

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

اتجاهات طلبة جامعة المسيلة نحو البرامج الاجتماعية بقناة  
الشروق TV  
- دراسة ميدانية -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

محمد حنان رقاد

إعداد الطالب(ة):

محمد هني سمية

لجنة المناقشة :

...../1

...../2

...../3

جوان: 2016

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

The image displays the Basmala in a highly stylized, bold black calligraphic font. The text is arranged in a compact, circular form. Five long, vertical arrows point upwards from the top of the letters, indicating the direction of the primary strokes. Small numbers (1, 2, 3) and arrows are placed at various points along the curves and intersections of the letters to specify the sequence and direction of individual pen strokes. The overall composition is balanced and visually striking due to the high contrast and dynamic lines.

# شكر و عرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿وَلَقَدْ عَلَّمْنَا لَوْلَا فِئْرِي إِلَهَ عَمَّ لَكُمْ وَرَسَدَ وَهُوَ لِلْمُؤْمِنِينَ...﴾

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب ووقفنا

إلى انجاز هذا العمل

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة إلى نبي الرحمة ونور العالمين

سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

كما نتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على

انجاز هذا العمل وفي تذليل ما واجهناه من صعوبات، إلى كل زملائنا وزميلاتنا

طلبة تخصص علم الاجتماع التربوي وإتصال وعلاقات عامة

إلى كل من قدّم لنا يد العون لإتمام هذا العمل



# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

	الأهداء
	كلمة شكر
أ-ب	مقدمة

### الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

04	أولا: الإشكالية والتساؤلات
05	ثانيا: أسباب إختيار الموضوع
05	ثالثا: أهمية الدراسة وأهدافها
06	رابعا: تحديد المفاهيم
07	خامسا: الإجراءات المنهجية
07	1- منهج الدراسة
08	2- مجتمع وعينة الدراسة
09	3- أداة الدراسة
09	4- حدود الدراسة
10	سادسا: المداخل النظرية المفسرة للدراسة
14	سابعا: الدراسات السابقة.

### الفصل الثاني: الإتجاهات

21	- تمهيد
22	المبحث الأول: مفهوم الإتجاهات، خصائصها وكيفية تكوينها.
22	أولا: مفهوم الإتجاهات
24	ثانيا: أهم خصائص الإتجاهات
26	ثالثا: كيفية تكوين الإتجاهات
27	المبحث الثاني: العوامل المؤثرة في تكوين الإتجاهات، أنواع الإتجاهات، وظائف الإتجاهات، النظريات الإتجاهات
27	أولا: العوامل المؤثرة في تكوين الإتجاهات
28	ثانيا: أنواع الإتجاهات
30	ثالثا: وظائف الإتجاهات
31	رابعا: النظريات المفسرة للإتجاهات

## الفصل الثالث: البرامج التليفزيونية والبث الفضائي في الجزائر

35

تمهيد

36 المبحث الأول: البرامج التليفزيونية، تصنيفاتها، أهم مزايا التلفزيون، تأثير الإعلام المرئي على الشباب.

36 أولا: البرامج التليفزيونية

36 ثانيا: التصنيف العام لبرامج التلفزيون

38 ثالثا: أهم مزايا التلفزيون كوسيلة إعلامية

39 رابعا: تأثير الإعلام المرئي على الشباب

41 المبحث الثاني: البث الفضائي في الجزائر

41 أولا: بداية البث الفضائي

45 ثانيا: مراحل الإعلام المرئي في التشريعات الجزائرية

52 ثالثا: الدوافع السياسية والإعلامية لفتح السمع البصري في الجزائر

54 رابعا: قناة الشروق الجزائرية

56 خلاصة.

## الفصل الرابع: الاطار التطبيقي للدراسة

58 تمهيد

59 أولا: تحليل الجداول

80 ثانيا: صياغة نتائج الدراسة

80 ثالثا: الإقتراحات والتوصيات

83 خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق



# فهرس الجداول

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
63	يوضح توزيع أفراد العينة الذين يشاهدون قناة الشروق	الجدول 1
64	يوضح توزيع أفراد العينة الذين يشاهدون البرامج الاجتماعية بقناة الشروق.	الجدول 2
65	يوضح لنا ترتيب البرامج الاجتماعية حسبأفضلية مشاهدتها.	الجدول 3
66	يوضح لنا الحجم الساعي الذي يتم استغراقه في مشاهدة البرامج الاجتماعية.	الجدول 4
67	يوضح لنا البرامج الثابتة التي يشاهدها الطلبة على الدوام.	الجدول 5
68	يوضح لأسباب التي تدفع الطلبة لمشاهدة البرامج الاجتماعية بقناة الشروق.	الجدول 6
69	يوضح لنا هذا الجدول نوع الشعور الذي تتركه مشاهدة البرامج.	الجدول 7
70	يوضح اهم الفوائد التي تحصلت عليها من خلال مشاهدة البرامج الاجتماعية.	الجدول 8
71	يوضح هل تحقيق فائدة او اكثر يجعلك تعيد مشاهدة البرنامج مرة أخرى.	الجدول 9
72	يوضح لناهل حدث وان وجدت في هاته البرامج أشياء او معلومات كنت تتمنى مشاهدتها.	الجدول 10
73	يوضح لنا هل هناك تحقيق اشباعات لرغبات واحتياجات الطلبة من خلال البرامج الاجتماعية.	الجدول 11
74	يوضح الاتجاه نحو العبارة هل برامج قناة الشروق TV تتوافق مع قيم الطلبة ومواقفهم نحو القضايا التي تطرح.	الجدول 12
75	يوضح الاتجاه نحو العبارة هل البرامج الاجتماعية بقناة الشروق تعالج القضايا بمصادقية.	الجدول 13
75	يوضح الاتجاه نحو العبارة هل هناك تأثير للموضوعات والقضايا التي تعالجها البرامج الاجتماعية بقناة الشروق في تشكيل اتجاهات الطلبة.	الجدول 14

76	يوضح الاتجاه نحو العبارة هل تراعي قناة الشروق خصوصيات الجمهور المتلقي وثقافته.	الجدول 15
77	يوضح الاتجاه نحو العبارة القائمون بالاتصال يأخذون بعين الاعتبار أذواق الجمهور ورغباتهم عند إعداد البرامج.	الجدول 16
78	يوضح الاتجاه نحو العبارة هل تبدو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق برامج ناجحة.	الجدول 17
78	يوضح الاتجاه نحو العبارة هل قناة الشروق تساهم في الحفاظ على هوية المجتمع.	الجدول 18
79	يوضح الاتجاه نحو العبارة يوضح اهم الاقتراحات التي يوجهها الطلبة لقناة الشروق من اجل تطوير مضامينها وجذب اكبر عدد من الجمهور.	الجدول 19

## فهرس الأشكال

59	الشكل 1	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس
60	الشكل 2	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن.
61	الشكل 3	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.
62	الشكل 4	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص.
63	الشكل 5	يوضح توزيع أفراد العينة الذين يشاهدون قناة الشروق
64	الشكل 6	يوضح توزيع أفراد العينة الذين يشاهدون البرامج الاجتماعية بقناة الشروق.
65	الشكل 7	يوضح لنا ترتيب البرامج الاجتماعية حسب أفضلية مشاهدتها.
66	الشكل 8	يوضح لنا الحجم الساعي الذي يتم استغراقه في مشاهدة البرامج الاجتماعية.
67	الشكل 9	يوضح لنا البرامج الثابتة التي يشاهدها الطلبة على الدوام.
68	الجدول 10	يوضح الأسباب التي تدفع الطلبة لمشاهدة البرامج الاجتماعية بقناة الشروق.
69	الشكل 11	يوضح لنا هذا الشكل نوع الشعور الذي تتركه مشاهدة البرامج.
70	الشكل 12	يوضح اهم الفوائد التي تحصلت عليها من خلال مشاهدة البرامج الاجتماعية.
71	الشكل 13	يوضح هل تحقيق فائدة أو أكثر يجعلك تعيد مشاهدة البرنامج مرة أخرى.
72	الشكل 14	يوضح لنا هل حدث وان وجدت في هاته البرامج أشياء أو معلومات كنت تتمنى مشاهدتها.
73	الشكل 15	يوضح لنا هل هناك تحقيق إشباعات لرغبات واحتياجات الطلبة من خلال البرامج الاجتماعية.

# مقدمة

تزايدت الفضائيات العالمية منها والعربية على وجه الخصوص بشكل ملفت للإنتباه في السنوات العشر الأخيرة وأصبح عدد الفضائيات العربية يتزايد يوما بعد يوم فمنها ماهو مشفر ومنها ماهو مفتوح ومتخصص، وكل هذه القنوات تتنافس فيما بينها من أجل الوصول إلى عدد كبير من المشاهدين في الوطن العربي، ومن هنا بدأ التفكير في فتح القطاع السمعي البصري في جزء من الوطن العربي وخاصة في دول المغرب العربي وبالخصوص الجزائر التي كانت هذه الأخيرة تحتكر القطاع السمعي البصري، وقد بات من الضروري حصول هذا الإنفتاح وإعطاء الأولوية للمنتجات التليفزيونية الوطنية والعمل على تعزيزها وتطويرها وإنشاء قنوات جديدة للمشاهدين وقد تأكد هذا الأخير وحتى من طرف المسؤولين على أن القنوات التابعة للقطاع العام لا تخدم اتجاهاته ومتطلباته حول القضايا والموضوعات التي تهمه. وبالتالي بدأت السلطات الجزائرية تقتنع بفتح القطاع السمعي البصري في الجزائر لأن الزمن تغير والتقدم التكنولوجي فرض الإنفتاح وجعله أمرا واقعا وجديدا.

بعد سيطرة الحكومة الجزائرية منذ الإستقلال على الإعلام خاصة السمعي البصري لمدة طويلة إكتشف المواطن الجزائري أن هذا الإعلام لا يخدم تطلعاته وبالتالي يتجه إلى القنوات الأجنبية والعربية التي تخدم هذه التطلعات لأن هذا الإعلام كان يخدم الحزب الواحد و هذا ما جعل الإعلام الجزائري يفقد مصداقيته وكان ضعيفا في تأثيره على الجمهور المشاهد.

فقد شهد القطاع السمعي البصري في السنوات الأخيرة تعدد قنوات فضائية خاصة في الجزائر، حيث جعل التطور التكنولوجي من الصعب التستر على المعلومات والبيانات أو منع نشرها مثلما كان عليه من قبل، وهذا التعدد وإن جاء متأخرا من حيث الزمن فهو يعتبر خطوة في مسار بناء المشهد الإعلامي وخاصة فيالقطاع السمعي البصري الذي ظل لفترة طويلة يعاني من أحادية الإتجاه، فهذه القنوات لا تزال في بدايتها الأولى ولكنها قدمت بإعلامها فرصة للجمهور الجزائري أن يعبر عن متطلباته واتجاهاته نحو القضايا التي تهمه بالإضافة إلى همومه ومشاكله المختلفة وأصبحت تجلب أكبر عدد من المشاهدين لها. وسوف نتناول في هذه الدراسة موضوعا عن اتجاهات طلبة جامعة مسيلة نحو البرامج الإجتماعية بقناة الشروق .

وقد تطرقنا إلى هذا الموضوع من خلال الإطار المنهجي، النظري والتطبيقي.

أما في الإطار المنهجي الذي تناولناه في الفصل الأول قمنا بتخصيصه لطرح الإشكالية والتساؤلات المندرجة عنها ثم أسباب إختيار الموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، ثم تطرقنا الى تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة، الدراسات السابقة، مجتمع البحث وعينته، المنهج المستخدم وأداة جمع البيانات، المدخل النظري للدراسة. أما الإطار النظري فقد قسم الى فصلين: الفصل الثاني تناولنا فيه دراسة الإتجاهات، والفصل الثالث للبرامج

التليفزيونية والبرق الفضائي في الجزائر أما الإطار التطبيقي فقد كان كفصل رابع خصص للدراسة الميدانية تم فيه تفريغ بيانات الاستمارة في جداول إحصائية لمعرفة اتجاهات طلبة جامعة المسيلة نحو البرامج الإجماعية بقناة الشروق، وتوصلنا في النهاية إلى نتائج الدراسة وأهم الإقتراحات التي وجهها الطلبة لقناة الشروق TV من أجل تطوير مضامينها وكسب جمهورها.

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

أولا : الإشكالية والتساؤلات

ثانيا : أسباب اختيار الموضوع

ثالثا : أهمية الدراسة وأهدافها

رابعا : تحديد المفاهيم

خامسا : الإجراءات المنهجية

سادسا : المداخل النظرية المفسرة للدراسة

سابعا : الدراسات السابقة .

أولاً: الإشكالية والتساؤلات.

إن الاتصال هو ظاهرة اجتماعية عرفتها المجتمعات البشرية منذ العصور البدائية للإنسانية، فهو يشكل عصب الحياة المعاصرة ووجهها من وجوه الحضارة، كما يعبر عن السياسة والاتجاهات الفكرية والظروف الاجتماعية والنظم الاقتصادية، ويؤثر فيها كما يتأثر بها.

فوسائل الإعلام في أي مجتمع تؤثر في صياغة ونشر وتوزيع الأخبار والمعلومات والأفكار بالتالي تصبح من أهم الوسائل الفاعلة في تغيير القيم والاتجاهات ولتعزيز أي سلوك إيجابي وتكريسه وتهميش أي سلوك سلبي في المجتمع وتؤدي وسائل الإعلام دوراً مهماً في حياة المجتمع، ويعد التلفزيون إحدى وسائل الإعلام التي تسهم في تشكيل الاتجاهات بما يقدمه من برامج متنوعة ومتعددة ذات مضامين سلبية وإيجابية، كما يؤدي التلفزيون كوسيلة سمعية بصرية دوراً إعلامياً كبيراً عن طريق الصوت والصورة. فهو يتميز بجذب الانتباه والتركيز من خلال استهداف حواس الإنسان السمعية والبصرية واشتغال هاتين الحاستين ينسجم انسجاماً كاملاً، مما يساعد على الجلوس المطول لمتابعة البرامج التلفزيونية التي عادة ما تمتد إلى ساعات طويلة، ويقوم الإعلام في المجتمع المعاصر بدور كبير في تشكيل الاتجاهات للجمهور ويصل تأثيره إلى قطاعات واسعة من شرائح المجتمع. وقد ساعد ذلك على سرعة اختصاره للزمان والمكان، وسرعة تجاوبهم مع المستجدات العلمية والتكنولوجية، مما يؤدي إلى زيادة الرصيد الثقافي للإنسان، وتيسير عملية تبادل الخبرات البشرية وتوافر في الإعلام عدة مميزات فهو يقدم خبرات ثقافية متنوعة ونماذج سلوكية وينقل إلى الأفراد خبرات ليس في مجال تفاعلاتهم البيئية والاجتماعية، مما يجعلها ذات تأثير كبير على تكوين الاتجاهات. ومن القضايا التي شاعت في الآونة الأخيرة عمق تأثير القنوات الفضائية الخاصة على الفرد بشكل خاص والمجتمع بشكل عام، وتعد الجامعات من بين ما يستهدفه الإعلام والفضائيات نظراً لكون الجامعات تساهم بشكل كبير في إعداد أفراد أكفاء يلون حاجة المجتمع، ونجد في الجزائر انتشاراً للقنوات الفضائية الخاصة بشكل كبير خلال السنوات الأخيرة وما تقدمه من برامج مختلفة وتعد قناة الشروق ببرامجها الاجتماعية التي تعالج قضايا المجتمع على اختلافها وتتسم بمشاركة الجمهور في الأستوديو ولهذا البرامج أدوار هامة تقوم بها في علاج المشكلات الاجتماعية وساهمت في جذب شرائح مختلفة في المجتمع على رأسها الطلبة الجامعيين باعتبارهم يشكلون شريحة لا بأس بها من الشرائح الاجتماعية التي تتعرض للتلفزيون ويعد برنامج خط أحمر البرنامج الأكثر شهرة ومشاهدة نظراً للقضايا الاجتماعية التي يعالجها ومن هنا جاءت هذه الدراسة سعياً لرصد اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق منطلقين من تساؤل رئيسي هو: ماهي اتجاهات طلبة جامعة المسيلة نحو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق TV؟

التساؤلات: من خلال الإشكالية يمكن تفكيكها إلى تساؤلات فرعية على النحو الآتي:

- ماهي عادات وأنماط مشاهدة طلبة جامعة المسيلة للبرامج الاجتماعية ؟
- ماهي دوافع مشاهدة طلبة جامعة المسيلة للبرامج الاجتماعية بقناة الشروق TV؟
- هل تحقق قناة الشروق ببرامجها الاجتماعية إشباعا لرغبات واحتياجات طلبة جامعة المسيلة؟
- ما تأثير الموضوعات والقضايا التي تعالجها البرامج الاجتماعية بقناة الشروق في تشكيل اتجاهات طلبة جامعة المسيلة؟

#### ثانيا: أسباب اختيار الموضوع.

- قلة الدراسات العلمية والإعلامية المتعلقة بالموضوع.
- محاولة الكشف عن اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق.
- الإقبال المتزايد من طرف الجمهور على متابعة البرامج الاجتماعية الشباب بخاصة.
- قضاء الطلبة الكثير من أوقاتهم أمام شاشة التلفزيون.
- أهمية وحداثة تجربة البث الفضائي في الجزائر.
- بروز الفضائيات الخاصة بقوة وتلبيتها لمطالب الجمهور.
- التأثير الكبير للبرامج الاجتماعية.
- إثراء مكتبة الإعلام والاتصال بشكل خاص.

#### ثالثا: أهمية الدراسة وأهدافها.

- تمثل أهمية هذه الدراسة في رصد اتجاهات طلبة جامعة المسيلة نحو البرامج الاجتماعية، ومعرفة مدى تلبية قناة الشروق لاحتياجات ورغبات واهتمامات طلبة جامعة المسيلة وبيان التفاوت في أثر هذه البرامج على الطلبة سواء كان سلبيا أم إيجابيا.
- تكتسب هذه الدراسة أهميتها في كونها ستعالج علميا موضوعا يتعلق باتجاهات طلبة جامعة المسيلة نحو البرامج الاجتماعية، التي تعرضها قناة الشروق TV.
- تعد دراسة الاتجاهات نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية التي تعرضها قناة الشروق TV، مجالا خصبا للبحث نظرا لتغلغل التلفزيون في جميع مناحي الحياة.
- أهداف الدراسة:
- التعرف على مدى تفاعل الطلبة الجامعيين مع البرامج الاجتماعية بقناة الشروق.
- التعرف على دور البرامج الاجتماعية في تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين.
- الوصول إلى نتائج ذات دلالة، يمكن من خلالها تقديم توصيات تحقق الغرض والهدف من إجراء هذه الدراسة.

- تطمح هذه الدراسة الى تكوين قاعدة معلومات وبيانات، حول موضوع اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الاجتماعية.

- التعرف على الإشباعات والحاجات المختلفة التي تحققها مشاهدة البرامج الاجتماعية.

- التعرف على البرامج الأكثر تفضيلا ومشاهدة من طرف الشباب.

رابعا: تحديد المفاهيم.

الاتجاه لغة: (مادة: و.ج.هـ) الاتجاه هو الوجه الذي تقصده.

اصطلاحا: يعبر عن سير السلوك وجهة معينة سيرا مستقرا ثابتا لمواقف عديدة، متشابهة وهو حالة استعداد عقلي عصبي ثم تنظيمها على أساس التجارب الشخصية وتعمل على توجيه استجابة الفرد لكل الأشياء والمواقف التي تتعلق بهذا الاستعداد<sup>1</sup>.

التعريف الإجرائي: هو مواقف ووجهات نظر الجمهور نحو البرامج التليفزيونية بالقنوات الفضائية الخاصة وما تبثه من برامج مختلفة سواء كانت سياسية، ثقافية، أو اجتماعية.

البرامج التليفزيونية:

البرنامج: يوضح البرنامج سير العمل الواجب القيام به لتحقيق الأهداف المقصودة، كما يوفر الأسس الملموسة لإنجاز الأعمال ويحدد نواحي النشاط الواجب القيام بها من خلال مدة معينة والبرنامج مجموعة من الأنشطة والممارسات العملية بقاعة، أو حجرة النشاط لمدة زمنية محددة وفقا لتخطيط وتنظيم هادف ومحدد<sup>2</sup>.

التليفزيون:

لغة: إن التليفزيون من الناحية اللغوية، كلمة مركبة من مقطعين Télé معناها عن بعد و vision معناها الرؤية استعملت هذه الكلمة لأول مرة عام 1900.

اصطلاحا: التليفزيون مؤسسة اجتماعية، مكونة من مجموعة المصالح الإدارية والتقنية التي تضمن بث الحصص والبرامج العالمية المصورة بواسطة الكهرباء وعن بعد بطريقة استعمال التقنيات الحديثة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - فاروق عبده فليح، احمد عبد الفتاح ركي: معجم مصطلحات التربية لفظا واصطلاحا، د.ط، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2004، ص46.

<sup>2</sup> - حسن شحاتة، زينب النجار: معجم المصطلحات التربوية والنفسية عربي- انجليزي، انجليزي- عربي، د.ط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص74.

<sup>3</sup> - شعباني مالك: دور التليفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد السابع، جانفي 2012، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر ص2.

التعريف الاصطلاحي:

البرنامج التلفزيوني:

يعرفه المخرج العراقي سعد صالح على أنه عبارة عن مادة تلفزيونية تبث مسجلة أو حية على الهواء وتشغل مساحة زمنية محددة من ساعات البث التلفزيوني لأية قناة تلفزيونية عادة ما تكون هذه المادة في إطار البرنامج تحمل اتجاهها معينا أو صفة معينة تحقق فيها إحدى أهداف محطة البث<sup>1</sup>.

التعريف الإجرائي:

البرنامج التلفزيوني هو من المشاهد والصور واللقطات التي في قالب واحد محدد، تعالج جميع جوانب الفكرة أو الهدف المطلوب في مدة زمنية محددة وبأساليب متنوعة.

الطالب الجامعي:

هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية الى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة تؤهله لذلك، ويعتبر الطالب الجامعي أحد العناصر الأساسية في العملية التربوية طيلة تكوينه الجامعي<sup>2</sup>.

خامسا: الإجراءات المنهجية

1- منهج الدراسة:

إذا أردنا تعريف منهج الدراسة، فهو يشير إلى الطريق الذي يسلكه الباحث للوصول إلى الحقيقة العلمية. أو هو ذلك الإجراء الذي يقوم به العقل للوصول إلى المعرفة أو البرهنة على الحقيقة<sup>3</sup>. وبهذا يكون المنهج في البحث العلمي بمثابة حجر أساس الذي لا غنى عنه، فهو جملة من الخطوات الدقيقة والمنظمة التي يجب على الباحث اتباعها للوصول إلى نتائج منطقية. وبما أن طبيعة الموضوع هي التي تفرض اختيار المنهج المناسب وبحسب الهدف المرجو من هذه الدراسة هو وصف اتجاهات طلبة جامعة المسيلة نحو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق عن طريق التعرف على الاستخدامات المتحققة فإن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية في كونها الأكثر قابلية للاستخدام لدراسة بعض المشكلات والظواهر التي تتصل بالإنسان، ومواقفه وآرائه ووجهات نظره في علاقته بالإعلام ووسائله<sup>4</sup>.

1 - علي حلمي: دور الشباب في التنمية الاجتماعية والاقتصادية، المكتبة الانجلو المصرية، مصر، 1971، ص 274.

2 - تركي رابع: أصول التربية والتعليم، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990، ص 7.

3 - ايناس قنيقة: اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الإعلان على شبكة الانترنت، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسنطينة: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2009-2010، ص 30.

4 - محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، د.م.ن، 2006، ص 82.

إذا أردنا التعرف على وجهات نظر الجمهور حول البرامج الإعلامية الي تبثها الاذاعة أو التعرف على اتجاهات الرأي العام اتجاه بعض القضايا أو المشكلات التي تواجه المجتمع. فان أنسب طرق البحث لدراسة مثل هذه الموضوعات هي الدراسات المسحية التي تمثل إحدى الطرق المتفرعة من الدراسات الوصفية<sup>1</sup>. لذلك فان المنهج الملائم لهذه الدراسة هو المسح الوصفي حيث لا يقف استخدام هذا الأخير عند حدود الوصف وجمع المعلومات والبيانات بل تنظيمها والتعبير عنها كما وكيفا بغرض تحقيق فهم أكثر دقة عن الظاهرة محل البحث ثم الوصول الى استنتاجات وتعميمات تساعد على تطوير الواقع الذي ندرسه سواء أكان برامج إذاعية مسموعة أو مرئية أو حل لمشكلة أو قضية تواجه الرأي العام<sup>2</sup>.

## 2- مجتمع وعينة الدراسة.

ويقصد بمجتمع الدراسة جميع المفردات أو الأشياء التي نريد معرفة حقائق معينة عنها وقد تكون إعدادا كما في حالات تقييم مضمون وسائل الاعلام كما قد تكون برامج إذاعية تلفزيونية، أو نشرات إخبارية، أو أفلاما. وكلما كان التحديد أكثر دقة كلما ساعد ذلك على دقة النتائج وهناك تعريف آخر لمجتمع الدراسة : هو المجتمع الذي يتم اختيار عينة منه والذي يتم تعميم النتائج عليه، وهو المجتمع الذي يمثل جميع الوحدات التي يتم دراستها لتحقيق نتائج الدراسة<sup>3</sup>، ويتمثل مجتمع دراستنا في طلبة جامعة المسيلة. أما العينة فهي العينة القصدية والتي يمكن تعريفها: بأنها العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم ولكن تلك الخصائص هي من الأمور الهامة للدراسة كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توفر بيانات الدراسة لدى فئة محدودة من مجتمع الدراسة الأصلي<sup>4</sup>. ويمكن تعريفها أيضا بأنها تلك العينة التي يعتمد الباحث فيها أن تكون وحدات معينة اعتقادا منه أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل فالباحث في هذه الحالة من يختار مناطق محددة تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع وهذه النتائج أقرب ما تكون إلى النتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث<sup>3</sup>. وفي هذه الدراسة توجهنا إلى الأفراد الذين يشاهدون البرامج الاجتماعية بقناة الشروق اعتقادا منا أن هذه العينة ستفيدنا في الحصول على المعلومات والبيانات المتعلقة بهذه القنوات والإشباع التي تحققها لهؤلاء الأفراد<sup>5</sup>.

1 - المرجع السابق، ص ص 82-83.

2 - المرجع نفسه، ص ص 82-83.

3 - سهيل رزيق: مناهج البحث العلمي، د.ط، د.د.ن، فلسطين، 2003، ص 45.

4 - رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، د.ط، دار الهدى للطباعة والنشر، د.م.ن، د.س، ص 334.

5 - محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للنشر، عمان، 1999، ص 96.

## 3- أداة الدراسة.

تعتبر عملية جمع البيانات خطوة مهمة في إجراء البحوث ولكي يجمع الباحث البيانات المتعلقة بموضوع بحثه على نحو علمي منظم فإنه يدقق في اختيار أدوات بحثه أو يعدها بنفسه لتناسب مشكلة بحثه وهدفه والطريقة البحثية التي اختارها لتنفيذ هذا البحث، وهذا ليتمكن من اثبات وتفسير نتائجه<sup>1</sup>. فالأدوات البحثية وسائل مساعدة للحصول على البيانات اللازمة لموضوع البحث، كما تساعد على تحديد ما لدى الباحث من قدرات واستعدادات وطرائق تفكير وبحث ولذلك لا بد أن يكون لدى الباحث إلمام واف بمجموعة واسعة من الأدوات والوسائل وأن يكون على ألفة بطبيعة البيانات التي تؤدي إليها<sup>2</sup>.

وعليه فقد استدعت دراستنا الاستعانة باستمارة استبيان: التي تعتبر إحدى الوسائل الشائعة الاستعمال للحصول على المعلومات وحقائق تتعلق بآراء واتجاهات الجمهور حول موضوع معين، أو موقف معين. ويتكون الاستبيان من جدول من الأسئلة توزع على فئة من المجتمع<sup>3</sup>. وهدفنا من هذه الاستمارة هو محاولة التعرف على اتجاهات وآراء طلبة جامعة المسيلة نحو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق TV. وقد تم توزيع الاستمارة على أستاذتين محكمتين هما: الأستاذة حمديني إبتسام، والأستاذة نايلي سهيلة وبعد وضع التصحيح قمنا بإعادة تصميم الاستمارة في صورتها النهائية.

## 4- حدود الدراسة:

إن أي بحث يرسم هدافا محددًا من أجل تحقيقه ضمن حدود معينة تكون في متناول إمكانيات الباحث النظرية والمنهجية والمادية وهذه الدراسة لا تخرج عن الإطار العلمي وبالتالي سنحاول رسم حدود للدراسة على النحو الآتي:

5- الحدود المكانية: قد تم إجراء هذه الدراسة في ولاية المسيلة، جامعة محمد بوضياف كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال مستهدفة بذلك طلبة اتصال وعلاقات عامة وعلوم الاجتماع.

-الحدود البشرية: المتمثل في الطلبة المشاهدين للبرامج الاجتماعية بقناة الشروق

-الحدود الزمنية: تم إجراء هذه الدراسة في عام 2015-2016، وتم القيام بجمع المعلومات والبيانات النظرية والمنهجية وكذلك إعداد العمل الميداني وتوزيع الاستمارة الذي دام يومين وكان في شهر مارس، ثم تحرير الدراسة في شكلها النهائي.

1 - المرجع السابق، ص 46.

2 - المرجع نفسه، ص 46.

3 - ماثيو جيدر: منهجية البحث دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه، تر، ملكة الأبيض، ص 31.

سادسا: المداخل النظرية المفسرة للدراسة.

1- النظرية هي تحديد نهائي للعلاقة بين الحقائق والمتغيرات، يقدم تفسيراً للظاهرة ويتوقع اتجاهات الحركة فيها. وتظهر أهمية النظرية في أنها توجه الباحث إلى التساؤلات الصحيحة التي يطرحها، وتقع خلف قدرته على اختيار الظاهرة محل الدراسة وبدون النظرية تظل العلاقات مجرد رؤى أو حقائق ثم تجميعها، ولكنها توحد الحقائق في إطار واحد يفسر ويساعد على التنبؤ<sup>1</sup>.

وسوف نستعرض في دراستنا إحدى نظريات التأثير الغير المباشر والتي تأخذ في الاعتبار استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وظروف المجتمع<sup>2</sup>.

نظرية الاستخدامات والإشباع: Gratification and Uses يطلق عليها البعض نموذجاً والبعض الآخر مدخل ويطلق عليها آخرون منظور ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري تأليف كاتز وبلومر 1974. ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤادها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر<sup>3</sup>.

ومن وجهة نظر كاتز وبلومر فإن مدخل الاستخدامات والإشباع يعني بما يلي:

- الأصول الاجتماعية والسيكولوجية.

- الاحتياجات التي يتولد عنها.

- توقعات من وسائل الإعلام تؤدي الى:

- أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها:

- اشباعاً للاحتياجات

- ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة.

وعلى ذلك فهذه النظرية تستند على الافتراضات التالية:

- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة لتوقعاتهم.

- الربط بين الرغبة في إشباع حاجة معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع الى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.

1 - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص ص 18-19.

2 - محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، د.م.ن، 2003، ص 251.

3 - المرجع نفسه ص ص 252-253.

- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه واهتماماته فهو الذي يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الاعلام.
- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال<sup>1</sup>.
- وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات الى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية هي:
- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.
- توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.
- التركيز على ان فهم عملية الاتصال الجماهيرية يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.
- وقد صنف الكثير من الباحثين دوافع المشاهدة إلى دوافع متعددة، فقد حدد جريز هذه الدوافع في: العادة الاسترخاء، قضاء وقت الفراغ، التعلم، الهروب، البحث عن رفيق. وصنفها بالمجرين PalmGreen إلى: تعلم الأشياء، الاسترخاء، تحقيق المنفعة الاتصالية، النسيان، الاستمتاع. ثم عاد روبن وصنفها إلى: دوافع نفعية، دوافع طقوسية، فالمشاهدة النفعية التي تتم بهدف معين، أما الطقوسية فتتم كعادة أو لأسباب تحويلية هروبية. كما صنف الكثيرون ايضا الإشباعات التي تتحقق من المشاهدة على النحو التالي:
- قدم لورانس ووينر 1985 نموذجا للإشباعات يضم إشباعات ناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وإشباعات ناتجة عن عملية الاتصال نفسها واختيار وسيلة معينة. كما قام ما كويل وزملائه بتقسيم الإشباعات الى:
- معلومات، تحديد الهوية الشخصية والتي تشمل التعرف على نماذج مختلفة للسلوك وتعزيز قيم الشخص، واكتسابه لحسن البصيرة ثم التكامل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين، وأخيرا التسلية والترفيه<sup>2</sup>.
- أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات:
- إن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة. مثل الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة وهذه المفاهيم ليست لهل تعريفات محددة، وبالتالي فمن الممكن ان تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات.

<sup>1</sup> - محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ص 253.

<sup>2</sup> - محمود حسن إسماعيل: مرجع سبق ذكره، ص 252 - 253.

- إن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية، وتختلف أهميتها من فرد إلى آخر. ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.
- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام معتمد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضا استخدامات غير هادفة.
- تنظر البحوث التي تستند الى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، فحين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق احتلالا وظيفيا لبعض الآخر<sup>1</sup>.

### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: Media dependency Approach

منذ بداية العشرينات من القرن الماضي بدأ الاهتمام بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي للفرد وبدأت بعض الدراسات تؤكد على أن اختلاف مستوى المعرفة لدى الأفراد لا يرجع إلى اختلاف سمات الجمهور وخصائصه فحسب وإنما يرجع أساسا إلى التفاعل بين متغيرات يرتبط بعضها بطبيعة وسائل الإعلام ويرتبط بعضها الآخر بالجمهور وتعتمد نظرية الاعتماد على التحليل الوظيفي حيث تبحث الكيفية التي ترتبط بها الأجزاء من النظم الاجتماعية فيما بينها، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات ويكون نظام الإعلام في هذه العلاقات جزء أساسيا من النسيج الاجتماعية.

ويرى مؤسس نظرية الاعتماد "ميلفن ديفلر" و"ساندرا بول روكيتش" على وسائل الإعلام، أن كل من وسائل الإعلام، والمؤسسات الأخرى في المجتمع لا تستطيع انجاز أعمال وتحقيق أهدافها دون الاعتماد على بعضها البعض الذي أصبح ملزما في المجتمع الحديث ويهدف نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام إلى تفسير متى ولماذا يعرض الأفراد أنفسهم لوسائل الإعلام وتأثيرات هذا التعرض على معتقداتهم وسلوكياتهم تفسيراً للطرق التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم الشخصية وعلى العموم فإن محور هذه النظرية أن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام ليحقق حاجاته، ويحصل على أهداف معينة<sup>2</sup>. ويشتمل النموذج السالف الذكر على ثلاث أنماط من التأثيرات:

**تأثيرا معرفية:** وتتحدد في كشف الغموض، تكوين الاتجاهات، ترتيب الأولويات وتوسيع دائرة المعتقدات والقيم ومن الآثار المعرفية الشائعة للأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام أنهم يستخدمون معلومات تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع وقد حدث ذلك كثيرا بأن

<sup>1</sup> - المرجع السابق، ص 255.

<sup>2</sup> صالح خليل أبو اصبح: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط1، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، الأردن، 1995، ص80.

ساهمت وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الأفراد نحو قضايا مثل مشكلات البيئة وأزمات الطاقة، الفساد السياسي تنظيم الأسرة ويجب عدم إغفال دور العوامل الانتقائية في تكوين اتجاهات الأفراد<sup>1</sup>.

**تأثيرات وجدانية:** وتتحدد في زيادة الخوف أو القلق وزيادة أو تخفيض حالة الاغتراب، فالنسبة للقلق فيحدث عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاعتقالات، فإنها تثير مشاعر الخوف لدى المتلقين، والقلق من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع أما حالة الاغتراب تظهر حين لا يجد الفرد معلومات معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية<sup>2</sup>.

**تأثيرات سلوكية:** وتنحصر في سلوكين أساسيين هما التنشيط أي قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة وعدم المشاركة والتأثيرات السلوكية في النهاية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية والوجدانية.

وتعد نظرية الاعتماد مقارنة سوسيولوجية تحاول تحديد الشروط التي تجعل الفرد يعتمد على مضامين وسائل الإعلام الجماهيري ويعتمد الجمهور على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية<sup>3</sup>:

1- **الفهم:** ويشمل المعرفة من خلال التعلم والحصول على الخبرات والفهم الاجتماعي الذي يساعد على معرفة أشياء عن العالم والبيئة المحيطة وتفسيرها.

2- **التوجيه:** ويتضمن التوجيه الذاتي مثل اتخاذ القرارات المناسبة والمشاركة السياسية وتوجيه تفاعلي تبادلي على دلالات كيفية التعامل مع المواقف الجديدة.

3- **التسلية:** وهي عبارة عن التسلية المنعزلة مثل الاسترخاء، والتسلية الاجتماعية مثل الصحة الاجتماعية كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة.

إن هذه الأهداف يمكن أن تختلف من فرد إلى آخر ومن جماعة إلى أخرى بل حتى في كيفية بلوغها ثم إن وسائل الإعلام الجماهيرية ليست السبيل الوحيد لبلوغ هذه الأهداف بل هي جزء أساسي وفعال من بين الأنظمة الاجتماعية الأخرى التي تلعب أيضا دورا أساسيا في تحقيق هذه الأهداف كما أن اعتماد الأفراد لا يكون علو وسيلة واحدة فقد تعتمد الجماهير بشدة مثلا على الكتب أو المجلات للفهم الاجتماعي، أو لمعرفة الذات وقد يصلون إلى الاعتماد على الإذاعة بشكل أكبر للتوجه للعمل كما تشكل البرامج التليفزيونية قبلة هامة للذين يريدون بلوغ هدف التسلية المهم أنه لا تمثل وسيلة إعلامية واحدة من الوسائل الجماهيرية مصدرا واحدا فقد لعلاقة الاعتماد.

<sup>1</sup> حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2 الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002، ص328.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص329.

<sup>3</sup> - محمود أحمد مزيد: دراسات في إعلام الطفل، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص217.

سابعاً: الدراسات السابقة.

تشير إلى الدراسات التي درست في نفس المجال الخاص للمشكلة التي يقوم بدراستها الباحث. بحيث تمثل بالنسبة للمشكلة المطروحة قاعدة معرفية أولية لها، وتمثل نتائج المشكلة المطروحة إضافة مباشرة الى نتائج الدراسات السابقة. ولذلك تظهر أهميتها أكثر في تطوير المشكلة العلمية، أو الفروض البحثية، وصياغة الإطار النظري وتفسير النتائج الخاصة بالبحث<sup>1</sup>.

- دراسة أشرف محمد مازن المناصير، **2010-2011 بعنوان: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC1**<sup>2</sup>.

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC1. شمل مجتمع الدراسة جميع طلبة في جامعتي الأردنية والبتراء، أما العينة فتكونت من 445 طالباً وطالبة وقد اعتمد الباحث على مصدرين رئيسيين لجمع المعلومات والبيانات هما البيانات الأولية والثانوية. استخدم الباحث الوسط الحسابي والانحراف المعياري والتكرارات والنسب المئوية لوصف آراء عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة ولتحديد أهمية العبارات الواردة في الاستبانة، كما تم اختبار الفرضيات باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Regression. إضافة إلى استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA، وذلك لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة تعزى إلى الخصائص الديموغرافية للطلبة المبحوثين. وخلصت الدراسة إلى ما يلي:

- وجود اختلاف في اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طريقة عرض الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة mbc1.

- وجود اختلافات في اتجاهات الطلبة الجامعيين باختلاف طبيعة المادة المعروضة في الدراما التلفزيونية التي تقدمها قناة mbc1.

- وجود تأثيرات للموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة في قناة mbc1 في تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين.

- وجود علاقة بين العوامل المحددة لتشكيل الاتجاهات لدى الطلبة الجامعيين واتجاهاتهم الفعلية نحو مشاهدة الدراما التلفزيونية التي تعرضها قناة Mbc1.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب: القاهرة، 2004، صص 91-92.

<sup>2</sup> - اشرف مازن محمد المناصير: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة mbc1 مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الأردن: كلية الإعلام، 2010-2011، صص 11-12.

وعلى ضوء النتائج قدم الباحث عددا من التوصيات أبرزها:

- ضرورة استمرار قناة mbc1 في تحسين طريقة عرض الدراما التلفزيونية التي تقدمها كونها تواجه منافسة من الفضائيات العربية.

- ضرورة اهتمام قناة mbc1 بقراءة وفهم الاحتياجات الحقيقية الثقافية والترفيهية للمشاهد العربي ومحاولة تلبيتها بما ينسجم مع قيمه الثقافية والحضارية.

- ضرورة استمرار قناة mbc1 في تقديم مواد درامية مناسبة من حيث الشكل والإخراج والمضمون وبشكل يتوافق مع الأحداث التي تغطيها هذه الدراما.

- ضرورة إدراك قناة mbc1 لأهمية الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراما التلفزيونية المعروضة لدورها المهم في تشكيل اتجاهات الطلبة ورفع مستوى الوعي والإدراك للمشاهد<sup>1</sup>.

- دراسة لويذة مسعودي، 2009-2010 بعنوان: اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي<sup>2</sup>.

هدفت الدراسة للكشف عن اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي، وهذا بالتركيز على بعض الأسس النفسية كالدافعية، والفعالية الذاتية، ومستوى الطموح وجاءت التساؤلات كالتالي:

- ماهي اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي؟ ويندرج تحت هذا السؤال مجموعة من التساؤلات الفرعية، والتي تهدف هذه الدراسة للإجابة عليها:

- ماهي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام الأنترنت في تحقيق الدافعية للتعلم الذاتي؟

- ما هي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام الأنترنت في تحقيق مستوى الطموح؟

- هل توجد فروق في اتجاه الطلبة نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي تعزى الى متغير التخصص؟

الفرضيات: انطلقت الدراسة من فرضية عامة تندرج تحتها جملة من الافتراضات، حاولت الدراسة التحقق منها وهي كما يلي:

- يتجه الطلبة إيجابيا نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي وتندرج ضمن هذه الفرضية العامة فرضيات فرعية هي:

- أن اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في تحقيق الدافعية إيجابية.

<sup>1</sup> - المرجع السابق، ص 12، 11.

<sup>2</sup> - لويذة مسعودي: اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم التربية، باتنة: كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2009-2010، ص 3-4.

- أن اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في تحقيق الفعالية الذاتية إيجابية.
- ان اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في تحقيق مستوى الطموح إيجابية.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في الاتجاه نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي.
- لا توجد فروق في اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي تعزى لمتغير الحصص. وقد أسست الدراسة على المنهج الوصفي وذلك من خلال استبيان يقيس اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي، وتتكون عينة الدراسة التي اختيرت بطريقة عرضية، من 130 طالبا وطالبة بجامعة الحاج لخضر بباتنة. في الفترة الزمنية 1-21 جوان 2010 وقد وظفت الدراسة البرنامج الإحصائي Spss17 للكشف عن صحة الفرضيات.

نتائج الدراسة كانت كما يلي:

- يتجه الطالب إيجابيا نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي.
- يتجه الطالب إيجابيا نحو استخدام الأنترنت في تحقيق الدافعية.
- يتجه الطالب إيجابيا نحو استخدام الأنترنت في تحقيق مستوى الطموح.
- لا توجد فروق بين الجنسين في الاتجاه نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي.
- توجد فروق في الاتجاه نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي حسب التخصص لصالح طلبة كلية العلوم<sup>1</sup>.

- دراسة عبد الله حسين الصفار، 2011-2012 بعنوان : اتجاهات الطلبة الجامعيين الكويتيين نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة في القنوات العربية<sup>2</sup>. تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف الى اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة التي تعرض على القنوات التلفزيونية والفضائيات العربية التي تتم مشاهدتها في الكويت، وكذلك التعرف إلى الإشباع التي تحققها لمشاهديها من الشباب. ولأجل تحقيق غرض الدراسة فقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي المسحي والاستبيان الذي وزع على عينة 600 فرد من جامعتي الكويت وجامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا من الإناث والذكور لكن الاستبيانات التي خضعت للتحليل الإحصائي بلغت 477 فرد بنسبة مئوية تبلغ 79،5% من عينة الدراسة لأنهم لا يهتمون بالمسلسلات الأجنبية المدبلجة وبنسبة 20،5% من عينة الدراسة الكلية.

<sup>1</sup> - المرجع السابق، ص ص 3-4.

<sup>2</sup> - عبد الله حسين الصفار: اتجاهات الطلبة الجامعيين الكويتيين نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة في القنوات العربية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، الكويت، 2010-2011، ص ص 10-11.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- أن الإناث لديهن مستويات مشاهدة للمسلسلات المدبلجة أكثر من الذكور في دولة الكويت.
- بينت النتائج تقدما للإناث على الذكور في أغلب متوسطات الإشباع المتحققة من مشاهدة المسلسلات الأجنبية المدبلجة مثل إشباع المعرفة، والمتعة، والإثارة والإشباع الاجتماعية والوجدانية والجمالية والترفيهية، فيما ظهر ميل الشباب أكثر لتحقيق إشباع الهروب من الواقع إلى واقع آخر.
- أظهرت النتائج اتجاهات أكثر إيجابية للإناث أكثر من الذكور نحو المسلسلات الأجنبية المدبلجة وعدت الأغلبية ان المسلسلات الأجنبية بعضها سلبي وبعضها إيجابي.
- أشار نصف أفراد العينة إلى أنهم مع بث المسلسلات المدبلجة لكن مع التصرف بها من حيث شطب بعض المشاهد أو الترجمات. وعد 10% تقريبا من أفراد العينة أن المسلسلات الأجنبية المدبلجة كلها سلبية مقابل 5، 5% تقريبا عدوها كلها ايجابية.
- أظهرت النتائج وجود فروقات في مستويات مشاهدة للمسلسلات المدبلجة أكثر لصالح طلبة الجامعة الخاصة أكثر من طلبة الجامعة الحكومية.
- وأظهرت النتائج بالنسبة لدوافع مشاهدة فروقات لصالح الإناث أكثر من الذكور نحو مشاهدة المسلسلات الأجنبية المدبلجة، وظهرت الفروقات أيضا في الدوافع لصالح فئات الدخل الأقل البالغة 1000 دينار فاقل.
- أما في متغير اتجاهات مشاهدة نحو المسلسلات الأجنبية المدبلجة فقد جاءت الفروقات لصالح فئات الدخل الأعلى 2501 فاكثر. أي أن هذه الفئات أكثر إيجابية نحو مشاهدة تلك المسلسلات وهذا ما ظهر أيضا لصالح الجامعات الخاصة بخصوص اتجاهات مشاهدة.
- بينت النتائج أن القنوات الفضائية الأكثر تفضيلا لمشاهدة الأعمال الدرامية الأجنبية أن قنوات MBC حققت مواقع متقدمة هي : الأولى والثانية والخامسة فيما حققت فضائية ABUDABi المركز الثالث وحققت الفضائية ALRAY الكويتية الخاصة المركز الرابع، أما المركز العاشر والأخير فقد كان لصالح فضائية الكويت الحكومية، مما يعني وجود منافسة كبيرة بين القنوات الكثيرة<sup>1</sup>.
- دراسة نديم ربحي مصطفى الحسن، 2008 بعنوان: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - المرجع السابق، ص 10-11.

<sup>2</sup> - نديم ربحي محمد الحسن: اتجاهات طلبة الجامعات الاردنية نحو المحطات الفضائية العربية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية العلوم الإنسانية، الأردن، 2008، ص ص 13-14.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية وإلى معرفة العادات الاتصالية وأنماط المشاهدة إضافة إلى حجم تعرضهم لهذه المحطات ولبلوغ أهداف هذه الدراسة قام الباحث بتصميم استبانة تكونت من ثلاثة أجزاء:

- الجزء الأول: البيانات الشخصية.

- الجزء الثاني: عادات وأنماط المشاهدة.

- الجزء الثالث: تقييم المحطات الفضائية العربية.

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة المتحقيين بالجامعات الأردنية الحكومية والخاصة أما عينة الدراسة فقد شملت 5 جامعات تمثل جميع أقاليم الأردن، وتم انتقاؤها بطريقة عشوائية بسيطة وهي: اليرموك الهاشمية، الحسين ابن طلال، البتراء، جرش وبلغ عدد الاستبانات الموزعة 650 والمستردة 572 بنسبة استجابة 88%. وتلخصت أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة فيما يلي:

- جاءت محطة MBC1 الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة من بين جميع المحطات الفضائية العربية تليها MBC2، روتانا، الجزيرة الإخبارية LBC. وتجدر الإشارة إلى مجمل المحطات الفضائية العربية.

- جاءت المحطات الفضائية العربية التالية الأدنى مشاهدة من قبل الطلبة: الفضائية المصرية الاقتصادية chatco.

- اتفق معظم الطلبة على أن الكليبات الغنائية التي تبث عبر المحطات الغنائية العربية فاضحة وخادشة للحياء العام ولا تراعي الآداب.

- جاء نوع المحطات الدراما (المسلسلات والأفلام) الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة.

- يشاهد معظم الطلبة التلفزيون من 1 إلى 2 ساعة يومياً في أيام الدوام والدراسة، بينما ترتفع إلى 4 ساعات أو أكثر في أيام العطل ونهايات الأسبوع.

- فترة السهرة من 8 إلى 11 مساءً هي الأكثر مشاهدة لدى الطلبة.

- الهدف الأبرز للطلبة من المشاهدة هو الترفيه والتسلية، ثم قتل الفراغ والملل.

وخلصت الدراسة لمجموعة من التوصيات، ومن أهمها:

- زيادة حصة الشباب في البرامج التلفزيونية.

- الاهتمام بالإنتاج الدرامي العربي.

- فتح باب المشاركة للشباب في إعداد وإنتاج وتقديم البرامج الموجهة لهم.

- الابتعاد عما يخدش الحياء العام والآداب في الكليبات الغنائية التي تبثها المحطات الغنائية.

- تركيز بث برامج الشباب في فترة السهرة، وأيام العطل ونهاية الأسبوع.

- تقدم برامج موجهة للشباب تنهض بهم ثقافياً ومعرفياً، وتزودهم بالعلم والتسليّة الهادفة<sup>1</sup>.
- تعتبر الدراسات السابقة ذات أهمية لدى فئة كبيرة من الباحثين والأكاديميين، وقد يستفيد الباحثون والجهات المعنية بشرط أن تكون هذه الدراسات تتعلق بمضامين بحوثهم أو تقترب منهما في الإجابة على تساؤلات الدراسة أو تحقق أهدافهم من خلال ما توصل إليه الباحثون من نتائج قد تسهم في إثراء مواضيعهم البحثية. ونلاحظ أن الدراسات التي اعتمدها في هذه الدراسة قد تناولت إلى حد كبير جوانب الدراسة لموضوع الاتجاهات.
- ساعدتنا الدراسات السابقة في التعرف أكثر على كيفية تحديد مسارات دراستنا.
- عاجلت الدراسات السابقة موضوع الاتجاهات بتعمق كبير.
- ساهمت الدراسات السابقة خاصة الدراسات المشابهة لموضوع دراستنا، في تسهيل عملية البحث.

<sup>1</sup> - المرجع السابق، ص ص 13-14.

# الفصل الثاني : الاتجاهات

- تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الاتجاهات، خصائصها وكيفية تكوينها.

أولا: مفهوم الاتجاهات

ثانيا: أهم خصائص الاتجاهات

ثالثا: كيفية تكوين الاتجاهات

المبحث الثاني: العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات، أنواع الاتجاهات، وظائف

الاتجاهات، النظريات الاتجاهات

أولا: العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات

ثانيا: أنواع الاتجاهات

ثالثا: وظائف الاتجاهات

رابعا: النظريات المفسرة للاتجاهات

-خلاصة

تمهيد:

تفيد المراجع أن هاربر سبنسر SPENCER وأول من استخدم مفهوم الإتجاهات. حيث قال في كتابه المبادئ الأولى عام 1962، إن وصولنا إلى أحكام صحيحة في المسائل الجدلية يعتمد إلى حد كبير على الاتجاه الذهني الذي نحمله في أثناء إصغائنا إلى هذا الجدل أو الاشتراك فيه. ويحتل موضوع الاتجاهات أهمية خاصة في العلوم السلوكية، إذ يمثل أهم دوافع سلوك الفرد من حيث ضبطه أو توجيهه. فالإتجاه لا يخرج عن كونه حكما تقييميا لأحد الموضوعات والتي قد تكون مجردة مثلا الذات، أو المساواة أو العدل، أو الحرية، فقد ظهر هذا المفهوم ليشير إلى الاستعداد ثم ورد بمعنى الوضعية وقد توسع ليدل على التوجه الإدراكي الذي بدوره يحدد الاستعداد للاستجابة أمام ظاهرة أو وضعية معينة.

المبحث الأول: مفهوم الاتجاهات، خصائصها، وكيفية تكوينها.

أولاً: مفهوم الاتجاهات:

انتشر مفهوم الاتجاهات بصفة عامة خلال القرن 20 وهذا ما نراه بوضوح في العديد من الدراسات والأبحاث العلمية المرتبطة بالاتجاهات الاجتماعية، غير أن هذه الدراسات أشارت إليه من زوايا متعددة ومتباينة، بحيث تشير كل منها إلى التعرف الذي يحقق أهدافها، مما أدى إلى تنوع تعريف الاتجاهات وتعدد هياكلها. ولهذا اختلفت تعريف العلماء اختلافاً شاسعاً في تحديد مدلول الاتجاه وقد بلغ في بعض الأحيان الغموض في بعضها، ورغم هذا كله فإن عوامل أدت إلى انتشاره أيضاً وخاصة التي أشار إليها (البورت) على النحو التالي:

- عدم انتماء مفهوم الاتجاه إلى أي من المدارس الاجتماعية أو السيكولوجية، خاصة التي كان يسود النزاع بينها، سواء النظرية الوظيفية أو الماركسية في علم الاجتماع، أو المدرسة السلوكية ومدرسة الغرائز في علم النفس الاجتماعي، ومن ثم كان من الطبيعي أن يهتم به العلماء والباحثين من خارج هذه المدارس مما ساعد على انتشاره.

- مساهمة مفهوم الاتجاه في دراسة بعض المشاكل والظواهر النفسية، والتي انتشرت نتيجة للتطورات والتغيرات التي تعرضت لها المجتمعات بما فيها من وسائل اتصال وإعلام، خاصة التي كانت مرتبطة بالبيئة مثل (التنمية بمجالاتها المختلفة)<sup>1</sup>.

- أدت مرونة مفهوم الاتجاهات إلى استخدامه على نطاق واسع، سواء بالنسبة للفرد أو الجماعات، مما جعله نقطة التقاء لأبسط بين علماء الاجتماع وعلم النفس وأتاح لهم في الوقت نفسه فرصة المناقشة والتعاون لخدمة قضايا المجتمع.

- اهتمام علماء الاجتماع وعلماء النفس الاجتماعي خلال هذا القرن، وخاصة في أمريكا بتطوير مقاييس الاتجاهات الاجتماعية في دراستهم، مما جعل الكثير يقبل على دراستها لتعدد وتنوع هذه المقاييس وسهولتها في الاستخدام، وهذه الأسباب ساهمت في انتشار مفهوم الاتجاهات الاجتماعية وتنوعه كما يتضح من التحليل التالي لأهم هذه التعريفات:

- هناك بعض الآراء التي عرفت الاتجاهات على أنها ميول أو نزعات، وهذا على اعتبار الاتجاه استعداداً للاستجابة وليس الاستجابة نفسها، وهذا ما أشار إليه (بوجاردس، 1931) في تعريفه للاتجاه: بأنه عبارة عن الميل الذي يوجه السلوك قريبا من عوامل البيئة أو بعيدا عنها. بحيث يضمن عليها بعض المعايير الإيجابية أو

<sup>1</sup> - الدسوقي عبده إبراهيم: وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، د.ط، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2004، ص 132.

السلبية، طبقا لقربه أو بعده عنها، ويعتبر تعريف بوجاردس للاتجاه من أهم التعاريف وأكثرها انتشارا في هذا الشأن كما أن هناك بعض التعاريف الأخرى التي اتفقت مع تعريف بوجاردس للاتجاه في ذلك مثل: تعريف (شرام 1955)، تعريف (المجلد 1958)، تعريف (كريش 1962)، تعريف (وليم مورغان 1973)، وغيرها من التعريفات الأخرى التي ركزت على أنه ميل مكتسب واستعداد للاستجابة السلبية أو الإيجابية<sup>1</sup>.

تعريف محمد منير حجاب:

- **الاتجاه Attitude**: هو حالة من الاستعداد أو التأهب النفسي والعصبي تولد تأثيرا دينامي على استجابة الفرد تساعده على اتخاذ القرارات المناسبة سواء كان بالرفض أم بالإيجاب فيما يتعرض له من مواقف ومشكلات، ويتأثر بالخبرات التي مر بها الفرد من ناحية، وبالسمات الإيجابية من ناحية أخرى<sup>2</sup>.

- **تعريف عاقل**: نزعة الإنسان للاستجابة إلى حادث معين أو فكرة معينة محددة سلفا، والاتجاهات قد تكون سلبية أو إيجابية<sup>3</sup>.

- **الاتجاه في معجم المصطلحات التربوية والنفسية**: هو الموقف الذي يتخذه الفرد أو الاستجابة التي يبديها إزاء شيء معين، أو حديث، أو قضية معينة أما بالقبول أو الرفض أو المعارضة<sup>4</sup>.

- **معجم علم الاجتماع**: الاتجاه يعبر هذا المصطلح عن موقف شبه مبلور يتخذه فاعل ما أما بالقبول أو الرفض أو المعارضة<sup>5</sup>.

- **تعريف عبد الرحمان المعاينة**: أنها تنظيم مكتسب له صفات الاستمرار النسبي للمعتقدات التي يعتقدها الفرد نحو موضوع، أو موقف ويهيئه للاستجابة باستجابة تكون لها الأفضلية عنده<sup>6</sup>. ويعرفه أيضا على أنه الميل إلى الشعور، أو السلوك، أو التفكير بطريقة محددة إزاء الناس الآخرين، أو موضوعات أو رموز.

عرفه محمد السيد الصديق: بأنه مفهوم ثابت نسبيا، يعبر عن درجة استجابة الفرد لموضوع معين إما بالإيجاب أو الرفض نتيجة لتفاعل مجموعة من العوامل المعرفية والوجدانية والاجتماعية والسلوكية تشكل في مجملها خبرات الفرد ومعتقداته وسلوكه نحو الأشياء والأشخاص المحيطة به<sup>7</sup>.

1 - المرجع السابق، ص 133.

2 - محمد منير حجاب: **المعجم الإعلامي**، د.ط، دار الفجر للنشر والتوزيع، د.م.ن، د.س.ن، ص 8.

3 - عبد الله المجيد وسعد الشريح: **مجلة جامعة دمشق**، المجلد 28، العدد الرابع، 2012، ص 7.

4 - حسن شحاتة و زينب النجار: **معجم المصطلحات التربوية والنفسية**، د.ط، الدار اللبنانية المصرية، القاهرة، 2003، ص 13.

5 - جيل فيريول: **معجم مصطلحات علم الاجتماع**، تر، أنسام محمد الأسعد، ط 1، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 2011، ص 133.

6 - خليل عبد الرحمان المعاينة: **علم النفس الاجتماعي**، ط 1، دار الفكر، عمان، 2000، ص ص، 161-162.

7 - سهام إبراهيم كامل محمد: **مفهوم الاتجاه**، مركز دراسات وبحوث المعوقين. د.د.ن، د.م.ن، د.س، ص 5.

عرفه عمر ماهر محمود: بأنه استجابة عامة عقلية ونفسية عند الفرد، نحو مثيرات محددة مرتبطة بموضوع معين في البيئة التي يعيش فيها تنظمها وتوجهها خبراته السابقة فيها بما يكفل تقييمها وتعميمها على سلوكياته الكلية في المواقف والظروف المتشابهة المرتبطة بموضوع الاتجاه، مما يجعله يتصف بأنه اتجاه إيجابي أو اتجاه سلبي<sup>1</sup>.

تعريف أبو النيل محمد السيد: الاتجاه هو استعداد نفسي تظهر محصلته في وجهة نظر الشخص حو موضوع من الموضوعات سواء أكان اجتماعيا أو اقتصاديا أو سياسيا، أو حول قيمة من القيم كالقيمة الدينية أو الجمالية أو النظرية أو الاجتماعية، أو حول جماعة من الجماعات ويعبر عن هذا الاتجاه بالتعبير اللفظي بالموافقة عليه أو عدم الموافقة<sup>2</sup>.

تعريف حامد زهران: الاتجاه هو تكوين فرضي أو متغير كامن أو متوسط يقع فيما بين المثير والاستجابة، وهو عبارة عن استعداد نفسي أو تهيؤ عقلي عصبي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة لأشياء أو موضوعات أو مواقف أو رموز في البيئة التي تستثير الاستجابة<sup>3</sup>.

تعريف أحمد زكي صالح: الاتجاه هو مجموعة من استجابات القبول أو الرفض التي تتعلق بموضوع جدلي أو موضوع اجتماعي يقبل المناقشة<sup>4</sup>.

#### ثانيا: أهم خصائص الاتجاهات الاجتماعية:

- تؤدي الاتجاهات الاجتماعية دورا كبيرا في حياة الإنسان، باعتبارها كدافع لسلوكه في أوجه حياته المختلفة وارتباطها بالإنسان منذ طفولته وفي جميع مراحل عمره المختلفة.

بمعنى أنها تزداد بتقدم عمر الإنسان، وأنها دائمة ومستمرة التأثير وتتأثر في الوقت نفسه بعملية التنمية الاجتماعية، والمؤسسات الاجتماعية والمهنية على اختلاف أنواعها على سبيل المثال منها: (التعليمية، الثقافية، الصحية، الزراعية والاقتصادية، الاجتماعية). وغيرها من المؤسسات الأخرى، وكذلك دور وسائل الاتصال والإعلام وخاصة التلفزيون في الآونة الأخيرة ويتضح ذلك من الخصائص التالية:

1- إن الاتجاه مفهوم يستدل عليه وليس شيئا واحدا يرى بشكل مباشر وأنه يشير إلى التنظيم أو التنسيق الفريد الذي يضم كل من معارف الشخص أو معلوماته، ودوافعه أو انفعالاته وسلوكه وتصرفاته التي تتخذ طابع القبول

<sup>1</sup> - عمر ماهر محمود: سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، د.ط، دار الكتب المصرية، القاهرة، 2003، ص 168.

<sup>2</sup> - أحمد عبد اللطيف وحيد: علم النفس الاجتماعي، ط1، دار المسيرة للطباعة والنشر، الأردن، 2001، ص 41.

<sup>3</sup> - ممدوح الكنانى وآخرون: المدخل إلى علم النفس، د.ط، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، بيروت، 1994، ص 148.

<sup>4</sup> - نبيل عبد الفتاح حافظ وآخرون: علم النفس الاجتماعي، ط1، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، 2000، ص 245.

- أو الرفض، سواء من خلال الموافقة أو المعارضة لموضوع معين، وأن معرفة الاتجاه تساعد على التنبؤ بآراء الشخص واستجاباته الانفعالية وتصرفاته، أو استعدادة للقيام بسلوك معين<sup>1</sup>.
- 2- تشير الاتجاهات الاجتماعية الى نتائج تؤثر في مشاعر الفرد وآرائه وسلوكه بالمنبهات الاجتماعية، التي يريد أن يتلقاها أثناء تعامله مع الآخرين خلال مراحل عمره المتتالية، سواء داخل الأسرة أو خارجها أو من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية<sup>2</sup>.
- 3- يمكن معرفة الاتجاهات الاجتماعية لشخص معين نحو أحد الموضوعات من خلال استقراء آرائه ومعتقداته وتصرفاته نحو هذا الموضوع في مواقف متعددة<sup>3</sup>.
- 4- تكتسب الاتجاهات ببطء على مدى سنوات تنشئة الفرد اجتماعيا، ويتم اكتسابها بمقتضى قوانين التعليم واكتساب الخبرات كما أنها تمتاز بنوع من الاستقرار النسبي ولذا فإنها لا تتغير بسرعة وموضوعات الاتجاهات الاجتماعية متعددة ومتنوعة فقد تكون مرتبطة بالنواحي السياسية مثل الاتجاه نحو الديمقراطية، الانتخابات، الحرية، حقوق الإنسان وغير ذلك من المجالات ذات الصلة الوثيقة بالاتجاهات الاجتماعية<sup>4</sup>.
- 5- كما أن الاتجاهات الاجتماعية لها علاقة قوية بعملية الوعي والشعور الذي يحدد النشاط الفردي الممكن، أو الواقعي بالنظر إلى القيم الاجتماعية، وفي ضوءها يمثل هذا الفعل أو النشاط بأي شكل من أشكاله وهو يربط بينه وبين قيمه ومعايير الاجتماعية السائدة في مجتمعه، ويساعد في تحقيق أهدافه، لأنه يقوم برد فعل متميز نحو مثير معين أو مواقف معينة وأشار بذلك توماس في كتابه (الفلاح البولندي)<sup>5</sup>.
- اختلفت الآراء في تناولها لمكونات الاتجاهات، وهذا يرجع إلى اهتمام هذه الآراء بالاتجاهات الاجتماعية من زوايا وجوانب مختلفة، وتنوع النظريات الاجتماعية التي اهتمت بها واختلافها من فترة زمنية عن أخرى ومن مجتمع لأخر، وهذا في حد ذاته يشير الى ارتباط الاتجاهات الاجتماعية بكل الموضوعات الاجتماعية وطبيعة التغيرات والتطورات السائدة في المجتمع.

<sup>1</sup>- L.L ,Bernard ,Introduction to social psychology ,1956 ,pp 246-247

<sup>2</sup>- E ,Faris ,Attitudes and behavior ,New york ,1958 ,p 277

<sup>3</sup>- G.W.Allport ,Attitudes op ,cit ,pp 810-811

<sup>4</sup> - عبد الرحمان عيسوي: علم النفس الاجتماعي، د.ط، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1990، ص ص 144-145.

<sup>5</sup> - لويس كامل مليكة: قراءات في علم النفس الاجتماعي في البلاد العربية، د.ط، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، 1995، ص ص

ثالثاً: كيفية تكوين الاتجاهات:

1- يتم اكتساب الاتجاهات الاجتماعية لدى الفرد عن طريق التفاعل الذي يحدث بين الفرد وغيره من أفراد المجتمع، ومن خلال عملية التنشئة الاجتماعية والتعليم بمراحله المختلفة والمؤسسة الاجتماعية على اختلاف أنواعها، سواء كانت رسمية أو غير رسمية مثل: الأسرة وجماعات الأصدقاء والجمعيات والنقابات وغير ذلك من المؤسسات الأخرى وهذا ما أشار إليه (أدرنو) وكذلك (بيندرا). كما تتكون الاتجاهات خلال مراحل نمو الفرد أي لا تقتصر على مرحلة معينة ولا تتوقف عند أخرى، لأنها تتصف بالاستمرارية كما ترتبط الاتجاهات في تكوينها بالمجال البيئي والوسط الاجتماعي والمركز الاقتصادي الذي يعيش فيه الفرد والمكانة الاجتماعية والاقتصادية للأسرة، وهذا ما أشار إليه (محمود عودة) من خلال دراسته للقرية المصرية بعنوان: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي.

2- وعلى جانب آخر يرتبط تكوين الاتجاهات الاجتماعية للفرد بنشأة الاتجاهات بمعنى كيف يكتسب الاستعداد لرؤية العالم من حوله بطريقة متميزة وكيف يكتسب الاستعداد لتقليل بعض الاتجاهات والأشياء من حوله ورفض البعض الآخر

3- يشير كل من (كريس وسباير) من خلال دراستهم وأبحاثهم، أن نشأة الاتجاهات الاجتماعية عند الشخص تتم من خلال ثلاث طرق أساسية هي:

- الاتصال المباشر بموضوع الاتجاه.

- التعرض للتنظيمات الاجتماعية التي تشمل سائر نواحي الحياة<sup>1</sup>.

- التعرض للإعلام يؤدي لتكوين اتجاهات جديدة، ويتم الاتصال بموجب الاتجاه عن طريق غير مباشر وهذا يؤدي لتكوين اتجاه نحوه. و يحدث نتيجة التلقي أو المعاناة أو التراكم والتكرار، وهذا ما أشار إليه نيوكمب 1969.

4- بينما أشار كل من هاربر ماركيز وهابرماس إلى دور التنظيمات الاجتماعية في المجتمع لنشأة وتكوين الاتجاهات مثل (التنظيم الأسري) ودوره في عملية التنشئة الاجتماعية خاصة في مراحل سنين عمره الأولى، وأما بالنسبة لدور وسائل الاتصال والإعلام في نشأة تكوين الاتجاهات. فقد تعددت الآراء حول ذلك نظراً لأهمية هذه الوسائل في نشأة وتكوين الاتجاهات، خاصة التلفزيون لما يتمتع به من مزايا وخصائص هامة تفوق الوسائل الأخرى، وهذا ما أشارت إليه العديد من الدراسات والبحوث مثل (دراسة منى إبراهيم الفرنوني، 1989)، (دراسة انشراح الشال 1979)<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - Bandura.A, **Influence of model reinforcement contingencies on aigestoneinetaine responsblity social psychology**, New York, 1965, pp.123-126

<sup>2</sup> - قباري اسماعيل: **علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال دراسة في الإعلام والاتجاهات والرأي العام**، د.ط، منشأة المعارف، الاسكندرية، 1984، ص ص72-74.

المبحث الثاني: العوامل، الأنواع، الوظائف، ونظريات الاتجاهات.

أولاً: العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات:

اهتم العلماء بدراسة العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات الاجتماعية، من خلال دراستهم وتحليلهم لكيفية تكوينها حيث أشارت معظم هذه الآراء إلى أهم هذه العوامل كما يتضح على النحو التالي:

### 1- الإطار الثقافي:

من المعروف أن الإنسان يعيش في إطار ثقافي، يتألف من العادات والتقاليد القيم والمعتقدات والاتجاهات، وهي جميعها تتفاعل مع بعضها البعض ديناميكياً لتؤثر في الفرد وتساعد في تكوين اتجاهاته من خلال علاقاته الاجتماعية وبيئته التي يعيش فيها بمعنى أن الإطار الثقافي يتأثر بكل هذه الأشياء في المجتمع، كما أن هذا التراث الثقافي يساهم في تحديد طبيعة هذه الاتجاهات. وهذا ما أشار إليه (مالبنوفسكي وكلو كهون) في حديثهما عن طبيعة الأنماط الثقافية في المجتمع، وهذا ما أكده (محمد علي محمد) في دراسته عن القيم الثقافية والتنمية، وهذا في حد ذاته يشير إلى مدى أهمية الإطار الثقافي بالنسبة لتكوين الاتجاهات الاجتماعية<sup>1</sup>.

### - الأسرة 2:

تعتبر الأسرة أيضاً من العوامل الهامة والمؤثرة في تكوين اتجاهات الفرد الاجتماعية لأن الأسرة المؤسسة الأولى التي تكسب الفرد اتجاهات من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، وتشير معظم الآراء في هذا الشأن بان العلاقة بين اتجاهات الوالدين نحو الأبناء تكون أكثر من العلاقة الموجودة بين الأبناء بعضهم البعض في الأسرة الواحدة ويظهر هذا بوضوح في الأسر ذات المستويات الاقتصادية المنخفضة، وهذا يرجع إلى أن الأسرة تقوم بتوجيه اتجاهات الأبناء من النواحي اللفظية والتربوية والسلوك الفعلي للأباء وهذا من خلال عملية التنشئة الاجتماعية كما أشار إلى ذلك (قباري اسماعيل 1984).

### - العلاقات الاجتماعية خارج نطاق الأسرة:

وتشير إلى العلاقات التي تحدث بين أفراد المجتمع خارج نطاق الأسرة مثلما يحدث بين بعض جماعات الأصدقاء، أعضاء النقابات والمؤسسات الرسمية والغير الرسمية، الأقارب والجيران وهذا ما أشار إليه كلا من (مورجان ورمرز) من خلال دراستهم وأبحاثهم التي اتسمت بتحليل دور جماعة الأصدقاء والقرابة ودور المدرسة وغيرها من المؤسسات الاجتماعية في تكوين الاتجاهات الاجتماعية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - Murdock ،Gp .how cultural change ،Oxford university ،New york ، 1959 ،p811

<sup>2</sup> - سعيد جلال: علم النفس الاجتماعي، د.ط، منشأة المعارف، الاسكندرية، 1984، ص ص 160-161.

## 4- عامل السن والجنس:

وتشير الآراء أن الاتجاهات تتأثر في تكوينها بعامل الجنس (ذكر أو أنثى) لأنها تختلف لدى الرجل عن الإناث، كما أنها في نفس الوقت تختلف من حيث السن، حيث تشير بعض الدراسات إلى أن الاتجاهات الاجتماعية تختلف لدى الأطفال عن مرحلة المراهقة عن الرشد والشيخوخة وهذا ما أشارت إليه (انشرح الشال 1985) من خلال دراستها عن (الطفل المصري بين التلفزيون والفيديو والغزو الثقافي)<sup>1</sup>.

## 5- وسائل الاتصال والإعلام (التلفزيون):

أصبحت وسائل الاتصال والإعلام من العوامل الهامة والمؤثرة في تكوين الاتجاهات الاجتماعية ولا سيما التلفزيون نظرا للمزايا العديدة التي يتمتع بها والتي تميزه عن غيره من وسائل الاتصال الجماهيرية فهم يستطيع من خلال الصوت والصورة، التأثير المباشر في اتجاهات الأفراد داخل المجتمع. كما أنه يستطيع أن يساهم بدور كبير في تغيير هذه الاتجاهات أو تعديلها، وتوجيهها طبقا لمتطلبات العصر والمجتمع.<sup>2</sup>

## 6- العوامل النفسية التي تؤثر في تكوين ونشأة الاتجاهات :

وأحيانا ما يطلق عليها البعض العوامل الداخلية . وهي تؤثر في نشأة وتكوين الاتجاهات الاجتماعية بين الأفراد، وتؤدي إلى وجود اختلافات بين اتجاهات الأفراد، وخاصة عند تعرضهم لتنظيم اجتماعي واحد، أو لنوع واحد من الإعلام وهذا يرجع الى الحاجات النفسية للفرد لإشباع رغباته وتحقيق أهدافه وهذه الحاجات تسهم في نشأة وتكوين الاتجاهات.<sup>3</sup>

ونرى من خلال ما تقدم مدى تعدد وتباين العوامل المؤثرة في نشأة وتكوين الاتجاهات الاجتماعية لدى الأفراد في المجتمع، وأن هذه العوامل تسهم بدور كبير أيضا في تغييرها أو تعديلها، وأن هذه العوامل ترتبط بالبيئة الداخلية للفرد وكذلك المحيط الضيق (الأسرة، الأقارب والأصدقاء، الجيران) والعالم الخارجي (المؤسسات ووسائل الاتصال والإعلام) وغيرها من العوامل الأخرى.

## ثانيا: أنواع الاتجاهات:

- الاتجاهات الاجتماعية أنواع عديدة وتختلف مسميات هذه الأنواع باختلاق الزاوية أو الاتجاه النظري الذي ينظر به العلماء الى هذه الاتجاهات  
الاتجاهات واهم انواعها كالتالي:

1 - انتصار يونس: السلوك الإنساني، د.ط، دار المعارف، القاهرة، 1984، ص ص 279-281.

2 - عبد الرحمان عيسوي: علم النفس الاجتماعي، د.ط، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1995، ص ص 192-193.

3 - انشرح الشال: الطفل المصري بين التلفزيون والفيديو والغزو الثقافي، د.ط، نضرة الشرق، القاهرة، 1985، ص ص 65-70.

1-الاتجاهات العامة: تشير الآراء الى الاتجاهات العامة على انها نوع من أنواع الاتجاهات، التي تهتم أساسا بالنواحي الكلية والموضوعات الشاملة، وهذا ما أكدته أبحاث(هارتلي الميدانية) التي أجراها على التعصب القومي والعنصري حيث استطاع التوصل إلى اتجاهات عامة نحو التعصب لكل ما هو أجنبي وأما الاتجاهات النوعية فإنها تنصب أساسا على نواحي ذاتية وهذا ما أشار إليه (كانتريل) من خلال أبحاثه التي اهتمت بتصنيف الاتجاهات الاجتماعية، حيث صنفها إلى نوعين هما (اتجاهات عامة ونوعية) كما أنه أكد بأن الاتجاهات العامة تكون أكثر ثباتا واستقرارا من الاتجاهات النوعية وأن هذه الأخيرة تعتمد على الاتجاهات العامة وتستمد منها قوتها ودوافعها<sup>1</sup>.

2-الاتجاهات الجماعية والفردية: فالجماعية تشير الى الاتجاهات المشتركة بين عدد كبير من الناس في المجتمع الواحد مثل إعجاب الناس بالأبطال والزعماء والممثلين ولاعبى الكرة وغير ذلك أن الاتجاهات الفردية فهي التي تميز فردا عن آخر غيره مثل إعجاب الشخص بصديقه وهذا النوع من الاتجاه يعتمد على الذاتية<sup>2</sup>.

### 3- من حيث درجة الوضوح

اتجاهات علنية وسرية: تشير العلنية الى ذلك النوع من الاتجاهات التي لا يجد الفرد منها حرجا لإظهارها، أو التحدث عنها أمام الناس . أما الاتجاهات السرية فهي التي يرغب الفرد في عدم التحدث عنها ويحتفظ بها في قرارة نفسه<sup>3</sup>.

### 4- من حيث قوتها:

#### اتجاهات قوية وضعيفة:

وتشير الاتجاهات القوية إلى موقف الفرد من هدف الاتجاه، وهل هذا الموقف موقف حاسم أم لا. بينما تشير الاتجاهات الضعيفة إلى موقف الفرد الضعيف والمستسلم والذي لا يستطيع المقاومة أو الاحتمال<sup>4</sup>.

### 5- من حيث الهدف:

اتجاهات موجبة وسالبة: فالاتجاهات الموجبة تجعل الفرد يتجه نحو الشيء ويقبله ويوافق عليه بعكس الاتجاهات السالبة التي تجعل الفرد يبعد أو ينفر منها<sup>5</sup>.

1 - قباري محمد اسماعيل : علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال دراسة في الإعلام والاتجاهات والرأي العام، د.ط، منشأة المعارف، الاسكندرية، 1984. ص ص 74-75.

2 - مختار حمزة : مبادئ علم النفس، د.ط، دار البيان العربي، د.م.ن، 1981، ص 177.

3- Cantrill.H, **General and specific attitudes psychology**, New York, 1976, pp, 171-172

4 - نجيب اسكندر وآخرون: الدراسات العلمية للسلوك الإنساني، د.ط، مؤسسة الطباعة الحديثة، 1991، ص ص 398-399.

5 - سعد جلال: علم النفس الاجتماعي، د.ط، منشأة المعارف، الاسكندرية، 1994، ص ص 168-169.

ثالثاً: وظائف الاتجاهات: تؤدي الاتجاهات الاجتماعية العديد من الوظائف والمهام تيسر للإنسان التعامل مع المواقف والأوضاع الاجتماعية والغير الاجتماعية، ومعرفة وظائف الاتجاهات تساعد في توضيح دورها في الحياة وأن الطرق المناسبة لتغيير الاتجاهات تعتمد على الوظائف التي تؤديها هذه الاتجاهات، يقول (كاتز 1960) في هذا الصدد: إن الدراسة الوظيفية للاتجاه محاولة لفهم الأسباب التي تدعو الناس إلى تكوين الاتجاهات وهذا بالرغم من ارتباطها بالحوادث والظروف الخارجية والداخلية.

وقد قسم هذه الوظائف إلى أربعة أنواع وقد اتفق معه الباحثين في هذا التقسيم لأنه اعتمد في ذلك على الأسس الدافعية للاتجاه، وهذه الأنواع هي:

1- **الوظائف النفعية أو التكوينية:** والتي يسعى الإنسان من خلالها لتحقيق قيمه وأهدافه باعتباره عضواً في جماعة ينتمي إليها وأن الإنسان بطبيعته مدني يحب المعيشة في جماعات، ولذا فالالاتجاهات تساعد في تكوين اتجاهات إيجابية مقبولة لهذه الجماعة. كما أنها بذلك تساعد أيضاً على التكييف الاجتماعي<sup>1</sup>.

2- **وظائف الدفاع عن الذات:** حيث تقوم الاتجاهات الاجتماعية بحماية الفرد من دوافعه التي يرضاهها، ومن القوى التي تهدد هذه الذات من الخارج، كما أنها في الوقت نفسه تحميه من القلق الناشئ عن التهديدات الداخلية أيضاً وتساعد الاتجاهات في التغلب على الصراعات التي يتعرض لها الفرد، ويختلف تكوين الاتجاهات الدفاعية في بعض النواحي عن الاتجاهات التكوينية، فالالاتجاهات الدفاعية تبدأ من داخل الشخص والموضوعات والمواقف المرتبطة بها<sup>2</sup>.

3- **الوظيفة التعبيرية:**

وهي التي تمكن الشخص من التعبير الإيجابي عن قيمه وعن نوع شخصيته وتعكس المعتقدات الدينية والمقدسة عند الشخص وفكرته عن نفسه، وتساعد في تكوين الرضا والقناعة<sup>3</sup>.

4- **الوظائف المعرفية:**

وأحياناً ما يطلق عليها البعض (الوظائف الاقتصادية) لأنها تساعد الشخص في توضيح معارفه وسلوكه نحو أشياء معينة، مثلما يظهر في العلم، كما أنها تساعد الشخص في تصنيف المعارف المتشابهة وتجميعها وإيجاد ترابط بينهما<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - Eshbein .M , **Attitudes and pridiction of Behavior** ,New york ,1967 ,pp ,182-183

<sup>2</sup> - سعد جلال: مرجع سبق ذكره ص ص 168-169.

<sup>3</sup> - احمد بلقيس وتوفيق مرعي: **علم النفس والاجتماع**، د.ط، دار الفرقان، الأردن، 1993، ص ص 182-189.

<sup>4</sup> - حامد عبد السلام الزهران: **مبادئ علم النفس**، د.ط، عالم الكتب، القاهرة، 1992، ص ص 180-184.

(ويشير محمود عودة 1971) من خلال دراسته عن وسائل الاتصال والتغير الاجتماعي الى بعض وظائف الاتجاهات قائلا: أنها تساعد في تفهم عملية الوعي والشعور الذي يحدد النشاط الفردي والواقعي، وأنها تساعد في عملية التوافق وتساعد في تحديد ما سيفعله الإنسان أو ما يقوله في مواقف معينة، وما سيتمتع به أو سيكرهه، وتوضح أسلوب تعامله مع الآخرين، تساعد في تحديد أنماط سلوكه ومركزه الاجتماعي، ومعرفة واقعه الاجتماعي والبيئة المرتبطة بها. وظروف مجتمعه وأحواله الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، ظروف العالم المحيطة بمجتمعه، التطورات والتغيرات التي تعرض لها مجتمعه والعلاقة بينه وبين دول العالم.

#### رابعا: النظريات المفسرة للاتجاهات:

تعددت النظريات المفسرة للاتجاهات

**1- النظرية السلوكية:** تفسير تكوين الاتجاهات وتغييرها استخدمت هذه النظرية للمبادئ المستمدة من نظريات التعلم سواء نظرية الارتباط الشرطي أو نظريات التعزيز فالاتجاهات هي عادات متعلمة من البيئة وفق قوانين الارتباط و إشباع الحاجات فيرى أصحاب هذه النظرية أن الاتجاه استجابة متوسطة متعلمة، ويمكن تكوينه وتعديله باستخدام التعزيز اللفظي وأن استخدام صور التعزيز اللفظي الإيجابي أو السلبي للحجج المؤيدة أو المعارضة للرأي يؤدي إلى تغيير في الرأي نحو الحجة التي كانت قريبة زمنيا من التعزيز الإيجابي وبعيدة عن التعزيز السلبي، وافترضوا أن تغيير الرأي يؤدي إلى تغيير الاتجاه<sup>1</sup>.

**2- نظرية التوازن المعرفي (هايدر):** تنطلق هذه النظرية من أن اتجاهات الأفراد النفسية أو الآخرين و نحو المفاهيم لها جاذبية إيجابية أو سلبية، ولذلك فقد يكون هناك توازن أو عدم توازن في نسق الاتجاهات والتوازن عملية تتطلب التجانس بين كل العناصر المكونة للموقف، وعدم وجود التوازن يولد ضغطا يدفع نحو تغيير الاتجاهات، فالفرد في رأي هايدر لديه نزعة قوية لفصل الاتجاهات التي تتشابه و التي تتنافر وعزلها عن بعضها البعض<sup>2</sup>.

**3- نظرية الاستجابة المعرفية (جرين ولد):** تفترض هذه النظرية أن الأشخاص يستجيبون من خلال التخاطب لبعض الأفكار الإيجابية أو السلبية، وأن هذه الأفكار لها أهميتها ويمكن الاستعانة بها في مجال تغيير الاتجاهات كنتيجة للتخاطب، فالاستجابة المعرفية تتم في ضوء معالجة المعلومات التي يستقبلها الفرد من رسالة معينة تقدم إليه، لأن الشخص ليس مجرد مستقبل سلبي للرسائل التي يتعرض لها فقط لكنه يملك القدرة على التفكير والتحليل و التقدير و التقييم<sup>3</sup>.

1 - وحيد احمد عبد اللطيف وعبد الله معتز: علم النفس الاجتماعي، د.ط، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2001، ص ص، 51، 53.

2 - موسى عبد الله: دراسات في علم النفس، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1983، ص268.

3 - خليفة عبد اللطيف وعبد الله معتز، علم النفس الاجتماعي، د.ط، دار غريب للطباعة و النشر، القاهرة، 2001، ص295.

4- نظرية التعلم الاجتماعي: يؤكد علماء هذه النظرية "باندوارو الترز" على أن الاتجاهات متعلمة وأن تعلمها هذا يتم من خلال نموذج اجتماعي ومن المحاكاة فالوالدان هما أوضح النماذج التي يحاكي الأطفال سلوكها، ويتوحدوا معها منذ مراحل العمر المبكرة، ثم يأتي دور الأقران في المدرسة ومن ثم وسائل الإعلام المختلفة<sup>1</sup>.

نستنتج من النظريات المفسرة للاتجاهات بأن كل نظرية عبرت في وجهة نظر روادها ونلاحظ بأن هناك بعض التشابه بين النظرية السلوكية و نظرية التعلم الاجتماعي في أنهما تريان بأن الاتجاهات متعلمة، في حين ترى نظرية الاستجابة المعرفية أن الفرد يتبنى الاتجاهات التي يريدها وتعطيه أكبر قدر من الاهتمام ويتبنى القضية التي تحقق له أكبر قدر من المكاسب، أما نظرية هايدر فتري بأن الفرد دائما يبحث عن التوازن و الاتساق بين اتجاهه وسلوكه وأن الاتجاهات تقبل وفقا لتناسبها مع البناء المعرفي للفرد.

<sup>1</sup> - وحيد احمد عبد اللطيف: مرجع سبق ذكره ص ص 51، 53.

خلاصة:

من خلال ما تطرقنا إليه في فصلنا هذا استنتجنا أن موضوع الاتجاهات هو موضوع جذب اهتمامات العديد من الباحثين، نظرا لأن الاتجاهات تساعد الفرد في القدرة على اتخاذ القرارات وكيفية توجيه سلوكه في المواقف الاجتماعية المختلفة في شتى المجالات كما أنها تساعد في إيجاد نوع من الاتساق والتوحيد في آرائه دون تردد، وتسهم بدور كبير في توجيه استجاباته تجاه الأشياء والموضوعات التي تخدم مصالحه الشخصية وقضاياه الخاصة والعامة.

# الفصل الثالث

## البرامج التليفزيونية والبث الفضائي في الجزائر

- تمهيد

المبحث الأول: البرامج التليفزيونية, تصنيفاتها, أهم مزايا التلفزيون,

تأثير الإعلام المرئي على الشباب.

أولا: البرامج التليفزيونية

ثانيا: التصنيف العام لبرامج التلفزيون

ثالثا: أهم مزايا التلفزيون كوسيلة إعلامية

رابعا: تأثير الإعلام المرئي على الشباب

المبحث الثاني: البث الفضائي في الجزائر

أولا: بداية البث الفضائي

ثانيا: مراحل الإعلام المرئي في التشريعات الجزائرية

ثالثا: الدوافع السياسية والإعلامية لفتح السمي البصري في الجزائر

رابعا: قناة الشروق الجزائرية

- خلاصة.

تمهيد:

يشكل البث الفضائي اليوم عصب الاتصالات الدولية، فقد ألغيت كل المسافات وغدا الإعلام الفضائي يشكل قضية سياسية في عصر تكنولوجيا الاتصالات أتاحت الأجهزة الاتصالية المتطورة اليوم الاتصال السريع والمباشر ومعايشة الأحداث أولا بأول. وقد شهدت السنوات الأخيرة من القرن العشرين ظهور القنوات الفضائية وانتشارها على نطاق واسع، فتحول العالم إلى قرية صغيرة تربطها شبكة اتصالات واحدة عبر الأقمار الصناعية، ونتيجة للتطور والتقدم العلمي والتكنولوجي السريع بالعالم تنامت قوة الإعلام الفضائي، وذلك من خلال ما تبثه من برامج علمية، ثقافية وترفيهية واجتماعية متعددة موجهة إلى المشاهدين باختلاف أعمارهم، وقد شهد العقدان الأخيران في الجزائر من القرن الماضي انفجارا كبيرا في مجال القنوات التليفزيونية الفضائية. وهي اليوم تعد بالمئات وتتنوع بين قنوات فضائية حكومية وأخرى خاصة من حيث الملكية، ومن قنوات متخصصة وأخرى عامة من حيث المضمون ومن قنوات مفتوحة وأخرى مشفرة من حيث طرق الاستفادة من خدماتها.

المبحث الأول: البرامج التلفزيونية، تصنيفاتها، أهم مزايا التلفزيون، وتأثير الإعلام المرئي على الشباب.  
أولاً: البرامج التلفزيونية

لقد تعددت وتنوعت التعاريف بالنسبة لمصطلح البرامج التلفزيونية، ولقد قام العديد من الباحثين بتقديم تعريفات متنوعة للبرنامج التلفزيوني نذكر منها:

1- **تعريف الشميشري:** البرنامج التلفزيوني هو فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين باستخدام الصورة والصوت بكامل تفاصيلها الفنية لتحقيق هدف معين<sup>1</sup>.

2- **تعريف محمد معوض:**

البرنامج التلفزيوني هو عبارة عن فكرة تجسد وتعالج تلفزيونياً باستخدامه كوسيلة تتوافر فيها إمكانيات الوسائل الإعلامية، وتعتمد على الصورة الإعلامية سواء كانت مباشرة أو مسجلة أو على أفلام أو شرائط ويتشكل ويتخذ قالباً واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة وتتطور برامج التلفزيون باستمرار، حيث يلاحظ ألواناً جديدة وأشكالاً برامجية متميزة من إلى آخر ويهدف إلى الإعلام والتثقيف والتوجيه والتسلية والإعلان، وذلك لجذب المشاهدين والتأثير فيهم<sup>2</sup>.

3- **تعريف آخر:**

هو مجموعة من المشاهد والصور واللقطات التي توضع في قالب واحد محدد بحيث تعالج جميع جوانب الفكرة أو الهدف المطلوب في مدة زمنية محددة وبأساليب متنوعة<sup>3</sup>.

ثانياً: التصنيف العام لبرامج التلفزيون

تم الاتفاق على تصنيف موحد لبرامج التلفزيون على اختلاف أنواعها ومضامينها، وعلى الرغم من أن البعض قد يدمج واحد من هذه التصنيفات في الأخرى كما قد يستخرج تصنيفاً جديداً أو أكثر، إلا أن ما صار متعارفاً عليه من مضمون ما يقدمه التلفزيون هو كالتالي:

**الأخبار والبرامج الإخبارية:**

تعتبر الأخبار بمثابة النافذة التي يطل من خلالها المشاهدون على العالم بأسره، فالتلفزيون يعرض على شاشته العالم والأحداث وشتى مظاهر الحياة ويرى وليرى شرام أن الأخبار من العناصر الأساسية لوسائل الإعلام،

<sup>1</sup> - فهد ابن عبد الرحمان الشميشري: التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، الرياض، 2010، ص ص 2019-220.

<sup>2</sup> - محمد معوض: المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، د.س.ن، ص 115.

<sup>3</sup> - سكيمة خضرة وجبوسي دليبة: مشاهدة البرامج التلفزيونية العنيفة وعلاقتها بظهور العدوانية لدى تلاميذ السنة الأولى (9-12)، مذكرة مكملّة لنيل شهادة الماستر كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، البويرة، 2012-2013، ص 28.

ويمكن تقسيم المادة الإخبارية إلى ثلاثة مجموعات: المجموعة الأولى هي مجموعة الأحداث والأنباء الرسمية أو شبه الرسمية، ومن الملاحظ أنها تنصدر نشرات الأخبار في التلفزيون في كثير من الدول وتتضمن السياسة والعلاقات الدولية والخارجية والحروب وغيرها، أما المجموعة الثانية فتتضمن الأخبار الاجتماعية والثقافية والعلمية والفنية والدينية والفضائية والقانونية وأخبار المجتمع، فحين تتضمن المجموعة الثالثة أخبار الاهتمامات الإنسانية والشخصية وأخبار الحوادث والجرائم والكوارث.

### البرامج الدرامية: (الأفلام والمسلسلات)

هذا النوع من أكثر البرامج عرضا على شاشة التلفزيون، هذه الأفلام والمسلسلات التي تتوجه في الغالب توجهها دراميا، فالمسلسلات هي مجموعة من حلقات تمثيلية متتابعة تكون مدة عرضها على حسب عدد الحلقات، والتي تنتهي كل منها بسؤال مجهول لتمهد لما بعده في تسلسل منطقي، أي أن كل حلقة تنتهي بموقف درامي مثير ومشوق، أما الأفلام فهو قصة قد تكون تاريخية أو اجتماعية أو بوليسية أو عاطفية تدور حول فكرة واضحة، ويستخدم فيها الأسلوب الدرامي وقد يكون قصيرا يستغرق ساعة أو طويلا يستغرق ثلاث ساعات على حسب موضوع الفيلم<sup>1</sup>.

**برامج الأطفال:** يأخذ هذا النوع من البرامج اهتماما خاصا نظرا للأهمية التي يأخذها الطفل في المجتمع وتأتي هذه البرامج من أجل تشكيل ذهنية الطفل وتسليته، بما يقدم له من برامج موجهة خصيصا له وعلى رأسها الرسوم المتحركة وبرامج الألعاب والمسابقات، والعرائس والأشرطة الوثائقية المبسطة وغيرها ومما يمكن تأكيده أن معظم تليفزيونات العالم تهتم بتخصيص وقت معتبر لهذه الشريحة الاجتماعية المهمة<sup>2</sup>.

**البرامج التعليمية:** وهي تلك الدروس المذاعة لتلفزيونيا، والتي تتصل اتصالا مباشرا بخطة الدراسة في المدرسة وتوجه إلى فئة معينة من التلاميذ حسب مستواهم الدراسي، وهي عبارة عن برنامج تربوي مساعد على التعليم في المدرسة ويهدف إلى إثراء عملية التعليم.

**برامج التسلية والمنوعات:** وهي البرامج الغير المنهجية والتي تهدف إلى التسلية والترفيه وتحتوي على الموسيقى والأغاني والمسابقات والألغاز والاستعراضات وكل ما يتعلق بالتسلية والإضحاك ويلحق ببرامج التسلية والترفيه أيضا برامج المنوعات وهي برامج تشد المشاهد من كافة الأعمار وتجذبهم إليها لما لها من قدرة على التنوع

<sup>1</sup> - هدى بوعبد الله: تلفزيون الواقع وتأثيره على المراهقين (دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ الثانوية بعنابة)، رسالة لنيل شهادة الماجستير،

تخصص إعلام، قسنطينة، 2008-2009، ص 86.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 86.

والخفة والحركة والإيجاء، فتعطي انطبعا بالتركيز أو تداخل المناظر وغير ذلك من فنون العمل الإخراجية والتي تعتمد على الأغاني والمؤثرات الضوئية والملابس الخاصة والهواة ولاعبي السيرك ونجوم الفكاهة<sup>1</sup>.

**البرامج التثقيفية:** وهي البرامج التي تهدف الى تزويد المشاهدين بالمعلومات والمعارف والعلوم في مختلف مجالات الحياة وتساعدهم على تكوين المواقف الفكرية والعاطفية اللازمة لحركة المجتمع والتلائم معه وهذه البرامج قد تكون موجهة للجمهور بشكل عام كما قد تستهدف جمهورا محددًا كالنساء أو الأطفال وتحتوي هذه البرامج على الأفلام الوثائقية وبرامج الأحداث والمناقشات والندوات.

**البرامج الدينية:** وهي البرامج التي تتناول بمضمونها الثقافة الدينية ونشر الوعي الديني دون تخصيص لدين معين أكان الدين الإسلامي أو غيرها من الديانات الأخرى<sup>2</sup>.

**البرامج الاجتماعية:** فهي التي تعالج قضايا المجتمع والناس على اختلافها، مما هو معروف وشائع في القنوات الفضائية وتصف بمشاركة الجمهور في الاستوديو وحوارات ضيوف الحلقات، أو المشاركة بالهاتف أو البريد الإلكتروني لجهة المداخلات وطرح الأسئلة وإجابة الخبراء ضيوف البرنامج عليها ولهذا البرامج أدوار هامة تقوم بها في علاج المشكلات الاجتماعية، شريطة أن تتوفر لها فرص التواصل الحقيقي<sup>3</sup>.

**ثالثا: أهم مزايا التليفزيون كوسيلة إعلامية.**

1- يخاطب التليفزيون حاستين من حواس الإنسان في وقت واحد، وهما حاستا السمع والبصر وهما من أهم حواس الانسان وبهما يكتسب الفرد ما يقارب 98% من معلوماته ومعارفه.

2- أنه أقرب وسيلة للاتصال المواجه، بل إنه يتفوق على الاتصال المواجهي باستطاعته تكبير الأشياء الصغيرة، وتحريك الأشياء الثابتة.

3- يتسم التليفزيون بالحالة، حيث يقدم مادة إعلامية في نفس زمن حدوثها والحالية أو الأنية معناها الرؤية من بعد الأحداث تقع في نفس اللحظة وهو نفس المعنى الذي تحمله كلمة تليفزيون.

4- له أهمية سيكولوجية، فهو يحمل في طياته أهمية نفسية خطيرة وهي نظرية التراكم أو الترسيب فالقضايا التي يتبناها وتخلل أفكارها الأعمال التي يقدمها ترسب في عقول المشاهدين على المدى الطويل بالتكرار والإلحاح، ونلاحظ ذلك في برامج التوعية، وإعلانات تنظيم الأسرة والحملات التليفزيونية المختلفة.

1 - هدى بوعبد الله: المرجع السابق، ص 89.

2 - سكيبي خضرة وحبوسي دليبة: مشاهدة البرامج التليفزيونية وعلاقتها بظهور العدوانية لدى تلاميذ السنة الأولى (9-12)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، البويرة 2012-2013، ص ص 66-67.

3 - مصطفى حجازي: الاعلام الاجتماعي وتأثيراته على الناشئة في دول مجلس التعاون، ط1، د.د.ن، د.م.ن، 2011، ص 19.

5- بالإضافة الى ذلك يساعد التليفزيون المشاهد على عملية التقمص الوجداني من خلال ما يعرضه للمشاهد من أماكن بعيدة. وشخصيات غريبة والواقع أن المقدرة على التقمص الوجداني في أبسط تعريفاته هو القدرة على فهم الحالة الذهنية لشخص آخر<sup>1</sup>.

#### رابعاً: تأثير الإعلام المرئي على الشباب.

إن مرحلة الشباب من حياة الإنسان هي المرحلة الأخطر والأدق باعتبارها بداية العمر. ولهذا جاء الاهتمام بالشباب لرعاية شؤونهم وتوجيه سلوكهم، وتقويم انحرافهم ووقاية أخلاقهم، ليعيشوا حياة سعيدة مستقرة، ويكونوا سعداء صالحين، ولاشك أن وسائل الاتصال الجماهيري لها تأثير كبير على الشباب وبالأخص التلفاز فقد أصبح للتلفاز في هذه الأيام أهمية بالغة الأثر على جميع أنماط الحياة، فهو يعمل بطريقة أو بأخرى في التأثير على القيم والاتجاهات سلبيًا أو إيجابيًا. فلو أحسن استغلاله استغلالاً جيداً فسوف يعكس دوراً يشكّل به سلوك الشباب. وإن لم يستغل الاستغلال الجيد فإنه يكون أداة هدم لهؤلاء الشباب.

يعد التليفزيون أحد المؤثرات الأساسية في عملية التنشئة الاجتماعية، من خلال ما يقدمه من معلومات ومعارف قد تؤثر في معتقدات الشباب وقيمه وثقافته وميوله واتجاهاته ومعارفه، والتلفزيون له آثار اجتماعية إيجابية مثل توفير جو متغير للأسرة ويزر المواهب الجديدة في العالم وقد يساهم في إرساء القيم.

والعادات الاجتماعية و الثقافية وتغير سلوك الأفراد إلى الأفضل إذا ما خطط له بشكل إيجابي. وكذلك له آثاره السلبية والسيئة على المجتمع بشكل عام وعلى الشباب بشكل خاص، وهذا يتمثل بالجلوس المطول أمام شاشة التلفاز بحيث يؤثر هذا على صحتهم العقلية والبدنية، وكذلك يؤثر على السلوك الاجتماعي من العنف والميل إلى العدوان وانحراف بعض الأحداث لتقليدهم ما يرون من أفلام العنف والجرائم التي يرونها<sup>2</sup>.

ومع انتشار الفضائيات في السنوات الأخيرة تحولت هذه الظاهرة إلى ظاهرة اجتماعية، الأمر الذي دفع بالعديد من الباحثين والدارسين في مجال علم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع الإعلامي والتربوي إلى دراسة هذه الظاهرة التي لها آثار اجتماعية نفسية وثقافية، وتتبع هذه الآثار في أنماط تفكير وسلوك المشاهدين وفي مقدمتهم الشباب. ودراسة الدور الذي تلعبه القنوات الفضائية في تشكيل اتجاهاتهم، وما قد تغرسه في شخصيتهم من قيم وسلوكيات تؤثر في نمط حياتهم. وتعد مرحلة الجامعة من المراحل الحرجة في تكوين الشخصية إذ يبلغ تأثيره بال محيط

<sup>1</sup> - محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، د.م.ن، 2003، ص ص 175-180.

<sup>2</sup> - البوهي فاروق والشنو فوزية: وسائل الاعلام المرئي واثرها على شخصية الطفل العربي وثقافته، المؤتمر العلمي الأول، كلية رياض الأطفال، القاهرة، 18-19 افريل 1996، ص 5.

الخارجي الذي يعيش فيه ذروته. فهو يتعلم كيفية التعامل مع الآخرين وذلك بتكوين الصداقات مع أقرانه الطلبة وانتهائه بالتعاون مع المثبرات البيئية التي تحيط به ومن أهمها التلفزيون والفضائيات<sup>1</sup>.

والشباب متفاوتون في درجة الاستعداد والتقبل والاستجابة والتأثر والتفاعل مع البيئة التي يعيشون فيها ورغم هذا الاختلاف والتفاوت تظل سنوات الجامعة مرحلة صعبة وحرجة. والتأثر خلالها ينعكس على شخصية الطالب في المستقبل، إذ يعيش الطالب هذه السنوات من عمره في الجامعة وعادة ما يكون اتصاله في هذه الفترة مع أقرانه والبيئة الجامعية المحيطة، بمعنى أن ما يتلقاه من أفكار وعادات وتقاليد وقيم وسلوك يصله بشكل عشوائي وغير منظم أو مراقب، فإذا ما اكتسب الطالب هذه الاتجاهات والقيم يكون من الصعب تعديلها أو تغييرها في المستقبل<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - الشاعر عبد الرحمان: إنتاج برامج التلفزيون، د.ط، ، د.د.ن، الرياض.1996، ص 52.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 53.

المبحث الثاني: البث الفضائي.

أولاً: بداية البث الفضائي.

لقد أدى تطور أقمار الاتصال و أقمار البث المباشر في أواخر القرن العشرين إلى حدوث تغييرات ملموسة على الاتصال التلفزيوني، وهناك العديد من أقمار البث المباشر في أوروبا منها القمر الفرنسي TDF الذي أطلق عام 1988 ويث إرسال القناة الفرنسية PLUS CANAL، والقمر الألماني للبث المباشر AT2 و TVs الذي أطلق عام 1988 والقمر الأوروبي OLYMPUS الذي أطلق عام 1989. والقمر البريطاني للبث المباشر BSB عام 1989 ويحمل خمس قنوات منها للأفلام وأخرى رياضية وواحدة للأطفال. وقد استغلت الو.م.أ أقمار الاتصال في الإعلام الدولي. وتبث على أقمارها أهم محطة تلفزيونية وهي CNN من أطلانطا، التي تبث على مدار الساعة وتصل لمعظم أنحاء العالم مستخدمة عدة أقمار صناعية. وفي آسيا تعد اليابان أكثر الدول الآسيوية اهتماماً بنظام البث المباشر إذ تملك عدة أقمار مخصصة للبث وانتقلت عام 1990 إلى السوق العالمية<sup>1</sup>.

### 1. البث الفضائي في الوطن العربي.

أما دخول البث الفضائي واستخدام الأقمار الصناعية في الوطن العربي فقد بدأ أول الأمر في منطقة المغرب العربي، فقد استفادت كل من المغرب والجزائر من البث التلفزيوني الأوروبي كما سمحت تونس لهيئة التلفزيون الإيطالي RAI<sup>2</sup>. بإقامة محطة تقوية في العاصمة تونس. ويعد تاريخ 8-شباط-1985 منعطفاً إعلامياً وتكنولوجياً واتصالي كبيراً في التاريخ العربي الحديث، إذ كان تاريخ إطلاق أول قمر صناعي عربي ARABSAT 1A ثم تلاه في حزيران إطلاق القمر الصناعي الثاني ARABSAT 2B، وفي عام 1990 أخذ اتحاد إذاعات الدول العربية في الاستفادة من القناة 23 كأول قناة يتم استخراجها على عربسات. وتسخر على مدار الساعة للخدمة التلفزيونية الإقليمية المتمثلة في نقل الأخبار والبرامج المتبادلة بين الهيئات التلفزيونية وفي 12- ديسمبر-1990 بدأت القناة المصرية بثها المنتظم وكانت هذه الخطوات بمثابة نقطة بداية لانطلاق الشبكة الفضائية العربية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - بدر احمد: الإعلام الدولي دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، د.ط، د.د.ن، مصر 2002، ص 18.

<sup>2</sup> - خليل ابو اصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، د.ط، در آرام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص 27.

<sup>3</sup> - الهاشمي مجد: الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية، د.ط، دار المناهج، عمان، 2001، ص 80.

## 2. نشأة التلفزيون في الجزائر.

انطلق البث بالإذاعة والتلفزيون بالجزائر في العشرينات إبان فترة الاستعمار بينما ظهر التلفزيون بالجزائر سنة 1956 وتقع برأس تمنفوست على بعد 20 كلم شرق مدينة الجزائر استرجاع الإذاعة و التلفزيون الجزائرية (ENTV) ديوان الإذاعة و التلفزة الفرنسية وفي الفترة الاستعمارية كانت توجد محطة كهربائية تابعة للإذاعة والتلفزة الفرنسية، وقد تأسست المؤسسة الوطنية للتلفزيون بموجب مرسوم رقم 147-86 المؤرخ في 1 جويلية 1986 ومقرها بالجزائر العاصمة وهي مؤسسة ذات طابع ولها مهمة اجتماعية وثقافية وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية، وتابعة لوصاية وزارة الاتصال وتتمثل مهمتها في الإعلام و التبليغ وبث التحقيقات و الحصص و البرامج المتعلقة بالحياة الوطنية و الجهوية و المحلية و العالمية<sup>1</sup>.

وبعد خروج الاستعمار من الجزائر كانت السياسة الجزائرية في قطاع الاتصال لا تزال مركزة في الميدان السمعي البصري، وخاصة الراديو و التلفزيون ويعود ذلك لسببين :

السبب الأول: هو تقليدي أو تبعي، فقد استقلت الجزائر في فترة عرفت ازدهارا كبيرا في التلفزيون في العالم الغربي وهذا الانتشار بدوره أثر على السياسة الجزائرية في هذا الميدان.

السبب الثاني: يعود إلى الظروف المحلية و الوطنية المتسمة آنذاك بتفشي الأمية و بوضعية الراديو و التلفزيون وهي وسائل تسيطر عليها السلطات وهذه الوضعية شجعت السلطات بالاهتمام بهذه الوسائل وقد اخذ هذا الاهتمام يتبلور في ثلاث اتجاهات:

الإعانات توسيع الشبكات وانتشار أجهزة الراديو<sup>2</sup>.

ورغم الظروف الصعبة و قلة الكفاءات و ضعف القدرات المالية فقد كان التحدي كبيرا أمام السلطة الجزائرية التي أدركت بصفة واضحة الدور الاستراتيجي لهذه الوسيلة الإعلامية و الى ضرورة تطويرها و تكييفها في الجزائر المستقلة هذه المرحلة هامة إذ تعتبر نقطة تحول جذرية من نظام استعماري كولونيا إلى غاشم و مستبد، إلى نظام اشتراكي مستقل بعيد عن قيود التبعية و الاستعمار في جميع الميادين لذلك عمدت التلفزة على جزأة التنظيمات الداخلية ولقد كانت مهمة تجديدية لهياكل التلفزيون الإدارية و إعادة تنظيمها لمنطلق جديد يحقق تحولاً ذهنياً للجماهير حتى وذلك عن طريق:

- إعادة تنظيم الهياكل الإدارية .

<sup>1</sup> - جمال العيفة: مؤسسات الإعلام والاتصال الوظائف الهياكل الأدوار، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.س، ص ص 131-132.

<sup>2</sup> - زهير احد ادن: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص 106.

- إتباع سياسة محكمة في مجال التكوين المهني.

وزيادة على هذا فلا بد من الإشارة الى طرفين كان لهما أثر في توجيه السياسة الجزائرية في توحيد الإعلام السمعي البصري هما:

- 1- صادف استقلال الجزائر انتشار التلفزيون في العالم الغربي من جهة فأصبح الاهتمام بهذه التقنيات من الضروريات التي لا بد من الاعتناء بها وكان ذلك ما فعلته السلطات الجزائرية من جهة اخرى .
- 2- الظرف الثاني الواقع الجزائري الموروث و المتميز بوجود نسبة كبيرة من الأمية ولا يمكن حينئذ للسلطات الاتصال بها إلا بالوسائل الشفوية يعني بالدرجة الأولى الإذاعة و التلفزيون و خاصة التلفزيون ريشما يتيسر القضاء على الأمية<sup>1</sup>.

وبدأ الاهتمام بالتلفزيون سنة 1968 عندما أنشأت دور الإذاعة و التلفزيون بقسنطينة وأصبحت منطقة هذه الناحية تستطيع رؤية التلفزيون وبعد ذلك أنشأت عدة محطات للربط و التوزيع حيث أصبح شمال البلاد يستطيع مشاهدة التلفزيون سنة 1970 وفي عام 1972 أنشأت محطتان بسوق أهراس و مغنية وفي سنة 1974 محطة بباتنة وفي سنة 1975 محطتان بالمشربية والمدية حيث أصبح سنة 1976، 95% من التراب الوطني يشاهد التلفزيون<sup>2</sup>.

### 3. تجربة البث الفضائي في الجزائر.

إن البث المباشر عبر الأقمار الصناعية يعرف بأنه ذلك الاتصال الذي يتم بصفة انية من محطة الإرسال مباشرة إلى فردي، دون وسيط سوى ذلك الجهاز المسمى بالهوائية المقعرة ويتمثل هذا الإرسال بالاتصال الإذاعي الذي لا يقيد بمحدود المكان والزمان .

ويقصد بالبث المباشر الاستلام المباشر من القمر الصناعي إلى جهاز الاستقبال، عبر الكابل المرتبط بمحطة استقبال و توزيع ترددات القمر.

وقد دخلت الجزائر ميدان البث التلفزيون الفضائي منذ منتصف الثمانينيات وذلك من جراء إطلاق فرنسا لقمرها الصناعي الأول TDF1 الخاص بالبث المباشر في أكتوبر 1985 فقد قدر الملاحظون آنذاك أن المساحة بث هذا القمر تمتد من إسبانيا و البرتغال غربا إلى مجتمعات أوروبا الشرقية، ومن الدول الإسكندنافية شمالا إلى المجتمعات المغرب العربي جنوبا.

<sup>1</sup> - المرجع السابق، 104.

<sup>2</sup> - زهير احدادن: مرجع سبق ذكره، ص 107.

من هنا كانت عملية الاستقبال في الجزائر مقصورة - في البداية - على وضعيات معينة وأماكن عمومية مثل دور السينما وقاعات الحفلات، وقد كان رياض الفتح في الجزائر العاصمة السباق لهذا النوع من الاتصال التلفزيوني حيث جهز بهوائي كبير مكنه من التقاط العديد من القنوات .

وقد بلغ ثمن الهوائي المقعر في فرنسا حوالي 15 الف فرنك فرنسي، وهو ما يعادل 12 مليون سنتم جزائري هذه الوضعية جعلت امتلاك الهوائيات المقعرة في البداية وقف على المؤسسات العامة، و كذلك الفئات الميسور اجتماعيا لينتشر فيما بعد بفضل الاتجاه الى إنتاج الهوائيات المقعرة الصغيرة ذات الاستعمال الفردي و الاجتماعي<sup>1</sup>.

واليوم تأتي الجزائر في مقدمة بلدان العالم الثالث من حيث اقتناء الهوائيات المقعرة وتعتبر سوقا حقيقيا لترويج وسائل الاتصال هذه، كما أن سهولة تداول الهوائيات يعود في الأساس إلى الفراغ القانوني في هذا المجال، ومن الطبيعي أن تكون الأرضية الأساسية و نقطة الارتكاز المحورية هي التعرف على واقع الجمهور الجزائري، الذي بات يتمتع بحرية التنقل بين عشرات القنوات الفضائية العامة و المتخصصة.

ومن هنا جاء السعي لإطلاق قناة تلفزيونية ثانية في الجزائر وعلى الأقل إقبال القناة المحلية بشكل أو بآخر عبر الساتل خارج الحدود الوطنية وبهذه الأهداف شرعت التلفزة الوطنية في بث برامجها باتجاه دول الشمال إفريقيا وجنوب أوروبا بواسطة القمر الصناعي الأوروبي أتل سات، الذي يشمل حقل تغطية شمال الصحراء ابتداء من 20 أوت 1994 وهذه القفزة الفريدة من نوعها منذ الاستقلال ستمكن الجالية المقيمة بأوروبا و المغرب العربي من التقاط هذه البرامج التلفزيونية عن طريق الهوائيات المقعرة وقد تم اختيار أوت 1994 لإنطلاق البث التجريبي لقناتنا نحو الخارج.

وفي تصريح للصحافة الوطنية أشار المدير العام للمؤسسة الوطنية للتلفزيون "زبير زمزوم" آنذاك إلى أن هذا المشروع ذو طابع سياسي وثقافي واقتصادي، وأن التلفزة الوطنية عازمة على إطلاق قناتها الثانية خلال السداسي الأول من سنة 1995، ومن أهم الإنجازات التي حققتها المؤسسة العمومية للتلفزيون مع بداية التسعينات إنشاء قنوات تعبر الحدود، وتكون آداة تواصل مع الجالية الجزائرية في الخارج ولهذا كان ميلاد قناة الجزائر canal Algerie في أكتوبر 1994 وقد بدأت القناة ببث نشره أخبار واحدة على الساعة مساء عددتها اليوم ثلاث نشرات أما من الناحية التقنية فقد عرفت القناة تطورا ملحوظا و أصبح بثها يتم عبر النظام التماثلي في 28 أوت 2001.

<sup>1</sup> - نصير بوعلي: تأثير البث التلفزيوني البث الفضائي على الشباب الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2003، ص ص 66-67.

وما هي إلا سنوات قليلة لتعرف الجزائر ميلاد القناة التليفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعي عرب سات، وهو مشروع يعود إلى نوفمبر 1998 تم تنفيذه في ديسمبر 1999 لتعرف القناة ميلادها الفعلي في 05 جويلية 2001.<sup>1</sup>

ثانيا: مراحل الإعلام المرئي في التشريعات الجزائرية.

مراحل الإعلام المرئي في الجزائر.

### 1- المرحلة الأولى: 1962-1965.

بعد الاستقلال تم تبني النظام الاشتراكي من خلال المؤتمر الثالث لحزب جبهة التحرير الوطني في افريل 1964 وقد شاهدت السلطة صراع و تحدي في مجال الإعلام (محاولة وضع سياسة إعلامية وطنية تستجيب لمطالبات الفترة) التي ميزتها مشاكل عديدة أبرزها:

\* قلة الإمكانيات و التجهيزات\* مشكل التوزيع و الانتشار عبر كامل التراب الوطني.

\* مشكل التأهيل و التكوين الأكاديمي للإعلاميين .

\* عدم وجود قانون يهيكل القطاع الإعلامي وهو أهم مشكل حيث اكتشف السلطة للإشارة إلى الحق أو حرية الإعلام من خلال المواثيق الدساتير أو من خلال التصريحات .

إن هذه المرحلة رغم قصرها فإنها كانت بمثابة الإرهاصات الأولى لإقامة إعلام وطني يستجيب لحاجيات المواطن و الوطن ويساهم كغيره من القطاعات الأخرى في مسيرة التنمية وأهم ما يميز هذه المرحلة هو العمل على تحرير مختلف وسائل الإعلام من السيطرة الفرنسية من حيث الملكية و الإدارة و الإشراف<sup>2</sup>.

### 2- المرحلة الثانية: 1965-1976 .

تميزت هذه المرحلة بإصدار مراسيم جديدة في مجال الإعلام و ألغى بالقوانين الفرنسية التي كانت تنظم النشاطات الإعلامية التي تم تمديد العمل بها بعد الاستقلال لأسباب ظرفية في 1967 قد عبر رئيس مجلس الثورة آنذاك "هوارى بومدين" عن سبب هذا الإلغاء وفي سنة 1973 بمناسبة تنصيب اللجنة الوطنية للتشريع في قوله "لمن غير المعقولان تواصل الثورة مفعولها بقوانين غير ثورية..."

وباستثناء هذه المراسيم التنظيمية الحزبية التي اتبعت في تلك الفترة اتسمت بالكثير من الغموض سواء على الصعيد القانوني أو الميداني، إذ أنه إلى غاية 1976 لم يكن هناك قانون لإعلام ينظم ممارسة الأنشطة

<sup>1</sup> - نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، د.ط، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص ص 143-144.

<sup>2</sup> - يوسف عبد العالي: دراسة لمشاريع قانون الاعلام في الجزائر من خلال الصحف الخبر، الشعب، الوطن، المجاهد، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2006-2007، ص 20.

الإعلامية بم فيه القطاع المرئي الذي انعكس سلبا على نشاط وسائل الإعلام ما جعل أحد المختصين يصف هذه المرحلة "مرحلة السبات الشتوي"<sup>1</sup>.

### 3- المرحلة الثالثة: 1976-1990 :

شهدت هذه المرحلة بداية الاهتمام الفعلي بقضايا الإعلام و وسائل ومنها وسائل سمعية بصرية خصوصا في ظل الاستكمال مختلف المؤسسات و الهياكل السياسية و الاقتصادية بدأت معالم سياسة إعلامية في قطاع تتضح مع صدور الميثاق الوطني عام 1976 حيث أشار الى الدور الاستراتيجي لوسائل الاعلام في خدمة اهداف التنمية كما دعا الى ضرورة الاستصدار قوانين وتشريعات تحدد تحديدا سليما لدور الصحافة و بالتكوين في مجال الإعلام، وتوفير الكوادر الإعلامية اللازمة لمواكبه خطط التنمية اشباع مختلف حاجات الجماهير في اعلام موضعي و جيد.

وعرفت بداية الثمانينات مناقشة اول مشروع لملف السياسة الاعلامية في الجزائر منذ الاستقلال، وتم تحديد في الضوء ذلك بان مفهوم الجزائر للإعلام كبلد اشتراكي ينتمي الى العالم الثالث تقوم على اساس الملكية الجماعية لوسائل الإعلام، وان الإعلام جزء لا يتجزأ من السلطة السياسية في حزب جبهة التحرير الوطني و اداة من ادائها في اداء مهمات التوجيه و الرقابة و التنشيط<sup>2</sup>.

وتم تحديد وظائف الاعلام في المجتمع الجزائري على النحو التالي:

- التربية و التكوين.

- التوعية و التجنيد.

- التعبئة و الرقابة الشعبية.

- التصدي للغزو الثقافي.

كما عرفت المرحلة صدور اول قانون اعلام في الجزائر عام 1982 في ظل الحزب الواحد ضمن الخطوط العامة للميثاق و الدستور عام 1976

### 4- المرحلة الرابعة: 1990-2003 .

بدأت هذه المرحلة منذ عام 1990 بصور الدستور الجديد الذي نص في مادته 40 على التعددية و حرية انشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي، وتميزت هذه المرحلة بصور العشرات من الصحف خاصة بعد صدور القانون الاعلامي لعام 1990 الذي أكد على انشاء العناوين الصحفية المستقلة الا ان القطاع السمعي

<sup>1</sup> - المرجع السابق، ص ص 3-4.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 4-5.

البصري بقي تحت ملكية الدولة وصادر منذ 1990 مشروعان تمهيديان لقانون الاعلام لسنة 1989\_\_2002 . وقد تناول القطاع السمعي البصري بشيء من الوسع و التركيز و لكن يبدو ان حساسية القطاع السمعي البصري خاصة التلفزيون يجعل الدولة مترددة في تحريره و فتحه لاستثمارات خاصة و المستقلة الى جانب التردد في اصدار قانون جديد يوضح وضعية القطاع في الخريطة الإعلامية<sup>1</sup> .

#### 5-المرحلة الخامسة 2011 الى يومنا هذا .

لطالما اعتبر الإعلام واجهة للسياسة و قد سماه البعض بالسلطة الرابعة او كما سماه البعض بالنافذة التي تطل على العالم من كل ناحية، وفي عصرنا يشهد العالم بعصره ثورات إعلامية بعضها تحكمها تكنولوجية و الاخرى مقاييس فكرية و قانونية وعليه فإن هذه التحولات أدت بالدولة الجزائرية إلى تغيير تفكيرها و هذا ما جعل الاعلام الرسمي في الجزائر يشهد الانفتاح في أواخر سنة 2011 ضمن سلسلة من الإصلاحات التي جاء بها الرئيس عبد العزيز بوتفليقة وقد جاء هذا القرار بعد حصار دام قرابة نصف قرن .

يبدو من خلال النظر في القوانين التي صاحبت هذا الانفتاح الإعلامي أن المشروع الجزائري في مجال قانون الإعلام لم يضع أطراف ضابطة لهذا العمل فقد خصص مادتين (44)(45) في عام 2011 للحدوث عن الهيئة التي عوضت المجلس الأعلى للإعلام وهي تؤسس سلطة ضبط للسمعي البصري هي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي أما المادة الأخرى فتحدد تشكيلة سلطة الضبط السمعي البصري و سيرها و صلاحياتها في القانون المتعلق بالنشاط<sup>2</sup> .

فقد شهد قطاع الإعلام السمعي البصري في الجزائر خاصة بعد المصادقة على قانون السمعي البصري في مارس 2014 حيث حضى هذا القانون بظهور قنوات فضائية خاصة و حسب المختصين في هذا المجال فالقطاع لم يشهد بعد حراكا يعيد تعريف ما ظل متوقعا من صدور القانون لا سيما و إن التباطؤ في استصحاب التشريع بتدابير تنفيذية سواء على المستوى القانوني او الإداري البيروقراطي قد ساهم في استمرار الوضع على ما هو عليه فقد كان أولى محاولات السمعي البصري قامت بها صحف مطبوعة تحولت إلى قنوات تبث برامجها دون إعداد كاف للانتقال من المطبوع إلى المرئي<sup>3</sup> .

<sup>1</sup> -يوسفى عبد العالي:المرجع السابق، ص 6.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 7.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 67-68.

السمعي البصري في التشريع الجزائري.

## 1- السمعي البصري في قانون 1982:

تناول هذا القانون و لأول مرة مختلف جوانب النشاط الإعلامي و حدد الإطار العام لمفهوم الإعلام في الإعلام في الجزائر حيث جاء في مادته الأولى 2 "الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية، يعبر الإعلام سيادة حزب جبهة التحرير الوطني، وفي إطار الاختيارات الاشتراكية المحددة في الميثاق عن إرادة الثورة و ترجمة لمطامح الجماهير الشعبية يعمل الإعلام على تعبئة كل القطاعات و تنظيمها لتحقيق أهداف وطنية " حيث يكتشف هذه القانون عن المصادر التي يستلمهم منها مبادئه وهي الميثاق الوطني ومختلف التوصيات الصادرة عن مؤتمرات حزب جبهة التحرير الوطني وقد اعتبر هذا القانون أن الإعلام جزء من السيادة الوطنية وهو إعلام "ثوري" يسعى الى تحقيق أهداف الثورة الاشتراكية بقيادة حزب الواحد.

وقد أشار القانون إلى حق المواطن في الإعلام حيث جاء في المادة الثانية "الحق في الإعلام حق أساسي لجميع المواطنين، تعمل الدولة على توفير إعلام كامل و موضوعي" و حدد الخطوط العامة لممارسة النشاط الإعلامي ضمن السياسة العامة للدولة المنصوص عليها في الدستور و الميثاق. وجاء في المادة الثالثة يمارس حق الإعلام بكل حرية ضمن نطاق الاختيارات الإيديولوجية للبلاد و القيم الأخلاقية العامة و توجيهات القيادة السياسية المنبثقة عن الميثاق الوطني مع مراعاة الأحكام التي يتضمنها الدستور خاصة في مادتيه 55 و 73. وقد نصت المادة رقم 4 على "مع العمل دوما على استعمال اللغة العربية و تعميمها، ونشرها متخصصة ووسائل سمعية بصرية<sup>1</sup>."

وباختصار فان قانون الإعلام 1982 يبدو من خلال تحليل مضمونه أنه قانون جاء لينظم قطاع المطبوعات و الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية سوى ضمن إطار عام، وكان المشروع يلحق بمصطلح الوسائل السمعية البصرية و كلما كان الحديث عن الممارسة الإعلامية و الوسائل كان هناك حساسية حول المؤسسات السمعية البصرية خاصة التلفزيون .

## 2- قانون الإعلام 1990:

صدر هذا القانون في 3 افريل 1993 و نشر بالجريدة الرسمية يوم 4 أفريل من نفس السنة، وجاءت هذه الوثيقة تماشيا مع الدستور الجديد للبلاد الذي فتح مجال التعددية السياسية التي تتضمن منطقيا التعددية الإعلامية، حيث جاء في المادة 2 الحق في الإعلام يجسده حق المواطن في الاطلاع بكيفية كاملة و موضوعية

<sup>1</sup> - منتديات ستار تايمز، القنوات الفضائية الخاصة عندما تتحول الى علب فضاء،

على الوقائع التي تهم المجتمع على الصعيدين الوطني و الدولي، وحق مشاركته في الإعلام بممارسة للحريات الأساسية في التفكير و الرأي و التعبير طبقا للمواد (35) (39) (40) من الدستور.

و في المادة 3 تحدثت الوثيقة عن حرية ممارسة الحق في الإعلام "يمارس الحق في الإعلام مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية المقتضيات السياسية الخارجية و الدفاع الوطني" اما المادة 4 فوضحت الوسائل التي من خلالها يمارس هذا الحق حيث جاء فيها يمارس الحق في الإعلام خصوصا من خلال ما يلي :

- عناوين الإعلام و أجهزته في القطاع العام
- العناوين والأجهزة التي ينشئها الأشخاص المعنويين الخاصين للقانون الجزائري
- يمارس من خلال أي سند اتصالي كتابي أو إذاعي أو صوتي أو تليفزيوني<sup>1</sup>.

### 3- المشروع التمهيدي الخاص بقانون الإعلام 1998:

ولأول مرة جرى تقديم لمصطلح الاتصال السمعي بعدما كانت القوانين السابقة تعتبر مجرد سند إذاعي أو صوتي أو التليفزيوني يمارس الحق في الإعلام .

وقد نصت المادة (2) من مشروع قانون 1998 فالاتصال السمعي البصري يقصد به كل ما يوضع في متناول الجمهور أو فئات منه بواسطة أحد أسباب الاتصال السلبي و اللاسلبي من رموز و إشارات و حروف خطية، صور أو رسائل من مختلف الأنواع وعلى اختلاف طبيعتها و التي ليس لها طابع المراسلة الشخصية<sup>2</sup>. وجاء في نص المادة (28) من مشروع القانون، استعراض لفكرة طلب حبيسة عقود من الزمن، وتتعلق بفتح المجال السمعي البصري أمام المواطن، فقد سمح المشروع باشتراك الخواص في القطاع السمعي البصري و يحدد الفصل الثاني من الباب الثاني في مشروع قانون الإعلام 1998 خدمات البث الإذاعي السمعي و التليفزيوني المرخص بها .

حيث نصت المادة على أنه يمكن للمؤسسات العمومية للبث الإذاعي والمرئي أن تفتح رأس مالها، في إطار الشراكة لمؤسسات تابعة للقطاع الخاص وفقا للتشريع المعمول به<sup>3</sup>.

### 4- المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002:

لقد جاء تفنين القطاع السمعي البصري في مشروع القانون 2002 من خلال الباب الثالث الذي يتحدث عن النشاط السمعي البصري و حددت المادة 34 المقصود بالاتصال السمعي البصري ما يلي (يقصد

<sup>1</sup> -الجريدة الرسمية لقانون الإعلام 1990، 3-4-1990، ص 10.

<sup>2</sup> -وزارة الاتصال والثقافة : مشروع تمهيدي لقانون عضوي يتعلق بالإعلام، مارس 1998، ص 2

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 7.

بالاتصال السمعي البصري في مفهوم هذا القانون، وضع تحت تصرف الجمهور او فئات منه علامات و صور و اشارات).

وحددت المادة 35 من المشروع آليا و أدوات ممارسة النشاط الاتصالي السمعي البصري بما يلي :

نشاط السمعي البصري حر يمارس من طرف مؤسسات و هيئات القطاع العام المؤسسات و الشركات الخاضعة للقانون الجزائري الخاص و طبقا لأحكام هذا القانون و القوانين اللاحقة إطار حدود العوائق التقنية بالموجات الكهرو إذاعية. ما يلاحظ على المشروع التمهيدي لسنة 2002 بأنه تحدث بوفرة عن قطاع السمعي البصري في الجزائر بعد أن أجحف في حقه فالقوانين السابقة ليأتي و يعطي إرهابات في مادته 34، 35 بحرية قطاع السمعي البصري<sup>1</sup>.

### 5- قانون السمعي البصري الجديد بالجزائر :

بعد انتظار دام أكثر من عامين، عرض قانون السمعي البصري ضمن مشاريع اصلاح السياسي التي أعلن عنها الرئيس "عبد العزيز بوتفليقة" في أبريل 2011. ورغم أهميته فإن السلطة تأخرت في عرض التقرير التمهيدي على مستوى البرلمان .

ومنذ إقرار القانون العضوي للنشاط السمعي البصري في فيفري 2012 في إطار الإصلاحات السابقة، و الجدل المستمر بشأن نية السلطة في الذهاب نحو الانفتاح في مجال السمعي البصري بالجزائر، إلا أن هذا الجدل عاد إلى الواجهة مجددا بعد عرض المشروع على البرلمان لمناقشته.

- ففي الوقت الذي اعتبر البعض استمرار احتكار الدولة، و تكريسا لتسلط الدولة، اعتبرتها أطراف أخرى مكسبا جديدا يعزز العملية الديمقراطية و حرية الصحافة و الإعلام<sup>2</sup>.

- ومنذ إقرار القانون العضوي المتعلق بالأعلام في 2012، في إطار الإصلاحات السابق ذكرها والجدول مستمر بشأن نية السلطة في الذهاب نحو الانفتاح في مجال السمعي البصري بالجزائر، وقد ناقش البرلمان بغرفة النشاط السمعي البصري و اسفرت عن هذه المناقشة وثيقة(مشروع القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري)من طرف وزارة الاتصال في سبتمبر 2013.

ووسط تضارب في الآراء من طرف ذوي الاختصاص وقد صودق على القانون السمعي البصري في الجريدة الرسمية في 23 مارس 2014 و بالتالي اصبح قانونا رسميا يعرف بقانون السمعي البصري بعد أن كان عبارة عن مشروع تمهيدي.

<sup>1</sup> - المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002، ص1.

<sup>2</sup> - ياسين بودهان: قانون السمعي البصري ماله وما عليه، الجزيرة نت 11-1-2014.

## 6- مضامين قانون السمعى البصرى الجدىد :

بمقتضى القانون العضىوى رقم 12.05. المؤرخ فى 18 صفر عام 1433 الموافق لـ 12 يناير سنة 2012 و

المتعلق بالإعلام فإن القانون السمعى البصرى يتضمن ما يلى:

الباب الأول: أحكام عامة

الفصل الأول من هذا الباب: الموضوع و مجال التطبيق و الذى يتضمن (5 مواد)

الفصل الثانى من الباب الأول: يتضمن تعارىف فى المادة 7 و يتضمن 27 مصطلح معرف<sup>1</sup>.

## الباب الثانى: خدمات الاتصال السمعى البصرى

الفصل الأول: خدمات الاتصال السمعى البصرى التابعة للقطاع العمومى و يتضمن 9 مواد.

الفصل الثانى: خدمات الاتصال السمعى البصرى المرخصة و يتضمن مادة

الفصل الثالث: أحكام مشتركة لكافة خدمات الاتصال السمعى البصرى يتضمن 5 مواد.

الباب الثالث: سلطة ضبط السمعى البصرى و تتضمن 2 مادة

الفصل الأول: مهام و صلاحيات سلطة ضبط السمعى البصرى و تتضمن 3 مواد .

الفصل الثانى: تشكيل و تنظيم و سير سلطة ضبط السمعى البصرى و يحتوى على 32 مادة

الباب الرابع: ايداع القانون و الارشفة السمعىة البصرىة.

الفصل الأول: ايداع القانون 2 مواد

الفصل الثانى: الأرشفة السمعىة البصرىة 7 مواد.

الباب الخامس: العقوبات الإدارية مادة .

الباب السادس: الأحكام الجزائرىة 5 مواد.

الباب السابع: الأحكام الانتقالىة و النهائىة 2 مواد<sup>2</sup>.

- ما يمكن استنتاجه من قانون السمعى البصرى بانه قانون يحتوى على كثر من المواد القانونىة ب 43 مادة

و يلىه الباب الثالث الخاص بتشكيل و تنظيم سير سلطة ضبط السمعى البصرى ب 37 مادة و ما يمكن استنتاجه

من ذلك أن مشروع هذا القانون يركز على جانبين أساسيين:

<sup>1</sup> - الجريدة الرسمية: الجمهورية الجزائرىة الديمقراطية الشعبىة قانون السمعى البصرى، المؤرخ 23 مارس 2014، العدد 16، الصادر يوم 23 مارس 2014، ص 6.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه. ص 7.

الجانب الاول: يمكن في تنظيم حقل سمعي بصري الهدف منه الوصول الى الاحترافية و تطوير و ترقية الإنتاج والإبداع السمعي البصري والحفاظ على الثوابت الوطنية و مراعاة خصائص المجتمع الجزائري

الجانب الثاني: يكمن في مهام سلطة ضبط السمعي البصري التي اوكلت لها اربعة مهام وهي "الضبط" والمراقبة الاستثمار و تسوية النزاعات<sup>1</sup>.

### ثالثا: الدوافع الإعلامية لفتح القطاع السمعي البصري أمام الخواص.

وفقا للتغيرات التي سمحت بها التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الاتصال و خاصة ما يتعلق بتطبيق النظام الرقمي التقاء صناعة الإعلام المرئي و المسموع بصناعة الإعلام الآلي و صناعة الاتصالات مما سمح لهذه الأخيرة في إطار تقاربي يأخذ بعد استراتيجي جديد يتم فيه العمل على تكييف العرض مع الطلب من أجل استرجاع الجمهور و الحفاظ على الفضاء الإعلامي الوطني و التصدي للمنافسة التي فرضت على الاسواق الوطنية.

في ظل تنوع العرض ووفرته من خلال البرامج و القنوات التي تبث على نطاق عالمي فاستنادا لهذا نجد أنفسنا متسائلين ما الذي دفع بالدولة الى خوض غمار الإعلام المرئي و المسموع بعد طول غياب .

وفي حديثنا عن الدوافع الإعلامية يمكن أن نلمح الرغبة الملحة في إعطاء نفس جديد لإعلام السمعي البصري يبدأ من كونه ساحة مفتوحة أمام كل جبهة قادرة على أن تأتي بالجديد في القطاع.

الدفع إلى اكتساب قوة إعلامية في السمعي البصري قادرة على المنافسة على الصعيدين العالمي و القاري و إثبات وجود عربي فبالرغم من أن الجزائر كانت سباقة الى فتح مجال السمعي البصري في الوطن الا انها عرفت تأخرا كبيرا احتار فيه الكثير من الاعلاميين ولم يجدوا له تفسيرا سوى ان الجزائر قد عانت ظروف قاهرة أبعدها عن ما هو اصلاح اعلامي وهذا ما صرح به الصحفي و الامين العام لاتحاد النقابي في التلفزيون الجزائري "جمال معاني قوله "التلفزيون انشا في الفترة التي انشا فيها الاستعمار الفرنسي لتلفزيونه الفرنسي و على الرغم من هذا فان الظروف و التواريخ كانت واحدة الا ان السيورة في الجزائر تأخرت<sup>2</sup>.

فهذا يمكن اتخاذه من اقوى الدوافع التي تبدو كهدف اعلامي مسطر خصوصا وان اسم الجمهور المحلي أو حتى المشاهد المحلي لم يعد مستخدما وهذا ما اكده الصحفي و الشاعر "ابراهيم الصديقي" على اساس ان

<sup>1</sup> -الجريدة الرسمية: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية قانون السمعي البصري، المؤرخ 23 مارس 2014، العدد 16، الصادر يوم 23 مارس 2014، ص8

<sup>2</sup> - جمال معاني: ملتقى حول فتح السمعي البصري في الجزائر، جامعة الجزائر، الأربعاء 1-5-2015.

المشاهد الجزائري لم يعد اسيرا للبرامج "اليتيمة" بل هو مجال مفتوح امام الاقمار الصناعية الغربية و العربية<sup>1</sup> كما يمكن ان نميز الدافع الثاني في تنوع البرامج وهو محاولة اعطاء طابع التخصص على القنوات المراد تأسيسها التي شكلت ولا زالت تشكل الفارق الاساسي في تقديم نوعية البرامج المقدمة واعطاء مبداء الافضلية لقناة او مجموعة القنوات على الاخرى مثلما هو الحال في القنوات العربية الاخرى حاليا كما يمكن ان نلاحظ الحال الاعلامية الراهنة و الطلب المتزايد على الصحف الخاصة وهذا على الرغم من تواضع برامجها الاعلامية و التي يمكن اعتباره كدافع اعلامي مهم للولوج بالميدان السمعي البصري في محاولة الى تغيير الوجهة الجماهيرية من القنوات العالمية الى القنوات الجزائرية الجديدة واهمية القطاع الجديد تكمل في عدم امكانية الصحافة المكتوبة في تلبية الرغبات الجميع خصوصا مع محدودية القراءة و الصورة مهمة جدا لأنها تصل الى كافة شرائح المجتمع.

**الدافع الثالث:** يتمثل في النقائص و الثغرات التي يعاني منها التلفزيون العمومي و التي يعلق عليها بعض الاعلاميين و المختصين في دعوتهم الى فتح مجال امام الخواص هذا من ابواب مختلفة الوسائط تعتمد الى الرقمي بمستوى التلفزيون الجزائري على العموم، فقد أكد الدكتور "احمد العظيمي" ان عدد الجزائريين الذين لا يزالون يشاهدون التلفزة الوطنية لا يتجاوز 15% في ظل غزو الفضائيات مستهدفا بما قاله احد الكتاب "ان النضال من اجل التلفزيون الوطني هو مثل النضال من اجل المدرسة الوطنية تزداد بالنظر الى تزايد عدد الفضائيات العربية التي تتجاوز الف قناة ناهيك عن باقي القنوات الاوروبية و الامريكية و الاسيوية<sup>2</sup>.

### الدوافع السياسية لفتح القطاع السمعي البصري امام الخواص.

لقد بات الإعلام الثقيل من اكبر الدعائم التي تعتمد عليها الدولة و تركز عليها و اصبح وسيلة سياسية تبناها الحكومة بامتياز وتتخذها كنافذة لنشر ايدولوجياتها ورسائلها الضمنية بل حتى المباشرة وهذا الأسباب مهمة تمثل محور عجز لدى المشاهد و تتطلب احترافية و مهنية لتفكيكها وهذا بهدف السيطرة على العقول المكبوتة في الجماهير وكما اتخذ الإعلام الثقيل كاستحقاق ووسيلة للدفاع الوطني وكذا لتحسين الصورة السياسية والدعائية و تسويقها لبلوغ الاهداف السياسية المرجوة<sup>3</sup>.

واستنادا لهذا يمكن أن نخلص الى نتيجة ان هذا القرار يحمل دوافع سياسية تتخلص في: خلال تنشيط لندوة من تنظيم مركز الدراسات الاستراتيجية و الامنية تتمحور حول الخدمة العمومية في ظل التعدد السمعي البصري، حيث شدد الأستاذ "احمد عظيمي" على ان فتح المجال امام بروز قنوات تلفزيونية جديدة الى جانب

1 - ابراهيم صديقي: ملتقى حول فتح مجال السمعي البصري في الجزائر 03، 1-5-2011، ص5.

2 - المرجع السابق، ص7.

3 - احمد عظيمي: ندوة لمركز الدراسات الاستراتيجية، 14-2-2014.

التلفزيون العمومي هو امر ليس من باب الترف وانما هو ضرورة حتمية لضمان الامن الداخلي للبلاد ونقل صورة ايجابية عنها، وعليه فان امن و سيادة البلاد ضرورة حتمية جعلها المشرع الاول في الجزائر من اولويات ما يجب التفكير فيه وكذا الحفاظ عليه فمن مصلحة الشخص تسقط في مقابل مصلحة الجماعة فاذا كانت مصلحة الوطن و الامة كافة فانها لمن كبائر الحتميات التي تعبر اعلام الثقيل سيدا عليها فعلى الرغم من ان القطاع العمومي لم يكد يكون واجهة للدولة الا ان بدا الخدمة العمومية لم يكن ابدأ حكرا على القطاع العمومي فالانفتاح كما يقول الدكتور و المحلل السياسي "محمد لعقاب" لا يفني بالضرورة و دفعة واحدة تمكين القطاع الخاص من انشاء قنوات فضائية بالتدرج على الطريقة التالية :

- 1- فتح نوافذ تعبيرية حوارية في التلفزيون الوطني بمختلف قنواته.
  - 2- إنشاء قنوات موضوعاتية للدراما و الرياضية بحيث تكون كل قناة مستقلة عن الاخرى و تحت اشراف الدولة مثلما هناك صحف تابعة للدولة لكنها مستقلة عن بعضها البعض.
  - 3- اشراك القطاع الخاص في القنوات الموضوعية بنسبة تقل عن 50%
  - 4- وفي المرحلة الرابعة، وبعد مرحلة النضج لا ينبغي ان تعمر طويلا يمكن فتح المجال للخواص لامتلاك نسب عالية او انشاء قنوات خاصة وفق دفتر الشروط.
- والدوافع التي اتخذتها السياسة الجزائرية بالحسبان يمكننا الحديث عن ما سماه البعض بأبواق التعبير وهو المتسع من مجال الابداء كل راي او وجهة نظر تنحدر من سلك الديمقراطية كما صرح الدكتور "مخلوف بوكروح" على موضوع فتح مجال امام الخواص وغير الخواص هو ضرورة حتمية ينبغي ان تستكمل المسيرة التي انطلقت بها التعددية السياسية و الاعلامية كما أكد الدكتور على تأخر القطاع تأخرا كبيرا مع موازاة القطاع المكتوب لذلك ينبغي على الدولة ان تكون حاضرة في هذه الممارسة الاعلامية التي سيقبل عليها الخواص من باب الدعم المادي و التسهيلات التشريعية و كذا الحماية القانونية من الانحراف<sup>1</sup>.

#### رابعا: قناة الشروق TV الخاصة.

تعد قناة الشروق الجزائرية من بين أهم القنوات الخاصة على الساحة الإعلامية الجزائرية، وقد انطلق البث التحريبي الأول لها في عيد الثورة المصادف للأول من نوفمبر عام 2011 وكذكرى لتأسيس جريدة الشروق اليومي على القمر الصناعي نايل سات تردد 11603 افقي، وقد اتخذ مكتبا بالجزائر أما الانطلاق الرسمي للقناة فكان مع بداية العام الجديد 2012، أي بعد ثلاثة أشهر من البث التحريبي وتبث قناة الشروق مجموعة من البرامج

<sup>1</sup> - احمد عظيمي: ندوة لمركز الدراسات الإستراتيجية، 14-2-2014.

وجملة من الأشرطة الوثائقية والتثقيفية، والفورمات المنعقدة بالجريدة في أوقات سابقة بالإضافة إلى أناشيد وطنية وآراء المشاهدين والقراء، وقد حققت صحيفة الشروق اليومي نسبة مبيعات عالية اعتبرت الأكبر في تاريخ الصحافة الجزائرية خاصة في الأزمة الجزائرية المصرية على خلفية المباريات المؤهلة لمونديال جنوب إفريقيا 2010، وبعد المحمة الإعلامية الكبيرة التي تبنتها بعض القنوات المصرية اعلنت الشركة المالكة للصحيفة نيتها في اطلاق شبكة تليفزيون جزائرية خاصة في بداية 2011، وذلك من خلال استخدام وسائل الاتصال الحديث كموقع لليوتيوب، إلا أن إطلاق القناة تأخر إلى عام 2012 لتصبح بذلك ثاني القنوات الفضائية الخاصة بعد انطلاق النهار<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> -منتديات ستار تايمز، القنوات الفضائية الخاصة عندما تتحول إلى علب فضاء،

## خلاصة:

إن التلفزيون هو وسيلة اتصال جماهيرية صغيرة الحجم انتشرت في أرجاء العالم فقد تطورت محطات البث التلفزيوني تطورا مذهلا وبسرعة فائقة أصبح لدينا العديد من الفضائيات المختلفة، فالتلفزيون يعتمد على الصورة والصوت كما أنه يعكس الواقع الذي يعيشه المجتمع من خلال تصويرها لذلك الواقع كما هو وتقديمه للجمهور بالصورة المتحركة والصوت معا وذلك من أجل جعل الجمهور يقترب منه فهو يتميز بالقدرة الكبيرة على جذب الكبار والصغار حول شاشته، إذ تتوفر على خصائص تقنية توفر له تقديم المعارف والمعلومات والسلوكيات من خلال أكثر من قالب فني، ونجد أن هذا الأخير وجد مكانا كبيرا له داخل المجتمع الجزائري إذ يجد الفرد نفسه أمام زخم إعلامي كبير تقدمه القنوات الخاصة التي ظهرت بصورة كبيرة في السنوات الأخيرة وأصبحت منافسا كبيرا للتلفزيون العمومي نظرا لما تقدمه من برامج مختلفة سواء سياسيا، ثقافيا، أو اجتماعيا.

# الفصل الرابع

## الإطار التطبيقي للدراسة

- تمهيد

أولاً: تحليل الجداول

ثانياً: صياغة النتائج

ثالثاً: الاقتراحات والتوصيات

## تمهيد:

يعتبر الجانب الميداني من أهم جوانب البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية على حد سواء، لأنه يقوم بربط الجانب النظري مع الواقع الفعلي للدراسة، فبعد إنتهائنا من عملية الجمع سنجد أنفسنا أمام استمارة مملوءة، وفي بحثنا هذا ومن خلال ما تم تناوله في الجانب النظري حاولنا فيه قدر الإمكان الإلمام بمختلف المعلومات النظرية التي تخدم موضوع الدراسة، والذي يعتبر الأرضية النظرية لموضوع البحث من خلال ما تضمنته الفصول يأتي الجانب الميداني للتحقيق والكشف عن اتجاهات طلبة جامعة المسيلة نحو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق وذلك قصد حصر مجموعة من النتائج التي يمكن أن تزيد من توضيح وشرح موضوع الدراسة بصورة أعمق وأشمل وأدق وتجب على بعض التساؤلات التي تم طرحها في الإشكالية وذلك من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال تساؤلات الإستمارة ثم تحليلها وتفسيرها للوصول إلى نتائج بحثية علمية ودقيقة وقد تم في المحور الثالث للإستمارة الذي يتضمن قياس اتجاهات الطلبة نحو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق، وقد تم الإعتماد على "مقياس ليكرت" وقد قمنا بإعطاء خمس إجابات لكل عبارة مكونة للمقياس وهي أوافق جداً، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة وقد أعطينا لكل عبارة درجات حيث أعطينا ل عبارة أوافق بشدة درجة (5)، أوافق درجة (4)، وعبارة محايد درجة (3)، وعبارة لا أوافق درجة (2)، ولا أوافق بشدة درجة (1).

وقد قمنا بحساب النسب المئوية بضرب التكرار  $100 \times$  على أفراد العينة، ولحساب متوسط شدة الإتجاه قمنا ب: مجموع التكرارات المرجحة على عدد العينة، ولحساب مجموع التكرارات المرجحة قمنا بضرب التكرار في الدرجة. وقد تم تصنيف الإتجاه كالآتي:

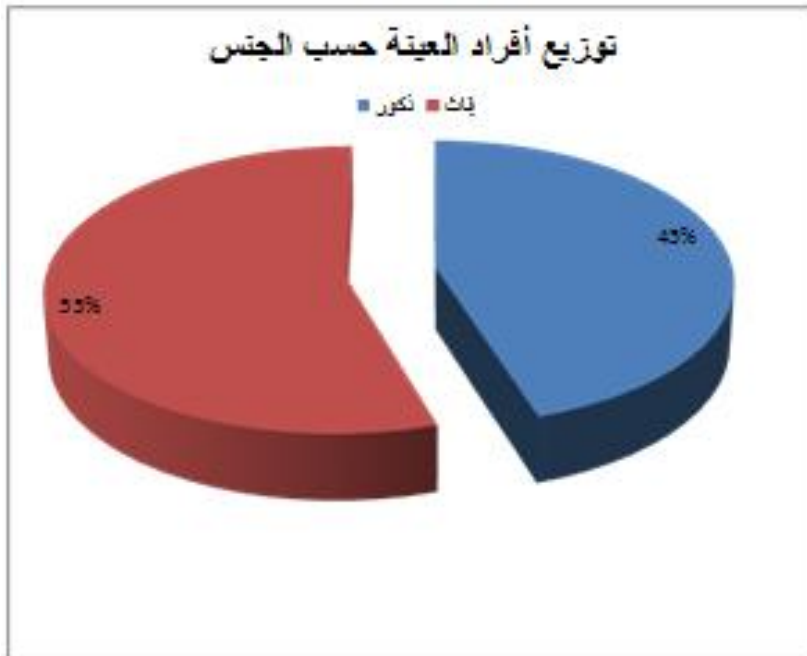
- من 1 الى 2 كان الإتجاه ضعيف جداً.
- من 2.1 الى 2.5 اتجاه ضعيف.
- 3 اتجاه محايد.
- من 3.5 الى 4 اتجاه ايجابي.
- من 4 الى 5 اتجاه قوي جداً.
- وكمنطقة تردد في الإتجاه إختارنا المسافة من 2.5 الى 3.

أولاً: تحليل الجداول

الجدول (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
45%	36	ذكر
55%	44	انثى
100%	80	المجموع

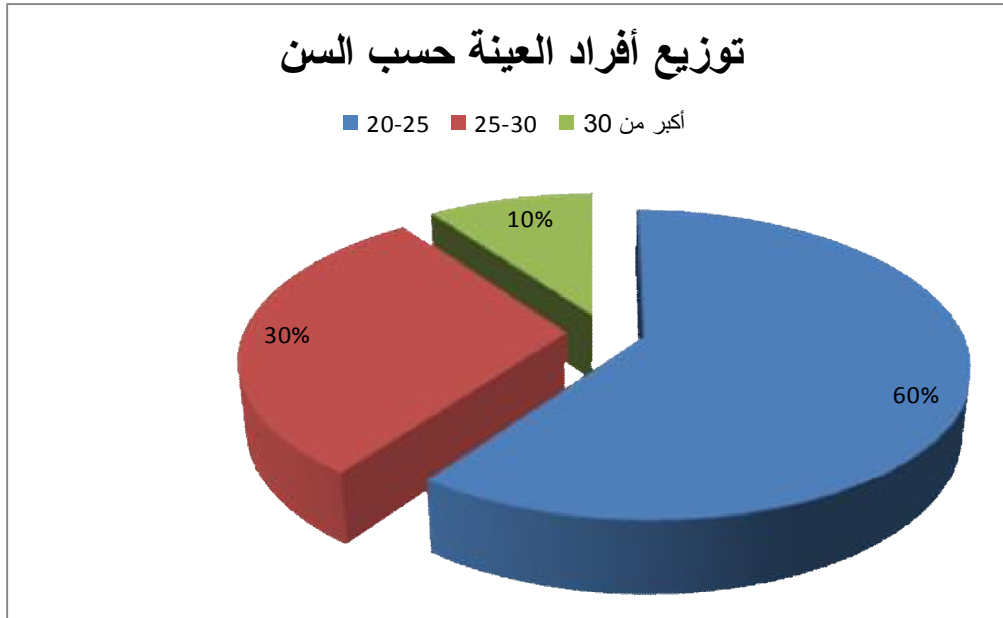
يوضح هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب الجنس حيث احتلت المرتبة الأولى الإناث بنسبة 44%، أما بالنسبة للذكور فكانت النسبة 36% ومن الملاحظ هنا ان الإناث يفوق عدد الذكور في العينة. ويمكن تفسير هذا أنه عندما تم توزيع الإستمارة تصادفنا مع الإناث أكثر من الذكور بالإضافة الى عدم مراعاة الجنس، فقد تم التركيز على العينة التي تشاهد البرامج الإجتماعية بقناة الشروق TV الجزائرية، ويرجع السبب كذلك ان نسبة الإناث أكثر من الذكور في قسم علوم الإعلام والاتصال وقسم العلوم الإجتماعية.



جدول رقم (02): يوضح توزيع افراد العينة حسب السن.

النسبة المئوية	التكرار	السن
60 %	48	من 25-20
30 %	24	من 30-25
10 %	8	أكبر من 30 سنة
100%	80	المجموع

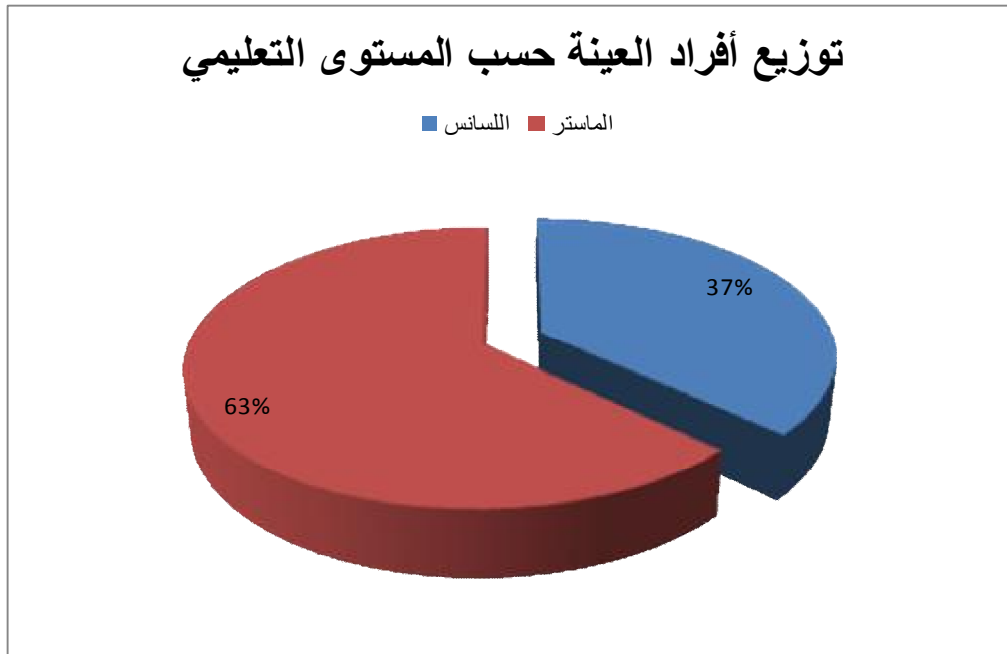
يوضح هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير السن إذ نجد أن الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 20-25 سنة هي الفئة الغالبة بنسبة 60%، ثم تليها الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 25-30 سنة بنسبة 30% أما الفئة الثالثة فأعمارهم أكثر من 30 سنة بنسبة 10%. وما يفسر هذا ان الفئة التي تتراوح أعمارهم من 20-25 هي الغالبة وذلك راجع أن هذه الفئة تمثل النسبة الطلابية الكبيرة في الجامعة وهي الأكثر مشاهدة، بينما الفئة الثانية كانت أقل مشاهدة لهذه البرامج الاجتماعية أما الفئة لأخيرة كانت نسبتها قليلة جدا في المشاهدة.



الجدول رقم(03): يوضح توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
37%	30	ليسانس
63%	50	ماستر
100%	80	المجموع

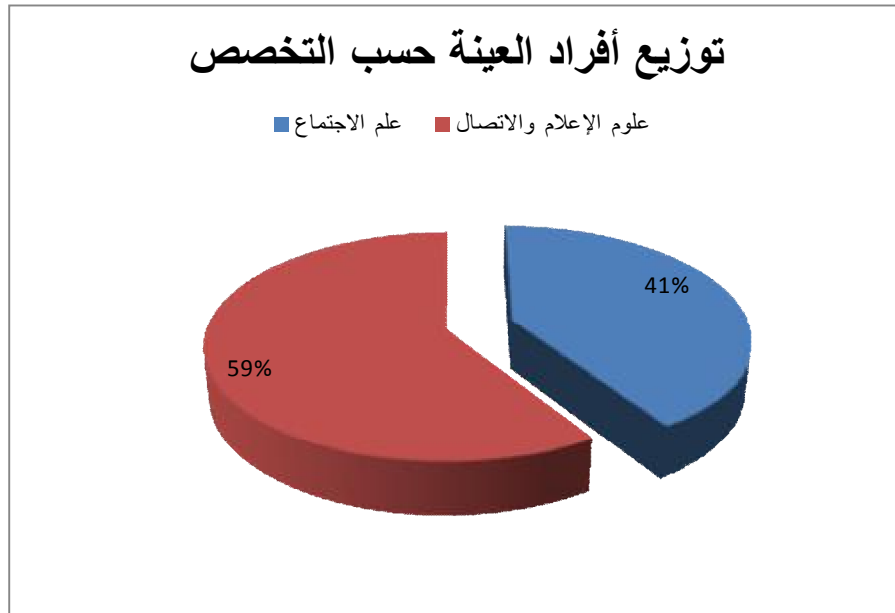
يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي حيث نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الماستر يأتي في المستوى الأول بنسبة 63% ، تليها الليسانس بنسبة 37% وهذا راجع الى أن طلبة الماستر هم أكثر اهتماما بالبرامج الإجتماعية بقناة الشروق مقارنة مع طلبة الليسانس، ايضا تصادفنا بطلبة الماستر أكثر من طلبة الليسانس. كذلك نستطيع تفسير ذلك بحسب التوقيت الدراسي ، حيث نجد أن طلبة الماستر لهم نوع من وجود الفراغ في التوقيت الدراسي وهذا ما يساعدهم على المتابعة ، مقارنة مع طلبة الليسانس حيث أن التوقيت الدراسي لا يسمح لهم بالمتابعة نظرا لأنهم مشغولين بدراساتهم والمتابعة تكون قليلة.



الجدول (04): يوضح توزيع افراد العينة حسب التخصص.

النسبة المئوية	التكرار	التخصص
41 %	33	علم الاجتماع
59 %	47	علوم الاعلام والاتصال
100 %	80	المجموع

يوضح لنا هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب التخصص حيث نجد أن تخصص علوم الإعلام والاتصال جاء في المرتبة الأولى بنسبة 59% أما تخصص علم الاجتماع فجاء في المرتبة الثانية بنسبة 41% ، وما يمكن تفسيره انه عند توزيع الإستمارة لم نبحث عن التساوي بين المستويين وركزنا فقط على الطلبة الذين يشاهدون البرامج الإجتماعية بقناة الشروق.

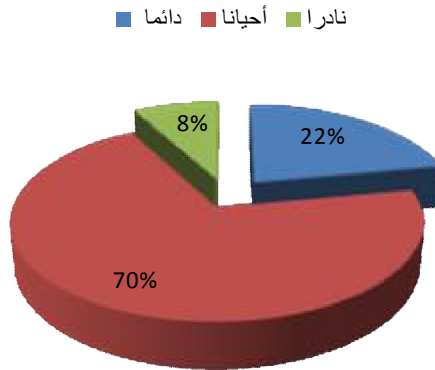


الجدول (05): يوضح توزيع افراد العينة الذين يشاهدون قناة الشروق.

هل تشاهد قناة الشروق؟	التكرار	النسبة المئوية
دائما	18	22%
احيانا	56	70%
نادرا	6	8%
المجموع	80	100%

من خلال قرائتنا للجدول يتبين لنا أن أفراد العينة الذين يشاهدون بصفة دائمة أحيانا كانت الغالبة بنسبة 70%، ثم تليها الطلبة الذين يشاهدون بصفة دائمة بنسبة 22% وفي المرتبة الثالثة كانت من نصيب الطلبة الذين كانت مشاهدتهم نادرة ب 8% فقط ويعود ارتفاع نسبة المشاهدة أحيانا الى تعدد وسائل الإعلام وتنوعها حيث أن الفرد لا يستطيع أن يقضي معظم وقته في مشاهدة القنوات الخاصة وعلى رأسها الشروق لذا نجد نوع في اختياراته أثناء تعرضه للوسائل الإعلامية بين الصحف والأترنت ، كما يمكن تفسير ذلك الى انشغال أفراد العينة أي الطلبة بدراساتهم وارتباطات اخرى راجعة الى كذلك الى اقامتهم الجامعية مما قد يكون عائقا في المتابعة. أما الذين يشاهدون دائما فهم أولئك الذين وجدوا فيها وسيلة سهلة تتناسب مع إنشغالهم وأوقاتهم، ويتضح لنا كذلك من خلال الجدول أيضا أن الطلبة الذين يشاهدون بصفة نادرة يمكن تفسير ذلك أن بعض الطلبة لا يفضلون هذه القنوات لإتجاههم الى وسائل الإعلامية أخرى على رأسها الأترنت.

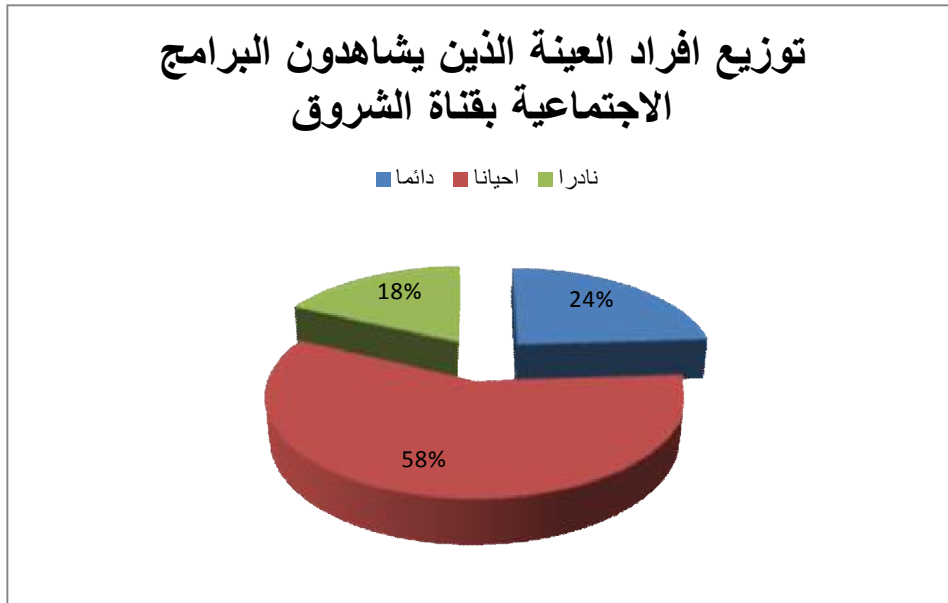
### توزيع افراد العينة الذين يشاهدون قناة الشروق



الجدول (06): يوضح توزيع افراد العينة الذين يشاهدون البرامج الاجتماعية بقناة الشروق.

هل تشاهد البرامج الاجتماعية بهذه القناة؟	التكرار	النسبة المئوية
دائما	20	24%
احيانا	46	58%
نادرا	14	18%
المجموع	80	100%

من خلال قرائتنا يتبين لنا أن أفراد العينة الذين يشاهدون البرامج الاجتماعية بقناة الشروق احيانا في المرتبة الأولى بنسبة 58%، تليها دائما بنسبة 24% وأخيرا نادرا بنسبة 18%، ونفسر ذلك باهتمام الطلبة بقنوات وبرامج أخرى تلبي احتياجاتهم و إضافة الى توجههم إلى وسائل إعلامية أخرى على رأسها الأنترنت، كذلك يمكننا تفسير ذلك أن بعض الطلبة إهتمامهم بعيدة تماما هذه البرامج وذلك لوجود إنشغلات أخرى.



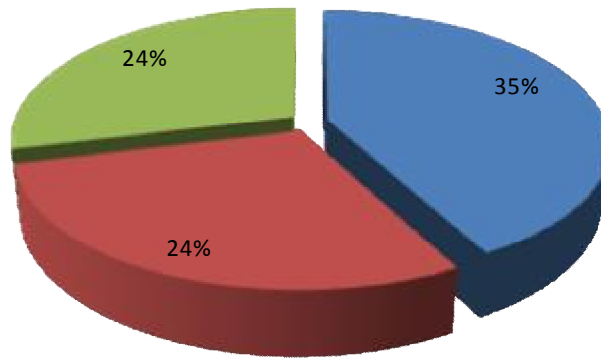
الجدول (07): يوضح لنا ترتيب البرامج الاجتماعية حسب افضلية مشاهدتها.

ترتيب البرامج حسب افضليتها	التكرار	النسبة المئوية
برنامج خط احمر	28	35%
برنامج احكي حكايتك	19	24%
برنامج وافعلوا الخير	19	24%
المجموع	14	17%

يوضح لنا هذا الجدول ترتيب البرامج الاجتماعية حسب أفضلية مشاهدتها حيث جاء في المرتبة الأولى برنامج خط احمر بنسبة 35%، يليها في المرتبة الثانية برنامج احكي حكايتك بنسبة 24% كذلك برنامج الشروق تحقق ، اما المرتبة الثالثة برنامج وافعلوا الخير بنسبة 17%، ويمكن تفسير هذا أن برنامج خط احمر لقي شهرة واسعة من خلال القضايا المختلفة التي يعالجها وهو أكثر متابعة من طرف الطلبة ثم تليه البرامج الأخرى احكي حكايتك والشروق تحقق واخير وافعلوا الخير.

### ترتيب البرامج الاجتماعية حسب افضلية مشاهدتها

■ برنامج خط احمر ■ برنامج احكي حكايتك ■ برنامج وافعلوا الخير



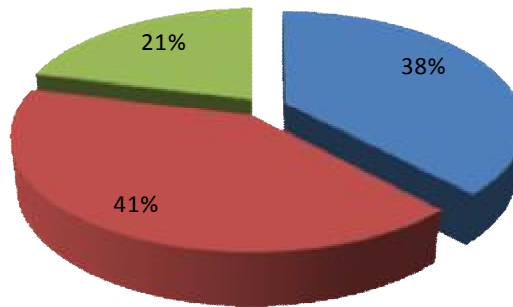
الجدول (08): يوضح لنا الحجم الساعي الذي يتم استغراقه في مشاهدة البرامج الاجتماعية.

النسبة المئوية	التكرار	الحجم الساعي الذي تستغرقه في مشاهدة البرامج
38 %	30	أقل من ساعة
41 %	33	1 ساعة
21 %	17	من 1 إلى 2 ساعة
100 %	80	المجموع

يوضح لنا هذا الجدول الحجم الساعي الذي يستغرقه الطلبة في مشاهدة البرامج الاجتماعية، فكانت 1 سا في المرتبة الأولى بنسبة 41% يليها في المرتبة الثانية من 1 سا-2 سا بنسبة 21% وفي المرتبة الثالثة أقل من ساعة، يمكن تفسير هذا أن الحجم الساعي المحدد لهذه البرامج عادة يقدر ب 1 سا من الزمن ويكون وقت البث في الفترة المسائية أي وقت إنهاء الطلبة لدراساتهم ونستطيع تسميته بوقت الذروة الذي تكون فيه نسبة المشاهدة عالية.

### الحجم الساعي الذي يتم استغراقه في مشاهدة البرامج الاجتماعية

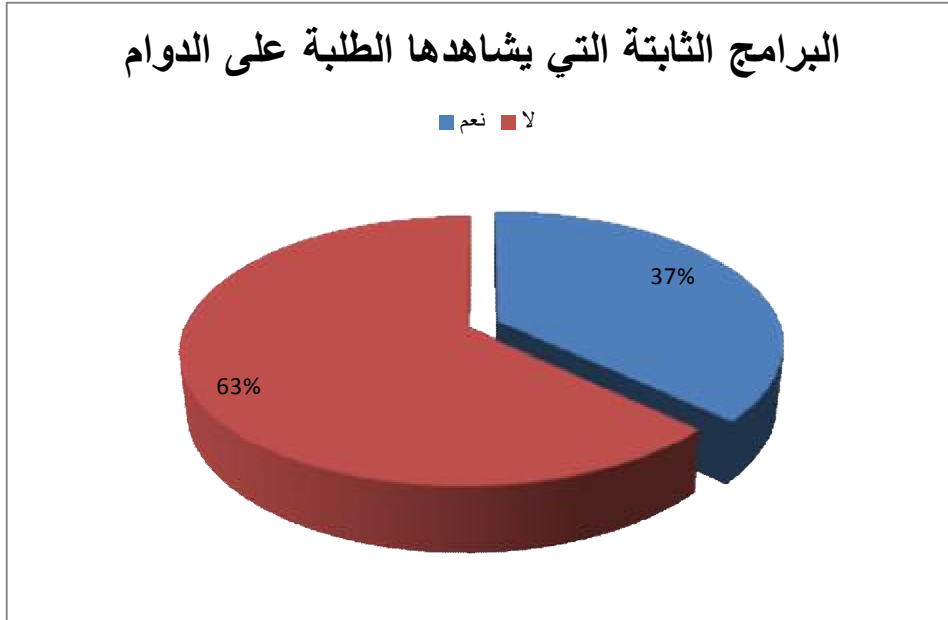
■ من 1 إلى 2 ساعة ■ 1 ساعة ■ أقل من ساعة



الجدول (09): يوضح لنا البرامج الثابتة التي يشاهدها الطلبة على الدوام.

هل لديك برامج ثابتة تشاهدها على الدوام؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	37%
لا	50	63%
المجموع	80	100%

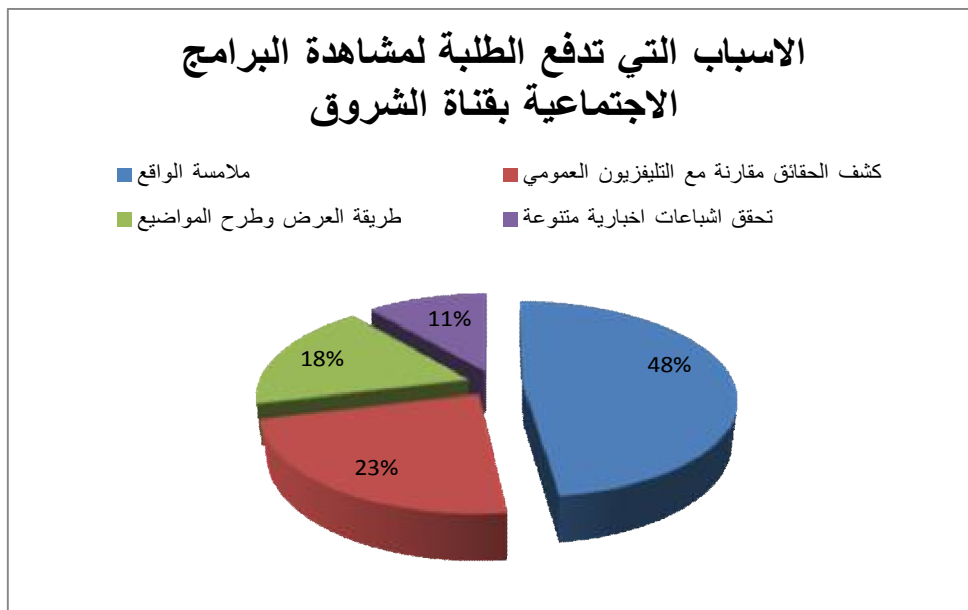
من خلال قرائتنا لهذا الجدول يتضح لنا هل هناك برامج ثابتة التي يشاهدها الطلبة باستمرار تأتي لا بنسبة 63% تليها نعم بنسبة 37% وهذا راجع الى انشغال الطلبة بدراساتهم وغالبية أوقاتهم تكون في الإقامة الجامعية. كذلك نجد أن للطلبة توجهات أخرى مثل إهتمامهم ببرامج أخرى أو وسائل إعلامية أخرى على رأسها الأنترنت أيضا وجود عائق الوقت خاصة في الموسم الدراسي حيث يجد الطالب نفسه أمام إلتزاماته الدراسية ويمنعه ذلك من المتابعة الدائمة والمستمرة للبرامج.



الجدول(10): يوضح الاسباب التي تدفع الطلبة لمشاهدة البرامج الاجتماعية بقناة الشروق:

النسبة المئوية	التكرار	ماالاسباب التي دفعتك لمشاهدة هذه البرامج؟
48%	39	ملاسة الواقع
23%	18	كشف الحقائق مقارنة مع التلفزيون العمومي
18%	14	طريقة العرض وطرح المواضيع
11%	9	تحقق اشباعا اخبارية متنوعة
100%	80	المجموع

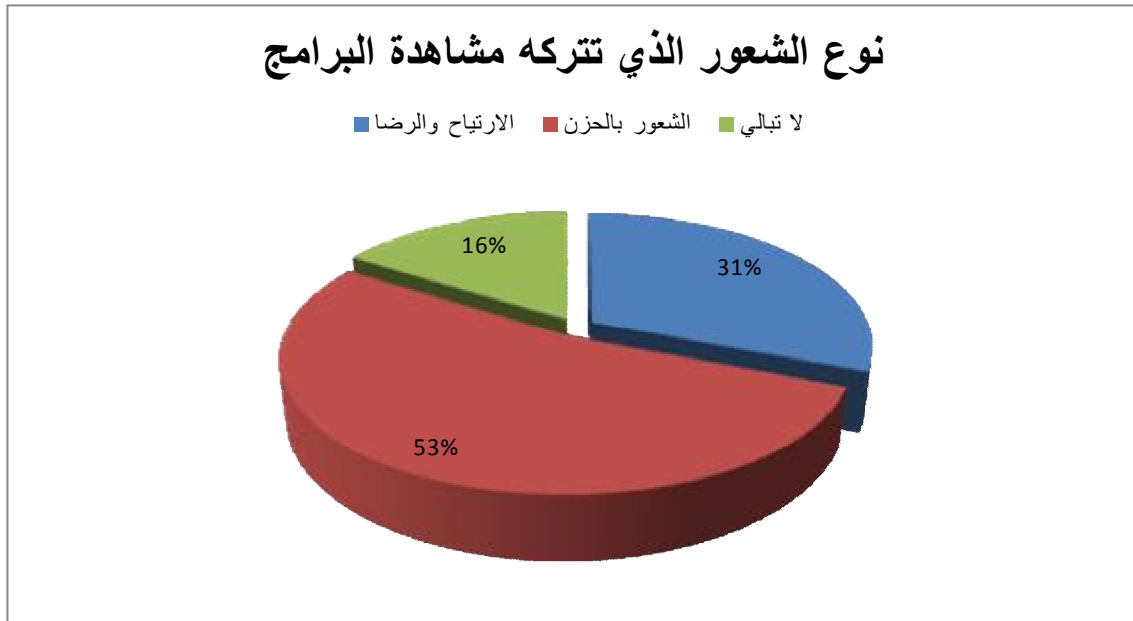
يوضح لنا هذا الجدول الأسباب التي تدفع الطلبة لمشاهدة البرامج الاجتماعية بقناة الشروق فجاء في المرتبة الأولى ملاسة هذه البرامج للواقع بنسبة 48%، وفي المرتبة الثانية كشف الحقائق مقارنة مع التلفزيون العمومي ب 23% ثالثا طريقة العرض وطرح المواضيع ب 18% ورابعا تحقق إشباعا اخبارية متنوعة ب 11%. ويمكن تفسير هذا أن قناة الشروق هي قناة خاصة وأغلب برامجها تعالج قضايا إجتماعية تستدعي الغوص داخل المجتمع ومعرفة الوقائع كافة والقيام بعرضها للمشاهد الذي بدوره يجد نفسه على علم بكافة الأحداث مقارنة مع البرامج التي تبث في التلفزيون العمومي التي تكون فيها العديد من التحفظات أما طريقة العرض وطرح المواضيع فهذا راجع إلى طبيعة تحليل كل فرد أو طالب ورؤيته لمستوى هاته البرامج، وأخيرا أنها تحقق اشباعا اخبارية متنوعة فنجد أن الطلبة اهتمامهم متعددة ولا تنصب على قناة واحدة او برنامج واحد فقط وإنما هناك تنوع.



الجدول (11): يوضح لنا هذا الجدول نوع الشعور الذي تتركه مشاهدة البرامج

النسبة المئوية	التكرار	مأنوع الشعور الذي تتركه فيك مشاهدة البرامج الاجتماعية
31%	25	الارتياح والرضا
53%	42	الشعور بالحزن
16%	13	لا تبالي
100%	80	المجموع

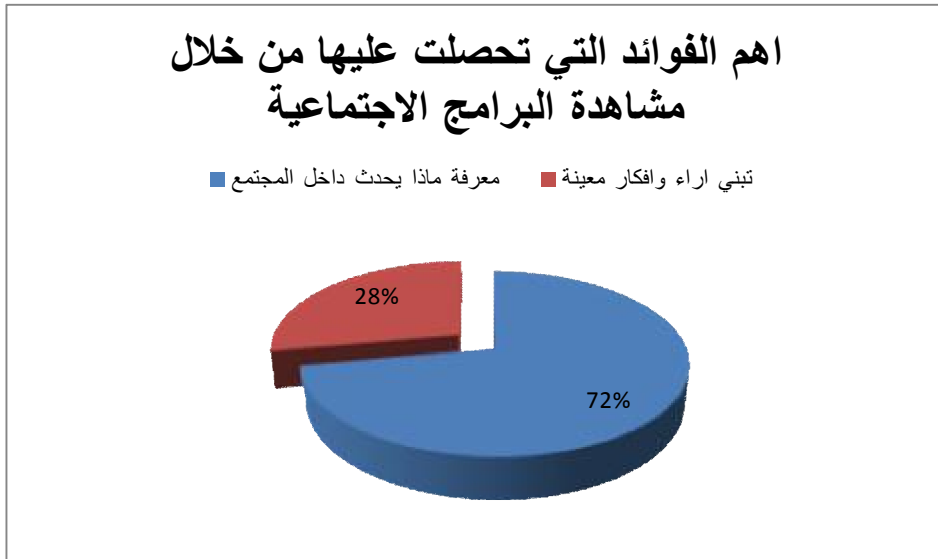
يوضح لنا هذا الجدول الذي يبرز نوع الشعور الذي تتركه فيك مشاهدة البرامج الاجتماعية فجاء في في المرتبة الأولى الشعور بالحزن 53% وفي المرتبة الثانية 31% الإرتياح والرضا، أما المرتبة الثالثة لا تبالي ب16% ويمكننا تفسير هذا التفاوت أن معظم البرامج الاجتماعية بطبيعتها تجعل الفرد يتأثر بها كثيرا ويشعر بالحزن نظرا لأنه يتعاطف مع القضايا المطروحة أما بالنسبة لشعوره بالرضا والإرتياح فهذا راجع أن نسبة التفاعل والتكافل مع العينات في هذه القضايا تجعل الفرد راضي وانه مزال يوجد تكافل اجتماعي.



الجدول (12): يوضح اهم الفوائد التي تحصلت عليها من خلال مشاهدة البرامج الاجتماعية.

النسبة المئوية	التكرار	ماهي الفوائد التي تحصلت عليها من خلال تعرضك للبرامج الاجتماعية؟
72%	58	معرفة ماذا يحدث داخل المجتمع
28%	22	تبني اراء وافكار معينة
100%	80	المجموع

يوضح لنا هذا الجدول اهم الفوائد التي تحصلت عليها من خلال مشاهدتك لهاته البرامج الاجتماعية ف جاء في المرتبة الأولى معرفة ماذا يحدث داخل المجتمع ب72% أما المرتبة الثانية ب28% ويمكننا تفسير هذا أن هذه البرامج إجتماعية وهي تعرض معظم الوقائع الإجتماعية لذلك يجد الفرد نفسه أمام معرفة كامل الأحداث أما بالنسبة لتبني افكار معينة فنجدها أكثر في البرامج السياسية او الثقافية.



الجدول (13): يوضح هل تحقيق فائدة او اكثر يجعلك تعيد مشاهدة البرنامج مرة اخرى.

هل تحقيق فائدة او اكثر يجعلك تكرر مشاهدة البرنامج	التكرار	النسبة المئوية
لا	57	71%
نعم	23	29%
المجموع	80	100%

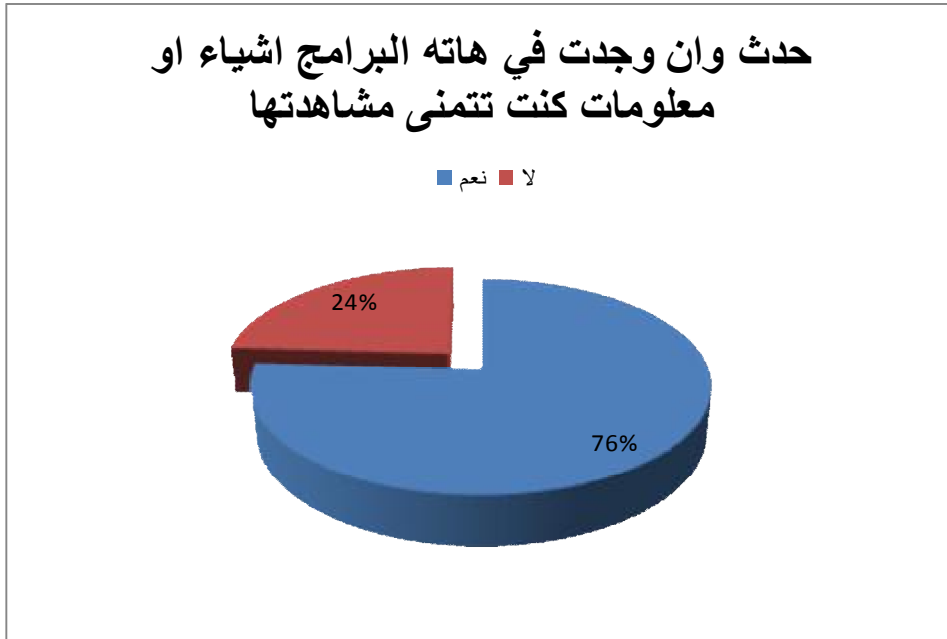
من خلال قرائتنا لهذا الجدول يوضح لنا أن تحقيق فائدة أو أكثر يجعل الطالب يعيد مشاهدة البرنامج فحذاء في المرتبة الأولى لا بنسبة 71% تليها نعم بنسبة 29% ويمكننا أن نفسر ذلك أن هذه البرامج إجتماعية لا يكون فيها تحقيق الفوائد كثيرا مقارنة مع إذا كانت البرامج ثقافية فيكون فيها تحقيق الفوائد كثيرا. كذلك وجود مصادر أخرى يحقق الطالب الفوائد المعلوماتية كالكتب والمجلات.



الجدول (14): يوضح لنا هل حدث وان وجدت في هاته البرامج اشياء او معلومات كنت تتمنى مشاهدتها.

هل حدث وان وجدت في هاته البرامج اشياء او معلومات كنت تتمنى معرفتها؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	62	76%
لا	19	24%
المجموع	80	100%

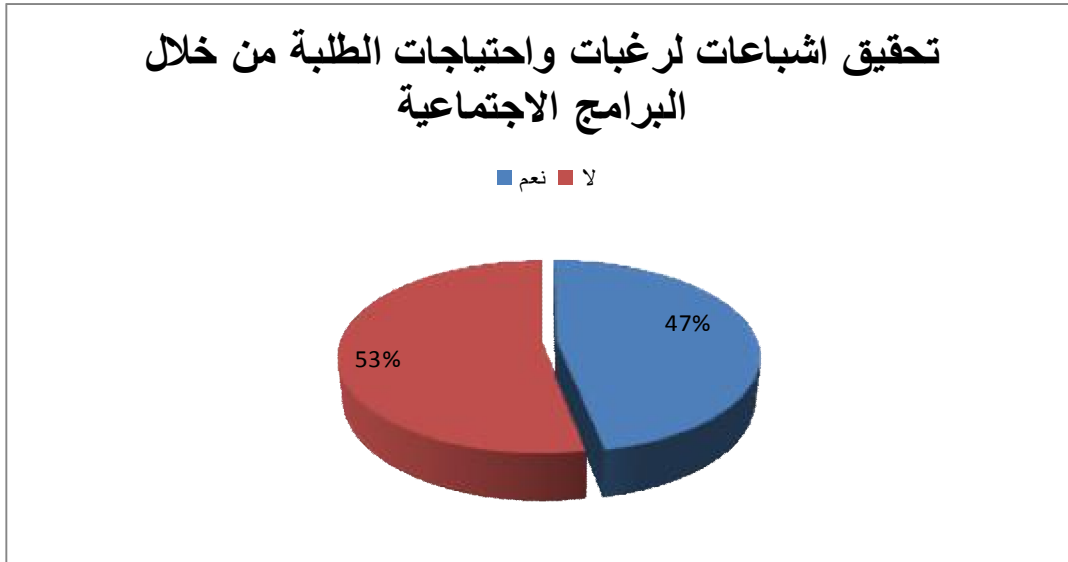
يوضح لنا هذا الجدول سؤال هل حدث وأن وجدت في هاته البرامج أشياء أو معلومات كنت تتمنى معرفتها فجاء في المرتبة الأولى نعم بنسبة 76% وثانيا لا بنسبة 24% ويمكن أن نفسر ذلك أن طبيعة هاته البرامج إجتماعية وأن الطلبة كأفراد في المجتمع لهم شغف كبير بمتابعة الوقائع أولا بآخر.



الجدول (15): يوضح لنا هل هناك تحقيق اشباعا لرغبات واحتياجات الطلبة من خلال البرامج الاجتماعية.

هل تحقق قناة الشروق اشباعا لرغبات واحتياجات الطلبة؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	38	47%
لا	42	53%
المجموع	80	100%

يوضح لنا هذا الجدول تحقيق الإشباعا والرغبات ففي المرتبة الأولى لا بنسبة 53% ونعم في المرتبة الثانية بنسبة 47% ويمكن تفسير هذا أن الطلبة مازالو يحتاجون إلى برامج إضافية من طرف قناة الشروق تناقش قضاياهم وتلبي اهتماماتهم إضافة إلى التنوع في الوسائل الإعلامية الأخرى المختارة من طرف الطلبة. كذلك أن معظم الطلبة يجدون أنفسهم أمام برامج أخرى تناسب إهتماماتهم وتحقق لهم الرغبات والإشباعا المرجوة من طرف البرنامج.



الجدول (16): يوضح الاتجاه نحو العبارة هل برامج قناة الشروق TV تتوافق مع قيم الطلبة ومواقفهم نحو القضايا التي تطرح؟

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
اوافق جدا	3	15	3 %
اوافق	51	204	64 %
محايد	18	54	23 %
لا اوافق	5	10	6 %
لا اوافق جدا	3	3	4 %
المجموع	80	286	100 %
متوسط شدة الاتجاه	/	3.57	/

يوضح هذا الجدول أن أكبر عدد من الطلبة وافقوا على العبارة القائلة بأن برامج القنوات الفضائية تتوافق مع قيم الجمهور ومواقفه نحو القضايا التي تطرح وبلغت نسبتهم ب 64% بينما تليها نسبة 23% لم يحددوا اتجاههم نحو هذه العبارة، وتليها الذين لم يوافقوا بنسبة 6%، وليكونوا الذين عبروا على عدم الموافقة بشدة على نفس العبارة بنسبة 4%، وأخيرا الذين وافقوا بشدة بنسبة 3%، أما متوسط شدة الاتجاه كان 3.57 وهو يعكس الاتجاه الإيجابي للعبارة. ونستنتج حسب اعتقادنا أن الطلبة يرون ان البرامج الإجتماعية بقناة الشروق تتوافق مع قيمهم من خلال عرض مختلف القضايا والبرامج التي تهتم برأيهم تجاهها.

الجدول (17): يوضح الاتجاه نحو العبارة هل البرامج الاجتماعية بقناة الشروق تعالج القضايا بمصداقية؟

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
اوافق جدا	6	30	8%
اوافق	45	180	56%
محايد	17	51	21%
لا اوافق	7	14	9%
لا اوافق مطلقا	5	5	6%
المجموع	80	280	100%
متوسط شدة الاتجاه	/	3.5	/

يتضح من خلال هذا الجدول أن اغلبية المبحوثين أدلوا رأيهم تجاه العبارة القائلة البرامج الإجتماعية بقناة الشروق تعالج القضايا بمصداقية فجاءت نسبتهم 56% أوافق تليها الذين لم يدلوا برأيهم بنسبة 21% أما فيما يخص الذين لم يوافقوا فنسبة 9% أما الذين لم يوافقوا بشدة فنسبة 8% ، واحتلت المرتبة الأخيرة لا أوافق بشدة بنسبة 6% وهي نسبة ضعيفة جدا، أما متوسط شدة الاتجاه 3.5 وهو يعكس الاتجاه الإيجابي وبالتالي نستنتج من خلال النتائج أن البرامج الإجتماعية بقناة الشروق تعالج القضايا بمصداقية في نظر الطلبة.

الجدول (18): يوضح الاتجاه نحو العبارة هل هناك تاثير للموضوعات والقضايا التي تعالجها البرامج الإجتماعية بقناة الشروق في تشكيل اتجاهات الطلبة؟

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
اوافق جدا	10	50	13%
اوافق	36	144	45%
محايد	23	69	29%
لا اوافق	8	16	10%
لا اوافق بشدة	3	3	10%
المجموع	80	282	3%
متوسط شدة الاتجاه	/	3.53	100%

يمثل هذا الجدول تأثير الموضوعات والقضايا التي تعالجها البرامج الإجتماعية بقناة الشروق في تشكيل اتجاهات الطلبة حيث تأتي في المرتبة الأولى عبارة اوافق 45% تليها نسبة الطلبة الذين لم يدلوا برأيهم بنسبة 29% ثم نجد نسبة 13% اوافق جدا وبنفس النسبة عبارة لا اوافق ولا اوافق بشدة بنسبة 10%، أما متوسط شدة الاتجاه فقدر بنسبة 3.53 وهو اتجاه إيجابي وهو يوضح لنا قوة التأثير التي تتركها البرامج الإجتماعية.

الجدول (19): يوضح الاتجاه نحو العبارة هل تراعي قناة الشروق خصوصيات الجمهور المتلقي وثقافته؟.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
اوافق جدا	15	75	19%
اوافق	32	128	40%
محايد	21	63	26%
لا اوافق	9	18	11%
لا اوافق جدا	3	3	4%
المجموع	80	287	100%
متوسط شدة الاتجاه	/	3.59	/

يوضح لنا هذا الجدول أكبر موافقة على العبارة: تراعي القنوات الفضائية الخاصة خصوصيات الجمهور المتلقي وثقافته وقدرت نسبتها ب 40% بينما الفئة المحايد للعبارة كانت نسبتها 26%، ثم تأتي الفئة التي وافقت جدا بنسبة 19%، بينما الفئات الباقية لا اوافق بنسبة 11% ولا اوافق جدا بنسبة 4%، أما متوسط شدة الاتجاه يعكس اتجاه إيجابي، ويعود هذا الاتجاه أن اغلب أفراد العينة يرون أن القنوات الخاصة تحترم وتراعي خصوصيات المجتمع وثقافته.

الجدول (20): يوضح الاتجاه نحو العبارة القائمون بالاتصال يأخذون بعين الاعتبار أذواق الجمهور ورغباتهم عند إعداد البرامج.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
اوافق بشدة	11	55	13%
اوافق	44	176	55%
محايد	11	33	14%
لا اوافق	12	24	15%
لااوافق بشدة	2	2	3%
المجموع	80	290	100%
متوسط شدة الاتجاه	/	3.62	/

يوضح هذا الجدول المبحوثين الذين وافقوا على العبارة القائلة القائمون بالاتصال يأخذون بعين الاعتبار أذواق الجمهور ورغباتهم عند إعداد البرامج وقد قدرت النسبة أوافق ب55% فحين الذين لم يوافقو قدرت النسبة ب15%، بينما الذين لم يدلوا برأيهم قدرت نسبتهم ب14% تليها العبارة التي وافقت بشدة بنسبة 13% أما العينة التي لم توافق بشدة فكانت نسبتها ب3%، ومتوسط شدة الاتجاه قدر ب3.62 وهو يعكس اتجاه إيجابي نحو العبارة مما يدل أن القائمون بالاتصال يأخذون بعين الاعتبار أذواق الجمهور عند إعداد البرامج والتخطيط لها.

الجدول (21): يوضح الاتجاه نحو العبارة هل تبدو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق برامج ناجحة؟.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
اوافق جدا	37	185	45%
اوافق	20	80	25%
محايد	15	45	19%
لا اوافق	6	18	8%
لا اوافق جدا	2	2	3%
المجموع	80	330	100%
متوسط شدة الاتجاه	/	4.12	/

يتضح من خلال الجدول أن المبحوثين وافقوا بشدة على العبارة القائلة أن البرامج الاجتماعية بقناة الشروق هي برامج ناجحة فجاءت النسبة بـ 45% تليها عبارة أوافق بنسبة 25% فحين لم يوافق المبحوثين عليها بنسبة 19% ، تليها لا أوافق ولا أوافق جدا بنسبة ضعيفة جدا وهي 3 و 8% أما متوسط شدة الاتجاه فقدر بـ 4.12 وهو اتجاه إيجابي جدا يوضح ان البرامج الاجتماعية بقناة الشروق هي برامج ناجحة.

الجدول (22): يوضح الاتجاه نحو العبارة هل قناة الشروق تساهم في الحفاظ على هوية المجتمع؟.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
اوافق جدا	39	195	49%
اوافق	10	40	12%
محايد	16	48	20%
لا اوافق	14	22	13%
لا اوافق جدا	4	4	6%
المجموع	80	309	100%
متوسط شدة الاتجاه	/	3.86	/

يوضح هذا الجدول أفراد العينة الذين وافقوا على العبارة القائلة هل قناة الشروق تساهم في الحفاظ على هوية المجتمع وجاءت أوافق جدا بنسبة 49% في المرتبة الأولى تليها عبارة الذين لم يدلوا برأيهم بنسبة 20% فحين توزعت النسب الباقية كالتالي لا أوافق بنسبة 13% وأوافق بنسبة 12% و لا أوافق جدا بنسبة 6%، أما متوسط شدة الإتجاه كان 3.86 وهو يعكس اتجاه إيجابي وفي نظرنا أن قناة الشروق تقوم بالحفاظ على هوية المجتمع وثقافته بإعتبار أن الجزائر تزدهر بتقاليد وثقافة متنوعة وبالتالي فهي تنشر في مضامينها الإعلامية عادات وتقاليد وثقافة المجتمع.

الجدول (23): يوضح الاتجاه نحو العبارة يوضح اهم الاقتراحات التي يوجهها الطلبة لقناة الشروق من اجل تطوير مضامينها وجذب اكبر عدد من الجمهور.

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
27%	24	التحلي بالصدق والموضوعية
30%	22	الاحترافية والتطوير في الاداء الاعلامي
8%	6	تكوين الصحفيين من خلال اجراء تدريبات
13%	10	احترام خصوصية المجتمع وهويته الثقافية
22%	18	الاعتماد على دراسة الجمهور وحل مشاكله المختلفة
100%	80	المجموع

يمثل هذا الجدول اهم الاقتراحات التي يوجهها الجمهور للقناة الشروق لتطوير مضامينها وكسب جمهورها حيث نجد أكبر إقتراح هو الإحترافية والتطوير في الأداء الإعلامي بنسبة 30% يليها الإقتراح الثاني التحلي بالصدق والموضوعية بنسبة 27% وهي نسبة متقاربة بينما نجد في المرتبة الثالثة الإعتتماد على دراسة الجمهور ومشاكله المختلفة وكانت نسبته 22% وجاء في المرتبة الرابعة إحترام خصوصية المجتمع وهويته الثقافية بنسبة 13% وأخير تكوين الصحفيين من خلال إجراء تدريبات بنسبة 8%.

ثانيا: صياغة نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة الميدانية وتفرغ الإستمارة في الجداول الإحصائي وذلك لمعرفة أهم اتجاهات طلبة جامعة المسيلة نحو البرامج الإجتماعية بقناة الشروق الجزائرية وقد توصلنا إلى مجموعة من النتائج التي سنعرضها على النحو الأتي:

1-أسفرت نتائج الدراسة أن الإناث في عينة الدراسة يشاهدون البرامج الإجتماعية بقناة الشروق أكثر من الذكور بنسبة 44% يرجع هذا إلى عدم مراعاة عامل الجنس فعندما تم توزيع الإستمارة تم التركيز على العينة التي تشاهد البرامج الإجتماعية بقناة الشروق.

2- أن اغلب الباحثين يشاهدون البرامج الاجتماعية بشكل متفاوت وهذا ما بينته النسب المذكورة في الجدول رقم (06) ورغم هذا التفاوت استطاعت هذه القناة أن تجذب إليها الجمهور من خلال تناول مختلف القضايا والأحداث التي تهم الجمهور الطلبة الجامعيون خاصة بعدما كان يشاهد قنوات اخرى.

3- من خلال النتائج المتوصل إليها نجد أن قناة الشروق استطاعت أن تؤثر على الجمهور المشاهد من خلال تنوع البرامج ومعرفة أذواق الجمهور الإعلامية ، بالإضافة إلى أن قناة الشروق تتمتع بحرية في بث ونقل المعلومات والحقائق إلى الجمهور وهذا ما هو غير موجود في التلفزيون العمومي الذي يتحفظ في نشر الحقائق.

4- ومن النتائج المتوصل أن أغلب أفراد العينة قد وافقوا على أن البرامج الإجتماعية بقناة الشروق تتوافق مع قيم الجمهور وثقافته نحو القضايا التي تطرح وهذا دليل على أن قناة الشروق تحافظ على ثقافة الجمهور المشاهد .

5- لقد وافق أفراد العينة على أن قناة الشروق استطاعت أن تتطور في لأداء المهني من خلال المضمون الإعلامي وهو اتجاه إيجابي.

6- وافق أفراد العينة على أن قناة الشروق تقوم بالحفاظ على هوية المجتمع وهو أيضا اتجاه إيجابي.

ثالثا: أهم الاقتراحات:

1- التحلي بالصدق والموضوعية من خلال طرح المواضيع وتقديم الحقائق دون التضليل أو التزييف في المضامين الإعلامية.

2- الإحترافية والتطوير في الأداء الإعلامي وذلك من خلال توظيف الصحفيين الأكثر خبرة في المجال الإعلامي وذوي الإختصاص في المجال.

3- تكوين صحفيين من خلال تدريبات اكاديمية وذلك من أجل تشكيل كادر إعلامي متحكم ومتمكن في المجال الإعلامي ليس في الجامعة فقط بل في المؤسسات الإعلامية.

- 4- الإعتقاد على دراسة الجمهور أكثر من أجل التعرف على أهم انشغالاته وإهتماماته اليومية ومشاكله المختلفة ولا يكتفي فقط طرحها بالصورة فقط بل لابد من محاولة حلها من خلال تقديم إنشغالاتهم إلى المرؤوسين والهيئات المعنية بالامر بالإضافة الى دمج الجمهور في الخطط البرمجية عند إعداد البرامج من خلال سبر آراء.
- 5- إحترام خصوصية المجتمع وهويته الثقافية وذلك من خلال التعريف بمهوية المواطن وعاداته وتقاليده للوصول إلى أقطاب اخرى من العالم.
- 6- التحسين في مستوى الإخراج وذلك من خلال التطوير في البرامج التليفزيونية وكذا التنوع في البرامج المطروحة والتقليل من أوقات الإعلام خاصة في وقت الذروة.

# الخاتمة

من خلال هذه الدراسة التي حاولنا فيها معرفة اتجاهات طلبة جامعة المسيلة نحو البرامج الإجتماعية بقناة الشروق وذلك من خلال الإجابة على مجموعة من التساؤلات التي تضمنتها الدراسة ، حيث نستنتج ان قناة الشروق استطاعت ان تؤثر على عدد كبير من الجمهور وذلك من خلال قدرتها على ملامسة واقعهم وحل مشاكلهم المختلفة بالاضافة الى كشفها للحقائق والأحداث التي لم يكشف عنها التلفزيون العمومي ولكونها أيضا تواكب الأحداث، لكن هناك اتجاهات مختلفة حول هذه القنوات سواء من ناحية المضمون الإعلامي او ادائها الإعلامي فهناك اتجاه يوافق على هذه القنوات وهناك اتجاهات مترددة حولها وهناك اتجاهات ترفض أداء هذه القناة ، إلا أن هذه القناة رغم تمتعها بحرية التعبير في مختلف القضايا والمواضيع التي تعالجها إلا أنها تعاني من جملة من النقائص:

أن السباق نحو التنافس بين القنوات الفضائية الخاصة جعل الكثير من القنوات لا يلتزمون بأخلاقيات المهنة خاصة فيما يتعلق بتحديد المصادر. لذا يستوجب على الإعلاميين النظر في هذه النقائص وإيجاد حلول لها وكذلك التطوير في أدائها الإعلامي.



# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المراجع

أولاً: الكتب باللغة العربية

1. احمد بلقيس وتوفيق مرعي: علم النفس الإجتماعي، دار الفرقان، الأردن، 1983.
2. انتصار يونس: السلوك الإنساني، در المعارف، القاهرة، 1984.
3. انشراح الشال: الطفل المصري بين التلفزيون والفيديو والغزو الثقافي، نهضة الشرق، القاهرة، 1985.
4. بدر احمد: الإعلام الدولي دراسات في الإتصال والدعاية الدولية، مصر، 2002.
5. تركي رابع: أصول التربية والتعليم، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990.
6. جمال العيفة: مؤسسات الإعلام والإتصال الوظائف الهياكل الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
7. حامد عبد السلام الزهران: مبادئ علم النفس، عالم الكتب، القاهرة.
8. خليل ابو اصبع: الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار أرام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان، 2004.
9. الدسوقي عبده إبراهيم: وسائل وأساليب الإتصال الجماهيرية والإتجاهات الإجتماعية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2004.
10. رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الإجتماعية، دار الهدى للطبع والنشر، 2004.
11. زهير إحدادن: مدخل إلى علوم الإعلام وإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002.
12. سعيد جلال: علم النفس الإجتماعي، منشأة المعارف، الإسكندرية.
13. سهيل رزيق: مناهج البحث العلمي، فلسطين، 2003.
14. الشاعر عبد الرحمان: إنتاج برامج التلفزيون، الرياض، 1996.
15. عبد الرحمان عيسوي: علم النفس الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990.
16. علي حلمي: دور الشباب في التنمية الإجتماعية والإقتصادية، المكتبة الانجلو مصرية، مصر.
17. فهد ابن عبد الرحمان الشميشري: التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010.
18. قباري محمد إسماعيل: علم الإجتماع الجماهيري وبناء الإتصال، دراسة في الإعلام والإتجاهات والرأي العام، منشأة المعارف، الإسكندرية.

19. لويس كامل مليكة: قراءات في علم النفس الإجتماعي في البلاد العربية، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة.
20. ماثيو جيدر: منهجية البحث دليل الباحث المبتدىء في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه، تر، ملكة الابيض.
21. مجد هاشم الهاشمي: الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية، دار المناهج، عمان، 2001.
22. مجد هاشم الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري مدخل الى الإتصال وتقنياته، دار أسامة للنشر والتوزيع.
23. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
24. محمد معوض: المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة.
25. محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية، ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2006.
26. محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، ط3، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003.
27. مختار حمزة: مبادئ علم النفس، دار البيان العربي، القاهرة.
28. مصطفى حجازي: الإعلام الإجتماعي وتأثيراته على الناشئة في دول مجلس التعاون، ط1، 2011.
29. موسى عبد الله: دراسات في علم النفس، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة.
30. نجيب إسكندروأخرون: الدراسات العلمية للسلوك الإنساني، مؤسسة الطباعة الحديثة.
31. نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، الدار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
32. وحيد أحمد عبد اللطيف، عبد الله معتز: علم النفس الإجتماعي، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، 2001.

ثانيا: المراجع باللغة الاجنبية.

1. Bandura.A: Influence of model reinforcement contingencies on aigess responsibility ،social psychology ،New york.
2. E.Faris: Attitudes and behavior ،New york.
3. Cantrill.H: General and specific attitudes psychology ،New york.
4. Murdock: How cultural change ،oxford university ،New york.

ثالثا: المذكرات.

1. أشرف مازن محمد المناصير: اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة 1cmb، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الأردن، كلية الإعلام، 2010-2011.
2. إيناس قنيفة: اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الإعلان على شبكة الأنترنت، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2009-2010.
3. سكيمة خضرة وحبوسي دليمة: مشاهدة البرامج التلفزيونية العنيفة وعلاقتها بظهور العدوانية لدى تلاميذ السنة الأولى (9-12)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، البويرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2012-2013.
4. عبد الله حسين الصفار: اتجاهات طلبة الجامعة الكويتيين نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، الكويت، 2010-2011.
5. لويزة مسعودي: اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في تحقيق التعلم الذاتي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم التربية، باتنة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2009-2010.
6. ناصر بوعلي: تأثير البث التلفزيوني البث الفضائي على الشباب الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2003.
7. نسيم ربحي مصطفى عليان: اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية العلوم الإنسانية، الأردن، 2008.
8. نعيمة موكس: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القنوات الفضائية الخاصة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2013-2014.
9. هدى بوعبد الله: تلفزيون الواقع وتأثيره على المراهقين (دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ثانوية عنابة)، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، قسنطينة. 2008-2009.
10. يوسف عبد العالي: دراسة لمشاريع قانون الإعلام في الجزائر من خلال الصحف الخبر، الشعب، الوطن، المجاهد، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006-2007.

رابعا: المعاجم

1. حسن شحاتة، زينب النجار: معجم مصطلحات التربية والنفسية عربي-انجليزي-انجليزي عربي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

2. فاروق عبد فليہ، احمد عبد الفتاح زكي: معجم مصطلحات التربية لفظا وإصطلاحا، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2004.

3. محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

خامسا: المجالات

1. شعباني مالك: دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد السابع، جانفي 2012، جامعة محمد خيضر بيسكرة.

2. عبد الله المجيدل، سعد الشريع: مجلة جامعة دمشق، المجلد 28، العدد الرابع، 2012.

سادسا: المراجع الإلكترونية.

1. أحمد عظيمي: ندوة لمركز الدراسات الإستراتيجية. [www.kbarlyoum.dz](http://www.kbarlyoum.dz)

2. ياسين بودهان: قانون السمع البصري ماله وماعليه، الجزيرة نت، 11-1-2014.

# الملاحق

بسم الله الرحمن الرحيم

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإتصال والإعلام

تخصص اتصال وعلاقات عامة

الموضوع

## اتجاهات طلبة جامعة المسيلة نحو البرامج الإجتماعية بقناة الشروق TV

دراسة ميدانية على طلبة جامعة مسيلة

استمارة مقدمة لنيل شهادة الماستر

السّلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

أخي الطالب أختي الطالبة، إنّ بيانات هذه الاستمارة سرّية ولا تستعمل إلا في أغراض البحث العلمي، والمعلومات التي تدلون بها تبقى سرّية، ولهذا نرجوا منكم قراءة الأسئلة جيداً والإجابة بنزاهة وموضوعية وذلك بوضع أمام الإجابة علامة (X) المناسبة، آمليين منكم إحاطتها بالجديّة والاهتمام والمصادقية بغرض الوصول إلى نتائج حقيقية وواقعية معبرة عن الواقع.

اشراف الاستاذة: رقاد حنان

من اعداد الطالبة: هني سمية

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1-1: الجنس: ذكر  انثى

2-1: السن: 25-20  30-25  اكثر من 30 سنة

3-1: المستوى التعليمي: ليسانس  ماستر

4-1: التخصص: .....

المحور الثاني: عادات وأنماط مشاهدة الطلبة لقناة الشروق TV.

1-2: هل تشاهد قناة الشروق TV؟

دائما  احيانا  نادرا

2-2: هل تشاهد البرامج الاجتماعية بهذه القناة؟

دائما  احيانا  نادرا

3-2: رتب البرامج الموالية من 1 الى 4 حسب افضلية مشاهدتك لها:

برنامج خط احمر  احكي حكايتك  وافعلوا الخير  الشروق تحقق

4-2: ما الحجم الساعي الذي تستغرقه في مشاهدتك لهذه البرامج؟

اقل من ساعة  1 ساعة  من 1 سا الى 2 سا

5-2: هل لديك برامج ثابتة تشاهدها على الدوام؟

نعم  لا

المحور الثالث: الإشباع المتحققة من مشاهدة البرامج الاجتماعية بقناة الشروق TV.

3-1: ما الأسباب التي دفعتك لمشاهدة هذه البرامج؟

ملازمة الواقع  كشف الحقائق مقارنة مع التلفزيون العمومي

طريقة العرض وطرح المواضيع  تحقق اشباعا اخبارية متنوعة

3-2: مانوع الشعور الذي تتركه فيك مشاهدة هذه البرامج؟

الارتياح والرضا  الشعور بالحزن  لا تبالي

3-3: ماهي اهم الفوائد التي تحصلت عليها من خلال تعرضك للبرامج الاجتماعية؟

معرفة ماذا يحدث داخل المجتمع  تبني افكار واء معينة

3-4: هل تحقيق فائدة او اكثر يجعلك تكرر مشاهدة البرنامج مرة اخرى؟

نعم  لا

3-5: هل حدث وان وجدت في هاته البرامج اشياء او معلومات كنت تتمنى معرفتها؟

نعم  لا

3-6: هل تحقق قناة الشروق اشباعا لرغبات واحتياجات الطلبة؟

نعم  لا

المحور الرابع: قياس اتجاهات الطلبة نحو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق TV.

4-1: هل برامج قناة الشروق TV تتوافق مع قيم الطلبة ومواقفهم نحو القضايا التي تطرح؟

اوافق جدا  اوافق  محايد  لا اوافق  لا اوافق مطلقا

4-2: هل البرامج الاجتماعية بقناة الشروق تعالج القضايا بمصدقية؟

اوافق جدا  اوافق  محايد  لا اوافق  لا اوافق مطلقا

4-3: هل هناك تأثير الموضوعات و القضايا التي تعالجها البرامج الاجتماعية بقناة الشروق في تشكيل

اتجاهات الطلبة؟

اوافق جدا  اوافق  محايد  لا اوافق  لا اوافق مطلقا

4-4: هل تراعي قناة الشروق خصوصيات الجمهور المتلقي و ثقافته؟

اوافق جدا  اوافق  محايد  لا اوافق  لا اوافق مطلقا

4-5: هل القائمون بالاتصال في قناة الشروق TV ياخذون بعين الاعتبار اذواق الجمهور و رغباتهم

عند اعداد البرامج؟

اوافق جدا  اوافق  محايد  لا اوافق  لا اوافق مطلقا

3-6: هل تبدو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق برامج ناجحة؟

اوافق جدا  اوافق  محايد  لا اوافق  لا اوافق مطلقا

3-7: هل قناة الشروق TV تساهم في الحفاظ على هوية المجتمع؟

اوافق  اوافق جدا  محايد  لا اوافق  لا اوافق مطلقا

3-9: ماهي اهم الاقتراحات التي توجهها لقناة الشروق TV لتطوير مضامينها وجذب اكبر عدد من

الجمهور؟ .....

## ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة جامعة مسيلة نحو البرامج الاجتماعية بقناة الشروق، وقد سعت هذه الدراسة إلى الإجابة على تساؤلات الدراسة، وقمنا بإجراء الدراسة الميدانية على طلبة ماستر ولسانس تخصص علم الاجتماع، واتصال وعلاقات عامة عن طريق أداة الإستمارة على عينة من 80 مفردة، حيث تم إنتقاء هذه العينة بأسلوب العينة القصدية.

وجاء الإطار النظري للدراسة في أربعة فصول: خصص الفصل الأول للإطار المنهجي، أما الفصل الثاني فقد تطرق إلى دراسة الاتجاهات أما الفصل الثالث فخصص للبرامج التليفزيونية والبث الفضائي في الجزائر، أما الفصل الرابع فقد خصص للدراسة الميدانية حيث جرى فيها معالجة البيانات .  
الكلمات المفتاحية: الاتجاهات ، الطلبة الجامعيين ، البرامج التليفزيونية.

## Résumé de l'étude:

Cette étude vise à identifier les attitudes des étudiants de l'université de M'sila vers les émissions sociales. Cette étude visait à répondre aux questions sur l'étude est mener des études sur le terrain de communication et relations publiques et sciences sociales à travers un formulaire sur l'échantillon d'intention.

Le cadre théorique de l'étude est en quatre chapitres, consacrés au cadre méthodologique.

Le deuxième chapitre à l'étude des attitudes, et le troisième chapitre traite les émissions télévisées et la diffusion spatiale en Algérie, parvenant à une série de résultats.

**Les Mots clés:** Attitudes, Les étudiants universitaires, Les émissions télévisées.