فئة الجمهور المستهدف:

الجدول رقم 20: يبين الجمهور المستهدف في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة الجمهور المستهدف	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
الجمهور العام –كل من يريد الحفاظ على صحته: شبابا، كهولا من كلا الجنسين–	51	40.80
جمهور خاص–الذين يعانون من الوزن الزائد–	74	59.20
المجموع	125	100

يعرض الجدول العشرون تحليل الجمهور المستهدف من برنامج الوزن الرابح. تم توزيعه على فئتين هما: الجمهور الخاص الذي بلغ أكبر نسبة ب 59.20% وهي الفئة التي تعاني من الوزن الزائد وكان تركيز البرنامج على هذه الفئة لتقديم الدعم والإرشاد اللازم لهم، في حين بلغت نسبة الجمهور العام نسبة 40.80% وهي نسبة جيدة لجذب أكبر شريحة من الأشخاص المهتمين بالحفاظ على صحتهم. برنامج الوزن الرابح لا يقتصر فقط على من يعانون من الوزن الزائد، بل يهدف أيضا إلى توعية الجمهور الأوسع حول أهمية الحفاظ على نمط حياة صحي.

7- فئة الأهداف والرسائل:

جدول رقم 21: يبين الأهداف والرسائل التي يسعى برنامج الوزن الرابح لتحقيقها:

التوزيع فئة الأهداف والرسائل	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
صحية – توعوية	116	24.02
تربوية	91	18.84
ترويجية–سياحة، ثقافة–	276	57.14
المجموع	483	100

يوضح الجدول الواحد العشرون الأهداف التي يسعى برنامج "الوزن الرابح" لتحقيقها، حيث شكلت الأهداف الترويجية النسبة الأكبر من الأهداف بتمثيلها أكثر من نصف التكرارات 57.14%. يوضح ذلك أن البرنامج يسعى بشكل كبير إلى الترويج للسياحة والثقافة وربط الجمهور بمختلف الأنشطة والفعاليات وتأتي في المرتبة الثانية الأهداف الصحية – التوعوية بنسبة 24.02%، مما يشير إلى أن البرنامج يولي اهتماما كبيرا بتوعية المشاهدين حول الصحة، التغذية، واللياقة البدنية، وفي المرتبة الأخيرة نجد الأهداف التربوية على الرغم من أهميتها إلا أنها تأتي في المرتبة الأخيرة بنسبة 18.84%، فهي تضيف قيمة تعليمية مهمة لأولئك الذين يبحثون عن إرشادات ومعلومات موثوقة حول الصحة.

8- فئة رحلة إنقاص الوزن وقصص المشتركين:

جدول رقم22: يبين المراحل التي اجتازها المشتركون لإنقاص الوزن في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع فئة رحلة إنقاص الوزن	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
تحديات إنقاص الوزن	312	38.00
النصائح والخبرات	110	13.40
التقلبات العاطفية	365	44.46
الدعم الاجتماعي	34	04.14
المجموع	821	100

يقدم الجدول الثاني والعشرون نظرة على المراحل المختلفة التي اجتازها المشتركون في البرنامج، حيث بلغت التقلبات العاطفية أكبر نسبة من التكرارات 44.46%، مما يشير إلى أن البرنامج يولي أهمية كبيرة للتجارب العاطفية والتحديات النفسية للمشتركين، وكيفية تأثيرها على رحلتهم في إنقاص الوزن، ثم تأتي تحديات إنقاص الوزن في المرتبة الثانية بنسبة 38.00%، مما يعكس التركيز الكبير على الجوانب العملية والتحديات الجسدية الملموسة التي يواجهها المشتركون، تليها النصائح والخبرات بنسبة 13.40% باعتبارها جزء مكمل في البرنامج، وأخيرا الدعم الاجتماعي فعلى الرغم من أهميته إلا أنه يمثل أقل نسبة من بين الفئات وهي 04.14 %، حيث يبدو أن البرنامج لم يول أهمية كبيرة للدعم الخارجي من العائلة والأصدقاء.

جدول رقم 23: يبين قصص المشتركين في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة قصص المشتركين	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
خلفية المشتركين	92	17.26
التجارب الشخصية	238	44.65
التحديات الشخصية	61	11.45
التغييرات الإيجابية	142	26.64
المجموع	533	100

يقدم الجدول الثالث والعشرون نظرة شاملة عن قصص المشتركين في البرنامج، شملت كلا من التجارب الشخصية التي كانت لها الحصة الأكبر بنسبة 44.65%، مما يعكس التركيز الكبير للبرنامج على استعراض تجاربهم الفردية خلال مسيرتهم في البرنامج، ثم التغييرات الإيجابية في المرتبة الثانية بنسبة 26.64%، مما يشير إلى أن البرنامج يسلط الضوء بشكل كبير على النتائج الإيجابية والمكاسب التي يحققها المشتركون، في حين شكلت خلفية المشتركين نسبة 17.26%، حيث يوضح البرنامج تفاصيل حياتهم قبل المشاركة، مما يساعد المشاهدين على فهم سياق رحلتهم، أما التحديات الشخصية على الرغم من أهميتها إلا أنها شكلت نسبة أقل مقارنة بالفئات الأخرى 11.45%، ربما للتركيز الأكبر على النواحي الإيجابية.

9-فئة النصائح والتوجيهات :

جدول رقم 24: يظهر نوع النصائح والتوجيهات المقدمة للمشتركين في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع فئة النصائح والتوجيهات	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
نصائح غذائية	69	25.94
نصائح رياضية	135	50.75
نصائح نفسية	51	19.17
نصائح طبية	11	04.14
المجموع	266	100

يظهر في الجدول الرابع والعشرون أن النصائح الرياضية شكلت الجزء الأكبر بنسبة 50.75%، كون البرنامج يركز بشكل كبير على النشاط البدني كعامل رئيسي في فقدان الوزن والنصائح الغذائية بنسبة 25.94%، مما يعكس أهمية التغذية الصحية في البرنامج، ثم النصائح النفسية بنسبة 19.17% مما يشير إلى اهتمام البرنامج نوعا ما بالحالة النفسية للمشتركين. أما النصائح الطبية فبالرغم من أهميتها في البرنامج إلا أنها مثلت أقل نسبة ب04.14%، مما يشير إلى أن النصائح الطبية كانت تقدم فقط عند الحاجة أي في الحالات المستعجلة.

10-فئة التنافس والتحفيز :

جدول رقم25: يبين أشكال التنافس والتحفيز في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع فئة التنافس والتحفيز	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
التحديات الأسبوعية	22	07.03
نظام المكافئات	24	07.67
التنافس بين المشتركين	103	32.90
التحفيز والإلهام	164	52.40
المجموع	313	100

يوضح الجدول الخامس والعشرون أن عنصر التحفيز والإلهام بلغ الجزء الأكبر بنسبة 52.40%، مما يعكس وجود بيئة داعمة للمشتركين قد تساعدهم على الاستمرار في التزامهم وتحقيق أهدافهم، في حين شكل التنافس بين المشتركين نسبة 32.90%، مما يعني أن البرنامج يشجع على التنافس كوسيلة لتحفيزهم على بذل المزيد من الجهد، أما نظام المكافئات والتحديات الأسبوعية حققا نسبا أصغر بـ7.67% و7.03% على التوالي، مما يشير إلى أن هاتين الفئتين تم استخدامهما كأداتين مساعدتين لتحفيز المشتركين خلال البرنامج.

11-فئة الترويج لنمط حياة صحي :

جدول رقم 26: يظهر طرق الترويج لنمط حياة صحي في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة الترويج لنمط صحي	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
أهمية التغذية السليمة	120	28.30
أهمية النشاط البدني	151	35.61
أهمية الصحة النفسية	64	15.10
أهمية التوازن	89	20.99
المجموع	424	100

يبين الجدول السادس والعشرون طرق الترويج لنمط صحي في برنامج الوزن الرابح، فقد تم التركيز على أهمية النشاط البدني بنسبة 35.61%، مما قد يعكس الاهتمام الكبير للبرنامج على هذا العنصر باعتباره جزء أساسيا من نمط الحياة الصحي، ومن ناحية أخرى شكلت أهمية التغذية السليمة نسبة جيدة هي الأخرى بـ28.30%، مما يشير إلى أن البرنامج يولي أهمية للتغذية السليمة لما لها من تأثير إيجابي على الصحة، في حين حققت أهمية التوازن المرتبة الثالثة بنسبة 20.99%، مما يشير إلى أن التوازن بين مختلف العناصر السابقة يعد جزءا مهما أيضا من استراتيجية البرنامج، فيما تراوحت نسبة أهمية الصحة النفسية 15.10% بمجموع تكرارات منخفض، هذا راجع لغياب مختصين نفسانيين في البرنامج.

12-فئة التأثير على القيم الأخلاقية (سلبي/ إيجابي) :

جدول رقم 27: يظهر التأثير السلبي على القيم الأخلاقية في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة التأثير السلبي على القيم الأخلاقية	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
الترويج لسلوكيات استهلاكية مفرطة	220	18.87
الترويج للنمطية الجسدية	183	15.69
الترويج لسلوكيات غير صحية	66	05.66
إضعاف القيم الأسرية	222	19.04
إضعاف القيم الدينية من خلال سلوكيات اجتماعية دخيلة	475	40.74
المجموع	1166	100

يوضح الجدول السابع والعشرون التأثير السلبي على القيم الأخلاقية في برنامج الوزن الرابح، حيث احتلت فئة إضعاف القيم الدينية من خلال السلوكيات الاجتماعية الدخيلة أكبر نسبة بـ 40.74%، مما يدل على أن البرنامج يواجه انتقادات كبيرة بسبب عرضه لسلوكيات اجتماعية دخيلة قد تؤثر على الهوية الثقافية والقيم الدينية، يليه إضعاف القيم الأسرية والترويج للسلوكيات الاستهلاكية المفرطة اللذان يشكلان نسبا متقاربة بـ19.04% و18.87% على التوالي، فالأول يعزز أنماطا سلوكية تضعف القيم الأسرية التقليدية مما يثير القلق حول تأثيره على ترابط الأسرة، أما الثاني فيخلق مخاوف حول تعزيز ثقافة الاستهلاك غير المسؤول في المجتمع، وبلغت نسبة الترويج للنمطية الجسدية 15.69% مما يثير قلقا حول التأثير السلبي للبرنامج على معايير الجمال، ويؤدي إلى ضغوط اجتماعية على الأفراد لتحقيق هذه المعايير غير الواقعية، في حين شكل الترويج للسلوكيات غير الصحية النسبة الأقل بـ5.66%، وهنا القلق محدود نسبيا مقارنة بالجوانب الأخرى.

جدول رقم 28: يظهر التأثير الإيجابي على القيم الأخلاقية في برنامج الوزن الرابح:

التوزيع / فئة التأثير الإيجابي على القيم الأخلاقية	مجموع تكرارات كل الحلقات	النسبة%
الترويج لنمط حياة صحي	219	23.73
الترويج للإرادة والعزيمة	315	34.13
الترويج للثقة بالنفس	180	19.50
الترويج للدعم الاجتماعي	31	03.36
الترويج لفوائد الانضباط	178	19.28
المجموع	923	100

يبين الجدول السابع والعشرون أن نسبة الترويج للإرادة والعزيمة يمثل الجزء الأكبر من التأثير بـ34.13% هنا يُظهر البرنامج تشجيعا كبيرا للمشتركين والمشاهدين على المثابرة والتحلي بالإرادة لتحقيق التغيير، مما يعزز من قيم العزيمة والإصرار لديهم، أما الترويج لنمط حياة صحي جاء في المرتبة الثانية بنسبة 23.73% مما يعكس تركيز البرنامج على دعم وتوجيه المشتركين والمشاهدين نحو اعتماد عادات صحية، في حين شكلت كلا من فئة الترويج للثقة بالنفس وفوائد الانضباط نسبا متقاربة بـ19.50% و19.28% على التوالي كمعيارين لبلوغ أهدافهم، وفي الأخير شكل الترويج للدعم الاجتماعي نسبة أقل بـ3.36%، مما يشير إلى أن البرنامج يركز بشكل أقل على تعزيز الدعم الاجتماعي، ربما يعود ذلك إلى وجود تجاوزات في مضمون البرنامج لا يقبلها الدين والمجتمع.

المبحث الثالث: التحليل الكيفي لبرنامج الوزن الرابح:

المطلب الأول: البناء العام والفكرة العامة للبرنامج:

أولا–البناء العام للبرنامج:

1–عنوان البرنامج:

يظهر عنوان البرنامج باللغة العربية **"الوزن الرابح"** وهو الموسم الثاني بعدما كان عنوانه في الموسم الأول **النجم الرابح**، وهو الحامل لحقوق الإنتاج والبث أو التسويق التلفزيوني على قناة **Samira tv**، وقد ظهر سابقا على قناة أمريكية بنسخته الأصلية تحت عنوان «The biggest»، لينتشر بعدها في أنحاء العالم

تحت عدة مسميات، وصولا إلى قناة سميرة تي في التي تبنت البرنامج بكل تفاصيله دون مراعاة قيم المجتمع الجزائري وعاداته.

يشير معنى **الوزن** في البرنامج إلى فرط تراكم الدهون غير الصحية في جسم الإنسان، وتختلف زيادة الوزن عن السمنة، إذ يطلق على الشخص بأنه مصاب بزيادة الوزن عند زيادة مؤشر كتلة الجسم (BMI)، وهذا يؤدي إلى ضعف الحركة والمرونة وتغيير مظهر الجسم، وبالتالي يتسبب في مشاكل صحية عديدة أخطرها أمراض القلب. هذا من جهة، ومن جهة أخرى مصطلح **الرابح** يقابله عدة مترادفات ك: مفلح، كاسب منتصر، قاهر، ظافر، غالب، ناجح. وعكسه الخاسر، ولهذا كان البرنامج مخصصا للأشخاص الذين يعانون من مشكلة الوزن الزائد ليتنافسوا على خسارة الوزن، ويعتبر المشترك الذي يفقد نسبة كبيرة من الوزن الزائد هو الرابح في البرنامج فيتم تكريمه بعدة جوائز مادية قيمة، إضافة إلى ما تم ربحه على مدار الأشهر التي أمضاها من بداية البرنامج إلى نهايته.

يركز البرنامج على إبراز اسم **الوزن الرابح** من خلال تكراره في كل مرة من طرف مقدم البرنامج والمنشطة وحتى أساتذة الرياضة وضيوف البرنامج عند بداية البرنامج ونهايته، وكذلك عند قطع البرنامج لبث الإعلان يتم تمرير إشارة البرنامج قبل الإعلان وبعده لترسيخه في ذهن المتلقي، وتم تغيير تسمية البرنامج بالوزن الرابح في موسمه الثاني بعدما كان اسمه النجم الرابح في موسمه الأول لأنه يعكس مفهوما إيجابيا ومختلفا عن فقدان الوزن. بدلا من التركيز على الخسارة فقط، من خلال حصول المشتركين على أشياء أكثر قيمة من مجرد إنقاص الوزن، أهمها ربح صحة أفضل من خلال تحسين اللياقة البدنية والتغذية السليمة، زيادة الثقة بالنفس من خلال التحديات والتطور الشخصي التمتع بحياة جديدة مليئة بالعادات الصحية والإيجابية، إضافة إلى الإرادة القوية لمواجهة الصعوبـــات والمضي في تحقيق الأهداف.

2-تاريخ بث البرنامج:

بدأ بث أولى حلقات برنامج **الوزن الرابح** الموسم الثاني يوم 12 نوفمبر 2021 على قناة **Samira tv**، بعدما فتح أبوابه أمام المشتركين الذين توافدوا من كل أنحاء الوطن الجزائري، أين تم اختيار ثلاثة عشر مشترك من كلا الجنسين من طرف لجنة التحكيم، ليعيشوا في إقامة مشتركة مغامرات وتحديات قوية تحت إشراف مختصين في الرياضة والحمية الغذائية.

3–مدة بث البرنامج:

يتم بث البرنامج أسبوعيا، أي مرة واحدة في الأسبوع من يوم الجمعة بمعدل ستون دقيقة تقريبا ابتداء من الساعة التاسعة مساء، ويتم اختيار المشاهد من قبل المنتجين وفقا لمتطلبات الجمهور أي الأكثر جذبا وتأثيرا، حيث يُعرض في الحلقة ملخص الأسبوع الفارط وكل الإنجازات التي حققها المشتركون من تحديات وهم يتنافسون على إنقاص الوزن، ولقد بلغت عدد الحلقات عشرون حلقة بحوالي اثنان وعشرون ساعة وهي مدة كافية للتأثير على عقل المتلقي والاستمرار في متابعة البرنامج، وحتى الإعلانات لها حصة في البث خاصة في بداية كل حلقة من حلقات البرنامج أينما يتم الإشارة إلى مختلف الشركات الممولة له، ويتم إعادتها من وقت لآخر لتبقى راسخة في ذهن المشاهد. وفي الحلقة العشرون دامت مدة البث أكثر من ساعتين وكان حفلا على المباشر أين تم الإعلان عن الفائزين من الجنسين ببرنامج الوزن الرابح.

4–فترة بث البرنامج: كانت تُبث حلقات البرنامج من الساعة التاسعة إلى الساعة العاشرة مساء بتوقيت الجزائر وهو التوقيت المناسب الذي تجتمع فيه أفراد العائلة في البيت وبعد صلاة العشاء، وانطلق البرنامج في شهر نوفمبر الذي يصادف فصل الشتاء حيث يفضل أغلب الجزائريين السهر في البيت بسبب برودة الطقس وسوء الأحوال الجوية، فعرضت أولى حلقاته يوم 12 نوفمبر 2021 وكانت آخرها يوم 25 مارس 2022.

وطوال هذه المدة التي بلغت حوالي أربعة أشهر وخمسة عشر يوما من المكوث في الإقامة كان هناك تنافر بين بعض المتسابقين وانسجام بين البعض الآخر، وعلاقة عاطفية من جهة ثالثة، وهو ما لم يكن مطروحا في الموسم الأول، ربما لخلق عنصر التشويق ودافع الفضول لدى المشاهد لتتبع الحلقات الموالية وتحقيق أكبر نسب مشاهدة.

وفي يوم 08 أفريل 2022 تم اختتام برنامج الوزن الرابح بحفل مباشر دام أكثر من ساعتين أين تم الإعلان عن صاحبي لقب الوزن الرابح للموسم الثاني، أي فائز عن فئة الرجال وفائزة عن فئة النساء، عكس الموسم الأول حيث كان الإعلان عن فائز وحيد باللقب.

ثانيا – تحليل الفكرة العامة للبرنامج:

إن برنامج **الوزن الرابح** هو برنامج واقعي تحفيزي يندرج ضمن برامج تلفزيون الواقع، يُبث عبر قناة **Samira tv** ، والهدف منه هو مساعدة المشتركين الذين يعانون من زيادة الوزن على تحقيق نمط حياة صحي، من خلال فقدان الوزن بطريقة مستدامة من خلال نظام غذائي وتمارين رياضية تحت إشراف مدربين

مختصين، وكذلك توعية الجمهور حول أهمية العادات الصحية السليمة في الحياة اليومية لتفادي مخاطر السمنة كما يهدف إلى تعزيز الإرادة والانضباط وبناء روح التنافس الإيجابي، وبالأخص تقديم الدعم النفسي والاجتماعي لمساعدة المشتركين على تجاوز الصعوبات النفسية والعاطفية المرتبطة بالسمنة.

يبدأ البرنامج بدخول المشتركين بأوزان زائدة ثم يخوضون منافسة لإنقاص الوزن في فترة زمنية محددة من خلال برامج تدريب مكثفة تحت إشراف مدربين رياضيين وخبراء تغذية، وتحفيزهم بالجوائز والتحديات للحفاظ على التنافس بينهم، وبث قصصهم الشخصية مع إبراز تطورهم والتغيرات الجسدية والنفسية التي يمرون بها. وتعرض نتائجهم أسبوعيا من خلال قياس الوزن ومقارنته بالوزن السابق.

صحيح أن برنامج الوزن الرابح يُعد مزيجا من التحدي، التحفيز والتوعية الصحية، ومع ذلك يبقى تجربة غربية، تم نقلها للوطن العربي عامة والجزائر بصفة خاصة من نسخته الأمريكية الأصلية والتي تسمى الخاسر الأكبر. لم تُراع فيها الأعراف والتقاليد العربية والقيم الدينية التي تختلف جذريا عن عادات وتقاليد وقيم الغرب وتسهم في تعميق الانحراف الاجتماعي لدى الشباب وتدمير قيمهم الإيجابية وهويتهم الثقافية، وترسيخ مبدأ التشبه بالكفار. لم تتم إعادة بناء أفكاره بطريقة تتناسب مع البيئة العربية الإسلامية حيث حمل في طياته أفكارا وسلوكيات أمريكية تحت غطاء التحضر ومواكبة التطورات الحاصلة في العالم. أهم ما ميز البرنامج ما يلي:

1-الواقعية الافتراضية:

برنامج الوزن الرابح مثله مثل بقية برامج الواقع لا علاقة له بالواقع، فهو يساهم في صناعة العواطف والمشاعر الزائفة وتسويقها، فمنذ متى أصبحت مشاكل الناس وبطولاتهم مادة للتسلية والترفيه، بل وأبعد من ذلك فقد صارت تُطرح على شاشة التلفزيون أمام الملأ، والأمر شبيه بالأفلام الوثائقية التي لا تكاد تكون واقعية مهما بدت كذلك في ظل وجود مؤثرات صوتية ومونتاج وسارد يحكي القصة، وهو الأمر الذي يستحيل وينعدم في الواقع. ومع ذلك هناك فرق كبير بين الأول والأخير لأن الأفلام الوثائقية تعتمد على خلق ثقافة جماهيرية مثل السينما، بينما يستخدم تلفزيون الواقع عناصر درامية مكثفة لجذب المشاهدين، مثل تضخيم العواطف، اختيار اللقطات المثيرة، وإنشاء سيناريوهات محددة بين المتنافسين لخلق التوتر والدراما. وفي هذا السياق، قد يتم توجيه المشتركين من قبل المنتجين أو قد يتم تحرير المشاهد وإعدادها مسبقا بطريقة تجعل الأمور تبدو وكأنها تحدث بشكل طبيعي لتلعب على وتر الاستهلاك، إثارة الرغبات والمشاعر، وإيقاظ البعد الغريزي لدى المشاهد.

تلفزيون الواقع في نهاية المطاف ليس بالاسم المناسب تماما، كونه يلزم المشترك بالتصرف وفق تعليمات فريق الإنتاج الذي قد يتدخل أحيانا في السيناريو ليستبدل عبارة بأخرى، أو يأمره بالتخلي عن إيماءة معينة بسبب دلالتها الثقافية أو الاجتماعية.

2-نشر الخصوصيات:

غالبا ما تعتمد برامج تلفزيون الواقع على الكشف عن جوانب مختلفة من حياة المشتركين، سواء كانت علاقاتهم، مشاعرهم أو تحدياتهم الشخصية، إضافة إلى المراقبة المستمرة عبر الكاميرات المركبة في كل مواقع تواجدهم، مما يحد بشكل كبير من خصوصياتهم فيفقدون السيطرة على المعلومات المنشورة، حيث يتحكم المنتجون والمخرجون في كيفية تحرير الصور وتصويرها. وأحيانا يتم الكشف عن معلومات حساسة عن غير قصد، إما من قبل المشتركين أنفسهم أو من خلال التلاعب التحريري بالمواقف لجعلها مثيرة للجدل.

ويركز برنامج الوزن الرابح هو الآخر كغيره من برامج تلفزيون الواقع على عرض الحياة الخاصة للمشتركين في الفضاء العام لمدة تفوق الأربعة أشهر، وهو يسلط الكاميرات عليهم على مرأى الملايين من المشاهدين وهم يدركون تماما أنهم مُراقبون، بل ويريدون أن يكونوا كذلك، لنرى أشخاصا يعيشون بلا خصوصية يأكلون يشربون، ينامون ويمارسون التمارين الرياضية المختلفة، إضافة إلى الاعترافات التي يكشفونها عن أنفسهم أو الانطباعات التي يوجهونها للآخرين ومشاعرهم من الكراهية، الغيرة، الحسد والحب، فيتفاعلون مع بعضهم البعض مما يقتل الحياء ويسيء إلى التقاليد والأخلاق.

3-التنافس:

هو عملية اجتماعية يشترك فيها شخصان أو مجموعة أو أكثر، حيث يرغب كل طرف في تحقيق الهدف المنشود قبل الآخر. ويشير علماء النفس إلى أنه سلوك يجسده الإنسان إما من أجل التفوق أو الدفاع أو السيطرة، ويمكن أن يكون إيجابيا أو سلبيا. ويعتبر التنافس محمودا إذا كان في طاعة الله، وهو ما حث عليه الشرع في القرآن والسنة، لقوله تعالى: "وَفِي ذَلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ" (المطففين:26). وفي السيرة الشريفة أيضا الكثير من المواقف والتي استخدم فيها الرسول صلى الله عليه وسلم أسلوب التنافس للحث على فعل الخيرات واستباق الصالحات حتى في الترويح واللعب، وقد أخرج أحمد عن عبد الله بن الحارث رضي الله عنه قال: كان رسول الله يصف عبد الله وعبيد الله وكثيرا بني العباس رضي الله عنهم، ثم يقول: "من سبق إليّ فله كذا وكذا. قال فيستبقون إليه فيقعون على ظهره وصدره فيقبلهم ويلتزمهم". أما إذا كان التنافس شرا وحقدا وضغينة وتكبرا أصبح تنافسا مذموما وهو ما حذر منه الشرع، كما قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

(إِيَّاكُمْ وَالظَّنَّ، فَإِنَّ الظَّنَّ أَكْذَبُ الْحَدِيثِ، وَلَا تَحَسَّسُوا، وَلَا تَجَسَّسُوا، وَلَا تَنَافَسُوا، وَلَا تَحَاسَدُوا، وَلَا تَبَاغَضُوا وَلَا تَدَابَرُوا، وَكُونُوا عِبَادَ اللهِ إِخْوَانًا) (رواه مسلم) (حجازي، 2018).

يعتمد برنامج الوزن الرابح على قواعد للمنافسة على لقب البرنامج كهدف لكل المشتركين الذين يعانون من السمنة المفرطة، فهم ملزمون بفقدان أكبر نسبة من وزن الجسم خلال فترة زمنية محددة تحت إشراف المدربين وخبراء التغذية، مع جوائز ومكافآت مالية لمن يشترك في التحدي، ومن خلال هذا الصراع تُخلق الإثارة والتشويق، وفي كل يوم يوجد جديد يستحق المتابعة. وما يزيد الإثارة في هذا التنافس هو تصاعد العصبية لدى المشاهدين من خلال تسليط الضوء على الصراعات الشخصية للمشتركين بشكل مبالغ فيه لجذب الجمهور وزيادة الدراما. هذا يمكن أن يؤثر على كرامتهم، خاصة إذا جرى استغلال مشاعرهم أو تصويرهم بطريقة تهدف إلى إثارة التعاطف أو الجدل بدلا من التركيز على تقدمهم الصحي. وما تم ملاحظته خلال التحديات التي خاضها المشتركون كثرة الصراخ والمشادات الكلامية بينهم واستخدام ألفاظ غير مهذبة مثل ما تلفظت به إحدى المشتركات لأحد المشتركين بقولها "أغلق فمك" "أنت مجرد فاشل يحاول إلقاء فشله على الآخرين، عقلية سخيفة"، ليرد هو الآخر بنفس المستوى، وهذا سلوك يثير العديد من النقاط الأخلاقية والاجتماعية التي تستحق المناقشة، أهمها تأثير الضغط النفسي على المشتركين مما يدفعهم إلى الانفعال والتصرف بعدوانية أو بشكل غير متزن أثناء التحديات. هذا يُظهر كيف يمكن أن تؤدي المنافسة الشديدة إلى فقدان السيطرة على المشاعر، وكذلك تعزيز السلوك السلبي إذا تم التركيز بشكل مفرط على المشادات الكلامية والصراخ بهدف خلق الإثارة، وهو سلوك عدواني مذموم، مما ينقل رسالة سلبية للمشاهدين خاصة فئة الشباب، بأن التصرف بعدوانية أمر طبيعي في مواقف الضغط، وفي كثير من المرات يتم تحرير لقطات الصراخ والمواجهات بطريقة تسلط الضوء على النزاعات بشكل أكبر من الجوانب الإيجابية أو الجهود المشتركة وذلك بهدف جذب المزيد من المشاهدين، مما يؤدي إلى تشويه صورة المشتركين أو التقليل من أهمية الهدف الحقيقي للبرنامج. وفي الكثير من الأحيان مثل هذه المواجهات العلنية تترك أثرا نفسيا سلبيا على المشتركين حتى بعد انتهاء البرنامج، حيث يشعرون بالخجل أو الندم على تصرفاتهم أو يعانون من وصمة مرتبطة بسلوكهم أمام الجمهور.

4-صناعة النجوم:

تُعتبر صناعة النجوم في برنامج الوزن الرابح نتيجة لمزيج بين كل من التغيير الجسدي الملهم، القصص الشخصية المؤثرة، التفاعل مع الجمهور والظهور الإعلامي، ويتم عرض هذا المزيج على شكل مادة ترفيهية

تسوق لتحقيق منفعة مزدوجة للمشتركين والمنتجين، من خلال بيع الحياة الشخصية للمشتركين مقابل نجوميتهم إضافة إلى الربح المادي. كما صرحت إحدى المشتركات بالبرنامج على غرار الآخرين عن أمنيتها بدخول عالم التمثيل والشهرة إذا فقدت الوزن المطلوب وحصلت على جسم رشيق، بل أكثر من ذلك.

وعليه فإن المشتركين في البرنامج هم عبارة عن مجموعة أشخاص عاديين يتحولون إلى شخصيات عامة تمثل من وجهة نظرهم الأمل، الإرادة، والقدرة على التغيير، ليكونوا نماذج ملهمة في المجتمع، من خلال التركيز على الخلفية الشخصية لهم، مثل الصراعات التي عاشوها مع الوزن الزائد، وتحدياتهم النفسية والاجتماعية فيتم تصوير لحظات مؤثرة لهم أثناء تدريباتهم أو حديثهم عن أحلامهم وأهدافهم، مما يجعل الجمهور يتعاطف معهم ويرى فيهم نماذج واقعية للتحول والنجاح.

العنصر الأساسي الذي يصنع نجومية المشتركين في البرنامج هو التغيير الجسدي الكبير الذي يحققونه خلال البرنامج، فكل كيلوغرام يفقدونه، وكل تحد يتجاوزونه، يعزز صورتهم عند الجمهور كأشخاص قادرين على تحقيق المستحيل، إضافة إلى التصرفات الجريئة والصراعات المثيرة بينهم والتي تجذب هي الأخرى الاهتمام الإعلامي والجماهيري والنجومية تنطلق بعد نهاية البرنامج، حيث يتم حاليا دعوة بعض المشتركين الذين حققوا تغيرات ملحوظة من خلال ظهورهم في برامج تلفزيونية وإذاعية وإجراء مقابلات حول تجربتهم، ومنهم من دخل عالم التمثيل بتأدية أدوار في أفلام ومسلسلات تلفزيونية على القنوات الوطنية.

على الرغم من صناعة النجومية، يعاني بعض المشتركين تحديات نفسية بعد نهاية البرنامج، خاصة عامل الضغط للحفاظ على الوزن الذي فقدوه، أو التعامل مع الشهرة الجديدة، فكل هذا يستوجب دعما مستمرا للمضي في نجاحهم. وهذا ما حدث مع المشتركين الذين ظهروا في القنوات التلفزيونية حيث تضاعفت أوزانهم مقارنة بظهورهم الأول في البرنامج.

صناعة النجومية في برنامج الوزن الرابح فيها جانب إيجابي كونها تمنح فرصة للمشتركين لتغيير حياتهم إلى الأفضل وإلهام الآخرين بإنجازاتهم، وجانب آخر سلبي كونها تعتمد على الاستغلال العاطفي والجسدي من خلال التجاوزات الأخلاقية خاصة ما تعلق منها بالخصوصية، حيث يتم التركيز المفرط على لحظات المعاناة والانكسار ويتم تسليعها لتحقيق نسب مشاهدات أعلى، مما يثير الجدل حول مدى استغلال مشاعر المشتركين واحترام خصوصيتهم أمام الكاميرا. ومن جهة أخرى وفي الكثير من الأحيان يؤدي التركيز المبالغ على أرقام الميزان إلى التسبب في إرسال رسائل غير صحية. نعلم أن النجاح في برنامج الوزن الرابح مرتبط بفقدان كميات معتبرة من الوزن في أقصر وقت ممكن، مما يخلق توقعات غير واقعية ووهمية لدى المشاهد

والمشترك على حد سواء، إضافة إلى الضغوطات والانتقادات المتكررة التي تتسبب في مشكلات نفسية لدى المشتركين، فكثيرا ما لوحظت مشاهد تبرز انخفاض الثقة بالنفس، اضطرابات في الأكل، ويتم تصويرهم عادة في لحظات ضعفهم بطريقة درامية.

5-التسويق:

يتم استغلال البرنامج في الإشهار بعدة طرق، الأولى عن طريق الإشهار المباشر أي إبراز الشركات والمؤسسات الممولة قبل بداية الحلقات، والثانية باعتماد مضمون حلقات البرنامج كحامل لرسائل إشهارية ويبرز ذلك أثناء استخدام المنتجات مباشرة من قبل المشتركين مع تعمد الإشارة إليها من خلال التركيز عليها بالكاميرا أثناء التصوير مع ذكرها في بعض الأحيان، لتكون الاستفادة متبادلة بين هيئة إنتاج البرنامج وبين الشركات والمؤسسات الراعية له، كما يقوم البرنامج بالترويج للجانب الثقافي من خلال الاعتماد على الموروث الشعبي، واستخدام اللهجة المحلية في أغلب الأحيان، ما يجعل البرنامج يحاكي بيئة المشاهد ويعزز الانتماء وكذلك الجانب السياحي للجزائر، وقد ظهر ذلك من خلال الرحلات المنظمة في مختلف أنحاء البلد من شرقها إلى غربها ومن شمالها إلى جنوبها، حرصا على عرض الموروث الثقافي للبلد، كممارسة الرياضة في أماكن تاريخية أو شواطئ جميلة.

برنامج الوزن الرابح يُسوق لتجربة شاملة تجمع بين الثقافة، السياحة والشكل. ففي الكثير من الحالات يركز على التسويق للصورة المثالية للجسم الجميل أو المقبول. يعتبر الاعتناء بالجسد والمحافظة على هذه النعمة من الناحية الأخلاقية أمانة، وهو ما يتماشى مع الحديث النبوي الشريف: "إن لجسدك عليك حقا"، ويدل معنى الحديث على أن المسلم مطالب بالعناية بالأمانة التي وهبها الله له وهي صحة الجسد، كم يعزز البرنامج مفهوم الاعتدال وضبط النفس والابتعاد عن الإسراف في الأكل، وهو ما يحث عليه الإسلام لقوله تعالى: "وَكُلُوا واشْرَبُوا ولَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ المسْرِفِينَ" (الآية 31، سورة الأعراف).

رغم أن برنامج الوزن الرابح يبدو في ظاهره صحيا وأخلاقيا من خلال التركيز على مجموعة من القيم والمبادئ المتوافقة مع التعاليم الدينية، إلا أن هناك جوانب سلبية يسوق لها لغرض تجاري وهو ما يتناقض مع بعض القيم الأخلاقية والدينية لدى الجمهور المسلم، أبرزها:

- غياب النية الصالحة في التسويق: التسويق في هذا البرنامج يركز أكثر على خسارة الوزن لمظهر أفضل عوض نيل العافية للقيام بمختلف العبادات بشكل أفضل، كالصلاة، الصيام وأداء أركان العمرة والحج.

- تشجيع الناس على حب الظهور وتغذية الرياء من خلال الحملات التسويقية التي تروج لفكرة "اربح الشهرة"، وهو ما يدفع إلى حب الظهور وتغذية الرياء الذي يُنهى عنه شرعا.
- التسويق للجسم المثالي باتباع مقاييس غير واقعية، وهذا يؤدي أحيانا إلى قلة الرضا بخلق الله مما يؤثر سلبا على الجانب النفسي.
- الدفع إلى المنافسة المفرطة والمقارنة السلبية التي تضر أكثر من نفعها، مما يتسبب في الكثير من الأحيان في الحسد، الغيرة والتوتر، بدلا من الدعم الأخوي.

6-إشكالات أخلاقية:

من خلال البناء العام للبرنامج يتضح لنا أن تلفزيون الواقع يطرح جملة من الإشكالات الأخلاقية، أولها إخضاع أشخاص للمراقبة بالكاميرا على مدار الساعة ولأسابيع طويلة، مما يحرمهم من لحظات حميمية يحتاج إليها المرء في كل يوم لاعتبارات نفسية وحتى بيولوجية، وفي برنامج الوزن الرابح نجد أنه بالرغم من توفيره للمشتركين حيزا زمنيا محدودا في اليوم يقضونه خارج إطار الكاميرا مثله مثل بقية البرامج، إلا أن البث المباشر لنشاطاتهم لا يخلو من المخاطرة، فتصرفات المشتركين وأوضاعهم النفسية وعلاقاتهم فيما بينهم لا تخلو من انزلاقات وزلات لفظية أو تصرفات تعتبر غريبة عن البيئة الثقافية للمشاهد المحلي، ولا تتماشى مع قيم مجتمعه.

إن هذه البرامج غزت كثيرا من البيوت فوجب التحذير منها كونها تعتمد على أسلوب سحق الفضيلة والأخلاق الكريمة في نفوس الشباب والبنات، وتهدم المفاهيم الصحيحة عندهم وتزيل حاجز النفرة بين المرأة والرجل الأجنبي عنها، وهي تختزن رسالة إعلامية موجهة بعناية، وهدفها الرئيسي تنمية الاندماج بين الجنسين وإشعار النشء أن لا إشكال في بناء العلاقات والصداقات بين الجنسين، وأن قضية تحسس الفتيات من الفتيان وطقوس الفصل بينهما والحدود في علاقاتهم هي أمور لا صحة لها، ومع كثرة مشاهدة الجمهور لهذه الرسائل الإعلامية الخطيرة يألفونها، ثم شيئا فشيئا يعتادون على رؤية الحرام ويعايشونه لحظة بلحظة بنفس الطريقة التي تقدم لهم، فهم يشاهدون قناة تنقل لهم بالصوت والصورة للمشتركين داخل إقامة مختلطة مركزة على سلوكهم غير البريء، أكلهم، نومهم، قصصهم العاطفية، وكل حركاتهم الرياضية وغيرها من التصرفات فيُعجب بهم المشاهدون ويدعمونهم، وهكذا تُنحر كل فضيلة في المجتمع ولا يبقى من القيم والمثل الكريمة إلا الشعارات الجوفاء، وعليه سيتربى على مثل هذه البرامج جيلا يُسلّم للعدو مفاتيح الحصون الأخيرة للإسلام ويرحب به في دياره. بل أكثر من ذلك حيث يُروّج البرنامج لفكرة أن النجاح، القبول الاجتماعي والثقة بالنفس مرهون بالشكل الجسدي، وهذا إشكال أخلاقي خطير يناقض قول الرسول صلى الله عليه وسلم:

"إِنَّ الله لَا يَنْظُرُ إِلَى صُوَرِكُمْ وَأَمْوَالكمْ وَلَكِنْ يَنْظُرُ إِلَى قُلُوبِكُمْ وَأَعْمَالِكُمْ". ويعتمد البرنامج كذلك على سرد قصص شخصية مثيرة ومؤلمة لجذب المشاهدات كالتنمر، المعاناة البسيكولوجية بسبب الوزن، فتُعرض في شكل قالب ترفيهي تنافسي، مما يُعرّض المشتركين للتشهير والضغوطات النفسية بدلا من تقديم الحلول والدعم المناسبين.

على الرغم من أن الجمهور المستهدف من البرنامج مسلم في الغالب، إلا أنه يركز في خطابه على الجسد والنحافة المثالية، وهذا يفصل الإنسان عن روحه ويختزله في جسده وحسب.

برنامج الوزن الرابح يحمل في طياته عددا من الإشكالات الأخلاقية الجوهرية ترتبط بالنية، استغلال المشاعر ومعايير النجاح، والتحدي الحقيقي يُفترض أن يتجلى في تقديم رسالة إنسانية محترمة تساهم في تغيير الناس ليس في أجسامهم فقط، بل وفي وعيهم وحياتهم الباطنة.

7–قوانين البرنامج:

توجد قوانين في برنامج الوزن الرابح مثله مثل بقية النسخ (العالمية أو العربية)، ففي بداية البرنامج يتم اختيار عدد من المشتركين الذين يعانون من زيادة كبيرة في الوزن لخوض التجربة داخل إقامة مشتركة لعدة أسابيع، وتُفرض عليهم قوانين تسيرهم وتضعهم في وضعيات معينة وتقوم برصد ردود أفعالهم، وتحدد كيفية تعاملهم مع الكاميرا وأجهزة الصوت أو الجانب التقني،، منها: عدم الخروج من منطقة المراقبة، عدم نزع الميكروفونات وعدم إخفاء أي سلوك على الكاميرا وأجهزة التصنت، إضافة إلى الالتزام بالروح الرياضية التمارين الفيزيولوجية والنظام الغذائي، ومنع استخدام أدوية ومكملات غذائية أو وسائل أخرى مساعدة خارج البرنامج. وخلال كل أسبوع يقومون بتحدي جديد (تمارين رياضية مكثفة، نظام غذائي صارم، تحديات فردية وجماعية)، وفي نهايته يخضع المشتركون لميزان دقيق للمقارنة بالوزن السابق، من خلال احتساب نسبة الوزن المفقود، والمشترك الذي يحقق نتيجة أقل يكون معرضا للإقصاء من البرنامج تلقائيا، وأحيانا من خلال تصويت المشتركين. ويُمنح الفائزون في بعض التحديات جوائز مالية تحفيزية وفي بعض المناسبات شبه المنعدمة زيارة عائلية. وفي النهائي يتأهل المشتركون الذين حققوا أحسن نتيجة، من خلال احتساب خسارة الوزن من بداية البرنامج إلى غاية آخر لحظة، فيُمنح الفائز لقب الوزن الرابح إضافة إلى جائزة مالية كبرى وهدايا جد معتبرة.

المطلب الثاني: فئات الشكل –كيف قيل؟

1– فئة سمات المشتركين في البرنامج حسب المتغيرات : الجنس، السن، منطقة الانتماء، الحالة الاجتماعية، الوزن.

1–1– الجنس: تختلف نسبة مشاركة الجنسين في برامج تلفزيون الواقع من برنامج إلى آخر حسب نوعيته اتجاهاته وأهدافه، فهناك برامج تكون فيها نسبة النساء مرتفعة مقارنة بالرجال عكس برامج أخرى كما يوجد هناك برامج نلاحظ فيها نفس النسبة لكلا الجنسين كما هو الحال في برنامج الوزن الرابح، ويظهر ذلك من خلال الجدول الثاني، حيث هناك توازن نسبي بين الجنسين في البرنامج، إذ يفوق عدد الذكور عدد الإناث بفارق مشترك، مما يشير إلى ميل طفيف نحو الذكور في الموسم الثاني من برنامج الوزن الرابح، وتجدر الإشارة هنا إلى أن العينة في بداية البرنامج كانت تتكون من إثني عشر مشتركا موزعين على كلا الجنسين بالتساوي أي ست إناث وستة ذكور، تم اختيارهم من طرف لجنة التحكيم وفقا لشروط ومتطلبات البرنامج، ليتضح فيما بعد أن هناك استثناء في الموسم الثاني، وذلك من خلال إضافة مشترك ثالث عشر من جنس ذكر يعتبر من فئة ذوي الاحتياجات الخاصة كتجربة أولى من نوعها لتكون الفرصة متاحة لجميع الفئات، فمن ناحية يُضفي البرنامج بعدا إنسانيا واجتماعيا، إلا أن إدخاله خارج إطار المنافسة ينزع عن مشاركته الطابع الفعلي، ويُحوّلها إلى رمز درامي يُوظّف حجاجيا أكثر من كونه مشاركة قائمة على الإنصاف. إن هذا التوتر بين الخطاب المعلن والممارسة الفعلية يُقوض مصداقية البرنامج ويشير إلى أنه أكثر خضوعا للمظاهر والأيديولوجية من التزامه بالقيم التي يدعي تمثيلها.

من المعروف أن المجتمع الجزائري متمسك بالقيم الأخلاقية التي مردها الدين والسنة إضافة إلى العادات والتقاليد التي يعود لها الفضل في المساهمة في تحقيق الضبط الاجتماعي داخل المجتمع، ولكن ما يلاحظ في هاته المشاركة التي تضم رجالا ونساء في إقامة واحدة لمدة أربعة أشهر، أن المجتمع يشهد تغيرا واضحا في التركيبة الفكرية والاجتماعية تحت غطاء ما يسمى بالانفتاح الثقافي، بحكم أن العصر الذي نعيش فيه تشهد مجتمعاته ثورة شاملة نتيجة تراكم المعرفة (التكنولوجيا)، فأصبح المجتمع الجزائري يعيش في صراع بين المحافظة على القيم الأخلاقية والاجتماعية وبين مسايرة التطورات التكنولوجية. ومن بين أهم النقاط الحساسة التي يجدر الإشارة إليها في برنامج الوزن الرابح:

– الخصوصية في المجتمع الجزائري من بين أكبر المسائل التي يراعيها ويوليها اهتماما، خاصة فيما يتعلق بالمظهر الخارجي للمرأة. لذلك، فإن ظهور النساء وسط الرجال خلال تأدية أنشطة رياضية ومشاركة التحديات الجسدية يثير بعض التحفظات الأخلاقية.

–الاختلاط بين الجنسين والاحتكاك اليومي بينهما يثير جدلا واسعا، كونه لا يتماشى مع القيم الاجتماعية والدينية للمجتمع، ويؤثر سلبا على الجمهور، فهو يشجع على أنماط حياة أكثر انفتاحا من خلال تقديم صور تغيب فيها الضوابط الأخلاقية، كوجود تلامس جسدي في أغلب الحلقات، أكثرها خلال التحديات أو الضحك الغير المنضبط أثناء التجمعات، وغيرها من التصرفات التي تخالف التعاليم الدينية والتقاليد الراسخة في المجتمع الجزائري.

الإسلام يضع قواعد واضحة لضبط التعامل بين الرجال والنساء، أهمها الالتزام باللباس المحتشم (الحجاب الشرعي)، تفادي الخلوة بين الرجل والمرأة غير المحارم. والحديث يكون في حدود الحاجة فقط وبطريقة محترمة دون تجاوزات غير ضرورية. يقول النبي –صلى الله عليه وسلم– في هذا الشأن: "لا يخلون رجل بامرأة إلا ومعها ذو محرم" (رواه البخاري ومسلم)، وهذا يؤكد ضرورة تجنب الاختلاط الذي قد يؤدي إلى تجاوزات نهانا عنها الله سبحانه وتعالى أخطرها الفتنة، الإقامة بين الغرباء، فالبرنامج يفرض إقامة مشتركة بين المشتركين من الجنسين، وهو غير جائز شرعا، فالخلوة والاختلاط غير المنضبطين قد يؤديان إلى وقوع محظورات شرعية. لذا وجب البحث عن بدائل توفر بيئة تراعي القيم الإسلامية.

1–2–السن :

يُقدم الجدول الثالث معلومات عن توزيع الأعمار لعينة تتكون من ثلاثة عشر مشترك، أكبر فئة عمرية ممثلة في العينة هي من 21 إلى 30 سنة بمجموع خمسة مشتركين، ربما تكون هذه النسبة أي الشريحة الأكبر من الأفراد في سن الشباب أكثر قابلية للتعلم وتحمّل التحديات، وكذلك شروط البرنامج التي تعتمد على التحكم والتوجيه والنقد هذه الفئة العمرية يكون فيها الإنسان قد أنهى مراهقته وبدأ التفكير بوعي أكثر لمستقبله وحياته، واستقراره الاجتماعي والنفسي والمادي خاصة، وغالبا ليست لديه مسؤوليات أو التزامات عائلية تعرقله عن المشاركة في مثل هاته البرامج، أي كل الظروف مهيأة لدخوله المنافسة بكل إرادة وعزيمة فتكون نسبة المشاركة فيها عالية في أغلب الأحيان. تليها الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة بمجموع أربعة مشتركين، تمثل نسبة كبيرة هي الأخرى مما يشير إلى أهميتها في البرنامج، أما الفئتان العمريتان "أقل من 20 سنة" و"من 41 سنة فما فوق" تشكلان نسب متساوية من العينة بمجموع مشتركين اثنين لكل فئة، وهو

تمثيل أقل من الفئات العمرية الأخرى، قد يكون نتيجة لطبيعة الدراسة أو التوجهات التي تسعى لاكتشافها وهو توزيع غير متكافئ للفئات العمرية مما قد يؤثر على النتائج.

من الملاحظ أن البرنامج لا يهدف إلى شمول جميع الفئات العمرية بالتساوي وهذا التوزيع قد يعكس التركيبة الديموغرافية للمجموعة المستهدفة، أو ربما تم تصميم العينة لاستهداف فئات عمرية محددة بناء على أهداف البرنامج. حيث كان التركيز الزائد على فئة الشباب الذين غالبا ما يرمزون إلى الحيوية والانضباط ولديهم القابلية الأكبر لتبني أنماط حياة صحية وتغيير عاداتهم. هذا العمر يمثّل مرحلة نشطة وحيوية تساعد على تحقيق نتائج أفضل فيما يتعلق باللياقة البدنية وفقدان الوزن. وهذا قد يُضعف من أثر الرسالة على الشرائح العمرية الأكبر التي تمثل نسبة كبيرة من الجمهور، فالتنوع العمري يُثري المحتوى ويجعل الرسالة الصحية أكثر شمولية، هذا من جهة. ومن ناحية ثانية كان من الضروري مراعاة الفوارق العمرية في التمارين والتحديات لتحقيق عدالة المشاركة.

1-3-منطقة الانتماء :

يُلاحظ من خلال الجدول الرابع أن التوزيع الجغرافي كانت فيه النسب غير متوازنة أين تم تسجيل غياب تام لمنطقة الغرب التي كانت في المرتبة الأخيرة، ثم تأتي منطقة الجنوب بنسبة مشاركة ضئيلة بمعدل مشتركين فقط، وكذلك منطقة الشرق بفارق مشترك واحد أي ثلاثة مشتركين، مما يشير إلى وجود تمثيل أقل للمناطق البعيدة عن الشمال، فأغلبية المشتركين كانوا من المناطق الشمالية بنسبة معتبرة أي بمعدل ثمانية مشتركين، مما يجعلها المنطقة الأكثر تمثيلا في العينة، ربما لامتلاكها موارد أكثر أو فرصا أكبر للوصول إلى البرنامج، مقارنة بالمناطق الأخرى التي تقل فيها الفرص والإمكانيات للوصول إلى البرنامج المتمركز في الشمال. انعدام المشاركة من منطقة الغرب في البرنامج، وقلة المشاركة من الشرق يمكن أن تكون نتيجة للتحديات الجغرافية مثل بعد المسافات أو قلة الوعي بالبرنامج في هذه المناطق. كذلك بالنسبة للجنوب فإلى جانب بعد الولايات عن الشمال لابد من ذكر عامل الالتزام الديني والأخلاقي فهي منطقة محافظة أكثر وأقل انفتاحا مقارنة بالمناطق الأخرى، ومع ذلك كانت نسبة المشاركة معقولة من الجنوب مقارنة بالغرب الذي شهد غيابا تاما في البرنامج رغم تفتحه على الثقافات الأخرى.

في الحقيقة أسهم برنامج الوزن الرابح في إثارة الفتن بين هذه المناطق بسبب التفاوت النسبي في المشاركة والتي حظي فيها الشمال بحضور كثيف مقابل غياب تام للغرب، وهذا يرمز إلى هيمنة ثقافية وإعلامية لمناطق محددة دون سواها بما يعكس خطابا قيميا غير متوازن، وقد لُوحظ من خلال ردود أفعال الجماهير خاصة في

منطقة الغرب التي انعدمت فيها المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أنهم جد مستائين لإقصائهم من المشاركة مستخدمين في تعبيرهم مصطلحي الجهوية والعنصرية، كون البرنامج ذو طابع وطني ويُفترض أن يعكس تنوع المجتمع الجزائري جغرافيا وثقافيا. بينما استغرب آخرون تعزيز البرنامج لما يُوصف بالعولمة الثقافية بترويجه لبعض المفاهيم الخاصة بالثقافات الغربية، ما أدى إلى سحق الهوية ومخالفة العادات والتقاليد وقيم المجتمع. فبالعودة إلى مشاركة منطقة الجنوب باعتبارها محافظة وملتزمة بالضوابط الشرعية مقارنة بالمناطق الأخرى المتفتحة واجه المشتركين في البرنامج من منطقة الجنوب انتقادات وضغوط اجتماعية بسبب الاختلاط والسلوكيات السلبية في البرنامج واللباس الغير المتوافق مع العادات المحلية للمنطقة.

تلعب منطقة الانتماء الجغرافي والثقافي دورا هاما في تشكيل هوية المشتركين في برنامج الوزن الرابح وعليه وجب على إدارة البرنامج تحقيق التنوع وشمول جميع المناطق الجزائرية دون استثناء لتحقيق مبدأ تكافؤ الفرص والتفاعل الاجتماعي الإيجابي، إضافة إلى إبراز الفوارق الثقافية في التعامل مع الصحة، التغذية والرياضة، باعتبار أن كل منطقة جغرافية تمتاز بعادات غذائية ونمط حياة مختلف، ما يؤثر على خلفية المشتركين بشأن السمنة وأسبابها. كما يمكن للبرنامج أن يمنح للمشتركين الفرصة لإبراز هويتهم المحلية من خلال اللهجة المحلية وطريقة الحديث، اللباس المحلي والتقليدي، إضافة إلى الشعور بالمسؤولية لتمثيل منطقتهم بصورة إيجابية. وبهذا يكون الاختلاف الثقافي مصدرا للإلهام لا سببا للانقسام، وهكذا تكون المشاركة متوازنة وعادلة إذا ما اقتُرنت بالضوابط الشرعية والتقاليد، مما يجعل تجربة البرنامج إيجابية لكل من المشترك ومجتمعه.

1 –4–الحالة الاجتماعية:

يوضح الجدول الخامس أن أكثر من نصف المشتركين في البرنامج هم من العزاب، وهي الفئة الأكثر تمثيلا ربما يعود ذلك لقلة التزاماتهم مما يسهل تواجدهم في مثل هذه البرامج، تليها فئة المتزوجين بمعدل مشتركين اثنين وتعتبر نسبة مهمة وتمثيلا جيدا لها، وهذا راجع لمحتوى البرنامج الذي يهم هذه الفئة كذلك ثم فئة الأرامل التي مثلتها مشتركة واحدة فقط. اللافت للنظر في البرنامج أنه لم يقتصر فقط على مشاركة العزاب الذين وصل عددهم إلى أكثر من نصف المشتركين، بل شمل كذلك نسبة معقولة من المتزوجين من كلا الجنسين، حيث انفصلوا عن أزواجهم وأبنائهم لفترة تجاوزت بضعة أشهر، ونحن على قناعة أنه في ديننا الحنيف عندما تسافر المرأة لمسافة بعيدة يتوجب عليها أن تكون رفقة محرم، ناهيك عن قضاء كل هذه المدة للعيش بعيدا عن منزل العائلة أو بيت الزوجية وسط مجموعة غرباء.

هذا البرنامج الذي يسمح بالاختلاط بين الجنسين وخاصة المتزوجين، مرفوض في بلد محافظ لأنه سلوك أجنبي ويقوض مؤسسة الأسرة ويحرمها من نبلها وشخصيتها المقدسة، فالأسرة لها أهمية كبيرة في الإسلام خاصة العلاقة بين الزوجين التي قوامها المودة والرحمة، لقول الله تعالى: " وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُم مِّنْ أَنفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِّتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُم مَّوَدَّةً وَرَحْمَةً" (الروم: 21). فعلى الرغم من استخدام البرنامج لخطاب التضحية العائلية، فإنه يُظهر بوضوح أن الانفصال الجسدي والزمني لمدة طويلة يُحدث فراغا عاطفيا واجتماعيا كما يُهدد قيمة التضامن الأسري، وهو ركيزة أساسية من ركائز المرجعية الثقافية المحلية، وغالبا ما يؤدي إلى ضعف الروابط الزوجية ويؤثر على نفسية الأبناء وتربيتهم، إذا كان أحد الوالدين هو من يتكفل بهم لوحده وهذا ما يقصده النبي –صلى الله عليه وسلم– في حديثه الشريف: "كلّكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته".

قُوبل البرنامج بانتقادات واسعة من طرف الجمهور لأنه لاحظ أن هذا الاختيار يُعتبر تجاوزا لحدود القيم الدينية والاجتماعية، ولا يتماشى مع صورة الأسرة الجزائرية المحافظة بل يُدمر قيمها، حتى وإن كان الغرض من المشاركة في البرنامج هو إنقاص الوزن فهناك طرق أخرى يمكن اللجوء إليها لتحقيق ذلك فيما يرضي الله. كما أن الإقامة مع غير المحرم لفترات طويلة يتسبب في إشكال شرعي لعدم الالتزام بالضوابط الشرعية سواء في اللباس أو التعامل لذا وجب الابتعاد عن أي شبهة قد تفتح أبواب الفتنة أو تتسب في مواقف غير أخلاقية. صحيح أن الإسلام يدعو للعناية بالجسد لتتحقق الصحة، لقول النبي –صلى الله عليه وسلم–: "إن لبدنك عليك حقًا" (رواه البخاري). ولكنها مشروطة بطرق تتماشى مع القيم الاجتماعية والدينية.

1–5– الوزن:

لوحظ في الجدول السادس أن أكثر من نصف المشتركين ضمن فئة الوزن 100 إلى 150 كغ، مما يجعلها الفئة الأكثر تمثيلا، تليها الفئة التي تراوح وزنها بين 151 و200 كغ بنسبة أقل، ولكنها نسبة معتبرة حيث أن البرنامج يستهدف الأشخاص الذين لديهم وزن أعلى من 100 كغ، أما الفئة التي حصلت على أقل نسبة بأقل من 100 كغ، كانت من تمثيل المشترك الذي التحق بالبرنامج لاحقا، حيث تم إشراكه في البرنامج بشكل استثنائي لأنه يعاني من الوزن الزائد مقارنة بصغر حجمه.

الملاحظ كذلك في البرنامج أن التفاوت الكبير في الوزن بين المشتركين قد يجعل المنافسة على اللقب غير عادلة فالمشترك الذي يزن 100 كغ على سبيل المثال، تكون لديه الفرصة في تحقيق نتائج سريعة ومبهرة أكبر بكثير من المشترك الذي يزن 150 كغ، كما أنه ليس من العدل الاعتماد على عدد الكيلوغرامات

المفقودة فقط وإقصائهم بسبب عوامل خارجة عن إرادتهم، وإنما يُفترض الأخذ بعين الاعتبار الفروق الصحية بين المشتركين، فمثلا بعض المشتركين لديهم معدلات حرق متفاوتة ومشكلات طبية مما يؤثر على سرعة نزول الوزن، لذا كان من المفروض أن يشمل التقييم الجهد المبذول والتقدم الصحي، ومن جهة أخرى لم يركز البرنامج على الصحة والعافية بقدر تركيزه على الأرقام والوزن، وهذا الأخير يتسبب في غالب الأحيان بالإحباط والفشل لدى المشتركين، وبالتالي يؤثر على سلوكهم الغذائي وصحتهم النفسية خلال وبعد انتهاء البرنامج، وهذا ما صرحت به صاحبة اللقب في أحد البرامج استضيفت فيه، مشيرة أنها كانت تتعالج عند طبيب نفسي، وقد تضاعف وزنها أكثر مما كان عليه قبل دخولها لبرنامج الوزن الرابح.

تعتبر فئة الوزن في البرنامج أداة مركزية في البناء السردي والبصري، حيث يتحول الميزان إلى رمز للانتصار أو الفشل. ويُربط نقصان الوزن بقيم الانضباط والإرادة والعمل الجماعي، غير أن هذا التوظيف يقوم باختزال الجسد في أرقام، ويُكرس فكرة أنه مادة تخضع للقياس والمقارنة، وعليه تصبح فئة الوزن وسيلة حجاجية تُستعمل للتأثير في الجمهور عبر الإثارة الدرامية والمؤثرات البصرية، بدل أن يعزز الوعي الصحي المتوازن.

2-فئة الوسائل التعبيرية:

2-1-فئة اللغة:

إن اللغة في برنامج الوزن الرابح تُوظف كعنصر تعبيري يساهم في بناء الخطاب الحجاجي والبصري للبرنامج، ويتضح من الجدول السابع أن اللغة العربية الفصحى كانت محدودة الاستخدام، حيث اقتصرت على السياقات التقريرية والرسمية، كتقديم الفقرات العامة من طرف مقدم البرنامج في بداية ونهاية كل حلقة من حلقات البرنامج، أو شرح القواعد الخاصة في كل تحدٍ من التحديات، وفي مختلف الأنشطة التي يقوم بها المشتركون أحيانا في تنقلاتهم، فكان توظيفها مجرد وسيلة لإضفاء طابع الحيادية والمهنية، وهي محدودة الاستخدام مقارنة باللغة الهجينة -العامية واللغة الفرنسية- التي كانت مهيمنة في التواصل الإعلامي، وهذا الازدواج اللغوي راجع للإرث الاستعماري الفرنسي بالدرجة الأولى، حيث لا تزال اللغة الفرنسية تُستخدم كلغة ثانية رسمية تقريبا في مختلف المجالات، خاصة في المجال الإعلامي والتعليمي دون أن ننسى المجال الصحي لذا يُفضل صناع البرنامج والمشتركين والمدربين استخدامها في حواراتهم اليومية على اللغة العربية الفصحى بشكل كبير، كون البرنامج يتناول موضوعات عن التغذية والصحة، وأغلب المصطلحات مستوحاة من المصادر الفرنكوفونية ويصعب تغييرها أحيانا مثل: كالوري calories، ديتوكس detox، كارديو cardio، ميتابوليزم metabolism، وغيرها من المصطلحات، لذا يعتبرونها اللغة الأكثر توافقا وملاءمة للقرب من الجمهور المتلقي، وتُضفي الطابع الشعبي وهي أكثر جاذبية للشباب. كما تكشف العامية الممزوجة

باللغة الفرنسية عن تأثر واضح بالثقافة الغربية، فهي من ناحية تُقرب الخطاب من المتلقي وتعزز جاذبيته ومن جهة أخرى تُضعف المرجعية القيمية المحلية وتكرّس صورة استعراضية غير رصينة. فهي آلية أساسية لإبراز القيم الأخلاقية المتباينة بين الإيجابية (البساطة القرب) والتبعية الثقافية.

2-2- فئة الموسيقى والمؤثرات الصوتية:

اعتمد برنامج الوزن الرابح على الموسيقى والمؤثرات الصوتية باعتبارها عنصرا محوريا يساهم في تعزيز الجانب النفسي والعاطفي بشكل فعال سواء لدى المشترك أو المشاهد، وكانت مختلفة ومتنوعة.

المؤثرات الصوتية كانت الأكثر استخداما في البرنامج باعتبارها وسيلة مهمة لدعم المحتوى البصري بالنسبة للمشاهد، وتعد عنصرا أساسيا للتأثير على عواطفه مما يدفعه للتشويق والتفاعل مع البرنامج، ومن أهم المشاهد التي اعتُمد فيها على المؤثرات الصوتية في البرنامج، مشاهد التحديات باستخدام مؤثرات صوتية مفاجئة، كمشهد سقوط أحد المشتركين خلال التحدي الصعب، وأيضا لحظة الإعلان عن النتائج من خلال تأثيرات صوتية حادة يتخللها صمت أحيانا يليه إعلان النتيجة، إضافة إلى تضخيم أصوات الهتافات والتصفيق عند تحقيق نتائج إيجابية، وإبراز صوت المدرب وهو يقول: "لا تستسلم، أسرع" من خلال صوت صدى قوي، كما اعتمد البرنامج على تأثير صوتي يُوحي للدراما عند عرض التحول الجسدي للمشترك من خلال الانتقال من صورة إلى أخرى، كل هاته المشاهد المصحوبة بالمؤثرات الصوتية تُحدث تأثيرا نفسيا على المشتركين والمشاهدين، فهي تبث الطاقة والحماس وتثير المشاعر كما تعمل على تحفيز التغيير وخلق التوتر والإثارة.

اعتمد البرنامج أيضا على نسبة معتبرة من مشاهد مصحوبة بالموسيقى التحفيزية، وكانت أغلبها تتمحور في مشاهد التمرينات أو التحديات مما يساهم في خلق جو من الحماس، الإصرار والتحدي، وكان للموسيقى الهادئة نصيب في البرنامج لخلق التوازن العاطفي، حيث استُخدمت في القصص الشخصية والحديث عن التحديات النفسية، كان الغرض منها توفير لحظات للراحة العاطفية للمشتركين.

كانت النسب بين الأنواع الثلاثة للمؤثرات الصوتية والموسيقى بنوعيها متقاربة وتم استخدامها في البرنامج كوسائل استراتيجية لتعزيز الرسائل وتوجيه المشاعر وتحقيق مشاهدة أكثر، ففي بعض الحلقات كانت تُستخدم موسيقى ومؤثرات صوتية تستغل الألم الشخصي للمشترك كوسيلة لجذب المشاهد دون احترام خصوصيته وغالبا ما كانت تُستخدم في مشاهد الفشل أو التعثر في التحديات، وعليه فإن توظيفها يقتضي أن يتم في إطار منضبط ومتوازن، وذلك لما لها من انعكاسات نفسية على المشتركين داخل البرنامج وعلى الجمهور

المتلقي على حد سواء. فمن حق المشاهد الحصول على تجربة مشاهدة مشوقة ولكن دون المبالغة في خلق إثارة مصطنعة.

3-فئة العناصر الفنية:

3- 1- فئة القوالب الفنية:

تُظهر معطيات الجدول التاسع لفئة القوالب الفنية، أن برنامج "الوزن الرابح" يرتكز بشكل كبير على **قالب الحديث** المباشر (التصريح) التي فاقت نسبته بقية القوالب الفنية الأخرى بشكل كبير، ويُعتبر الأكثر استخداما مما يؤكد تركيز البرنامج على عنصر التفاعل المباشر، وجاء على شكل تصريحات مباشرة عفوية تكون عادة من طرف المدرب والمشتركين، ونادرا من أخصائية التغذية، وتُعرض غالبا قبل وبعد التحديات حيث تُتيح لهم سرد قصصهم بأنفسهم والتعبير عن تجاربهم ومشاعرهم قصد زيادة الحماس والإثارة في البرنامج ولكن ما لُوحظ في بعض التصريحات أنه تم استغلال الحديث المباشر للإساءة أو الانتقادات القاسية مستهدفين بعضهم البعض في البرنامج. واعتمد البرنامج من ناحية أخرى على مزيج من القوالب الفنية الإعلامية: **التنشيط، التقرير والربورتاج**، وكان ذلك بنسب متقاربة وبشكل متكامل للتأثير على المشاهد وتحفيزه أكثر نفسيا وسلوكيا. وقد كان الغرض من كل قالب ما يلي:

بالنسبة **للتنشيط**: يفتتح مقدم البرنامج الحلقة بعرض ملخص عن الحلقة السابقة، وتقديم فقرات خلال الحلقة أثناء التدريبات، التحديات والتصويت المباشر، ثم يأتي عرض سريع للتحديات الموالية، وكل هذا مصحوب بموسيقى حماسية ومشوقة بغرض شد انتباه المشاهد وتحفيزه على المتابعة والتفاعل. يأتي بعدها دور المقدمة سليمة سواكري باعتبارها الوجه الإعلامي الرسمي الذي يربط الجمهور بمحتوى البرنامج، ساهمت في تنظيم فقرات البرنامج وكانت كثيرة الظهور في التحديات وإعلان النتائج الأسبوعية من خلال البرايم -حلقة أسبوعية مباشرة وحاسمة داخل البرنامج-، استخدمت خبرتها كرياضية لتحفيز المشتركين على الصبر الانضباط والمثابرة، كما لعبت دور الوسيط بين المشتركين وفريق العمل، كانت علاقتها قوية مع المشتركين الذين كانوا يعتبرونها مصدر إلهام لهم.

استُخدم **التقرير الصحفي** في برنامج الوزن الرابح كقالب فني باعتباره أداة مناسبة لتقديم إحصائيات وتفاصيل عن وزن المتسابقين وأدائهم البدني إضافة إلى تغيراتهم الصحية، كما تم تسليط الضوء على العامل النفسي من خلال التحديات التي يواجهونها، واستُخدم كذلك لإبراز قصص المشتركين من خلال التركيز على بداية رحلتهم في إنقاص الوزن وتحدياتهم، إضافة إلى اللحظات العاطفية قصد الإلهام والتأثير على

الجمهور، كما اعتمد البرنامج أيضا على **التقرير التحليلي** من خلال تحليل المدربين لأداء المشتركين وما يجب القيام به من أجل تطويره مع مجموعة من النصائح الواجب اتباعها، والمعايير المفروضة عليهم لتحقيق التغيير المطلوب في ظرف وجيز. أقرب مثال لذلك تقرير من دقيقتين تقريبا عن إحدى المشتركات بالبرنامج التي خسرت حوالي 3.2 كغ في الأسبوع، وانخفضت نسبة الدهون لديها بحوالي 1.4%، وكان المقابل معاناتها من ألم حاد في الركبة.

واعتمد البرنامج على قالب **الربورتاج**، فبالرغم من محدودية استخدامه مقارنة بالقوالب الأخرى، إلا أنه ساهم في تعزيز البعد العاطفي والتحفيزي من خلال السرد القصصي، المونتاج الدرامي والموسيقى، تم توظيفه في تقديم خلفيات عن حياة المشتركين وتوثيق عنائهم مع الوزن الزائد، والتغيرات النفسية والجسدية خلال حلقات البرنامج، ولكن ما يُعاب عليه أنه تم استغلال خصوصية المشتركين وعواطفهم بشكل مبالغ إذ تعكس بعض المشاهد المتكررة في حلقات البرنامج، حيث ظهر بعض المشتركين وهم في حالة بكاء نتيجة التعب والضغط النفسي توظيفا واضحا للبعد الدرامي في البرنامج، فإلى جانب البُعد الواقعي المرتبط بالتحدي الرياضي، تمت إضافة موسيقى حزينة عززت الاستثارة الانفعالية لدى الجمهور. هذا الأسلوب يدخل ضمن ما يسميه الباحثون في الاتصال **بالحجاج العاطفي(Pathos)** ، الذي يعتمد على إثارة المشاعر أكثر من تقديم معطيات عقلانية. وبذلك فإن البرنامج لا يكتفي بترسيخ قيم إيجابية مثل المثابرة والصبر، بل يوظف أيضا خطابا انفعاليا أقرب إلى المنطق التجاري لجذب المشاهدين.

صحيح أن استخدام قالب الربورتاج يُعزز جودة البرنامج، إذ يُضفي بعدا واقعيا، ويُقرب المشاهد من التجربة الإنسانية للمشتركين، إلا أن قيمة هذه الصيغة تبقى مرتبطة بما يتوافق مع المبادئ الأخلاقية والمهنية. فإذا استُغلت أو استُخدمت للتلاعب بمشاعر الجمهور من خلال المبالغة والدراما المصطنعة، فإنه يفقد مصداقيته ويتحول من وسيلة للإفادة إلى أداة للاستغلال.

واستُخدم قالب **الدراما** كذلك في برنامج الوزن الرابح باعتباره عنصرا فنيا مهما، حيث ساهم في بناء قصة شاملة للتغيرات الحاصلة على المستوى الشخصي والعاطفي للمشتركين، مما يجعل الجمهور يحس بالتعاطف مع كل واحد منهم والتفاعل مع رحلتهم طوال فترة رحلتهم حتى نهاية البرنامج، وتساهم الدراما في تعزيز عنصري التشويق والإثارة بالاعتماد على مختلف تقنيات التحرير والمونتاج كالانتقالات السريعة من لقطة إلى أخرى ولقطات التوتر والقلق والترقب، وغيرها من اللقطات المثيرة التي تزيد من تفاعل الجمهور. كما تم عرض مسلسل درامي تمثيلي من طرف المشتركين في البرنامج تحت عنوان "حريم الميزان"، وهو مستوحى من المسلسل التركي "حريم السلطان" من ناحية البيئة واللباس، ويعتبر المسلسل جزء من تحد إبداعي وتوعوي

داخل البرنامج، مدته قصيرة يتألف من جزأين، اشتمل على مشاهد درامية وأحداثه تمس قضايا الوزن والصحة النفسية، تم إدخال عنصر التشويق والدراما بهذا الشكل لجعل البرنامج أكثر جاذبية، وكانت فرصة للمشتركين للتعبير العاطفي وتفريغ الضغوط النفسية، وفي نفس الوقت إظهار مواهبهم الفنية. التمثيل الدرامي كان مبنيا على ما يعايشه المشتركون في البرنامج، إذ تم إعادة تصوير مشاعرهم التي غالبا ما كانت مليئة بالضغط، الغيرة والتوتر، وسلوكيات الغيبة والنميمة، نشر الشائعات داخل المجموعة، والشخص الذي يدعي الصداقة ويطعن من يبتسم ويتمنى الفشل وغيرها من المشاعر. والمسلسل يقدم نموذجا ساخرا وربما ناقدا لمثل هذه السلوكيات والممارسات، ولكن ما يُعاب عليه أنه قدمها بطريقة مبالغ فيها مما قد يؤثر على الرسالة المراد إيصالها للجمهور.

يكشف تحليل القوالب الفنية في برنامج الوزن الرابح عن إشكالية محورية تتداخل مع أهداف البحث وهي: حدود التوازن بين وظيفة التوعية والبعد الترفيهي في الخطاب الإعلامي حول الصحة. فبينما يهدف هذا البرامج ظاهريا إلى تعزيز الوعي الصحي وغرس قيم الانضباط والصبر، تكشف القراءة النقدية أن استخدام القوالب الفنية يمكن أن يحوّل الرسالة إلى منتج إعلامي يركز على الجذب والحماس، بدلا من أن يكون وسيلة تعليمية بحتة. لذا، فإن الخطاب السمعي البصري للبرنامج لا ينفصل عن منطق الإعلام الجماهيري القائم على التأثير والإقناع من خلال الترفيه، مما يؤدي إلى التقاطع بين قيم الصحة العامة مع قيم السوق والتنافسية.

3-2-فئة الإضاءة:

حسب نتائج الجدول العاشر يتضح أن البرنامج اعتمد على الإضاءة القوية أكثر في كل الحلقات قصد خلق بيئة مفعمة بالحيوية، كون البرنامج يغلب عليه طابع المنافسة والحماس، كما تساهم في إبراز تفاصيل ملامح المتسابقين في لحظات التعب والمعاناة أثناء التدريبات، أو خلال الانفعالات عند لحظة الوزن. وتوجه في نفس الوقت انتباه المشاهد إلى تفاصيل معينة ومقصودة في المشهد، مثل شاشة النتائج أو المشترك نفسه. إلى جانب ذلك، فهي توصل رسالة البرنامج للمشاهد على أساس أنها رمز للتحول الإيجابي وكأن المشترك يخرج من الظل إلى النور. كما وظف البرنامج الإضاءة الطبيعية بنسبة معتبرة مما يدل على أنه يسعى إلى تقديم مشاهد واقعية، عفوية وغير مصطنعة، تعكس أجواء الحياة اليومية للمشتركين، سواء في لحظات التمرينات الرياضية والتحديات أو اللحظات التي يقضونها خارج الاستوديو. فالإضاءة الطبيعية تساهم غالبا في زيادة الإنتاجية والقضاء على المزاج السيء وتعزز من اليقظة والتركيز. ويمكن النظر إلى الإضاءة الطبيعية على أنها أداة بسيطة لا تتطلب إمكانيات مادية وبشرية وغير مكلفة، ولكنها في نفس الوقت فعالة لما لها من فوائد صحية، اجتماعية ونفسية متعددة تساهم في خلق بيئات أكثر إنتاجية.

أما الإضاءة الخافتة فغالبا ما كانت تُستخدم لخلق الأجواء الدرامية أو العاطفية قصد إيصال رسالة محددة للمشاهد والتأثير على مشاعره، وبالتالي يتفاعل بشكل كبير مع المحتوى العاطفي للبرنامج، مثلا في لحظات التوتر أثناء الكشف عن النتائج أو التغير العاطفي لدى المشترك، غالبا ما كانت تستخدم الإضاءة الخافتة لتوجيه الانتباه إلى تعابير الوجه، الدموع في لحظات الإنجاز الشخصي أو الانكسار. وهذا النوع من الإضاءة يجعل المشاهد يحس وكأنه يعيش لحظات شخصية مع المشترك.

3-3-فئة اللقطات المصورة:

اللقطات المصورة في برنامج الوزن الرابح هي عبارة عن مشاهد يتم تصويرها وعرضها ضمن حلقات البرنامج، وكونها مادة بصرية تُستخدم عادة لسرد قصة المشتركين وتوثيق تطورهم خلال مشاركتهم في البرنامج وتحتوي أنماطا مختلفة من التصوير حسب المحتوى والهدف. وتمثلت حسب التحليل الكمي للجدول الحادي عشر في **لقطات المشتركين خلال إنقاص الوزن** بأعلى نسبة، ما يدل على تركيز صناع البرنامج على توثيق الجهد الشخصي للمشتركين والتغيرات البسيكولوجية والبدنية التي يمرون بها، مما يؤثر في المشاهد ويعزز عنده خاصية التفاعل والتعاطف معهم. ومن بين أكثر اللقطات التي ركز عليها البرنامج مشاهد التمارين الرياضية التعب الجسدي والمعاناة، الميزان والتحديات.

عند تحليل لقطات المشتركين في البرنامج لُوحظ في الكثير منها انتهاكا لخصوصياتهم وكرامتهم، فهناك لقطات محرجة تُظهرهم في مواقف غير لائقة يمكن أن تؤثر سلبا على حالتهم النفسية من بينها اللقطات التي تُبرز الصعوبات التي يواجهونها أثناء التمارين والتحديات، ربما ليسوا على دراية بكيفية استخدامها والغاية من عرضها، فإظهار مشاهد البكاء أو لحظات الإحباط بشكل متكرر قد يتحول من وسيلة للتعبير عن المعاناة الحقيقية إلى مجرد أداة للإثارة العاطفية. كما يوثق البرنامج أيضا لقطات لرحلة فقدان الوزن من خلال استغلال المشتركين على حساب صحتهم الجسدية والنفسية لتحقيق أعلى نسب مشاهدة ويعزز الصورة النمطية السلبية عن المظهر والوزن، عوض التركيز على تقديم رسالة إيجابية للمشاهد التي تعزز الرضى وتقبل الذات.

تظهر في البرنامج **لقطات خاصة بأخصائية التغذية ومدرب اللياقة البدنية** بنسبة معتبرة هي الأخرى نظرا للدور الحيوي الذي يلعبانه في دعم المشتركين خلال رحلتهم نحو فقدان الوزن وتحفيزهم لتحسين صورتهم. وتُوضح اللقطات التلفزيونية تفاعل الأخصائية والمدرب مع المشتركين، حيث يقدمان أهم النصائح والإرشادات اللازمة لتحقيق أهدافهم الصحية بحكم خبرتهما في المجال، وتكرار هذه اللقطات يُطمئن المشاهد ويُرسخ في ذهنه أن الهدف من البرنامج هو تبني نمط حياة صحي تحت إشراف مهني.

بالنسبة لأخصائية التغذية غالبا ما تظهر في لقطات مرتدية بدلة خاصة بالطبخ وتُحضر لهم أطباقا صحية وتُشرك في كل مرة أحد المشتركين بالبرنامج في إعداد الوجبات، وفي نفس الوقت تقدم معلومات حول الوجبة التي هي بصدد تحضيرها للمشتركين قصد تثقيفهم حول أهمية التغذية السليمة، وتضع عادة خططا غذائية تتناسب مع احتياجات المشتركين لتحقيق الوزن المثالي.

أما مدرب اللياقة البدنية فمهمته كانت تصميم البرامج والتمارين الرياضية المناسبة وتقديم التحفيز للمشتركين خلال الحصص التدريبية التي كان يجريها يوميا في القاعات الرياضية المغلقة تارة، وأخرى في الهواء الطلق في وقت مبكر لضمان أفضل النتائج. وأحيانا كان يستضيف مدربين من كلا الجنسين مختصين في رياضات معينة للاستفادة أكثر، وكان صارما في تدريباته لدرجة كان يُسلط عقوبات قاسية في حال عدم الالتزام بالمطلوب، فتدفع بالمشترك أحيانا إلى حد البكاء والإحباط، وأحيانا النرفزة والانسحاب من الحصة التدريبية.

تظهر في البرنامج **لقطات لمختلف الأماكن** بمعدل تكرارات أقل، وبنسبة معتبرة هي الأخرى. كانت تُستخدم لتدعيم أجواء التحديات وتحفيز المشتركين للاستمرار، إضافة إلى التنوع البصري للمشاهد، وتمثلت أهم هذه الأماكن في: قاعات الرياضة باعتبارها أبرز مكان في البرنامج أين تُعرض تدريبات المشتركين والمجهودات البدنية الشاقة ومراحل التحول الجسدي، وأماكن على مستوى إقامتهم كالمطبخ الذي تظهر فيه عادة أخصائية التغذية محاطة بالمشتركين، وأحيانا لقطات لغرفهم وقاعة الجلوس التي تجمع بينهم فيتبادلون أطراف الحديث، ويستقبلون فيها عادة صوت التحدي ليُبلغهم بالتفاصيل المتعلقة بالتحدي القادم، وأحيانا يلتقون فيها بالمدرب ومنشطة البرنامج لشرح تفاصيل أكثر حول قوانين التحديات. وتظهر أيضا في البرنامج لقطات عن أماكن طبيعية مثل الشواطئ، الحدائق، الصحاري والغابات، وهي أماكن جذابة وسياحية بامتياز تُستخدم في البداية للاسترخاء وتنتهي بالتحديات، ولقطات لقاعة مضيئة داخل الإقامة يتم فيها تقييم القياسات الخاصة بالمشتركين، ولقطات أخرى عن منصة الوزن وهو مكان رمزي مخصص لقياس الوزن وهو يمثل قيمة درامية إذ يتوج فيه مجهود أسبوع بأكمله.

تغيير الأماكن وتنوعها أداة فنية وتربوية، تهدف إلى الجمع بين التشويق النظري والسرد القصصي، وإثراء التجربة الإنسانية للمشتركين والمشاهدين.

جاءت لقطات **قبل وبعد رحلة إنقاص الوزن** في الأخير بنسبة أقل، وهي عبارة عن مشاهد بصرية تبرز من خلالها المقارنة بين شكل المشترك وتحولاته الجسدية من بداية البرنامج إلى نهايته، كدليل على أن

الالتزام بالتعليمات والتفاني في العمل يؤدي إلى تحقيق نتائج أفضل. وكان يُعرض فيديو قصير لكل مشترك حقق نتائج جيدة، بعنوان الوزن الرابح مثلا ثم اسم المشترك تليه عبارة قبل وبعد، يُبرز تحولاته الجسدية خلال البرنامج وهو ما يعكس تأثير التقيد بالنظام الغذائي والالتزام بالتمارين الرياضية.

صحيح أن اللقطات المصورة في برنامج الوزن الرابح تؤدي عدة وظائف مهمة، منها التعليمية والصحية من خلال مشاهدة سلوك المشتركين وهم يطبقون الأنظمة الغذائية الصحية والتمارين الرياضية (التعلم بالنمذجة)، إضافة إلى تعزيز القيم الاجتماعية من خلال اللقطات التي تُظهر العمل الجماعي، والذي يعزز بدوره مفاهيم الإرادة والصبر، وأحيانا باستخدام الأسلوب الترفيهي تُقدم معلومات تربوية بطريقة غير مباشرة تكون جذابة، إلا أنه من الواجب احترام خصوصية المشتركين، والامتناع عن عرض مشاهد تحرجهم وقد تؤثر عليهم نفسيا، فاحترام حقوقهم وراحتهم يعد من بين أهم الشروط اللازمة لإنتاج محتوى إعلامي أخلاقي.

4- فئة المظهر الخارجي:

4-1-فئة اللباس:

تلعب فئة اللباس دورا مهما في برنامج الوزن الرابح كونه يعكس روح البرنامج وتعزيز هويته، وكان التركيز على **اللباس الفاضح نوعا ما**، حيث شكل هذا النمط النسبة الأكبر من الأزياء الأخرى والأكثر ظهورا في البرنامج ،لغرض تسليط الضوء على التغيرات الجسدية والتقدم البدني لدى المشتركين بشكل واضح، مما يعزز من الإحساس بالواقعية والتحدي لدى الجمهور، وهو يعتبر غير مألوف، ومحل انتقاد كونه يتناقض مع التقاليد المحلية والمفاهيم الأخلاقية المحافظة في المجتمع، وكان **اللباس المحتشم** حاضرا في بعض الحلقات ما يعكس التوازن النسبي، كما برز **اللباس التقليدي** في بعض اللحظات وهو ليس مجرد مظهر بل كان يحمل معاني ودلالات قوية، أي أن فقدان الوزن أو التغيير الشخصي لا يعني التخلي عن الهوية، وعليه لابد من الاعتزاز بالجذور الثقافية، وكان ظهوره بارزا أكثر في الربورتاج التعريفي لكل مشترك في البرنامج، وفي بعض المناسبات خاصة في المناطق السياحية التي كانوا يتوجهون إليها.

بالنسبة **للحجاب** في البرنامج كان بأقل نسبة، فعلى الرغم من كونه عنصرا أساسيا من الهوية الدينية والاجتماعية في الجزائر إلا أنه كان محدودا للغاية بمشاركة امرأة واحدة، وعرضها للحجاب كان مثيرا للجدل إذ كانت تظهر كثيرا في قاعات الرياضة وتتحدى المشتركين بارتداء سراويل ضيقة تبرز قوامها، وهي ممارسة تُعتبر غير متوافقة مع مفهوم الحجاب.

من الناحية الأخلاقية الإسلام لا يعارض ممارسة الرياضة، بينما يأمر المرأة بستر بدنها عدا الوجه والكفين أمام الأجانب، إضافة إلى ارتداء ملابس لا تصف تفاصيل الجسم، والمكان تُشترط فيه الخصوصية، وعدم الاختلاط أو إظهار الزينة. لقوله تعالى: «ولَا يُبْدينَ زينَتَهُن إلاَ مَا ظَهَرَ منهَا." (النور:31). فلا يجوز للمرأة أن تمارس الرياضة بملابس ضيقة أو أداء حركات رياضية أمام الرجال الأجانب وعلى الملأ عبر الإعلام، كونه يكشف تفاصيل الجسم ويلفت انتباه المشتركين والمشاهدين حتى ولو كانت النية حسنة فيها رسالة صحية وتوعوية.

يمكن اعتبار اللباس أداة إقناع غير لفظية تُسهم في بناء الصورة الذهنية، حيث يُعدّ المظهر الخارجي دليلا على النجاح والتحول الشخصي. يُشار إلى أن البرنامج يستخدم الملابس كعنصر جمالي للتأكيد على قيم الصحة والانضباط، ولكنه في الوقت نفسه يُغذي صورة نمطية للجسم المثالي، مُكرسا بذلك ثقافة المقارنة والمنافسة. حيث يتجلى الجسد كخطاب بصري يُستخدم في الإقناع بقدر ما يُستخدم في الترفيه.

2-4-فئة المايك اب:

المايك اب (المكياج) أو (مستحضرات التجميل) وسيلة لتحسين المظهر، وعليه كان النمط الغالب هو نمط **المايك اب الخفيف** أو **دون مايك اب** لدى أغلب المشتركات في معظم الحلقات، وهو ما يتناسب مع طبيعة البرنامج الذي تدور أغلب مشاهده حول الأنشطة الرياضية، فكان التركيز أكثر على الجهد البدني وليس المظهر.

وعلى الرغم من أن استخدام المكياج في البرنامج كان محدودا نسبيا، إلا أن اللافت للنظر كان وجود متسابقة محجبة تضع طلاء أظافر ملونا بانتظام، حتى في صالة الألعاب الرياضية. وهذا يُعطي انطباعا أقرب إلى الاستعراض الشكلي منه إلى الانسجام مع الرسالة الصحية والقيمية. بينما استخدام **المايك اب الكثيف** في البرنامج كان نادرا ولم يظهر بشكل مبالغ فيه، فغالبا ما كان يرتبط بالمناسبات الخاصة أو حلقات التصفيات والنهائيات.

5- فئة المشاهد التفاعلية:

5-1- فئة وسائط المشاركة والتفاعل:

في برامج تلفزيون الواقع تُستخدم استطلاعات الرأي العام لتعزيز تفاعل ومشاركة الجمهور وبالتالي توجيه المحتوى ليتناسب مع متطلباته، والملاحظ في برنامج الوزن الرابح كما هو مبين في الجدول الرابع عشر أن هذه الاستطلاعات لم تظهر على الإطلاق، وهذا يغيب التفاعل المباشر مع الجمهور واستشارته في محتوى البرنامج

ومخرجاته، كان التركيز بنسبة عالية على مواقع التواصل الاجتماعي كعنصر تفاعلي مقارنة بالعناصر التفاعلية الأخرى، من خلال التفاعل الرقمي غير المباشر مع الجمهور، أي المتابعة على شبكة الانترنت عبر موقع اليوتيوب بالنشر والتعليقات، هذه الأخيرة كانت تُحجب في غالب الأحيان بسبب ما تحمله من انتقادات سلبية على مضمون حلقات البرنامج والمشتركين، ولكن استخدامها كان محدودا للغاية مقارنة بالبرامج الأخرى، وركز البرنامج أساسا على تقديم المحتوى التلفزيوني بشكل تقليدي وتسليط الضوء على التحديات التي يواجهها المشتركون وتجربتهم في رحلة إنقاص الوزن، وهذا الخيار يعتبر استراتيجية متعمدة من البرنامج حماية للمشتركين من الضغوط الخارجية التي تطالهم، فهم مطالبون فقط بالتركيز على تحقيق نتائج جيدة بالتحديات البدنية والنفسية التي يواجهونها وبلوغ أهدافهم الصحية، معتمدين على أدائهم وتقييمات المختصين.

يعد إدماج الهاتف المحمول الذكي والولوج لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلاله في برامج تلفزيون الواقع من أهم العناصر التفاعلية، ويعتبر كاستراتيجية من استراتيجيات صناعة التأثير والإثارة الجماهيرية. وعلى الرغم من أهميته إلا أن استخدامه في برنامج الوزن الرابح سجل نسبة محتشمة، وتزامن ذلك مع زيارة مقدمة البرنامج رفقة المدرب (الكوتش) لإقامة المشتركين بولاية سطيف أين كانوا في زيارة للمنطقة، وخلال الاجتماع بهم في غرفة الجلوس استخدمت مقدمة البرنامج الهاتف للدخول إلى موقع من مواقع التواصل الاجتماعي وقراءة بعض تعليقات الجمهور المحفزة للبرنامج والمشتركين، وهو مشهد تفاعلي ويُعتبر آلية لإضفاء البعد التشاركي للبرنامج، ولكن من جهة أخرى هذا السلوك يثير تساؤلات أخلاقية، أهمها: هل هذه التعليقات تم انتقاؤها بعناية لتضخيم الإيجابية؟، وهل أُخفيت الآراء السلبية لتجنب التأثير على حالتهم النفسية؟.

يعرف المشتركون أن الجمهور يُتابع البرنامج ويُقيم كل التفاصيل، وهو ما قد يؤثر على سلوكهم ويوترهم أثناء التحديات، لذا عمد البرنامج إلى التركيز على محتواه التلفزيوني فحسب.

5-2-فئة مشاهد الطهي:

تُعتبر مشاهد الطهي الصحي في أي برنامج من البرامج التلفزيونية عنصرا مهما في الرسالة التوجيهية والصحية المراد إيصالها، لمساهمتها في ترسيخ ثقافة التغذية السليمة لدى المشاهد. والملاحظ في برنامج الوزن الرابح حسب ما تُظهره نتائج الجدول الخامس عشر أن مشاهد الطهي سجلت حضورا لافتا ما يعكس أهمية الغذاء الصحي إلى جانب الرياضة في رحلة إنقاص الوزن، وقد تميزت تلك المشاهد بجانب توعوي، تفاعلي

وعملي في آن واحد. وقد بلغت مشاهد **تقديم النصائح** من قبل أخصائية التغذية حول الغذاء الصحي أعلى نسبة من مجموع المشاهد وكانت أبرزها حول كيفية التحكم في الكميات المناسبة من الأكل للتقليل من كمية السعرات الحرارية، تناول الزيوت الطبيعية بكميات مدروسة كزيت الزيتون عوض الدهون المشبعة والمصنعة واستهلاك الخضر والفواكه بأنواعها لاحتوائها على الفيتامينات والألياف وتقضي على الإحساس بالجوع لفترات طويلة، إضافة إلى شرب كميات معتبرة من المياه المعدنية لتحسين عملية الأيض، إلى جانب ممارسة الأنشطة الرياضية بانتظام كجزء من نمط الحياة الصحية. كما حققت **مشاهد الطهي بمساعدة المشتركين** نسبة معتبرة مقارنة بالنصائح المقدمة من طرف الخبراء، وهي لقطات تُظهر التفاعل المباشر بين أخصائية التغذية وبين المشتركين، مما يعكس قيما تربوية كالتعاون وتعلم مهارات مفيدة للصحة باكتساب معارف أكثر فيما يتعلق بمكونات الوجبة الغذائية الصحية وفوائدها، والاعتماد على النفس من خلال تحضير وجبات صحية بأنفسهم مما يقلل من استهلاك الوجبات غير الصحية الجاهزة، إضافة إلى تعزيز الروح الجماعية من خلال التعاون في إعداد الوجبات والدعم المتبادل، وبالتالي يساهم في تحقيق نتائج إيجابية مستدامة وتحفز المشاهدين على اكتساب السلوكيات الإيجابية فيما يخص الغذاء الصحي.

وفي المقابل ظهرت مشاهد **تحضير وجبات صحية** من طرف أخصائية التغذية لوحدها نسبة جد ضئيلة مما يدل على أن الهدف من البرنامج لا يقتصر فقط على تحضير الوجبات الصحية الجاهزة، وإنما إشراك المشتركين في عملية تحضير الوجبات بأنفسهم، مما يسهل لهم اكتساب مهارات الطبخ الصحي التي تبقى راسخة في أذهانهم وأذهان المشاهدين.

يعد تحضير الوجبات الصحية في برنامج الوزن الرابح جزءا مهما في رحلة إنقاص الوزن والانتقال إلى نمط حياة أحسن، ولكن واجه المشتركون صعوبة كبيرة في التكيف مع الأطباق الصحية التي كانت مبرمجة فكانت تُحضر في الحلقات الأولى من البرنامج وسط تذمر كبير من طرف بعضهم، وانتقادات سلبية من طرف آخرين، باعتباره تحديا ذوقيا ونفسيا بالنسبة لهم مقارنة بالوجبات التي اعتادوا عليها سابقا، وهذا السلوك يُفقد المشتركين أهم قيمة من القيم الأخلاقية وهي قيمة الصبر، مما يدل على ضعف الاستعداد النفسي للتغيير الإيجابي.

5-3-فئة مشاهد التمارين الرياضية:

تعتبر التمارين الرياضية من بين أهم الأجزاء المكونة لبرنامج الوزن الرابح كونها تعزز الانضباط الذاتي والثقة بالنفس، فهي لا تقدم فقط كأداة لإنقاص الوزن، بل تساهم في ترسيخ وتعزيز بعض المفاهيم القيمية

لدى المشتركين والمشاهدين، أهمها: الالتزام الذاتي، الصبر، المثابرة، روح التحدي، وكذلك العمل الجماعي من خلال التجارب والتحديات اليومية الصعبة ومختلف المواقف التي تصاحبها، فهي وسيلة تربوية وصحية في نفس الوقت.

وقد أسفرت نتائج تحليل الجدول السادس عشر أن المشاهد الأكثر بروزا في البرنامج هي **التمارين الجماعية**، وهو ما يعكس التركيز على تعزيز روح المشاركة من خلال التعاون والدعم النفسي المتبادل بين المشتركين، وهو ما يجعل رحلتهم نحو إنقاص الوزن أقل صعوبة، إضافة إلى زيادة الحماس الذي يدفعهم عادة لبذل مجهودات أكثر. بينما كانت مشاهد **التمارين الفردية** أقل حضورا، حيث برز فيها الجهد الفردي والمقدرة على التحدي الشخصي ودرجة التحمل لكل مشترك، فكانت صعبة لأنها بدون دعم كما هو الحال بالنسبة للتمارين الجماعية. في حين سجلت مشاهد **التمارين في قاعة الألعاب الرياضية** سواء جماعية أو فردية نسبة أعلى من **مشاهد التمارين الرياضية في الهواء الطلق** التي تُقام في أماكن مثل: الشواطئ، الجبال أو الصحاري، هذه الأخيرة تكون غالبا في التحديات ونادرا في التحضيرات للتحديات المقبلة، والغرض منها إخراج المشتركين من النمط الروتيني مما يضيف بعدا آخر للتدريب في البرنامج.

تعتمد المشاهد خلال ممارسة التمارين الرياضية على بعض اللحظات الدرامية يتم تضخيمها إعلاميا قصد جذب أكبر نسبة مشاهدة، وخاصة تلك المتعلقة بلحظات الإصابات والانهيار العصبي التي غالبا ما تحدث أثناء التمارين القاسية أو خلال التحديات، بسبب الضغوطات التي يتعرض لها المشتركون، كما أن اللباس الرياضي الذي يرتدونه وبالأخص العنصر النسوي خلال التمارين الجماعية في بيئة مختلطة مع موسيقى حماسية وسط جو من التشويق والإثارة تفتقر إلى ضوابط الحشمة، تثير انتقادات في مجتمعنا المحافظ فبعض المشاهد تحتوي على حركات رياضية غير لائقة تتعارض مع القيم الدينية.

من بين المشاهد التي أحدثت جدلا أخلاقيا في البرنامج تلك المتعلقة بالتمارين الرياضية المختلطة خاصة مشاهد السباحة الجماعية تضم نساء ورجالا في نفس الفضاء، فالملاحظ أنها تتضمن غيابا تاما لمبدأ الفصل بين الجنسين وهذا يعتبر اختراقا للخصوصية الجسدية والضوابط الأخلاقية، فالأخلاقيات تختلف من مجتمع إلى آخر فما تراه بعض الدول أمرا طبيعيا قد يُعتبر مرفوضا في الدول المحافظة.

تكرار هذه المشاهد قد يؤدي مستقبلا مع الأجيال الصاعدة إلى تقبل سلوكيات لا تتماشى مع القيم الأخلاقية والثقافية للمجتمع الجزائري، لذا وجب مراجعة مشاهد الاختلاط في البرنامج على مستوى الشكل والمضمون قبل بثها لضمان رسالة إعلامية هادفة، تتماشى مع المرجعية القيمية والثقافية للجمهور المستهدف.

الرياضة مستحبة في الإسلام لما لها من إيجابيات خاصة فيما تعلق بالصحة الجسدية والنفسية، ولكن شريطة مراعاة اللباس المحتشم، وعدم الاختلاط غير المنضبط، أما إذا تجاوزت هذه الضوابط تصبح محل انتقاد من الناحية الدينية.

5-4-فئة مشاهد القياسات:

يُعتبر تتبع قياسات المشتركين في برنامج الوزن الرابح أمرا في غاية الأهمية، كون الوزن لوحده غير كاف لإعطاء التغيرات الواضحة لتكوين الجسم، فأحيانا الميزان لا يُظهر تغيرا كبيرا، ولكن بالاطلاع على نسبة خسارة الدهون واكتساب العضلات مثلا يمنح المشترك إرادة قوية للاستمرار، لهذا كان يُستخدم إلى جانب الميزان جهاز تانيتا الحديث لقياس تركيبة الجسم وإعطاء تقرير دقيق يشمل عدة تفاصيل تحدث داخل جسم كل مشترك فيعزز وعيه الصحي، ويُشرف على هذا الجهاز الكوتش المكلف بالتدريبات الرياضية.

تُظهر نتائج التحليل الكمي للجدول السابع عشر أن مشاهد القياسات الجسدية في مضمون جميع حلقات البرنامج تحتل نسبة مهمة من مجموع بقية المشاهد، بداية بفئة **قياس وزن المشتركين** التي تعد الأعلى نسبة وتكرارا، التي تُعرض بعد كل تحدي في نهاية الأسبوع ويغلب عليها طابعا دراميا مثيرا. تُعتبر هذه الفئة أهم جزء في الرحلة، الهدف منها تحليل أداء المشتركين مقارنة بالبدايات الأولى ثم تقديم نصائح لتجاوز عامل الإحباط وعدم الاستسلام خاصة الذين لم يحققوا تقدما إيجابيا، وتوعيتهم بأهمية فقدان الوزن.

تعتبر مشاهد مناقشة الوزن مع المشتركين أمرا تحفيزيا لهم، ولكن في بعض الأحيان تحمل تحديات أخلاقية ونفسية في نفس الوقت وجب التعامل معها بحذر، كتجنب التركيز المفرط على الأرقام، التأكيد على ضرورة خسارة الوزن في ظرف قياسي والإصرار على تبني عادات صحية، فالتعود على ممارسة التمارين الرياضية مرفقة بالتغذية السليمة يتطلب دعم المشترك نفسيا باتباع استراتيجيات فعالة لتحقيق نتائج أفضل.

من بين أهم فئات القياسات في البرنامج **مناقشة النتائج** التي بلغت نسبة معتبرة بعد فئة الوزن، وكان التركيز عليها أكثر من بقية الفئات نظرا لأهمية تقديم تحليل من طرف المدرب، يفسر فيه المؤشرات المتعلقة بكل مشترك وتغيراته الصحية، وهي محطة إلزامية لتقييم مدى تقدم المشتركين فتشمل الوزن بتفاصيله، أي وزن المشترك عند التحاقه بالبرنامج والوزن الذي حققه والفارق بينهما، إضافة إلى مناقشة نسبة السمنة، نسبة السوائل والدهون، وتثير لحظة الإعلان عن النتائج أمام الجمهور تساؤلات أخلاقية تتعلق باحترام الجانب الخصوصي ومدى التأثير النفسي على المشتركين، خاصة إذا كانت نتائجه غير مُرضية مما يشعره بالإحباط وهذا الأمر حدث في مناسبات عديدة لدى بعض المشتركين عند إعلان النتائج الخاصة بهم فراحوا يقارنون

إنجازاتهم بالآخرين، وأكثر مشهد مثير في إحدى حلقات البرنامج عند الإعلان عن النتائج أين تم إقصاء إحدى المشتركات وسط ذهول والدتها المشتركة في نفس البرنامج بعدما كانتا الوحيدتين المتحصلتين على نتائج أقل، وكان ضروريا إقصاء إحداهما من طرف بقية المشتركين عن طريق التصويت، فكانت ردة فعل الوالدة عدوانية بعد اختيارها للبقاء مقابل إقصاء الابنة، فأخذت تتلفظ بكلمات غير أخلاقية منتقدة البرنامج ومصداقيته، وبعد اتجاهها للإقامة قامت بأعمال تخريبية مما عرضها إلى دخول المجلس التأديبي من طرف القائمين على البرنامج، الذين قرروا في النهاية تسليط عقوبات عليها تمثلت في تنظيف كل الإقامة، إضافة إلى دفع مبلغ مالي تعويضا لما قامت بتخريبه في الإقامة.

يُظهر البرنامج أيضا مشاهد خاصة بتشخيص نسبة **السمنة** لدى المشتركين لتسليط الضوء على درجة الخطورة على الصحة في حالة الارتفاع مما يستدعي التدخل الطبي في بعض الحالات، كخطر الإصابة بأمراض القلب، السكري وارتفاع ضغط الدم، والملاحظ في البرنامج أن طريقة مناقشة هذا الجانب مع المشتركين إعلاميا وعلى مرأى المشاهدين يؤدي إلى الإحراج والتنمر في بعض الأحيان، بسبب تركيزه على مصطلحات ضرورة فقدان الوزن باعتباره مشكل اجتماعي متعلق بالمظهر الخارجي، لذا وجب مناقشة السمنة وتقديمه بطريقة تحفيزية وليس كعيب شخصي.

وتظهر مشاهد تعرض **نسبة الدهون** و**نسبة السوائل في الجسم** بنسب متقاربة وهي أقل النسب فيما يخص فئة مشاهد القياسات، والهدف منها إعطاء بعد علمي للتقييم، كونها من بين أهم مؤشرات الصحة إلى جانب الوزن.

طريقة عرض بعض مشاهد قياسات المشتركين حساسة كونها تمس خصوصيتهم خاصة فيما يتعلق بالوزن، فأحيانا يتضايق بعضهم ويشعرون بالحرج، ويظهر ذلك من خلال ردود أفعالهم وتصرفاتهم على الشاشة، ومثل هذه المشاهد قد تنعكس على المشاهدين الذين يعانون من مشاكل في الوزن وتتسبب لهم في ضغوطات نفسية.

5-5- فئة مشاهد الدعم الاجتماعي:

تمثل مشاهد الدعم الاجتماعي في برنامج الوزن الرابح عنصرا محوريا وفعالا في تعزيز تجربة المشتركين من الناحية النفسية والمعنوية، كما تساهم هذه المشاهد في تحفيز الإرادة والشعور بالقبول والانتماء، مما يدفعهم للاستمرارية في رحلتهم نحو تحقيق نتائج مرضية. ومن بين أهم مشاهد الدعم الاجتماعي في البرنامج حسب ما يُظهره الجدول الثامن عشر هي المشاهد المتعلقة **بتفاعل المشتركين فيما بينهم**، حيث تشكل النسبة الأكبر

مقارنة بالمشاهد الأخرى، مما يعزز روح الجماعة ويعطي بعدا إنسانيا في البرنامج. يظهر هذا التفاعل على شكل صراع وتنافس تارة ودعم وتحفيز تارة أخرى، ويتجلى هذا الأخير في مشاهد التعاون بين المشتركين أثناء التمارين الجماعية مما يساعد على تشجيع بعضهم البعض من خلال استخدام عبارات، كقول: "هيا لا تتوقف الآن، لم يتبقى إلا القليل..."، وخلال التنافس في التحديات وسط تشجيع حماسي كسباق شد الحبل بين فريقين، إضافة إلى مشاهد الدعم العاطفي، فبالرغم من التنافس بين المشتركين توجد لحظات إنسانية عميقة أين يُساندون بعضهم البعض خاصة في الأوقات العصيبة، مثلما حدث لأحد المشتركين كان يعاني من مشكل صحي أثناء صعود قمة جبلية مما تسبب في سقوطه أرضا فقام زملاؤه بمواساته وتشجيعه على الاستمرار. وكانت تنشأ أحيانا خلافات بين المشتركين حول الخطط أو الأداء، مثلما حدث بين مشتركين دخلا في نقاش حاد حول المتسبب في خسارة الفريق، وهذا ما كان يحدث تقريبا في كل التحديات نتيجة الضغوطات، كما لم يخلو البرنامج من مشاهد الاحتفال بالإنجازات سواء فردية أو جماعية. وكذلك عند عرض النتائج الأسبوعية للوزن يدعم المشتركون بعضهم بعضا مهما كانت النتيجة وعندما يُستبعد أحدهم تحدث لحظات مؤثرة للمشتركين أثناء الوداع مُعبرين عن حبهم ودعمهم له. ففي أغلب المشاهد يعانقون المشترك المستبعد ويشجعونه على المواصلة في رحلته الصحية وعدم الاستسلام، ويقول أحد المشتركين في إحدى الحلقات باكيا ومتأثرا باستبعاد زميله من البرنامج: "هذا ليس وداعا، سنبقى على تواصل دائم لأننا عائلة واحدة".

5-6-فئة مشاهد أخرى:

حسب معطيات الجدول التاسع عشر تبين أن مشاهد **الاحتفال بالإنجازات** في برنامج الوزن الرابح هي الأكثر تكرارا حيث تجاوزت أكثر من نصف المشاهد الأخرى، تحمل في طياتها رسالة نفسية قوية لخلق التأثير العاطفي لدى المشاهد فيما يخص إمكانية التغيير، ويعتبر تحفيزا إيجابيا وتقديرا لما يبذله المشتركون من مجهودات، ويتم الاحتفال بإنجازاتهم الشخصية والجماعية من خلال تكريمهم عادة بمكافئات مادية، خاصة بعد التحديات، تحفزهم أكثر على الانضباط الذاتي والعمل الجاد، ولكن طريقة الاحتفال يبدو مبالغا فيها حيث تظهر لقطات يسود فيها الملامسة بين المشتركين أثناء الاحتفال الجماعي وهو شكل من أشكال الاتصال غير اللفظي (كالعناق، المصافحة، لمس الكتف)، لتعزيز مشاعر الدعم، الفرح والانتصار. تظهر غالبا بعد التحديات وإعلان الفائز والحصول على المكافئات وكذلك عند تحقيق نتائج مُرضية في إنقاص الوزن. ولكن هذه المشاهد في مجتمعنا المحافظ لابد أن تكون في حدود كأن تكون بين مشتركين من نفس

الجنس مراعاة للمرجعية الدينية للمجتمع وخصوصيته الثقافية، ومن جهة أخرى مشاهد الفرح عند بعض المشتركين عند إظهار نتائج فقدان الأوزان بشكل علني يُحرج ويُحبط الذين لم يحققوا نتائج إيجابية. لذا كان لابد من التركيز على تحفيز المشتركين نفسيا من خلال التغيير في العادات الصحية والالتزام بالروح الرياضية لا تقييمهم بالأرقام، وهي طريقة تجعل الجميع يشعر بالرضا والفرح حتى أولئك الذين لم يحققوا نتائج كبيرة.

تأتي مشاهد **الرحلات الترفيهية** ثانيا بنسبة أقل، وهي رحلات تهدف إلى كسر الروتين وتُحفز المشتركين على الاستمرار في التجربة، يتم برمجتها تزامنا مع التحديات الأسبوعية، تشمل حصص إحماء وأنشطة رياضية كالمشي لمسافات طويلة في الجبال، الغابات والصحاري، والسباحة في الشواطئ والمنتجعات المائية، مما يساعدهم على تحسين اللياقة البدنية وخاصة الجانب النفسي. ومن بين مشاهد الرحلات التي تم عرضها في أولى حلقات البرنامج زيارة معلم تاريخي "القصبة" في الجزائر العاصمة، تلتها زيارات لمعالم أخرى بسطيف تلمسان، غرداية، وغيرها من الولايات وفي كل زيارة كان المشتركون يكتسبون معارف أكثر ويستكشفون ما تزخر به الجزائر من معالم تاريخية ومناطق سياحية، إضافة إلى رحلات التخييم، كالمشهد الذي يظهر فيه المشتركون رفقة المدرب ومقدمة البرنامج في جلسة ليلية تحت النجوم ملتفين حول نار موقدة وهم يتبادلون أطراف الحديث عن تجاربهم وتطورهم خلال البرنامج، وفجأة التحقت إحدى المشتركات بالجلسة ليقوم أحد الزملاء بعناقها بشدة، فعلى الرغم من إمكانية تفسير هذا السلوك في سياق التعبير عن الفرح، إلا أن بثه في البرنامج الموجه لجمهور ينتمي إلى بيئة محافظة قد يحمل رسائل ضمنية تتعارض مع منظومة القيم الأخلاقية والثقافية السائدة، وبالتالي يؤدي إلى انتقادات تمس بالجانب الأخلاقي للبرنامج.

تلعب الرحلات الترفيهية في برنامج الوزن الرابح دورا مهما في تعزيز الصحة الجسدية والجانب النفسي للمشتركين، ولكن وجب اختيار مشاهد تتماشى مع المعايير الأخلاقية للمجتمع تفاديا لإثارة أي انتقاد أو جدل أخلاقي.

تمثل مشاهد **قصص النجاح الملهمة** ثاني أكثر الفئات بروزا، من بين أهمها تلك المتعلقة بدعوة المشتركين الذين خاضوا التجربة في الموسم الأول وحققوا نتائج مرضية إلى الإقامة لتقديم الدعم النفسي والمعنوي، فإبراز هذه التجارب الشخصية يعزز من التحفيز ويمنح المشتركين والمشاهدين نموذجا يحتذى به. ومن جهة أخرى كانت مشاهد **دعم البرنامج** تقتصر على الطاقم المختص داخل البرنامج (أخصائية التغذية والمدرب) ومحدودة نسبيا بالرغم من أهميتها، حيث يقومون بتحفيز المشتركين من خلال نصائح عملية لتخطي الإحباط

والفشل، ونلاحظ عادة في أغلب الحلقات تحفيز المدرب للمشترك المرهق خلال أدائه لتمرين صعب، فيقول: "يمكنك تحقيق ذلك، لا تستسلم"، ومن جهتها خبيرة التغذية تشرح للمشتركين طرق اعتماد عادات غذائية دون ضغط، إلى جانب وضع خطط تدريب وتغذية تناسب المشتركين وتقديم نصائح عملية في أغلب الأحيان. وكان لمنشطة البرنامج دورا مهما في توفير الدعم النفسي للمشتركين في ظل غياب أخصائي نفسي خاصة في لحظات الفشل والانكسار.

يلعب **الجمهور الالكتروني** دورا مهما في تحفيز المشتركين ودفعهم نحو الاستمرار، يمكن أن يظهر هذا الدعم من خلال التعليقات المشجعة على صفحات البرنامج أو مواقع التواصل الاجتماعي، ولكنه لم يكن المصدر الرئيسي للدعم وبالتالي كانت مشاهده جد محدودة، كما هو الحال بالنسبة لمشاهد **دعم العائلة والأصدقاء** التي مثلت أقل نسبة محتلة المرتبة الأخيرة، فبالرغم من أهميتها في تحفيز المشتركين ونجاحهم إلا أنها كانت جد ضئيلة وغير بارزة مما يُفقد البرنامج جزءا من التأثير الإنساني والعاطفي، فعندما يشعر المشترك أن عائلته تدعمه يتمكن من مواجهة كل صعب. وكانت مشاهد الزيارات المفاجئة من طرف العائلة مقتصرة على زيارتين لا أكثر، أين تمت دعوة أفراد عائلة لمشتركة متكونة من والد زوجها وطِفليها بمناسبة ذكرى ميلادها، وكذلك تم إحضار ابنتي مشترك تعرض للإحباط وكان ينوي مغادرة البرنامج بسبب اشتياقه لهما فبادرت مقدمة البرنامج إلى إحضارهما إلى الإقامة لتمضية بعض الوقت وتحفيزه على الاستمرار بعدما حقق نتائج مرضية.

وعليه يمكن استنتاج أن توزيع مشاهد الدعم كان مُرتكزا أكثر داخل بيئة البرنامج لما له من تأثير إيجابي وتحديدا من خلال التفاعل بين المشتركين وقصص النجاح الملهمة، بينما الدعم الخارجي فقد كان داعما ثانويا فقط لذا كان بروزه نادرا.

تأتي مشاهد **الفعاليات التوعوية** في المرتبة الثالثة بنسبة محدودة مقارنة بالمشاهد السابقة رغم أهميتها إذ اقتصرت بشكل رئيسي على بعض المشاهد المتعلقة بالصحة مباشرة. تضمنت الحلقة الحادية عشر مشاهد لحضور طاقم طبي إلى مقر إقامة المشتركين قصد تلقيحهم ضد فيروس كوفيد-19. وقد أظهرت المشاهد ترددا واضحا لدى بعض المشتركين وتخوّفهم من أخذ الجرعات، غير أن الحوار المباشر مع الأطباء ومقدمة البرنامج وشرح فوائد اللقاح ساعد على طمأنتهم ودفعهم إلى القبول به. ليتحوّل المشتركون أنفسهم فيما بعد إلى مُروّجين لخطاب توعوي موجّه للجمهور، حيث دعوا المشاهدين إلى الإقبال على التطعيم مستخدمين في ذلك اللهجتين العامية والأمازيغية، بما يعكس محاولة الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من المتلقين.

وفي سياق الدراسة الحالية، يمكن القول أن هذه الفعالية تحمل بعدا قيميا مزدوجا: فمن جهة، أسهمت في نشر وعي صحي ظرفي يرتبط بالمسؤولية الجماعية في مواجهة الجائحة، ومن جهة أخرى عكست نزعة أخلاقية إيجابية تتمثل في تحوّل التجربة الفردية للمشتركين إلى رسالة إنسانية موجّهة للغير. ومع ذلك، يبقى حضور الفعاليات التوعوية استثنائي تزامنا مع الجائحة، ولم يمتد بشكل متوازن إلى القضايا الجوهرية التي يرتكز عليها البرنامج مثل التغذية السليمة والرياضة كأسلوب حياة، وهو ما يكشف محدودية التناول التوعوي مقارنة بالبعد الترفيهي الغالب.

تأتي في الأخير مشاهد **الزيارات للمتخصصين** في البرنامج والتي كانت شبه منعدمة، حيث اقتصرت على ظهور المدرب الرياضي وأخصائية التغذية كعنصرين دائمين في البرنامج رفقة المشتركين، ومشاهد لحالتين خلال الموسم بأكمله. الأولى تتعلق بطبيب يفحص مشتركا بعد تعرضه لمشكلة صحية مفاجئة، والثانية بطبيب جهاز هضمي يزور مشتركة تعاني من احتباس معوي منذ أسبوعين، أوصى الطبيب بدخولها المستشفى لتلقي العلاج المناسب وتفادي تعرضها لمضاعفات صحية. رغم أهمية هذه التدخلات الطبية لضمان سلامة المشتركين، إلا أن قلة الأخصائيين جعلت وجودهم مجرد تدخل طارئ مؤقت، لا مجرد توعية أو متابعة صحية مستمرة. والأخطر من ذلك، غياب الأخصائيين النفسيين تماما. وعلى الرغم من أن طبيعة البرنامج الذي يعتمد على الضغوط البدنية والتحديات اليومية والجانب التنافسي، قد تنتج عنه حالات من التوتر، القلق والإحباط تتطلب متابعة ودعم نفسي مستمر. وفي ضوء أهداف الدراسة الحالية يمكن القول أن البرنامج اقتصر على الأبعاد الصحية الجسدية والظرفية دون الاهتمام بالأبعاد النفسية والسلوكية الأعمق التي كان من الممكن أن تعطي للبرنامج طابعا أكثر إنسانية ومسؤولية تجاه المشتركين والجمهور.

المطلب الثالث: فئات المضمون –ماذا قيل؟

6–فئة الجمهور المستهدف:

يهدف تحديد الجمهور المستهدف في برنامج الوزن الرابح إلى تحقيق أثر مجتمعي أوسع، ويُعتبر خطوة مهمة تساعد على إيصال الرسالة للشخص المناسب لتحقيق فعالية أكثر، مما يُعزز من مكانة البرنامج من الناحية الصحية والإعلامية.

الفئة المستهدفة بشكل مباشر في برنامج الوزن الرابح حسب الجدول العشرون والتي احتلت أكبر نسبة هي **الجمهور الخاص**، وتضم الأشخاص الذين يعانون من الوزن الزائد والسمنة المفرطة، وعليه يهتم البرنامج بتوجيههم ويمنحهم الأساليب اللازم اتباعها لخسارة الوزن بشكل صحي بالتغذية السليمة والرياضة إضافة إلى

التحفيز النفسي من خلال تتبع قصص المشتركين في البرنامج ورحلتهم في إنقاص الوزن. السمنة المفرطة تؤدي إلى القلق، الاكتئاب وفقدان الثقة بالنفس، لذا فإن البرنامج يُفيد هاته الفئة من الأفراد وكذلك الأشخاص الذين يعانون من أمراض مزمنة مرتبطة بالسمنة كارتفاع ضغط الدم والسكري ويرغبون في تحسين صحتهم.

يأتي **الجمهور العام** بنسبة معتبرة في المرتبة الثانية، ويشمل الشباب والكهول من كلا الجنسين، كون البرنامج يقدم محتوى تثقيفيا عن الصحة واللياقة البدنية لتفادي الوقوع في مشكل الوزن الزائد. فهو يُعتبر فرصة للشباب الذين يسعون إلى تعزيز لياقتهم البدنية واتباع نمط صحي صحيح، كذلك الأمر بالنسبة لفئة الكهول الذين يرغبون في تحسين غذائهم وتفادي المخاطر الصحية المرتبطة بالسمنة. وبما أن البرنامج ترفيهي فهو يستهوي أيضا محبي الترفيه من خلال مشاهدة البرامج الواقعية وما تحتويه من قصص إنسانية وتحديات.

البرنامج يُعرض بطريقة تمكن الجميع من الاستفادة، فهو لا يخاطب فقط الأشخاص الذين يعانون من السمنة، بل يسعى إلى تحقيق وعي صحي شامل لتفادي الوقوع فيها.

7-فئة الأهداف والرسائل:

تُعتبر فئة الأهداف من بين أهم الركائز التي تُحدد ملامح البرنامج وتُوجه محتواه، فهي تعكس بصورة واضحة الرسائل التي يرغب البرنامج في إيصالها للجمهور المستهدف. يتضح ذلك جليا من تحليل الجدول الواحد والعشرون، حيث تظهر فيه فئة الأهداف والرسائل متفاوتة النسب، بداية بـ**الأهداف الترويجية** التي بلغت أكثر من نصف أهداف البرنامج وهذا دليل على أنه إلى جانب أهدافه الصحية لديه توجها واضحا نحو الترويج للثقافة والسياحة المحلية، يبرز ذلك في عدة مشاهد لمعالم حضارية ومواقع سياحية من خلال تنظيم التمارين والتحديات الأسبوعية فيها، كالمناطق الساحلية والشواطئ، الصحاري والجبال، إضافة إلى المدن الأثرية والتاريخية، بهدف الترفيه من جهة وتعريف المشتركين والجمهور على حد سواء بجمال الطبيعة الخلابة للبلد، وتعزيز السياحة المحلية وتشجيع المشاهدين على زيارة هذه الأماكن من ناحية أخرى. كما برزت مشاهد أخرى تروج للمنتجعات الصحية والمراكز الرياضية في مختلف ولايات الجزائر لغرض العلاج والاستجمام.

زيارة مختلف المناطق المحلية لم يقتصر على إبراز الأماكن السياحية فحسب، وإنما تعداه إلى التعريف بالعادات والتقاليد المحلية لكل منطقة، سواء من خلال اللباس أو المطبخ التقليدي، إضافة إلى تشجيع المشتركين على العمل التطوعي من خلال المشاركة في حملات توعوية لمساعدة الآخرين. كمشهد المبادرة

الخيرية التي قاموا بها في ولاية غرداية، حيث يظهر المشتركون وهم يقومون بنشاط بسيط وهادف يتمثل في صناعة صناديق خشبية صغيرة وتلوينها وإعطائها طابعا دلاليا، ليتم لاحقا بيعها والتبرع بالعائد المالي للجمعية الخيرية، وهو يعتبر مشهدا ذو طابع إنساني وتربوي بغض النظر عن البعد التنافسي للبرنامج، يجسد قيم التطوع والمشاركة المجتمعية لدى المشتركين والمشاهدين معا. وقد كانت العلامات التجارية حاضرة قصد الترويج لمنتجاتها خاصة ما تعلق بالتطبيقات الصحية، الملابس الرياضية، وكذلك الشركات السياحية صاحبة المنتجعات التي كان يزورها المشتركون قصد التعريف بها.

تمثل نسبة فئة **الترويج للأهداف الصحية التوعوية** حوالي ربع المشاهد تقريبا، تتمثل أغلبها في التوعية حول أضرار السمنة ومخاطرها الصحية كأمراض القلب، السكري وارتفاع ضغط الدم، تعزيز الثقافة الغذائية السليمة كالموازنة بين الدهون الصحية، البروتينات والكربوهيدرات، وهي مشاهد توعوية غالبا ما كانت تتكرر مع المدرب خلال التمارين الرياضية، حيث كان يؤكد في كل مرة على ضرورة ممارسة الرياضة لجميع الفئات سواء كانوا صغارا، شبابا أو كهولا، يعانون من وزن زائد أم لا، بهدف الحفاظ على صحة العظام، العضلات والقلب، وكانت أخصائية التغذية هي الأخرى تقدم نصائح أثناء تحضير الوجبات وتشجعهم على أساسيات التغذية الصحيحة والمستدامة قصد التعود عليها للحفاظ على الوزن المثالي، حتى بعد نهاية البرنامج. بينما بلغت **الأهداف التربوية** أقل نسبة تمثلت في القيم الإيجابية لدى المشتركين والمشاهدين، مثل: الانضباط العمل الجماعي، الصبر والمثابرة، تعزيز الثقة بالنفس مقابل التغلب على مشاعر اليأس والإحباط من أجل تحقيق تغيير نفسي واجتماعي دائم.

أثناء المتابعة الدقيقة لمجريات الحلقات لوحظ أن هناك نقص في التوعية العلمية حول كثافة التمارين الرياضية والحمية الغذائية القاسية، ولم يكن هناك شرح كاف لتوعية المشتركين والجمهور حول كيفية أداء التمارين الرياضية بشكل آمن تفاديا لمخاطر فقدان الوزن في أسرع وقت ممكن، ففي أغلب المشاهد كان المشتركون يبذلون مجهودا بدنيا مضاعفا دون توضيح للأضرار المحتملة في ظل غياب الإشراف الطبي، كما أن خسارة الوزن بمعدل ثمانية وخمسون كيلوغراما في ظرف أسابيع ليس طبيعيا، ويُعد خطرا على صحة المشتركين فالأصح والمعقول هو فقدان الوزن بشكل تدريجي للحفاظ على الصحة والنشاط الدائم.

8- فئة رحلة إنقاص الوزن وقصص المشتركين:

8-1- فئة رحلة إنقاص الوزن:

التجربة التي يخوضها المشتركون في برنامج الوزن الرابح لا تقتصر فقط على إنقاص الوزن من خلال الحمية الغذائية والجهد البدني، وإنما لها أبعاد أخرى تتماشى مع بعضها البعض، أهمها الجانب النفسي، المعرفي والاجتماعي.

ووفقا لما يتضح في الجدول الثاني والعشرون، فإن فئة **التقلبات العاطفية لدى المشتركين** حققت أعلى نسبة بسبب الرحلة الشاقة التي يمرون بها، ففي بداية البرنامج التحق المشتركون بالإقامة كلهم طاقة وحيوية متحمسين لبدأ حياة جديدة على أمل الخروج من كابوس الوزن الزائد، وظنا منهم أنهم سيبلغون هدفهم بسهولة وسيحصلون على جسم رشيق، وبمجرد الانطلاق في التدريبات الصباحية مع المدرب بدأ الشعور بالإحباط بسبب صعوبة التمارين الرياضية وعدم قدرتهم على الاستمرار، وكان ذلك واضحا في مشاهد متكررة، كالمشهد الذي يظهر فيه المدرب في غاية الانزعاج وهو يُوبخ مشتركة بسبب عدم جديتها والتزامها بالتمارين، حيث عاملها بصرامة وعاقبها بتمارين إضافية، وهذا النوع من العقاب قد يكون فعالا مع بعض المشتركين، وقد يؤدي إلى الانهيار النفسي لدى الآخرين، وهو ما حدث بالفعل مع المشتركة التي عُوقبت فخلال تطبيقها للعقوبة بدت عليها علامات الإرهاق البدني بوضوح، حيث أصبح تنفسها متقطعا وسريعا وراحت تبكي بشدة، مما يدل على مزيج من الإرهاق البدني والضغط النفسي الناتج عن شعورها بالحرج أمام زملائها. أثار هذا الموقف دهشة بقية المشتركين، الذين استغربوا تصرف المدرب معها، بما يطرح تساؤلات حول البعد التربوي والأخلاقي لمثل هذه الأساليب العقابية داخل البرنامج.

يعتبر القلق من النتائج والخوف من الإقصاء من بين أهم التقلبات العاطفية التي كانت تحدث للمشتركين خاصة عند اقتراب مرحلة التقييم الأسبوعي، فبمجرد دخول مقدمة البرنامج رفقة المدرب ومعهم النتائج المتعلقة بإنجازاتهم الأسبوعية يسود صمت رهيب وسط مؤثرات صوتية وموسيقى تشويقية، وعيونهم تنتظر بفارغ الصبر ظهور أرقام قد تُغير كل شيء. ومع تصاعد المنافسة كان يسود التوتر والغضب وسط المشتركين بسبب الصرامة في التدريبات أو الخسارة في التحديات فتتعالى الأصوات وتسود الفوضى، وهذا ما كان يحدث في أغلب المشاهد أثناء التحديات الأسبوعية أو خلال التدريبات في القاعات الرياضية. ومن بين المشاهد اللافتة للنظر وكانت أكثر إثارة، التوتر الذي حدث بين مشتركَين داخل قاعة الرياضة في غياب المدرب حيث بدأت إحدى المشتركات بتوجيه كلمات استفزازية لأحد الزملاء، هذا الأخير طلب منها التوقف عن

إزعاجه ولكنها راحت تتهمه بانعدام روح المنافسة لديه، فامتلأت عيناه بالغضب وخرج من القاعة مباشرة نحو الإقامة حاملا أغراضه متجها إلى محطة المسافرين للعودة إلى بيته بنية الانسحاب من المنافسة، لولا تدخل القائمين على البرنامج ليتراجع عن قراره، وهذا المشترك نفسه كان في حلقة سابقة قد طلب مقابلة منشطة البرنامج لتدعمه في قرار الانسحاب من البرنامج، بسبب اشتياقه لعائلته وطفلتيه وعدم قدرته على الاستمرار أكثر في البرنامج، ولكن المنشطة قامت بإقناعه ليعدل عن قراره. وفي مثل هذه الحالات كان يُفترض تقديم جلسات دعم نفسي من طرف مختصين تساعدهم على التعامل مع ما يمرون به من ضغوطات نفسية في البرنامج.

كانت لحظات النجاح والانتصار حاضرة في البرنامج وكانت أغلبها منحصرة في الفرح بالإنجازات التي حققها المشتركون، مثل خسارة وزن كبير أو تحقيق فوز جماعي في التحديات الأسبوعية. وفي مشاهد أخرى تظهر مشاعر الاشتياق والحنين لدى المشتركين للأطباق الغذائية السابقة باعتبارها مصدرا لراحتهم النفسية.

يواجه المشتركون في البرنامج مجموعة من **تحديات إنقاص الوزن** التي بلغت مشاهدها نسبة معتبرة، وهي تحديات لها علاقة باختبار قدراتهم على التكيف مع النمط الصحي الجديد، إضافة إلى الانضباط وتحمل الصعاب. من بين هذه المشاهد تحديات اللياقة البدنية والاستيقاظ المبكر، وتشمل تمارين التحمل والصبر كالسباحة، الجري لمسافات مختلفة والقفز، كانت أغلبها تُمارس في الهواء الطلق (شواطئ، صحاري، جبال مسارات طبيعية) أو في القاعات الرياضية، وهي تحديات تهدف إلى اختبار قدرة المشتركين على الاستمرار في البرنامج. ومشاهد أخرى تتعلق بتحديات النظام الغذائي تحت إشراف أخصائية التغذية التي تتبع نسبة التقدم لكل مشترك من خلال تحضير وجبات غذائية صحية وتحديد الكميات الواجب تناولها في الأوقات المناسبة.

يتلقى المشتركون **نصائح وخبرات** قيمة من مدرب وأخصائية تغذية محترفين، من خلال مشاهد تُعرض في البرنامج بنسبة أقل من المشاهد السابقة في فئة رحلة إنقاص الوزن، وهي نصائح تساعدهم على تحقيق التغيير المرغوب والمطلوب، فبالنسبة للنصائح الغذائية تعمل أخصائية التغذية على تحضير وجبات متوازنة وشرح مكونات كل وجبة وفوائدها الصحية دهون صحية، بروتينات وكربوهدرات، شرب الماء بكميات معتبرة، وتجنب الأنظمة التي تتسبب في زيادة الوزن بسرعة كالسكريات والمقليات، إضافة إلى التحكم في كمية الوجبات المستهلكة. أما فيما يتعلق بالنصائح الرياضية فيعمل المدرب (الكوتش) على تعويد المشتركين بممارسة الرياضة بانتظام، إضافة إلى تمارين القوة كونها تساعد على حرق الدهون وتقوية العضلات، وعندما

يراقب نسبة تقدمهم على جهاز تانيتا الخاص بالقياسات يشرح لهم بالتفصيل عن نسبة السوائل في جسم كل مشترك، إضافة إلى نسبة الدهون والوزن، ويُرشدهم إلى أنسب الحلول ليتحصلوا على نسب معتدلة. ولوحظ وجود فجوة واضحة في الجانب النفسي للبرنامج، حيث اقتصر الدعم على النصائح الرياضية والغذاء الصحي، في حين كان هناك غياب تام للطبيب النفسي الذي يستطيع متابعة المشتركين ومساعدتهم على مواجهة الضغوط النفسية والعاطفية الناتجة عن المنافسة. وقد انعكس هذا القصور في بعض المواقف التي اتسمت بالانفعال المفرط أو علامات الإحباط لدرجة الاستسلام، مما يكشف عن محدودية البعد التعليمي للبرنامج في جانبه النفسي.

كشف تحليل مضمون برنامج الوزن الرابح عن غياب شبه تام لمشاهد **الدعم الاجتماعي**، وظهورها بنسب ضئيلة مقارنة بالفئات الأخرى. ولم يكن هذا الدعم ملموسا إلا في البداية، من خلال ربورتاجات مصورة تُظهر المشتركين في منازلهم، وسط عائلاتهم، وفي ولاياتهم الأصلية قبل التحاقهم بالبرنامج. إلا أن هذا البعد الأسري والاجتماعي لم يظهر لاحقا، وهو أمر جوهري في هذا النوع من التجارب الإنسانية. أما على مستوى الجمهور فلم يُسجل أي دعم مباشر من طرفهم ربما تفاديا للتعليقات المحبطة والانتقادات السلبية التي قد تؤثر سلبا في معنويات المشتركين، ومن ثم تهديد استمرارية المنافسة. غير أن هذا التوجه حرم المشتركين في الوقت نفسه من التفاعل الإيجابي مع الجمهور باعتباره بعد تواصلي مهم في مثل هذه البرامج.

تجدر الإشارة هنا إلى أن الدعم الاجتماعي الأسري لم يكن موجودا في البرنامج، سواء من طرف العائلات أو الجمهور. إلا في حالة واحدة فقط: حالة مشتركتين تربطهما علاقة أم وابنتها. وقد وفر لهما تواجدهما في البرنامج الدعم المعنوي عكس بقية المشتركين الذين مروا بالتجربة بشكل فردي، دون أي دعم أسري مباشر. يكشف هذا التفاوت عن انعدام تكافؤ الفرص بينهم، ومن منظور أخلاقي، يتعارض هذا الخلل مع مبادئ العدالة والإنصاف، وهي قيم أساسية يجب مراعاتها في البرامج التنافسية الواقعية.

اقتصر البرنامج في مجمله على دعم ثلاثة أطراف للمشتركين، تمثلت في: المدرب الشخصي، أخصائي التغذية ومنشطة البرنامج. حيث شمل دعم المدرب التشجيع المستمر على المثابرة وتحقيق أهدافهم سواء أثناء الحصص الرياضية أو خلال التحديات، بينما ركزت أخصائية التغذية على تقديم النصائح والإرشادات الغذائية لإنقاص الوزن والحفاظ على نظام غذائي صحي ومتوازن. أما مقدمة البرنامج، فتمثلت مساهمتها في الدعم النفسي والمعنوي سواء من خلال التشجيع أو إدارة الحوار بين المشتركين، مما خلق جوا من الراحة والاطمئنان. إلا أن هذا النوع من الدعم لا يعوض نقص الدعم الخارجي من الأسرة والجمهور، الذي يُشكل مع ذلك

بعدا معنويا مؤثرا. ومن جهة ثانية لا يمكنه تعويض غياب أخصائي نفسي، يُفترض أن يدعم المشتركين في التعامل مع الضغوط النفسية والعاطفية المرتبطة بطبيعة المنافسة. لذا يمكن القول أن البرنامج بتركيزه على الجوانب البدنية والغذائية، أهمل أهم بعدين وهما البعد النفسي والبعد الاجتماعي.

النجاح في مثل هذه البرامج لا يتأتى من الإرادة الشخصية لوحدها، وإنما يلزمه شبكة دعم قوية تتمثل في الأهل، الأصدقاء، الجمهور، المدرب، حتى المشتركين فيما بينهم، مما يشجع على صنع الفرق في رحلة إنقاص الوزن وتحسين نمط الحياة الصحي.

8-2-فئة قصص المشتركين:

قصص المشتركين في برنامج الوزن الرابح تعكس التجارب المختلفة والخلفيات التي دفعتهم لخوض هذه الرحلة الشاقة، ومن خلال الجدول الثالث والعشرون يتضح أن **التجارب الشخصية** كانت في الصدارة بنسبة معتبرة من مجموع مشاهد هذه الفئة، وقد جمعت بين التحولات الجسدية، النفسية، والاجتماعية. فأكثر ما ركز عليه البرنامج هو المواقف الصعبة التي مر بها المشتركون قبل الانخراط في البرنامج، من تنمر، وخيبات أمل أدت إلى الانكسار والإحباط، فكل مشترك له قصة خاصة تختلط فيها الصراعات مليئة بالتحديات والإصرار على التغيير، وجاء برنامج الوزن الرابح ليجمع بينهم من أجل تحقيق هدف مشترك وهو استعادة صحتهم الجسدية والنفسية.

برنامج الوزن الرابح ليس مجرد منافسة وتحديات لإنقاص الوزن، وإنما هو تغيير نمط حياة أفراد بالكامل خلال رحلة تدوم لأشهر، دخلوا في بداية البرنامج بآمال وأحلام ولكنهم وجدوا أنفسهم أمام تحديات غير مُتوقعة، بداية بالتمارين البدنية التي أرهقتهم ووجدوا صعوبة في القيام بها بسبب عامل الثقل في أوزانهم، فبدا الإرهاق شديدا عند البعض، بينما البعض الآخر اعتبرها مستحيلة، ومع مرور الأيام والتعود عليها بدأت أجسامهم تتكيف وأصبحوا يرونها أقل صعوبة. بالنسبة لتجربتهم مع الغذاء في الحلقات الأولى من البرنامج كانت هناك صعوبة في التخلي عن العادات الغذائية القديمة والاعتياد على الوجبات الصحية بكميات قليلة ولوحظ تذمر متكرر وسط المشتركين بسبب شعورهم بالجوع بعد كل وجبة، ليتعودوا بعدها على الأطعمة الصحية التي ساهمت في تحسين طاقتهم ومزاجهم.

بعض المشتركين دخلوا إلى البرنامج فاقدين للثقة بأنفسهم بسبب المحاولات المتكررة التي قاموا بها قبل الالتحاق بالبرنامج للتخلص من الوزن الزائد والتي باءت بالفشل، وكان ذلك ظاهرا في بداية التمارين الرياضية والوجبات الصحية المختلفة كثيرا عن وجباتهم المعتادة، فكانت مشاعرهم مزيجا من عدم التقبل، الخوف من

الفشل والغضب، ولكنهم كانوا يدعمون بعضهم في الكثير من الأحيان، وكذلك المدرب وأخصائية التغذية حاولوا مساعدتهم على التخلص من التكهنات المسبقة والأفكار السلبية قدر الإمكان، وبالرغم من ذلك وكما أشرنا سابقا فإن تواجد أخصائي نفساني ضرورة ملحة في مثل هذه البرامج لمعالجة بعض الحالات كحالة المشترك الذي أصيب بالاكتئاب الشديد وقرر مغادرة البرنامج مرتين لولا تدخل مقدمة البرنامج في المرة الأولى والمشرفين على البرنامج في المرة الثانية.

جاءت مشاهد **التغييرات الإيجابية** ثانيا بنسبة معتبرة نوعا ما، حيث تم تسليط الضوء على التغييرات التي حصلت مع كل مشترك، إذ لم يكتف البرنامج بعرض معاناة المشتركين وألمهم فحسب، وإنما عمل على إبراز الأمل والتحول من خلال التجارب والتحديات التي خاضوها لمدة أسابيع جسديا، نفسيا واجتماعيا. ومن بين المشاهد التي تُبرز التغييرات الإيجابية للمشتركين، خسارة الوزن بنسبة كبيرة في ظرف قياسي أدى إلى تحسن كبير في المظهر وأصبح الجسم أخف وأكثر قدرة على أداء تمارين كانوا يعتقدون استحالة أدائها في بداية البرنامج، وأصبحت لديهم خيارات أكثر في ارتداء ملابس كانوا يحلمون بارتدائها من قبل، ومع كل إنجاز وخسارة في الوزن كانت الثقة بالنفس والشعور بالفخر يزدادان، كما تمكنوا من تجاوز الأساليب غير الصحية والتعود على الأكل الصحي كجزء من نمط حياة متوازن. ومن ناحية أخرى تمكنوا من بناء علاقات داعمة ومحفزة فيما بينهم تجمعها نفس الأهداف بعدما كانت علاقاتهم في البداية يسودها النفور.

يتضح من خلال التحليل الكمي لنفس الفئة أن **المشاهد عن خلفيات المشتركين** كانت في المرتبة الثالثة بنسبة ضئيلة جدا، وهي مشاهد تُبرز قصص المشتركين، فكل واحد منهم يسرد قصته من أين جاء طبيعة حياته، بيئته (فقيرة قاسية، عائلة محافظة....)، وسبب اشتراكه في البرنامج، من خلال ربورتاج قصير لكل مشترك تم عرضه في بداية البرنامج للتعريف بهم، وفي كل حلقة يعيدون بث اثنين منها على الأقل.

ومن بين خلفيات المشتركين الأكثر إثارة في البرنامج قصة المشتركة البنت ووالدتها اللتان تقيمان في منزل متواضع ويفتقر إلى أدنى متطلبات الحياة الكريمة، يوجد في محيطه ثعبان يشكل تهديدا دائما. إضافة إلى معانتهما من وزن زائد صار عبئا على حياتهما اليومية مما أثر عليهما نفسيا. كانت الابنة المراهقة تعاني من التنمر من طرف التلاميذ في المدرسة كما أشارت إلى تعرضها لمحاولة مضايقة ذات طابع تحرشي، والسبب نَسبته إلى مظهرها الخارجي الذي يوحي بسن أكبر من عمرها الحقيقي، مما دفعها للتخلي عن الدراسة في سن مبكرة والتخلي عن طموحها، لتقرر هي ووالدتها تجربة حظهما بمشاركتهما في البرنامج من أجل استعادة حياتهما وانطلاقهما نحو عالم الشهرة.

وقصة المشترك الذي كان في يوم من الأيام رياضيا محترفا ولكنه بمجرد ابتعاده عن الرياضة لظروف وعوائق في حياته اكتسب وزنا زائدا أفقده اللياقة والثقة في العودة إلى وزنه السابق، وبعد محاولات عدة باءت بالفشل قرر التقدم إلى برنامج الوزن الرابح ليخوض تجربة إنقاص الوزن إلى جانب بقية المشتركين. وكذلك من بين أسباب مشاركة البعض الآخر في البرنامج العامل الصحي، من بينهم مشترك يعاني من سمنة مفرطة تسببت له في أمراض مزمنة من بينها ارتفاع ضغط الدم، أراد تجربة حظه في البرنامج أملا منه أن يحقق نتيجة إيجابية تساعده في التخلص من مشكلته الصحية. كل مشترك يسرد قصة مختلفة عن الآخر ولكن يجمعهم هدف واحد، فمعظمهم اشتركوا في برنامج الوزن الرابح لغرض تخفيض الوزن والحصول على جسم رشيق ورغبة في بلوغ اللقب والحصول على الجائزة الكبرى.

ظهرت مشاهد تتعلق بال**تحديات الشخصية** في آخر الترتيب بأقل نسبة، وهي الصعوبات التي يواجهها المشترك خلال البرنامج ولا يصرح بها إلا في لحظات الغضب والانهيار، وغالبا ما كانت تحدث خلال التمارين البدنية والمنافسات واقتراب موعد الإعلان عن المترشح الذي سيغادر البرنامج. بعض هذه الصعوبات مرتبط بالبدن، كصعوبة الحركة بسبب الوزن الزائد خاصة في الحلقات الأولى للبرنامج، حيث يُجبرون على النشاط الرياضي المفاجئ وبعدها مقاومة التعب والألم في العضلات وأوجاع المفاصل، وبعضها مرتبط بالجانب النفسي فمع انخفاض الثقة بالنفس بسبب تجارب فاشلة مروا بها قبل اشتراكهم في البرنامج، إضافة إلى صعوبة تحقيق نتائج مرضية في البدايات الأولى من الرحلة في إنقاص الوزن، قد يشعر البعض بالضغط بسبب المنافسة ومقارنة أنفسهم بالذين حققوا تقدما أسرع، حتى من ناحية الأطعمة التي يتناولونها تُعتبر من أكبر التحديات التي يواجهونها، فبالنسبة للمشتركين المدمنين على السكريات وتناول كميات معتبرة من الأطعمة دون انقطاع يتعرضون لنوبات جوع مفاجئة واشتهاء للأطعمة غير الصحية حتى في أوقات متأخرة من الليل، مثلما صرحت به إحدى المشتركات قبل التحاقها بالبرنامج قائلة: أنها كانت تضع حلوى شامية أمام سريرها، وفي كل مرة تستيقظ فيها تتناول كمية منها.

تعتبر الانتقادات المحبطة من المحيط الخارجي من بين التحديات الشخصية التي قد تؤثر على المشتركين في البرنامج، فبعد الاطلاع على التعليقات التي كانت تُنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي ولا سيما الموقع الرسمي لقناة سميرة تي في على اليوتيوب، لوحظ أن نسبة معتبرة من الجمهور انتقدوا بعض السلوكيات الدخيلة على المجتمع أولها ظاهرة الاختلاط بين الجنسين، وكان البرنامج في كل مرة يحجب التعليقات السلبية على

قناته كما عمل على إبعاد المشتركين عن أية وسيلة تفاعلية خاصة ما تعلق بهذه الوسائط عبر شبكة الانترنت تفاديا لأي تعليقات قد تؤثر سلبا على الجانب البسيكولوجي لديهم.

9-فئة النصائح والتوجيهات:

من بين المشاهد التي يتم التركيز عليها في برنامج الوزن الرابح المشاهد المتعلقة بالنصائح والتوجيهات لما لها من تأثير مباشر على سلوك المشتركين وتقدمهم نحو تحقيق أهدافهم الصحية والبدنية، وهي ضرورية كونها تعكس شمولية البرنامج واهتمامها بالجوانب المختلفة التي تؤثر على إنقاص الوزن. وحسب ما يظهر في الجدول الرابع والعشرون يلاحظ أن **النصائح الرياضية** هي الأكثر تكرارا، مما يُبرز أن البرنامج يركز على الجانب البدني للمشتركين أكثر مقارنة بالجوانب الأخرى.

يعتبر الكوتش سمير هو المدرب الوحيد المسؤول عن توجيه المتسابقين في برنامج الوزن الرابح، من خلال تقديم نصائح حول أساليب الرياضة المتوازنة وضرورة ممارستها باستمرار لتحقيق لياقة بدنية مستدامة، ومن بين أهم النصائح التي كان يدعم بها المشتركين لتحقيق أفضل النتائج ويستفيد منها الجمهور في نفس الوقت كانت نصائح عملية تمثلت في ضرورة القيام بتمارين الكارديو الخفيفة (كالمشي، الجري، القفز والسباحة) وهي تمارين تهدف إلى تحسين كفاءة الجهاز القلبي التنفسي. وتُعتبر من أهم الأنشطة الرياضية لصحة القلب حرق الدهون، وزيادة القدرة على التحمل، وكانت تتراوح لمدة لا تتجاوز عشرون دقيقة. إضافة إلى ذلك كان ينصح بأهمية التنويع في التمارين الرياضية كتمارين القوة والتوازن لشد الجسم وتحسين المظهر. غالبا ما كان يُفضل التمارين الصباحية المبكرة كأحسن وقت لتعزيز الطاقة وتحفيز عملية الحرق طوال اليوم.

شكلت **النصائح الغذائية** هي الأخرى جزءا مهما في البرنامج بنسبة تكرارات معتبرة، بفضل أخصائية التغذية الشاف نجود التي لعبت دورا محوريا في تقديم نصائح التغذية السليمة للمشتركين بأسلوب مبسط وعملي. استطاعوا تبني عادات غذائية صحية دون تعقيد، ومن أبرز النصائح التي كانت تؤكد عليها في كل مرة: أهمية التوازن في الوجبات من خلال التنويع بين الدهون الصحية، البروتين والكربوهيدرات المعقدة وتوجيههم لطريقة تحضير الوجبات بالطريقة الصحيحة دون حذف أي عنصر غذائي لأهميتها كاملة، وتعديل الكميات الواجب تناولها لكل نوع من أنواع الطعام، واستخدام أطباق صغيرة والتوقف عن الأكل عند الشعور بالشبع. التشديد على أهمية الانتظام في مواعيد الوجبات، وجعل الخضروات عنصرا في كل وجبة وتقديم نصائح عن كيفية تقديم الأطباق بطريقة مبتكرة لتكون لذيذة أكثر مما يشجع على تناولها، ومن أهم النصائح التي كانت تُذكّر بها الأخصائية هي التقليل من السكريات المصنعة والتي تعتبر من بين المسببات

الرئيسية للسمنة وكذلك بعض الأمراض المزمنة، وكانت تقترح محلها بدائل طبيعية كالفواكه الموسمية، التمر العسل الطبيعي وبكميات مدروسة، دون أن تنسى التنبيه إلى شرب الماء بانتظام. كل النصائح التي كانت تقدمها خبيرة التغذية كانت مرنة وعملية في نفس الوقت، وكان الجميع يشترك في إعداد الوجبات معها بهدف تغيير العادات الغذائية السيئة بشكل عملي ودائم.

كانت **النصائح النفسية** أقل حضورا في المرتبة الثالثة وكانت تُقدم من طرف المدرب الرياضي وأخصائية التغذية ومقدمة البرنامج، في حين كان يُفترض تواجد أخصائي نفساني في مثل هذه البرامج كون غيابه يؤثر على فعاليته نظرا للدور الرئيسي الذي يلعبه الدعم النفسي في تحقيق نتائج مرضية. وتكمن أهمية تواجد الأخصائي النفساني في البرنامج في دقة التشخيص للحالات النفسية للمشتركين في حالات القلق، الاكتئاب والاضطراب في الأكل باستخدام أساليب العلاج المعرفي السلوكي لتعديل الأفكار المتعلقة بالوزن والغذاء وتقديم جلسات دعم يتخللها محتوى توعوي نفسي تُدمج ضمن الحلقات. غياب الدعم النفسي من طرف مختص قد يؤدي إلى التراجع في الأداء أو انسحاب بعض المشتركين وهو ما كاد يحدث مع المشترك الذي قرر الانسحاب في الحلقات الأخيرة من البرنامج.

وفي نفس الجدول تظهر نسبة **النصائح الطبية** في الأخير بمشاهد أقل حضورا أي شبه منعدمة، خاصة وأن فقدان الوزن بشكل مفاجئ قد يُؤثر على صحة جسم المشتركين مما يتطلب إشراف أطباء متخصصين لتقييم حالتهم خاصة مع وجود بعض الحالات التي تعاني من أمراض مزمنة كضغط الدم، ومع القيام بمجهود بدني أو نظام غذائي غير مناسب قد يؤثر فيه سلبا ويعرض صحته إلى الخطر. ومن بين المشاهد التي تؤكد ضرورة تواجد أطباء في البرنامج مشهد لأحد المشتركين في إحدى الحلقات تعرض لوعكة صحية كادت تودي بحياته إلى الخطر، حيث بدأت تسوء حالته بعدما شعر بدوخة وتعب شديد بعد قيامه بمجهود بدني مكثف ونقص الكربوهيدرات في النظام الغذائي، مع العلم أنه يعاني من ارتفاع ضغط الدم، فأحضروا له طبيبا إلى الإقامة وطلب هذا الأخير من المدرب ضرورة نقله إلى المستشفى مع بقية المشتركين لإجراء التحاليل الطبية. وهذا يدل على أن غياب الطبيب خلال الحلقات أو التمارين الرياضية عند وقوع طارئ صحي قد يُعرض صاحبه للخطر.

ركز برنامج الوزن الرابح على فقدان الوزن أكثر من سلامة جسم المشترك واحتياجاته الطبية الفردية مما قد يعرضه لخطر اتخاذ قرارات لا تتناسب مع حالتهم الصحية، لذا كان لزاما إدراج الفريق الطبي في البرنامج كونه ضرورة أخلاقية، وشرط أساسي لسلامة صحته واستمرار تقدمه في فقدان الوزن.

10- فئة التنافس والتحفيز :

يعد التحفيز والتنافس عنصرين محوريين في البرنامج حيث ساهما في تغيير سلوك المشتركين، مواجهة صعوبات فقدان الوزن، والاستمرار نحو نمط حياة صحي.

كان عنصر **التحفيز والإلهام** أكثر حضورا في البرنامج بنسبة كبيرة تتعدى نصف العناصر الأخرى من نفس الفئة، حيث شمل خطابات وتجارب تحفيزية، تهدف إلى مساعدة المشتركين على تجاوز صعوبات إنقاص الوزن وتغيير نمط حياتهم لضمان الاستمرار في البرنامج. كان للمدرب وخبيرة التغذية إضافة إلى المنشطة دورا أساسيا في التحفيز حيث كانوا يدعمونهم نفسيا ويقدمون نصائح عملية. ومن ضمن المشاهد التحفيزية للبرنامج زيارة المشتركين في الموسم الأول التي شكلت لحظة مهمة وملهمة في مسار المشتركين الجدد للموسم الثاني، وتكمن قيمة مشاهد الزيارة كونها تقدم نموذجا واقعيا للاقتداء به في تحقيق النجاح، إضافة إلى أهميتها في تكريس قيم التضامن والتشجيع المتبادل مما يُعزز من البعد التربوي والأخلاقي للبرنامج كونها تربط بين خبرتهم السابقة والدافع الحالي.

تلعب العائلة والأصدقاء دورا هاما في تحفيز المشتركين من خلال دعمهم برسائل تشجيعية مثلا على مواقع التواصل الاجتماعي أو عبر الهاتف، وهذا كان غائبا تماما في كل حلقات البرنامج، ربما تجنبا للتعليقات السلبية والضغط النفسي كما أشرنا سابقا، لذا فضل القائمون على البرنامج عزل المشتركين عن آراء الجمهور تماما.

يأتي بعدها **التنافس بين المشتركين** بنسبة معتبرة، كونه من بين الركائز الأساسية للبرنامج، حيث يعتمد على خلق بيئة تنافسية تجمع بين التحدي، التحفيز والدعم المتبادل بينهم. ومن بين أهم أشكال التنافس في برنامج الوزن الرابح التحديات الأسبوعية، حيث يواجه المشتركون تحديات رياضية كل أسبوع مهيأة خصيصا لاختبار قوتهم البدنية، مثل الجري لمسافة معينة أو رفع الأثقال، وكان يعتمد البرنامج على مزيج من المنافسات الفردية والتحديات الجماعية لتعزيز الدعم الجماعي، بالنسبة للمنافسة الفردية كان كل مشترك يسعى إلى فقدان أكبر وزن لتحقيق أفضل نتيجة كي لا يتعرض للإقصاء في آخر الأسبوع، لأن أقل نسبة يحققها المشترك قد تتسبب في مغادرته للبرنامج. أما في التحديات الجماعية كان يتم تقسيم المشتركين إلى فرق حيث يعمل كل فريق للفوز على الآخر في تحديات معينة ويتم مكافأة الفريق الذي حقق فوزا بمبلغ مالي معتبر. رغم التنافس القوي بين المشتركين كان هناك دعما بينهم حيث كانوا يشجعون بعضهم البعض خلال التحديات والتمارين، ويحتفلون بإنجازاتهم مما يعزز العلاقات بينهم وهو ما يجعلهم يحسون بالمسؤولية اتجاه بعضهم.

يعتمد برنامج الوزن الرابح على **نظام مكافآت** لتحفيز المشتركين على العمل الجاد وتحقيق أفضل النتائج. وأهم هذه المكافآت هي جوائز نقدية تُمنح للمشتركين الفائزين في التحديات الأسبوعية. ويكشف هذا النظام عن اعتماد البرنامج على الحوافز المادية باعتبارها وسيلة لتعزيز روح المنافسة والاستمرارية، وكان ترقب الجائزة الكبرى هو الدافع الرئيسي للاستمرار، التي مُنحت في نهاية البرنامج للفائز حيث تُوِّجت بها مشتركة ومشترك. كان التركيز أكثر على البعد المادي ولم تُسجل أي مكافآت معنوية مثلا لما لها من أهمية في تقوية عزيمة المشتركين ودفعهم للاستمرار هي الأخرى، مما قد يُضعف الأبعاد التربوية والقيمية التي يُفترض أن ترافق مثل هذه التجارب الواقعية.

كان **للتحديات الأسبوعية** دورا مهما في كسر الروتين ولكن بأقل تكرار مقارنة بالفئات الأخرى بمعدل مرة في الأسبوع وتجرى في بيئات مختلفة، يحمل محتواها جدلا بين الرسائل الإيجابية المعلنة والممارسات الدخيلة. من بين التحديات التي برز فيها هذا الجدل:

-تحدي القوة في الشاطئ بين فريقين، حيث يتواجهان في تحد بدني وذهني على شاطئ البحر لاختبار قدراتهم الجسدية، من خلال رفع الأثقال وجر الحبال، ودرجة تركيزهم ودهائهم في التفكير والتخطيط، كان التحدي صعبا بالنسبة للمشتركين مما أدى إلى الانفعالات النفسية كالنرفزة والصراخ، وهو انعكاس للتوتر مما يدل على صعوبة السيطرة لدى بعض المشتركين الذين كانوا في صراع بين الرغبة في الفوز والخوف من الفشل. على الرغم من أن التحدي يحمل مجموعة من القيم أهمها: الصبر، الانضباط وأهمية العمل الجماعي، إلا أنها كانت مصحوبة بسلوكيات سلبية، كانت أبرزها تظهر عند تنفيذ التمارين أو تبادل الدعم البدني، فبمجرد التواجد المشترك بين الجنسين يؤدي لا محالة إلى التلامس الجسدي المباشر مما يكشف عن تطبيع سلوكيات لا تتفق مع الخصوصية الثقافية ولا تتماشى مع المرجعيات الأخلاقية للمجتمع الجزائري والعربي عموما، مما يستدعي إعادة النظر في مثل هذه البرامج وتكييفها حسب خصوصيات المجتمع المحافظ.

في تحدٍ آخر ضمن حلقة من حلقات البرنامج توجه المشتركون إلى شاطئ تامنفوست بالعاصمة الجزائرية لخوض تحدي الكاياك، يتطلب القدرة على الجذف إضافة إلى مهارة التنسيق، وهو نشاط يعزز الثقة بالنفس لدى من يعانون محدودية الحركة، ويبرز أهمية العمل الجماعي والتنسيق بين أعضاء المجموعة. ورغم الطابع الإيجابي الذي يتميز به التحدي إلا أن بعض المشاهد تتضمن اختلاطا وتلامسا جسديا، إضافة إلى اللباس غير المنسجم مع الخصوصية الثقافية والدينية للمجتمع الجزائري، خاصة عندما يكون النشاط على مستوى

البحر والألبسة تلتصق بالأجساد، وهي مشاهد تعكس نوعا ما التقليد غير الواعي لبرامج أجنبية، وهوما يُعتبر تجاوزا أخلاقيا يضعف الرسالة التربوية للبرنامج.

وفي تحدٍ نظمه البرنامج في غابة بوشاوي بالجزائر العاصمة يتمثل في معركة باستخدام أسلحة افتراضية تُصدر أصوات الطلقات النارية الحقيقية وكانت الأجواء ممطرة وصعبة كأنه مشهد درامي حقيقي، بالرغم من كون هدف البرنامج في هذا التحدي تعزيز قيم الشجاعة وضبط النفس تحت الظروف القاسية، إلا أنه يمثل نوعا من التطبيع الرمزي مع السلوك العدواني لأنه يركز على الإثارة والعنف العسكري أكثر من القيم التربوية وهو ما يضعف الرسالة الأخلاقية للبرنامج.

هذه عينة من تحديات برنامج الوزن الرابح وأغلبها يجمع بين رسائل تتضمن قيما تربوية كالتعاون، الصبر والمثابرة إلا أنها تتضمن في الوقت نفسه سلوكيات دخيلة ثقافيا وأخلاقيا، أبرزها الاختلاط غير المنضبط بين الجنسين، اللباس غير المحتشم في بعض المشاهد خاصة في التحديات البحرية، الملامسات الجسدية، إلى جانب الانفعالات والمشادات الكلامية الحادة ،كالصراخ المتكرر واستخدام ألقاب سلبية علنا تقلل من احترام الآخر كنوع من العنف الرمزي، وهي ممارسات تثير الجدل وتناقض المرجعيات الأخلاقية للمجتمع العربي والجزائري على وجه الخصوص.

11- فئة الترويج لنمط صحي:

يُعد الترويج لنمط حياة صحي في برنامج الوزن الرابح من أبرز الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها من خلال التوعية وتقديم نموذج عملي حول اتباع سلوكيات وعادات غذائية صحية متوازنة، يستفيد منها المشترك في البرنامج والمشاهد على حد سواء.

حسب توزيع مضمون برنامج الوزن الرابح في الجدول السادس والعشرون يتضح لنا أن الترويج لنمط صحي يشمل عدة جوانب مرتبطة ببعضها البعض، تتمثل في: الرياضة، الغذاء، السلوك، إضافة إلى الجانب النفسي كعنصر أساسي لتحقيق التوازن بين كل هذه الجوانب.

يأتي **النشاط البدني** في الصدارة كعنصر مهم باعتباره وسيلة أساسية لفقدان الوزن ويعتمد البرنامج على استراتيجيات مختلفة لتحفيز المشتركين والجمهور على ممارسة الرياضة بانتظام مما لها من تأثير إيجابي على الصحة النفسية كالتوتر والاكتئاب، والصحة الجسدية، كصحة القلب وتنشيط الأوعية الدموية، إضافة إلى تسهيل عملية حرق الدهون، ففي البداية يتم عرض تمارين خفيفة كالمشي والتمدد تتبعها تمارين متوسطة خاصة بالقوة والكارديو تليها تدريبات عالية الكثافة، ويتم إجراء التمارين الرياضية بتأطير من مدرب محترف

يعمل على شرح كيفية أدائها بشكل صحيح لتجنب خطر الإصابات وبلوغ الهدف، مع شرح أهميتها والنتائج التي يمكن الحصول عليها فيما بعد وهي متنوعة مما يجعل ممارسة الرياضة أكثر متعة. ويُسلط البرنامج الضوء على أداء المشتركين من خلال عرض مقارنة قبل فقدان الوزن وبعده على مدار فترة البث، وهو ما يزيد من وعي الجمهور حول أهمية الرياضة وفوائدها الصحية ويشجعه على تتبع البرنامج والاقتداء بالمشتركين.

تأتي أهمية **التغذية السليمة** في المرتبة الثانية بمجموع تكرارات معتبر، وهو ما يدل على وعي البرنامج بدور التغذية المتوازنة في تحقيق نتائج إيجابية نحو نمط صحي، إلى جانب الرياضة، ومن بين الطرق الفعالة التي يعتمد عليها البرنامج لتقديم محتوى تعليمي عن التغذية، الحديث عن فوائدها في كل حلقة من طرف أخصائية التغذية، وكيفية اختيارها بطريقة صحيحة، والتفصيل في المعلومات بشكل علمي ومبسط حول كمية السعرات الحرارية التي يحتاجها الجسم، كما تقوم أخصائية التغذية بطهي وجبات بمساعدة المشتركين يوميا مع توضيح أهمية كل عنصر من العناصر الغذائية سواء كانت خضار، فواكه حبوب وتوابل وغيرها من العناصر ودورها في تحسين الهضم وبناء العضلات، وفي كثير من الأحيان يكون الحديث عن بعض المكونات الغذائية المهمة لجسم الإنسان غالبا ما يجهلها المشتركون وحتى الجمهور، أو لا يدرجونها في نظامهم الغذائي، وهذا يعتبر تحفيزا لإجراء تغييرات غذائية إيجابية في حياتهم دون الحاجة إلى اتباع حميات غذائية قاسية.

جاءت أهمية **الترويج للتوازن** في المرتبة الثالثة بنسبة أقل بقليل من العناصر السابقة، فنجاح البرنامج وضمان نتائج مستدامة لا يقتصر فقط على فقدان الوزن، وإنما لابد من التركيز على التوازن بين التغذية الصحية، التمارين الرياضية والصحة النفسية. يُروج برنامج الوزن الرابح من ناحية لأهمية التوازن بين التقيد بأطعمة صحية والاستمتاع بتناولها وبكميات غير مبالغ فيها، التوازن بين التمارين الرياضية والاسترخاء لتعافي العضلات. ويركز من جهة أخرى على التوازن بين الأنشطة الرياضية والغذاء المناسب مع كل نشاط، في المقابل كان التوازن مع الجانب النفسي شبه غائب لغياب جلسات دعم نفسي تساعد على تجاوز الضغوطات التي يعاني منها المشتركون. فقد احتلت فئة الترويج **للصحة النفسية** المرتبة الأخيرة بنسبة منخفضة مقارنة ببقية الفئات، فبالرغم من أهميتها العلمية تم تسجيل غياب مختص نفساني كما أشرنا سابقا ضمن طاقم برنامج الوزن الرابح الذي يلعب دورا محوريا في دعم المشتركين نفسيا للتعامل مع الضغوط وتقليل القلق المرتبط بفقدان الوزن، فنادرا ما كانت تظهر مشاهد تروج للصحة النفسية في البرنامج من طرف المدرب، أخصائية التغذية وأيضا منشطة البرنامج، هذه الأخيرة كان تدخلها محوريا، خاصة في حالات العصبية والنرفزة أثناء التحديات، وأحيانا تتدخل لتهدئة الأوضاع بين المشتركين والمدرب الذي كان يتصرف بعصبية أحيانا وكان

أغلب المشتركين يلجؤون إليها، ويطلبون مقابلتها عندما يتعرضون لأي إزعاج أو ضغط نفسي ويعبرون عن ارتياحهم بعد المقابلة.

بالرغم من أهمية الجانب النفسي في دعم التغيير السلوكي للمشتركين في برنامج الوزن الرابح، إلا أن نسبة الترويج له كانت ضئيلة مقارنة بالنشاط البدني الذي كان مهيمنا على بقية الجوانب.

12–فئة التأثير على القيم الأخلاقية:

12– 1–فئة التأثير السلبي على القيم الأخلاقية في برنامج الوزن الرابح:

بالرغم من اتجاه برنامج الوزن الرابح نحو الطابع الرياضي والصحي، إلا أن محتواه لا يخلو من بعض السلوكيات التي تؤثر بشكل سلبي على القيم الأخلاقية، تظهر في أغلب الحلقات بشكل مباشر أو ضمني وتخلق جدلا جادا حول جوهر الرسائل التي يوجهها البرنامج للجمهور.

يسجل الجدول السابع والعشرون توزيع التكرارات المتعلقة بمظاهر التأثير السلبي على القيم الأخلاقية في مضمون برنامج الوزن الرابح، ويتضح من خلال تحليل النسب أن فئة **إضعاف القيم الدينية من خلال السلوكيات الاجتماعية الدخيلة** الأعلى نسبة في الجدول، ويمكن التفصيل في أبرز هذه السلوكيات، وهي كالآتي:

–الاختلاط بين الجنسين:

نقطة الانطلاق في البرنامج هو الإقامة التي يمكث فيها المشتركون رجالا ونساء لمدة تفوق الأربعة أشهر وهو ما يتنافى مع مبدأ الحياء في الشريعة الإسلامية، تليها التحديات البدنية التي غالبا ما ينتج عنه حركات غير لائقة وملامسة بين الجنسين. وفي بعض الأحيان أثناء ممارسة التمارين الرياضية داخل قاعات الرياضة أو في الهواء الطلق يحدث تفاعل جسدي مباشر بين المدرب والمشتركات وهو أمر غير مقبول أخلاقيا، ففي حديث عن عائشة رضي الله عنها: " أنها كانت مع النبي (صلى الله عليه وسلم) في سفر قالت: فسابَقتُه فسبِقتُه على رِجلي فلما حملت اللحم سابقتُه فسبِقني فقال: " هذه بتلك السبقة".

ويقول الشوكاني رحمه الله أن في الحديث دليل على مشروعية المسابقة على الأرجل، وبين الرجال والنساء المحارم، وأن مثل ذلك لا ينافي الوقار والشرف، والعلم والفضل، وعلو السن (السقاف، 2012).

تكرار مشاهد الاختلاط قد يؤثر على المشاهدين ويتقبلونه وكأنه سلوك عادي مما يضعف القيم الدينية لدى البعض.

-السلوك اللفظي السوقي:

من بين السلوكيات الملاحظة في برنامج الوزن الرابح اللغة الخارجة عن الأخلاق، والتي تظهر في عدة مشاهد باستخدام عبارات بذيئة، صراخ ونرفزة سواء بين المشتركين، وأحيانا أخرى بينهم وبين المدرب، وتُرصد عادة أثناء التحديات في حالة الضغط النفسي تحت مبرر الطابع الواقعي الذي يتميز بالعفوية، وهي في الواقع تعبر عن فقدان الضوابط التربوية الغير مقبولة أخلاقيا، ومعروف أن ضبط اللسان من أهم القيم الأساسية في الإسلام، لقوله تعالى: "وَقُولُوا لِلنّاسِ حُسْنًا" (البقرة 83). ومن بين المشاهد التي تبرز هذا النوع من السلوكيات الخلاف الحاد الذي نشب بين أحد المشتركين والمدرب في إحدى الحلقات أثناء التحدي، بعد شعور المشترك بأنه تعرض لعدم الإنصاف خلال تقويم الأداء، مما أثار غضبه ليتحول المشهد إلى صراخ وتبادل ألفاظ غير محترمة خارجة عن السياق التربوي تمس الكرامة الشخصية، وفي مشهد آخر أين تسبب المدرب في إحراج أحد المشتركين علنا أمام زملائه بسبب اختراقه لقوانين الحمية الغذائية، حيث تناول كمية معتبرة من مادة السكر خفية، وعندما اكتشفه تعرض للتوبيخ بالصراخ والتهديد، وكان من أكثر المشاهد إحراجا. في حين كان من المفترض أن يكون المدرب نموذجا في التعامل التربوي ويراعي الظروف التي يمر بها المشتركون من صعوبة التحديات والضغوطات النفسية. فمثل هذه المشاهد تُضعف من الرسالة التوعوية للمشاهد ويؤدي إلى طبع هذا النوع من السلوك في الحياة العادية. كما أن تقديم النقد يكون بشكل بناء وليس مهين واحترام مشاعر المشتركين مطلب مشروع أخلاقيا.

-التنمر:

تكشف بعض المشاهد في برنامج الوزن الرابح مظاهر واضحة للتنمر سواء اللفظي أو الرمزي بين المشتركين مما يُفرغ البرنامج من مضمونه القيمي، وهو ما نهى عنه الإسلام لقوله تعالى: "ولا تَنَابَزُوا بِالأَلْقَابِ بِئْسَ الِاسْمُ الفُسُوقُ بَعْدَ الإِيمَانِ" الحجرات 11. ومن بين أبرز المواقف التي لُوحظ فيها هذا السلوك في إحدى حلقات البرنامج، ظهرت مشتركة وهي تتحدث بطريقة ساخرة عن إحدى زميلاتها، حيث أطلقت عليها لقب "الغوريلا"، في إشارة إلى بنيتها الجسدية، وهي متعودة على إطلاق ألفاظ مماثلة على بقية المشتركين. كما يُعتبر التوبيخ أمام الآخرين واستخدام لغة قاسية من طرف المدرب نوعا من أنواع التنمر اللفظي قد يُفقد المشترك الشعور بالأمان في البرنامج. هذا النوع من السلوك يترك آثارا نفسية وتربوية كفقدان الثقة لدى المشترك وترسيخ العنف اللفظي والسخرية لدى الجمهور كجزء من التسلية.

-اللباس:

الملاحظ في البرنامج أن هناك غفول تام عن البعد القيمي فيما يتعلق بالمظهر الخارجي للمشتركين خاصة فئة النساء، فاللباس الرياضي الذي تعتمده المشتركات أثناء التمارين البدنية والتحديات الأسبوعية لا يراعي خصوصيات المجتمع الجزائري المحافظ كونها ضيقة، تكشف تفاصيل الجسم خاصة في حضور المشتركين الرجال والمدرب، والأكثر من ذلك أمام الملايين من المشاهدين مما يخل بمبدأ الستر. كما تظهر غالبا في البرنامج إحدى المشتركات وهي ترتدي الحجاب من جهة الرأس فقط، بينما رقبتها وذراعاها مكشوفتين إضافة إلى سراويل رياضية ضيقة تُبرز تفاصيل جسدها مما يعكس تناقضا لصورة الحجاب الحقيقي الشرعي وهذا النوع من المشاهد يقدم صورة مشوهة للحجاب مما يُضعف الوعي الديني لدى الجمهور والشباب على وجه الخصوص.

-الإفراط في التعبير الجسدي عن المشاعر:

يستخدم المشتركون في البرنامج القرب الجسدي كالعناق واللمس غالبا للتعبير عن مشاعر الفرح عند تحقيق الفوز في التحديات، أو تعبيرا عن التعاطف مع المشترك الذي سيغادر البرنامج، وأحيانا تكون بطريقة غير مقبولة اجتماعيا أو أخلاقيا فهي لا تراعي عامل الخصوصية، وتعد سلوكيات دخيلة تتعارض مع ثقافة المجتمع وتخالف تقاليده خصوصا عندما تكون بين جنسين مختلفين، وهو غير مقبول حتى ولو كان بدافع إنساني أو عاطفي، كما يؤثر على مصداقية البرنامج، ومن بين أكثر المشاهد المثيرة للجدل تقبيل إحدى المشتركات في البرنامج لزميلها من ذوي الاحتياجات الخاصة، واحتضانه وسط بقية الزملاء بحضور المدرب والمنشطة أمام الكاميرات التي تنقل البرنامج لجمهور واسع وشامل لكل الفئات العمرية، مع العلم أنه متزوج وأب لطفلة، مثل هذه السلوكيات والتصرفات فيها نوع من قلة احترام للزوجة، كما يُعتبر كسرا للسياق الأخلاقي والثقافي حتى وإن كان الشخص من ذوي الاحتياجات الخاصة، فما يُعتبر طبيعيا في بيئة معينة ليس بالضرورة طبيعيا في باقي البيئات.

-تهميش المرجعية الدينية:

برنامج الوزن الرابح هو برنامج ترفيهي رياضي محلي يُبث على قناة جزائرية "سميرة تي في"، يتناول موضوع السمنة (الوزن الزائد) والمعاناة النفسية والجسدية التي يتعرض إليها المشتركون، وهم يخوضون تحديات صعبة للتخلص من هذا الوزن، يعتبر البرنامج نسخة عن البرنامج الغربي The Biggest Loser، تم تعريبه دون القيام بتعديلات تتناسب مع السياق الثقافي والديني للمجتمع الجزائري، وكان نقله معزولا عن الإيمان

والقيم الأخلاقية، فمخطئ من يعتقد أن الدين لا يرتبط مع أنماط الحياة الصحية، فهناك عناصر روحية لا يمكن الاستغناء عنها في مثل هاته التجربة القاسية والمتعبة نفسيا وجسديا ،كذكر الأدعية لتسهيل الأمور أو التوكل على الله، فحتى اللاعبون المسلمون يدعون الله في بداية المباريات ويشكرونه بالسجود علنا عند تسجيل الأهداف تعبيرا عن إيمانهم وامتنانهم، لأن الفضل يعود لله. ويُعتبر هذا التصرف مصدرا لإلهام المشاهدين، فالالتزام الديني لا يتعارض مع النجاح حتى وإن كان المحتوى ترفيهي رياضي، ويعتقد بعض المنتجين أن الإيمان والممارسات الدينية كالدعاء وإخلاص النية هي ممارسات شخصية لا يجب عرضها على الشاشة، في حين تُعتبر تمثيلا واضحا للمعتقد الديني والمبادئ الأخلاقية السائدة في المجتمع المسلم الذي ينتمي إليه الجمهور، المشتركون، القائمون على البرنامج، وأصحاب القناة.

-المشترك القدوة:

من المعروف أن ما يُعرض على شاشة التلفاز في البرامج الجماهيرية يتحول إلى سلوك يُحتذى به، وعليه فإن وجود سلوكيات دخيلة في محتوى برنامج الوزن الرابح تخترق تدريجيا القيم الدينية والاجتماعية لدى العائلات والشباب على وجه الخصوص، فليس من المنطقي مثلا أن يتأثر الجمهور بشخصية مشترك غير منضبط، لا يحترم الآخرين ويتصرف بتنمر لأنه يُعتبر نموذجا ناقصا للاقتداء به حتى لو حقق نجاحا وفاز باللقب، كون القدوة الحسنة تجمع بين النجاح والسلوك الأخلاقي، لها أثر في نشر الخير، ومصدر إلهام للآخرين، لقول الرسول الكريم (صلى الله عليه وسلم): "من سن في الإسلام سنة حسنة، فله أجرها وأجر من عمل بها من بعده، من غير أن ينقص من أجورهم شيئا، ومن سن في الإسلام سنة سيئة كان عليه وزرها ووزر من عمل بها من بعده لا ينقص ذلك من أوزارهم شيئا" (باز، بلا تاريخ).

تلعب القيم الأسرية دورا أساسيا في التربية وبناء مجتمع متوازن تغرسها الأسرة في الأبناء باعتبارها من أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية، ولكن بعض برامج تلفزيون الواقع يمكن أن تتدخل بشكل غير مباشر في إضعاف هذه القيم. كما هو الحال في برنامج الوزن الرابح حيث تأتي **فئة إضعاف القيم الأسرية** بنسبة معتبرة صنفت في المرتبة الثانية، وتتضح فيما يلي:

-ترسيخ قيم المظهر الخارجي للمشترك على حساب جوهره:

يُركز البرنامج بشكل كبير على مظهر المشتركين والوزن المثالي الذي يطمحون الوصول إليه، وهذا قد يُرسخ في أذهان الأبناء أن قيمة الانسان تُقاس بجسده لا بأخلاقه ومبادئه، وهو ما يُضعف بعض القيم الأسرية المهمة كالثقة بالنفس والقناعة، وفي الكثير من الأحيان يتم تكريم المشتركين لأنهم خسروا وزنا معتبرا

وهو تشجيع على التغير الشكلي وليس لكونهم أصبحوا أكثر صحة بفضل الصبر، الإرادة والقدرة على التحمل، كالمشترك الذي تتم مكافأته أسبوعيا بمبلغ مالي كلما فقد خمس كيلوغرامات. البرنامج يُعزز معيارا واحدا للجمال وهو: "الجسم النحيف" متجاهلين أهمية التنوع الطبيعي في الأجسام، وهذا ما يدفع المشاهد إلى الاقتناع بأن القبول المجتمعي مرتبط بالشكل فحسب، كما يتم تجاهل التركيز على الصراعات النفسية والدعم العاطفي الذي يحتاجه المشتركون في رحلة التغيير وهي رسالة تبين أن البعد الإنساني غير مهم.

-تغييب دور الأسرة في الدعم النفسي:

من المعروف أن وجود دعم أسري إيجابي يمكن أن يكون له تأثير قوي في تحسين الحالة النفسية للمشتركين أثناء رحلة فقدان الوزن، كون البرنامج يتطلب منهم التزاما زمنيا وجهدا مضاعفا، مما يعرضهم أحيانا لانتكاسات تدفعهم للندم على المشاركة بسبب البعد والافتقاد لعائلاتهم، وهو ما حدث لأحد المشتركين الذي افتقد لطفلتيه وأصر على الانسحاب. فقضاء أشهر وهم يواجهون تحديات صعبة بعيدين عن أسرهم قد يؤثر على التماسك الأسري. يروج البرنامج لفكرة أن كل مشترك يجب أن يُنافس من أجل الفوز الشخصي بعيدا عن الدعم والتفاعل الأسري، وهو ما يتناقض مع قيمة التعاون والمشاركة ويُرسخ لدى المشاهدين فكرة أن النجاح الشخصي يتطلب العزل عن العائلة لفترات طويلة، متناسين أن الأسرة تعتبر شريكا رئيسيا في بناء نمط حياة صحي خاصة بعد نهاية البرنامج وعودة المشتركين للديار، فبعضهم قد يعودون إلى بيئتهم الأسرية دون تلقي الدعم لعاداتهم الجديدة، مما قد يؤدي إلى صراعات داخل الأسرة ويصبح التغيير مؤقتا وغير مرتبط بالحياة الأسرية اليومية.

- تجاهل الفروقات الفردية للمشتركين:

عدم مراعاة الاختلافات الطبيعية بين الأفراد فيما يخص الجانب النفسي، الجسدي والثقافي قد يؤدي إلى إضعاف القيم الأسرية بسبب:

-تقديم نظام غذائي، والقيام بحركات رياضية موحدة دون مراعاة فارق السن، الجنس، نمط الحياة وحتى الحالة الصحية للمشتركين.

-التعامل مع المشتركين على أساس يجمعهم نفس الدافع لفقدان الوزن، دون الأخذ بعين الاعتبار عاداتهم في الماضي مع الأكل غير الصحي وتجاربهم النفسية المتعلقة بالسمنة.

-تعميم الخطط المسطرة لإنقاص الوزن وتطبيق نفس معايير النجاح أو الفشل على جميع المشتركين، دون مراعاة الإمكانيات الجسدية أو الظروف الشخصية لكل مشترك.

-اعتبار أن جميع المشتركين يتلقون الدعم من أسرهم أو بيئتهم، بينما في الحقيقة قد يكون بعضهم يعاني من ضغوطات أو عدم الرضا على المحتوى المقدم. وإلا كيف يمكن تفسير انفصال إحدى المشتركات عن خطيبها بعد إعلانها في بداية البرنامج على أنها مرتبطة، وستخوض تجربة الوزن الرابح للحصول على رشاقة تسمح لها بارتداء فستان عرسها الأبيض بغية إثارة إعجاب الزوج والحضور، وبعد مرور الحلقات الأولى من البرنامج تبين أنها على علاقة بزميلها وهو ما يُثبت انفصالها عن خطيبها.

-العلاقات العاطفية:

توظيف البرنامج مشاهد تُعبر على علاقة عاطفية بين مشتركة وزميلها تجلت من خلال بعض التصرفات المتبادلة تعكس الانجذاب بينهما، وقد تمثلت هذه السلوكيات في عبارات الدعم والمودة التي اتسمت بالكلمات اللطيفة والمشجعة، إضافة إلى مظاهر الاهتمام المتبادل، مثل قضاء الوقت معا، المشاركة في الأنشطة، تقديم المساعدة، فضلا عن تلبية بعض الاحتياجات دون طلب مباشر من الطرفين. هذه المشاهد قد تُشوه الرسالة الأصلية التي يروج لها البرنامج مما يؤدي إلى التشكيك في مصداقيته لدى الأسر الجزائرية حتى وإن لم تتضمن مخالفات صريحة، فهي تتعارض مع قيم الأسرة وعادات المجتمع، فمثل هذه العلاقات لا يجب أن تُبث على التلفاز كونها تخلق صراعا داخليا عند الجيل الجديد الذي قد يتقبلها بسهولة، مقارنة بالجيل السابق الذي يراها غير محترمة، ولا يمكن مشاهدتها عائليا كونها تسبب حرجا للعائلة لأنها لا ترعي الخصوصية الثقافية للمجتمع، وتشوه صورة البرامج الهادفة.

من بين التأثيرات السلبية على القيم الأخلاقية في برنامج تلفزيون الواقع **الترويج للسلوكيات الاستهلاكية المفرطة**، وقد مثلت في برنامج الوزن الرابح نسبة عالية نوعا ما مقارنة بالفئات الأخرى، مما يدل على تركيز البرنامج بقوة على نشر الرسائل التي تعزز ثقافة الاستهلاك من خلال الإعلانات المباشرة وغير المباشرة، المكافآت المادية، تصوير طريقة فقدان الوزن كأداة للوصول إلى النجاح المادي والشهرة مما يؤثر في اختيارات الجمهور، وفي تشكيل ثقافة استهلاك تُشجع على المظاهر، المقارنة والتبذير. ومن بين مظاهر الترويج للسلوكيات المفرطة في البرنامج، ما يلي:

-زرع قيم مادية على حساب التوازن والمسؤولية:

غالبا ما يُصور البرنامج النجاح أنه يكمن في تحقيق التغير في المظهر الخارجي، حيث يُسلط الضوء على التحول الجسدي للمشتركين باعتماد الدراما من خلال عرض لقطات قبل خسارة الوزن وبعدها، وفي الأخير ملابس أنيقة بعد التحول، تسريحات شعر ومايك آب، ليتم تقديم الجسم الرشيق كرمز للنجاح، وتُعتبر رسالة

مضمونها: المظهر هو مقياس قيمة الانسان، وهي رسالة تُضعف القيم الداخلية كالرضا، الثقة والعزيمة، وبعدها يحصل المشترك والمشتركة الفائزين على جوائز مادية، وهو الهدف الذي اشتركا من أجله في البرنامج على حساب الصحة الجسدية والنفسية والقيم الذاتية التي لم يتم التركيز عليها كفاية، من ناحية كيفية مواجهة المشتركين لنمط الغذاء الجديد، أو كيف تأثرت حياتهم الاجتماعية والعائلية، كيف كانت المشاهد الدرامية كالانسحابات، البكاء ولحظات الصراع الداخلي بصفة عامة.

-تحويل الذات إلى سلعة:

يُحول جسد المشتركين في برنامج الوزن الرابح إلى سلعة قابلة للعرض والاستهلاك، حيث يتم عرضه بشكل مرئي على مدار فترة البث، فهو بالنسبة للقائمين على البرنامج مشروع يجب تحسينه، فيُنظر إلى المشترك الذي يحقق نسبة خسارة وزن معتبرة نموذجا للنجاح فيتم تسليعه كقدوة، كما تُساهم الشاشة في عرض قصص درامية شخصية للمشتركين فيتحولون إلى عناصر ترفيهية تجارية، أو بالأحرى سلعا إعلامية يستهلكها المشاهدون من خلال الانبهار والتعاطف.

-الترويج لعلامات، منتجات وخدمات تجارية:

يتضمن برنامج الوزن الرابح مثله مثل بقية البرامج رعاة رسميين تتمثل في: المنتجات الغذائية، الألبسة والأجهزة الرياضية، المنتجعات السياحية، المجمعات الرياضية، مواد التنظيف، حيث يساهمون في تشكيل مضمون البرنامج ورسائله، فتظهر منتجاتهم وخدماتهم في كل حلقات البرنامج، كالخدمات التي تقدمها المركبات أو النوادي الرياضية مثلا، حيث يتم التركيز على إبراز برامج تدريب مصممة بتقنيات حديثة وأجهزة متطورة تساهم في بناء عضلات قوية وتحسين اللياقة البدنية من خلال دروس رياضية مختلفة، فحوصات دورية لتحديد نسبة الدهون، الضغط، الوزن وغيرها، ومتابعة دقيقة من طرف مدربين مختصين في الرياضة، إضافة إلى عرض مرافق متنوعة للاستجمام والعناية تحتوي غرف بخار، حمام جاكوزي، تدليك، كما توفر صالونات تجميل وخدمات العناية بالبشرة على أساس بيئة متكاملة لتحسين جودة الحياة للأفراد. يتم اعتياد هذه الأماكن وتجربتها من طرف المشتركين مرارا وتكرارا بغرض الترويج وترسيخها في أذهان المشاهدين مما يعزز ثقتهم وتعلقهم بها، يليه تبني نمط استهلاكي معين بناء على ما شاهده. وقد يُعتبر استغلال الرغبة العاطفية للمشاهدين في التغيير وتحسين الذات لأغراض تسويقية غير أخلاقي، عندما تُصور القاعات الرياضية وكأنها عصا سحرية لتحقيق ذلك التغيير.

تظهر بعدها **فئة الترويج للنمطية الجسدية** هي الأخرى بنسبة متقاربة مع الفئة السابقة في حلقات برنامج الوزن الرابح، ما يعكس تركيزه على معايير جمالية معينة للجسد، ويؤثر سلبا على مفهوم القبول الذاتي لدى الفئة التي لا تندرج ضمن هذه المعايير. من أبرز هذه المعايير بجانبيها المعلن والضمني التي يركز عليها البرنامج، ما يلي:

-تزكية الصورة الجسدية "المثالية":

يُساهم برنامج الوزن الرابح في الكثير من الأحيان في ترسيخ فكرة غير واقعية عن الصورة الجسدية المثالية، فهو يرُكز على المظهر الخارجي أكثر من الصحة النفسية والجسدية للمشتركين، من خلال خسارة وزنهم والنجاح في تحقيق جسم نحيف مُلفت للنظر ليصبح نموذجا مطلوبا. فأغلب المشتركين والنساء على وجه الخصوص تقدمن للمشاركة في البرنامج بهدف الوصول إلى جسم مثالي يُمهد لهن الطريق نحو عالم الشهرة والنجومية، وقد عبّرن عن ذلك بوضوح خلال المقاطع التعريفية التي تم عرضها على شكل ربورتاج مصور لمدة دقيقتين في بداية البرنامج، ومن بين هذه المقاطع ظهور مشتركة تسرد قصتها مع التمثيل وأنها شاركت سابقا في مسلسل ترفيهي، إلا أن ظهورها لم يكن بارزا ولم تحصل على فرص أخرى في هذا المجال بسبب شكلها، وحلمها أن تحصل على جسم رشيق من خلال تجربتها في البرنامج طمعا أن تحصل على فرص جديدة في المستقبل. وفي مقطع آخر مشتركة تقوم بتبديل مجموعة من الفساتين، تعبيرا عن رغبتها الجامحة في دخول عالم الأزياء. يفرض البرنامج على المشتركين تحديات تحت ضغوط رهيبة مما يجعل الناس يتصورون أن الوصول إلى جسم مثالي يمكن أن يتم بسرعة فائقة وفي أقصر مدة ممكنة دون مراعاة إن كان ذلك سيؤثر على حالتهم الصحية أم لا، فالتركيز على المظهر الخارجي والترويج له كصورة نمطية ضيقة صار أولوية على حساب الصحة النفسية والعافية الجسدية مما يُضعف من القيمة الداخلية للإنسان، ويدفع فئة من الجمهور للسعي وراء معايير جمالية محدودة وخطيرة أحيانا.

-تمجيد النحافة على حساب السمنة:

يُركز البرنامج في مضمونه الظاهر والمعلن للجمهور على فقدان الوزن كنقطة بداية نحو حياة صحية كون السمنة تؤدي إلى أمراض خطيرة كالسكري، ضغط الدم والقلب، ودخول المشتركين البرنامج مبني على الرغبة في النحافة لاستعادة عافيتهم ونشاطهم من خلال اتباع حميات غذائية مناسبة والقيام بأنشطة رياضية من أجل تحسين المظهر، مما يجعل النحافة صفة الشخص الرياضي النشيط الذي يتمتع بالصحة الجيدة، وهي الصورة المثالية الظاهرة التي يُراد ترسيخها في أذهان المشاهدين. إلا أن هناك رسائل ضمنية غير مباشرة تروج

للنحافة كرمز للجمال خاصة لفئة النساء مما يؤثر على توجه البرنامج، كما تُوظف صور التحول الجسدي من خلال عرض مشاهد للمشتركين قبل وبعد فقدان الوزن لجذب المشاهدة مُستغلين فرصة تسويق بعض المنتجات والخدمات عن طريق الإعلانات. وما هو شائع في بعض المشاهد تصوير النحافة كرمز للنجاح والانضباط عكس السمنة التي تشير إلى الكسل وقلة الإرادة وهو ترميز غير عادل، حتى وإن كانت الإشارة إليه تُفهم من سياق المشاهد وغير صريحة، قد يؤدي إلى شعور فئة من الناس الذين يعانون من السمنة بالخزي من أجسادهم، مما يثير تحديات أخلاقية تتعلق بالقبول الاجتماعي، مشكل التنوع، العدالة الجسدية والسلامة النفسية.

-التغيير الجسدي السريع:

يعمل البرنامج على خسارة الوزن بشكل سريع، وتحقيق معدلات فقدان وزن غير واقعية في وقت قياسي وهو ما يُعرّض المشتركين لضغوطات نفسية كالكآبة والقلق اللذان يدفعان إلى تدني احترام الذات في حالة الإخفاق، كما قد يُشكل خطرا على صحتهم الجسدية وحصول مضاعفات صحية قد تودي بحياتهم جراء التمارين الرياضية المكثفة والاضطرابات الغذائية، مثل ما حدث مع مشتركة في الحلقات الأولى من البرنامج تعرضت لمشكل الإمساك بسبب النظام الغذائي المتبع في البرنامج، وبقيت على تلك الحالة لمدة خمسة عشر يوما، مما تسبب لها في تعقيدات وألم على مستوى القولون العصبي، واضطر القائمون على البرنامج نقلها إلى المستشفى.

يُعزّز البرنامج فكرة أن المنافسة القاسية والانضباط الشديد ضروريان للحصول على جسم نحيف ومثالي ويتجاهل في المقابل سلامة المشتركين الصحية، فلا يُعقل أن يصل إنقاص الوزن لعشرات الكيلوغرامات في ظرف أسابيع قليلة فقط من بداية البرنامج دون توعية طبية وإشراف مختصين في مجال الصحة، وهو ما يُعتبر تعديا على القيم الأخلاقية المتعلقة بصحة الإنسان واحترام جسده.

-تجاهل التنوع المورفولوجي للمشتركين:

يُعتبر فقدان الوزن والحصول على جسم نحيف ورياضي هدف البرنامج وكأنه النمط الوحيد للنجاح دون أن يأخذ بعين الاعتبار أن أجساد المشتركين تختلف من حيث التركيبة، احتياجاتها الغذائية ودرجة استجابتها للرياضات والتحديات المختلفة، وهو تصور خاطئ لأنه يؤدي إلى الاعتقاد بأن أي شخص لديه وزن زائد ينطبق عليه هذا النمط، وهو أمر مُضلّل وغير دقيق علميا.

تأتي **فئة الترويج للسلوكيات غير الصحية** في الأخير بأقل تكرار، وحضورها في البرنامج يُشير إلى تناقضات في بعض الرسائل الصحية مما قد يؤدي إلى ممارسات قد تضر النفس والجسد، ومن أبرز السلوكيات الغير صحية التي تُمرر من خلال البرنامج، ما يلي:

-المبالغة في النشاطات البدنية:

يفرض برنامج الوزن الرابح تدريبات شاقة ومكثفة على المشتركين يوميا تدوم لعدة ساعات، حيث يتجاهل الفروق الفردية في القدرة البدنية للمشتركين فمنهم من لديهم مشاكل صحية، وآخرون يعانون من سمنة مفرطة يجدون صعوبة في القيام بها وغالبا ما تُنفّذ تحت ضغط نفسي، كما أن البرنامج لا يُظهر التدرج المنطقي الذي يجب تطبيقه علميا في ممارسة الرياضة، مما يُضلّل المشاهد حول الطرق الصحيحة لخسارة الوزن. وفي حالة التهاون من طرف المشتركين فإنهم يُعاقبون بمزيد من التمارين بدلا من التشجيع الصحي، مما يخلق علاقة سلبية مع النشاط البدني.

يتم الترويج لفكرة أن فقدان أكبر نسبة من الوزن لا يتم إلا ببذل جهد بدني مضاعف وهو تصور خاطئ وغير واقعي، فلا يمكن تجاهل أهمية الراحة والدعم النفسي إضافة إلى الغذاء المناسب لمثل هذه المجهودات المرهقة، ففي كثير من المشاهد يظهر المشتركون وهم ينهارون من التعب، لكن يقدمه البرنامج في الشاشة على أنه إنجاز بطولي وليس خطير مما قد يدفع المشاهدين إلى تقليد هذه السلوكيات دون إشراف طبي أو مختصين مما قد يعرضهم للخطر.

-فرض قيود غذائية قاسية:

يفرض البرنامج على المشتركين نظاما غذائيا صارما بداية من أول يوم في الإقامة دون تهيئة نفسية لهم والتأكيد على ضرورة التقيد به لخسارة الوزن رغم آثاره السلبية، ويتم ذلك من خلال: اتباع أغذية منخفضة جدا في السعرات الحرارية دون احتساب مستوى الأنشطة البدنية التي يمارسونها، أو مراعاة الاحتياجات الفردية مما يؤدي إلى التعب، اضطرابات في الأيض وفقدان العضلات، كما يتم منع بعض الأطعمة منعا كليا حتى وإن كانت ضمن حدود معتدلة ويُحرم المشتركون من حق اتخاذ القرار فيما يأكلونه حتى في المناسبات الخاصة مثلما يظهر في إحدى حلقات البرنامج حيث تم الاحتفال بعيد ميلاد إحدى المشتركات، وعند تقديم الكعكة وتذوقها كانت ردة الفعل خائبة من طرف المشتركين كون الكعكة صحية، مما يدل على أن البرنامج لم ينجح في زرع ثقافة غذائية إيجابية، بل فرض حمية إجبارية مؤقتة.

يُعتبر من يتناول طعاما خارج خطة البرنامج على أنه ارتكب خيانة عظمى كما جاء على لسان المدرب عندما اكتشف أن أحد المشتركين كان يغش، فوبخه بأسلوب مهين للكرامة الإنسانية أمام الجميع، في الوقت الذي كان يعاني فيه أغلب المشتركين من هشاشة نفسية تتعلق بمظهرهم الخارجي والحمية الغذائية القاسية.

بعد مضي أسابيع من القيود الشديدة والحمية الصارمة تم السماح للمشتركين خلال يوم مفتوح بتناول ما يشتهون من الأطعمة وبالكمية التي يرغبونها ما يعتبر أمرا غير معقول، لأنه نمط غذائي ضار بالصحة الجسدية كون الجسم في حالة حساسة قد لا يتحمل التغيير المفاجئ، فبعد مُضيّ أسابيع من تقليل السعرات والاعتياد على كميات صغيرة، فإن تناول كميات متنوعة وكبيرة دفعة واحدة قد يسبب اضطرابات هضمية ارتفاع السكر، وحتى مشاكل في القلب. يُعرف هذا النمط بـ "اليويو الغذائي" (Yo-Yo Dieting) وهي حالة شائعة عند الأشخاص الذين يبدؤون في فقدان الوزن وبعد الوصول إلى حالة انعدام الوزن يستعيدون كل ما فقدوه لتصبح في النهاية حلقة مُفرغة، لا يقتصر تأثير اليويو الغذائي على الصحة الجسدية فحسب بل يكون له عواقب وخيمة على نفسية الإنسان (BANGKOK HOSPITAL HEADQUARTERS, 2024).

من بين التناقضات المثيرة للجدل في البرنامج والتي تُشوه فكرة الحياة الصحية لدى الجمهور، أنه من جهة يفرض حمية غذائية صارمة لمدة أسابيع على المشتركين، ومن جهة أخرى يسمح لهم في يوم مفتوح بالأكل غير المشروط دون مراقبة، مما يشكل صداما مع المبدأ التربوي للاعتدال والتوازن ويثير التساؤل حول منهجية البرنامج.

-الضغط النفسي المفرط:

من بين السلوكيات غير الصحية التي يمارسها برنامج الوزن الرابح على المشتركين الضغط النفسي، كون البيئة التي تجمع بينهم هي بيئة تنافسية قاسية تسير على مبدأ التنافس الحاد والإقصاء، مما يخلق شعورا بالتوتر الدائم والخوف من الفشل وأحيانا انهيار نفسي. كما يتم في بعض المشاهد تأنيب المشتركين أمام زملائهم مما يسبب إحراجا وضغطا عاطفيا بسبب قلة احترام الذات، وهو ما يعتبر تقصيرا أخلاقيا من قبل القائمين على البرنامج الذين يصبّون كل تركيزهم على التحول الجسدي للمشتركين، دون مراعاة الجانب النفسي الذي يحتاج لوجود مختصين نفسانيين برفقتهم في ظل الضغوطات النفسية التي يمرون بها من بداية البرنامج إلى نهايته.

كثير من المشتركين في نسخ عالمية من البرنامج بعد نهايته صرحوا بأن التجربة تركت آثارا سلبية على صحتهم النفسية، وهي تصريحات نُشرت عبر مقالات منها مقال عن البرنامج الأصلي The Biggest

Loser، حيث يظهر من خلال تحقيق عميق أن بعضهم عانى من الاكتئاب واضطراب في الأكل، بينما شعر آخرون بالخذلان بعد انتهاء الدعم (McDermott, 2016).

كما حذرت الجمعية البريطانية للطب النفسي من أن مثل هذه البرامج تؤدي إلى اضطرابات بسيكولوجية عند المشتركين، ويُعرّضهم إلى ضغط جماهيري لا يمكنهم التعامل معه (Liardet, 2019).

من أبرز المتناقضات في برنامج الوزن الرابح، تلك التي تكشف عن فجوة بين الخطاب الظاهري للبرنامج وبين الممارسات الواقعية التي تظهر على الشاشة، كالدعوة إلى الصحة النفسية مقابل التسبب في الضغط والإذلال، فالبرنامج يُروج في الظاهر لفكرة تحسين جودة الحياة النفسية للمشتركين، بينما يُمارس في الواقع ضغوطات شديدة وتحديات قاسية، إضافة إلى توبيخات تؤدي إلى الانهيار النفسي، مما يتناقض مع مبادئ الرعاية والدعم. كما يدعو لنمط حياة صحي من خلال تغيير العادات الغذائية والرياضية بشكل دائم، وفي المقابل يفرض حميات قاسية وتمارين مفرطة دون تدريج أو مراعات للفروق الفردية، وهو ما لا يمكن تطبيقه في الحياة اليومية خارج البرنامج. وكذلك يُشجع من جهة على الثقة بالنفس ومن جهة أخرى يصور المشتركين بطريقة سلبية في بداية التجربة، ويقدم النحافة الجسدية كشرط أساسي للنجاح وهو تعبير عن الصورة النمطية السلبية. البرنامج يدعي احترام كرامة المشتركين وخصوصيتهم، ويعرض في نفس الوقت لحظات انهيارهم النفسي على الشاشة قصد إثارة الدراما.

بالرغم من أن برنامج الوزن الرابح يُروج لنمط حياة صحي، إلا أنه يعيش حالة من الجدل بين أهدافه المعلنة وممارساته الفعلية التي تحمل في طياتها رسائل سلبية تضعف القيم الأخلاقية، في ظل غياب الرقابة الأخلاقية والمهنية في إنتاج هذا البرنامج الجماهيري.

12-2- التأثير الإيجابي على القيم الأخلاقية في برنامج الوزن الرابح:

يُصنّف برنامج الوزن الرابح ضمن البرامج الواقعية التي تهدف إلى إحداث تغيير جاد في نمط حياة الأفراد من خلال تعزيز الصحة بإنقاص الوزن. وبالرغم من بعض الانتقادات التي تطاله إلا أنه يحمل تأثيرات إيجابية على القيم الأخلاقية، بل يمتد إلى ترسيخها لدى المشتركين والجمهور على حد سواء. ومن بين أهم القيم التي يحاول الترويج لها ما يلي:

يتضح من خلال التحليل الكمي للجدول الثامن والعشرون أن **الترويج للإرادة والعزيمة** هي الأعلى نسبة بمجموع تكرارات عالية، ما يشير إلى أن البرنامج يصب اهتمامه بشكل أساسي في غرس روح المثابرة والتحدي لدى المشتركين والجمهور لتحقيق الأهداف الصحية، فيُبرز قيمة الصبر على المشقة عند مواجهة

التحديات الجسدية أو التمارين الرياضية الصعبة التي يتوجب عليهم تجاوزها، كما يُشجع على عدم الاستسلام في مواجهة كل ما هو صعب في كل شيء مما يساعدهم على تطوير العادات الإيجابية في حياتهم. ومن مظاهر الترويج لقيم الإرادة والعزيمة ما يلي:

-عرض قصص التحدي الشخصية:

يتم عرض خلفيات عن المشتركين بغرض تعرف المشاهد على تفاصيل من حياتهم المتعلقة بوزنهم، بيئتهم وظروفهم الاجتماعية، إضافة إلى المشاكل النفسية التي ترهقهم، كتمهيد قبل رحلتهم نحو التحديات الحقيقية لإنقاص الوزن، وتمثلت في عرض ربورتاج تعريفي لكل مشترك، البيئة التي ينتمون إليها، عاداتهم، مواهبهم اتجاهاتهم، ميولاتاهم والعوائق التي تُصادفهم يوميا بسب وزنهم الزائد، تتراوح مدة الربورتاج دقيقتين، والغرض من هذا العرض هو إبراز العزيمة كنقطة انطلاق وتحفيز المشاهدين على انتهاج نفس الطريق من أجل التغيير.

خلال حلقات البرنامج وأثناء رحلة إنقاص الوزن يتم بث مشاهد الإحباط، القلق والتوتر لإبراز صعوبة التغيير وأنه ليس مستحيلا بالإرادة، فتُعرض مراحل خاصة بالتحديات الجسدية الصعبة وكيفية التغلب عليها بفضل تحفيز المشتركين لبعضهم البعض وتحفيز المدرب والمنشطة وخبيرة التغذية، ويستخدمون في ذلك خطابات تحفيزية للتشجيع على الاستمرار تتعلق عادة بتجنب الاستسلام، وهي رسائل تعزز القوة الداخلية عند المشتركين والمشاهدين معا. وفي نهاية الرحلة تظهر نتائج الإصرار والعزيمة المتوصل إليها من خسارة للوزن والتأثير الإيجابي على حياة المشترك كتجديد الثقة بالنفس، ثم يُكافأ صاحب الإرادة القوية مما يُحفز الآخرين على الاقتداء بهم.

-قيمة المبادرة وتحمل المسؤولية عن القرارات الشخصية:

يقول الكاتب كوفي: "الأشخاص المبادِرون يدركون أنهم المسؤولون عن حياتهم. لا يُلقون باللوم على الوراثة أو الظروف أو التربية. إنهم يدركون أنهم يصنعون قراراتهم بأنفسهم." بمعنى أن الأشخاص الفعالين هم الأشخاص الذين يبدؤون بتحمل مسؤولية اتخاذ القرارات عن حياتهم، ولا ينتظرون الظروف أو الآخرين ليقرروا مصيرهم، بل يؤمنون أنهم يملكون القدرة على الاختيار والتصرف والاستجابة (Covey's, 1989, p. 36)، وعليه فإن برنامج الوزن الرابح يتبنى هذه القيمة حيث يدفع المشتركين الذين التحقوا لغرض المشاركة وبادروا بالتسجيل فيه لحاجتهم، للتغيير إلى تحمل مسؤولية صحتهم وأسلوب حياتهم بدلا من إلقاء اللوم على الآخرين وعلى الظروف، وهي خطوة تعكس بداية تحرك إرادي وشخصي نحو حياة صحية، مما يُعزز الوعي الصحي لديهم ولدى المشاهدين بإظهار أن البيئة والظروف لا تصنع التغيير، وإنما التغيير يبدأ

من داخل الفرد. فنجد المشتركين يختارون ردود أفعالهم اتجاه المواقف لا أحد يجعلهم غاضبين أو فاشلين، بل هم الذين يقررون كيفية التعامل مع تلك المواقف، فتحمل المسؤولية يُعتبر أول خطوة نحو التغيير الناجح. بعض المشتركين يبتكرون طرقا لتجاوز العقبات مما يدل على أنهم لا ينتظرون التعليمات فقط بل يبادرون في إيجاد حلول، مثلما صرحت به إحدى المشتركات في إحدى الحصص عندما سألتها المذيعة عن كيفية تصرفها عند شعورها بالجوع، لترد قائلة أنها تتناول كمية من اللّوز وهو خيار مناسب للصحة لأنه غني بالدهون الصحية يُخفّض الكولسترول الضار، ينظم مستويات السكر في الدم، والأهم من ذلك يساعد على الشعور بالشّبع.

– قيم الدّعم والتّعاون:

يُشجّع برنامج الوزن الرابح على قيمة الدّعم متمثلا في التشجيع المتبادل بين المشتركين مما يقلل من الإحساس بالبعد العائلي، أو الإحباط، والتوجيه المستمر من طرف المدرب وأخصائية التغذية ومتابعتهم الشخصية، إضافة إلى تحفيزهم معنويا ليتغلبوا على الشعور بالفشل. كما يُعزّز قيمة التعاون لتحقيق أهداف مشتركة، ويظهر ذلك من خلال العمل الجماعي في تحضير الوجبات الصحية كطهي وجبة غذائية صحية جماعيا، والتمارين اليومية الجماعية. وكذلك في التحديات الأسبوعية، حيث يُقسّم المشتركون إلى فرق ويتنافسون في تحقيق أهداف معينة، ويحرص كل فرد على النجاح الجماعي مما يُعزز قيمة الانتماء، ومن بين أبرز المشاهد التي عكست قيمتي الدعم والتعاون في البرنامج، كانت خلال إحدى الحصص التدريبية بمدينة مستغانم، أين تعرض أحد المشتركين للسقوط نتيجة الإرهاق البدني ولم يتوانى زملاؤه في التدخل إذ سارعوا إلى مساعدته ليستمر، ووقفوا إلى جانبه معنويا وجسديا حتى وصوله إلى نقطة النهاية. وهو تصرف يجسد القيم الأخلاقية والاجتماعية التي يسعى البرنامج إلى ترسيخها.

– اتباع أسلوب حياة متوازن:

من بين الأهداف التي يرمي إليها البرنامج تشجيع المشتركين على التخلي عن السلوكيات التي تضر حياتهم كالإفراط في الأكل غير الصحي والانقطاع عن الرياضة، ويؤكد على أهمية اتباع وجبات غذائية معتدلة القيام بالأنشطة البدنية يوميا، والاستقرار النفسي. وهذا يعزز فكرة أن الصحة تساوي أسلوب حياة متوازن وأن الجسد أمانة يتوجب العناية به، لقول الرسول الكريم (صلى الله عليه وسلم):"إنَّ لِبَدَنِكَ عَلَيْكَ حقًّا" فالجسم يحتاج دائما إلى ما يُقوّي طاقته ويُعين على نشاطه، شريطة اختيار مأكل ومشرب صحيان دون إفراط ولا تفريط، لقول الله تعالى: "يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ

المسْرِفِين" [الأعراف: 31]. وكذلك ممارسة الرياضة تُعتبر عبادة بدنية، فإذا كان البدن سليما تمكن الإنسان من تحمل مشاق الحياة والعبادات التي فرضها الله علينا كالصلاة، الصوم وحج البيت.

-محاربة الشراهة والترويج للتغذية الصحية:

يُعاني المشتركون من اضطرابات في الأكل بسبب الأكل السريع، واستهلاك الدهنيات، السكريات والعجائن بكميات كبيرة، مع عدم القدرة على التوقف، مما يؤدي إلى مشكل البدانة. لذا يُقدم برنامج الوزن الرابح مجموعة من المعلومات المبسطة والعلمية حول التغذية السليمة، مما يُسهل لهم التفريق بين الجوع والأكل العشوائي، وتعمل أخصائية التغذية على شرح كيفية التحكم في الكمية والنوعية مع كل وجبة تقدمها دون حرمان، والهدف هو التقليل من مشكل الشراهة.

- تشجيع النشاط البدني والمداومة عليه:

يُقدّم البرنامج محتوى توعوي عن فوائد التمارين الرياضية للصحة الجسدية، حيث يعرض مشاهد يومية للأنشطة الرياضية التي يقوم بها المشتركون رفقة المدرب كالمشي، الجري، تمارين القوة والمرونة وغيرها، إضافة إلى التحديات الجماعية والمنافسات الودية التي يُنظمها البرنامج أسبوعيا، وفي نهاية الأسبوع يتم عرض النتائج المتحصل عليها من خلال جهاز القياس "تانيتا" الذي يعمل عل قياس وزن كل مشترك تحليل نسبة الدهون لديه، قياس كتلة عضلاته ونسبة الماء في جسمه، إضافة إلى مؤشر كتلة الجسم، أي تحديد الفئة التي يُصنف فيها (طبيعي، وزن زائد، بدين) بالربط مع عمر المتسابق.

من بين أهم العوامل التي تعزز الصحة الجسدية والنفسية للفرد هي **الثقة بالنفس**، وتم الترويج لهذا العامل في بعض حلقات البرنامج نظرا لأهميته في مخاطبة المشترك والمشاهد على حد سواء، ومن أبرز المشاهد التي يظهر فيها الترويج للثقة بالنفس، ما يلي:

-مشاهد عن تصريحات المشتركين: يظهر الترويج للثقة بالنفس في تصريحات المشتركين في البرنامج من خلال الكلمات التي تعبر عن الفخر بالإنجازات الإيجابية التي تم تحقيقها، وكيف استطاعوا تغيير أنفسهم من أشخاص يستسلمون بسهولة إلى أشخاص يواجهون الصعوبات بكل عزيمة ويكملون للنهاية. وهي تصريحات تؤكد أن التغيير الحقيقي يبدأ من الداخل.

-مشاهد عن لحظات قبل وبعد التغيير الجسدي:

يظهر المشتركون في مشاهد الحلقات الأولى للبرنامج بملابس فضفاضة وملامح يسودها الخجل والانزعاج حيث يتم عرضهم بطريقة تُظهر معاناتهم مع الوزن الزائد، وانعدام الثقة عند أغلبيتهم لدرجة يتفادون النظر

إلى الكاميرا بثبات، وبمجرد البداية في تحقيق نتائج إيجابية نحو التغيير تظهر الابتسامة والاستقامة في الوقوف والحديث بنظرات واثقة، بالإضافة إلى الاهتمام بالمظهر الخارجي. كما عمد البرنامج إلى تذكير الجمهور بمراحل التغيير التي مر بها كل مشترك، من خلال إعادة الربورتاج الأول لكل مشترك بالتناوب بين الحلقات تضمن عباراتهم الأولى التي غالبا ما اتسمت بالإحباط، بالإضافة إلى مشاهد تُوثق حالتهم الجسدية في بداية التجربة، ثم تأتي لقطات حديثة للمشترك بعد التغيير وهو يعبر بكل ثقة وحيوية. وكانت أكثر المشاهد تأثيرا على المشاهدين، الحلقة ما قبل الأخيرة أين اجتمع المشتركون الستة المتأهلون للنهائي رفقة المدرب ومنشطة البرنامج، وعبروا فيها عن شعورهم بالرضا الداخلي بعد أشهر من الالتزام والعمل الجاد، وهو ما يجسد قصة استرجاع الثقة بالنفس.

-مشاهد الدعم الجماعي:

بفضل تشجيع الزملاء في التمارين والتحديات يتم رفع معنويات المشترك لحظة الانهيار باستخدام عبارات: لا تستسلم، أكمل، تستطيع الوصول...وغيرها، إضافة إلى الاحتفال بإنجازات الآخرين في الحلقات الأخيرة دون الشعور بالنقص عكس الحلقات الأولى، وهي سلوكيات تدل على نمو الثقة لدى المشتركين كما يصرح أحدهم: سنلتقي في النهائي بعد تعب، أوقات صعبة، ضحك ومرح، وأنا فخور بالنتائج التي حققناها والأحسن هو من سيفوز بحول الله، وهو تصريح يعكس النضج والثقة بالنفس، إضافة إلى روح المنافسة واحترام الآخرين.

-مشاهد تشجيع المختصين:

يقصد بالمختصين في برنامج الوزن الرابح، المدرب الرياضي، أخصائية التغذية إضافة إلى المنشطة، هذه الأخيرة كان لها دورا فعالا في تحفيز المشتركين باستخدام عبارات تشجيعية تهدف إلى بناء ثقة المشترك بنفسه خاصة في حالات الفشل والانتكاسات، أو الشك بالنفس والتفكير في الانسحاب. في مثل هذه الظروف لم يكن الدعم البدني من طرف المدرب أو أخصائية التغذية كافيا، ففي ظل غياب الأخصائي النفسي داخل البرنامج برزت المنشطة كداعم نفسي غير رسمي وكانت النتائج فعالة وملموسة، حيث كانت تستمع إليهم بصدق، وتستخدم كلمات تجمع بين المرونة والحزم في آن واحد وتعيد فيهم الشعور بالأمان. من بين المشاهد التي تُبرز ذلك لحظة اتخاذ أحد المشتركين قرار الانسحاب من البرنامج فطلب مقابلتها، وبعد الحديث إليها أقنعته بعدم الانسحاب وشجعته على الاستمرار. والأغلبية يشعرون بالامتنان نحوها، حيث صرحت إحدى المشتركات وهي تتحدث عنها بتقدير كبير، قائلة: أحيانا تكون معنوياتي منهارة وأفقد الثقة بنفسي، لكن

بمجرد أن أتحدث مع منشطة البرنامج أشعر براحة غريبة وكأن لها مفعولا سحريا. وجودها لم يكن مجرد تقديم للبرنامج بل كانت ركيزة نفسية حقيقية في رحلة المشتركين، أعادت لهم الثقة بالنفس حين فقدوها، ودفعتهم للاستمرار حين كادوا يتوقفون.

يروج البرنامج من جهة أخرى **لفوائد الانضباط** كونه عامل أساسي يساعد المشتركين في تحقيق أهدافهم وتحقيق نتائج إيجابية على المستوى الجسدي والنفسي، ويظهر ذلك من خلال بعض المشاهد بمجموع تكرارات أقل من العناصر السابقة، ومن أهم مظاهر الترويج لفوائد الانضباط، ما يلي:

-الاستمرار في النشاط البدني والحمية الغذائية:

يُروج برنامج الوزن الرابح لفوائد الانضباط من خلال الالتزام بشكل مستمر في التمارين الرياضية والحمية الغذائية، وقد تم تقديم نماذج متمثلة في قصص نجاح واقعية لمشتركين سابقين في النسخة الأولى، تمت استضافتهم في الإقامة من طرف مشتركي النسخة الثانية، وهو ما يُعزز الحافز لدى المشتركين الجدد ويمنحهم شعورا بإمكانية تحقيق نتائج مماثلة، ويساعد في تقديم رسائل صادقة حول أهمية الاستمرارية والانضباط بعد البرنامج.

-الفوز بالتحديات الأسبوعية:

يعمل البرنامج على ربط الانضباط بالمكافآت، حيث يتم تحفيز المشتركين من خلال تحديات أسبوعية يتنافسون فيها، وفي النهاية يتم الإعلان عن الفائزين أمام الجميع وتُقدَّم لهم غالبا جوائز مالية، مما يعزز فكرة أن الانضباط يعتبر وسيلة للفوز والتميز.

-تغيرات في السلوكيات الشخصية:

يُقدِّم بعض المشتركين في البرنامج شهادات يوضحون فيها التغيرات التي حققوها في حياتهم اليومية فيما يتعلق بأكلهم الصحي واعتيادهم على التمارين الرياضية، وهذا بفضل الانضباط الذي ساهم كذلك في تحسين الجانب النفسي لديهم.

-التحولات الجسدية:

يتم قياس تقدم المشتركين في البرنامج أسبوعيا لعرض نتائج الانضباط، حيث يتم إبراز الفرق الجسدي لهم بعد التزامهم بالتعليمات المقدمة من طرف المدرب وأخصائية التغذية، ويكون التركيز دائما على نسبة انخفاض الوزن، نسبة الدهون، زيادة الكتلة العضلية، مع ربط التغيرات الجسدية بالتحسن الصحي كضغط الدم والسكري.

يعد **الدعم الاجتماعي** من بين أهم العناصر التي تساهم في إنجاح رحلة المشتركين في إنقاص الوزن في برنامج الوزن الرابح باعتباره الركيزة الأساسية للتحفيز والاستمرار، ولكن مشاهد الترويج له تكاد تنعدم وسجلت نسبة جد ضئيلة مقارنة بالعناصر الأخرى، وتتجلى مظاهر هذا الدعم في بعض المستويات، وهي:

-المدربون والمختصون:

يلعب المدرب الرياضي وأخصائية التغذية في البرنامج دورا مهما في توفير الإشراف المهني والتقني حيث يشمل تمارين رياضية يومية وبرامج غذائية صحية، إضافة إلى الدعم المعنوي من طرف منشطة البرنامج والتحفيز الفردي في ظل غياب مختص نفساني.

-المشتركون:

يُعزز البرنامج روح الفريق خاصة في الحلقات الأخيرة، ويظهر ذلك من خلال مساعدة بعضهم في التغلب على الصعوبات أثناء التمارين الرياضية والتحديات الأسبوعية، كما يحتفلون بإنجازاتهم جماعة.

-العائلة والمقربون:

تلعب العائلة والأصدقاء دورا بارزا في مساندة المشتركين وتشجيعهم خلال تجربتهم الصعبة لإنقاص الوزن في برنامج الوزن الرابح وحتى بعد انتهائه، كونها الجهة الأقرب اجتماعيا ونفسيا، وغيابه قد يؤثر سلبيا كما سبق أن ذكرنا. فالملاحظ أن مشاهد هذا الدعم شبه غائبة حيث اقتصر فقط على عرض مشهدين للقاءين عائليين، تمثل في زيارة مفاجئة لوالد زوج إحدى المشتركات وطفليها بمناسبة عيد ميلادها في الإقامة ومشهد آخر أحضرت فيه منشطة البرنامج ابنتي أحد المشتركين لتحفيزه على الاستمرار في البرنامج، فكان مشهد اللقاء مؤثرا وله تأثير إيجابي دفعه للمضي قدما في البرنامج. وفي مشهد آخر تظهر ابنة إحدى المشتركات في البرنامج وهي قادمة لزيارة والدتها في الإقامة فرفض المدرب استضافتها بحكم أنها كانت مشتركة سابقة وتم إقصاؤها، ولا يحق لها العودة لأنه يُنافي القوانين التي فرضها البرنامج، مما أثر سلبا على نفسية المشتركة الأم بعد سماعها الخبر.

-الجمهور العام: (المشاهدون والمتابعون على مواقع التواصل الاجتماعي):

يلعب الجمهور دورا محوريا في تحفيز المشتركين، حيث يُعتبر تفاعلهم مع البرنامج بمثابة دعم نفسي غير مباشر يعزز من ثقة المشترك بنفسه ويمنحه شعورا بالإنجاز والتقدير. ولكن لوحظ غياب شبه تام لهذا الدعم في البرنامج باستثناء مشهد في حلقة من الحلقات التي أظهر فيها البرنامج تفاعلا جماهيريا، حيث جلست المنشطة داخل الصالون رفقة المدرب الرياضي، وإلى جانب المشتركين الستة المتأهلين للنصف النهائي في

أجواء شتوية هادئة، وهي تُمسك بهاتفها وتقرأ لهم مجموعة منتقاة بحذر من التعليقات التي وردت على مواقع التواصل الاجتماعي، وكانت ردود أفعالهم بين التأثر والابتسامة، وهو المشهد الوحيد الذي يُبرز فيه الدعم الجماهيري وسط غيابه التام في بقية الحلقات ربما تفاديا للتعليقات السلبية والمؤذية لبعض المشتركين.

المبحث الرابع: مناقشة نتائج الدراسة:

المطلب الأول: مناقشة النتائج في ضوء التساؤلات الفرعية:

يُعد عرض نتائج الدراسة من أهم الخطوات في أي بحث علمي، إذ يُظهر استنتاجات الباحث بعد عملية تحليل وملاحظة. واستنادا إلى الأهداف المحددة في هذه الدراسة، سيتم في هذا الفصل تحليل نتائج البحث في ضوء تساؤلاته الفرعية، قصد الوقوف على مدى إسهام برنامج "**الوزن الرابح**" في ترسيخ القيم الأخلاقية التي يقوم عليها المجتمع الجزائري، وما قد يتخللها من مظاهر الانحراف القيمي.

نتائج الدراسة المتصلة بالتساؤل الفرعي الأول:

يسعى السؤال الفرعي الأول إلى توضيح الآليات السردية والبصرية التي استخدمها برنامج "**الوزن الرابح**" في موسمه الثاني لإبراز القيم الأخلاقية في سياقه التلفزيوني، من خلال تحليل الأبعاد الجمالية والرمزية للخطاب البصري والصوتي (اللغة، الموسيقى، الأزياء، التفاعلات بين المشتركين، والمشاهد الدرامية والعاطفية).

يكشف التحليل العام للعناصر السردية والسمعية والبصرية في برنامج "**الوزن الرابح**" أن الخطاب الإعلامي للبرنامج يعتمد على مزيج من الواقعية والتحفيز النفسي، من خلال استخدام عناصر لغوية وبصرية تسعى إلى جذب انتباه الجمهور وإثارة عواطفه. ساهم استخدام اللغة العامية الممزوجة بالفرنسية في جذب الجمهور وتعزيز جاذبيتها، لكنه في الوقت نفسه عكس تأثير الثقافة الغربية وتراجعا نسبيا في الإشارة إلى القيم المحلية. كما برز استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية كوسيلة للتشويق وإثارة المشاعر، وإن أدى الإفراط فيهما أحيانا إلى غلبة البعد الدرامي على البعد القيمي.

من ناحية أخرى، كشف تحليل الأشكال الفنية عن تنوع واضح بين الحديث المباشر، التقرير، الربورتاج والدراما سعيا إلى الجمع بين التوعية والترفيه، إلا أن التركيز على الإثارة أحيانا قلل من عمق الرسالة الأخلاقية. أما على المستوى البصري، كشف تحليل الملابس والمايك ب عن تناقض بين الاعتبارات الصحية والاعتبارات الأخلاقية، حيث طغت الملابس الضيقة والكاشفة على المحتشمة، بينما كان المايك ب بسيطا وواقعيا متماشيا مع الطابع الرياضي، مع بعض الحالات الفردية التي عكست تناقضا رمزيا بين المظهر الديني والجمالي.

فيما يتعلق بآليات التفاعل مع الجمهور، كشف التحليل عن غياب تام لاستطلاعات الرأي ضمن البرنامج، مقابل استخدام محدود للتفاعلات الرقمية غير المباشرة عبر منصات التواصل الاجتماعي، مثل: موقع يوتيوب. علاوة على ذلك، فإن حذف التعليقات السلبية واختيار الإيجابية منها يثير تساؤلات حول شفافية الخطاب الإعلامي واحترامه لمبدأ تعددية الآراء. يعكس هذا توجها مقصودا للسيطرة على الصورة العامة وتجنب الضغوط الخارجية التي قد تؤثر على المشتركين. إلا أنه يُضعف أيضا البعد التشاركي والأخلاقي لعلاقة البرنامج بجمهوره.

نتائج الدراسة المتصلة بالتساؤل الفرعي الثاني:

يهدف السؤال الفرعي الثاني إلى الكشف عن كيفية تجلي أساليب الحجاج والإقناع في مضمون برنامج **"الوزن الرابح"**، واستقصاء مدى مساهمتها في تعزيز الوعي الصحي وغرس قيم الانضباط والصبر، أو ما إذا كانت تُسهم في تمرير أنماط سلوكية دخيلة تُكرس التسليع الجسدي والمنافسة المفرطة.

يكشف التحليل أن البرنامج يُوظف مجموعة من الأساليب الحجاجية والإقناعية المتكاملة، تجمع بين اللغة، الموسيقى والمؤثرات الصوتية، القوالب الفنية والصور البصرية، بهدف التأثير على المتلقي وإقناعه برسائل محددة. وقد اعتمد الخطاب اللغوي للبرنامج على تصريحات مباشرة وعفوية من المدرب، أخصائية التغذية والمشتركين، هذا يُضفي على المضمون طابعا واقعيا أقرب إلى الصدق العاطفي، ويُساعد على بناء رابط عاطفي بين المشاهد والمحتوى. يعتمد هذا النوع من الخطاب على التجارب الشخصية، مُقدما التغيرات الجسدية والنفسية للمشتركين كدليل ملموس على مصداقية الرسالة التحفيزية، وهو من أكثر أساليب الإقناع فعالية في الإعلام الواقعي. أما على المستوى السمعي والبصري فقد استخدم البرنامج موسيقى ومؤثرات صوتية تحفيزية بشكل مكثف لدعم الرسالة العاطفية. فالمؤثرات الصوتية الإيقاعية الحادة أو الموسيقى الصاعدة تُولد إحساسا بالتوتر والإثارة، مما يجعل المشاهد أكثر تفاعلا مع التجربة المقدمة، لكن هذا الاستخدام على الرغم من فاعليته في تحقيق التأثير النفسي، قد يتحول في بعض الأحيان إلى أسلوب إقناع انفعالي بدل العقلاني، لأنه يعتمد على التأثير العاطفي بدلا من بناء وعي نقدي مستنير. من ناحية أخرى، ساهمت القوالب الفنية (كالربورتاج، التقرير، والدراما) في بناء خطاب إقناعي متعدد الجوانب. فالتقارير والربورتاجات سلطت الضوء على قصص النجاح الفردي بغرض إقناع المشاهد بقيمة التحدي والانضباط، بينما جسدت المشاهد الدرامية واللقطات المؤثرة البعد الإنساني والمعاناة النفسية، مُعززة بذلك التعاطف. لكن هذا

الاستخدام المفرط للدراما والمشاعر الشخصية قد يتجاوز إطار التوعية ويقع في منطق الإثارة والاستعراض مما يُضعف البعد القيمي للخطاب.

أما من حيث اللباس والمايك اب، فقد استُخدم الجسد كوسيلة بصرية للإقناع، مُسلطا الضوء على التغيرات الجسدية للمشتركين قبل وبعد مشاركتهم في البرنامج، مما يُشكل حجة بصرية على فاعلية البرنامج. إلا أن هذا التركيز المفرط على الجسد أدى إلى تحويله من رمز للصحة إلى سلعة بصرية، مما يعكس توجها نحو تسليع الجسد وترسيخ معايير جمالية غربية، بعيدة كل البعد عن أطر القيم المحلية.

اعتمد البرنامج على المكافأة والعقوبة كأسلوب من أساليب الإقناع، وهي استراتيجية تربط النجاح بالإرادة الشخصية من ناحية، والفشل بالضعف من ناحية أخرى، مما يعزز حجة الانضباط الذاتي. لكن هذه الحجة حتى وإن كانت تحفّز المشاهدين، فإنها تُخفي في مضمونها منطق المنافسة الفردية المفرطة، حيث يُختزل التغيير الصحي في صراع من أجل النصر، وليس في مسار إنساني جماعي قائم على التوازن والاعتدال.

بشكل عام، يبدو أن الخطاب الإقناعي لبرنامج **"الوزن الرابح"** يرتكز على جدلية مزدوجة، فهو من جهة يُعزز الوعي الصحي من خلال حجج واقعية وعاطفية تدعو إلى الانضباط، الصبر وقوة الإرادة، ومن من جهة أخرى يستخدم أساليب التأثير والعاطفة التي تُعزز قيم المنافسة والتفاخر الجسدي والاستعراض المفرط. ومن ثم يُقدم البرنامج نموذجا هجينا للإقناع، حيث يجمع بين البعد التوعوي والبعد الاستهلاكي وبين خطاب قائم على القيم وخطاب ترفيهي. فهو لا يُقنع المشاهدين بأهمية الصحة فحسب، بل يقنعهم أيضا وبشكل غير مباشر بأن النجاح مرتبط بالمظهر الخارجي والقدرة التنافسية، لا بالتوازن النفسي والأخلاقي.

نتائج الدراسة المتصلة بالتساؤل الفرعي الثالث:

يرمي التساؤل الفرعي الثالث إلى توضيح مدى حضور المرجعية الثقافية المحلية في البرنامج، واستكشاف حدود انسجامه مع القيم الدينية والاجتماعية للمجتمع الجزائري والعربي الإسلامي، في مقابل مظاهر تأثره بالنماذج الغربية شكلا أو مضمونا.

من خلال تحليل اللباس والمايك اب إضافة إلى العادات والسلوكيات اليومية داخل البرنامج، يتضح أنه يُقدم خطابا سمعيا وبصريا يتأرجح بين الهوية المحلية والنموذج الثقافي الغربي، حيث يهيمن على المشهد البصري لباس رياضي ضيق ومكشوف نسبيا، مُبررا بالحاجة إلى النشاط البدني، لكن في الواقع هو مستوحى من

الثقافة البصرية الغربية، التي تُبرز الجسد كرمز للتحول والنجاح. هذا النهج وإن كان يُضفي واقعية على العرض، إلا أنه يتناقض مع القيم الأخلاقية والاجتماعية السائدة في الوسط الجزائري المحافظ. أما المايك اب فكان في أغلب الأحيان خفيفا ومحدود الاستخدام، بما يتماشى مع الطابع الرياضي للبرنامج، إلا أن وجود بعض المظاهر الشكلية المبالغ فيها – مثل وضع طلاء الأظافر أو الزينة أثناء التدريب – يعكس ميلا نحو الاستعراض يتجاوز البعد الصحي ليمتد إلى البعد الجمالي والتسويقي.

فيما يتعلق بالسلوك اليومي والعلاقات بين الجنسين، أعاد البرنامج إنتاج نماذج تواصل مستوحاة من عالم تلفزيون الواقع الغربي، من خلال التفاعلات المباشرة والتعليقات العفوية وغياب الحواجز الرسمية بين المشتركين من الرجال والنساء. وهذا يُقوض الخصوصية الثقافية المحلية القائمة على التواضع والاحتشام وضبط التفاعل الاجتماعي. ومن ناحية أخرى، تظهر بعض المرجعيات الثقافية المحلية في مشاهد محددة، مثل عرض الملابس التقليدية أو تمثيل المشاهد العائلية في الربورتاجات التعريفية بالمشتركين، مما يعيد ربط الخطاب بجذوره الاجتماعية ويُذكر المشاهد بأن التغيير الجسدي لا يعني القطيعة مع الهوية.

أما على المستوى القيمي يتضح أن البرنامج يوازن بين القيم الجماعية الإيجابية (الدعم، التعاون، التضامن داخل الفرق)، والقيم الفردية التنافسية المستوحاة من المنظور الليبرالي الغربي، مما يجعل النجاح الشخصي معيارا أساسيا للقيمة الاجتماعية. وبذلك يصبح البرنامج فضاء ثقافيا هجينا يجمع بين المرجعية المحلية والإيحاءات المستوردة، ليعكس التحول الذي تشهده المنظومة الإعلامية العربية في ظل العولمة، حيث يتم إعادة تشكيل القيم الأخلاقية والاجتماعية إلى صيغة ترفيه بصري، تأخذ في الاعتبار منطق السوق أكثر من منطق الهوية. وعليه يمكن القول بأن الخطاب السمعي البصري للبرنامج يجسد ازدواجية الهوية الثقافية في الإعلام العربي المعاصر، فهو يسعى إلى رفع الوعي الصحي بلغة محلية، لكنه يقدمه في إطار بصري على الطراز الغربي يربط الجسد بالنجاح ويحمّله رمزية استهلاكية.

نتائج الدراسة المتصلة بالتساؤل الفرعي الرابع:

يسعى التساؤل الفرعي الرابع إلى استكشاف مدى موازنة برنامج **"الوزن الرابح"** بين رسالته الصحية المعلنة والتي تدعو إلى نمط حياة صحي، وبين طابعه الترفيهي الذي يعتمد على الإثارة والمنافسة.

يكشف تحليل مضمون البرنامج أنه يعتمد على مزيج دقيق من التوعية الصحية والترفيه التلفزيوني، إلا أن الجانب الترفيهي غالبا ما يتفوق على الرسالة التربوية التعليمية. ورغم استخدام محفزات قوية كالموسيقى

المشجعة وشهادات المشتركين، وتدخلات أخصائيين في التغذية والتمارين الرياضية، فإن طريقة المعالجة البصرية والدرامية تميل إلى تحويل التجربة الصحية إلى منافسة درامية، بدلا من مسار هادئ وتعليمي للتغيير. يتجلى هذا التوجه في التركيز المفرط على لحظات التوتر، الإرهاق، البكاء والانهيار العاطفي، وهي مشاهد تهدف إلى جذب انتباه المشاهد وإثارة مشاعره وانفعالاته، لكنها تُضعف أيضا الخطاب العلمي المتوازن الذي يهدف إلى تقديم معلومات حول التغذية، الرياضة، ونمط الحياة الصحي. علاوة على ذلك، فإن وجود الرموز التجارية والإعلانية المباشرة وغير المباشرة، مثل علامات الملابس والأجهزة الرياضية وغيرها، تكشف عن توجه تسويقي واضح يجعل من البرنامج منصة لترويج نمط حياة استهلاكي تحت ستار التوعية الصحية. وهذا يحول الرسالة القيمية من تربية على الاعتدال إلى تشجيع المنافسة والاستهلاك، وهو ما يتناقض جزئيا مع المبادئ الأخلاقية التي يقوم عليها الإعلام التنموي.

لا شك أن البرنامج استطاع أن يقدم نموذجا إعلاميا يجمع بين الإثارة والفائدة، مساهما في نشر ثقافة الاهتمام بالصحة والرياضة بين شريحة واسعة من الشباب. إلا أنه وقع في فخ المبالغة في الدراما والمنافسة الفردية، واضعا الجسد في صميم الرسالة والتغيير الصحي كصورة بصرية أكثر منه تجربة إنسانية متكاملة وعليه يمكن القول أن برنامج **"الوزن الرابح"** فشل في تحقيق توازن حقيقي بين هدفه الصحي المعلن وطبيعته التجارية والترفيهية. فرغم أنه يدعو إلى التثقيف بنمط حياة صحي، إلا أن ممارساته السمعية والبصرية تُظهر تحيزا واضحا نحو الاستعراض والمنافسة والتسويق، مما يجعل رسالته القيمية عرضة للتشويه.

نتائج الدراسة المتصلة بالتساؤل الفرعي الخامس:

يهدف التساؤل الفرعي الخامس إلى الكشف عن طبيعة القيم الأخلاقية التي يروج لها برنامج **"الوزن الرابح"** من خلال مكوناته السردية والبصرية، وتحليل مدى انسجامها مع المرجعية القيمية للمجتمع الجزائري والعربي الإسلامي. حيث يتضح من خلال نتائج تحليل مضمون البرنامج أن البنية القيمية التي يقدمها تقوم على ازدواجية واضحة بين القيم الأخلاقية الإيجابية المعلنة والمضامين السلبية الضمنية. وقد أدى ذلك إلى إنتاج خطاب إعلامي يبدو ظاهريا ذا بعد تربوي وصحي، لكنه في الواقع يعكس أنماطا وسلوكيات استهلاكية دخيلة مرتبطة بالأنماط الإعلامية الغربية، ولا تتوافق مع الخصوصية الثقافية والدينية للمجتمع الجزائري.

فمن ناحية يساعد البرنامج على غرس القيم الإيجابية: كالانضباط، الصبر، العزيمة، المثابرة، التضامن احترام الذات، وتحمل المسؤولية، والتي تتجلى في سلوك المشتركين وخطاب الأخصائيين. وتُعزَّز هذه القيم

بحوارات ومشاهد مُحفزة تُجسد التحول الجسدي والنفسي الإيجابي للمشتركين، وفي الوقت ذاته يُضعف منظومة القيم الدينية والاجتماعية من خلال الترويج للنمط الجسدي المثالي كهدف للنجاح، التنمر، التنافس المفرط السلوكيات غير الصحية، تهميش الدين، الاختلاط والمادية. غالبا ما تُعرض هذه القيم في قوالب بصرية وسردية تركز على المشاهد الدرامية والانفعالات الحادة محولة التجربة الأخلاقية إلى عرض ترفيهي.

المطلب الثاني: الخلاصة العامة:

انطلاقا مما تقدم، يمكن القول أن برنامج "**الوزن الرابح**" ليس نموذجا خالصا لترسيخ القيم الأخلاقية الإيجابية، بقدر ما هو مزيج بين الوعي الصحي والعرض التجاري، يسعى إلى الجمع بين الرسالة الأخلاقية ومتطلبات الجذب الجماهيري. وبينما يُحقق البرنامج أهدافا تربوية محددة في مجال الوعي الصحي والانضباط الذاتي، فإنه من ناحية أخرى يفتح الباب أمام تحولات في المنظومة القيمية من خلال إدخال أنماط ثقافية وسلوكية لا تتوافق مع المرجعية الدينية والاجتماعية الجزائرية، مما يعكس ضرورة ضبط أخلاقيات إنتاج هذا النوع من البرامج بما يتوافق مع هوية وقيم الإعلام الجزائري.

خاتمة

تُشكل هذه الدراسة محاولة علمية جادة لكشف جدلية القيم الأخلاقية في الخطاب التلفزيوني الجزائري من خلال تحليل مضمون برنامج "**الوزن الرابح**" كنموذج لبرامج تلفزيون الواقع التي تجمع بين الترفيه والتوجيه وبين الصحة الجسدية والرسائل القيمية. انطلقت الدراسة من سؤال رئيسي حول مدى إسهام هذا البرنامج في ترسيخ القيم الأخلاقية الإيجابية لدى المشاهدين وخاصة الشباب، مقارنة بما قد يحتويه من مظاهر سلوكية ورمزية والتي تُعتبر دخيلة على منظومة القيم في المجتمع العربي الإسلامي.

وأظهرت النتائج أن البرنامج يقدم خطابا قيميا متنوعا يجمع بين الرسائل الإيجابية التي تعزز قيم الإرادة الانضباط، الصبر والمثابرة، وبين عناصر بصرية وسردية تتضمن تحولات ثقافية ذات مرجعيات غربية، تتجسد في اللباس، طريقة التفاعل بين الجنسين، واستخدام لغة عامية مشبعة بالفرنسية، وموسيقى حماسية مؤثرة ذات طابع استعراضي. كما اتضح أن حضور المرجعية الدينية والأخلاقية في البرنامج ضعيف، حيث سيطر البعد الترفيهي والتجاري على الرسائل التربوية، مما أدى إلى خلل في توازن الخطاب بين الوظيفة التربوية والوظيفة الجمالية، وبين القيم الروحية والمظاهر الجسدية.

أما على مستوى الإقناع والحجاج، استخدم البرنامج أساليب مؤثرة كالقصص الشخصية، التحديات الفردية والمشاهد الدرامية المصحوبة بمؤثرات صوتية. وهي آليات تُثير استجابة نفسية قوية لدى الجمهور لكنها قادرة على إثارة العاطفة أكثر من التوعية، مما يجعل التأثير القيمي أكثر ارتباطا بالوجدان منه بالسلوك.

إن مقارنة نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة تكشف أن المساهمة العلمية التي تقدمها تتمثل في نقل النقاش من مستوى التأثير السلوكي، والتركيز على دوافع التعرض إلى مستوى الخطاب القيمي نفسه عبر تحليل مضمون تلفزيون الواقع كمنظومة رمزية وثقافية قادرة على إعادة تشكيل الوعي الجمعي. ويتجلى ذلك من خلال تفكيك الخطاب السردي والبصري لبرنامج "**الوزن الرابح**" في سياقه الجزائري المحلي، وقد كشف هذا التحليل عن وجود جدل بين القيم الإيجابية التي يسعى البرنامج إلى غرسها كالانضباط، المثابرة والوعي الصحي، وبين القيم الدخيلة التي تُرسّخ التسليع الجسدي والمادي والمنافسة المفرطة. وهكذا، ساهمت الدراسة في توسيع نطاق البحث في القيم الأخلاقية من المجال التربوي إلى المجال الإعلامي، وقدمت نموذجا تحليليا نوعيا معززا الفهم النقدي للعلاقة بين الإعلام الجزائري والمنظومة الأخلاقية للمجتمع العربي الإسلامي في ظل تأثيرات العولمة الثقافية. كما تُمثل هذه النتائج أيضا نقطة انطلاق لدراسات مستقبلية يمكنها أن تبحث في علاقة الجمهور بهذه البرامج أو في المقارنة بين نسخها العربية والغربية. ورغم الإضافة العلمية

للدراسة، فهي تعترف بمحدوديتها المنهجية، والتي تكمن في تركيزها على حالة واحدة. لذلك قد تكون نقطة انطلاق لتوسيع نطاق البحث المستقبلي ليشمل عينات متعددة وأساليب تحليل كمية وكيفية أكثر تنوعا.

وفي ضوء نتائج الدراسة، يمكن اقتراح **جملة من الإجراءات** التي من شأنها أن تساهم في تعزيز حضور القيم الأخلاقية في برامج تلفزيون الواقع المحلية، ومنها:

- ضرورة تبني رؤية إعلامية تراعي الخصوصية الدينية والثقافية للمجتمع الجزائري في إنتاج برامج تلفزيون الواقع.
- وضع مدونات خاصة بالسلوك الإعلامي تحدد ضوابط تمثيل الجسد، اللباس، واللغة بما ينسجم مع المرجعية الأخلاقية الوطنية.
- تشجيع إنتاج برامج واقعية، تربوية، وتنموية، تركز على الصحة الجسدية والنفسية، ضمن إطار قيمي متكامل.
- تقليل الاعتماد على المؤثرات الصوتية والموسيقى المثيرة التي تهيمن على المشهد القيمي، لصالح المحتوى العقلاني والمتوازن.
- توسيع نطاق الدراسات المستقبلية لتشمل برامج تلفزيون الواقع في سياقات عربية مختلفة، لغرض المقارنة الثقافية القيمية.
- استخدام تحليل الخطاب والتحليل السيميائي في مثل هذه البرامج لدراسة الرموز والدلالات البصرية للقيم الأخلاقية.
- دمج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية لتنشئة جيل قادر على النقد والتمييز بين المحتوى الأخلاقي الإيجابي والمحتوى المضلل.
- دعم المبادرات الإعلامية التي تُبرز القدوة الإيجابية في العمل الجماعي، ضبط النفس، واحترام القيم الدينية.

في الختام، تؤكد هذه الدراسة أن الإعلام، وإن كان يسعى للترفيه والإبهار، يبقى مسؤولا عن ترسيخ القيم الإيجابية وصون كرامة الإنسان، كون أخلاقيات الممارسات الإعلامية ليست خيارا، بل هي جوهر الرسالة التي تجعله أداة للوعي والبناء لا للهدم.

قائمة المصادر والمراجع

أولا/ القرآن الكريم.

ثانيا/ الكتب:

- **باللغة العربية:**

1- أبو غزالة، هيفاء و بوراوي، سكينة. (2006). *المرأة العربية والإعلام، دراسة تحليلية للبحوث الصادرة ما بين 1955-2005*. تونس: كوثر.

2- أبو زيد، فاروق. (1986). *الصحافة المتخصصة*. القاهرة، مصر: عالم الكتب.

3-أبو زهيري، فينان عبد الله. (2015). *الإعلام البيئي* (الإصدار 1). الأردن: مؤسسة الوراق.

4- أندريجيفيك، مارك. (2008). *تلفزيون الواقع*. (ترجمة، خضور أديب). جامعة دمشق، سوريا: سلسلة المكتبة الإعلامية.

5- بن مرسلي، أحمد. (2005). *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال*. بن عكنون، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

6-تومي، عبد القادر. (2015). *التسويق الإعلامي لقيم العولمة، دور الإعلام في التضليل الثقافي*،. نقد وتنوير(2).

7- تمار، يوسف. (2007). *تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين* (الإصدار 1). الجزائر: طاكسينغ كوم للدراسات والنشر والتوزيع.

8- جندي، عبد الكريم. (2021). *مفهوم الواقع في العلوم الإنسانية* (الإصدار 1). القاهرة-لبنان: نماء للبحوث والدراسات.

9- حمدان، إخلاص. (2020). *الإعلام الإذاعي والتلفزيوني المتخصص*. سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.

10- الحديدي، منى سعيد واللبان، شريف درويش. (2009). *فنون الاتصال والإعلام المتخصص*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

11-الحضيف، محمد عبد الرحمن. (1998). *كيف تؤثر وسائل الإعلام؟، دراسة في النظريات والأساليب* (الإصدار 2). السعودية: مكتبة العبيكان.

12- خضور، أديب. (2005). *تلفزيون الحقيقة، المكتبة الإعلامية* (الإصدار 1). دمشق : المكتبة الإعلامية.

13- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2013). *الإعلام الإسلامي* (الإصدار 1). عمان، الأردن: المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

14- روزنبلات، روجر. (2009). *ثقافة الاستهلاك، الاستهلاك والحضارة والسعي وراء السعادة* (الإصدار 1). القاهرة: المركزالقومي للترجمة.

15- الزيدي، طه أحمد. (2017). *المعرفة عبر وسائل الإعلام، الفوضى والترشيد*. العراق: دار الفجر.

16- السيد مرعي، أحمد لطفي .(2016) .*استراتيجية مكافحة جرائم الإتجار بالبشر* .المنصورة, مصر: دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع

17- سيد، زينب عاطف. (2013). *حرية التعبير، مقدمة قصيرة جدا* (الإصدار 1). كلمات عربية للترجمة والنشر.

18-- سلمان، عبد الباسط. (2005). *عولمة القنوات الفضائية*. القاهرة: الدار الثقافية للنشر.

19- السقاف، علوي بن عبد القادر. (2012). *موسوعة الأخلاق الإسلامية، التأني أو (الأناة)- التضحية- التعاون- التواضع* (الإصدار 3). المملكة السعودية: القسم العلمي بمؤسسة الدرر السنية.

20- شاهين، هبة. (2010). *التلفزيون الفضائي العربي* (الإصدار 2). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

21- شكري، فايزة أنور. (2008). *القيم الأخلاقية*. الاسكندرية، مصر: المعرفة الجامعية.

22- صليبا، جميل. (1994). *المعجم الفلسفي* (الإصدار 2). بيروت: الشركة العالمية للكتاب.

23- صادق، عباس مصطفى. (2008). *الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات*. عمان: الشروق.

24- طعيمة، رشدي أحمد. (2004). *تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، مفهومه، أسسه، استخداماته*. القاهرة: دار الفكر العربي.

25-طوبال، علي علي. (2010). *القيم الأخلاقية بين الثبات والتغير*. العلوم الانسانية والآداب(3).

26- عباس، بشرى تيسير .(2014) .*الإعلام المتخصص الحديث* (الإصدار 1) .عمان, الأكاديميون للنشر والتوزيع, الأردن.

27- عباس، زهير سعد و العزي، سويم. (2015). *ظاهرة العولمة وتأثيراتها في الثقافة العربية* (الإصدار 1). عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.

28- - عجان، عزة. (2006). *من هو الصحافي؟* . الجزائر: الأيام.

29- العساف، صالح محمد. (1989). *المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية*. الرياض: مكتبة العبيكان.

30-العريشي، جبريل بن حسن، والدوسري سلمى بنت عبد الرحمن. (2015). *الشبكات الاجتماعية والقيم، رؤية تحليلية* (الإصدار 1). عمان، الأردن: المنهجية للنشر والتوزيع.

31- العيسوي، عبد الفتاح محمد. (نوفمبر, 2017). *الإسلام وتربية القيم الأخلاقية*، الوعي الإسلامي. مصر.

32- غازي، خالد محمد. (2017). *الطوفان ما بعد العولمة، صناعة الإعلام وتحول السلطة*. مصر: وكالة الصحافة العربية.

33- الغامدي، سعيد بن ناصر بن سعيد. (2003). *الانحراف العقدي في الأدب العربي المعاصر (دراسة نقدية)* (الإصدار 1). جدة، السعودية: الأندلس الخضراء.

34- غليون، برهان و أمين، سمير. (1999). *ثقافة العولمة وعولمة الثقافة* (الإصدار 1). دمشق: الفكر.

35- القاضي، سماح حسين. (2016). *تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية* (الإصدار 1). الشرق الأوسط، سوريا: جليس الزمان للنشر والتوزيع.

36-قبات، أحمد. (مارس, 2022). *مدخل عام إلى الأخلاق الإسلامية*. المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية والدولية، 31.

37- القيداني، خالد أحمد حسين. (2014). *تغير القيم وأثره في انتشار الفساد، دراسة تطبيقية في سوسيولوجيا الفساد المالي والإداري في اليمن* (الإصدار 1). بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.

38- الكناني، محسن جلوب جبر. (2012). *الإعلام الفضائي والجنس* (الإصدار 1). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

39- مجاهدي، مصطفى. (2011). *برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في الجمهور، شباب مدينة وهران نموذجا* (الإصدار 1). لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.

40- مرعي، أحمد لطفي السيد. (2016). *استراتيجية مكافحة جرائم الإتجار بالبشر*. المنصورة، مصر: دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع.

41- الموسوي، محمد محي. (2016). *تلفزيون الواقع وظاهرة الإغتراب الثقافي عند الشباب الجامعي* (الإصدار 1). العين، الإمارات العربية المتحدة: الكتاب الجامعي.

42- النجدي، محمد الحمود. (2016). *الجدل في الكتاب والسنة*. الفرقان.

43- ياسين، صباح. (2006). *الإعلام، النسق القيمي وهيمنة القوة* (الإصدار 1). لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.

باللغة الأجنبية:

44-DUPON, LUC. (2007). , Téléréalité, Quand la réalité est un mensonge. canada, Les presses de l'université de Montréal.

ثالثا/ القواميس والمعاجم:

45-معجم المعاني. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 13 ،08، 2025، (11:20) من HYPERLINK https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar

رابعا/ الدراسات الأكاديمية (أطروحات دكتوراه ورسائل ماجستير):

- **باللغة العربية:**

46- أبو عريبان. منى سمير محمد. (2016). *تدابير الدولة للوقاية من الجريمة* (أطروحة ماجستير منشورة). غزة الجامعة الإسلامية، فلسطين.

47- زيرق. دحمان. (2012). *دور المدرسة القرآنية في تنمية القيم الاجتماعية للتلميذ* (رسالة ماجستير منشورة). بسكرة، جامعة محمد خيضر.

48-عزري. أمال. (2010). *برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية وتأثيرها على قيم وسلوك المراهقين* (رسالة ماجستير منشورة). الجزائر، جامعة الجزائر.

49عيساني. رحيمة. (2000). *دور التلفزيون في نشر العنف والجريمة* (رسالة ماجستير منشورة). جامعة عنابة، الجزائر

50-عيساني. رحيمة. (2006). *الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية*. (أطروحة دكتوراه منشورة). الجزائر، كلية العلوم السياسية والعلام، جامعة الجزائر3.

51-القاضي. سماح حسين. (2009). *تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية* (رسالة ماجستير منشورة). الشرق الأوسط، دمشق.

52- مراد. كريمة. (2023). *تقييم تنافسية قطاع الصناعات الغذائية في الجزائر خلال الفترة (2000-2016)، دراسة حالة المطحنة الصناعية متيجة SIM* (أطروحة دكتوراه منشورة). كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر.

53-مرتجى. عاهد محمود محمد. (2004). *مدى ممارسة طلبة المرحلة الثانوية للقيم الأخلاقية من وجهة نظر معلميهم في محافظة غزة*، (رسالة ماجستير منشورة). غزة، فلسطين: جامعة الأزهر.

54- المزين. خالد محمد عبد اللطيف. (2009). *القيم الاخلاقية المتضمنة في محتوى كتب لغتنا الجميلة للمرحلة الاساسية الدنيا ومدى اكتساب تلاميذ الرابع الاساسي لها* (رسالة ماجستير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين. مبتعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية

– باللغة الأجنبية:

55-Ruel, Emmanuella. (2008). *La téléréalité un phénomène sociale, Les motivations de l'auditoire de Loft Story au Québec*. canada, mémoire présenté a la faculté des études supérieures de l'université leval dans le cadre du programme de maitrise en sociologie pour l'obtention du grade de maitre est arts (MA)

خامسا/ قائمة المقالات والمجلات العلمية:

56- أحمد، قيس فتحي. (14 12, 2022). *أخلاقيات مهنة التعليم المتبعة لدى المدرسين ودورها في تنمية القيم التربوية والأخلاقية الحميدة عند الطلبة كما ذكرتها مصادر التاريخ الإسلامي*. حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، *16* (02).

57- اسماعيل فاطمة الزهراء عبد المنعم طه. (سبتمبر, 2022). *فاعلية أنشطة فنون الأداء في تنمية بعض القيم الأخلاقية لدى طفل الروضة*. الطفولة(42).

58-بعجي سعاد. (2020). *دور القيم الأخلاقية في صناعة شخصية القائد الإداري من منظور إسلامي*. دراسات اقتصادية، 18(1)، الصفحات 139-154.

59-البقمي مثيب بن محمد بن عبد الله. (2008). إسهام الأسرة في تنمية القيم الاجتماعية لدى الشباب. السعودية.

60-بن عفيف، أسماء سالم أحمد. (7/ 2022). *طبيعة القيم، دراسة مقارنة بين الإسلام والفلسفات الوضعية*. مجلة الدراسات العربية.

61-بن مليط سلمى. (15 1, 2020). *برامج تلفزيون الواقع والتغير القيمي لدى الشباب الجامعي في المجتمع الجزائري-دراسة ميدانية على عينة من الطلبة بجامعة 20 اوت 1955 سكيكدة-*. دراسات وأبحاث، 12(1)، الصفحات 692-702.

62-بوزغاية باية، و بن داود العربي. (27/ 02, 2011). *إشكالية الهوية وعولمة الثقافة*. العلوم الإنسانية والاجتماعية، 3(5).

63-بوساق محمد بن المدني. (17 1, 2013). *مصادر الثوابت والمتغيرات في الشريعة الإسلامية*. البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، الصفحات 9-30.

64- بوعباز إسمهان ، و قرينات سماعيل. (22 /12, 2024). *آليات تدويل المنتجات الجزائرية، دراسة حالة مجمع فاديركو*. معارف، *19* (2)، الصفحات 447-466

65-تنيو فاطمة الزهراء. (31 ديسمبر, 2019). *المسؤولية الأخلاقية للممارسة الإعلامية في ظل الإعلام الجديد*. الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 2(2)، الصفحات 230-245.

66-جبالة محمد. (ماي, 2020). *الأسس المنهجية لاختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث*. الأحياء(24).

67-جلولي مختار. (2022). *استخدامات منهج تحليل المضمون في بحوث الإعلام والاتصال بين التحليل الكمي والكيفي*. الدراسات والبحوث الاجتماعية، 10(1)، الصفحات 30-41.

68-حسام منصور، و عبد الرزاق حموش. (2023). *القيم الأسرية في الإشهار التلفزيوني الجزائري*. الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، 8(1)، الصفحات 469-482.

69-الحق محمد أمين. (ديسمبر, 2012). *القيم الإسلامية في التعليم وآثارها على المجتمع*. دراسات الجامعة الإسلامية العالمية شيتاكونغ،، 9.

70-خبيزي سامية. (15 09, 2014). *وسائل الاعلام وتأثيرها على ثقافة وقيم المجتمع*. الحوار الثقافي 3(2).

71-الدخيل لبات. (6, 2020). *الإعلام الأجنبي والهوية الثقافية العربية: دراسة في تجليات التبعية من BBC إلى MBC*. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، *3*(1)، الصفحات 281-298.

72-ربيع عماد. (7, 2022). *البيئة الرقمية الحديثة وتأثيراتها على تسويق المؤسسات الإعلامية التلفزيونية المصرية لمنتاجاتها الإعلامية: بالتطبيق على القنوات التلفزيونية الخاصة*. المجلة العربية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي(2).

73-رفعت سارة محمد. (2019). *أهمية القيم الأخلاقية وأثرها في بناء الفرد والمجتمع*. مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالزقازيق(9).

74-زهان محمد، و بن شماني محمد. (8 6, 2023). *أثر الثواب والعقاب في التعليم عند القابسي*. الكلم، 8(1)، الصفحات 217-234.

75-شخار أبو نصر بن محمد .(27 7 ,2023) .*دور المسجد والمدارس القرآنية في تعزيز الأخلاق*. إنسان لأبحاث الفكر والمجتمع .

76-شريبط وسيلة. (15 1, 2021). *القيم الأخلاقية ودورها في تنظيم المجتمع*. المعيار، 25(53) الصفحات 762-777.

77-شعباني مالك. (1, 2012). *دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية*. العلوم الإنسانية والاجتماعية(7) الصفحات 213-228.

78- شلبي، يوسف عبد الرحيم حسن ، و قاسم عبد الستار. (20 5, 2010). *ارتباط المستوى الأخلاقي بالتنمية السياسية للأمة العربية*. نابلس، فلسطين.

79-الشهراني محمد سعد بقنة. (3, 2024). *الوسائل الدعوية لمقاومة الإباحية، دراسة وصفية تحليلية*. أبحاث، 11(1).

80-شومان علي سعيد علي. (1993). *القيم التربوية التي تضمنها السؤال في القرآن الكريم* (رسالة ماجستير). الأردن، جامعة اليرموك.

81-الشوبكي محمود يوسف. (1, 2013). *النسبي والمطلق في مفهوم الدين والحق والأخلاق*. الجامعة الإسلامية للدراسات الإسلامية، 21(1)، الصفحات 1-35.

82-الشايط عبد القادر. (31 12, 2021). *القيم الأخلاقية في القرآن الكريم*. مجلة قبس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، 5(2)، الصفحات 417-445.

83-علي عبد الرحمن. (10 10, 2023). *واقع الإعلام المتخصص محليا وعالميا*. بحوث العلاقات العامة(47).

84-عليوي معاذ. (17 4, 2016). *هل يوجد تطابق بين الأخلاق النظرية والأخلاق العملية*؟ فلسفة الأخلاق.

85-العياري المنصف. (2005). تلفزيون الواقع، أي تلفزيون؟ وأي واقع؟، مجلة الإذاعات العربية، (1) الصفحات 58-61 .

86-عياصرة عطاف منصور. (جوان, 2018). *القيم الأخلاقية في المنهج النبوي وسبل تعزيزها في المؤسسات التربوية*. مجلة الذخيرة للبحوث والدراسات الإسلامية، 2(1).

87-غيطاس جمال محمد. (3 12, 2005). *الإعلام العلمى العربى وقضايا التنمية*. العربي.

88-فخرو علي محمد. (6 7, 2022). *الفساد الإعلامي*. القدس العربي. البحرين.

89-الفريجي رياض بن ناصر, (10 ,2021) .*دور إدارة المعرفة في تطوير المحتوى الإعلامي لقطاع الإعلام السعودي في ظل تحولتن البيئة الرقمية* .المجلة المصرية لبحوث الإعلام.971-927 .pp ,(9)2

90-قرابلي سامية. (19 9, 2018). *برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية والاغتراب الثقافي، أية علاقة؟* الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، 6(2)، الصفحات 120-140.

91-قمرة هنادي محمد عمر، والعبدلي سميرة أحمد. (2, 2011). *دراسة القنوات الفضائية المخصصة للأطفال وتأثيرها على طفل ما قبل المدرسة*. بحوث التربية النوعية(20).

92-القوزي بلقاسم بن علي بن حمد. (2024). *الإجماع ومكانته في الدعوة إلى الله*. كلية دار العلوم الصفحات 1999-2024.

93-قيراط محمد. (2006). *الآثار السلبية لنشر قضايا الجريمة والإنحراف في وسائل الإعلام الجماهيري* المعيار، 6(12).

94-كتفي سميرة ، و غراف نصر الدين. (15 7, 2020). *المعالجة الإعلامية للمواضيع الاقتصادية عبر التلفزيون، دراسة تحليلية للشبكة البرامجية لقناة الجزائرية الثالثة*. الآداب والعلوم الاجتماعية، *17*(2) الصفحات 290-308.

95-كطاع عبد الله محمد. (31 3, 2016). *إيديولوجية العولمة وثقافة الاستهلاك، دراسة ميدانية على عينة مختارة من الشباب العراقي*. آداب المستنصرية، 2016(72)، الصفحات 1-30.

96-مجيطنة وفاء، بلعياضي آمنة و بلعياضي رباب. *(2019) . دور الإعلام البيئي في معالجة المشكلات البيئية في الجزائر* .مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية.

97-محمد رضا عدلي سيد. (04, 2015). *تأثير القنوات الفضائية على الثقافة العربية، رؤية تحليلية*. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون(2).

98-محمد عبد الجواد. (17 02, 2015). *آثار الإباحية المدمرة على الدماغ والعلاقات والمجتمع*. مصر.

المصباحي فاضل محمد أحمد جبل. (2023). *دور القيم الأخلاقية في تعزيز الهوية الوطنية -دراسة استقرائية وصفية-*. كلية الدراسات السلامية للبنين بأسوان(6)، الصفحات 433-500.

99-مكاوي عماد. (2012). *تلفزيون الواقع ومخاطره على الشباب*. مجلة الإذاعات العربية(1) الصفحات 77-83.

100-مكي عبد الله رضوان ، و الياسري ياسر عيسى. (30 9, 2022). *تمثلات الاتجاهات الفنية في برامج تلفزيون الواقع (برنامج الصدمة أنموذجا)*. حوليات آداب عين شمس، 50، الصفحات 313-326.

101-موقاري فطوم. (مارس, 2019). *القيم الأخلاقية بين التراث الإسلامي والفلسفة الحديثة*. المعيار، 32(54)، الصفحات 493-510.

102-الهادي عيسى. (2017). *دراسة نظرية لدور الإعلام الرياضي في المجتمع*. الخبير.

سادسا/ قائمة المطبوعات والمحاضرات:

103-خشعي، عبد النور. (2024). *إشكاليات وآليات فلسفة الأخلاق*. مطبوعة بيداغوجية في سلسلة فلسفة الأخلاق. جامعة محمد بوضياف، مسيلة: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

سابعا/ المؤتمرات، الملتقيات والندوات:

104-العياضي، نصر الدين. (27-31 10, 2007). *تلفزيون الواقع في المنطقة العربية بين التجانس الثقافي والنسبية الثقافية*. المؤتمر الثاني عشر للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة علوم الإعلام. دبي، الإمارات العربية المتحدة

105-الكحكي، عزة مصطفى (2008).*تعرض الشباب العربي واتجاهاته نحو برامج تليفزيون الواقع وعلاقتهما بمستوى الهوية لديه، المؤتمر الدولي حول الإعلام والعولمة في الشرق الأوسط بجامعة البيان في الفترة من20-21 أكتوبر*،عمان: مسقط.

ثامنا/ المواقع الالكترونية:

- **باللغة العربية:**

106-ابن باز. (بلا تاريخ). *مجموع الفتاوى*. تاريخ الاسترداد 6 08, 2025، (18:20) من HYPERLINK https://binbaz.org.sa/fatwas

107-سينما كوم. (2024). *مسلسل دموع الولية*. تاريخ الاسترداد 22 10, 2024، (14:30) من السنيما.كوم. HYPERLINK https://elcinema.com/work/2084357/episodes

108-ع.رابح. (14 11, 2021). *سميرة تي في: عودة برنامج الوزن الرابح بموسم جديد وقوي*. تاريخ الاسترداد 19 10, 2024، (20:45) من الجزائر 24. HYPERLINK https://www.aljazair24.net

109-محمد شبايك. (02 10, 2010). تحقيق مصطلح الحوار. *شبكة الألوكة*. 23، 05، 2025، (12:45) HYPERLINK https://www.alukah.net/sharia/0/25832 /

110-محمد أحمد الملا. (25 07, 2016). الإباحية والإرهاب والعرب. *الشاهد اليومية*. (15:35)،2025،10،03،HYPERLINK .www.alshahedkw.com/index.php?option=com

111-محمد جهانغير عالم. (بلا تاريخ). *القيم وأثرها في نفوس الأفراد والجماعات*. التلميذ العربية. تاريخ الاسترداد 16 08, 2025، (18:55)، من HYPERLINK https://tilmeezjournal.in/articles

112-محمود بن أحمد الدوسري. (19 6, 2019). وإنك لعلى خلق عظيم. *الألوكة*. تاريخ الاسترداد 16 8, 2025، (23:05)، من HYPERLINK "_blank" https://www.barakanews.dz/posts/nthrytkafo-alakhlak-ld-oank-laal-khlk-aathym

113-محمود عبد الواحد الخميس. (16 11, 2023)، (15:12). الجدل. *جهات الإخبارية*. HYPERLINK https://jehat.net/

114-هجيرة سكناوي. (2020). *الحوار ويب*. تاريخ الاسترداد 11 02, 2025، (15:00)، من *ياسين محفوظ، أنا مخرج كليبات رقم واحد في الجزائر*. HYPERLINK https://elhiwar.dz/magazine/182761/

115-FRG. (2020). *تاريخ سكيتشرز FRG*. تاريخ الاسترداد 23 12, 2024، (17:46) من HYPERLINK https://frgholding.com

116-vitaminedz. (2024). تاريخ الاسترداد 12 02, 2025، (09:10)، *من تعرف على مديرة قناة سميرة تي في*. HYPERLINK https://www.vitaminedz.com/fr/Algerie

- **باللغة الأجنبية:**

117-BANGKOK HOSPITAL HEADQUARTERS, 2. (2024). Consulté le 08 23, 2025, (11:02) sur Yo-Yo Dieting. HYPERLINK https://www.bangkokhospital.com/en

118-Covey's, S. R. (1989). *The 7 Habits of Highly Effective People.*

119-*Inbody GYMLAND*. (2022). Consulté le 12 26, 2024,(16:00) sur HYPERLINK https://www.facebook.com/100028607843632/mentions/

120-Footland .(2023) . HYPERLINK .Consulté le 08 25, 2025 .(18:15)https://www.ennaharonline.com/footland

121-Liardet. (2019). Consulté le 08 25, 2025,(20:00). sur HYPERLINK https://www.amazon.fr/We-Must-Brave-Frances-Liardet/dp/0008280134

122-McDermott. (2016). Consulté le 08 25, 2025, (05:012) .sur HYPERLINK " https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3359904

123-Tanita. (s.d.). *Balance de composition corporelle - TANITA Europe*. Consulté le 12 25, 2024,(21:55). sur HYPERLINK https://tanita.fr/pese-personne/composition-corporelle

قائمة الملاحق

الملحق الأول: استمارة تحليل مضمون برنامج "الوزن الرابح"

جامعة الجزائر –3–

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم الإعلام

استمارة تحليل مضمون برنامج الوزن الرابح الموسم الثاني على قناة Samira tv في إطار دراسة تحت عنوان:

جدلية القيم الأخلاقية في تلفزيون الواقع

برنامج الوزن الرابح على قناة Samira TV أنموذجا (الموسم الثاني)

من 12 نوفمبر 2021 إلى 25 مارس 2022

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال

إعداد:

كنزة إخلف

إشراف الأستاذة:

د/ دليلة عامر

العام الجامعي: 2025-2026

المحور الأول:

1-السمات العامة للبرنامج:

السمات العامة للبرنامج	
اسم القناة	Samira TV
عنوان البرنامج	الوزن الرابح
سياق البرنامج	ترفيهي، صحي، تنافسي
الموسم	2
مدة البث	1 ساعة بالتقريب كل أسبوع لمدة 4 أشهر و15يوم
توقيت البث	مساء كل جمعة من خلال عرض ملخص اليوميات + بث مباشر في بعض الحلقات.

المحور الثاني: البيانات الخاصة بفئات الشكل (كيف قيل؟):

1-فئة سمات المشتركين في البرنامج حسب الوحدات: الجنس، السن، منطقة الانتماء، الحالة الاجتماعية الوزن:

فئة سمات المشتركين	
الجنس	ذكر
	أنثى
السن	أقل من 20 سنة
	من 21 إلى 30 سنة
	من 31إلى 40 سنة
	من41 سنة فما فوق
منطقة الانتماء	الشمال
	الجنوب
	الشرق
	الغرب
الحالة الاجتماعية	أعزب
	متزوج
	أرمل
	مطلق
الوزن	أقل من 100كغ
	من 100كغ إلى 150كغ
	من 151كغ إلى 200كغ

2- فئة الوسائل التعبيرية حسب اللغة، الموسيقى والمؤثرات الصوتية:

فئة الوسائل التعبيرية	
اللغة	العربية الفصحى
	الهجينة (عامية+ فرنسية)
الموسيقى والمؤثرات الصوتية	موسيقى تحفيزية
	موسيقى هادئة
	مؤثرات صوتية

3-فئة العناصر الفنية حسب القوالب الفنية، الإضاءة، اللقطات المصورة:

فئة العناصر الفنية حسب القوالب الفنية	
فئة القوالب الفنية	تقرير
	تنشيط
	حديث مباشر (تصريح)
	ربورتاج
	دراما
فئة الإضاءة	إضاءة اصطناعية قوية
	إضاءة اصطناعية خافتة
	طبيعية
فئة اللقطات المصورة	لقطات المشتركين خلال إنقاص الوزن
	لقطات لأخصائي التغذية واللياقة البدنية
	لقطات قبل وبعد رحلة إنقاص الوزن
	لقطات لمختلف الأماكن

4-فئة المظهر الخارجي حسب اللباس والمايك أب:

فئة المظهر الخارجي	
فئة اللباس	حجاب
	لباس محتشم
	لباس تقليدي
	لباس فاضح نوعا ما
فئة المايك اب	مايك اب كثيف
	مايك اب خفيف
	بدون مايك اب

5-فئة المشاهد التفاعلية: وسائط المشاركة والتفاعل، الطهي، التمارين الرياضية، القياسات، الدعم الاجتماعي، مشاهد أخرى:

فئة المشاهد التفاعلية	
وسائط المشاركة والتفاعل	استطلاعات الرأي
	منصات التواصل الاجتماعي
	تطبيقات الهاتف المحمول
فئة مشاهد الطهي	تحضير وجبات صحية
	طهي وجبات بمساعدة المشتركين
	نصائح حول الأكل الصحي
فئة مشاهد التمارين الرياضية	تمارين جماعية
	تمارين فردية
	تمارين في الهواء الطلق

	تمارين في قاعة الألعاب الرياضية
فئة القياسات	الوزن
	نسبة السوائل بالجسم
	نسبة الدهون
	السمنة
	مناقشة النتائج
فئة مشاهد الدعم الاجتماعي	دعم العائلة والأصدقاء
	دعم البرنامج
	دعم الجمهور الالكتروني
	تفاعل المشتركين
	قصص نجاح ملهمة
فئة مشاهد أخرى	زيارات المتخصصين
	رحلات ترفيهية
	فعاليات توعوية
	الاحتفال بالإنجازات

المحور الثالث: فئات المضمون – ماذا قيل؟:

6 –فئة الجمهور المستهدف:

فئة الجمهور المستهدف
الجمهور العام –كل من يريد الحفاظ على صحته: شبابا، كهولا من كلا الجنسين–
جمهور خاص–الذين يعانون من الوزن الزائد–

7– فئة الأهداف والرسائل:

فئة الأهداف والرسائل
صحية – توعوية
تربوية
ترويجية–سياحة، ثقافة–

8– فئة رحلة إنقاص الوزن وقصص المشتركين في البرنامج:

فئة رحلة إنقاص الوزن وقصص المشتركين	
فئة رحلة إنقاص الوزن	تحديات إنقاص الوزن
	النصائح والخبرات
	التقلبات العاطفية
	الدعم الاجتماعي
قصص المشتركين	خلفية المشتركين
	التجارب الشخصية
	التحديات الشخصية
	التغييرات الإيجابية

9–فئة النصائح والتوجيهات المقدمة للمشتركين في برنامج الوزن الرابح::

فئة النصائح والتوجيهات
نصائح غذائية
نصائح رياضية
نصائح نفسية
نصائح طبية

10–فئة التنافس والتحفيز في البرنامج:

فئة أشكال التنافس والتحفيز
التحديات الأسبوعية
نظام المكافئات
التنافس بين المشتركين
التحفيز والإلهام

11–فئة الترويج لنمط حياة صحي :

فئة الترويج لنمط صحي
أهمية التغذية السليمة
أهمية النشاط البدني
أهمية الصحة النفسية
أهمية التوازن

12–فئة التأثير على القيم الأخلاقية (سلبي/ إيجابي) :

فئة التأثير على القيم الأخلاقية	
التأثير السلبي على القيم الأخلاقية	الترويج لسلوكيات استهلاكية مفرطة
	الترويج للنمطية الجسدية
	الترويج لسلوكيات غير صحية
	إضعاف القيم الأسرية
	إضعاف القيم الدينية من خلال سلوكيات اجتماعية دخيلة
التأثير الإيجابي على القيم الأخلاقية	الترويج لنمط حياة صحي
	الترويج للإرادة والعزيمة
	الترويج للثقة بالنفس
	الترويج للدعم الاجتماعي
	الترويج لفوائد الانضباط

الملحق الثاني: شارة البرنامج

الملحق الثالث: الرعاة الرسميين لبرنامج "الوزن الرابح"

الملحق الرابع: لقطات أثناء التمارين الرياضية

الملحق الخامس: لقطات أثناء التحديات

الملحق السادس: لقطات جماعية

الملحق السابع: لقطات لمشادات كلامية بين المدرب والمشتركين

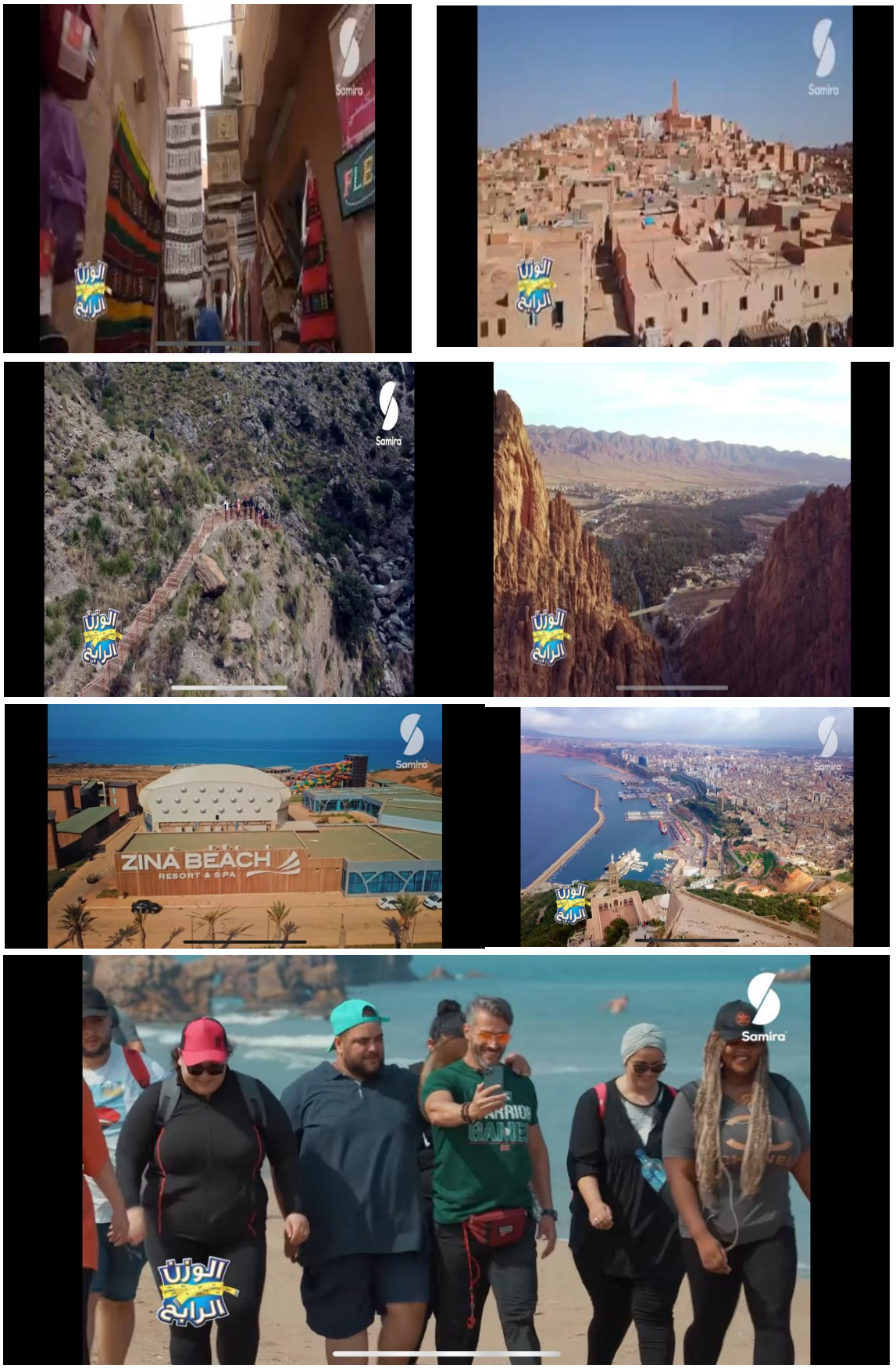
الملحق الثامن: لقطات للحظات انهيار المشتركين

الملحق التاسع: لقطات من المجلس التأديبي لإحدى المشتركات

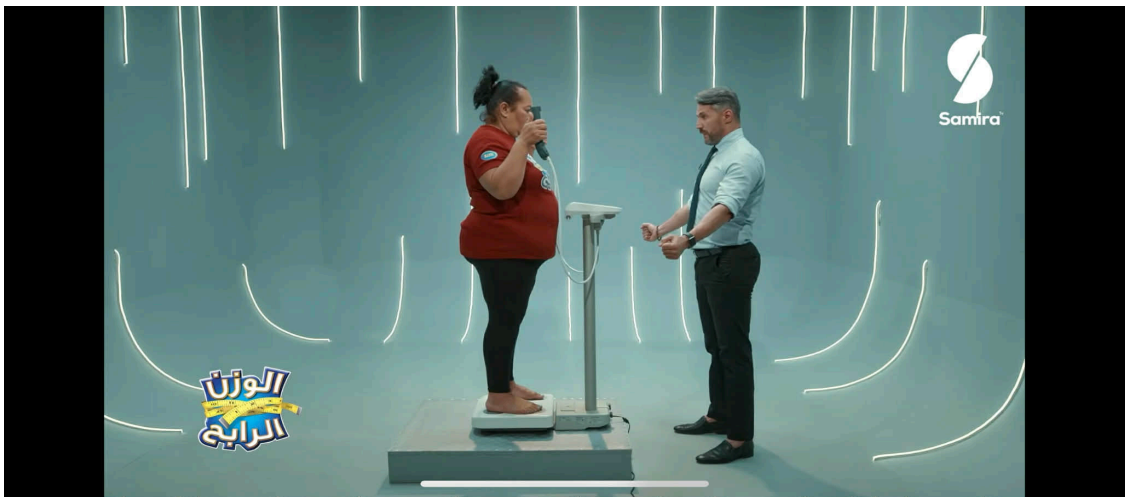
الملحق العاشر: لقطات من البرايمات

الملحق الحادي عشر: صور لمشاهد تمثيلية من مسلسل "حريم الميزان"

الملحق الثاني عشر: لقطات لبعض المناطق السياحية التي قاموا بزيارتها



الملحق الثالث عشر: لقطات لمشتركات على جهاز القياس TANITA



الملحق الرابع عشر: لقطات لمشتركين قبل وبعد خسارة الوزن

الملحق الخامس عشر: استمارة التحكيم

عنوان البحث: جدلية القيم الأخلاقية في تلفزيون الواقع، برنامج "الوزن الرابح" على قناة Samira TV –الموسم الثاني: من 12 نوفمبر 2021 إلى 25 مارس 2022–

اسم الباحث (ة): كنزة إخلف

اسم المشرف (ة): د/دليلة عامر

اسم المحكم	الدرجة العلمية	تاريخ التحكيم
أ.د/ حسينة قانة	بروفيسور	16 أفريل 2024
د/ جميلة أوشن	دكتور	23 مارس 2024

قائمة المحتويات

المحتويات	الصفحة
كلمة شكر	أ
إهداء	ب
قائمة الجداول	و-ز
قائمة الملاحق	ح
ملخص الدراسة باللغة العربية	ط
Abstract	ي-ك
مقدمة	15-13
البناء المنهجي للدراسة	
إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية.	18-17
أهمية الدراسة.	19-18
أهداف الدراسة.	20-19
أسباب اختيار الموضوع.	21-20
منهج الدراسة وأدواتها.	37-21
مجتمع البحث وعينته.	37
حدود الدراسة.	38-37
الدراسات السابقة.	50-39
تحديد مصطلحات الدراسة.	50-55
الجانب النظري	
الفصل الأول: المرجعيات والمقومات التربوية للقيم الأخلاقية وتجلياتها	

تمهيد	58
المبحث الأول: الأخلاق بين الفكر الإسلامي والفكر المعاصر	59
المطلب الأول: القيم الأخلاقية في الإسلام.	61-59
المطلب الثاني: القيم الأخلاقية في الفكر المعاصر.	63-62
المطلب الثالث: الثابت والمتغير في القيم الأخلاقية بين التصور الإسلامي والفلسفي.	66-63
المبحث الثاني: مقومات القيم الأخلاقية ومرتكزاتها الأساسية	66
المطلب الأول: مصادر القيم الأخلاقية.	71-66
المطلب الثاني: خصائص القيم الأخلاقية.	75-71
المطلب الثالث: وظائف القيم الأخلاقية وأهميتها في حياة الفرد والمجتمع.	80-75
المبحث الثالث: مسؤولية غرس القيم الأخلاقية وأساليب تنميتها لدى الشباب	80
المطلب الأول: إسهام المؤسسات التربوية في غرس القيم الأخلاقية لدى الشباب.	87-80
المطلب الثاني: أساليب تنمية القيم الأخلاقية لدى الشباب.	94-87
خلاصة	95
الفصل الثاني: مخاطر الثورة التكنولوجية على القيم الأخلاقية والثقافة العربية	
تمهيد	97
المبحث الأول: مخاطر الثورة التكنولوجية على القيم الأخلاقية	98
المطلب الأول: إشاعة ثقافة الفساد.	101-98
المطلب الثاني: الفاحشة والانحرافات الأخلاقية في الفضاء الرقمي.	104-101
المطلب الثالث: تطبيع العنف وترويج السلوك الإجرامي في البيئة الرقمية.	108-104
المبحث الثاني: مخاطر الثورة التكنولوجية على الثقافة العربية:	109-108

المطلب الأول: تأثير العولمة الرقمية وتقنيات التضليل الإعلامي.	114-109
المطلب الثاني: هيمنة الثقافة الجماهيرية الغربية عبر وسائل الإعلام.	118-114
المطلب الثالث: انتشار الثقافة الاستهلاكية في الفضاء التفاعلي.	120-118
خلاصة	121
الفصل الثالث: القنوات الفضائية العربية المتخصصة وإعادة إنتاج برامج تلفزيون الواقع:	
تمهيد	123
المبحث الأول: الإطار النظري للإعلام المتخصص	124
المطلب الأول: مفهوم الإعلام المتخصص.	126-125
المطلب الثاني: عوامل ظهور الإعلام المتخصص ومقوماته.	131-126
المطلب الثالث: تطور الإعلام التلفزيوني المتخصص في الوطن العربي وأنواعه.	135-131
المطلب الرابع: تأثير البيئة الرقمية على الإعلام المتخصص.	137-135
المبحث الثاني: برامج تلفزيون الواقع في القنوات الفضائية العربية المتخصصة	137
المطلب الأول: مفهوم برامج تلفزيون الواقع ونشأتها وتطورها العالمي.	141-138
المطلب الثاني: إشكالية تمثيل الحقيقة في برامج تلفزيون الواقع.	143-141
المطلب الثالث: برامج تلفزيون الواقع في ضوء القبول والرفض الأخلاقي لدى الجمهور العربي.	147-143
المطلب الرابع: انعكاس المضمون الإعلامي لبرامج تلفزيون الواقع العربية على البنية القيمية في المجتمعات الإسلامية.	148-147
خلاصة	149
الدراسة التطبيقية	

الفصل الرابع: الدراسة التطبيقية – إجراءات تحليل مضمون برنامج "الوزن الرابح" على قناة سميرة TV	
المبحث الأول : بطاقة فنية لقناة سميرة TV وبرنامج الوزن الرابح	152
المطلب الأول: بطاقة فنية للقناة.	155-152
المطلب الثاني: بطاقة فنية للبرنامج.	159-155
المبحث الثاني: التحليل الكمي للمضامين	160
المطلب الأول: فئات الشكل (الجداول الكمية).	170-160
المطلب الثاني: فئات المضمون (الجداول الكمية).	176-170
المبحث الثالث: التحليل الكيفي للمضامين	176
المطلب الأول: البناء العام والفكرة العامة للبرنامج.	185-176
المطلب الثاني: فئات الشكل –كيف قيل؟	208-186
المطلب الثالث: فئات المضمون – ماذا قيل؟	241-208
المبحث الرابع: مناقشة نتائج الدراسة	241
المطلب الأول: مناقشة النتائج في ضوء التساؤلات الفرعية.	246-241
المطلب الثاني: الخلاصة العامة.	246
خاتمة	249-248
قائمة المصادر والمراجع	262-251
قائمة الملاحق	286-264
قائمة المحتويات	291-288