جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

العنوان

اتجاهات الشباب الجامعي نحو برامج الترفيه المستنسخة

دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: اتصال و علاقات عامة

إعداد الطالبة:

حنان بن صوشة

إشراف الأستاذ:

سهيلة نايلي

لجنة المناقشة:

1/-.....

2/-.....

3/-.....

جوان 2016

قال الله تعالى:

سورة النحل/الآية 53

يقول الله تعالى في محكم تنزيله:

" رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ "

قال رسـول الله صـلى الله عـليه وسلم:

"من لم يشكر القليل لم يشكر الكثير، ومن لم يشكر الناس لم يشكر الله"..

كل الشـكر وكـل الحمـد لله تبـارك وتعـالى

أن أنعم علينا بنعمة العقل، وأرشدنا لطريق العلم والمعرفة، وأن مَن علي بإتمام هذه الدراسة التي طالما كانت حلما وأملا لي..

والشكر موصول إلى الأستاذة المشرفة "تايلي سهيلة"لتوجيهها وإرشادها عظيم الأثر في انجاز هذا العمل وإنارتها لي الطريق في كل أمر استصعبته فجزاها الله خير الجزاء وحفظها لي على ما قدمته لي من علم.

ولا أنسى أن أوفي حق الشكر والامتنان إلى كل من ساهم في تحكيم أداة الدراسة، كما أتقدم بوافر الشكر أيضا إلى عمال مكتبة مالك ابن نبي والشكر الخاص

إلى نور الدين الذي كان حسن عون لي.

الإهداء

إلى اللذين أوصى الله عز وجل بالإحسان إليهما ووصى الرسول صلى الله عليه وسلم بصحبتهما عرفانا بفضلهما علينا، والدي الكريمين اللذين قال تعالى:(واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا) "الإسراء الآية24"

إلى الوالدين العزيزين اهدي ثمرة عملي والى من كانوا عونا وسندا لي من أفراد عائلتي لكم كلكم أفراد عائلتي الجميلة

إلى عزة الخلق ووفاء الصداقة والاستمرارية وتوهج المحبة وأسطورة الترابط

إلى من رافقوني مشوار الجامعة وأسدوا لي بنصائحهم وكانت صداقتهم بصيص أمل حرك روحي عند الفتور إلى إيمان نسمة نسرين حنان

إلى رفقاء الدرب الذين أسهموا في تشجيعي:سارة حنان ابتسام سامية

إلى كل طلبة ماستر اتصال وعلاقات عامة دفعة 2016/2015 .

إلى كل هؤلاء اهدي هذا العمل العلمي المتواضع وارجوا من الله العلي القدير أن يوفقنا لما فيه خيرنا وصلاح أمرنا واستقامة نهجنا إن شاء الله.

فهرس الموضوعات:

الموضوع	الصفحة
الآية القرآنية	/
شكر وتقدير	/
الإهداء	/
فهرس الموضوعات	/
مقدمة	أ-ب
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	1
1-1:تحديد الإشكالية	2
1-2:تساؤلات الدراسة	3
1-3:أهداف الدراسة	3
1-4:أسباب اختيار الموضوع	3
1-5:أهمية الدراسة	4
1-6:تحديد المفاهيم	4
1-7:الدراسات السابقات	7
1-8:منهجية الدراسة	10
1-9:مجتمع البحث وعينة الدراسة	12
الفصل الثاني:الشباب والإعلام	15
تمهيد	15
2-1:مرحلة الشباب-الحدود-الخصائص والأهمية	16
2-1-1:حدود مرحلة الشباب	16
2_1-2:خصائص الشباب	17
2-1-3:أهمية الشباب	20
2-2:الشباب ومؤسسات التنشئة	23
2-2-1:الأسرة والمدرسة	23
2-2-2:العمل والجماعات الأولية	24

2-2-3:الشارع	25
2-2-4:وسائل الإعلام	26
الفصل الثالث:البرامج الترفيهية	29
تمهيد	29
3-1:ماهية البرامج التلفزيونية	30
3-1-1:أنواع البرامج التلفزيونية	30
3-1-2:أهداف البرامج التلفزيونية	32
3-1-3:تأثيرات البرامج التلفزيونية على المشاهد	33
3-2:الترفيه التلفزيوني	36
3-2-1:تاريخ الترفيه	36
3-2-2:الوظيفة الترفيهية لوسائل الإعلام(التلفزيون)	38
3-2-3:برامج الترفيه في الفضاءات العربية	44
الفصل الرابع:نتائج الدراسة الميدانية	52
4-1تفريغ البيانات وتحليلها	52
4-1-1:البيانات الشخصية	52
4-1-2:البرامج المفضلة لدى المبحوثين	56
4-1-3:عادات ودوافع متابعة المبحوثين لبرامج الترفيه المستنسخة	66
4-1-4:الإشباعات التي تحققها هذه البرامج للمبحوثين	76
4-1-5:مواقف وأراء المبحوثين من البرنامج	78
4-1-6:نتائج الدراسة الميدانية	88
الخاتمة	93
قائمة المراجع	
ملاحق الدراسة	
ملخص الدراسة	

فهرس الجداول:

الجداول	الصفحة
الجدول رقم (01):يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس	52
الجدول رقم (02): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير العمر	53
الجدول رقم(03): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الجامعي.	54
الجدول رقم (04): يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير التخصص	55
الجدول رقم (05): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير البرامج المفضلة.	56
الجدول رقم (06): يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الاهتمام بالبرامج الترفيهية	57
الجدول رقم (08): يوضح العلاقة بين الاهتمام بالبرامج الترفيهية ومتغير الجنس	59
الجدول رقم (09): يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير نوع البرامج الترفيهية المفضلة	60
الجدول رقم (10): يبين العلاقة بين الجنس ومتغير نوع البرنامج الترفيهي المفضل	61
الجدول رقم(11):يوضح توزيع المبحوثين حسب مشاهدة البرامج الترفيهية المستنسخة	62
الجدول رقم(12):يبين توزيع المبحوثين حسب متغير البرامج الأكثر مشاهدة	63
الجدول رقم (13): يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجوانب المميزة في البرنامج المفضل	65
الجدول رقم(14) :يوضح سبب في متابعة البرنامج	66
جدول رقم(15) :يوضح هدف متابعة المبحوثين للبرنامج	67
الجدول رقم(16): يوضح متابعة المبحوثين للبرنامج في كل مواسمه	69
جدول رقم(17):يبين أسباب انقطاع المبحوثين عن متابعة البرامج الترفيهية المستنسخة	70
جدول رقم (18): يوضح كيفية متابعة المبحوثين للبرنامج المفضل لديهم	71
جدول رقم (19): يبين مع من يتابع المبحوثين البرنامج	72
الجدول رقم(20):يوضح منع أحد أفراد أسرة المبحوثين من مشاهدة البرنامج	73
الجدول رقم(21): يوضح أسباب منع أحد أفراد الآسرة للمبحوثين من مشاهدة البرنامج	74

الجدول رقم (22): يوضح شعور المبحوثين بالإحراج أثناء متابعة البرنامج أمام أوليائهم	75
الجدول رقم (23):يوضح شعور المبحوثين أثناء متابعة البرنامج المفضل لديهم	76
الجدول رقم(24): يوضح مدى تأثير البرنامج على المبحوثين	77
الجدول رقم (25): يوضح نوع التأثير	77
الجدول رقم (26): يوضح تقييم المبحوثين للبرامج	78
الجدول رقم(27): يبين ايجابيات البرنامج حسب المبحوثين	79
الجدول رقم(28):يبين الجدول سلبيات البرنامج حسب المبحوثين	80
الجدول رقم (29):يوضح في ماذا يساهم البرنامج المفضل لدى المبحوثين	82
الجدول رقم (30): يوضح هدف البرنامج حسب رأي المبحوثين	83
الجدول رقم (31) :يوضح الأهداف التي تنطوي عليها هذه البرامج حسب رأي المبحوثين	84
الجدول رقم (32):يوضح رأي المبحوثين من مقاطعة هذه البرامج	85
الجدول رقم (33): يوضح رأي المبحوثين في مقاطعة البرنامج وعلاقته بمتغير الجنس	87

فهرس الأشكال :

الشكل (01) يوضح البرامج المفضلة لدى المبحوثين	57
الشكل (02) يوضح اهتمام المبحوثين بالبرامج الترفيهية	58
الشكل (03) يوضح البرامج الأكثر تفضيلا لدى المبحوثين	64
الشكل (04) يوضح رأي المبحوثين في مقاطعة البرامج	86

مقـــــدمة:

يعتبر التلفزيون إحدى أكثر الوسائل الإعلامية الجماهيرية تأثيرا وأكثرها قبولا من الجماهير لاستفادته من التطور التكنولوجي و بحكم سرعة انتشاره و سهولة استخدامه والمتعة التي يحملها والمصداقية المتصورة فيه لابد أن يكون الأهم بين وسائل الإعلام الأخرى من خلال ازدياد عدد القنوات الفضائية وانتشارها المتزايد واتساع دائرة الجمهور الذي يتعرض لها تزداد أهمية تلك القنوات ويتعاظم تأثيرها على كافة فئات الجمهور وخاصة جمهور الشباب، والذي أثبتت الدراسات أنهم أكثر الفئات تعرضا لتلك القنوات في ظل المتغيرات المتلاحقة التي يعيشها العالم العربي حاليا. ومن أهمها محاولة بعض الدول المتقدمة فرض نماذج جاهزة على الدول النامية و طمس هوية شبابها من خلال بث برامج مقلدة من الغرب لتقدم له نمط تنشئة غير مألوف وتقدم له ثقافة استهلاكية تتنافى مع الثقافة والهوية العربية على سبيل الترفيه كوظيفة مهمة من وظائف الاتصال الجماهيري ليمثل دافعا مهما لأفراد الجماهير في متابعة وسائل الإعلام من أجل التحرر من ضغوط الحياة، حيث أصبح الترفيه سمة قوية من سماته و خصائصه التي ينطلق منها ويتفوق بها على سائر وسائل الإعلام الجماهيرية .

وقد ظهرت هذه البرامج في الغرب أولا، ثم تطورت كثيرا حيث وصلت إلى شكلها الحالي في نهاية التسعينات من القرن الماضي، وقد انتشر هذا النوع من البرامج في كل أنحاء العالم إلى غاية وصولها إلى القنوات الفضائية العربية، التي قامت باستيرادها جاهزة من الغرب وأعادت بثها، أو اشترت حقوق إعادة إنتاجها محليا، وتبرز أهمية تلك القنوات في ظل المتغيرات التي يعيشها العالم حاليا في محاولة تغيير نمط تفكير الشباب لمفهوم الهوية والعادات والتقاليد وأصبحوا ينظرون لما هو في الخارج من أنواع الفساد العصري.

وينجذب الشباب العربي لبرامج الترفيه المستنسخة أو ما يصطلح عليها برامج تلفزيون الواقع خاصة تلك التي تعتمد على الغناء والموسيقى والرقص وهي نقلة جديدة في لغة الثقافة العربية حيث نشأة معها أنماط جديدة من البث الأخلاقي والاجتماعي حيث تتمحور بعض أهدافها على إلا إفساد الأخلاق و مخاطبة الغرائز و تقليد لحياة الغرب و جعلها نموذجا بهدف زعزعة المبادئ والقيم الاجتماعية العربية والإسلامية .

ومن هنا كانت أهمية التعرف على مدى تأثير الشباب الجامعي بهذه البرمج واختبار دوافع تعرضهم لها واتجاهاتهم نحوها.

وللإحاطة بجوانب هذا الموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى أربع فصول نلخص محتواها كالآتي :

الفصل الأول: قمنا فيه بعرض إشكالية الدراسة وطرح مجموعة من التساؤلات المتعلقة بالدراسة والتطرق لأهداف الدراسة وأسباب اختيارها وأهمية الدراسة بالإضافة إلى عرض أهم الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع و تحديد المفاهيم المستخدمة في الدراسة ثم التطرق إلى المنهج المتبع في الدراسة وأدوات جمع البيانات ومجتمع الدراسة والعينة.

أما الإطار النظري للدراسة فقد احتوى على:

الفصل الثاني: وتم تقسيمه إلى مبحثين :

المبحث الأول: الشباب :الحدود-الخصائص-الأهمية

المبحث الثاني: الشباب ومؤسسات التنشئة.

أما الفصل الثالث: حيث تم تقسيمه إلى مبحثين :

المبحث الأول: الذي تناول ماهية البرامج التلفزيونية من خلال عرض أنواع البرامج التلفزيونية وأهدافها بالإضافة إلى تأثيراتها على المشاهد ثم تطرقنا إلى:

المبحث الثاني فتم التطرق فيه الى: تاريخ الترفيه، ثم الوظيفة الترفيهية لوسائل الإعلام (التلفزيون) وبرامج الترفيه في الفضائيات العربية.

وأخيرا الفصل الرابع المتعلق بالشق الميداني للدراسة ومن خلاله تم عرض تحليل للبيانات التي جمعها بواسطة استمارة الاستبيان ثم نتائجها.

1-1: الإشكـالية:

تشهد المحطات التلفزيونية العربية في السنوات الأخيرة ازديادا كبيرا وملحوظا في عددها حيث تعد من أهم معالم الساحة الإعلامية اليوم فقد كسرت الحواجز التقليدية ، حيث مكنت من تداول وتبادل المعلومات والأخبار وسهلت على الجمهور المتلقي متابعة العديد من البرامج المتنوعة السياسية والعلمية والاجتماعية والترفيهية وغيرها من المضامين الإعلامية.

ويعد الترفيه من ابرز وظائف الإعلام والذي يعتبر دافعا مهما لأفراد الجماهير في متابعة وسائل الإعلام، حيث نجد العديد من القنوات العربية بدأت تتنافس فيما بينها حول إنتاج مثل هذه البرامج وتتسابق لإرضاء الجمهور العربي واجتذابها لها من خلال ما تقدمه من مواد ترفيهية بعضها يتعارض مع التنشئة الاجتماعية ومقوماتها ويعمل على إشاعة النماذج الغربية من خلال نسخ مقتبسة من برامج أمريكية وأوربية .

ولا شك أن الشباب هم الفئة المستهدفة من تلك البرامج لما لهم من ثقل في مجتمعاتهم خاصة وهم أكثر الفئات تعرضا للتغيرات والتحولات الثقافية والاجتماعية بحكم المرحلة الانتقالية التي يعيشونها سعيا نحو تغيير وضعهم الاجتماعي فكان التركيز على تسوية أفكارهم وتحريف معتقداتهم وتهميش أدوارهم وطمس هويتهم من خلال ما تقدمه تلك البرامج الترفيهية المستنسخة التي يجد فيها الشباب فرصة للانتقال من واقعه و الرغبة في الهروب من عزلته وتأثره الشديد بالغرب علما أن هذه البرامج التي تقدمها الفضائيات العربية هي برامج كما ذكر سابقا منقولة تماما من برامج أجنبية تحمل في طياتها أهدافا خفية خاصة وان واصفي هذه البرامج هم يهود .

ومن جهة أخرى فان عددا معتبرا من القنوات الفضائية العربية لم تعد تحترم الهدف الأسمى الذي أنشئت من اجله وهو خدمة المشاهد العربي وتلبية رغباته و حاجاته من معلومات المفيدة وترقية ثقافته ،و ببثها مثل هذه البرامج المستنسخة كشفت عن هدفها الساعي نحو تحقيق الربح وخدمة أجندات معينة في العالم العربي ما جعلها تتعرض لنقد كبير من قبل رجال دين سعوديين معتبرين هذه البرامج داعية إلى الفساد . إلا انه من جهة أخرى يرى البعض بان هذه البرامج تقدم خدمة ترفيهية تخفف عن الشباب العربي هموم واقعه وتجعله يعبر عن مواهبه وهذا ما يفسره الإقبال الشديد منه على المشاركة في هذه البرامج .

ومن بين القنوات العربية التي ساهمت في عرض هذه البرامج نجد في الواجهة مجموعة أم بي سي mbc بقناتيها الأولى والرابعة (mbc4 mbc) اللتان تنتجان عدد اكبر من هذه البرامج كبرنامج ذو فويس the voice و أراب أيدول Arab idol واكس فاكتور X factor وديو المشاهير Celebrity duets.

بالإضافة إلى قنواتLbc Ldc و Cbc التي تشتركان في عرض برنامج ستار أكاديمي في موسمه الحادي عشر إلى جانب ذلك نجد قناة الخبر الجزائرية Kbc التي قامت بشراء حقوق البث لبرنامج ستار أكاديمي إضافة إلى قنوات أخرى .

وانطلاقا من هذا تأتي هذه الدراسة لتجيب على التساؤل الرئيسي التالي :

ماهي اتجاهات طلبة جامعة المسيلة نحو برامج الترفيه المستنسخة التي تعرض في القنوات العربية ؟

1-2: تســـاؤلات الدراسـة :

1- ما هي البرامج التي يفضلها طلبة جامعة المسيلة ؟

2- ما الأسباب التي تدفع طلبة جامعة المسيلة لمتابعة برامج الترفيه التي تعرض في القنوات العربية ؟

3- ما الإشباعات التي تقدمها هذه البرامج لشباب الجامعة ؟

4- هل يؤيد شباب الجامعة عرض هذه البرامج في القنوات العربية و هل يؤيدون طبيعة المضامين التي تحملها هذه البرامج ؟

5- ما هي مواقف وأراء شباب الجامعة نحو هذه البرامج ؟

1-3:أهـــداف الدراسـة :

- معرفة اتجاهات شباب الجامعة نحو برامج الترفيه المستنسخة .
- معرفة البرامج الأكثر تفضيلا لشباب الجامعي .
- معرفة أسباب متابعة شباب الجامعي لهذه البرامج .
- معرفة الاشباعات التي تقدمها هذه البرامج .
- معرفة مدى تأييد الشباب الجامعي لهذه البرامج ومضامينها
- الكشف عن مواقف و أراء شباب الجامعة نحو هذه البرامج .

1-4أسباب اختيار الموضوع :

من خصائص أي بحث علمي أن ينطلق الباحث في بحثه من منطلقات ورغبات أولية تمثل المحرك الحقيقي لتبني موضوع البحث ، ومن هذه المنطلقات والأسباب الكامنة وراء اختيار موضوع البحث هي :

❖ **الأسبـاب الذاتيـة :**

- الـرغبة في دراسـة الموضـوع .
- الموضـوع جديـد ويستـحق الدراسـة .
- تتبعنـا لمضامين هذه البرامـج وملاحظتنا الشخصيـة لانجـذاب الشباب الجامعي لهذه المضـامين بشـكل مـلفت للنظـر.

❖ **الأسبـاب الموضوعية :**

- وقـوع هـذه الدراسـة ضمـن مجـال تخصصنـا .
- تعـرف على اتجاهات الشبـاب نحـو هذه البرامـج.
- الانتشـار الواسع لبرامج الترفيه في الفضائيات العربية وتنافسها فيما بينها على إنتاج مثل هذه البرامج .

1-5:أهميـة الـدراسـة :

نظرا لانتشـار القنـوات التلفزيونية وتعدد البرامـج التي تعرضها وسعيها نحو استقطاب الشباب، هذه الشريحة العمرية المهمة في المجتمع التي تنتقي البرامج التي تود مشاهدتها والتي تلائمه وتشبع حاجياته و رغباته تأتي هذه الدراسة لتتناول البرامج الترفيهية المستنسخة التي صارت توصف ب"الظاهرة العالمية" التي انتشرت في الوسط العربي، ولقيت اهتماما جماهيريا كبيرا إذ تمثل نمطا جديدا من البرامج التي تتخذ اتجاها متصاعدا من حيث عددها ومعدلات مشاهدتها خاصة من جانب جمهور الشباب العربي ما يجعل تأثيرها عليه يأخذ مناحي مختلفة خاصة في ظل الظروف التي يعيشها الشباب العربي .

1-6: تحـديد المفاهيـم:

➢ **اتجـاه:** هو حالة من الاستعداد أو التأهب النفسي والعصبي تولد تأثيرا ديناميا على استجابة الفرد تساعده على اتخاذ القرارات المناسبة سواء أكان بالرفض أم بالإيجاب فيما يتعرض له من مواقف ومشكلات ويتأثر بالخيرات التي مر بها الفرد من ناحية وبالسمات المزاجية من ناحية أخرى. [1]

ويعرفه البورت G.W. ALLPORT حالة من الاستعداد العصبي النفسي تنتظم لتتشكل من خلال خبرة الشخص وتكون ذات توجيهي او ديناميكي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات التي تستشير هذه

[1] محمد منير حجاب:المعجم الإعلامي،دار الفجر للنشر والتوزيع،القاهرة،2004،ص08 .

الاستجابة.[1]

➢ الشبـــاب الجـــامعـــي:

الشبـــاب لغـــة: يعني الفتوة والحداثة، نقيض الشيب والهرم فمن المعنى اللغوي نستنتج أن مرحلة الشباب نقيض مرحلة الهرم، لما لها من خصائص نفسية وسلوكية ومزاجية إضافة إلى خاصية النشاط.[2]

ويعني أيضا الفتاء و الحداثة وبداية الحياة المفعمة بالأمل والطموح والحماس والاندفاع والاقدام[3]

اصطلاحـــا: يرى علماء الاجتماع أن الشباب هم كل من يدخل في فئة السن من (15 إلى 25 سنة) ويبنون رأيهم على أساس أن أولئك قد تم نموهم الفسيولوجي أو العضوي بينما لم يكتمل النمو النفسي والعقلي اكتمالا تاما بعد وبالتالي فهم في مرحلة وسط بين الطفولة والرجولة الكاملة.[4]

الجـــامعة:

لغـــة: تعني التجميع والتجمع أما كلمة كلية فمصدرها الكلمة اللاتينية cologio وتشير إلى التجميع والقراءة معا وقد استخدمت في القرن الثالث من قبل الرومان لتدل على مجموعة حرفيين ،تجار ثم استخدمت في القرن الثامن عشر بمعنى كلية في اكسفورد لتدل على مكان تجمع المجتمع المحلي للطلاب متضمنا مكان الإقامة والتعليم.[5]

اصطلاحـــا: الجامعة هي إحدى المؤسسات الاجتماعية الثقافية والعلمية فهي بمثابة تنظيمات معقدة وتتغير بصورة مستمرة مع طبيعة المجتمع المحلي أو ما يسمى بالبيئة الخارجية .

وهناك تعريف أخر على أنها مركز التعليم ومكان للحفاظ على المعرفة وزيادة المعرفة الشاملة وتدريب الطلاب الذين فوق مستوى المرحلة القانونية.[6]

وعليه فان الشباب الجامعي يعرف **اصطلاحا** على انه : "هو الفئة العمرية تزاول تعليمها بالجامعة في احد التخصصات تشغل وضعا متميزا في بناء المجتمع، وهم ذات حيوية وقدرة على العمل والنشاط كما أنها تكون

---

[1] بشير معمرية :القياس النفسي وتصميم أدواته،منشورات الحبر،ط 2 ،الجزائر،2007 ،ص .

[2] الفيروز ابادي:القاموس المحيط،الدار العربية للكتاب،بيروت،ج2 ،ط3 ،1980 ،ص663.

[3] ابن منظور:لسان العرب،دار بيروت للطباعة والنشر،لبنان،ص480 .

[4] عبد القادر المهيري،القاموس المدرسي،دار الأدب،بيروت،2006 ،504 .

[5] محمد منير مرسي: التعليم الجامعي المعاصر قضاياه واتجاهاته،دار النهضة العربية،1977 ،ص10.

[6] عبد الله محمد عبد الرحمان :سوسولوجيا التعليم الجامعي –دراسة في علم الاجتماع التربوي–،دار المعرفة الجامعية،إسكندرية ،1991،ص 147 .

ذات بناء نفسي وثقافي يساعدها على التكيف والتوافق والاندماج والمشاركة بطاقة كبيرة تعمل على تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته." [1]

التعريف الإجرائي:

الشباب الجامعي هو الفئة العمرية من 18-26 التي تزاول دراستها في الجامعة لنيل درجة علمية وفق الأنظمة المعمول بها (lmd)

➢ البـــرامج التــرفيهيــة المستنسخة :

- **البـرنامج** :يعرفه عبد المنعم عبد الصمد بأنه مجموعة من المهارات المنظمة بطريقة مندرجة أو المقدمة من خلال مادة لغوية في صورة وحدات ودروس محددة لها أهداف وأنشطة مختلفة.[2]
- **أما البرنـامج التلفزيونـي** :فهو رسالة من مرسل عبر قناة(مجموعة مشاهد مصورة يصاحبها "صوت"إلى مستقبل"مشاهد" تريد أن تحقق أهدافا محددة عبر معلومات عقلية ووجدانية تناسب ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية ترسل بأساليب وطرق تبث الإمتاع والترويح فيه.[3]
- **التـرفيه**: يعرف معجم الإعلام الترفيه بأنه النشاط الذي يؤدي إلى توفير اللهو والتسلية

للأفراد،وهو أحد أهداف وسائل الاتصال الجماهيري ،فيما يعرفه بعض خبراء الإعلام والتنمية بأنه الإعلام الذي يعطي تنفيسا عن الانفعال بإلهاء المتلقي عن مشكلاته وهمومه الخاصة،أما خبراء هيئة الإذاعة البريطانية bbc فيرون أن التعمق الفاحص لمعنى كلمة intertainment يكفي لإدراك مدى قصور الفهم الشائع لهذه الكلمة ،فهم يرون أن معنى الترفيه الشائع ،هو أن تشغل الناس وتبقيهم مستمتعين والمتعة هنا قد تكون مجرد وسيلة لقضاء الوقت وبالتالي إضاعته.[4]

أيضا يمكن تعريف الترفيه: الترويج هو المضمون الإعلامي الذي يهدف إلى التنفيس عن الانفعال والتسلية والتخفيف من التوتر والهموم بإلهاء المتلقي آنيا عن مشكلاته الشخصية وإعطائه برهة يشعر فيها بالراحة و الاسترخاء والترويح إحدى وظائف الإعلام الرئيسية المرتبطة ارتباطا وثيقا بالفن الرفيع.[5]

---

[1] إسماعيل علي سعد:الشباب والتنمية في المجتمع السعودي ،دار المعرفة الجامعية ،إسكندرية، 1989 ،ص 37 .

[2] شحاتة سليمان،محمد سليمان:مناهج البحث بين التطبيق والنظري،مركز الإسكندرية للكتاب،الإسكندرية 2006 ،ص 158.

[3] فاروق ناجي محمود:برنامج التلفزيون كتابته ومقومات نجاحه،دار الفجر للطباعة والنشر،بغداد 2007 ،ص21 ،22 .

[4] دويرار الطاهر:فنون المنوعات والتلفزيون،ط1 ، سنابل للكتاب،القاهرة،2008 ،ص26 .

[5] خضير شعبان:مصطلحات في الإعلام والاتصال ،ط1 ،دار اللسان العربي،الجزائر،1422هـ،ص43.

- **البـــرامج التـــرفيهية:**

هي البرامج التي تعمل على إبعاد المشاهد عن مشكلات العالم الواقعي،وتلجأ إلى العاطفة وتقوي الخيال مثال البرامج الكوميدية الألعاب الرياضية وبرامج المنوعات والمسابقات وأفلام الكوميديا وأفلام الكرتون.[1]

ومن خلال التعاريف السابقة للبرنامج التلفزيوني والترفيه يمكننا استنتاج هذا التعريف الإجرائي

البرامج الترفيهية المستنسخة: وهي ذلك النوع من البرامج التي يتم نسخها عن برامج أجنبية تعتمد الطابع الترفيهي تنتجها وتبثها بعض القنوات العربية التي تمكنت من شراء أفكارها من أصحابها الأصليين.

1-7:الدراســات الســابقـــة :

✓ **الدراسـة الأولـى** : عزري أمال " برامج تلفزيون الواقع في العربية وتأثيرها قيم وسلوك المراهقين"[2]

حيث عالجت هذه الدراسة موضوع البرامج تلفزيونية وقد ركزت الباحثة في الإشكالية حول معرفة تأثير برنامج ستار أكاديمي في الفضائية اللبنانية lbc على قيم وسلوكيات المراهقين الجزائريين،ومحاولة فهم طبيعة التأثير الذي خلفه هذا البرنامج على جمهور المراهقين في منطقة سكيكدة وكيفية حدوثه وانطلقت الباحثة من جملة من التساؤلات هي :

1- ما هي القيم والسلوكيات التي تضمنها برنامج ستار أكاديمي في الفضائيات اللبنانية lbc ؟

2- ما هي الأشكال والقوالب الفنية التي يعتمد عليها برنامج ستار أكاديمي ؟

3- ما هي دوافع المراهقين لبرنامج ستار أكاديمي و ما هي عادات وأنماط هذه المتابعة؟

4- ما هي مواقف وأراء المراهقين الجزائريين من برنامج ستار أكاديمي ؟

5- ما هو التأثير الذي تتركه متابعة فئة المراهقين لبرنامج ستار أكاديمي على قيمهم وسلوكياتهم؟ [3]

وللإجابة على هذه التساؤلات فقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي الذي يتماشى مع تحليل المحتوى ودراسة الجمهور .

أما أدوات الدراسة فقد اعتمدت الطالبة على ثلاث أدوات بحثية هي :

---

[1] نورة نايلي: البرامج الترفيهية في القناة الجزائرية ووظائفها تجاه المراهقين الجزائريين،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية،جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2013/ 2014 ، ص13 .

[2] عزري أمال :برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية و تأثيرها على قيم وسلوك المراهقين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال،كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر2009،2010/3م.

[3] المرجع نفسه،ص 12

الملاحظة البسيطة من خلال الملاحظة التلقائية لاهتمام المراهقين ومتابعتهم المكثفة لبرنامج ستار أكاديمي خاصة في فترة بثه .

تحليل المحتوى: سواء تعلق الأمر بتحليل فئات الشكل أو المضمون المتعلقة ببرنامج ستار أكاديمي

استمارة الاستبيان الموجهة للمراهقين محل الدراسة وفيما يخص عينة الدراسة فقد اعتمدت الطالبة على نوعين من العينة: العينة العشوائية المنتظمة بالنسبة للحصص المدروسة،وشملت 21 حلقة من برنامج ستار أكاديمي.

العينة متعددة المراحل بالنسبة للدراسة الميدانية وشملت160 مفردة من المراهقين المتمدرسين في الطورين الثانوي والمتوسط بمنطقة ولاية سكيكدة وبالنسبة لنتائج الدراسة فكانت كالتالي:

1- تضمن برنامج ستار أكاديمي العديد من القيم والكثير من السلوكيات الإيجابية والسلبية وبذلك فهذا البرنامج لم يهاجم القيم المراد تغييرها مباشرة وإنما حاول تغيير مفاهيمها وتمثيلياتها الواقعية، أما بعد تحليل فئة السلوكيات فبرنامج ستار أكاديمي بعد من برنامج إعلام العولمة التي تحاول التأثير في جمهورها خدمة لمصالح السوق.

2- وبالنسبة لدوافع متابعة المراهقين لبرنامج ستار أكاديمي وعادات وأنماط هذه المتابعة فجاءت نتائجها كالآتي:

3- تتابع المراهقات الجزائريات البرنامج أكثر من المراهقين الذكور ، وكذلك ما بعد سكان المناطق الحضرية أكثر من الريفية ، وقد كانت متابعة أغلبية المراهقين الجزائريين لهذا البرنامج نتيجة إعجابهم الشخصي به أولا ، وثانيا تأثير أصدقائهم.

4- تعتبر الدوافع النفعية المحرك الرئيسي للمراهقين لمتابعة البرنامج.

5- يتابع المراهقون الجزائريون من كلا الجنسين ومن كلا المنطقتين البرنامج مع بعض أفراد الأسرة خاصة من نفس الجنس وذلك لوجود الحواجز الاجتماعية الناتجة عن ثقافة المجتمع ووجود الحياء، حيث يؤكد أغلبية المراهقين وشعورهم بالإحراج عن متابعة البرنامج مع الأولياء خاصة سكان المناطق الريفية واهم سبب للإحراج هو طريقة اللباس الاختلاط بين الجنسين والعلاقات الغرامية بين المشتركين.[1]

- ✓ **الدراسة الثانية** : نورة نايلي " البرامج الترفيهية في قناة الجزائرية ووظائفها تجاه المراهقين الجزائريين. " [2]

[1] المرجع السابق ص.ص 268-269 .

[2] نورة نايلي: البرامج الترفيهية في القناة الجزائرية ووظائفها تجاه المراهقين الجزائريين،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2014/2013 .

تمحورت إشكالية الدراسة حول البرامج الترفيهية كبرنامج "قهوة ل gosto" الذي تبثه قناة الجزائرية وتأتي هذه الدراسة التي تبنت البنائية الوظيفية كسند نظري من خلال فروضها المتعلقة بالبناء والوظيفة فإن إشكالية الدراسة تتمحور حول متغيرين " البناء والوظائف "كما يلي :

أولا : البنـــاء

1) فيما يتمثل البناء الشكلي لبـرنامج قهوة gosto في القنـاة الجزائرية ؟

2) فيما يتمثل محتوى برنامج قهوة ال gosto في قناة الجزائريــة ؟

3) هل يمكن اعتبار برنامج قهوة ال gosto محتوى من محتويات الذوق الهابط استنادا لنظرية البناء الوظيفية؟

ثانيا : الوظائف:

4) ما هي عادات ودوافع متابعة المراهقين الجزائريين غنية الدراسة لبرنامج قهوة ال gosto؟

5) ما هي الوظائف الظاهرة التي يؤديها البرنامج تجاه المبحوثين؟

6) ما هي الوظائف الكامنة التي يؤديها البرنامج تجاه المبحوثين؟

7) هل يمكن اعتبار نوع تأثير هذا البرنامج على المبحوثين وظيفيا؟

و استخدمت الباحثة المنهج المسحي لهذه الدراسة واعتمدت على أداتين بحثيتين هما:أداة تحليل المحتوى واستمارة الاستبيان[1].

وتوصلت إلى النتائج التالية:

وانطلاقا من التحليل الكمي والكيفي لعينة الدراسة من برنامج "قهوة ال gosto" توصلت إلى النتائج العامة الآتية والتي يمكن إيجاز أهمها فيما يلي:

1- قناة الجزائرية الخاصة هي قناة منوعات لكن معظم برامجها هي برامج ترفيهية ويعتبر برنامج "قهوة ال gosto" أحدها.

2- تعتبر القوالب الفنية المستخدمة في برنامج "قهوة ال gosto" (الحوار، الغناء، الموسيقى، الرقص، تقديم المنشط) ركائز أساسية للبناء الشكلي لهذا البرنامج رغم ان قالب الموسيقى كان الغالب على باقي القوالب الفنية الأخرى.

3- إن الترفيه هو الهدف الرئيسي لبرنامج"قهوة ال gosto".

[1] المرجع السابق، ص.ص 10-11 .

4- الشباب هم الفئة الأكثر استهدافا في عينة الدراسة التحليلية "قهوة ال gosto" تليه فئة "جمهور عام ومتنوع" بنسبة متقاربة لتأتي فيما بعد فئات:المرأة، المراهقين،والأطفال،وأخيرا المسنين.

5- تصدرت وظيفة التسلية والترفيه وبدون منازع بقية الوظائف الظاهرة التي يؤديها البرنامج الترفيهي "قهوة ال gosto" ،لتأتي فيما بعد الوظائف الظاهرة الأخرى بنسبة ضئيلة ومتفارقة.

6- ظهر في فئة الفاعلين من حيث الأدوار أهمية كل دور من ادوار:المتسابقين، لجنة التحكيم،منشط الحصة،الجمهور الحاضر، حيث لا يمكن الاستغناء عن دور أي منهم في تسيير حصص البرنامج، على الرغم من انه برز دور منشط الحصة أكثر من الفاعلين الآخرين.[1]

1-8:منـهجية الدراســة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية لأننا نحاول من خلالها وصف اتجاهات الشباب الجامعي نحو برامج الترفيه المستنسخة حيث يعتمد على هذا النوع من الدراسات وبشكل أساسي في بحوث الإعلام والاتصال لأنها الأنسب لهذا الحقل لغرض الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات ووصف الاتجاهات والدوافع والحاجات واستخدامات وسائل الإعلام والتفصيل والاهتمام.

وتتسم هذه الدراسات بالاتي:

1- إن هذه الدراسات تستهدف وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقاتها في وضعها الراهن.

2- إن هذه الدراسات وان كانت تهتم في معظم إجراءاتها المنهجية بعملية جمع البيانات وتسجيلها إلا أن ذلك لا يمثل الهدف الأساسي حيث يجب أن تكتمل الدراسات الوصفية بأهداف التحليل والتفسير المقارن.

3- لا تعتمد هذه الدراسات على الأساليب الكمية فقط ولكن تعتمد أيضا على الأساليب الكيفية وان كانت الصدارة دائما للأسباب الكمية والتحليل الإحصائي في تفسير البيانات.[2]

- **منهــج الدراســة:**

وقد استخدمنا المنهج المسحي الذي يعد انسب المناهج العلمية وأكثرها استخداما في الدراسات الوصفية، فهو منهجا قائما على تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن، وضمن ظروفها

[1] المرجع سابق،ص.ص189-190

[2] محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية،ط2،عالم الكتب،القاهرة،2004،ص13 .

الطبيعية حيث يستخدم على المستوى المذكور في دراسة الظواهر الاجتماعية والسلوكية.... وغيرها، لاسيما في أبحاث الإعلام والاتصال في مجالات متنوعة مثل مجال مسوح الرأي العام التي تستهدف التعرف ميدانيا على الآراء والأفكار والاتجاهات والقيم والمفاهيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة الخاصة بجمهور معين.[1]

وعلى اعتبار انه يستحيل إجراء مسح شامل على جميع شباب الجامعة لجأنا إلى استخدام "منهج المسح بالعينة" الذي يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة او مجموعة من الظاهرات موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث.[2]

وذلك بغرض دراسة اتجاهات و مواقف ودوافع متابعة طلبة جامعة المسيلة لبرامج الترفيه المستنسخة، دوافع وطبيعة هذه المتابعة، أراء الطلبة في البرامج ومدى تأثرهم بها حيث ساعدنا هذا المنهج على جمع المعلومات الخاصة بالظاهرة المدروسة من المبحوثين بشكل مباشر عن طريق استمارة الاستبيان الموجهة إليهم.

- **أداة جمـــع البيـــانات :**

يعتبر الحصول على البيانات والمعلومات التي تعتمد عليها الدراسة ، من أهم خطوات البحث، إذ ترجع قيمة الدراسة ومدى دقة نتائجها إلى مدى قدرتنا على الحصول على المعلومات اللازمة لتحقيق أهداف البحث ومن أجل تحقيق ذلك لابد أن يمر الباحث بمرحلة اختيار وتحديد وسيلة جمع البيانات التي ترتبط حتما بطبيعة الإشكالية والبيانات اللازمة لها.

وبما أن بحثنا سار وفق المنهج المسحي ارتأينا أن نستعين بأداة الاستمارة الاستبيانية حيث عرفها " موريس انجريس " بأنها " تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد بطريقة موجهة ذلك لان صيغ الإجابات تحدد مسبقا، هذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف اكتشاف علاقات رياضية وإقامة مقارنات كمية ، إن الاستمارة هي وسيلة للدخول في اتصال بالمخبرين بواسطة طرح الأسئلة عليهم واحدا واحدا بنفس الطريقة ، بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الأفراد انطلاقا من الأجوبة المتحصل عليها ".[3]

[1] احمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال،ط3،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،2007،ص84 .

[2] سمير محمد حسين:دراسات في مناهج البحث العلمي،ط3،عالم الكتب،مصر،1999،ص147 .

[3] موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في علوم الإنسانية ، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر ، الجزائر ، 2004، ص 98 .

كما تعرف بأنها عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو أراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، وتعد الاستبانة من أكثر الأدوات المستخدمة في الجميع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات تصورات أو أراء الأفراد، ومن أهم ما تتميز به الاستبانة هو توفير الكثير من الوقت والجهد على الباحث. [1]

وبالنسبة لاستمارة الاستبيان المتعلقة بدراستنا فقد أخذنا بعين الاعتبار عند أعداد الأسئلة مواءمتها لأغراض بحثنا.

وقد تحصلنا على هذه الاستمارة في شكلها النهائي بعدما تم عرضها قبل تطبيق الدراسة على مجموعة من الأساتذة المحكمين(*) و إعادة صياغتها بعد الأخذ بملاحظاتهم.

وهنا تم تقسيم الاستمارة إلى خمس محاور رئيسية كالتالي :

1- **المحـــور الأول** : البيانات الشخصية .

2- **المحـــور الثاني** : البرامج المفضلة لدى المبحوثين .

3- **المحـــور الثالث** : عادات ودوافع متابعة المبحوثين لبرامج الترفيه المستنسخة التي تعرض في القنوات الفضائية.

4- **المحـــور الرابع** : الاشباعات التي تحققها هذه البرامج المبحوثين .

5- **المحـــور الخامس** : مواقف وأراء المبحوثين من البرامج.

1-9: مجتمـــع البحـــث وعينـــة الدراســـة :

يعرف مجتمع البحث على انه مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي ترتكز عليها الملاحظات. [2]

ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته. [3]

---

[1] أحمد بن مرسلي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ،ط2 ،ديوان المطبوعات ،الجزائر،2005،ص. 99.

(*) قام بتحكيم الاستبيان مجموعة من الأساتذة بجامعة المسيلة: نايلي سهيلة – بوقرة رضوان- حمديني ابتسام- بوعزيز بوبكر

[2] موريس انجريس : مرجع سابق ،ص . 266 .

[3] محمد عبد الحميد: ، مرجع سابق،ص 130.

أما بالنسبة للعينة فعادة ما يتم استخدامها في مجال البحوث العلمية و الاجتماعية منها، فيعتمد الباحث في إجراء بحوثه على طريقة العينة المأخوذة من مجتمع البحث للوصول إلى المعلومات والحقائق التي تفي بالغرض النهائي للدراسة وتسري هذه النتائج المتوصل إليها على كل مجتمع البحث.[1]

فالعينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولوية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا representetive لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع[2].

وقد اعتمدنا في دراستنا على أسلوب العينة القصيدة وهي عينة غير احتمالية و يكون فيها الاختيار كيفي من قبل الباحث للمبحوثين استنادا إلى أهداف بحثه[3].

وقد اعتمدنا على أسلوب العينة العارضة اوالعابرة او العينة بالمصادفة : وفي هذا النوع من العينات لا يخضع اختيار مفرداتها لاي معيار سوى اختيار المكان او التعرض العابر، اوالافراد الذين يتصادف وجودهم في شارع او منطقة ما في وقت ما وإجراء المقابلات معهم وعادة يتم المقابلة مع من يتصادف مرورهم او عبورهم دون اعتبار لخصائص أخرى مستهدفة تم تصنيف هؤلاء الأفراد على أساسها مثل السن أو التعليم أو معدل الانتظام في قراءة الصحف أو كثافة مشاهدة التلفزيون ...الخ [4]

و على هذا الأساس تم اختيار كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، واخذ عينة قوامها 93 مفردة(*) من طلبتها لتكون ممثلة لطلبة جامعة المسيلة ، نظرا لصعوبة مسح كل المجتمع ، بالإضافة إلى سبب الوقت المخصص لانجاز البحث ، والإمكانيات المادية المحدودة .

و نجدر الإشارة إلى أننا قمنا بتوزيع الاستمارة من 15 مارس إلى 16 مارس 2016 .

---

[1] محمد عبيدات وآخرون : منهجية البحث العلمي–القواعد والمراحل والتطبيقات–ط2،دار وائل للنشر ،عمان،1999،ص 63.

[2] محمد عبد الحميد :البحث العلمي في الدراسات الإعلامية،ط1،عالم الكتب،القاهرة،2002،ص133.

[3] معين خليل العمر:مناهج البحث في علم الاجتماع ،ط1،دار الشروق للنشر،الأردن،2004،ص 208 .

[4] محمد عبد الحميد:المرجع السابق،ص 141 .

(*) تم توزيع الاستمارة على مئة مفردة وبعد استعادتها وقراءتها جيدا تم إلغاء 05 استمارات نظرا للإجابات المتناقضة على مستواها بالإضافة إلى استمارتين لم يتم إرجاعها وتم العمل بذلك على 93 استمارة .

تمهيد :

يحتل الشباب مكانة هامة داخل الأسرة و المدرسة و المجتمع أيضا، و عند علماء الاجتماع و النفس و السياسيين نظرا لما يمثلونه من طاقة و حركية و فاعلية، و رأس مال بشري ثابت، و في ذات الوقت فهم يمثلون تحديا حقيقيا لجميع الأمم، بسبب تطلعاتهم و آمالهم العريضة و ميلهم نحو كل ما هو جيد لذا تسعى وسائل الإعلام بدورها الكبير في عملية التنشئة الاجتماعية من خلال مضامينها التي أصبحت بدورها تشارك في تنشئة الشباب خاصة التلفزيون بالذات الذي هو من أكثر وسائل الإعلام تأثيرا وأكثرها قبولا من الشباب لاعتبارات عديدة، حيث استطاع أن يساهم في تغيير القيم والعادات والتقاليد المتوارثة عبر الأجيال واستبدالها بالكثير من أنماط الحياة الجديدة .

2-1:مرحلة الشباب:الحدود-الخصائص الأهمية

2-1-1:حدود مرحلة الشباب :

تجدر الإشارة في المستهل إلى أن معظم الأدبيات حول الشباب تشير إلى غياب الاتفاق بخصوص تحديد مرحلة الشباب، و عليه يكيف التحديد في اغلب الأحيان حسب طبيعة المشكل المدروس أو وفق أهداف المؤسسة المعنية بقضايا الشباب، علاوة على هذا فان تحديد من هو طفل و من هو شاب يختلف باختلاف المجتمعات و الثقافات، لكن المؤكد هو أن موضوع الشباب يحظى بالإجماع شبه العام من حيث الأهمية البالغة في حياة الشعوب و لذا كان قد خصص عام 1985 عاما دوليا للشباب .

ولعل من أبرز المحاولات و التي يمكن أن تنال القبول من طرف الباحثين تتمثل في التحديد الذي قدمته الأمم المتحدة و لأغراض إحصائية ، تحدد من هم بين عمري 15 و24 سنة بأنهم شباب دون الإخلال بتحديد الدول الأعضاء إلا أن هناك بعض الدول تحصر أعمار الشباب بين 12و24 سنة وفقا لتشريعاتها أو انطلاقا من مسؤولية الشباب الاقتصادية و الاجتماعية[1]

وفي رأي الباحثين الآخرين فان مرحلة الشباب تبدأ بعد سن البلوغ ، بالرغم من عدم وجود سن محددة يتم فيه البلوغ الجنسي ، و عليه فهناك من يحدد بدايتها بسن الثالث عشر و حتى الحادية و العشرين ، و ثمة من يبدءون بها عند الخامسة عشر و يصلون بنهايتها عند الثلاثين كما يرى آخرون أنها تغطي الفترة من سن السابع عشر حتى السابعة و العشرين[2]

و يرى عبد الله بوجلال أن مرحلة الشباب تمتد من الخامسة عشر إلى السادسة و العشرين ، إلا انه و عند الضرورة الجزائية يمكن أن تقسم هذه المرحلة إلى مراحل متدرجة التقسيم الذي ورد في دراسته على النحو التالي :

[1] صالح السعد : المخدرات والمجتمع ،مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان ، 1996، ص 121 .

[2] علي ليلى وآخرون : الشباب القطري اهتماماته وقضاياه ، مركز الوثائق والدراسات الشبانية ، جامعة قطر ، 1991 ، ص 67 .

مرحلة الشباب الأولى و تقع ما بين 15-18سنة و مرحلة الشباب الثانية و تقع بين 19- 22 سنة، و مرحلة الشباب الثالثة تقع بين 23 - 26 سنة[1]

أما نصير بوعلي فيقول انه في الغالب يتم تحديد مرحلة الشباب من. 15 - إلى 24 سنة ، لان الشباب يكونون فيها ناضجين ، أما في مرحلة ما قبل. سنة ، فيكونون في سن المراهقة ، وبعد مرحلة سنة يكونون قدةبداو يبتعدون عن الدينامية و الحركية التي تميز الشباب. [2]

و البعض من الباحثين بداية مرحلة الشباب هي بداية فترة المراهقة (سن البلوغ) التي تصحبها دائما توترات و مشاكل ، و تنتهي فترة الشباب ببلوغ الفرد الثلاثين عاما على أساس أن الفرد في هذه السن يكون قد أنهى تحصيله الأكاديمي و استقر وظيفيا و حتى بعض طموحاته.

إذن من خلال هذه العينة من الآراء حول تحديد مرحلة الشباب و تباينها وعدم الاتفاق حول فترة محددة.

2-1-2:خصائص الشباب :

نظرا لخطورة و أهمية مرحلة الشباب في صنع وبلورة شخصية المراهقين والراشدين مستقبلا، يستوجب على الدارسين و العلماء و الباحثين في مجال الشباب معرفتها و التعمق في دراستها، لذلك إن للشباب خصائص منفردة عن غيرهم تجعلهم في مرحلة انتقالية سوءا كانت هادئة أو عاصفة، لذلك سنعرض أهم هذه الخصائص التي تعتبر بمثابة نقلة نوعية في حياة الشباب ككل .

[1] عبد الله بوجلال وآخرون : القنوات الفضائية وتاثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجامعي، دراسة نظرية وميدانية ،دار الهدى،عين مليلة، الجزائر ،د.ت،ص 15

[2] نصير بوعلي : اثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري،دراسة تحليلية وميدانية ،أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال،2003/2000 ،ص 15

-الخصائص الجسمية :

تعتبر بداية مرحلة المراهقة و التي يرى الباحثون فيها بأنها مرحلة حساسة للغاية و حرجة لدرجة يجب التعامل مع المراهق من خلالها بحذر و حرص[1] كونها تمهيد لمرحلة الشباب التي تعرف تغيرات مهمة حيث يتغير النمو الجسمي، كما تتغير أجهزة و أعضاء الجسم وفقا لحالة النمو التي يمر بها الشاب، و ذلك تبعا لزيادة عمر الفرد و تطور حياته ، إذ يكتسب كل من الجنسين قواما معينا و تتميز هذه الأخيرة بالنمو نحو النضج و التخلص من الاختلال في التوازن العضلي و العصبي الذي يميز مرحلة المراهقة .

نخلص إلى أن أهم نواحي الرعاية و العناية الجسمية للشباب تكمن في توفير الجوانب الوقائية من الأمراض من جهة، ومعرفة الحاجات المادية و الأساسية (ملبس ، مسكن، غذاء ... الخ) من جهة ثانية ، والبحث عن العمل الذي يناسب قدراتهم الجسمية ، و ذلك لتلبية حاجاتهم و تفاديا للكثير من المشكلات التي تمس الجانب الجسمي كالإعاقات و الأمراض المزمنة[2]

-الخصائص النفسية الانفعالية :

تؤثر التغيرات الجسمية التي ذكرناها آنفا، بالإضافة إلى العوامل البيئية تأثيرا بالغا في الشباب، بحيث ينعكس اثرها على الحالة النفسية، حيث تكون قوية في بداية عمرهم ثم تأخذ في الاستقرار كلما تقدم العمر و اتسعت آفاق الشباب و ازدادت خبراتهم و تحكمهم في الأمور، وقد تبين في دراسة للعديد من الباحثين أن العامل الثقافي

و الحضاري له تأثيره البالغ في إحداث الانفعالات و المضايقات التي تبدو عليه في هذه الفترة كما أن المظاهر النفسية و الانفعالات عند الشباب تختلف من مجتمع لآخر ، وذلك حسب الوسط[3]كما تعتبر هذه المرحلة مرحلة الرفض و التمرد على السلطة ، و هو لا يتمرد عليها كسلطة بل يتمرد على الأسلوب المستخدم بها و الذي يعيق تلبية حاجاته

[1] نصير بوعلي : اثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري،دراسة تحليلية وميدانية ،أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال،2003/2000 ،ص 15

[2] السيد عبد الحميد عطية وهناء حافظ بدوي:الخدمة الاجتماعية ومجالاتها التطبيقية،المكتب الجامعي الحديث،الاسكندرية،ص272 .

[3] محمد عزمي صالح : مرجع سابق ، ص ص 33 ، 34

الأساسية[1]. و هي ليست مرحلة محددة بفترة زمنية فحسب ، بل هي مجموعة من الصفات النفسية و السلوكية التي تتميز باشتداد النزعة الاستقلالية ، و يؤمن الشباب فيها بالتجديد و التغيير ، و هذا ما يظهر قلقهم الدائم ، و يمكن أن نوجز بعض هذه الخصائص فيما يلي :

- بناء آمال تكون أكثر واقعية
- القدرة على التحكم في الاستجابات

القدرة على مواجهة الواقع بدلا من الهروب منه

-الخصائص الجنسية :

من النمو الفيزيولوجي تبدأ الخصائص الجنسية الأولية و الثانوية في الظهور ، التي تجعل الشاب قادرا على التناسل ، و يحدث أثرا عليه من حيث الحالة المزاجية و النفسية و تتجلى حاجته الجنسية بإلحاح مع كل ما يصاحبها من توترات داخلية نتيجة الصراع بين الأشكال والمؤسسان التي تتيح له إشباعها و هل يشبعها عن طريق الزواج أو عن طريق آخر، و إلى أي حد تسمح له القيم السائدة باتخاذ هذا الحل أو ذاك ، و عليه فان هذه الصراعات و الاضطرابات التي يعاني منها الشاب في هذه المرحلة تتباين من حيث الشدة و العنف باختلافات المجتمعات و الثقافات .[2]

-القدرات العقلية :

في مرحلة الشباب تبلغ القدرات العقلية عندهم ذروتها أكثر دقة في التعبير اللفظي و القدرة العددية ، و هنا تبدأ الهوايات و الميولات الخاصة في الظهور ، و ينمو التذكر و الانتباه و يعتمد على الفهم و استنتاج العلاقات و المتعلقات و تنمو معه القدرة على الاستدعاء و التعرف ، و عند الذروة تزداد القدرة على التخيل المجرد غير المحصور في نطاق الصورة الجنسية ، كما ينمو التفكير المجرد و تزيد القدرة على الاستدلال و الاستنتاج و الحكم على النتائج و حل المشكلات و القدرة على التحليل و التركيب .

[1] السيد عبد الحميد عطية وهناء حافظ بدوي : المرجع نفسه ، ص27

[2] سامية قطوش ، عمل الأبناء الشباب وعلاقته بالاتصال مع الآباء في الأسرة ، دراسة مقارنة لعينة من الشباب في الجزائر العاصمة وضواحيها ، مذكرة ماجستير، قسم علم الاجتماع ، جامعة الجزائر ، 2002 ، ص . 150

كما انه في هذه الفترة بالذات تزداد قدرة الشاب على النقد و يتوقف عن تقبل الأفكار و المبادئ و القيم التي يقدمها له عالم الكبار على حالاتها ، إنما يفكر فيها و يناقشها و ينقدها و قد ينتهي إلى رفض بعضها ، و قد يصل الأمر ببعضهم إلى تكوين أفكار و آراء عن الكون و القيم و التقاليد قد تتعارض مع تقدمها لهم المؤسسات المسؤولة عن التنشئة الاجتماعية[1] .

- **الخصائص الاجتماعية :**

هي مجموع العادات و القيم و الاتجاهات الاجتماعية و العلاقات بالآخرين ، أي ما يتعلق بالإنسان و سلوكه و طرق تعامله مع الآخرين و أساليب التصرف معهم، فالشباب اجتماعي بطبعه و يجد راحة كبيرة في أن يعيش في وحدات اجتماعية، تعتبر جزء أساسيا من حياته ، تعطيه ذاتية التي يبحث عنها دائما ، و يبحث عن مجتمع يعطيه الاستقرار ، كما أن الشباب يواجه الكثير من صور الحراك حتى يصبح مواطنا مندمجا في مجتمعه حيث ينتقل من مرحلة التعلم إلى سوق العمل ومن المنزل إلى البيئة الخارجية [2]

2-1-3:أهمية الشباب في المجتمع :

الشباب هم الشريحة الأكثر أهمية في أي مجتمع إذ كانوا يمثلون نصف الحاضر فإنهم في الغد سيكونون كل المستقبل ، و من هذه القاعدة جاء القول بان الشباب يساهمون بدور فعال في تشكيل ملامح الحاضر واستشراف آفاق المستقبل و المجتمع لا يكون قويا إلا بشبابه و الأوطان لا تبنى إلا بسواعد شبابها ، و عندما يكون الشباب معد بشكل سليم و واع و مسلح بسلاح العلم و المعرفة ، فانه سوف يصبح أكثر قدرة على مواجهة تحديات الحاضر و أكثر استعدادا لخوض غمار المستقبل .

[1] عزت حجازي، الشباب العربي و مشكلاته ، سلسلة عالم المعرفة ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، الكويت ، 1985 ، ص87 .

[2] نورهان منير حسن فهمي : القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية ، المكتبة الجامعية الحديثة ، الإسكندرية ، 1999 ، ص 244 .

-الأهمية السياسية :

تشكل المشاركة السياسية للشباب هدفا أساسيا يسعى إلى تحقيقه كل مجتمع بمؤسساته المختلفة انطلاقا من ضرورة المرحلة و متطلباتها في ظل عملية الإصلاح السياسي الشامل الذي يمر به المجتمع ، وما يفرضه من ضرورة مشاركة كافة شرائح المجتمع و الشباب ، خاصة باعتبارهم الشريحة الأوسع ، ومن هنا تنبع أهمية استثمار الطاقات و القدرات الشبابية و توظيفها بالشكل الايجابي ، مما يشكل مصدر قوة و تقدم المجتمع ، حيث تأتي المشاركة السياسية عندهم كإحدى الجوانب و المحاور الهامة لعملية الإصلاح الشامل و العملية التنموية الوطنية .

و نظرا للأهمية السياسية للشبان في المجتمع ، فهو يعطي لهم دورا في الأحزاب ، من خلال اختيار عناصر شبابية في هيئاتها و لجانها و برامجها ، كما تشكل الجامعات إحدى المساحات الهامة للممارسة الشبابية للسياسة ، لذلك تأتي أهمية المجالس و الأندية و التنظيمات الطلابية .[1]

لذلك تبرز الحاجة إلى إيجاد هيئات و مجالس طلابية و برلمانات طلابية ، تعزز الوعي و الممارسة السياسية لدى الطلبة منذ الصغر ، الأمر الذي يساهم في إفراز قيادات سياسية في المستقبل ، كما تعتبر فئة الشباب الأكثر تقبلا و تجاوبا مع أي تغيير للفكر أو السلوك في الحياة .

و منه فإن الشباب إذا وجد التوجه السليم و الرعاية دون الظلم و التهميش ، فيكون طاقة جبارة فعالة تدفع بالمجتمع إلى التقدم و تحقيق الإنجازات، أما إذا لم يحظ بالرعاية الكافية فقد يكون عرضة للتيارات العقائدية و بعض المستغلين ، فيصبح بذلك يدا تعمل على تحطيم المجتمع و نشر الفساد ، فهو يشكل خطورة على نفسه و المجتمع الذي يعيش فيه ، و يخسر بذلك المجتمع قوة و طاقة من أهم طاقاته .

-الأهمية الاقتصادية :

الشباب هم الأكثر طموحا في المجتمع ، و هذا لأن عملية التغيير و التقدم لديهم حدود و يجب أن تضع في سلم أولوياتها استقطاب طاقات الشباب و توظيفها في كل المجالات العملية الاقتصادية الإنتاجية فهم قوة اقتصادية

[1] محمد عزمي صالح : مرجع سابق ، ص ص 43. 44 .

جبارة، فالعمال الشباب هم الذين ينتجون بسواعدهم ، و الشباب المتعلم بجهدهم الذهني ينتجون ما يحتاجه المجتمع، و هم الذين يبنون الوطن و يضمنون قوته الاقتصادية ، و دور الشباب في التنمية الشاملة دور محوري و أساسي.

و التقدم الاقتصادي مستحيل دون تقدم علمي و عقول الشباب النيرة هي التي توفر القاعدة العلمية التي تضمن النجاح و التقدم في العمل التنموي و الاقتصادي للشباب عنوان للفتوة و القوة ، إذن فالشباب يمثل قطاعا هاما لأنه يمتاز بخصائص القدرة الإنسانية " المنتجة " في أقصى و أقوى مراحلها ، إذ يعتبر رأس مال الأمة و عدتها و عتادها هم الفئة الأكثر حيوية و قدرة على العمل و النشاط و الابتكار و الإنتاج ، مع وجود الاهتمام و التوجيه له ، خاصة في مجال العمل و كلما وجدت فرص عمل زادت أهميته الاقتصادية [1]

-الأهمية الاجتماعية :

يعتمد العمل الاجتماعي على عدة عوامل لنجاحه ، و من أهمها الموارد البشرية فكلما كان المورد البشري متحمسا للقضايا الاجتماعية ، و مدركا لأعمال العمل الاجتماعي كلما أتى بنتائج إيجابية و حقيقية .

و حقيقة إن العمل الاجتماعي يمثل فضاء رحبا يمارس فيه أفراد المجتمع ولائهم و انتمائهم لمجتمعهم ، و بالتالي فعماد المورد البشري هم الشباب ، فحماسهم و انتمائهم لمجتمعهم كفيلان بدعم المجتمع و الرقي بمستواه ، فضلا عن ذالك فانه سيركم الخبرات و قدرات و مهارات الشباب لأنهم التيار الدافئ الذي يسري في أوصال المجتمع الغني بشبابه هو المجتمع القوي المزهر بعكس المجتمع الفقير بشبابه ، فان ماله إلى التفكك و الانهيار و يستطيع الشباب بما يمتلك من إمكانيات و طاقة الحياة المشاركة الايجابية في أداء الوظائف و الأعمال التي يمكن أن يسندها إليه المجتمع ، لاستعداداته و قدرته و بالتالي المساهمة في بلوغ المجتمع أهدافه[2].

[1] إسماعيل علي سعد : الشباب والتنمية في المجتمع السعودي ، دراسة ميدانية لطلاب جامعة الملك عبد العزيز، دار المعرفة الجامعية ،1989 ، ص ص. 50 . 51 .

[2] محمد عزمي صالح : مرجع السابق ، ص 45 .

2-2:الشباب ومؤسسات التنشئة :

إن وظيفة تنشئة الشباب تتولاها مؤسسات عديدة مثل الأسرة و المدرسة و وسائل الإعلام و المسجد و الجماعة الأولية و العمل و الجمعيات المختلفة والشارع أيضا. و بقدر ما تتكامل ادوار هذه المؤسسات فيما تقدمه إلى الشباب تكون عملية التنشئة الاجتماعية ناجحة و بالتالي يسهل اندماج الشباب في مجتمعه و بقدر ما تكون أفعال المؤسسات متعارضة أو متناقضة يتعرض الشباب إلى اضطرابات نفسية و إلى إحباطات تدفع به إلى سلوكيات غير السوية، و تعتبر التنشئة الاجتماعية عملية مستمرة في حياة الفرد و تنتهي بانتهائها و هي تكتسي أهمية خاصة في المراحل الأولى من الحياة ، أي الطفولة و المراهقة و الشباب.

2-2-1:الأسرة والمدرسة:

وتعتبر السياق الاجتماعي المباشر الذي يحيط بالطفل ليوفر له ما يشبع حاجاته و يحميه من البيئة المحيطة به و ما تحمله من مخاطر و هي التي تكون معالم شخصيته من قيم و سلوكيات تدعم الذات الاجتماعية فيه ، ويرى الانثروبولوجيين المحدثون في الأسرة إنها الوسيط الذي من خلاله يتحقق دور الحضارة في تشكيل الشخصية الإنسانية ، بينما ينظر علماء الاجتماع إلى الأسرة كأحد الوسائط الاجتماعية في تشكيل الشخصية [1]

و تتجلى أهمية الأسرة في حياة الشباب حسب طبيعتها، فإذا كانت الأسرة صالحة و تقوم بدورها كما ينبغي فان الشباب يكونون بمنأى عن الاضطرابات النفسية و الإحباطات و لا يقعون ضحية السلوكيات غير السوية أو المنحرفة .

- أما المدرسة هي الخلية الأولى التي تندمج فيها شخصية الطفل الفكرية و الثقافية و الاجتماعية لان المدرسة تلعب دورا أساسيا في التنشئة الاجتماعية، و يقضي الطفل وقتا معتبرا في المدرسة و يتلقى المعرفة و التربية اللائقة و يتأثر بالمعلم كونه قدوة من هنا نستطيع القول بان المدرسة يمكن أن تكون طريقا للنجاح كما يمكن أن تكون بوابة الانحراف، فهذه الأخيرة مرتبطة بالفشل الدراسي الذي قد لا يعود إلى عوامل كامنة في الطفل مثل الذكاء و المواظبة و

[1] علي ليلة وآخرون : مرجع سابق ، ص. 91.

إنما إلى سوء التوافق المدرسي كدور المعلم و طبيعة العلاقة مع التلاميذ و المقررات الدراسية و العلاقة بين الأسرة و المدرسة .

و الجدير بالذكر هو أن الفشل الدراسي يسبقه في العادة التسرب الدراسي الذي تعرفه اليونيسكو على انه " ما يحدث لنظام تعليمي في قطر ما مؤثرا في كفاءته و ناتج عن عاملي ترك المدرسة مبكرا أو الرسوب أو الإعادة " و من اكبر المشكلات التي تؤدي إلى الهروب و الغياب و التسرب من المؤسسات التعليمية و عدم الاستقرار في الحياة بالجزائر هي تلك التي توجد في المنزل الذي يخلو من الآباء [1] ، أي أن كل الظروف التي توجد في البيت تساهم بشكل كبير في ظاهرة التسرب الدراسي تجعل من المتسرب يبحث عن المخرج الذي يساعده على الهروب من الواقع المعاش في ظل الظروف المفروضة .

ومن هنا تتجل أهمية العلاقة بين الأسرة و المدرسة و دورها في النجاح أو الفشل الدراسي و بخصوص هذا الأخير ، فينتج عن الاغتراب عن المدرسة الذي يؤدي إلى الإقلاع عن الدراسة و من ثم سلوك طريق الانحراف[2].

و يأتي السلوك الانحرافي كعملية تكيفية لمواجهة الفشل الدراسي الذي ادى الى الاحباط ، مما يدفع بالتلميذ الفاشل الى تشكيل اتجاهات سلبية تجاه كل ما ترمز اليه و من ثم تبني سلوكا بديلا يخدم هذه الاتجاهات. [3]

2-2-2:العمل والجماعات الأولية

تظهر أهمية العمل كمؤسسة تنشئة اجتماعية من خلال ما يوفره من فرص للاندماج في المجتمع ، فهو يكتسي قيمة اجتماعية رمزية بالإضافة إلى كونه وسيلة لولوج عالم المسؤولية و القيام بدور في المجتمع فبالعمل يحقق الشباب الاستقلال المادي و الاستقرار النفسي ، و هو فرصة لإثبات الذات على المستوى العبائقي من خلال تفاعله مع البيئة الاجتماعية و تتكون لديه فضاءات متنوعة كفضاء الأسرة و فضاء العمل و الفضاء الزمني الشخصي مما يؤدي إلى شكل جديد للإنتماء أي هوية مهنية مختلفة عن الهوية الأسرية .

---

[1] محمد ارزقي بركان : التسرب عوامله نتائجه وطرق علاجه ، في عروض الأيام الوطنية الثالثة لعلم الثالثة لعلم النفس وعلوم التربية ، جامعة الجزائر ، جامعة الجزائر ، 1998 ، ص 369 . 387 .

[2] عمر عسوس : دور الأسرة والمدرسة في الوقاية من الجريمة ، في الفكر العربي ، عدد 83 ، بيروت ، معهد الإنماء العربي ، 1996 ، ص 227

[3] خليل شكور : أمراض المجتمع :الأسباب.الأصناف.التفسير.الوقاية والعلاج، الدار العربية للعلوم،بيروت،1998 ، ص23 .

كما أن العمل وسيلة لتجنب أحد المشاكل التي يعاني منها الشباب في كل البلدان تقريبا وهو مشكل الإقصاء، و بصفة خاصة عن طريق البطالة بمختلف أشكالها و تجدر الملاحظة إلى أن العمل كما يشير إلى احد الباحثين أصبح في السنوات الأخيرة عاملا أساسيا في الإقصاء و الإقصاء نوعان :

الإقصاء من العمل و يخص البطالين و الإقصاء بالعمل و له صلة بكل من يمارس عملا غير ثابت و مؤقت و جزئي و غير خاضع لاتفاقيات العمل، أي العمل الذي لا يدمج تماما من المجتمعات العمالية في المؤسسات [1]

-الجماعات الأولية :

وهي جماعة صغيرة العدد و تتحدد أساسا بالتفاعل في وضعية الوجه لوجه ، و لها قواعد سلوك و متضامنة و التي تعتبر المحدد الرئيسي لسلوك الفرد ، و من بين هذا النوع من الجماعات جماعة الأصدقاء و تساهم بدرجة كبيرة في تشكيل شخصية الفرد و أنماطه السلوكية ، من خلال المكتسبات الثقافية التي تفرزها في محيطه الاجتماعي و البنائي، و تتجلى أهمية الجماعة الأولية من خلال فكرة أن السلوكيات المنحرفة ليست موروثة و إنما مكتسبة من المجتمع الذي يعيش فيه الفرد و الجماعات الأولية التي يخالطها ، ومنها جماعة الأصدقاء و الرفاق [2] بمعنى أن الجماعات الأولية تؤثر بدرجة كبيرة على الفرد من خلال اكتسابه لسلوكيات ايجابية كالأخلاق الحميدة و الوفاء أو السلبية كالسلوكيات الغير سوية .

2-2-4:الشارع :

عندما تفشل بقية مؤسسات التنشئة الرسمية تبرز أهمية الشارع في هذا المجال فالشارع يشكل جماعته عندما يلتقي أطفال من أسر مختلفة في مكان معين فجماعة الرفاق تنشا بطريقة تلقائية بمعنى أنها لا تتكون على أساس التخطيط الشعوري ، و بسبب تشابه الميول و الحاجات العامة و غيرها قد تتحول هذه الجماعة إلى عصابات تكون خطرا على المجتمع ككل، إذ تمارس جماعة الرفاق ضغط على أفرادها لكي يسلكوا سلوكا يتماشى و معاييرها [3]

[1] سامية قطوش : مرجع السابق ، ص 150

[2] صالح سعد : مرجع السابق ، ص 128 .180 .

[3] سامية قطوش ، مرجع السابق ، ص 99 .

2-2-4وسائل الإعلام :

إلى جانب السابقة الأخرى فان وسائل الإعلام هي الأخرى تلعب دورا أساسيا في عملية التنشئة الاجتماعية لأنها مصدر معلومات وأراء و أفكار و صور و اتجاهات بالنسبة للكثير من الأطفال و الشباب الذين يستهلكون منتوجاتها، و بالنظر للمدة الزمنية التي يقضونها في مشاهدة التلفزيون بصفة خاصة ، و الإبحار عبر مواقع الشبكة العالمية بالنسبة للبعض ، أو استعمال وسائط إعلامية أخرى ، و زيادة على ذلك فهي أداة قوية للضبط الاجتماعي ، و تحافظ على الوضع القائم وتتحداه .

وعليه فان وسائل الإعلام يمكن أن تثرى حياة الشباب بالخلق و الإبداع و التربية و الترفيه أو أن تؤثر في مواقفهم السلوكية إذا اتسمت بطروحات و أفكار و مشاهدة فجة و دنيئة ، سيما ما تعلق منها بالجنس و العنف و الجشع و الكسب غير المشروع [1]، و مثل هاذين الاحتمالين يتوقف أمرهما على ظروف كل بلد و مستوى تطور وسائل إعلامه ، وهل تقوم بدور التنشئة الاجتماعية حصريا أم تشاركها فيه وسائل الإعلام الأجنبية ، فعلى خلاف الشباب الأمريكي مثلا الذي يتعرض للتنشئة الاجتماعية عن طريق مصدر واحد هو وسائل الإعلام الأمريكية فان معظم البلدان الأخرى إن لم تكن جلها ، و لو بدرجات متفاوتة تتعرض إلى مصادر إعلامية متعددة و تساهم في تنشئة الشباب اجتماعيا .

و هذا ينطبق أكثر على البلدان النامية حيث تراجع دور وسائل الإعلام المحلية أمام الإعلام الأجنبي و خاصة الأمريكي و الأوروبي و أصبح الشباب في ظل عولمة الاتصال، يقبل على الرسائل الإعلامية الأجنبية التي هي في الواقع تحمل قيما و اتجاهات و أراء و سلوكيات يعكس معظمها السياق الذي أنتجت فيه ، و برغم بعض القيم العالمية التي تحملها، إلا أن أغلبيتها هي قيم استهلاكية أساسا و تتوجه إلى الغرائز أكثر مما تتوجه إلى العقل، ومن بين علامات هذه النزعة الاستهلاكية و أثرها على الشباب في البلدان النامية، علامة تقليد بعض الشباب كل ما هو غربي أساسا من ملبس و مأكل و الذوق و العلامة الأخرى تتمثل في أن وسائل الإعلام في البلدان النامية ذاتها أصبحت مقلدة للإعلام الغربي و بالتالي فان دورها في عملية التنشئة الاجتماعية ربما أصبحت مكملا لدور وسائل الإعلام الغربية .

[1] صالح سعد : مرجع سابق ، ص 30 .

كما أن وسائل الإعلام يمكن إن تساهم في خلق فرص بديلة أو ثقافة مضادة لدى الشباب تجعلهم يثورون و يتمردون على ماهو قائم من علاقات اجتماعية خاصة و أن الشباب معروف عنهم أنهم في جميع المجتمعات يميلون إلى تطوير نسق ثقافي خاص بهم عبر عنه مفهوم ثقافة الشباب أي تلك العناصر الثقافية التي انبثقت تاريخيا و التي تعبر في المحل الأول عن مصالح الشباب و احتياجاتهم و رغبتهم في التغيير و التجديد و رفض كل ما هو تقليدي. [1]

ويعتبر التلفزيون و الفضائيات من أكثر الوسائل متابعة من طرف الشباب و هذا ما تؤكده الدراسات العلمية العربية و العالمية و هذا هو واقع الحال الذي نعيشه، وفي ذات الوقت لا يستطيع أحد أن يهمل اثر المشاهدة التلفزيونية على الشباب، و تعرضهم لساعات طويلة للرسائل الاتصالية التي تبث ضمن البرامج و المواد التلفزيونية سواء كانت رسائل علنية مباشرة أو رسائل ضمنية غير علنية تقدم بجرعات خفيفة و مدروسة ضمن البث الاعتيادي دون التركيز عليها أو إبرازها ، و في هذا الإطار تسعى العديد من المحطات الفضائية لتقديم برامج تشد انتباههم و تلفتهم لمتابعتها بحثا عن المعلنين الذين يريدون الترويج لسلعهم و خدماتهم في أجواء الشباب و هنالك تحد كبير منوط ألان بالمؤسسات الإعلامية العربية في توعية جيل الشباب و بث مواد مجابهة للإعلام الغربي الذي تمتلكه في اغلب الأحيان أهم الشركات الخاصة التي تقوم ببيع منتوجاتها الإعلامية للمحطات العربية من برامج و أفلام و مسلسلات لا تمتلك في مضامينها سوى أفكار خالية من الفائدة العلمية و الثقافية الراقية مع تأكيدها و سعيها إلى نشر الإباحية و العنف[2].

و بالتالي فان ترك الشباب يواجهون الرسائل الاتصالية الصادرة من البرامج الإعلامية و المواد التلفزيونية الموجهة لهم على اختلاف أشكالها قد يحدث أثار سلبية في حياتهم لتبنيهم أفكار جديدة تترجم بسلوكيات لا تتوافق مع قيم المجتمع ، فالكثير من الرسائل الاتصالية بالمحطات الفضائية العربية تحمل قيم المجتمع و كثيرا ما يشاهدها الشباب .

[1] محمد علي محمد : الشباب العربي والتغيير الاجتماعي ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 1985 ، ص . 30 .

[2] نديم ربحي محمد الحسن : اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، الأردن ، 2008 ، ص.ص 27 ، 28 .

تمهيد:

يعتبر التلفزيون إحدى أهم وسائل الاتصال الجماهيري، وهذه الوسيلة الإعلامية أصبحت إحدى اقوي وسائل الاتصال في تاريخ الحضارة الإنسانية، فهو يقرن الصوت إلى الصورة ويقدم برامجه لكل طبقات المجتمع ولكل الأعمار والأجناس ولكل الوظائف ويلعب دورا خطيرا ومهما في بناء المجتمعات الإنسانية و الحضارية سلبا وإيجابا وذلك من خلال البرامج المتنوعة التي تعرضها الفضائيات كبرامج الترفيه التي تعد من أكثر البرامج تفضيلا لدى الشباب العربي خاصة البرامج الترفيهية المستنسخة التي لاقت رواجا كبيرا داخل المجتمعات العربية خاصة بعد انتشارها الواسع في الفضائيات العربية .

3-1- ماهية البرامج التلفزيونية:

3-1-1-أنواع البرامج لتلفزيونية :

إن محاولات تصنيف البرامج ليست حديثة تماما، حيث يعود الاهتمام بإيجاد تصنيف للبرامج الإذاعية والتلفزيونية إلى الستينات حين قامت منظمة اليونسكو بدراسة مقارنة لأسبوع من برامج الراديو وأسبوع من برامج التلفزيون،[1] واستجابت لهذه الدراسة 43 محطة راديو و26 محطة تلفزيون، وكان تصنيف البرامج من جانب اليونسكو كالأتي: (الأخبار-الترفيه-التثقيف-البرامج الخاصة) وفي أوائل السبعينات عقدت المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم حلقة الإحصاءات الثقافية في البلاد العربية بالخرطوم في الفترة 18-27 ديسمبر 1971م وأوصت الحلقة بإنشاء واستكمال أجهزة الإحصاء المتخصصة في كل بلد عربي وكذلك تصميم استبيان أو أداة لتصنيف الإحصاءات الإذاعية والتلفزيونية [2] .

والملاحظ أن هناك تصنيفات عديدة للبرامج التلفزيونية:

تنقسم برامج التلفزيون إلى:

أ) **برامج ناقصة النص semi scripter**: وهي غير دراسية ولا يوجد تمثيل او خط درامي واضح ولا يوجد ديكور أو اكسيسوار والمعد يقوم بتسليم النص الناقص للمذيع والمخرج للتنفيذ

ب) **برامج كاملة النص :full-scripted**

أولا: البرامج ناقصة النص: و تسمى عادة برامج النجومية، إذ البطل الحقيقي فيها هو المذيع أم مقدم البرامج ويمكن تحديدها فيما يلي:

- **البرامج الاستدلالية démonstration**: وهي ابسط شكل من الأشكال البرامجية التلفزيونية تعتمد على المذيع في المقام الأول ومثال ذلك برامج ...أقوال الصحف...إذ لا يوجد ديكور... ويمكن

[1] عزام أبو الحمام: الإعلام الثقافي جدليات وتحديات ، ط 1 ،دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان،2010،ص 122

[2] طارق سيد احمد الخليفي:فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية،دار المعرفة الجامعية،مصر،2008،ص ص 88-89

الاستعانة بوسائل إيضاح...خريطة، كرة أرضية، صورة والقيمة ليست في المادة المقدمة فقط ولكن فيمن يقدم البرنامج

- **المقابلة interview** : وهي عبارة عن تبادل للرأي والفكر وتحتاج إلى مقدم البرنامج الاستدلالي والى ضيف حيث يتبادلان الرأي والفكر في موضوع يهم الناس ... طرفان طرف يملك المعلومة وطرف يسال لكي يخرج هذه المعلومة للمشاهد

ثانيا: البرامج كاملة النص:

وتشمل هده البرامج التمثيليات التلفزيونية والمسلسلات والبرامج التي تحتاج إلى تعليق مكتوب مثل البرامج البيبوجرافية والتسجيلية[1]

- هناك تصنيف أخر وهذا التصنيف اجري في سبعينيات القرن العشرين والذي صنف البرامج التلفزيونية حسب المضمون المقدم:[2]

✓ **البرامج الإخبارية:** كنشرة الأخبار والتعليقات وبرامج المناسبات والبرامج الخاصة والشؤون العامة والرياضة

✓ **الإعلانات:** وتضم الإعلانات بنوعيها التجارية والإعلامية

✓ **البرامج الترفيهية:** وتدخل فيها برامج الموسيقى والدراما والفكاهة والمسلسلات والمسابقات والألغاز والفوازير والألعاب المختلفة

✓ **البرامج التعليمية:** سواء التعليم الرسمي الخاص بالمدارس أو التعليم الغير رسمي كبرامج الأطفال والشباب وتعليم الكبار

✓ **البرامج الموجهة:** للفئات التي تشمل أقليات دينية فضلا عن البرامج الدينية وغيرها

✓ **البرامج الخاصة:** وهي خاصة بجماهير نوعية كالمرأة والطفل و الشباب[3]

[1] عبد المجيد شكري: تكنولوجيا الاتصال إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون،ط1،دار الفكر العربي،القاهرة،1996

[2] سهير جاد،عبد العزيز شرف: البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي،الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر،1987،ص ص 49-50

[3] طارق سيد احمد الخليفي:المرجع السابق،ص ص100-101

- **تصنيف البرامج التلفزيونية حسب الهدف والقالب الفني المقدم:**

يمكن تصنيف برامج التلفزيون بالاستناد إلى معياري الهدف والشكل أو القالب الفني الذي تتخذه إلى مايلي :

- ✓ **البرامج الإخبارية:** هدفها الأساسي هو الإعلام والأخبار
- ✓ **برامج الحديث والحوار:** تركز على المادة الكلامية من أحاديث وحوارات ومناقشات
- ✓ **الدراما**
- ✓ **البرامج التسجيلية**
- ✓ **برامج الترفيه والتسلية والمنوعات:** وهي نوعية من البرامج تهدف الى الترفيه عن المتلقين وتسليتهم
- ✓ **البرامج الخاصة والموجهة**
- ✓ **الإعلانات وموارد الربط** [1]

3-1-2: أهداف البرامج التلفزيونية:

تهدف البرامج التلفزيونية الى تحقيق الاتي:

- أهداف عقلية:

- توعية الأفراد وتثقيفهم بثقافة عصرية من خلال البرامج الثقافية والفكرية

- تعريف الأفراد بمستجدات الحياة في الداخل والخارج من خلال البرامج الإخبارية والخاصة بالأحداث

- تدريب الأفراد وتزويدهم بالمهارات اللازمة للحياة وتطوير قدراتهم الوظيفية من خلال برامج الأعمال والمهن العديدة

- توسيع مدارك الأفراد حول المكتشفات والاختراعات العلمية وأسرار الكون وما فيه

[1] فارس عطوان:الفضائيات العربية ودورها الإعلامي،ط1،دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان،2009،ص133

أهداف صحية :

- التثقيف الصحي بأسباب الصحة العامة وطرق المحافظة عليها .
- التعريف بالإمراض والآفات الصحية وأساليب الوقاية منها
- التوعية بدور العلم وجهود العلماء في مقاومة الأمراض والتصدي لها
- تنمية الاتجاهات والعادات الصحية مثل : النظافة في الأكل والشرب والحياة الخاصة
- التحذير من تلوث البيئة ومخاطرها وحوادث الطرق وأسباب السلامة [1]

أهداف اجتماعية :

- التعريف بالبيئة المحلية والعربية وظروفها الجغرافية والسياسية والاقتصادية والتحديات التي تواجهها
- التعريف بالمؤسسات الاجتماعية والمرافق العامة ودورها ونظامها
- إرساء قواعد الألفة والمحبة بين المشاهد وإزالة بعض الفوارق الاجتماعية المختلفة بينهم ، فيتساوى مشاهد وبرامج التلفزيون في كل الطبقات والفئات الاجتماعية كل في مكان إقامته حيث تتوافر لديهم أجهزة التلفاز التي تمكنهم من استقبال البث .
- تعزيز الجسر الاجتماعي بين الكبار والصغار من خلال تعويد الأطفال على قواعد سلوكية وتنظم العلاقات الاجتماعية بينهم وبين الكبار .
- تعميق الانتماء الاجتماعي بين الأطفال ومجتمعهم الذي يعيشون فيه ، وينعكس ذلك في ضرورة حبهم لمجتمعهم وأفراده وعاداته وتقاليده ومنهجيته وسلوكياته الاجتماعية الايجابية. [2]

3-1-3:تأثيرات البرامج التلفزيونية على المشاهد :

لقد أصبح للإرسال التلفزيوني مكانة متميزة بين وسائل الإعلام وخصوصا بعد انتشار الفضائيات ، وقد قامت إحدى المؤسسات العلمية بحصر الدراسات والبحوث المتعلقة بمدى تأثير البث التلفزيون في السلوك

[1] صالح ذباب هندي : اثر وسائل الإعلام على الطفل ، ط4 ، دار الفكر ، عمان ، 2008 ، ص ص 35-65 .

[2] عبدالفتاح أبو معال :اثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم ، ط1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان ، 2006 ، ص ص 108-109.

الإنساني ، وتكوين الرأي العام فوجدت أن عددها تجاوز 2300 دراسة وان هذا العدد التالي يزيد بكثير على عدد الدراسات التي أجريت على باقي وسائل الإعلام [1]

وقد حاول الكثير من الباحثين في مجال العلوم الاجتماعية والإنسانية حصر تأثيرات المضامين التلفزيونية وتوصلوا أن سلبياته كثيرة على الفرد (تفكيره ، قيمه ، سلوكه) وعلى المجتمع رغم ماله أيضا من ايجابيات عديدة .

وسنحاول فيما يلي ذكر أهم التأثيرات السلبية والايجابية للبرامج التلفزيونية على المتلقي :

❖ التأثيرات السلبية للبرامج التلفزيونية :

إن التلفزيون باستغلاله للصوت والصورة قد قضى على ديناميات السلوك الفردي ، فقد كان الأفراد قبل ذلك يبذلون جهدا ايجابيا للحصول على الثقافة ، إلى أن الأفراد سلبيون قابلون لمشاهدة ما يقدمه لهم التلفزيون من برامج [2]

بالرغم من أن التلفزيون آخر المواليد في سلالة وسائل الاتصال من حيث النشأة ألا أنه استطاع أن يحقق تطورا تكنولوجيا ملحوظا ويثير الجدل والمناقشات أكثر مما أثارات وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى ولم يكن

"نيكولاس جونسون" الرئيس السابق للجنة المواصلات الاتحادية في الولايات المتحدة الأمريكية مغاليا عندما علق على التلفزيون قائلا : " إن كل ما نفعله ، وكل ما نمثله ،وكل ما يشغل بالنا، إنما يتأثر بالتلفزيون"[3]

وتحدد لنا أبرز المشكلات داخل الأسرة التي كان التلفزيون سببا لوجودها في ثلاثة مجالات:

- الخلاف بين الآباء والأبناء بسبب المنع من مشاهدة بعض البرامج
- مشكلة انشغال أفراد الآسرة عن بعضهم وقلة الحوار والنقاش في أمور قد تكون أحيانا جزء من حياة الأسرة

[1] فارس عطوان: مرجع سابق ص133 .

[2] محمد نصر مهنا: في تنظير الإعلام ، الفضائيات العربية – العولمة الإعلامية – المعلوماتية ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، 2009 ، ص 367 .

[3] عمر عبد الدايم: القنوات الفضائية وتطور الإنتاج التلفزيون ، دار الكتاب الحديث ، مصر ، 2007 ، ص 51.

- الخلاف حول استمرار الاستقبال لمادة برنامجية معينة أو الانتقال إلى غيرها ، ولاسيما بوجود الأقمار الصناعية وإمكانية استقبال عدد المحطات الخارجية [1]

إن الإسراف في مشاهدة البرامج التلفزيونية يؤدي إلى القلق والميل إلى الانتقام والتشبع بالقيم المنحرفة ، ومن أخطر ما اكتشفته الدكتور "فردريك ورتام" الطبيب النفسي المشهور أن الأطفال في سن الحادية عشرة يتأثرون بالعنف والجنس ، وقد أوضحت دراسات العالم الايطالي أنر يكو أتافيلا أثر أفلام العصابات على المراهقين ومدى خطرها الداهم على نفوس الشباب والأطفال ، ولخصت اليونسكو أبحاث هذا العالم في العبارة " إن أفلام العصابات هي السبب في العقد النفسية الخطيرة ولا يرجع ذلك إلى أنها تحبذ الجرائم فحسب وإنما على ما تورثه من اضطرابات أخلاقية تكمن وراء الجرائم المختلفة [2]

❖ التأثيرات الإيجابية للبرامج التلفزيونية:

إن البرامج التلفزيونية تسهم في التنشئة الاجتماعية والتنمية والثقافية وخلق الجو الحضاري الملائم للتقدم والنهضة وتلقين العلوم ،الآداب، الفنون والتوعية الشاملة والمحافظة على القيم والتقاليد السائدة في المجتمع [3]

برامج التلفزيون تملك الإمكانات التي تجذب انتباه المشاهد ، حيث تقدم لمشاهديها المعارف والأفكار والخبرات في مشاهد متكاملة تعتمد على الصورة الحية المعبرة .

يؤكد الباحثون على أهمية الصورة التي تعتبر لغة عالمية مفهومه لغالبية البشر ، 70%من الإدراك الحسي تصل إلى عقل الفرد بواسطة الإحساس البصري وهذا يؤكد مدى فعالية التلفزيون كوسيلة مرئية في حين أن الإحساس السمعي لا يتعدى مفعوله نسبة 20%ولهذا فان اقتران الصورة الحية بصوتها الطبيعي يزيد من واقعيتها وقوة تأثيرها ، يوسع إطارها ، كما يضيف اللون لها المزيد من الواقعية ، وبالتالي يساعدهم على فهم واستيعاب المعلومات [4]

[1] مي العبد الله : التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير ، دار النهضة العربية ، لبنان ، 2006 ، ص 89

[2] احمد محمد الزبادي وآخرون: اثر وسائل الإعلام على الطفل ،ط2 ، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان ، 2000، ص 33

[3] عبد الرزاق محمد الدليمي: عولمة التلفزيون ، ط1 ، دار جرير للنشر والتوزيع ، عمان ، 2005، ص 80

[4] محمد معوض إبراهيم: دراسات في الإعلام والخليجي ، دار الكتاب الحديث ،ج 3 ، القاهرة ، 2002، ص 213 .

كثير من البرامج التلفزيونية تحث على بر الوالدين وتقديم الخبر والإحسان عن طريق ما تقدمه من مشاهدة مأساوية لفقراء أو مصابين أو منكوبين في حوادث مما يجعل المشاهدين يتأثرون بها ويسارعون إلى فعل الخيرات مثل هذه الحالات تقدم لهم بعض الآيات القرآنية مع تفسيرها وشرحها لهم، كما تجيب عن استفساراتهم وأسئلتهم وتدير الحوار والمناقشة مع بعض العلماء حول الأمور والقضايا التي تهمهم أو تتعلق بشؤون حياتهم ومجتمعهم وتسويتها بما يتماشى مع تقاليد دينهم [1]

وخلاصة القول أن للبرامج التلفزيونية ايجابيات كثيرة بغض النظر عن سلبياتها وذلك من خلال مساهمتها في نشر الثقافات ومساعدة المجتمع في التطور والتنمية بالإضافة إلى الترفيه عن المشاهدين .

3-2:الترفيه التلفزيوني

عرف الترفيه والتسلية لدى كل الشعوب ،ذلك أن الناس في حاجة دائمة إلى واحات في طريقهم تخفف عنهم بعض عناء رحلة الحياة وكان لابد من أشياء يروحون بها عن أنفسهم ويتخلصون بعض الشيء من الغم والحزن والنكد الذي ينغص عليهم معيشتهم ويكدر عليهم صفوهم [2]، وهذا ما تسعى إليه البرامج الترفيهية عبر القنوات الفضائية من أجل تحقيق أهداف معينة .

3-2-1:تاريخ الترفيه:

إن ظاهرة الترفيه مشتركة بين الثقافات كافة في مختلف أنحاء العالم ، ولكن دراسة حقيقة الترفيه فقط في القرن ال20 بعد ظهور السينما والراديو والتلفزيون وبعد إن أصبحت العديد من الوسائل الالكترونية منتشرة بين عامة الجمهور خاصة منذ 1960 ، منذ تلك الفترة بالذات بدأت الدراسة التي تبحث في الترفيه من قبل وسائل الإعلام ، وقد أعطتنا معرفة عن أسباب اختيار الناس لنوعية معينة من الترفيه [3] ،فمع التغير الكبير في الاختراعات التكنولوجية الخاصة بتسجيل الصوت ونقله وكذلك تسجيل الصور ونقلها تغيرت أشكال المتعة والترفيه التي سعى الناس من أجلها لقد جعلت السينما مكان المسرح يتراجع نسبيا، مثلما جعل التلفزيون مكانة السينما والراديو وتتراجع نسبيا أيضا كما جعلت عملية الاستماع إلى الموسيقى في المنزل من خلال أجهزة التسجيل الصغيرة

[1] زكريا عبد العزيز محمد: التلفزيون والقيم الاجتماعية والمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب ،مصر ، 2002 ، ص 45

[2] جمال العيفة : الثقافة الجماهيرية عندما تخضع وسائل الإعلام والاتصال تقوى السوق، مديرية النشر،عنابة، 2003 ، ص173 .

[3] سوزان القليني ، الدراما التلفزيونية في إطار وظيفة الترفيه الإعلامي،الفن الإذاعي،العدد 182،اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مصر،2006،ص،21

والكبيرة عمليات الذهاب إلى الحفلات الموسيقية تتراجع نسبيا أيضا رغم الفروق الكبيرة بين الاستماع إلى الموسيقى بشكل حي مباشر والاستماع إليها عن طريق الأجهزة والوسائط التكنولوجية .

لقد حول الراديو والتلفزيون وأجهزة التسجيل كما قال دولف زيلمان D. Zillman البيوت إلى قاعات حفلات وصالات عرض سينمائية وحلبات رياضية أيضا فلم يعد ضروريا الذهاب إلى مكان الحدث لأن الحدث يأتينا في بيوتنا حيث نجلس ونتكئ في رقاد يشبه النوم.[1]

فالإعلام الترفيهي يعتبر نتيجة من نتائج ظهور آلة الطباعة في انجلترا عام 1476 فقبل ظهور الصحف كانت النشرات المطبوعة هي وسيلة من وسائل التسلية لجماهير الشعب في ذلك الوقت حيث كانت تشمل على الفضائح والأحداث المثيرة ووفيات المشاهير ومع ظهور الجرائد اليومية والأسبوعية اشتملت على قدر كبير من المواد الترفيهية عن الطبقة العاملة في انجلترا أما في أمريكا أصبحت الكتب الترفيهية خلال 1795 الكتب الأكثر بيعا ومع ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية الالكترونية، أصبحت وظيفة التسلية إحدى الوظائف الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام، فالموسيقى بدأت بغناء المغني على المسرح فكانت تسجل في أذهان المستمعين وكان الناس يدفعون للمغني لكي يعيد لهم الأغنية، وبتطور الطباعة وصلت الأغنية إلى المرحلة الثانية التي يمكن أن تسجل بسهولة على أوراق مطبوعة ثم انتقلنا إلى المرحلة الثالثة مع الفونغراف حيث بدأ تسجيل الموسيقى ثم تطور الوضع إلى الكاسيت وشرائط الكاسيت ثم الأقراص المضغوطة CD، والآن في القرن العشرين الانتشار الساحق للموسيقى على CD،DVD ،MP3وغيرها من أجهزة التكنولوجيا الحديثة التي تساعد على التخزين.[2]

وتكاثرت القنوات الفضائية بشكل فطري أو سرطاني فأصبحت هناك قنوات جديدة تبث إرسالها كل يوم وأصبح هذا البث يتم على مدار الأربع والعشرين ساعة، وأصبحت الإعلانات عاملا أساسيا بارزا في معظم هذه القنوات[3]

وقد أجرت الباحثة Marie Gllespie دراسة ميدانية على عينة من المراهقين البريطانيين حول الإعلانات التجارية البريطانية وكانت من أهم النتائج التي توصلت إليها هي أن نسبة 86% من أفراد العينة تفكر في

[1] وفيق صفوت مختار:وسائل الاتصال والإعلام وتشكيل وعي الأطفال والشباب، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة ،2010،ص21 .

[2] سوزان القليني: مرجع سايق،ص 21

[3] وفيق صفوت مختار: مرجع سابق،ص 225.

الإعلانات التلفزيونية باعتبارها شكلا من أشكال الترفيه بدلا من كونها وسيلة للإقناع أو المعلومات[1]

وعموما فقد بدأت موجة الترفيه التلفزيوني في الولايات المتحدة الأمريكية ثم أخذت تتسع وتتحرك لتشمل العالم كله وقد تحول الترفيه اليوم لصناعة مميزة ليس هذا فحسب بل انه أصبح الصناعة الأكثر رواجا وتأثيرا في العالم مستغلا في ذلك ما وفرته الحضارة الإنسانية من تكنولوجيات ووقت فراغ.[2]

3-2-2 :الوظيفــة الترفيهيــة لوســائل الإعلام(التلفزيون):

يمكن القول انه غالبا ما يشترك في عملية الاتصال بهدف الترفيه والاستماع لأغراض وظيفية أو مرتبطة بالعمل ، وينطبق هذا على الاتصال بكافة أنواعه سواء الفردي او الجماعي أو الجماهيري ففي الاتصال الفردي نجد ذلك واضحا في دردشة الجيران والأصدقاء وزملاء العمل وفي المقاهي والكافتيريا والتليفون ، الزيارات العائلية والاحتفالات... وغيرها ونجد نفس الشيء بالنسبة للاتصال الجماهيري فالأفلام السينمائية والتلفزيونية والدراما والمسلسلات وغيرها من الأشكال الاتصالية تخدم أساسا هدف الترفيه والاستمتاع من جانب المستقبل.[3]

إن وظيفة الترفيه في عملية الاتصال الجماهيري تعمل على تحقيق النقاط الآتية :

- **أولا** : احتواء وتفريغ عوامل التوتر الاجتماعي.
- **ثانيــا** : توفير الاستماع واللهو وغير ذلك من وسائل الاسترخاء.
- **ثالثــا** : الابتعاد عن المشكلات اليومية .
- **رابــعا** :تمضية أوقات الفراغ .
- **خــامسا**: الحصول على المتع الجمالية والثقافية والأمنية .
- **سادســا**: الإثارة .

[1] Marie Gillespie: Télévision Ethnicity and Cultural Change، First published by Routedge، London، 1995، p178

[2] اديب خضور:سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون(الدراما التلفزيونية)،ط1،دار الأيام،الجزائر،1999،ص05 .

[3] سوزان القليني: مرجع السابق ، ص.22.

وهناك من يعتبر أن وظيفة الترفيه من أهم وظائف الاتصال على الإطلاق ، ويطلق عليها أحيانا بوظيفة الاسترخاء أو التحرر النفسي. [1]

وفي ظل المنافسة البيئة والعالمية الشرسة أصبح التحدي الذي يواجه أي برنامج تلفزيوني هو أن يكون الخيار بين مجموعة برامج، وأن يستطيع شد المشاهد على نفس الفضائية طيلة مدة بثه ، لهذا جعلت الفضائيات العربية الترفيه أهم عنصر في شبكاتها البرمجية خاصة منها القنوات التجارية التي تهدف إلى الربح أساسا حيث اضطربت هذه القنوات إلى زيادة ساعات بثها ، وزيادة مضامين الترفيه للملء هذه المساحة الزمنية من البث[2] ، وذلك بهدف شد المشاهدين وبيعهم للمعلنين الذين يقومون ظاهريا بشراء ألاف المشاهدين المشدودين الى القناة التلفزيونية والمسترخية عقولهم وأذهانهم بفعل الترفيه الذي يجعلها مستعدة لتلقي الإعلان والثمن الذي يدفعونه تحدده التوقعات حول عدد المشاهدين لدى عرض الإعلان. [3]

إن وظيفة الترفيه في الإعلام التلفزي العربي شهدت في العقد الأخير في القرن الماضي انعطافات خطيرة تحت وطأة عوامل موضوعية تقع خارج إطار النظام الإعلامي ، مارست تأثيرها على أساليب أداء هذا الإعلام لوظيفة الترفيهية ولعل أهم هذه العوامل يتجلى في أن مجتمعات عربية تمثل ثقلا نوعيا من النواحي التاريخية والجيوسياسية والفكرية والثقافية ، بالإضافة إلى أنها تتمتع بتراث مهم في مجال الإنتاج التلفزي بشكل عام اتبعت خيارات ومسارات معينة في الحقل الاقتصادي أحدثت تغييرات ذات مغزى في التركيبة الاجتماعية والطبقية لهذه المجتمعات حيث تراجعت مكانة فئات متوسطة دينامية تحتضن النخب العلمية والثقافية ،نتيجة تهميش أدوارها في العملية التنموية، ما أدى إلى تدهور مواقعها الاقتصادية أيضا ، وحيث طفت على السطح شرائح أخرى عريضة تمكن ممثلوها وروادها من تسخير آليات النمو الاقتصادي لمصالحهم والإفادة من ثغراتها التي أصبحت مألوفة في العالم النامي، محدثين انقلابا في البنيات الاجتماعية التقليدية والسلم الاقتصادي داخل تلك المجتمعات ومن الطبيعي أن تفرض هذه الشرائح الجديدة القادم بعضها من القاع الرث تعليميا وثقافيا والتي امتلكت قوة مادية لا يستهان

[1] هيثم هادي الهيتي:الاعلام السياسي والإخباري في الفضائيات ،ط 1،دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان ،2011،ص 17.

[2] عبد المالك الدناني: تطور تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، د.ط ،دار الشروق ، مصر ، 1995 ،ص 153 .

[3] هاني الرضا رامز محمد عمار : الرأي العام والإعلام والدعاية ،ط1،المؤسسة الجامعية ، بيروت،لبنان،1998،ص 77.

بها،عقلياتها وقيمتها الأخلاقية والجمالية ، أيضا على إعلامها الجماهيري المهيأ بنية ووظيفة لتلبية متطلباتها في مواده الترفيهية التلفزيونية خاصة [1]

وفي نفس السياق يضيف البرفسور الجزائري "عبد الرحمان عزي" حول المضمون الترفيهي في القنوات الفضائية قائلا:" إن ما تتصف به الفضائيات الترفيهية هو غياب القيمة، ويتجسد ذلك في التركيز على نوع من الخطاب في شكل غناء – طرب – رقص – لهو " الذي يحاكي الغرائز ويستهدف أوساط الفئة الشابة في المجتمع ،وقد سمينا هذا النوع النص الغريزي بفعل كينونته الظاهرة والخفية تتمحور حول استدعاء الجسد بوصفه وسيلة للإثارة والتعلق الرمزي ،ويكون من جهة أخرى أقل الوسائل تكلفة في اختراق الممنوعات والتنفيس عما يعتبر أنه مكبوتات اجتماعية خاصة في المجتمعات المحافظة نسبيا في المنطقة ، ويترتب على هذا الخطاب إبعاد القيمة ،أو تحييدها على الأقل تحت راية التحرر و مسايرة العصر والاستجابة للاحتياجات النفسية العاطفية الملحة ، ويكون هذا المنحى منسجما مع نوع من الطرح السياسي ذي النزعة الإلهائية والمتناغم مع خطاب العولمة الداعي إلى التعديل الثقافي وإبعاد الفئات الناشئة عن التطرف مثلا .[2]

ولقد أكدت إحدى الدراسات الإعلامية التي أجريت حول التدفق الإعلامي بين الدول عن طريق شاشة التلفزيون أن هناك خاصيتين واضحتين للإنتاج التلفزيوني المستورد:

- ❖ الأولى : أنه تدفق رأسي من جانب واحد من الدول المصدرة لبرامج التلفزيون إلى الدول المستقبلية أو المتلقية لهذه البرامج دون أن يكون هناك تبادل متعامل بين المرسل والمستقبل
- ❖ الثانية : سيادة المادة الترفيهية على الإنتاج التلفزيوني المستورد سواء كانت أفلام أو مسلسلات أو برامج منوعات وموسيقى وأغاني او مباريات رياضية [3] .

وظائف الترفيه:

وتتعدد وظائف الترفيه لتشمل:

[1] فريال مهنا ،علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية ،دار الفكر المعاصر،بيروت،2002 ، ص 61

[2] عبد الرحمان عزي : الرأسمال الرمزي الجديد– قراءة في هوية وسوسولوجية الفضائيات في المنطقة العربية ،ط1،سلسلة كتب المستقبل العربي57،مركز دراسات الوحدة العربية ،بيروت ،2008،ص 90 .

[3] أشرف فهمي خوجة: استراتيجيات الدعاية والإعلان ، الأطر النظرية والنماذج التطبيقية ،دار المعرفة الجامعية،الإسكندرية،2007، ص 84 .

أ.**الوظائف النفسية للترفيه** :أن الترفيه يخلص الفرد من حالة الاكتئاب التي قد يتعرض لها يوميا ،كما انه يقوم بدور المسيطر على الانفعالات لدى البشر ،فقد استطاع الرومان أن يوطدوا دعائم حكمهم وإحكام سيطرتهم على الشعب الروماني عن طريق الاهتمام بتقديم الخدمات الترفيهية مثل :الساحات الترفيهية وغيرها ،ومع انتقال الدولة من المجتمع القبلي إلى مجتمع متطور اتجهت الجهات المسؤلة إلى توفير الخدمات الترفيهية.

ويرى "فروي دان" دافع ميل الإنسان إلى ممارسة النشاط الترفيهي وسيلة من وسائل التغلب على القلق الذي يتعرض له في المستقبل واحد الأبعاد النفسية التي تجعل الجمهور يفضل المحتوى الترفيهي على المحتوى الجاد في وسائل الاتصال أن المضمون الترفيهي عادة يرتبط بالخبرات العاطفية وهي التي تتحمل بالأحاسيس والذكريات الطيبة البعيدة عن النوازع العدوانية ،ومن هنا فهي مصدر من مصادر الشعور بالمتعة لدى الفرد وهو الهدف الجوهري من قبل التوفر المضمون الترفيهي فان من فوائد وسائل الإعلام للفرد الهروب من التوتر والاغتراب فمن الوظائف غير المتطورة لوسائل الإعلام والتي من الصعب تمييزها وظيفة التنفيس والاسترخاء ووظيفة الهروب حيث يعتقد الكثير من الناس أن المجتمع المتمدن الذي يسوده التنافس والتكنولوجيا خلق الثورات الكثيرة والشعور بالاغتراب لدى العديد من الأفراد وللتخلص من هذا الشعور تقدم وسائل الإعلام أساليب للهروب لبعض الناس.

ب.**الوظائف الهروبية للترفيه** :

وظيفة الترفيه والإمتاع تساعد الفرد على قضاء وقت فراغه بطريقة مفيدة له ولمجتمعه ،ومع ذلك تبين أن لهذه الوظيفة سلبياتها أيضا فقد تبين أنها قد تؤدي إلى إضعاف الذوق العام وزيادة المشاعر السلبية والتهرب عند الفرد وهذه الصفات تؤدي إلى شخصية غير سليمة وغير متوازنة وهذه الشخصية لا تساعد على الظهور ،ويرى ستيفن أن المضمون الترفيهي في وسائل الإعلام الجماهيرية لا يمكن اعتباره هروبا وذلك لأن اللهو والتسلية هدف مهم في حد ذاته لأنه يساعد الأفراد على الانتقاء الاختياري

من بين عدد كبير من بدائل المحتوى الترفيهي مما يجعل استخدام الأفراد لوسائل الإعلام يأخذ شكلا ايجابيا[1]

[1] سوزان القليني : مرجع سابق،ص ص 24-25 .

ج.الوظائف الاجتماعية:

تهدف نسبة كبيرة من الوسائل الإعلام إلى تسلية الناس وإيناسهم وثمة حقيقة هامة و هي أن المادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد تسلية الجمهور فأثرها في معظم الحالات عميقة متشعبة لذا يرى كثير من المفكرين أن المادة الإعلامية الترفيهية يجب أن تضرب عصفورين بحجر واحد ترفه عن الجمهور وفي نفس الوقت تؤثر عليه في اتجاه فلسفة مرسومة للمجتمع و يطلق على هذا النوع الترفيه الموجه Orieted Enterainment حيث يستغل رغبة الناس في قضاء وقت طيب لتقديم مبادئ أو اتجاهات مرغوبة داخلة في المادة الترفيهية بمعنى أن وسائل الإعلام تهدف إلى تغيير الفرد من خلال ما تقدمه من مواد ترفيهية تعمل دائما على الترويج و التسلية للفرد و اكتساب سلوكات جديدة من مضامين الرسالة الإعلامية التي تحملها هذه المواد

إن المحلل برامج القنوات الفضائية العربية يجد أن معظم القنوات الفضائية العربية غلب على إنتاجها البرامجي الطابع الترفيهي المقلد لما ينتجه الغرب والأدلة على ذلك انتشار الأغنيات التلفازية المنفذة بأسلوب الفيديو كليب الذي تعد فيه المرأة قاسما مشتركا و الأداة الرئيسية للجذب و هي بهذا المنظور الترويجي في منزلة سلعة استهلاكية تروج لها في التلفاز مما يحط من كرامتها و يحرمها حقوقها المكفولة في المنظور الإسلامي الذي بوأها منزلة كبيرة في المجتمع .

ودار نقاش في المجتمعات العربية حول طبيعة الوظيفة الترفيهية الإعلام التلفازي وأهدافها فالبعض يرى أن مهمة الإعلام يجب هن تقتصر على إرضاء واشباعات الثقافات السائدة في المجتمع في حين يعتقد البعض لأخر أن الإعلام يجسد بشكل غير مباشر وعلى المدى الطويل قوة تأثيريه كبيرة و يشكل نقطة ارتكاز لان ثمة قناعة في العديد من مواقع القرار بان السعي نحو تعميم حضارة فكرية و ثقافية و جمالية تتكامل في الأصالة و العنصرية سيوفر بطريق العدوى مرتعا خصبا لتغلغل قيم الحضارة إلى مجالات حياتية أخرى و خاصة السياسية و الفكرية منها تجعل من المتعذر الإبقاء على الحالة السلبية و التقبلية و الاستلابية القائمة في أواسط الجمهور العريض .

وهكذا فقد أدى استخدام مواد الترفيه من اجل التأثير عبر المعلومات إلى إخضاع حتى المعلومات إلى متطلبات الترفيه و إلى متطلبات الوسائل المختلفة لإيصال الترفيه تبرز هذه الظاهرة خاصة في برامج المسابقات و الألعاب ويزداد التركيز على هذه البرامج نظرا لتزايد مقدراتها التأثيرية .

وفي الأخير لقد دلت الأرباح و الدراسات المتنوعة على أن الترفيه الإعلامي تتنوع أدواره ووظائفه ومنها

-1تعتبر عملية المشاهدة و استقبال الرسائل الإعلامية أيا كان مضمونها إعلاميا إخباريا إعلانيا ترفيهيا نوعا من الترفيه

2- يعتبر برامج الترفيه على تنمية قدرات التخيل و خلق الشعور بالتفاؤل وهو احد العوامل المساعدة على تحفيز قدرة الإنسان لانجاز العمل

3-يعتبر الترفيه وسيلة للتخلص من القلق و الإجهاد و الاكتئاب و هو ما يساعد على التبصير و الإدراك الواعي لمشاكل الحياة التي يواجهها و من ثم يسهل عليه حل هذه المشاكل

4-الترفيه وسيلة لتفريغ الشحنات العدوانية و النزوات المكبوتة ومن ثم يسهم في إعادة التوازن و الاستقرار النفسي للمشاهد

5-يمكن توظيف برامج المنوعات و الترفيه في معالجة بعض المشاكل الاجتماعية و الاتجاهات داخل المجتمع و قد دلت الأبحاث أن البرنامج الأمريكيAllin the familly قد ساهم بشكل فعال في التخفيف من حدة التعصب ضد السود و الصراعات المادية في مجتمع العمال عن طريق الترفيه و برامج المنوعات و الفكاهة .

6-تبث نجاح البرامج المنوعات في خدمة الأغراض السياسية سواء بعمل الأغاني ذات التوجه السياسي أو بإنتاج برامج منوعات خاصة و استغلال نجوم هذه البرامج في الدعاية للأحزاب و مرشحي الرئاسة خاصة في أوربا و أمريكا.

7-استخدام البرامج في تدعيم القيم و العادات الاجتماعية الجيدة بجانب استخدامها في محاربة القيم التي لا تتناسب و التطور و محاربة بعض العادات السيئة ومن أمثلة ذلك أغاني السيد درويش و المنولوجات الفكاهية مثل محاربة الإدمان و الكبر والاستهلاك المبالغ فيه و غيرها من السلوكيات الشائنة

8-يمكن برامج المنوعات أن تلعب دورا في عملية التنمية.

9-تعتبر برامج المنوعات إحدى وسائل التثقيف و التعلم من خلال برامج الألغاز و المسابقات و البرامج الرياضية و غيرها .

10-يمكن توظيف برامج المنوعات في تحقيق أهداف وسائل الإعلام في المجالات التعلم و التربية والتنشئة الاجتماعية و خير مثال على ذلك برنامج شارع سمسم و الذي أخذته إحدى الشركات العربية و أنتجته تحت

اسم عالم سمسم ومن خلال فقراته الاستعراضية أصبح وسيلة لتعليم الأطفال اللغة و الحساب و المنطق بجانب دوره في تعليم القيم و العادات الاجتماعية الجيدة و السلوك الاجتماعي السليم و غيره من المفردات العلمية و التنشئة الاجتماعية الصحيحة .

11-تعتبر برامج المنوعات في حد ذاتها كبرامج محببة و مشوقة نوعا من استقطاب الذكي للمشاهدين و دفعهم للارتباط بمحطة البث و متابعتها وهو هدف هام جدا خاصة مع اتساع حرية المشاهد و تنوع المحطات الفضائية و الأرضية و تصارعها على استقطاب المشاهد أو المستمع .

12-تعتبر برامج المنوعات من أفضل و أعلى المصنفات الفنية التي تحقق الربح لجهات الإنتاج سواء لكونها برامج تجذب شركات الإعلانات التجارية أو عن طريق تسويق تلك البرامج .

13-يسهم برنامج المنوعات الجيد في نشر القيم الجمالية ورفع درجة التفوق و إرهاق الحس عند المشاهدين وهو ما ينعكس على سلوك الإنسان و على درجة تحضره في الشارع وفي العمل.

وإذا كانت تلك الأهداف التي لا تقتصر تأثيرها على الفرد أو المجتمع قد تكفل الترفيه الإعلامي بتحقيقها عبر وسائل الاتصال الجماهيري من مسرح و سينما و إذاعة و تلفزيون فان اغلب ما يتم رصده على الشاشات العربية من برامج ترفيهية إلى الترفيه الإعلامي بصلة فهي برامج ترفيه من اجل الترفيه و إضاعة الوقت أو يتم استخدامها على أحسن الفروض في الأهداف السياسية في المقام الأول فهي أما برامج توعوية سياسية أو برامج دعائية أو تفريغية لشحنات الغضب من الحالة الاقتصادية و السياسية أو البرامج الترفيهية يغلب عليها البعد الربحي و التجاري كما نرى الآن في المحطات الغناء و السينما و الكليب و الإعلانات التجارية ومن ثم تغيب و بالضرورة التجارية عن أكثر من90 من تلك المحطات الأهداف الإعلامية الأخرى مثل التنمية و التعليم و الجانب الثقافي و الفني الرفيع وهو ما يمثل خطورة مستقبلية بالغة على الكيان الثقافي و القيمي و اللغوي العربي.

3-2-3:برامج الترفيه في الفضاءات العربية:

تعيش الفضائيات التلفزيونية في العالم أجمع وفي الوطن العربي اليوم في جو من المنافسة الشديدة ،وللحفاظ على استمراريتها وتحقيق أهدافها تسعى للوصول إلى المشاهد وشده إليها لهذا نجدها تعتمد الترفيه كأداة لكسبه .

لقد بدأت موجة الترفيه التلفزيوني في الولايات المتحدة الأمريكية ،ثم أخذت تتسع وتتحرك لتشمل العالم كله ،وقد تحول الترفيه اليوم لصناعة مميزة ،وليس هذا فحسب بل إنه أصبح الصناعة الأكثر رواجا وتأثيرا في العالم،مستغلا في ذلك ما وفرته الحضارة الإنسانية من تكنولوجيات ووقت الفراغ.[1]

وقد وصلت موجة الترفيه هذه إلى الوطن العربي مع انتشار وكثرة القنوات الفضائية العربية ،التي تواجه تحديا أساسيا يتعلق بكسب سوق الإعلان ،وفي ظل المنافسة البينية والعالمية الشرسة أصبح التحدي الذي يواجه أي برنامج تلفزيوني هو أن يكون الخيار بين مجموعة برامج ،وان يستطيع شد المشاهد على نفس الفضائية طيلة مدة بثه ،لهذا جعلت الفضائيات العربية الترفيه أهم عنصر في شبكاتها البرمجية ،خاصة منها القنوات التجارية التي تهدف غلى الربح أساسا ،حيث اضطرت هذه القنوات إلى زيادة ساعات بثها ،وزيادة مضامين الترفيه لملأ هذه المساحة الزمنية من البث[2] وذلك بهدف شد المشاهدين وبيعهم للمعلنين الذين يقومون ظاهريا بشراء ثوان من وقت التلفزيون لبث الإعلان ،لكنهم في الحقيقة بصدد شراء ألاف الشاهدين المشدودين إلى القناة التلفزيونية، والمسترخية عقولهم وأذهانهم بفعل الترفيه الذي يجعلها مستعدة لتلقي الإعلان،والثمن الذي يدفعونه تحدده التوقعات حول عدد المشاهدين لدى عرض الإعلان[3] وترى أن المواد الإعلامية التي تقدمها القنوات الفضائية ترتبط بأساليب تشويق وجذب ،فالصورة والصوت تترافقان مع مؤثرات تسيطر على إدراك المشاهد ووعيه وتبث إليه بصورة غير مدركة قيما ومفاهيم ونماذج للحياة يتلقاها المشاهد بحواسه ثم يختزلها في عقله الباطن لتتحول بعد ذلك إلى سلوك وعادات قد لا تتفق مع ما عليه المجتمع من قيم وأعراف فموجة الترفيه الذي يقدمه التلفزيون تزداد قوة وكثافة فهذا النوع من الترفيه التلفزيوني المشحون بالمضامين الإيديولوجية والمنهمك في تحقيق وظائف ومهام بالغة الخطورة والأهمية ،الأمر الذي جعله يتحول إلى أكثر المواد جدية في التلفزيون والذي اتسع ليشمل العروض الدرامية والأفلام والمسرحيات والمسلسلات والمنوعات والمسابقات والألغاز والكلمات المتقاطعة وغيرها [4]،حيث وصف الباحث الأمريكي هربرت شيللر ان الترفيه لا ينطوي على أية أغراض تربوية أو تعليمية "ينبغي النظر إليها باعتبارها اكبر الخدع في التاريخ" [5]

[1] اديب خضور: سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون (الدراما التلفزيونية)،ط1،دار الايام ،الجزائر 1999،ص05

[2] عبد المالك الدناني:تطور تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات: مرجع سابق ،ص15

[3] هاني الرضا ورامز محمد عمار :مرجع سابق، ص77

[4] اديب خضور سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون :سلسلة عالم الفكر،المجلد الثامن والعشرون،العدد الثاني،اكتوبر1999،الجزائر،ص 264 .

[5] هربت شيللر: المتلاعبون بالعقول ،سلسلة عالم المعرفة،عدد106،الكويت ،ص104

وفي السياق ذاته يأتي قول الباحث الأمريكي ميلفن ديفليز:"يمكن رؤية الاعتماد القوي لوسائل الإعلام على النظام الترفيهي بسهولة أكثر في تعديل القيم والقواعد السلوكية"[1]

ولقد انتشرت نسبة كبيرة من البرامج التي تقدمها الفضائيات العربية تحاول فيها تقليد الغرب ،اذ ان نسبة معتبرة منقولة تماما من برامج أجنبية وكأن قريحة الإبداع العربي قد تعطلت واكتفت بالاقتباس وإعادة ما تم إبداعه من قبل الغرب في قنواتهم الفضائية[2].

وتشير إحدى الدراسات التي قامت بإحصاء لبرامج التلفزيون في لبنان أن برامج الترفيه والتسلية عموما (استعراضات،العاب، ورسوم متحركة) شكلت 96،6% من مجموع البرامج المعروضة في محطات التلفزيون في لبنان، وتتشابه في ذلك أغلبية بلدان الوطن العربي ،لكن الإشكال المطروح هو أن هذه القنوات الفضائية تفتقد لتجربتها الخاصة في بناء برامج الترفيه ،فهي تتوجه للمشاهد العربي من خلال برامج تم استيرادها في الأغلب ،أو استنساخها من نماذج غربية ونقلها بايجابياتها وسلبياتها دون اخذ الاختلاف الثقافي والحضاري بعين الاعتبار ،ففي ميدان الدراما مثلا نجد أن الإنتاج الأجنبي خاصة الغربي الأمريكي يشكل 80% من الإنتاج الدرامي المعروض في القنوات الفضائية ،حيث لا تخلو قناة عربية واحدة باستثناء المتخصصة من بث فلمين على الأقل من الأفلام الأمريكية أو الأوروبية أسبوعيا ،وما زاد من حدة الأمر ظهور قنوات عربية درامية متخصصة ،تبث أفلام يوميا 24/24 ساعة كقنوات: fox Movie،MBC4،MBC2،MBC Action،Dubai One ،ويرجع ذلك إلى عدم مواكبة الإنتاج الدرامي السينمائي العربي لتطور عدد القنوات وساعات البث[3]،إضافة إلى أن معظم هذا الإنتاج مقلد ومستنسخ عن الإنتاج الأجنبي خاصة الأمريكي ،فالأفلام والمسلسلات لم تعد تعبر عن المجتمع والواقع العربي،وتحاول تأصيل عاداته وتقاليده،لكنها أصبحت الأعم تقليدا لأفلام العنف والحركة ،والجنس الغربية مثل

مسلسلات دالاس والمسلسلات المكسيكية الرومانسية ،وذلك بحجة هذا ما يريده الجمهور ،لكن التجارب الواقعية أثبتت أن الجماهير العربية مازالت تريد متابعة الأعمال الجادة ،التي تنبثق من عمق المجتمع وعاداته،فمثلا مسلسل باب الحارة السوري الذي عرض 2007 في موسم رمضان،أصبح حدثا جماهيريا نظرا

[1] ملفين.ديفليرواخرون:نظريات وسائل الاعلام،ترجمة امال عبدالرؤوف،الدار الدولية للنشر والتوزيع،القاهرة1992،ص 420

[2] عبد العزيز محمد الخضر:قراءة هادفة في القنوات الفضائية ،البيان،العدد143،نوفمبر 1999،ص80

[3] اسامة ظافر كبارة:برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للاطفال ،ط01،دار النهضة العربية،مصر ،2003،ص ص 304_305

للمتابعة الهائلة التي حظي بها ، لم تكتف هذه القنوات بالمصادر التقليدية في استيراد هذه المنتجات كالدول الغربية والولايات المتحدة الأمريكية ،التي يتم بثها لبرامجها إما بلغتها الأصلية أو مترجمة كتابيا ،ولا يختلف الأمر كثيرا بالنسبة للبرامج الفنية والمنوعات ،التي يكثر فيها تقليد التجربة الغربية في الإنتاج ،حيث أصبحت تميل لإشراك الجمهور فيها ،وتعتمد نجوم الفن كالغناء والتمثيل سواء في التقديم أو عن طريق استضافتهم بهدف التقرب إلى الجماهير ،وهذه النوعية من البرامج كثيرة جدا ومتنوعة كبرنامج تاراتاتا* الذي كان يعرض في قناة دبي وغيرها من البرامج كما ظهرت نوعية برامج حوارية تعتمد على المشاهير ،لكنها تناقش مواضيع عامة تخص هذا النمط ،منها برامج مسابقات والألعاب ،حيث تم تجاوز التجربة التقليدية التي كانت تعتمد طرق تقديم روتينية (مجموعة من المتسابقين يحاولون الإجابة على أسئلة محددة في البرنامج بهدف الحصول على جوائز معينة ،وعلى الأغلب تكون الجوائز رمزية) وتم تجديدها من خلال جوائزها التي أصبحت مغرية ومتنوعة مثل:الحصول على مالية ضخمة ،والوصول إلى مهن معينة أو الحصول على الشهرة والنجومية ...الخ ،إضافة لاعتمادها على عنصر الإثارة بالدرجة أولى ،عن طريق استغلال التطور التقني كثيرا كالأضواء واستعمال للألوان والديكور الجذاب والمثير ،وتقنيات الصوت والموسيقى ،وأساليب التقديم حيث تم اللجوء لنجوم السينما والتلفزيون لتقديمها ،وهناك نوع آخر من برامج المسابقات الغنائية لتحقيق النجومية مثل سوبر ستار وغيرها من البرامج وهي تدخل ضمن برامج تلفزيون الواقع وكلها برامج مستنسخة عن نماذج من قنوات غربية ،هذه النوعية الجديدة من البرامج أعادت للتلفزيون صدارته الجماهيرية خاصة عند الشبيبة ، وأربكت في الوقت نفسه جميع الملاحظين للوسط الإعلامي باستعراضها الجريئة [1].

ويشير بعض المهتمين إلى أن نسبة البرامج الترفيهية المستوردة في معظم القنوات الفضائية العربية تبلغ 88 بالمئة من جملة البرامج المستوردة ،بينما لا تتجاوز نسبة البرامج الثقافية 12 بالمئة من جملة البرامج الترفيهية تحمل كثيرا من قيم المجتمعات المصنعة لها ، وهي في معظم الأحيان تناقض القيم الاجتماعية الأصلية لمجتمعاتنا ،إلا أنها تتسرب إلينا من خلال قنواتها التلفازية الفضائية. [2]

*تاراتاتا : برنامج تلفزيوني يقع بثه على تلفزيون دبي بدأ موسمه الأول عام 2006 وهو النسخة العربية من النسخة الاصلية الفرنسية التي قام بانتاجها وتقديمها الاعلامي الفرنسي المصري الاصل ناجي فام ويهتم هذا البرنامج التلفزيوني بالفن والمطربين ويقع فيه استضافة عدة مطربين للحديث ولتقديم وصلات غنائية ،تم انتاج وتصوير البرنامج في بيروت من قبل شركة "بيريسكوب" اللبنانية وهو اخراج باسم كريستو.

[1] عبد الباسط سلمان :عولمة القنوات الفضائية ،الدار الثقافية للنشر،القاهرة،2005،ص52 .

[2] محمد جاد :البث الفضائي العربي ،دار المعرفة ،القاهرة ، 2001،ص. ص. 64-67 .

إن هذا النوع من العمل المتلفز الذي لاقى نجاحا كبيرا بقدر مالاقى انتقادا كبيرا يعود بفكرته إلى رواية جورج اورويل عام 1984 التي انتشرت في عام 1949 حول سيطرة نظام بوليسي على المجتمع قادر على رصد تحركات الشعب ومعرفة أفكاره ، ويكون مسؤولا عن هذا النظام الأخ الأكبر الذي يدعى حرصه على المجتمع ولكنه في الواقع يعمل للسيطرة عليه وكبت أفكاره الاستقلالية ،ولقد تم في العمل تلفزيون الواقع الأخذ بالمبدأ الذي اعتمد في حبكة هذه الرواية،كما تم بناء البرامج عليه مع بعض التعديلات أي أنه تجري مراقبة الكاميرات 24 ساعة على 24 ساعة أفرادا مأسورين متطوعين لذلك ، ومجبرين على أن يعيشوا سوية في مكان مقفل منقطع عن العالم ، وبدهاء أرضت قناتا " lbc " و "المستقبل" عبر هذه المسلسلات مشاعر المشاهدين .

فبرنامج "ستار أكاديمي " الترفيهي الذي تبثه قناة lbc و cbc وldc يمثل فكرة سياسية اجتماعية ثقافية وقد تعرض لنقد كبير من قبل رجال دين سعوديين معتبرين هذا البرنامج يدعو إلى الفساد ولكن من جهة أخرى نلاحظ أن هذا النوع من البرامج راح يستقطب أعدادا هائلة ليس فقط من المشاهدين السلبيين إنما من المشاهدين المتفاعلين مع هذه البرامج ومع أبطالها والمتحمسين للتصويت بعدما غر بهم ، وتم إيهامهم بان فرصتهم الوحيدة في الحياة مفتوحة أمامهم ليقرروا كلمتهم مع العلم أن هناك عمليات توطؤ تحصل بين محطات التلفزة وشركات الاتصال تعمل على نهب الناس السذج من خلال على عصبياتهم.[1]

إذن معظم برامج الترفيه تمهد الطريق المعلن ، ساعية لتفكيك البنى الذهنية العصبية على النفاذ من خلال العمل الناعم على تغيير السلوكات وأنماط الحياة بما يتناسب ومتطلبات تصريف الإنتاج عن طريق ربط المتعة بالحداثة والحداثة بالاستهلاك فالترفيه هو في الأصل حاجة طبيعية لدى البشر على انه وسيلة الهاء مارسها الحكام ذو الحنكة في التعاطي مع الناس ، ووسيلة هروب لجأ إليها الجمهور العريض الذي غدا مع الحياة العصرية يئن من كثرة متطلباتها ومن سرعة إيقاعها[2].

وتعود قدرات الجذب الذي تتمتع به هذه الوسيلة الترفيهية إلى اختلاط وظيفتي الترفيه والتكوين حيث تقدم المواد المستهلكة في غالب الأحيان على شكل معلومات في قالب ترفيهي جذاب ترافقه الصورة والموسيقى الإيقاعية ويقول في هذا الصدد الباحث مصطفى قباح " أن هذا التعقد الذي تمتاز به وسائل الاتصال

[1] نهوند القادري عيسى:قراءة في ثقافة الفضائيات العربية،مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 2008،ص ص 123-128

[2] محمد مصطفى القباح : الطفل المغربي،منشورات رمسيس،الرباط،1977،ص 20 .

الحديثة، يخلط في الوقت نفسه بين الترفيه والتكوين بين العقل والوجدان بين الفرد والمجتمع فتحصل بذلك زيادة مرتفعة في كم المعلومات التي يتلقاها الفرد كم أنماط السلوك المستعرضة ، كم القيم وأنظمتها وسلامتها وكم الاتجاهات والمواقف، وهكذا فقد أدى استخدام مواد الترفيه من اجل التأثير عبر المعلومات إلى إخضاع حتى المعلومات إلى متطلبات الترفيه والى متطلبات الوسائل المختلفة لإيصال الترفيه ، وتبرز هذه الظاهرة خاصة في برامج المسابقات والألعاب ويزداد التركيز على هذه البرامج نظرا لتزايد مقدرتها التأثيرية [1]

تقوم الكثير من المواد الإعلامية وخاصة الترفيهية التي أنتجت وفق معايير غربية أو مستوردة كالأفلام الأغاني الموسيقى والبرامج الترفيهية المختلفة بنقل أنماط حياة جديدة وقيم غربية وأفكار يحاول الشباب تقليدها في حياتهم اليومية ولقد بدأت تبرز نتاج التغيرات في بنية المجتمع العربي سواء على مستوى الأنظمة الاجتماعية أو القيم والأفكار أو طرق وأساليب الحياة كالملبس والمأكل وحتى في التعبير عن الذات أي في الأنواع الموسيقية والغناء وغيرها.[2]

وهذا ما يفسر لنا ظهور هذا النوع من البرامج الترفيهية المستنسخة في القنوات العربية التي تسعى إلى تحييد الفكر الشبابي عن مضامين كثيرة وجره وراء التسلية، مستغلا تدني الوعي ورغبة الناس في الهروب من الواقع المر الذي يعيشونه بالرغم من علمهم أنه معظم هذه البرامج من ابتكار وإنتاج شركات غربية فمثلا أراب أيدول بالانجليزية Arabe idole هو النسخة العربية من برنامج المسابقات الغنائي العالمي Pop idole الذي اخترعه سيمون فيلر وطورته شركة فريمانتل البريطانية انطلق الموسم الأول من البرنامج في 09 ديسمبر 2011 في جميع أنحاء العالم على قناة إم بي سي 1 ويحل برنامج أراب أيدول مكان برنامج سوبر ستار،الذي تم عرضه منذ عام 2003 وقام ببثه وإنتاجه تلفزيون المستقبل لخمس مواسم وأبدت قناة MBC1 رغبتها في إحياء هذا البرنامج في نسخة مجددة بعد تخلي تلفزيون المستقبل عن حق امتلاك حقوق المسابقة بسبب عدم قدرته المالية لإنتاج موسم جديد منه وكذلك لا يختلف الوضع على برنامج ذافويس: أحلى صوت هو في الأصل هولندي اخترعه جون دي مول وروئيل فان فيلزن عام 2010 وطورته شركة سوني العالمية وتالبا والذي انطلق الموسم الأول في 14 أيلول 2012 على قناة MBC1 وأيضا على قناة LBC واستمرت مواسمه غلى غاية موسمه الثالث بالإضافة إلى أرابز غوت تالنت برنامج فكاهي ترفيهي

[1] اديب خضور : سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون،المرجع السابق ، ص ص 280-281

[2] منير ناصر:الترفيه في وسائل الاعلام ودوره في شغل أوقات الفراغ لدى الشباب،ابحاث الندوة العالمية الخامسة بالمركز العربي للدراسات الامنية والتدريب الرياضي،الرياض، ص27 .

من نوع تلفزيون الواقع يسلط الضوء على البحث على المواهب الفردية والجماعية الموجودة لدى العرب، البرنامج هو النسخة العربية من البرنامج البريطاني "Britain's Got Talent" الذي عرض للمرة الأولى في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2009 على قناة NBC ولاقى نجاحا كبيرا وانطلق البرنامج عربيا في 14 يناير 2011 غلى قناة MBC4 وهو من تقديم الإعلامية ريا أبي راشد ومغني الهيب هوب السعودي قصي خضر يتم تسجيل البرنامج في استوديوهات شركة جي ماجيك في بيروت تبلغ قيمة الجائزة المقدمة للفائز بالمسابقة 500.000ريال سعودي وسيارة.[1]

[1] الموسوعة الحرة، http://ar.wikipedia org/wki، 13/ 04/ 2016،16:30.

4-1:تفريغ البيانات وتحليلها

4-1-1:البيانات الشخصية:

الجدول رقم (01)يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس:

الجنس	التكرارات(ت)	النسبة
ذكر	34	%36.6
أنثى	59	%63.4
المجموع	93	%100

يبين الجدول رقم(1) توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس، حيث تشكل الإناثفي المركز الأول بنسبة 63.4% بينما نجد أن الذكور في المركز الثاني حيث لم تتجاوز نسبتهم 36.6% من إجمالي أفراد عينة الدراسة .

طبيعة العينة هي التي أحدثت هذا الفارق فهي عابرة ومن يأتي في طريقك توزع عليه الاستمارة.

ذ

جدول(2): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة
من(18-21)	18	%19.4
من(22-26)	67	%72
من(26-29)	4	%4.3
أكثر من29سنة	4	%4.3
المجموع	93	%100

يتضح من خلال الجدول(2) أن أكثر شباب العينة تتراوح أعمارهم مابين (22-26) بنسبة72 %وهي نسبة معتبرة ويليها ما نسبته 19.4% ممن أعمارهم من(18-21) وفي المرتبة الثالثة تأتي كل من الفئتين العمريتين (26-29) وأكثر من 29 بأربع تكرارات و نسبة 4.3 % .

فمن خلال ملاحظة الجدول يتبين أن ما نسبته 72 %من الشباب الجامعي تتراوح أعمارهم بين(22-26) وهي نتيجة منطقية ترجع إلى أن نسبة معتبرة من الطلاب الذين تتراوح أعمارهم ضمن هذه الفئة يزاولون دراستهم الجامعية بمختلف مستوياتها.

جدول(03): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الجامعي.

المستوى الجامعي	التكرارات	النسبة
ليسانس	45	%48.4
ماستر	47	%50.5
دكتوراه	1	%1.1
المجموع	93	%100

من خلال الجدول(3) يظهر لنا أن المستوى الجامعي الغالب والذي احتل المركز الأول هو الماستر بنسبة معتبرة وهي50.5% بتكرار 47 وتليها نسبة 48.4%مستوى ليسانس أي بتكرار 45 وذلك في المركز الثاني وأخيرا نسبة 1.1% بمستوى الدكتوراه هذه الأخيرة كانت بنسبة اقل ترجع إلى قلة عدد طلبة الدكتوراه وعدم تواجدهم في الجامعة خلال فترة توزيع الاستمارة في حين ترتفع نسبة طلبة الماستر و الليسانس .

الجدول(4) يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير التخصص

التخصص	التكرار	النسبة
علوم الإعلام	17	%18.28
علم الاجتماع	16	%17.20
علم النفس	12	%12.90
علوم إنسانية	11	%11.83
تاريخ	21	%22.58
فلسفة	16	%17.20
المجموع	93	%100

يظهر لنا من خلال هذا الجدول أن طلبة تخصص التاريخ هم في الصدارة وذلك بنسبة 22, 58 % بتكرار 21 بينما تخصص علوم الإعلام جاء في المركز الثاني بنسبة 18,28 % بتكرار 17 ومن ثم تخصص علم الاجتماع والفلسفة في المركز الثالث بنفس النسبة ألا وهي 17,20 أي بتكرار16 ليأتي بعدها تخصص علم النفس وذلك بنسبة 12,90% في المركز الرابع بتكرار 12 وأخيرا تخصص العلوم الإنسانية 11,83%.

ويفسر التفاوت المنطقي النسبي بين مفردات العينة لطبيعة العينة المعتمدة.

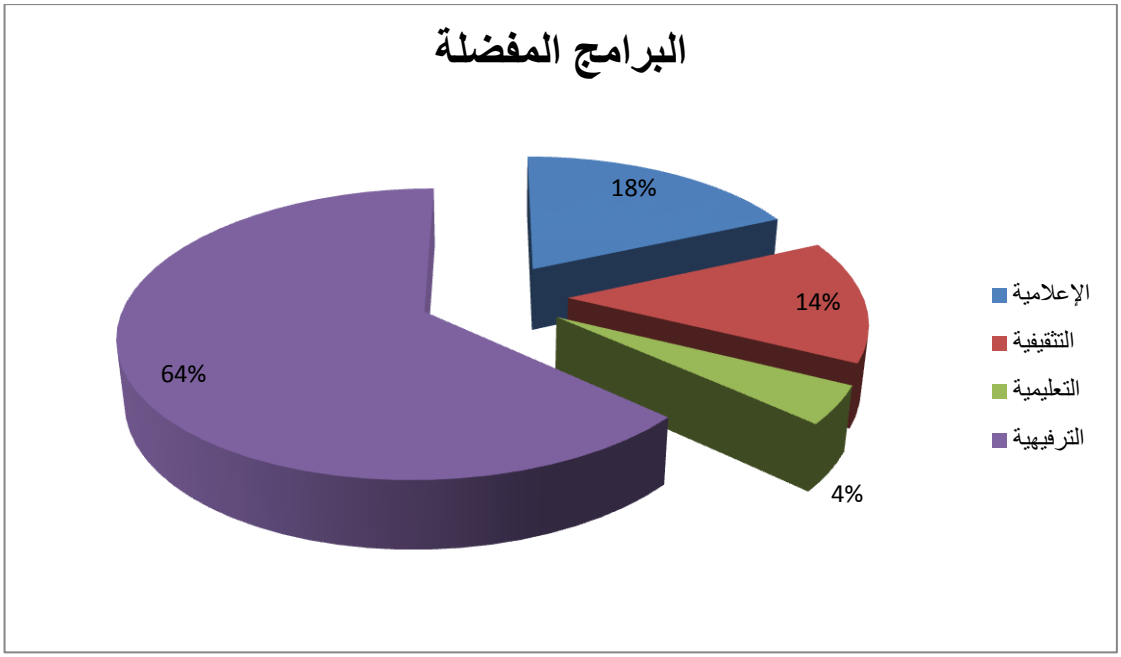
4-1-2:البرامج المفضلة لدى المبحوثين :

جدول (5): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير البرامج المفضلة.

البرامج الفضلة	التكرارات	النسبة
الإعلامية	17	%18.3
التثقيفية	13	%14
التعليمية	4	%4.3
الترفيهية	59	%63.4
المجموع	93	%100

يتبين لنا من خلال الجدول (5) بان أفراد العينة يشاهدون مختلف البرامج التي تبث في القنوات العربية إلا أنها تتفاوت فيما بينها فنجد نسبة (63.4%) بتكرار 59 يشاهدون البرامج الترفيهية وتليها في المرتبة الثانية البرامج الإعلامية بنسبة(18.3%) بتكرار 17، ثم التثقيفية في المرتبة الثالثة بنسبة (14%) بتكرار13 ثم رابعا البرامج التعليمية بتكرار 04 أي بنسبة (4.3%).

وهذا التفاوت ليس بالشيء الغريب حيث تعود النسبة المعتبرة لمشاهدة البرامج الترفيهية إلى أن اغلب المبحوثين يتجهون نحو هذه البرامج من اجل الترفيه والتسلية في ظل الضغوطات اليومية حيث يلجأون للتلفزيون لمتابعة هذه النوعية من البرامج كوسيلة لتمضية الوقت والفرار من الواقع، خاصة في ظل وجود مساحة برامجية واسعة لهذا النوع من البرامج في الفضائيات ،بينما تتقارب نسبة البرامج الإعلامية والتثقيفية وهذا لاختلاف اهتمامات أفراد العينة أما التعليمية فهي منخفضة ويفسر ذلك بالميل إلى الترفيه بعد ساعات الدراسة وأيضا لقلة هذه البرامج من حيث الوجود والجاذبية إضافة إلى وجود مصادر أخرى للتعليم أجدى من التلفزيون كالانترنت .



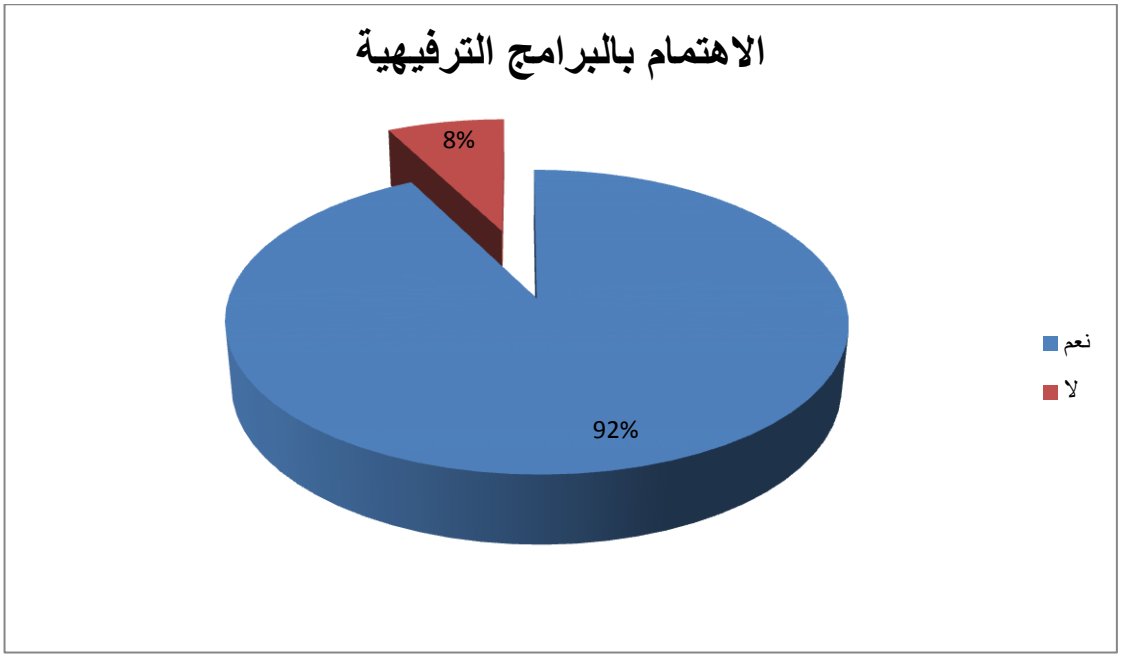
الشكل :(01)يوضح البرامج المفضلة لدى المبحوثين

جدول (6) يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الاهتمام بالبرامج الترفيهية

الاهتمام بالبرامج الترفيهية	التكرار	النسبة(%)
نعم	86	%92.47
لا	07	%7.54
مجموع	93	%100

يظهر لنا هذا الجدول أن نسبة كبيرة من المبحوثين تهتم بالبرامج الترفيهية تقدر ب 92,47 %بتكرار 86 بينما تأتي نسبة عدم الاهتمام بالبرامج الترفيهية في المرتبة الثانية بنسبة 7,54 %أي بتكرار 07 .

وهذا ما يفسر لنا أن معظم الشباب الجامعي مهتم بدرجة كبيرة بالبرامج الترفيهية بشتى أنواعها، في ظل الضغوطات اليومية التي يتعرض لها الطلاب لذا يتجهون إلى متابعة هذه البرامج من اجل الترفيه على النفس والابتعاد عن ما له علاقة بالدراسة وهناك من له رغبة كبيرة في متابعة هذه البرامج بغض النظر عن كل شيء حيث يجدها متنفسا من المشاغل المختلفة في الحياة .



الشكل (02) يوضح اهتمام المبحوثين بالبرامج الترفيهية

الجدول رقم (8) يوضح العلاقة بين الاهتمام بالبرامج الترفيهية ومتغير الجنس

الجنس / الاهتمام بالبرامج الترفيهية	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	31	%91.18	55	%93.22
لا	03	%8.82	04	%6.78
المجموع	34	%100	59	%100

يبين الجدول رقم (8) العلاقة بين الاهتمام بالبرامج الترفيهية من طرف المبحوثين ومتغير الجنس حيث يتضح بأن نسبة كبيرة من كلا الجنسين تهتم بالبرامج الترفيهية فمن مجموع 34 طالبا تسجل نسبة 91.18 % أي بتكرار 31 ، ومن مجموع 59 طالبة تهتم ما نسبته 93.22 % منهن بالبرامج الترفيهية .

وبالمقاربة بين الجنسين يتضح بان الإناث أكثر اهتماما من الذكور وهذا أمر طبيعي أن تهتم الإناث أكثر بهذا النوع من البرامج لان مكوث الطالبة لفترة زمنية معتبرة بالمنزل و انحسار النشاطات الترفيهية جعلها تميل إلى هذا النوع من البرامج.

الجدول (9) يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير نوع البرامج الترفيهية المفضلة

البرنامج الترفيهي المفضل	التكرار	النسبة
دراما	11	%12.79
أغاني	2	%2.73
مسابقات	14	%16.28
برامج مواهب	59	%68.50
المجموع	86	%100

يوضح لنا الجدول رقم (9) توزيع المبحوثين حسب متغير البرنامج الترفيهي المفضل حيث تشكل برامج المواهب في المركز الأول بنسبة (68.60%)أي بتكرار 59 وتليها في المركز الثاني برامج المسابقات بنسبة 16.28% بتكرار 14 ثم الدراما في المركز الثالث ب 11 تكرار أي بنسبة 12.79% وفي الأخير تأتي نسبة 2.33%تمثله الأغاني .

وتعود النسبة المعتبرة لتفضيل المبحوثين لبرامج المواهب إلى لجوء القنوات الفضائية العربية إلى عرض مثل هذه البرامج وانتشارها بشكل كبير في السنوات الأخيرة، مما أدى إلى تأثير هذه الظاهرة في الشباب العربي دون أن يعي مخاطر ما تقوم به هذه البرامج من انعكاساتها السلبية ، وعلى ما يبدو فإن الفضائيات العربية نجحت في استقطاب هذه الفئة من المجتمع، لتميزها بالجمع بين أشكال ترفيهية مختلفة كالفناء والتمثيل والرقص وجاذبية الديكور و لجنة التحكيم والتي هي غالبا شخصيات مشهورة .

ولا يختلف أيضا الأمر عن البرامج الأخرى كالدراما التي اكتسحت بدورها معظم القنوات العربية و ظهور قنوات متخصصة في الدراما جعلت الشباب يقلد و يتوحد مع شخصيات وأحداث الدراما المتابعة .

الجدول رقم: (10) يبين العلاقة بين الجنس ومتغير نوع البرنامج الترفيهي المفضل

الخيارات / التوزيع	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دراما	2	%6.45	10	%18.18
أغاني	4	%12.90	2	%3.64
مسابقات	4	%12.90	8	%14.55
برامج مواهب	21	%67.70	35	%63.63
المجموع	31	%100	55	%100

يوضح الجدول رقم (10) البرامج الترفيهية المفضلة لدى المبحوثين وعلاقتها بمتغير الجنس حيث نلاحظ أن من مجموع 31 ذكر تتابع برامج المواهب ما نسبته67.74%وذلك في المركز الأول أي بتكرار21، تليها في المركز الثاني بنسبة 12.90% تهتم بالأغاني والمسابقات وأخيرا لم تحظ الدراما إلا بمتابعة 6.45 % من الذكور أما فيما يخص الإناث فنجد أن من مجموع 55 أنثى أجابت بنسبة 63.63% من متابعي برامج المواهب وتليها الدراما بنسبة 18.18% ومن ثم المسابقات بنسبة 14.55% وفي الأخير نسبة 3.64% فيما يخص الأغاني.

وبالمقارنة بين نسب البرامج يلاحظ أن برامج المواهب تحظى بالمتابعة الكبيرة من طرف الجنسين في حين تتفاوت نسب البرامج الأخرى.

ومن خلال ما سبق نستنتج بان الإناث هم أكثر متابعة لبرامج المواهب على عكس الذكور وهذا يعود إلى أن الإناث بسبب مكوثهم في البيت أكثر من الذكور فهن يلجأون إلى التلفزيون من اجل تمضية الوقت ومتابعة البرامج المعرضة في القنوات،أما برامج الدراما فهي ترتفع لدى الإناث وتقل لدى

الذكور وهذا يعود لقضاء الإناث فترة أطول داخل المنزل أما الذكور فبإمكانهم اللجوء إلى نشاطات ترفيهية خارج المنزل.

جدول رقم(11) يوضح توزيع المبحوثين حسب مشاهدة البرامج الترفيهية المستنسخة

مشاهدة البرامج المستنسخة	التكرارات	النسبة%
نعم	76	%88.37
لا	10	%11.63
المجموع	86	%100

يبين الجدول رقم(11) توزيع المبحوثين حسب متغير مشاهدة البرامج المستنسخة والملاحظ أن هذه البرامج شاهدها أغلب مفردات العينة بتكرار 76 أي ما يعادل نسبة 88.37% من العدد الإجمالي وفي المقابل نجد نسبة 11.63% أي 10 تكرارات من لا يشاهدون هذا النوع من البرامج، وهذا يفسر تأثر الشباب الجامعي بهذه البرامج مما دفع بالفضائيات العربية إلى شراء المزيد من هذه البرامج في ظل ما تعيشه المجتمعات العربية من ظروف صعبة حيث يجد فيها الشباب بابا للترفيه والتسلية وهذه البرامج، بغض النظر على هدفها التجاري فإنها تحمل أهدافا أخرى لتحقيق الغزو والاغتراب الثقافي و تغييب الهوية الذاتية للشباب العربي.

الجدول رقم(12)يبين توزيع المبحوثين حسب متغير البرامج الأكثر مشاهدة:

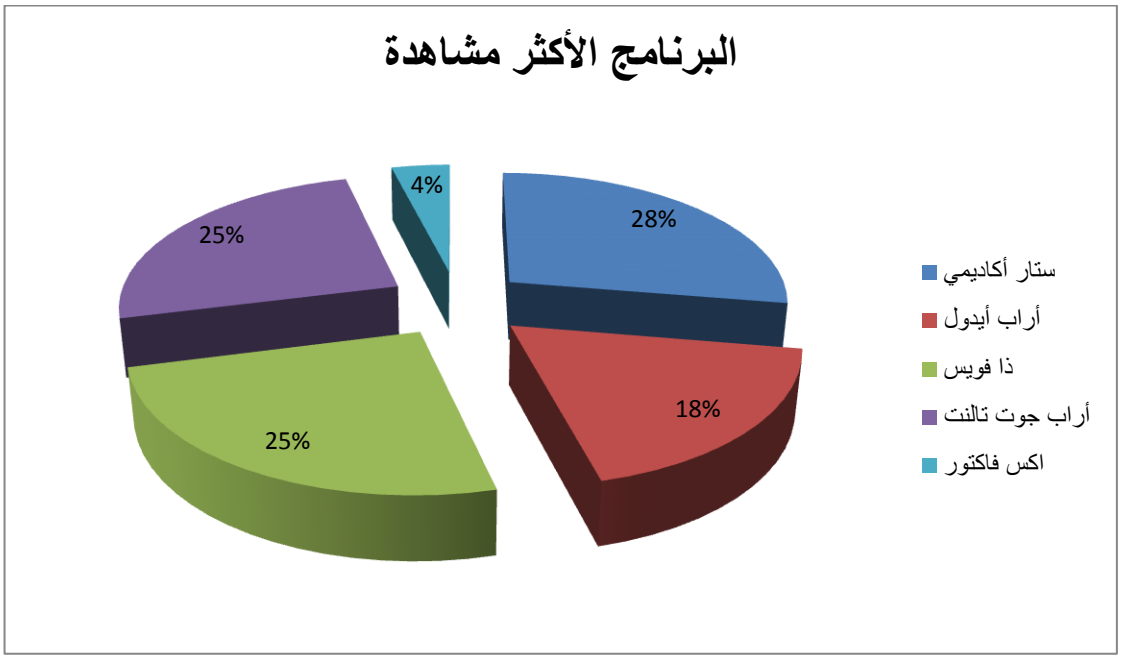
البرنامج الأكثر مشاهدة	التكرارات(ت)	النسبة%
ستار أكاديمي	21	%27.63
أراب أيدل	14	%18.42
ذا فويس	19	%25
أراب جوت تالنت	19	%25
اكس فاكتور	3	%3.95
المجموع	76	%100

يوضح الجدول رقم (12) توزيع المبحوثين حسب متغير البرنامج الأكثر مشاهدة حيث نرى أن النسبة الكبيرة احتلها برنامج ستار أكاديمي بنسبة 27.63% أي بتكرار21 تليها في المركز الثاني برنامج ذا فويس و أراب جوت تالنت بنسبة 25% أي بتكرار19 وثم أراب أيدل بنسبة 18.42%وأخيرا اكس فاكتر بنسبة 3.95 %.

وتشير هذه النتائج المتفاوتة إلى أن نسبة مشاهدة برنامج ستار أكاديمي الكبيرة تعود إلى انه من أقدم البرامج أي انه ظهر في سنة 2003 قبل ظهور البرامج الأخرى، وقد تعود كذلك إلى انه أكثر البرامج التي يلجأ إليها المشتركون الجزائريون هذا ما يستقطب المشاهدين المحليين خاصة وان الموسم الأخير شهد مشاركة مشتركين في هذا البرنامج أنيس بورحلة من الجزائر وسهيلة بن لشهب من بوسعادة ما احدث ضجة كبيرة في كل الولايات الجزائرية تضامنا مع هذين المشتركين خاصة بعد الحادثة التي

تعرضت لها الطالبة سهيلة بن لشهب والتي أصبحت حديث كل الوسائل العربية خاصة الجزائرية، مما زاد في استقطاب الجمهور أكثر، ومن شغفهم الواسع لمواكبة كل جديد هذا البرنامج واستطلاعهم لمشاهدة أحداثه لحظة بلحظة، وفي المقابل نجد البرامج الأخرى والتي طبعا كلها برامج مستنسخة كان لها نصيب من المشاهدة هي كذلك كبرنامج ذا فويس وارب جوت تالنت اللذان كانا في نفس مرتبة المشاهدة بنسبة 25%أيضا هذه البرامج شهدت مشاركة بعض الجزائريين

ومن هنا يمكن القول أن معظم هذه البرامج عملت على استقطاب الكثير من الشباب و الذي أصبح يتفاعل معها في ظل المنافسة التي تحضى بها القنوات العربية في بث مثل هذه البرامج.



الشكل (03): يوضح البرامج الأكثر تفصيلا لدى المبحوثين

الجدول رقم (13)يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجوانب المميزة في البرنامج المفضل

الجوانب المميزة في البرنامج	التكرارات	النسبة%
الشكل الذي يقدم به البرنامج	18	%23.68
مضمون البرنامج	43	%56 .58
مقدمي البرنامج	11	%14.47
القناة التي تعرض البرنامج	04	%5.26
المجموع	76	%100

يوضح الجدول رقم (13) الجوانب المميزة في البرنامج الذي يفضله المبحوثين حيث كانت النسبة الغالبة هي 56.58 % لمضمون البرنامج في حين المرتبة الثالثة يأتي الشكل الذي يقدم به البرنامج كانت بنسبة 23.68 %ليأتي بعدها جانب مقدمي البرنامج ب 14.47 % وفي الأخير القناة التي تعرض البرنامج كانت بنسبة 5.26 % .

و تشير هذه النتائج إلى أن أكثر مايلفت انتباه المبحوثين في هذه البرامج هي المضامين التي تعرضها مايدل على مدى جاذبية ما تحتويه من أفكار جديدة تشبع رغباتهم وتلهم اهتماماتهم الخاصة، كما نجد أن تأثير الشكل الذي يقدم به البرنامج تظهر بنسبة معتبرة أكثر من إعجابهم بمقدمي البرنامج لان

الشكل أيضا يلعب دورا كبيرا في لفت انتباه الجمهور باستخدامهم الأساليب الأكثر جاذبية لاستقطاب اكبر عدد من المشاهدين كالديكور والأضواء...الخ، كما كانت هناك نسبة من عبرت بإعجابها بمقدمي البرنامج و هذا ليس بالشيء الغريب خاصة وان القائمين على هذا النوع من البرامج تسعى إلى إيجاد الشخص المناسب الذي يمتاز بصفات معينة تؤهله لتقديم البرنامج خاصة الشخصيات المعروفة من الممثلين وملكات الجمال لجذب انتباه المشاهدين.

4-1-3: عادات ودوافع متابعة المبحوثين لبرامج الترفيه المستنسخة التي تعرض في القنوات العربية :

الجدول رقم(14) يوضح سبب في متابعة البرنامج:

سبب متابعة البرنامج	التكرارات	النسبة%
إعجاب شخصي بالبرنامج	47	%61.84
الأصدقاء	21	%27.63
أفرادالأسرة	03	%3.95
الإعلان	05	%6.58
المجموع	76	%100

يشير الجدول رقم (14)إلى أن المبحوثين يتابعون البرنامج المفضل لديهم نظرا لإعجابهم الشخصي بالبرنامج حيث أجاب 61.84 % بذلك، بينما أشار 27.63 % من المبحوثين أن أصدقائهم هم السبب الأول لبداية تعرفهم و متابعتهم للبرنامج المفضل ، وأجاب 6.58 % منهم أن الإعلان هو السبب في اطلاعهم على هذا البرنامج ومتابعته، ونجد نسبة 3.95 % من المبحوثين تعرفوا على البرنامج من طرف أفراد الأسرة.

تبين ملاحظة الجدول بان الإعجاب الشخصي بالبرنامج هو من أكثر الأسباب التي أدت لبداية متابعة البرنامج . أي أن هذا النوع الجديد من البرامج قد أثار فضول المبحوثين ولفت انتباههم، بالإضافة إلى هذا نجد أن تأثير الأصدقاء أيضا قد ظهر بشكل معتبر، فالأصدقاء عند لقائهم يبعضهم البعض تكون مناقشتهم على هذا النوع من البرامج ما يستدعى متابعته من طرف البعض الآخر من باب الفضول أو التقليد، وفي المقابل نجد أن لوسائل الإعلام أيضا دور في جذب المبحوثين لمتابعة هذه البرامج حتى وان كان بنسبة اقل بينما لم يكن لأفراد الأسرة التأثير الكبير في المبحوثين لمتابعة هذه البرامج.

جدول رقم(15) يوضح هدف متابعة المبحوثين للبرنامج:

هدف المتابعة	التكرارات	النسبة
التسلية والترفيه	41	%53.95
ملأ وقت الفراغ	11	%14.47
لأنه برنامج من نوعية جديدة	04	%5.26
الفضول وحب الاطلاع	17	%22.37
لاكتشاف عالم الشهرة والنجومية	03	%3.95
لمواكبة الجديد في هذه البرامج ومناقشة الأصدقاء فيها	0	%0.00
لتشجيع المشاركين الجزائريين	0	%0.00
المجموع	76	%100

يوضح الجدول رقم (15) الهدف الذي دفع بالمبحوثين إلى متابعة البرامج حيث نجد نسبة 53.95 % هم من أجابوا بان الهدف هو من اجل التسلية والترفيه ومن ثم تأتي نسبة الفضول

والاطلاع بنسبة 22.37 % وتليها ملأ وقت الفراغ بنسبة 14.47 % أما نسبة من أجابوا لأنه برنامج من نوعية جديدة كانت نسبتهم 5.26 % في حين 3.95 % كانت للذين أجابوا لاكتشاف عالم الشهرة والنجومية بينما انعدمت نسبة الخيارين تشجيع المشاركين الجزائريين وكذلك لمواكبة الجديد في هذه البرامج ومناقشتها مع الأصدقاء كانت 0.00 %.

ومن خلال هذه النتائج يتضح لنا أن الهدف الرئيسي لمتابعة المبحوثين لهذه البرامج هو التسلية والترفيه الابتعاد المؤقت عن الجو الدراسي في تلك الفترة التي يعرض فيها البرنامج والهروب من الواقع وذلك للاسترخاء و التخفيف عن النفس من التوتر والقلق.

أما الهدف الثاني الذي هو الفضول وحب الاطلاع كان له نسبة معتبرة فهو راجع أن لطبع الإنسان الذي يتميز بالفضول خاصة وان برامج تلفزيون الواقع أتاحت فرصة جديدة أمام المشاهد لها من خلال تتبع على حياة الآخرين ومعرفة كل خصوصياتهم كما هو قائم في برنامج ستار أكاديمي مثلا، علما أن الكاميرات تراقب 24/24 ساعة تراقب كل تصرفات المشاركين خاصة فهذه المراقبة تعطي الفرصة للمشاهدين لمعرفة تفاصيل المشاركين في هذه البرامج.

ثم جاء هدف ملأ وقت الفراغ وهو هدف طبيعي خاصة وان الشباب يسعى إلى الهروب من نمط الحياة الممل والروتيني ، وهنا يتجهون نحو هذه البرامج من اجل تمضية وقت الفراغ بالرغم من أننا نعلم هناك طرق أخرى بعيدة كل البعد عن هذه البرامج تستحق إتباعها أي ملأ وقت الفراغ بأشياء أكثر أهمية في حياة الفرد ، أما بالنسبة للذين أجابوا انه برنامج من نوعية جديدة فهذه البرامج تستخدم عوامل جذب عديدة تبهر الشباب سواء أسلوب التقديم و الفقرات التي يتضمنها البرنامج أو طريقة بناء الأستوديو الخاص به...الخ، أما بالنسبة لاكتشاف عالم الشهرة والنجومية فهناك من يميل لاكتشاف الجديد والبحث عما هو غير عادي، مبهر، مثير ليخرجهم من الرتابة ويشبع فضولهم عن جديد من يفضلهم من عالم الفن.

الجدول رقم(16) يوضح متابعة المبحوثين للبرنامج في كل مواسمه:

المتابعة في كل المواسم	التكرارات	النسبة%
نعم	39	%51.32
لا	37	%48.68
المجموع	76	%100

يمثل الجدول رقم (16) متابعة المبحوثين كل مواسم البرنامج المفضل حيث نجد أن نسبة الإجابة بنعم هي الأكبر حيث بلغت 51.32 % في حين من أجابوا بلا كانت نسبتهم 48.60 %.

وبالنسبة لهذه النتائج نرى انه نسبة كبيرة من المبحوثين يتابعون البرنامج في كل مواسمه ما يفسر لنا تأثرهم الشديد بهذه البرنامج لدرجة أنهم لم ينقطعوا على متابعته في مواسمه المختلفة ، إلا أن هناك نسبة معتبرة لم تكن مواظبة على متابعة البرنامج في كل مواسمه و هذا ما سنعرف سببه لاحقا.

جدول رقم(17): يبين أسباب انقطاع المبحوثين عن متابعة البرامج الترفيهية المستنسخة:

سبب الانقطاع عن المتابعة	التكرارات	النسبة%
لأنه لم يعد يعجبك	04	%10.81
لضيق الوقت	20	54.05
لأنه برنامج غير نافع	03	%8.11
لأنه أصبح مملا ومكررا	03	%8.11
لانقطاع المشاركة الجزائرية	07	%18.92
المجموع	37	%100

جاء الجدول رقم (17) ليبين أسباب انقطاع المبحوثين عن متابعة البرنامج المفضل لديهم، تشير نسبة 54.05 %من إجابتهم أن سبب الانقطاع هو ضيق الوقت ، و ثاني سبب للانقطاع عن المتابعة هو انقطاع المشاركة الجزائرية بنسبة 18.92 %بالإضافة إلى نسبة 10.81% من المبحوثين لم يعد يعجبهم البرنامج بنفس النسبة أجاب المبحوثين بأنه برنامج غير نافع و أنه أصبح مملا ومكررا وقدرت ب8.11%لكليهما.

ومن خلال المعطيات الكمية المقدمة نستنتج أكثر الأسباب وراء انقطاع المبحوثين من متابعة المواسم الأخرى هو ضيق الوقت خاصة بالنسبة للطلبة المقيمين في الاقامات الجامعية نظرا لانشغالاتهم الدراسية بالإضافة إلى عدم توفر نوادي لمشاهدة هذه البرامج، وان توفرت نجد اختلاف في رغبة المشاهدة بين الطلبة أما في ما يخص المشاركة الجزائرية فهذه البرامج لا تعرف مشاركة مكثفة من طرف الجزائريين وإن

كنت هناك مشاركة يتم خروج الجزائريين قبل الحلقات النهائية فمن باب التعاطف لدى بعض المبحوثين والذي تغذيه بعض وسائل الإعلام فإنهم انقطعوا عن مشاهدة هذه البرامج.

كما أشارت نسبة من الإجابات أنها لم يعد يعجبها البرنامج وذلك نتيجة لاكتشاف عيوب البرنامج قد سبب ذلك انحياز أعضاء من لجنة التحكيم لبعض المشتركين وتهميش مشتركين آخرين و يكون هذا الانحياز بطريقة مباشرة واضحة للعيان حيث اكتشف المتتبعون للبرنامج في كثير من المناسبات وجود عنصرية في التعامل مع المشتركين من المغرب العربي ، وفي المقابل نجد هناك من أجاب بان البرنامج غير نافع أي انه بعد المتابعة اكتشف طبيعة البرنامج و الأسس المقام عليها وعدم وجود تغيير يستدعي المتابعة وأيضا غياب عنصر التشويق والإبهار الذي كان يشكله فأصبح مكررا و مملا .

جدول رقم (18) يوضح كيفية متابعة المبحوثين للبرنامج المفضل لديهم:

المواظبة على المتابعة	التكرارات	النسبة
منذ البداية إلى النهاية	22	%28.95
الجزء المفضل من البرنامج فقط	09	%11.24
حسب الوقت المتوفر لديك	45	%59.21
المجموع	76	%100

يبين الجدول رقم(18)كيفية متابعة المبحوثين لبرنامجهم المفضل، حيث أشار 59.21 % من المبحوثين أنهم يتابعون البرنامج حسب الوقت الموفر لديهم فقط وأجاب 28.95 % فقط من المبحوثين أنهم يتابعون البرنامج من البداية إلى النهاية ، ونجد نسبة 11.24% هم من أجابوا أنهم يتابعون الجزء المفضل من البرنامج فقط.

وتفسر لنا النتائج أن اغلب المبحوثين لا يهتمون بمتابعة البرنامج بصفة دائمة أو لوقت طويل هذا يعني أن لهم التزامات دراسية أو بعض الانشغالات ، وهناك من يحرص على متابعة البرنامج من البداية إلى النهاية لان لديه شغف كبير لمتابعة هذه البرامج من شدة إعجابه بها لعدة عوامل تجذبه في هذه البرامج، فهناك من يفضل متابعة الجزء المفضل من البرنامج فقط.

جدول رقم (19) يبين مع من يتابع المبحوثين البرنامج

الخيارات	التكرارات	%النسبة
بمفردك	24	%31.58
مع كل الأسرة	15	%19.74
مع بعض أفراد الأسرة	33	%43.42
مع الأصدقاء	04	%5.26
المجموع	76	%100

من خلال الجدول (19) يظهر أن المبحوثين يتابعون البرنامج مع بعض الأسرة بنسبة % 43.42 و تليها نسبة من يتابعون بمفردهم وهي 31.58 %أما بالنسبة للمتابعة مع كل الأسرة فقد كانت ب19.74 % في حين جاءت نسبة من أجابوا أنهم يتابعون مع الأصدقاء ب 5.26 % .

وكتفسير لهذه النتائج نلاحظ أن محيط متابعة البرامج التلفزيونية له دور فعال جدا حيث نجد أن هناك نسبة معتبرة من المبحوثين يتابعون البرنامج مع بعض الأسرة أي الإناث بمفردهن وكذلك بالنسبة للذكور.

وهناك من يتابع البرنامج بمفرده خصوصا الذكور في حالة توفر أكثر من جهاز تلفزيوني في المنزل إلا انه هناك من يتابع مع كل الأسرة وهذا يرجع إلى مدى تقبل الأولياء لهذا النوع من البرامج ، بالإضافة إلى وجود البعض ممن يفضلون المتابعة مع أصدقائهم كما يحدث في الاقامات الجامعية.

الجدول يوضح رقم(20) منع أحد أفراد أسرة المبحوثين من مشاهدة البرنامج:

الخيارات	التكرارات	النسبة%
نعم	14	%18.42
لا	40	%52.63
أحيانا	22	%28.95
المجموع	76	%100

يبين الجدول رقم (20) أن نسبة 52.63 % من المبحوثين يتدخل أوليائهم في متابعة البرنامج وهي نسبة معتبرة في حين نسبة 28.95 % من أجابوا بأحيانا بينما نجد نسبة من أجابوا بلا أي أنه لم يتم منعهم من احد أفراد الأسرة من مشاهدة البرنامج بنسبة 18.42 % .

ما يفسر لنا أن الأسرة لا تمانع متابعة أبنائهم هذه البرامج التي تحمل قيما مخالفة للمجتمع في ظل الظروف الجديدة التي أصبحت تعيشها العائلات الجزائرية فلم تعد لها الإمكانية الكاملة في مراقبة أفعال أبنائها، وظهرت نسبة قليلة ممن يواجه منعا من أحد أفراد الأسرة لمتابعة هذه البرامج ما يعني ذلك وجود وعي بخطورة مضامين هذه البرامج وتأثيرها على الشباب.

الجدول رقم(21) يوضح أسباب منع أحد أفراد الآسرة للمبحوثين من مشاهدة البرنامج

أسباب المنع	التكرارات	النسبة
وجود برنامج يشاهده أحد أفراد الأسرة في نفس وقت بث الحصة	07	%31.82
احتواء البرنامج على الموسيقى والغناء والرقص المبالغ فيه	07	%31.82
البرنامج يحوي بعض الموضوعات المنافية لثقافتنا	07	%31.82
بسبب الالتزامات الدراسية	01	%4.55
المجموع	22	%100

يمثل الجدول رقم(21)أسباب منع أفراد الأسرة للمبحوثين من مشاهدة البرنامج حيث تساوت ثلاثة أسباب من حيث النسبة وهي 31.82 وتمثلت هذه الأسباب في وجود برنامج يشاهده أحد أفراد الأسرة في نفس وقت بث الحصة واحتواء البرنامج على الموسيقى و الغناء والرقص المبالغ فيه بالإضافة إلى البرنامج يحوي بعض الموضوعات المنافية لثقافتنا، أما الالتزامات الدراسة فجاءت بنسبة 4.55% .

وتشير النتائج بان المبحوثين يدركون جيدا بان هذه النوعية من البرامج و التي تحتوي على الموسيقى و الغناء و الرقص المبالغ فيه هي برامج مخالفة لعادات و تقاليد المجتمع لذا تمنع أبنائها من متابعة عليهم.

الجدول رقم يوضح(22) شعور المبحوثين بالإحراج أثناء متابعة البرنامج أمام أوليائهم:

الإحراج أمام الأولياء	التكرارات	النسبة
نعم	43	%56.58
لا	18	%23.62
أحيانا	15	%19.74
المجموع	76	%100

يبين الجدول رقم (22) أن 56.58 %من المبحوثين يشعرون بالإحراج أثناء متابعة البرنامج مع أوليائهم وفي مقابل نجد نسبة 23.68%منهم أجابت بلا في حين أن 19.74% منهم أجابوا بأحيانا.

وهذا يدل على أن معظم المبحوثين يشعرون بالإحراج نظرا لطبيعة مضامين هذه البرامج والتي بالطبع منافية لثقافتنا خاصة وإنها تحتوي على الرقص واللهو والغناء المبالغ فيه و تأتي النتائج أعلاه على أن نسبة كبيرة تشعر بالإحراج من أوليائهم أثناء متابعة هذه البرامج، فرغم ما تعرفه الأسرة الجزائرية من تطور إلا أن البعض منها لا زال يحافظ على قيم الحياء والتقدير والاحترام مابين أفرادها.

4-1-4:الاشباعات التي تحققها هذه البرامج للمبحوثين :

الجدول رقم (23)يوضح شعور المبحوثين أثناء متابعة البرنامج المفضل لديهم

شعور المبحوثين	التكرارات	النسبة
الاستمتاع والفرح	48	%63.16
الملل	02	%2.63
التعصب في حالة وجود مشترك جزائري	11	%14.47
لا شيء	15	%19.74
المجموع	76	%100

يمثل الجدول رقم(23)أن أكثر ما يشعر به المبحوثين أثناء متابعة البرنامج هو الاستماع و ذلك بنسبة 63.16% وهذا ما تسعى إلى تحقيقه هذه البرنامج أن تستغل عنصر التشويق و الإثارة من اجل استقطاب اكبر عدد من مشاهدين خاصة أن هذه البرامج تحتوي على الغناء الذي يسهم في خلق نوع من الفرح و الابتهاج لدى المتلقي.

وتشير 19.74% إلى من لا يشعرون بأي شيء اتجاه هذه البرامج هذا يعني أنهم يشاهدون فقط من اجل المشاهدة لا أكثر و لا اقل في حين أن هناك من يشعر بالتعصب في حالة وجود مشترك جزائري قد بلغت نسبتهم14.4%بدافع الانتماء في حين أشارت فئة معينة أنها تشعر بالملل و كانت بنسبة 2.63 %وهذا راجع للروتين وعدم التجديد.

الجدول رقم(24) يوضح مدى تأثير البرنامج على المبحوثين

مدى تأثير البرنامج	التكرارات	النسبة
كثيرا	07	%9.21
نوعا ما	38	%50
لم تأثر	31	%40.79
المجموع	76	%100

يبين الجدول رقم (24)مدى تأثير البرنامج المفضل لدى المبحوثين حيث نرى أن نصف العينة أجابت بأن هذه البرامج تؤثر فيها نوعا ما أما40.4 % لا تؤثر فيها أما من تؤثر فيهم فقد بلغت نسبتهم 9.21%.

هذه النتائج تشير إلى أن المبحوثين قد أثرت فيهم هذه البرامج بدرجات متفاوتة مع وجود نسبة معتبرة من الذي لم تؤثر فيهم هذا الأمر يعود إلى طبيعة الشخص في حد ذاته وميله إلى التأثر وأيضا لطبيعة البرنامج من حيث الشكل والمضمون.

الجدول رقم (25) يوضح نوع التأثير:

الخيارات	التكرارات	النسبة
إيجابي	30	%76.92
سلبي	09	%23.07
المجموع	39	%100

يبين الجدول رقم (25) في كيفية تأثير هذه البرامج على المبحوثين فنجد 76.92 ممن أجابوا بان هذا التأثير ايجابي في حين 23.07 من قيموا هذا التأثير بأنه سلبي .

هذه النتائج تأكد لنا بان المبحوثين ينظرون إلى هذه البرامج على أنها برامج ايجابية تساعدهم على التغيير و هي في الحقيقة نسبة كبيرة تساعدنا على معرفة اتجاهات المبحوثين لهذه البرامج ما يفسر لنا أنهم لا يهتمون لطبيعة هذه البرامج أو كيفية عرضها وعلى أي أساس يتم عرضها المهم عندهم هو تلبية حاجياتهم المختلفة إلا أنه هناك من يدرك بان هذه قد أثرت بشكل سلبي من عدة نواحي كتضييع الوقت في أشياء لا فائدة منها وانشغالهم عن واجباتهم الدراسية .

4-1-5:مواقف وأراء المبحوثين من البرنامج :

الجدول رقم (26)يوضح تقييم المبحوثين للبرامج:

تقييم البرامج	التكرارات	النسبة
جيدة	28	%36.84
متوسطة	41	%53.95
ضعيفة	07	%9.21
المجموع	76	%100

يبين الجدول رقم(26) تقييم المبحوثين للبرامج حيث أن 53.95 % أشاروا بان هذه البرامج متوسطة في 36.84 % بأنها جيدة و أخيرا 9.21 % من أجابوا بأن هذه البرامج ضعيفة

وتفسر لنا هذه النتائج بأن معظم المبحوثين معجبين بهذه البرامج و هذا ما فسرته النتائج التقييمية في الجدول لان نسبة قليلة من أجابوا بأنها برامج ضعيفة ما يؤكد اقتناعهم بالبرنامج ما يعرض فيه

الجدول رقم(27)يبين ايجابيات البرنامج حسب المبحوثين

الإيجابيات	التكرارات	النسبة
اكتشاف المواهب ومتابعتها	35	%46.05
الترفيه عن النفس	23	%30.26
الاطلاع على ثقافات أخرى	05	%6.58
الامتناع عن الإجابة	13	%17.11
المجموع	76	%100

يبين الجدول رقم (27) ايجابيات البرنامج المفضل حسب المبحوثين إذ أشارت 46.05 % من إجاباتهم أن البرنامج فرصة اكتشاف المواهب ومتابعتها في حين نجد 30.26% من الإجابات ترى انه يرفه عن النفس،في حين امتنع 13 مبحوث بنسبة 17.11 %عن الإجابة و 6.58 % من الإجابات ترى أنه البرنامج يساعد على الاطلاع على ثقافات أخرى .

ومن خلال هذه النتائج يمكن القول بان المبحوثين يرون بأن من ايجابيات البرنامج أنه يفتح الفرص أمام الشباب للتعبير عن مواهبهم حيث تحقق لهم بطريقة معينة إحدى الحاجات التي تؤرقهم و عن طريق البرامج يستطيع تحقيق النجاح في حياته وتحقيق مستقبل جيد في ظل الأوضاع التي يعيشها المجتمع العربي بصفة عامة كانتشار البطالة وقلة الفرص ،مما جعل هذه البرامج تنجح وسط العالم العربي و تحقق شعبية كبيرة علما أن هناك الكثير من المواهب تستغلها هذه البرامج من أجل جذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين .

في حين يتجه البعض من المبحوثين لمتابعة هذه البرامج من أجل الابتعاد عن المشاكل والضغوطات اليومية بحثا عن التسلية والترفيه .

وذكرت نسبة معينة إجابات المبحوثين أن البرنامج يساعد على الاطلاع على ثقافات أخرى وذلك بحكم اختلاط الثقافات ببعضها، لان هذه البرامج تجمع المواهب من بلدان عربية مختلفة يجعلهم يكتشفون ثقافات هذه البلدان،وهذا ما يمكن لمسه كذلك حتى بين المشتركين في هذه البرامج.

الجدول رقم(28) يبين الجدول سلبيات البرنامج حسب المبحوثين

السلبيات	التكرارات	النسبة
فساد الأخلاق	21	%27.6
مضيعة للوقت	09	%11.84
معارضة لقيم المجتمع	30	%39.47
الامتناع عن الإجابة	16	%21.05
المجموع	76	%100

يوضح الجدول رقم (28)سلبيات البرنامج حسب المبحوثين حيث جاءت نسبة 39.74 % من الإجابات ترى أن أهم سلبية هي أن هذا البرنامج معارض لقيم المجتمع وتليها نسبة من يرون أن هذه البرامج تساعد على فساد الأخلاق بنسبة27.05، و أجاب 11.84 % من المبحوثين بأنها مضيعة للوقت، في حين امتنع 21.05عن الإجابة.

ومن خلال ماسبق نستنتج أن المبحوثين يرون أن أكثر سلبية في البرنامج هي أنه معارض لقيم المجتمع وذلك من خلال مخالفته لعادات وتقاليد المجتمع العربي عامة والمجتمع الجزائري خاصة ، فهذه البرامج تحتوي على الأغاني والرقصات والألواح الاستعراضية بالإضافة إلى طريقة اللباس الغير محتشمة التي يظهر بها المشتركون.

كما يرى بعض المبحوثين أن هذه البرامج التي تساهم في فساد الأخلاق وهذا من ناحية الاختلاط والاحتكاك بين الجنسين والتطورات التي تشهدها العلاقات بين المشتركين.

فهذه البرامج تقوم بالترويج سلوكيات منافية للأخلاق العامة المتعارف عليها والمقبولة اجتماعيا، فهو يحمل الكثير من الأفكار السيئة التي يتأثر بها الشباب و تحرف أفكارهم و عقولهم من خلال زرع مقاييس جديدة للنجاح بعيدة عن المقومات المجتمعية والدينية.

و نلاحظ أن هناك نسبة قليلة ممن أجابوا بان هذه البرامج مضيعة للوقت فهي تقوم بالإلهاء عن أداء الوجبات حيث تتبع هذه البرنامج و الاهتمام به يجعل الشباب يتأخرون في القيام بواجباته سواء الدراسية والمنزلية .

الجدول رقم (29) يوضح في ماذا يساهم البرنامج المفضل لدى المبحوثين:

مساهمة البرنامج	التكرارات	النسبة
عزلك عن علاقاتك الأسرية و الاجتماعية	04	%5.26
المساس بمبادئك	05	%6.58
إبعادك عن الواقع بأخذك إلى عالم الخيال	22	%28.95
رفع اهتمامك بالثقافة الهابطة على حساب الثقافة الراقية	11	%14.47
جعلك تهتم بشكل تقديم البرنامج على حساب المضمون	19	%25
جعلك تتقبل المظاهر الغير مقبولة في مجتمعك	15	%19.74
المجموع	76	%100

يوضح الجدول رقم (29) أن 28.95% من الذين يعتقدون بان برنامجهم المفضل قد ساهم في إبعادهم عن الواقع بأخذهم إلى عالم الخيال بعيدا عن الواقع الحقيقي و يمكن تفسير هذه النتيجة بطبيعة البرنامج الترفيهي الذي يهدف إلى التسلية و إبعاد المشاهد مؤقتا عن واقعه المليء بالمسؤوليات و المشاكل و بأخذه إلى عالم الخيال

و ما نسبته 25 تمثل المبحوثين الذين يعتقدون أن البرنامج جعلهم يهتمون بشكل تقديم البرنامج على حساب المضمون خاصة وان هذه البرامج تستخدم الكثير من التقنيات والأساليب التي تجعل منها

برامج مميزة وخاصة أننا نلاحظ أن معظم القنوات العربية أصبحت تتنافس فيما بينها في عرض هذه البرامج و تبحث عن التميز و التألق.

وتشير نسبة 19.74%إلى الذين أجابوا بأنهم يعتقدون بأن هذه البرامج جعلتهم يتقبلون المظاهر الغير مقبولة في المجتمع أي أن هذه البرامج تحتوي على مضامين منافية للعادات وللتقاليد، وجاءت نسبة 14.47 لتمثل من يعتقدون أن برنامجهم المفضل ساهم في رفع اهتمامهم بالثقافة الهابطة على حساب الثقافة الراقية أي أنهم لم يجنون منها فائدة وهي برامج غربية جاءت تحمل في طياتها الكثير من السلبيات بدل الاهتمام ببرامج ثقافية ترقى بتفكير الشباب العربي في ظل هيمنة البرامج المتنوعة الغربية التي اجتاحت الفضائيات العربية، وفي ظل الإعلام الموجه نحو المنطقة العربية والذي يصنع أحداث معينة لا تخدم الشارع العربي.

وجاءت نسبة 6.58 وهي نسبة ضئيلة التي أجابت بان هذه البرامج ساعدت على المساس بمبادئ المبحوثين.

وفي الأخير يرى ما نسبة 5.26% من المبحوثين بان البرنامج ساهم في عزلهم عن العلاقات الأسرية والاجتماعية وهي نسبة قليلة معنى ذلك أن نسبة كبيرة من المبحوثين التي أثرت فيهم هذه البرامج لم تبعدهم عن محيطهم الداخلي أي الأسرة والخارجي كالأصدقاء.

الجدول رقم (30) يوضح هدف البرنامج حسب رأي المبحوثين

الخيارات	التكرارات	النسبة
نعم	41	53.95%
لا	35	46.05%
المجموع	76	100%

من خلال النتائج المذكورة في الجدول رقم(30) نرى أن 53.95 % من يرون بان هذه البرامج ينحصر هدفها في اكتشاف المواهب فقط وتقديمها و 46.05 % يرون عكس ذلك

وهذه النتائج تدل على أن المبحوثين ينظرون إلى هذه البرامج على أن تهدف بالدرجة الأولى إلى اكتشاف المواهب و تقديمها إلى الجمهور أي أنها فرصة للنجاح ، لكن بالمقابل نسبة معتبرة من المبحوثين ترى بأن الهدف لا يتوقف عند اكتشاف المواهب فقط بل لتحقيق أهداف أخرى تتوضح لاحقا.

الجدول رقم(31) يوضح الأهداف التي تنطوي عليها هذه البرامج حسب رأي المبحوثين:

أهداف البرنامج	التكرارات	النسبة
الاختراق الثقافي	10	%28.57
تكريس الثقافة الهابطة	12	%34.29
الهاء الشباب العربي عن واقعهم المعاش	13	%37.14
المجموع	35	%100

من خلال الجدول رقم (31) يتبين بأن ما نسبته 34.14%من المبحوثين الذين يرون بان هذه البرامج تهدف إلى الهاء الشباب العربي بمعنى تغييب فكره من خلال إبعاده عن مبادئ الدين الإسلامي ترسيخ أفكار جديدة تبعده عن مبادئه وقيمه الأصلية ،حيث تظهر هذه البرامج بصورتها الطبيعية على أنها برامج تقوم على أساس الترفيه عن المشاهد إلا أنها في الحقيقة ماهي إلا برامج تحمل الكثير من الأهداف التي تسعى طموح الشباب ومحدودية إمكانية في ظل الظروف التي يمر بها.

و تشير نسبة 34.29 % من الذين يعتقدون بان هذه البرامج تسعى إلى تكريس الثقافة الهابطة وهذا مايفسر هذا التنافس بين القنوات العربية على إنتاج مثل هذه البرامج في حين تقل نسبة البرامج التي تعني برفع الثقافة الراقية كالبرامج التحليلية والوثائقية والتعليمية.

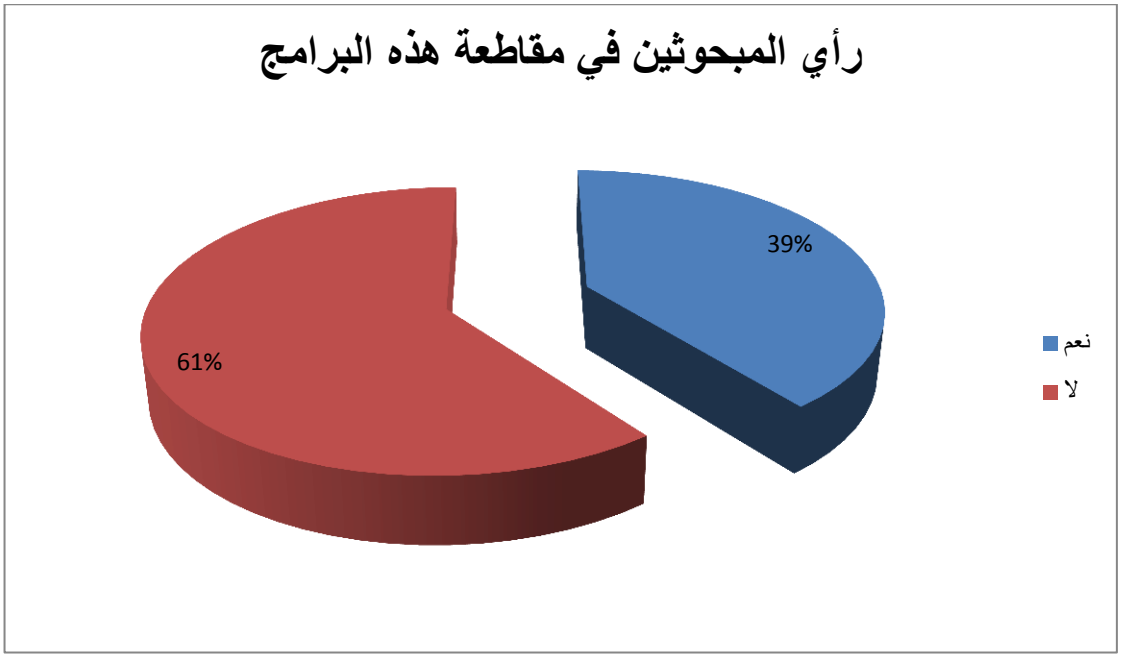
و في المقابل نجد نسبة من أجابوا 28.57 %من أجابوا بان هذه البرامج جاءت للاختراق الثقافي باعتبارها نسخة من برامج غربية حيث تشتري القناة الفكرة و قواعد البرنامج وطبيعي أن هذه البرامج أنتجت بمقاييس ومعايير مناسبة للمجتمع الذي أنتجت فيه ومع ذلك فان بابا الفاتيكان سجل موقفا معرضا لما ينتجه الإعلام الغربي ، وعليه فان هذه البرامج تروج لثقافة الغرب رغم الإشراف والمشاركة العربيين فيها.

الجدول رقم (32) يوضح رأي المبحوثين من مقاطعة هذه البرامج

الخيارات	التكرارات	النسبة
نعم	30	39.47
لا	46	60.53
المجموع	76	100

جاءت البيانات أعلاه لتأكد لنا بان معظم المبحوثين ينصحون بعدم مقاطعة هذه البرامج وذلك بنسبة 60.53 % في حين أن نسبة 39.47 %أكدت على ضرورة مقاطعة هذه البرامج فحسب رأيهم أن هذه البرامج لن تضر بفكرهم بل جاءت فقط لكي تساعد الشباب العربي لإبراز مواهبه و تحقيق طموحاته و رغباته في النجاح عن طريق هذه البرامج.

هذه النتائج تؤكد مدى تأثر المبحوثين بهذه البرامج رغم أهدافها التي صارت معلومة للجميع فهذه البرامج تنتج بأموال سعودية و بخبرة لبنانية تساهم في تدمير الإنسان العربي نفسه ورغم تعالي الأصوات تنادي بمقاطعتها والكف عن إنتاجها إلا أن الشباب يترقبها بشغف إما مشاهدة أو مشاركة وهذا مايكشف عن قوة حضور الإعلام الترفيهي في حياة الشباب.



الشكل (04) يوضح رأي المبحوثين في مقاطعة البرامج

الجدول رقم (33) يوضح رأي المبحوثين في مقاطعة البرنامج وعلاقته بمتغير الجنس

الجنس / مقاطعة البرنامج	الذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	09	% 34.62	21	% 42
لا	17	% 65.38	29	% 58
المجموع	26	% 100	50	% 100

يوضح الجدول رقم (36) رأي المبحوثين في مقاطعة البرنامج وعلاقته بالجنس حيث نلاحظ أن من مجموع 26 ذكر لا ينصحون بمقاطعة البرنامج بنسبة 65.38 % وتليها نسبة 34.62 % تنصح بمقاطعة البرنامج أما فيما يخص البنات فنجد أن من 50 أنثى أجابت بنسبة 58 % ينصحن بعدم مقاطعة هذه البرامج في حين ما نسبته 42 % ينصحون بمقاطعتها.

و بالمقارنة بين النسب نلاحظ أن كلا الجنسين أكدوا على عدم مقاطعة هذه البرامج وهذا ما يفسر لنا مدى تأثر المبحوثين بهذه البرامج كما ذكرنا سابقا رغم ما تحمله من أهداف تسعى بها إلى تغيير فكر الشباب العربي ومبادئه .

أهم نتائج الدراسة الميدانية:

نستطيع أن نلخص أهم النتائج التي توصلنا إليها كالآتي:

- إن معظم المبحوثون يهتمون بالبرامج الترفيهية بنسبة 92.27 % ويعود ذلك إلى أنهم يبحثون من خلال هذه البرامج على وقت للاسترخاء والتخفيف عن النفس والابتعاد عن الواقع، إلا أن نسبة 7.54% ممن لا يتابعون البرامج الترفيهية وذلك لاهتمامهم ببرامج أخرى.
- إن 88.37 % من المبحوثين يتابعون البرامج الترفيهية المستنسخة وهذا يعود إلى انتشارها الواسع في الفضائيات العربية وذلك لتأثر الشباب بهذه النوعية من البرامج في حين نجد نسبة 11.63% من الذين أجابوا بعدم متابعتهم لهذا النوع من البرامج.
- إن برنامج ستار أكاديمي هو أكثر البرامج تفضيلا لدى المبحوثين بنسبة 27.63% وذلك يرجع إلى الحدث الإعلامي الذي صنعه المشتركون الجزائريون في هذا الموسم الأخير للبرنامج، ما أدى إلى استقطاب المبحوثين.
- إن الإناث يتابعن برنامج ستار أكاديمي أكثر من الذكور حيث شكلت نسبة 34% بينما الذكور يتابعون أكثر برنامج أراب جوت تالنت بنسبة 30.77% وذلك لاهتمامهم بهذا النوع من البرامج لأنها تعرض مواهب متعددة غير الغناء.
- إن أكثر ما يلفت انتباه المبحوثين في هذه البرامج هي المضامين وذلك بنسبة 56.58%هذا ما يدل على أهمية ما تحتويه هذه البرامج من أفكار جديدة تشبع رغبات واهتمامات المبحوثين الخاصة، وكان اهتمام بعض المبحوثين بشكل البرنامج بنسبة 68.23%.
- إن بداية متابعة البرنامج كانت إعجاب شخصي بالبرنامج بنسبة 84.61% من أفراد العينة، وذلك لان البرنامج جاء بشكل جديد وبناء مبهر جعل المبحوثين ينجذبون إليه، وثاني سبب لبداية متابعتهم للبرنامج هو جماعة الأصدقاء وذكرت بنسبة 27.63% من إجابات أفراد العينة وذلك لان جماعة الرفاق لها تأثير كبير على خيارات أصدقائهم.
- إن هدف متابعة المبحوثين للبرامج الترفيهية المستنسخة هي التسلية والترفيه بنسبة52.95% وذلك نظرا لطبيعة البرنامج فالمبحوثين يبحثون في هذه البرامج على تمضية الوقت كالاسترخاء والهروب من

الروتين والابتعاد من الجو الدراسي في تلك الفترة التي يعرض فيها البرنامج ،وجاء الفضول وحب الاطلاع على تفاصيل المشتركين بنسبة 22.37% وأشار 14.47% من إجمالي الإجابات لهدف ملأ وقت الفراغ،وأجاب 5.26% منهم أن الهدف من متابعة هذه البرامج هو انه برنامج من نوعية جيدة لاستخدام هذه البرامج عوامل جذب عديدة تبهر الشباب.

- يتابع المبحوثون البرامج الترفيهية المستنسخة في كل المواسم وذلك بنسبة 51.32% ما يدل على تأثرهم الشديد بها في حين انقطع البعض الآخر عن متابعتها وذلك بنسبة 48.68%.
- انقطع أفراد العينة عن متابعة البرنامج في احد مواسمه بسبب ضيق الوقت وذلك بنسبة 54.05% وذلك لانشغال المبحوثين بالدراسة وثاني سبب لانقطاع المشاركة الجزائرية بنسبة 18.92% بالإضافة إلى انه لم يعد يعجبهم وأصبح مملا ومكررا بنسبة 10.81% وهذا ما قد يؤثر على نسبة المشاهدة لهذا البرنامج.
- يتابع المبحوثون البرنامج مع بعض الأسرة خاصة من نفس الجنس بنسبة 43.42% نظرا لوجود عامل الحياء من الجنس الآخر خاصة بالنسبة للعائلات المحافظة، وقد أشار 31.58% من المبحوثين أنهم يتابعون البرنامج بمفردهم، في حين أشار نسبة 19.74% للذين يتابعون البرنامج مع كل الأسرة ما يفسر لنا عدم امتناع الأولياء متابعة أبنائهم لهذه البرامج، وجاءت نسبة 5.26% لمن يتابعون البرنامج مع الأصدقاء.
- لا يتدخل الأولياء لمنع أبنائهم من متابعة البرنامج بنسبة 52.63% وهذا يدل على أن الأولياء لا يمانعون متابعة أبنائهم لهذه النوعية من البرامج بالرغم مما فيها من أنها مخالفات لعادات وتقاليد وأصول المجتمع الجزائري وفي المقابل نجد 28.95% من الذين أجابوا بأحيانا يتم منعهم طرف أوليائهم لمتابعة البرنامج وأشار 18.42% لمن يتم منعهم من متابعة البرنامج وذلك لاحتوائه على الموسيقى والغناء والرقص المبالغ فيه بالإضافة إلى انه يحوي بعض الموضوعات المنافية لثقافتنا وذلك بنسبة 31.82%.
- يجد المبحوثون إحراجا كبيرا في مشاهدة البرنامج مع أوليائهم وذلك بنسبة 56.58% وذلك بسبب طريقة اللباس الغير محتشمة والاختلاط وغيرها من الأشياء التي تجعل المبحوثين يحرجون من متابعة هذه البرامج أمام أوليائهم ، وتشير نسبة 23.62% لمن لا يجدون إحراجا في ذلك وهذا يتوقف على طبيعة العائلة في حد ذاتها ومدى تقبلها لذلك وجاءت نسبة 19.74% لمن أجابوا بأحيانا يجدون إحراجا في متابعة البرامج مع أوليائهم.

- يشعر المبحوثون بالاستمتاع والفرح أثناء مشاهدتهم لبرنامجهم المفضل بنسبة 63.16% ما يفسر مدى رضى المبحوثين بهذا البرنامج وهناك من لا يشعر بأي شيء وذلك بنسبة 19.74% في حين هناك من يشعر بالتعصب في حالة وجود مشترك جزائري وهذا أمر طبيعي لشعورهم بالانتماء الوطني إلا أن هناك من يشعر بالملل خلال المتابعة بنسبة 2.63%.
- نوعاما يؤثر البرنامج المفضل على المبحوثين بنسبة 50% وأثرت كثيرا بنسبة 9.21% وكان التأثير ايجابي على حسب المبحوثين بنسبة 76.92% ، سلبا بنسبة 23.07% في حين لم تؤثر فيهم نهائيا مشاهدة هذه البرامج بنسبة 40.79%.
- يقيم المبحوثون هذه البرامج على أنها برامج متوسطة وذلك بنسبة 53.95% في حين يرى البعض الآخر بأنها جيدة بنسبة 36.84% ما يفسر لنا مدى إعجابهم بهذه البرامج على عكس الذين يرون بان هذا البرنامج ضعيف بنسبة 9.21%.
- يرى المبحوثين أن من أكثر الايجابيات لهذه البرامج هو اكتشاف المواهب ومتابعتها بنسبة 46.95% أي انه يفتح الفرصة أمام الشباب لكي يعبر عن مواهبه بحيث أنها تفتح لهم باب النجاح والوصول إلى عالم الشهرة والنجومية، وأيضا من ايجابيات هذه البرامج أنها تساعد على الترفيه عن النفس بنسبة 30.26% أي أنها تساعدهم على الابتعاد عن المشاكل والضغوطات اليومية، وذكرت نسبة 6.58% أن من ايجابيات البرنامج انه يساعدهم على الاطلاع على ثقافات أخرى وذلك نظرا لان البرنامج يجمع الكثير من المواهب العربية، وامتنع عن الإجابة ما نسبته 17.11%.
- إن 39.47% يرون أن من أكثر السلبيات لهذه البرامج هو انه معارض لقيم المجتمع وذلك لعدم احترام عادات المجتمع العربي وثاني سلبيات هذه البرامج هو انه يساهم في إفساد الأخلاق بنسبة 27.6% من إجمالي الإجابات وذلك لأنه يفسد أفكار وعقول الشباب العربي وجاءت سلبية في أنها مضيعة للوقت بنسبة 11.84 % في حين امتنع عن الإجابة ما نسبته 21.05 %.
- ساهم البرنامج المفضل حسب المبحوثين في إبعادهم عن الواقع بأخذهم إلى عالم الخيال بنسبة 28.95% وهذا لان البرنامج بعيدا كل البعد عن الواقع الحقيقي الذي يعيشون فيه وما نسبته 25% تمثل نسبة المبحوثين الذين يعتقدون أن البرنامج يجعلهم يهتمون بشكل البرنامج على حساب المضمون، وتشير 19.74% إلى الذين يعتقدون بأن هذا البرنامج جعلهم يتقبلون المظاهر الغير مقبولة في المجتمع لاحتوائه على كثير من المظاهر الغير مقبولة في المجتمع، وجاءت نسبة 14.47% لتمثل من يعتقدون أن

برنامجهم المفضل ساهم في رفع اهتماماتهم بالثقافة الهابطة على حساب الثقافة الراقية أي انه ليس لها أي فائدة.

- يرى المبحوثون أن البرنامج ينحصر هدفه الأساسي فقط في اكتشاف المواهب وتقديمها بنسبة 53.95%، في حين نسبة 46.05% يرون عكس ذلك أي انه لهذه البرامج أهداف خفية ساهمت في الاختراق والغزو الثقافي وتشويش أفكار الشباب بالإضافة إلى تكريس الثقافة الهابطة والهاء الشباب العربي عن واقعهم المعاش.
- ينصح المبحوثون بعدم مقاطعة هذه البرامج وذلك بنسبة 60.53% في حين نسبة 39.47% ينصحون بمقاطعة هذه البرامج، وهذا ما يفسر لنا مدى تأثر وتعلق المبحوثين بهذه البرامج.

الخاتمة:

تعـد الــبرامج الترفيهيــة من أكثـر أنواع البرامج تأثيرا في المشاهد خاصة الشباب باعتبارها وسيلة الهاء للهـروب يلجأ إليها الجمهور العريـض الذي غدا مع الحياة العصرية يئن من كثرة متطلباتها ومن سرعة إيقاعها، لتظهر لنا مايسمى بالبرامـج الترفيهيـة المستنسخة هذه الظاهرة التي انتشرت بشـكل واسع في الفضائيات العـربية وهي نقلة جديدة في العـالم العـربي . جاءت لتحمل الكثير من الأهـداف خاصة وأنها برامج غربية الأصل أي أنها لا تتمـاشى مع عادات وتقاليد العرب إلا أنها وبالرغم من خطورتها على الشباب غير أنها وجدت صـدى كبير لدى هذه الفئة المهمة ،حيث تترك أثرا كبيرا على سلوكهم وأنماط معيشتهم وأسلوب حياتهم ومعتقداتهم وتوجهاتهم المستقبلية في ظل الظروف المتأزمة التي تشهدها البلدان العربية حيث نجد هذه النوعية من البرامـج التلفزيونية تقوم أساسا على إعطاء فرصة لأفراد عاديين لتحقيق النجاح والشهرة.

وفي وجهة نظر شباب اليوم أن هذه البرامج تسهل عليهم تحقيق طموحـاتهم من أجـل مستقبل أفضل بأسهل الطرق، كما تعوضهم على ما يعانونه من غياب للفرص خاصة وأنها تعتمد على طرق جديدة وجذابة في عرض هذه البرامج واستعمالها لأحدث التكنولوجيا في الديكورات و الألـوان والملابس و الماكياج...الخ بشكل متميز ومثير وتقوم بإشراك جماهير الشباب، بحيث تهتم بهم من جهة كمشتركين ومن جهة ثانية كموجهين لأحداث البرامج عن بعد عن طريق التصويت مثلا وبالتالي فان دراسة اتجاهات الشباب الجامعي نحو برامج الترفيه المستنسخة مسألة في غاية الأهمية سيما وأن عالمنا المعاصر يشهد تغيرات متسارعة وتطورات متلاحقة بفعل الانفتاح الحضاري والتسارع الفني في مجالات الإعلام والاتصال الجماهيري.

ومن خلال تحليل الدراسة الميدانية تبنت لنا جملة من النتائج من بينها أن معظم المبحوثين يهتمون بالبرامج الترفيهية المستنسخة بنسبة 88.37 % نظرا لانتشارها الواسع في الفضائيات العربية بالإضافة إلى أكثر البرامج تفضيلا لدى المبحوثين هو برنامج ستار أكاديمي خاصة الإناث أكثر من الذكور.

ومن أهم ما دفــع بالمبحوثين إلى متــابعة البرنامج المفضل لديهم هو التسليــة والترفيــه وذلك للاسترخاء والتخفيف من التوتر والقلق الذي يعانيه الشبــاب، حيث يتابع معظم المبحوثين البرنامج مــع بعض أفراد الأسرة بينما نجد أن الأولياء لا يمانعون متابعة أبنائهم لهذه النوعية لمن البرامج بالرغم من أنها مخالفة لعاداتنا و تقاليدنا، لكن تبقى المسؤولية الأكبر على عاتق الأسرة في مراقبتها للمضــامين التي يتلقاها أبناؤها وتوجهيهم الوجهة الصحيحة نحو مشاهدة برامج ذات فائدة معرفية أو ترفيهية سالمة، لذلك يشعر المبحوثين بالحرج الكبير أثناء مشاهدة البرنامج مع أوليائهم وذلك بسبب الجوانب المظهرية في البرنامج كطريقة اللباس ولوحات الاستعراض والرقص.

وقد أثرت البرامج الترفيهية في المبحوثين حيث يرون أن هذا التأثير إيجابيا على حسب المبحوثين نظرا لمساهمته في اكتشاف المواهب العربية ومتابعتها وفتح فرص لتحقيق النجاح أمام الشباب ورفع مستوى الطموح لديهم بينما يرى المبحوثين أن من سلبيات هذه البرامج هو أنه معارض لقيم المجتمع ويدعو للرذيلة ويفسد الأخلاق وعدم احترام عادات المجتمع العربي ورغم كل ذلك إلا أنهم لم ينصحوا بمقاطعة هذه البرامج.

وفي الختام فانه من خلال ماسبق يتضح التاثير الكبير الذي تتركه هذه البرامج في الشباب رغم وجود وعي لدى نسبة معتبرة منهم لرفض مضامين وأهداف هذه البرامج.

قائمة المراجع:

المعاجم:

1. ابن منظور:لسانا لعرب،دار بيروت للطباعة والنشر،لبنان.
2. عبد القادر المهيري :القاموس المدرسي،دار الأدب،بيروت،2006 .
3. الفيروز ابادي:القاموس المحيط،الدار العربية للكتاب،بيروت، ج2 ،ط3 ،1980.
4. محمد منير حجاب:المعجم الإعلامي،دار الفجر للنشر والتوزيع،القاهرة،2004.

الكتب

5. أحمد بن مرسلي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ،ط2 ،ديوان المطبوعات ،الجزائر،2005.
6. احمدبن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال،ط3،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،2007،.
7. احمد محمد الزبادي وآخرون: اثر وسائل الإعلام على الطفل ،ط2 ، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان ، 2000.
8. اديب خضور: سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون (الدراما التلفزيونية)،ط1،دار الايام ،الجزائر 1999.
9. اسامة ظافر كبارة:برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاج للاطفال ،ط01،دار النهضة العربية،مصر ،2003.
10. إسماعيل علي سعد : الشباب والتنمية في المجتمع السعودي ، دراسة ميدانية لطلاب جامعة الملك عبد العزيز، دار المعرفة الجامعية ،1989 .
11. إسماعيل علي سعد:الشباب والتنمية في المجتمع السعودي ،دار المعرفة الجامعية ،إسكندرية، 1989 .
12. أشرف فهمي خوجة: استراتيجيات الدعاية والإعلان ، الأطر النظرية والنماذج التطبيقية ،دار المعرفة الجامعية،الإسكندرية،2007.
13. بشير معمرية :القياس النفسي وتصميم أدواته،منشوراتالحبر،ط 2 ،الجزائر،2007 .

14. جمال العيفة : الثقافة الجماهيرية عندما تخضع وسائل الإعلام والاتصال تقوى السوق، مديرية النشر،عنابة، 2003.

15. خضير شعبان:مصطلحات في الإعلام والاتصال ،ط1 ،دار اللسان العربي،الجزائر،1422هـ.

16. خليل شكور : أمراض المجتمع :الأسباب.الأصناف.التفسير.الوقاية والعلاج، الدار العربية للعلوم،بيروت،1998 .

17. دويرار الطاهر:فنون المنوعات والتلفزيون،ط1 ، سنابل للكتاب،القاهرة،2008 .

18. زكريا عبد العزيز محمد: التلفزيون والقيم الاجتماعية والمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب ،مصر ، 2002 .

19. سمير محمد حسين:دراسات في مناهج البحث العلمي،ط3،عالم الكتب،مصر،1999.

20. سهير جاد،عبد العزيز شرف: البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي،الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر،1987.

21. السيد عبد الحميد عطية وهناء حافظ بدوي:الخدمة الاجتماعية ومجالاتها التطبيقية،المكتب الجامعي الحديث،الاسكندرية،ص272 .

22. شحاتة سليمان،محمدسليمان:مناهج البحث بين التطبيق والنظري،مركز الإسكندرية للكتاب،الإسكندرية 2006.

23. صالح السعد : المخدرات والمجتمع ،مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان ، 1996، .

24. صالح ذباب هندي : اثر وسائل الإعلام على الطفل ، ط4 ، دار الفكر ، عمان ، 2008 ، .

25. طارق سيد احمد الخليفي:فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية،دار المعرفة الجامعية،مصر،2008،

26. عبد الرحمان عزي : الرأسمال الرمزي الجديد- قراءة في هوية وسوسولوجية الفضائيات في المنطقة العربية ،ط1،سلسلة كتب المستقبل العربي57،مركز دراسات الوحدة العربية ،بيروت ،2008.

27. عبد الرزاق محمد الدليمي: عولمة التلفزيون ، ط1 ، دار جرير للنشر والتوزيع ، عمان ، 2005،

28. عبد العزيز محمد الخضر:قراءة هادفة في القنوات الفضائية ،البيان،العدد143،نوفمبر 1999،

29. عبد الله بوجلال وآخرون : القنوات الفضائيةوتاثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجامعي، دراسة نظرية وميدانية ،دار الهدى،عين مليلة، الجزائر ،د.ت.

30. عبد الله محمد عبد الرحمان :سوسولوجيا التعليم الجامعي –دراسة في علم الاجتماع التربوي–،دار المعرفة الجامعية،إسكندرية ،1991.

31. عبد المالك الدناني: تطور تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، د.ط ،دار الشروق ، مصر ، 1995

32. عبد المجيد شكري: تكنولوجيا الاتصال إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون،ط1،دار الفكر العربي،القاهرة،1996

33. عبدالفتاح أبو معال :اثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم ، ط1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان ، 2006 ،

34. عزام أبو الحمام: الإعلام الثقافي جدليات وتحديات ، ط 1 ،دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان،2010،

35. عزت حجازي:الشباب العربي و مشكلاته ، سلسلة عالم المعرفة ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، الكويت ، .1985

36. علي ليلى وآخرون : الشباب القطري اهتماماته وقضاياه ، مركز الوثائق والدراسات الشبانية ، جامعة قطر ، 1991.

37. عمر عبد الدايم: القنوات الفضائية وتطور الإنتاج التلفزيون ، دار الكتاب الحديث ، مصر ، 2007،.

38. عمر عسوس : دور الأسرة والمدرسة في الوقاية من الجريمة ، في الفكر العربي ، عدد 83 ، بيروت ، معهد الإنماء العربي ، 1996 .

39. فارس عطوان:الفضائيات العربية ودورها الإعلامي،ط1،دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان،2009،

40. فاروق ناجي محمود:برنامج التلفزيون كتابته ومقومات نجاحه،دار الفجر للطباعة والنشر،بغداد 2007

41. فريال مهنا :علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية ،دار الفكر المعاصر،بيروت،2002.

42. محمد ارزقي بركان : التسرب عوامله نتائجه وطرق علاجه ، في عروض الأيام الوطنية الثالثة لعلم الثالثة لعلم النفس وعلوم التربية ، جامعة الجزائر 1998 .

43. محمد جاد :البث الفضائي العربي ،دار المعرفة ،القاهرة ، 2001،ص. ص. 64-67 .
44. محمد عبد الحميد :البحث العلمي في الدراسات الإعلامية،ط1،عالم الكتب،القاهرة،2002.
45. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية،ط2،عالم الكتب،القاهرة،2004.
46. محمد عبيدات وآخرون : منهجية البحث العلمي-القواعد والمراحل والتطبيقات-ط2،دار وائل للنشر ،عمان،1999.
47. محمد علي محمد : الشباب العربي والتغيير الاجتماعي ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 1985 .
48. محمد مصطفى القباح : الطفل المغربي،منشورات رمسيس،الرباط،1977.
49. محمد معوض إبراهيم: دراسات في الإعلام والخليجي ، دار الكتاب الحديث ،ج 3 ، القاهرة ، 2002، .
50. محمد منير مرسي: التعليم الجامعي المعاصرقضاياه واتجاهاته،دار النهضة العربية،1977.
51. محمد نصر مهنا: في تنظير الإعلام ، الفضائيات العربية – العولمة الإعلامية – المعلوماتية ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، 2009.
52. معين خليل العمر:مناهج البحث في علم الاجتماع ،ط1،دار الشروق للنشر،الأردن،2004.
53. منير ناصر:الترفيه في وسائل الاعلام ودوره في شغل أوقات الفراغ لدى الشباب،ابحاث الندوة العالمية الخامسة بالمركز العربي للدراسات الامنية والتدريب الرياضي،الرياض.
54. موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في علوم الإنسانية ، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر ، الجزائر ، 2004.
55. مي العبد الله : التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير ، دار النهضة العربية ، لبنان ، 2006.
56. نهوند القادري عيسى:قراءة في ثقافة الفضائيات العربية،مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 2008.
57. نورهان منير حسن فهمي : القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية ، المكتبة الجامعية الحديثة ، الإسكندرية ، 1999 .

58. هاني الرضا رامز محمد عمار : الرأي العام والاعلام والدعاية ،ط1،المؤسسة الجامعية ، بيروت،لبنان،1998.

59. هيثم هادي الهيتي:الاعلام السياسي والاخباري في الفضائيات ،ط 1،دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان ،2011.

60. وفيق صفوت مختار:وسائل الاتصال والإعلام وتشكيل وعي الأطفال والشباب، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة ،2010.

المجلات:

61. اديب خضور : سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون،سلسلة عالم الفكر،المجلد الثامن والعشرون،العدد الثاني،اكتوبر1999،الجزائر.

62. سوزان القليني : الدراما التلفزيونية في إطار وظيفة الترفيه الإعلامي،الفنالإذاعي،العدد 182،اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مصر،2006 .

63. ملفين.ديفلير واخرون:نظريات وسائل الاعلام،ترجمة امال عبدالرؤوف،الدار الدولية للنشر والتوزيع،القاهرة1992.

64. هربت شيللر:المتلاعبون بالعقول ،سلسلة عالم المعرفة،عدد106،الكويت .

المذكرات:

65. سامية قطوش : عمل الأبناء الشباب وعلاقته بالاتصال مع الآباء في الأسرة ، دراسة مقارنة لعينة من الشباب في الجزائر العاصمة وضواحيها ، مذكرة ماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 2002 .

66. عزري أمال :برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية و تأثيرها على قيم وسلوك المراهقين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال،كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر2009،2010/3م.

67. نديم ربحي محمد الحسن : اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، الأردن ، 2008.

68. نصير بوعلي : اثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري،دراسة تحليلية وميدانية ،أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال،2003/2000.

69. نورة نايلي: البرامج الترفيهية في القناة الجزائرية ووظائفها تجاه المراهقين الجزائريين،مذكرةلنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية،جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2013/ 2014 .

مراجع أجنبية:

70. [1] Marie Gillespie: Télévision Ethnicity and Cultural Chang، First published by Routedge، London، 1995، p178

مواقع الانترنت:

71.الموسوعة الحرة ويكيبيديا:

http://ar.wikipedia org/wki، .16:30،2016 /04/13

جامعة المسيـــلة "محمد بوضيـــاف"

كلية العلوم الإنســانية والاجتمـاعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمــارة استبيــان في اطار دراســة بعنــوان:

اتجاهات الشباب الجامعي نحو برامج الترفيه المستنسخة
دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة المسيلة

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

من إعداد :

بن صوشة حنان

إشراف الأستاذة:

نايلي سهيلة

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي ميداني لتحضير شهادة الماستر ، يرجى منكم ملئ هذه الاستمارة بدقة مع العلم إن كافة المعلومات المدلى بها من طرفكم لن تستخدم الا للأغراض العلمية وستحظى بالسرية التامة

✓ اجب بوضع علامة (×)

البرامج المستنسخة: وهي ذلك النوع من البرامج التي يتم نسخها عن برامج أجنبية تعتمد الطابع الترفيهي تنتجها وتبثها بعض القنوات العربية التي تمكنت من شراء أفكارها من أصحابها الأصليين.

السنة الدراسية 2015.2016

I. المحور الأول : البيانات الشخصية:

1) الجـنس:

ذكـر ☐

أنثى ☐

2) العـــمر:

من (18-21) ☐

من (22-26) ☐

من (26-29) ☐

أكثر من 29 سنة ☐

3) المستوى الجامعي :

ليسانس ☐

ماستر ☐

دكتوراه ☐

4) التخصص.....

II. المحور الثاني :البرامج المفضلة لدى المبحوثين :

5) ماهي البرامج التلفزيونية التي تشاهدها :

- الإعلامية ☐
- التثقيفية ☐
- التعليمية ☐
- الترفيهية ☐

6) هل تهتم بالبرامج الترفيهية :

نعـم ☐

لا ☐

7) اذا كانت إجابتك نعم ماهي البرامج المفضلة لديك :

1- دراما ☐

2- أغاني ☐

3- مسابقات ☐

4- برامج مواهب ☐

8) هل تشاهد البرامج المستنسخة :

نعم ☐

لا ☐

9)من بين هذه البرامج : ما هو البرنامج الذي تحرص على مشاهدته أكثر ؟ يمكنك الاختيار أكثر من إجابة

- ستار أكاديمي ☐
- أراب أيدل ☐
- ذا فويس ☐
- أراب جوت تالينت ☐
- ايكس فاكتور ☐

أخرى اذكرها .....

10)ما هي الجوانب المميزة في البرنامج الذي اخترته عن البرامج الاخرى ؟

- الشكل الذي يقدم به البرنامج ☐
- مضمون البرنامج ☐
- مقدمي البرنامج ☐
- القناة التي تعرض البرنامج ☐

III. المحور الثالث : عادات ودوافع متابعة المبحوثين لبرامج الترفيه المستنسخة التي تعرض في القنوات العربية :

11)ما الذي دعاك إلى متابعة هذه البرامج ؟

- إعجاب شخصي بالبرامج ☐
- الأصدقاء ☐
- أفراد الأسرة ☐
- الإعلان ☐

12) ما هدفك من متابعة البرنامج ؟

- التسلية والترفيه ☐
- ملا وقت الفراغ ☐
- لأنه برنامج من نوعية جديدة ☐
- الفضول وحب الاطلاع ☐
- لاكتشاف عالم الشهرة والنجومية ☐
- لمواكبة الجديد في هذه البرامج ومناقشة الأصدقاء فيها ☐
- لتشجيع المشاركين الجزائريين ☐

13)هل تتابع هذه البرامج في كل مواسمه دائما ؟

نعم ☐ لا ☐

14) إذا كانت إجابتك بلا لماذا انقطعت عن متابعة البرامج الترفيهية المستنسخ؟

- لأنه لم يعد يعجبك ☐
- لضيق الوقت ☐
- لأنه برنامج غير نافع ☐
- لأنه أصبح مملا ومكررا ☐
- لانقطاع المشاركة الجزائرية ☐
- أخرى اذكرها .....

15) **هل تواظب على متابعة البرنامج ؟**

- منذ البداية إلى النهاية ☐
- الجزء المفضل من البرنامج فقط ☐
- حسب الوقت المتوفر لديك ☐

16) **هل تتابع البرنامج؟**

- بمفردك ☐
- مع كل الأسرة ☐
- مع بعض الأسرة ☐
- مع الأصدقاء ☐

17) هل حدث وان منعك احد أفراد الأسرة من مشاهدة البرنامج ؟

- نعم ☐
- لا ☐
- أحيانا ☐

18) إذا كانت إجابتك نعم فهل يعود سبب ذلك إلى :

- وجود برنامج يشاهده احد أفراد الأسرة في نفس وقت بث الحصة ☐
- احتواء البرنامج على الموسيقى والغناء والرقص المبالغ فيه ☐
- البرنامج يحوي بعض الموضوعات المنافية لثقافتنا ☐
- بسبب الالتزامات الدراسية ☐

19) **هل تجد إحراجا في مشاهدة البرنامج مع أوليائك؟**

نعم ☐

لا ☐

أحيانا ☐

IV. المحور الرابع : الاشباعات التي تحققها هذه البرامج للمبحوثين :

20) **ماهو شعورك وأنت تشاهد هذا البرنامج ؟**

الاستمتاع والفرح ☐

الملل ☐

التعصب في حالة وجود مشترك جزائري ☐

لا شيء ☐

21) هل أثرت فيك هذه البرامج ؟

- كثيرا ☐
- نوعا ما ☐
- لم تأثر ☐

22)إذا كانت قد أثرت فيك كيف تقيم هذا التأثير؟

- ايجابي ☐
- سلبي ☐

V. المحور الخامس :مواقف وأراء المبحوثين من البرنامج :

23) ماهو تقييمك العام لهذه البرامج ؟

- جيدة ☐
- متوسطة ☐
- ضعيفة ☐

24) ماهي ايجابيات البرنامج في رأيك؟

.....

.....

.....

25) ماهي سلبياته في رأيك ؟

.....

.....

.....

26) هل تعتقد أن برنامجك المفضل قد ساهم في :

- عزلك عن علاقاتك الأسرية والاجتماعية ☐
- المساس بمبادئك ☐
- إبعادك عن الواقع بأخذك إلى عالم الخيال ☐
- رفع اهتمامك بالثقافة الهابطة على حساب الثقافة الراقية ☐
- جعلك تهتم بشكل تقديم البرنامج على حساب المضمون ☐
- جعلك تتقبل المظاهر غير المقبولة في مجتمعك ☐

27) حسب رأيك هل هذه البرامج ينحصر هدفها في اكتشاف المواهب فقط و تقديمها :

- نعم ☐
- لا ☐

28) إذا كانت إجابتك لا ماهي الأهداف التي تنطوي عليها مثل هذه البرامج حسب رأيك :

- الاختراق الثقافي ☐
- تكريس الثقافة الهابطة ☐
- الهاء الشباب العربي عن واقعهم المعيش ☐

29) **هل تنصح بمقاطعة هذه البرامج ؟**

- نعم ☐
- لا ☐

شكرا على تعاونكم

ملخص الدراسة :

تعتبر البرامج الترفيهية المستنسخة أحد أهم البرامج التي دخلت الإعلام العربي حديثا وتمكنت من توطيد علاقتها مع الجمهور،حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو هذ النوع من البرامج الذي انتشر بشكل كبير في الفضائيات العربية ومعرفة إشباعها لدى عينة من الشباب الجامعي ،ولهذا الغرض تم استخدام المنهج المسحي حيث تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة بلغت 100طالباوطالبة في جامعة المسيلة .

وقد خلصت الدراسة عن الكثير من النتائج أهمها: أن الغالبية العظمى من الشباب الجامعي يشاهدون البرامج الترفيهية المستنسخة بنسبة 88.37% من أكثير البرامج مشاهدة هو برنامج ستار أكاديمي بالإضافة إلى أن هدف متابعة المبحوثين للبرامج الترفيهية المستنسخة هي التسلية والترفيه وذلك بنسبة 52.95% ،كما كشفت الدراسة عن مدى تأثر الشباب الجامعي بهذه البرامج بحيث عبرة بنسبة 60.55% عن رأيهم بعدم مقاطعة هذه البرامج.

Abstract

The copies entertainment Programs Considered One of the most programs Which entered the Arab media newly And was able to consolidate its relationship with the public Where the aim of this study To identify University youth trends About this type of program Which dramatically spread in the Arab satellite channels And find out the satiated When a sample of university young people And for this purpose have been used The survey method Where the questionnaire distributed to a sample of 93 students In M'sila University.

The study concluded that about a lot of results The most important is :

The majority of university students Watching copies entertainment programs in the rate of 88%And from more programs Show "star academy " .

In addition to that the Aims of the respondents follow-up this copies entertainment programs with a rate of 25% .

The study also revealed the impact of the university youth with this programs So has passed a rate of 60.53% Their opinion not to Stop watching this programs

.

غ