

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم
كلية العلوم الاجتماعية - خروبة -
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال

أطروحة مقدمة للحصول على شهادة الدكتوراه طور ثالث
في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص الاتصال، وسائل الاعلام والمجتمع
بعنوان:

الصناعات الثقافية التلفزيونية وعلاقتها بالاغتراب الاجتماعي
دراسة ميدانية في أوساط طلابية بجامعة مستغانم

إشراف الدكتور:

- العربي بوعمامة

إعداد الطالبة:

- كويبي حفصة

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	جامعة الانتساب	الصفة
د-خالدي أمينة	جامعة مستغانم	رئيسة
د- العربي بوعمامة	جامعة مستغانم	مقرا
د- مالفى عبد القادر	جامعة مستغانم	مناقشا
د- بدر الدين زواقة	جامعة باتنة	مناقشا
د- عبدالله ثاني قدور	جامعة وهران	مناقشا

السنة الجامعية 2015/2016

شكر

أُتقدم بالشكر إلى كل من والديّ الكريمين...

كما يطيب لي أن أشكر كل من المؤطر الدكتور " العربي بوعمامة " الحريص على إتمام هذا العمل، وكذا اللجنة الممتحنة التي وافقت على مناقشة هذه الدراسة،

وكل من ساعدني في مشواري الدراسي.

شكرا جزيلا.

قائمة المحتويات

I	- ملخص الدراسة
16	- مقدمة عامة
الفصل الأول: في توصيف التلفزيون	
1-1- نظرة تاريخية عن التلفزيون	
61	1-1-1- البث التلفزيوني
67	1-1-2- القنوات الفضائية العربية
70	1-1-3- التلفزيون والقنوات الفضائية بالجزائر
1-2- خصائص التلفزيون	
73	1-2-1- التلفزيون وسيلة اتصال بصرية إلكترونية
75	1-2-2- التلفزيون وسيلة اتصال جماهيرية منزلية
90	1-2-3- التلفزيون وصناعة الثقافة
الفصل الثاني: الاغتراب الاجتماعي لدى الشباب الجامعي	
1-2- مفهوم الاغتراب، أنواع وأسبابه	
148	1-2-1- مفهوم الاغتراب
157	1-2-2- أنواع الاغتراب
159	1-2-3- أسباب الاغتراب
1-2-2- الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة	
161	1-2-2-1- مظاهر الاغتراب الاجتماعي
172	1-2-2-2- الاغتراب الاجتماعي تبعا لخصائص عينة الدراسة
181	1-2-2-3- الاغتراب الاجتماعي العام

الفصل الثالث : الصناعات التلفزيونية بين التأثير والاعتراب

3-1- تأثير الصناعات التلفزيونية على الشباب الجامعي

184 3-1-1- إشكالية التأثير

186 3-1-2- التأثيرات الإيجابية والسلبية

190 3-1-3- تأثير البرامج الأجنبية

3-2- الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي

197 3-2-1- نوعية الانتاج التلفزيوني

202 3-2-2- الاتجاه النقدي للتلفزيون

210 3-2-3- مشاهدة التلفزيون والاعتراب الاجتماعي

216 - نتائج الدراسة

221 - خاتمة

228 - قائمة المصادر والمراجع

241 - قائمة الملاحق

255 - الفهرس التفصيلي

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي، والتي أجريت في أوساط طلابية من جميع المستويات الدراسية والتخصصات العلمية بجامعة مستغانم، بالاستعانة بخلفيات نظرية مختلفة تمثلت في أفكار النظرية النقدية ، مدخل الاستخدامات والاشباع وكذا نظريات تأثير وسائل الإعلام .

تكمن أهمية دراستنا هذه في القياس الإمبريقي للاعتراب الاجتماعي وربطه بالتلفزيون باعتباره أحد أهم وسائل الإعلام بالجزائر.

قامت الدراسة على تساؤلات عديدة أهمها: ما تأثير الصناعات التلفزيونية على المشاهد؟ وما علاقتها بالاعتراب، تبعا لاختلاف المتغيرات التالية: معدل استخدام التلفزيون، الجنس، السن، بيئة السكن والمستوى الدراسي؟

تمثلت الفرضية الأساسية في أن كثرة استخدام التلفزيون -باعتباره صناعة ثقافية- ترفيهية- لها ارتباط موجب بظاهرة الاعتراب الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، وقد تم استخدام كل من المنهج الكمي والكيفي بالاستعانة بأداتي الاستمارة والمقابلة نصف الموجهة وفق أسلوب مجموعات الدردشة.

تضمنت الاستمارة مجموعة من الأسئلة، منها ما يتعلق باستخدامات التلفزيون والدوافع المؤدية إلى ذلك، تأثيرات البرامج المشاهدة، وكذا مقياسا للاعتراب.

بعد إجراءات الصدق والثبات وتوزيع الاستمارات واسترجاعها، تمت عملية تحليل البيانات لـ 384 استمارة صالحة للتحليل باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، SPSS ، باستخراج المتوسطات الحسابية والنسب المئوية بالإضافة إلى الانحرافات

ملخص الدراسة

المعيارية وارتباط برسون وغيرها من الاختبارات الأخرى بغية التحقق من صحة الفرضيات ، التي تم تأكيد بعضها، وتفنيد البعض الآخر.

من بين ما توصلت إليه الدراسة أن كثافة استخدام التلفزيون مرتبطة بـ"العجز" كأهم مظهر للاغتراب.

الكلمات المفتاحية : الاغتراب، التلفزيون، الصناعات الثقافية، الترفيه، النظرية النقدية، الشباب.

Résumé :

Cette étude vise à identifier la relation entre les industries et l'aliénation sociale. Elle a été effectuée auprès des étudiants de l'université de Mostaganem à tous les niveaux de disciplines académiques, en utilisant différents approches théoriques comme la théorie critique, l'approche des usages et gratifications, et les théories des effets des médias.

L'importance de cette étude réside dans la mesure empirique de l'aliénation et sa relation avec la télévision comme l'un des médias les plus importants en Algérie

L'étude a été fondée sur plusieurs questions, notamment: Quel est l'effet des industries télévisuelles sur les téléspectateurs ? Quelle est sa relation avec l'aliénation en fonction des variables suivantes : le taux d'utilisation de la télévision, le sexe, l'âge, l'environnement du logement, niveau universitaire ?

L'hypothèse principale a été basée sur l'idée qu'il y'a une corrélation positive entre la fréquence de regarder les industries télévisuelles culturelles et l'aliénation sociale chez les étudiants universitaires. On a utilisé les deux méthodes : quantitative et qualitative, basées sur un questionnaire et des entretiens semi directif selon le style des groupes de discussion.

Le questionnaire comporte une série de questions, y compris celles liées aux usages de la télévision et les motifs ayant conduits à cela, de visualiser les effets des programmes télévisuels, ainsi la mesure de l'aliénation.

L'analyse des données des 384 questionnaires valables a été effectuée après avoir mis en œuvre les procédures de la validité et la fiabilité et de la distribution des questionnaires.

Les données statistiques ont été traitées avec un logiciel de state pour les sciences sociales (SPSS) à travers l'extraction des moyennes et pourcentages, écarts-types, corrélation et d'autres tests afin de vérifier la validité des hypothèses, dont certaines ont été confirmées, et d'autre ont été refusées.

Parmi les conclusions tirées de cette étude la fréquente de l'utilisation de la télévision liée à «l'incapacité» comme l'aspect le plus important de l'aliénation.

Mots clés: Aliénation, la télévision, les industries culturelles, divertissement, la théorie critique, la jeunesse.

Abstract

This study aims to identify the relationship between the television's industry and social alienation, which was conducted among students at the University of Mostaganem, Algeria, in all levels of academic disciplines, using different theoretical backgrounds like the critical theory, uses and gratifications approach and media effects studies.

The importance of this study lies in the empirical measure of alienation and its relationship with television as one of the most important media's tool in Algeria.

Our study was based on several questions, including: What is the effect of television industries on viewers? And what is their relationship with the alienation according to the following variables: the rate of television's use, gender, age, type of housing and university level.

The main hypothesis was: there is a positive correlation between the frequent use of TV as cultural entertainment industry and social alienation among university's student, we have used both of quantitative and qualitative method through a survey and interviews according to the discussion groups style.

The questionnaire includes a series of questions related to the television uses and their gratifications, visualizing the effects of TV programs and a measure of alienation.

After the procedures of the validity, the reliability and the distribution of the questionnaires, we have analyzed the data of 384 unit which are valid

for analysis by using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) through the extraction of some application like: the averages, the percentages, standard deviations, correlation and other test in order to verify the validity of the hypotheses which have been confirmed some of it and refuse others.

We found that the intensity of using television has correlation to "powerlessness" as the most important aspect of alienation.

Keywords: Alienation, Television, Cultural industries, Entertainment, Critical Theory, youth.

مقدمة عامة

يعتبر الإعلام نسقا اجتماعيا له دوره ووظائفه داخل المجتمع، فالعملية الإعلامية تتميز بأبعادها السوسولوجية، تؤثر وتتأثر بسائر النظم داخل البناء الاجتماعي ككل، وقد تزايدت أهمية وسائل الإعلام وخاصة مع التطورات التكنولوجية الحاصلة في الميدان وأصبحت من العناصر التي لا غنى عنها في المجتمع، فهي تعمل على نشر الأخبار والمعلومات، الآراء والقيم، كما أصبحت تساهم في عمليات التنشئة الاجتماعية بجانب الأسرة والمدرسة، من خلال ما تبثه من برامج ومضامين، كما أن محتوياتها أصبحت وسيلة للترفيه والتسلية والتثقيف والتعليم، ووفق هارولد لازويل Harold Lasswell يهدف الإعلام إلى نقل الموروث الاجتماعي ، وقد فسر تشارلز رايت ميلز C.R. Mills هذه الوظيفة بنقل الثقافة.

أصبحت وسائل الإعلام تتمتع بسلطة وهيمنة على المتلقي في تبني مختلف الآراء والأفكار والمواقف وتكوين الاتجاهات حول مختلف القضايا المحلية والعالمية، فهذه الوسائل أحدثت تغييرات وتحولات في البناء الاجتماعي والثقافي وأنماط التفكير، فهي تعمل على تكامل المجتمع بزيادة الاتفاق والوحدة داخل المجتمع من جهة، كما يمكن أن تكون من بين العوامل المسببة في الخلل الوظيفي بما تبثه من محتويات ومضامين، في ظل الانتشار الكبير لهذه الوسائل، فلا يكاد منزلا لا نجد فيه راديو أو تلفاز، وأصبح البث التلفزيوني الفضائي -الذي تجاوز حدود الزمان والمكان -السمة المميزة للمجتمعات اليوم مع تزايد عدد القنوات التلفزيونية وتزايد تعرض الجمهور لهذا البث، فالتعرض لشاشة التلفزيون يستمر طوال حياة الفرد تقريبا كما أن الإحصائيات تشير إلى أن معدل الحجم الزمني الذي يقضيه الفرد في مشاهدة التلفزيون يوميا هو ما بين 05 و06 ساعات مع التباين الطفيف من فترة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر.

التلفزيون مؤسسة اجتماعية تنتج أشياء مبنية اجتماعيا، تلك البرامج والحصص التي تملئ ساعات البث، يعتمد وجودها أيضا على الوسائل والأجهزة التقنية وعلى الأشخاص الذين يستخدمون هذه الأجهزة والوسائل، إن طابع التلفزيون وشخصيته كنظام من الجماليات الاجتماعية التي تظهر من خلال البرامج التي يقدمها من أفلام ومسلسلات وحصص وغيرها، ومن خلال وسائل تقنية تنتج صورا وأصوات، تجعله يتحكم ببناء أشياء اجتماعية.

يعتبر التلفزيون من الوسائل الهامة والمؤثرة التي تحتاج دائما إلى الدراسة والفهم. قد جذب الكثير من الاهتمام خلال العقدين الأخيرين من القرن العشرين بالاعتماد على منظورات مختلفة بهدف مقارنته وتحديد الجوانب المتعددة له وإيضاح طبيعة عمله، وآليات اشتغاله، كيفية استخدامه وآثاره على الجمهور، في الوقت الذي لا يستطيع أي بحث في الاتصال الجماهيري أن يتجاهل الجمهور: القراء، والمشاهدون ومستهلكو مضمون رسائل الإعلام، يؤكد تاريخ بحوث الاتصال الجماهيري أنه كان دائما يغذي ويكون بفعل تأثير الاتصال على الجمهور -على أخلاقه، وعلى حياته السياسية والاقتصادية، وقد كان هذا التاريخ مستقيما¹.

يبقى الجمهور مشكلة بالنسبة للبحث في مجال وسائل الإعلام، كما يجب أن يكون بالفعل، وأصبحت هذه المشكلة مرة أخرى بؤرة الاهتمام الرئيس لمعظم الدراسات الإعلامية، والمحور القوي والهام لفهم مجمل مجال العمليات الاجتماعية والثقافية التي تتصل بالمسائل المركزية للاتصال الجماهيري وتؤثر عليها في الوقت الذي يصبح فيه عالما يزداد فيه الطابع الواسطي قوة بالنسبة للجماهير، في الوقت الذي تنمو فيه

¹: روجر ليفر ستون: التلفزيون والحياة اليومية (أنثروبولوجيا، نظرية التلفزيون)، في: جمهور التلفزيون، ط. 01، تر. أديب خضور، 2000، ص. 87.

أيضا قوة كل من المنتجين والمستهلكين - قوة المستهلكين على أن يختاروا بفعالية وأن يتفاعلوا مع مضمون وسائل إعلامهم-.

إن فهم العمل الديناميكي للجماهير، وهم يتدبرون التناقضات القائمة ما بين خصوصيات حياتهم الخاصة وعموميات الثقافة الجماهيرية المتزايدة التجانس، يصبح مسألة أساسية¹. في الآونة الأخيرة أصبحت المضامين التي تبثها القنوات التلفزيونية تطرح العديد من التساؤلات ولا سيما في البلدان العربية التي تسعى جاهدة للحفاظ على موروثاتها وهويتها الثقافية في ظل الانتشار السريع للقنوات الأجنبية وحتى المحطات العربية التي أصبحت تميل إلى بث البرامج الغربية بعد ترجمتها أو إعادة إنتاجها بما تحتويه من قيم وأفكار، فالملاحظ أن كل الأقطار العربية إن لم نقل كلها تروج وسائل اتصالها محتويات ومضامين غير وطنية بنسبة تفوق 50% وأحيانا تصل إلى 80% بالإضافة إلى الأفلام وأشرطة الفيديو والإذاعات الخارجية، هذه الوضعية سهلت عملية نقل وترويج محتويات مناقضة للثقافة الوطنية وتشكل خطرا كبيرا على تربية النشء بما تتركه من آثار نفسية واجتماعية متباينة لدى المشاهد.

أصبح التخوف من تأثير هذه المضامين على الرأسمال الثقافي* للمجتمع أمرا واقعا خاصة مع ظهور ما يسمى بالعولمة الإعلامية وعولمة الثقافة والصناعات الثقافية** الإعلامية التي تهدف إلى التتميط وجعل العالم قرية كونية صغيرة تزاح فيها الخصوصيات الثقافية.

¹: روجرلفر ستون: التلفزيون والحياة اليومية (أنثروبولوجيا، نظرية التلفزيون)، المرجع نفسه، ص.88.

* : للاطلاع أكثر: ستيفان شوفاليه ، كريستيان شوفيري: معجم بيير بورديو، ط.01، دار الجزائر، الشركة الجزائرية السورية للنشر والتوزيع، الجزائر-دمشق، 2013.

** : انظر ص.32.

تشير الكثير من الدراسات إلى أن برامج الترفيه أصبحت السمة البارزة للتلفزيون، بالرغم من اختلافها في الشكل، إلا أن محتوياتها متشابهة وأهدافها واحدة. بالرغم من أن المجتمع الجزائري مجتمعا محافظا- نسبيا- إلا أنه أصبح منفتحا على مختلف ثقافات العالم بواسطة البث الفضائي التلفزيوني، هذا البث الذي يحذر منه الباحثون من خطر تأثيراته المحتملة. فمذ ثمانينات القرن الماضي، لقي البث الفضائي الوافد إلى الجزائر إقبالا جماهيريا كبيرا بالرغم من غلاء الأجهزة التماثلية في ذلك الوقت. وقد صحب الباحثون هذه الظاهرة الجديدة بالدراسة والتحليل معتمدين على ما أنتجته الاتجاهات والمدارس الغربية من عدة أدوات نظرية ومنهجية، محاولين تكييفها وإسقاطها على المجتمع الجزائري لفهم ما أسفرته مختلف الظواهر الجديدة.¹

إن دراسة التلفزيون دراسة مفتوحة على عدة احتمالات، فنشاط المشاهدة هو استهلاك في الأساس، إذا سلمنا بأن المنتجات التلفزيونية السمعية البصرية سلعة كغيرها من السلع المادية الأخرى، معدة أساسا إلى الاستهلاك، و إن كانت تقدم منتجات رمزية، فمنطق السوق يعتبر العامل المشترك بينهما.

من المحتمل أن يؤدي عمليات الاستهلاك إلى التأثير والتبني، أين يكتسب الفرد قيما وسلوكيات جديدة، وقد تؤدي إلى الاغتراب* - كما زعم أصحاب رواد نظرية فرانكفورت-، دون أن نغفل عن أمر بالغ الأهمية هو أن عملية الاستهلاك لا تؤدي بالضرورة إلى نتيجة واحدة، قد يكون للمشاهد ردة فعل عكسية للتبني.

¹: أنظر: نصير بوعلی: التلفزيون الفضائي و أثره على الشباب في الجزائر (دراسة ميدانية)، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر 2005.
* : انظر ص.33.

وتتمثل إشكالية الدراسة في سؤال جوهرى هو :

- ما تأثير الصناعات التلفزيونية على المشاهد ؟ وما علاقتها بالاغتراب ؟

وينتفرع عن هذا السؤال عدة أسئلة أهمها:

- فيما تتمثل البرامج و المحتويات الأكثر مشاهدة من قبل عينة الدراسة؟

- ما هي مظاهر الاغتراب لدى عينة الدراسة؟

- هل تختلف مظاهر الاغتراب تبعا لاختلاف خصائص عينة الدراسة ؟

- هل توجد علاقة بين معدل استخدام التلفزيون و بين مظاهر الاغتراب ؟

تفرض طبيعة الموضوع طرح فرضيات، فالدراسة تهدف إلى اختبار العلاقة بين متغيرات مع بعضها البعض. فصيغة الفروض العلمية تعتبر مطلبا منهجيا، حيث يتم صياغة التصور أو التعميم المبدئي لطبيعة هذه العلاقة واتجاهها، وقدرها، والذي يخضع للاختبار والتحقيق...¹ ، فالباحث دائما بحاجة إلى شيء ما للانطلاق في مسيرة بحثه وهذه الدراسة قائمة على فرضية رئيسية ومجموعة من الفرضيات الفرعية.

الفرضية الرئيسية تقوم على أنه يوجد ارتباط موجب بين كثافة التعرض للتلفزيون ومظاهر الاغتراب، فكلما زادت نسبة مشاهدة التلفزيون كلما زادت شدة أبعاد أو مظاهر الاغتراب.

¹: محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص.130.

أما الفرضيات الفرعية فهي كالآتي:

- الفرضية الفرعية 1: تشتد مظاهر الاغتراب لدى الإناث مقارنة بالذكور ولدى سكان الريف مقارنة بساكني المدن، ولدى الطلبة الأصغر سنا مقارنة بمن يكبرهم في السن.

- الفرضية الفرعية 2: توجد فروق بين نوعية البرامج المشاهدة تبعا لمتغيرات: الجنس، السن، المستوى الجامعي.

من خلال هذه الفروض والتساؤلات، يهدف هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المتمثلة في:

- التعرف على استخدامات الشباب الحالية للتلفزيون والدوافع المؤدية إلى ذلك.
- بيان أثر الصناعات التلفزيونية على المشاهد.
- التعرف وتحديد العلاقة بين التلفزيون كأحد أهم وسيلة سمعية بصرية بظاهرة الاغتراب الاجتماعي.
- ربط العناصر التالية: المضامين التي تبث عبر القنوات التلفزيونية، الجنس، السن، نمط العيش والاغتراب الاجتماعي.

أما عن أهمية الدراسة، فإنها تكمن في أنها تناقش موضوع الصناعات التلفزيونية الثقافية أحد أهم المواضيع البارزة في حقل الإعلام، وعلاقتها بالاغتراب في ظل تزايد القنوات الفضائية وزيادة نسبة المشاهدة، كما تكمن أهميتها في القياس* الإمبريقي لمستويات الاغتراب لدى عينة من جمهور التلفزيون، هذا بالإضافة إلى أن دراسة السمات

* يعرف القياس على أنه عملية استخدام الأرقام في تحديد الأشياء وفق قواعد معينة.

الاجتماعية والفردية للجمهور بهدف الكشف عن خصائصه وتصنيفه يساعد في فهم عمليات التعرض للوسائط الإعلامية بشكل عام.

تعمل أطروحة الدكتوراه دائما على اكتشاف شيء جديد ربما لم يتمكن الآخرون من الحديث عنه قبل ذلك، هذه هي القيمة الأسمى لأي عمل مقدم في الدكتوراه، وأي باحث في هذه المرحلة يشغل فكره "بالجديد" الذي يقدمه، وفي هذا الخصوص يؤكد أمبرتو إيكو Umberto Eco في كتابه " كيفية إعداد أطروحة دكتوراه" comment faire une thèse قائلا¹ : عندما نتحدث عن اكتشاف وخاصة في الدراسات الإنسانية، فالأمر لا يعني ابتكارا ثوريا مثل اكتشاف انشطار الذرة أو اكتشاف نظرية النسبية أو علاج لداء السرطان، إذ يمكن أن تكون هناك اكتشافات متواضعة لدرجة يمكن اعتبار بعضها علمية، مثل التوصل إلى طريقة جديدة لقراءة وفهم النص الكلاسيكي، وإعادة ترتيب وقراءة الدراسات السابقة التي تساعد على صقل وترتيب الأفكار التي تطوف هائمة بهذه النصوص أو تلك. وهذه الدراسة لا تخرج عن مفهوم "الجدة" الذي حدده أمبرتو إيكو في كتابه هذا، فهي تهدف إلى إعادة قراءة أحد أبرز النظريات التي يقل الحديث عنها في الدراسات العربية.

ففي العالم الثالث على الرغم من عدم كفاية البحوث النقدية وغلبة الاتجاهات التطبيقية في البحوث الإعلامية، إلا أن الأفكار والاتجاهات النقدية تظهر في كتابات الخبراء والباحثين في مجال الاتصال والاجتماع في إطار تعميمات تعتمد على التأمل أكثر من اعتمادها على نتائج البحوث باستثناء بعض الدراسات التي درست محتوى وسائل الاتصال للكشف عما إذا كانت هناك بالفعل أساليب رامية إلى تزييف وعي

¹: أمبرتو إيكو: كيف تعد رسالة دكتوراه، تقنيات و طرائق البحث والدراسة والكتابة، تر. على منوفي، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2002.ص.14.

الجماهير¹. فالحاجة تدعو للمضي قدما في النظريات حول الاتصال بالجماهير باعتبارها مجموعة منظمة من الفروض التي تبين بشكل ما يرتبط بها، وذلك على شكل متغيرات مستقلة وتابعة، وللقيام بذلك لا بد من القيام ببعض إجراءات التعريف الصعبة، بحيث يمكن تحديد الظاهرات التي تشير إليها مفاهيم النظرية بشكل دقيق كما يجب تحديد العلاقات بين فروض معينة وذلك باستخدام نوع من الإحصاءات المنطقية بحيث يمكن وضع تسلسل للتابعية بين الفرض ومتى تم ذلك فيمكن اختبار النظريات عمليا وعند ذاك فقط يمكن تقييم صلاحياتها بالشكل المناسب².

فدراسات الجمهور بهذا الشكل مازالت مهمشة ومهملة، لذلك تعمل هذه الدراسة على تدارك هذه الوضعية بالقدر المستطاع، محاولة مقارنة الزوايا التي يمكن قياسها كليا من مسألة الاغتراب والصناعات التلفزيونية.

هذه الدراسة المعنونة ب: "الصناعات الثقافية التلفزيونية وعلاقتها بالاغتراب الاجتماعي -دراسة ميدانية في أوساط طلابية بجامعة مستغانم"، ولأول قراءة قد يبدو العنوان براقا، مبهرجا، سلبيا وخادعا، خاصة باستخدام مصطلح "الصناعات الثقافية"، غير أنه بقليل من التمعن نجده دالا على محتويات الدراسة وأهدافها، فالباحث لا يقصد بالصناعات الثقافية في التلفزيون كيفية إنتاج البرامج التلفزيونية، لأنه إذا تمت مواصلة قراءة العنوان نجد " وعلاقتها بالاغتراب الاجتماعي " هذا الجزء من العنوان قد يشكل إشكالا لدى البعض، إذ يرون فيه الكثير من السلبية، والربط المباشر بين ما اصطلح

¹: مي عبد الله: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص.214.

²: م.دي فلور، و.س. بال روكاخ: نظريات الإعلام، ط.01، تر. محمد ناجي الجوهري، دار الأمل، الأردن، 2010، ص.178.

عليه بالصناعات الثقافية والاعتراب ربطا سلبيا مباشرا، غير أن المسألة مغايرة تماما، فالعلاقة بالقدر الذي يمكن أن توصف بالسلب، يمكن وصفها بالإيجاب.

كما هو معروف دائما أن نظام التسمية ليس حياديا، فالعنوان يحيل مباشرة إلى الخلفية النظرية التي اعتمدها الدراسة، فيرد إلى أذهان القارئ المتخصص بعض الأسماء كتيودور أدورنو، هوركايمر، بورديو، ستيوارت هول وغيرهم الكثير. ولا بأس بقليل من الغموض والإبهار كعملية تشويقية للبحث.

وقد يتبادر إلى أذهان الكثيرين عدة أسئلة في مقدمتها لماذا التلفزيون؟ لماذا هذه الوسيلة بالرغم من أننا في عصر الوسائط الجديدة؟ من يدرس التلفزيون في زمن الشبكات الاجتماعية والصحافة الإلكترونية؟ سؤال وجيه بالفعل!

يكون الجواب ببساطة لأن التلفزيون ما زال يحظى بالاهتمام من قبل أفراد المجتمع الجزائري، بالرغم من ظهور وسائط جديدة أكثر سرعة وسهولة، وأكثر جاذبية في الاستخدام، متجاوزة ومحتضنة جميع الوسائط الأخرى التي أصبحت تعرف بالتقليدية، غير أن للمجتمع الجزائري خصوصيته، ففي ظل الأمية الرقمية وفي ظل عدم توفر الأنترنت في جميع البيوت، عدا ذلك التدفق البطيء للإنترنت الذي لا يتيح الاستخدام التام، والتكاليف الباهظة للتوصيل، في ظل هذه الظروف يبقى التلفزيون يهيمن على الساحة الإعلامية، فلا نكاد نجد بيتا ليس فيه جهاز تلفزيون ومقعر هوائي.

كما بينت إحصائيات الديوان الوطني لسنة 2012، أن 98% من السكان في الجزائر يمتلكون التلفزيون (98.5% في البيئة الحضرية و 96.9% في الريف) و 96% منهم يمتلكون مقعر هوائي (97.3% بالنسبة للحضر و 93.8% بالنسبة للريف)، هذه النسب تبدو عالية جدا مقارنة بامتلاك تكنولوجيات الاتصال المنزلية الأخرى كالهاتف الثابت مثلا (31.6% في البيئة الحضرية، 10.1% في الريف) والحاسوب (31.3

% في الحضر و10.6% بالنسبة لسكان الريف)¹ ، وتشير الإحصائيات إلى أن 03 مليون جزائري فقط يستخدمون الانترنت حسب إحصائيات 2011.²

وفق دراسة أنجزها الديوان الوطني للإحصاء، فإن أكثر من ثمانية أشخاص من أصل عشرة صرحوا بقيامهم بنشاطات ترفيهية كمشاهدة التلفزيون في 24 ساعة التي سبقت الاستجواب³. يبدو أن مشاهد التلفزيون النشاط الأكثر بروزا في المجتمع، بالنسبة للذكور والإناث على حد سواء، فالذكور يكرسون لهذا النشاط ساعتين ونصف في حين تقضي الإناث ساعتين وثمانية أعشار الساعة مقارنة بالهوايات الأخرى المرتبطة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وخاصة المرتبطة بالإعلام الآلي على غرار استخدام الإنترنت غير الموجه للأغراض المهنية أو الدراسية، التي يمارسها 5.5% فقط من الأشخاص الذين يبلغون 15 سنة فأكثر مع أعلى نسبة للذكور⁴.

يبقى للتلفزيون بريقه الجذاب ومكانته الخاصة لدى الأسرة الجزائرية، ففي فترة مرض رئيس الجمهورية، تلك الفترة الحرجة التي ميزت ما قبل الانتخابات الرئاسية لسنة 2014، كان المطلب الوحيد للشعب الجزائري آنذاك هو ظهوره على شاشة التلفزيون، وهو ما حدث بالفعل أثناء لقاءه لجون كندي، وغيره من الدبلوماسيين الذين زاروا الجزائر تلك الفترة.

على صعيد الدراسات الإعلامية، فبالرغم من الانتقادات التي تعرض لها التلفزيون من قبل المعارضين له والتي تركزت حول قضية " التلفزيون وسيلة قذرة" و " شيء سيء"

¹: Office Nationale des Statistique: **enquête sur l'emploi du temps ENET ALGERIE** , Décembre 2013, p.09

²: محمد لعقاب: **المواطن الرقمي**، ط.02، دار هومة، الجزائر، 2013، ص.11.

³: Office Nationale des Statistique: **enquête sur l'emploi du temps ENET ALGERIE**. Op. cit, p.25.

⁴:Ibid, p.25.

la télévision comme mauvais objet, un médium sale وشككوا في أن يكون موضوعا للدراسات الجادة¹.

بالرغم من أن التلفزيون يظهر كسلة مهملات وخاصة في جيله الثالث ومع ذلك يثير تساؤلات رئيسية²، فقد حاز التلفزيون على اهتمام الباحثين منذ ظهوره إلى حد الساعة، بدليل الأبحاث التي كان موضوعها التلفزيون، ولا أحد يستطيع التكرار لأهمية التلفزيون كوسيلة إعلامية في الحياة المعاصرة.

هناك نهجان للتفكير بشأن التلفزيون³: أما النهج الأول فيتعلق باستعماله وزيادة استعماله حيث ينظر إليهما كعرضين لعل حديثه أخرى: الاغتراب، نزع الطابع الإنساني، فتور المشاعر، الخواء الأخلاقي. أما النهج الثاني يعتبر التلفزيون مولدا للمرض، أي مصدر أعراض من هذا القبيل.

يكشف طابع العجز الذي يحيط بمسألة التلفزيون عن سيطرة النهج الأول في التفكير، إنه لمن السخف إنكار ذلك، فالتلفزيون جزء من حياتنا ولا يمكننا عمل شيء بصدده، على حد تعبير ماري وين. المسألة ذاتها ركز عليها التيار النقدي . ولما العودة إلى التقليد النقدي ومحاولة إحيائه وبعثه من جديد؟

¹: François Jost : **comprendre la télévision et ses programmes**, 2^eédit, Armand Colin , Paris, 2009, p.11.

² :Marion Duvauchel: « **Jean-Louis MISSIKA, La fin de la télévision** », Questions de communication,n°11,2007, disponible sur :

<http://questionsdecommunication.revues.org/7410>, consulté le 04/01/2012, 22.00 h.

³: ماري وين: **الأطفال و الإدمان التلفزيوني**، تر.عبد الفتاح الصبحي، سلسلة عالم المعرفة- المجلس الوطني للثقافة والآداب، الكويت، 1999، ص.291.

تعتبر النظرية النقدية* إحدى أبرز التيارات الفكرية التي ما زالت تشكل بناءاً قاعدياً صلباً، وإن تم تجاوز المنظور النقدي والتوجه نحو السيميائية وتحليل الخطاب أو دراسات الاستخدامات والتمثيلات، وبالرغم من الانتقادات التي تعترض هذا الطرح وفي مقدمتها¹ :
- إن فلاسفة التيار النقدي يقللون من القدرة على الإبداع والخيال للأفراد الذين يعيشون في المجتمع.

- أنه لا يمكن استيعاب فرضية إنتاج المواد الثقافية واستهلاكها بذات النمط، فتوحيد الإنتاج لا يعني تجانس الاستهلاك، وتؤكد كافة الدراسات أن الممارسات الفردية للمستهلك هي أكثر تنوعاً مما نعتقد.

- أنها لا تقوم على المسوحات الميدانية والملاحظات التفصيلية للسلوك الحقيقي للأفراد، والممارسة الفعلية لاستقبال وتلقي وسائل الإعلام.

حيث أن مثل هذه الدراسات أو النظريات ترى أن السياق الاجتماعي أو دراسات "الماكرو" هي المجال الذي يوضح صيغة العلاقات بين وسائل الإعلام والقوى المسيطرة في المجتمع، لذلك فإنها ترفض الدراسات الجزئية التي تدرس جمهور وسائل الاتصال واتجاهاته وسلوكه الاتصالي أو تحليل محتوى الإعلام.

من بين الذين يواصلون التمسك بطرح مدرسة فرانكفورت هربرت شيللر H.SCHILLER الذي صرح في إحدى مقالاته أنه لا فائدة من محاولة قياس تأثير هذه

*: النقد ويعني الحكم، يرجع أصل كلمة نقد إلى الإغريقية xpiviev، وفي اللغة الإنجليزيةcriticism والنقد بمعناه الشائع الاستهجان والكشف عن الخطأ، كما يعني الفحص، ويطلق على النقد المستند إلى أسس منهجية دقيقة critique و تكون غير متحيزة لمعنى شيء ما، ولمضمونه وقيمه. ويقصد بالنظرية النقدية مجموعة القضايا التي تشكل إطاراً نظرياً لنقد النظام الاجتماعي القائم، أو الكشف عن تناقضاته، بحثاً عن نظام اجتماع تنتفي فيه هذه التناقضات. للاطلاع أكثر:

- توم بوتنور: مدرسة فرانكفورت، ط.2، تر. سعد هجرس، أوبا، ليبيا، 2004.

- زولتان تار: النظرية الاجتماعية ونقد المجتمع، تر. على ليلة، المكتبة المصرية، الإسكندرية، مصر، 2004.

¹: Remy Rieffel: *sociologie des médias*, 2^e edit, Ellipse, Paris, 2005, p.p.83-84.

الوسيلة أو تلك أو هذه الرسالة، كل يساهم، أي الوسيلة و الرسالة بطريقته في عملية عامة، تتمثل في تدعيم ارتباط الجمهور بالنظام القائم¹.

لذلك فإنهم يرفضون البحوث الأمريكية التطبيقية التي تتسم بالجزئية وتفتقر إلى الإطار النظري الواعي² وفق زعم رواد الاتجاه النقدي.

فنظرية مدرسة فرانكفورت رائدة التيار النقدي الأوربي لا تظهر في كثير من الأحيان على شكل جدل مطول ومنظم، بقدر ما تكون قطعاً صغيرة تركز على المفارقات وعلى ما هو متناقض ومتهاافت³، إلا أن النظرية النقدية تبقى راسخة في علوم الإعلام والاتصال، تدين بالكثير من الكشف عن مجريات الأمور، نظراً إلى اثنين من الصفات الأساسية هي:⁴

أولاً: أنها تستدعي البعد الجدلي للتحليلات، والجمع بين التفسيرات المتعارضة لمستقبل هذه الصناعات والثقافة والإعلام بصفة عامة.
ثانياً: أن توجهها النقدي متنوع.

هذه الصفات ليست بالتأكيد الميزات الوحيدة المحددة لهذه النظرية، لكن يبدو أنها كافية لتبرير أهميتها، وأهمية الأبحاث التي تتخذها كمنطلق. فلا يمكن تجاهل أهمية هذه الخلفية وخاصة بإعادة قراءة مفاهيمها وقياسها، الأمر الذي تصبو إليه هذه الدراسة.

¹: مصطفى مجاهدي: برامج التلفزيون الفضائي و تأثيرها في الجمهور، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2011، ص.63.

²: مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط. 02، دار النهضة العربية، بيروت، 2010، ص.211.

³: إيان كريب: النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابرماس، تر. محمد حسين فلوم، سلسلة عالم المعرفة- المجلس الوطني للثقافة و الآداب، الكويت، 1999، ص.284.

⁴: Pierre Moëglin: **Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ?**, Revue française des sciences de l'information et de la communication , n°01, 2012, disponible sur : <http://rfsic.revues.org/130> , consulté le 05 /09/2014 , 15.33 h.

فإعادة فحص فروض نظرية وإن كانت موغلة في التاريخ، والعمل على إضافة القياس الإمبريقي الذي تجاهلته النظرية لا يقل شأنًا علميًا... بل يعتبر في غاية الأهمية.

فالدراسات النقدية أثمرت حشدا من الأفكار الثرية وعددا من الفروض القابلة للقياس في المستقبل، ولم تثمر بالقدر نفسه نتائج عملية مؤكدة بسبب اعتمادها على النماذج الفكرية الافتراضية أو النظرية. وعلى الرغم من ذلك يؤكد الباحث لازار سفيلد Paul F.Lazarsfeld على أن النقد الحضاري لا يمكن أن يخرج رابحا من هذه المهمة ولكننا دونه نظل طريقنا في البحث¹.

إن الاهتمام بالمستوى الأكبر في الدراسة "الماكرو" لا يعني إغفال المظاهر الأصغر والغاؤها، الأمر الذي تعمل على تحقيقه دراستنا هذه. كما أوضح روجرز Rogers منذ الثمانينات أن الظروف أصبحت مهياة للمزوجة بين البحث النقدي وما يسميها بالبحوث الإمبريقية .

فالرغبة في المزوجة بين البحوث الإمبريقية والنقدية تدل على حالة عقلية جديدة un nouvel état d'esprit كما وضاه ماتيلار في كتابهما، الرغبة ذاتها كانت لدى إ. كاتز Katz بتلاقي البحوث التجريبية والبحث النقدي². فالبحث الإمبريقي يمكن التحقق من نتائجه ومدى مطابقتها للواقع، ويمكن للبحث الإمبريقي بهذه الصفة أن يختبر صحة أو خطأ فرضية أو تحليل نظري³.

¹: جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2003، ص.102

²: Armand Mattelart , Michèle Mattelart: **Histoire des théories de la communication**, Casbah édition, Alger, p.93.

³: على قسايسية : جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها(من المتفرجين إلى المبحرين الافتراضيين)، ط.01، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر 2011، ص.60.

في ذات السياق، يشير تايلر إلى أن الاختبارات والمقاييس أدوات إنسانية، أعدت من أجل أغراض إنسانية، وهي بمفردها لا تحسم حوارا نظريا، ولا تعالج مريضا ولا تعلم أطفالا، ولا تحل مشكلة اجتماعية، ولكنها في أيدي الاختصاصيين الماهرين الذين يفهمونها تستطيع أن تساهم في جميع هذه المهام¹.

تجدر الإشارة هنا إلى أن هذه الخلفية النظرية ليست الوحيدة التي تعتمد عليها الدراسة كما هو مبين لاحقا.

أما بخصوص سلطة وسائل الإعلام فتبين مختلف الدراسات أن هذه السلطة متعددة ومركبة وغامضة، ولا توجد إجابات موحدة وحاسمة لمسألة ماهي سلطة وسائل الإعلام اليوم؟ ذلك أن تقويم أثر وسائل الإعلام والاتصال يخضع لقراءات متغيرة، وبالتالي فإن الأجوبة المتوفرة لحد الآن تظل جزئية ومؤقتة². وإن كان تم تجاوز هذا المنظور خاصة مع بحوث لازارسفيلد Lazarsfeld. غير أن هناك كتاب اقترحوا العودة إلى مفهوم سلطة وسائل الإعلام puissant retour au concept des medias³.

أما عن الاغتراب، يعتبر هذا المصطلح الآن من أكثر المصطلحات تداولاً في الكتابات التي تعالج مشكلات المجتمع الحديث، وقد ظهرت عدة مؤلفات في اللغات الأجنبية تتناول مفهوم الاغتراب وتطور أساليب معالجته في مجالات الفلسفة والعلوم الاجتماعية والإنسانية، ولم يظهر في اللغة العربية حتى سوى عدد قليل جدا من الكتب

¹: إبراهيم الخضر الحسن: إعداد مقياس الاغتراب الزوجي، مجلة دراسات تربوية، ع.01، جامعة إفريقيا العالمية، الخرطوم، نوفمبر 2011، ص.116.

²: مخلوف بوكروح: التلقي في الثقافة والإعلام، ط.01، مقامات للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص.10.

³: Jérôme Bourdon: **introduction aux médias**, 2^eédit, Montchrestien, Paris, 2000 , p.61.

والمقالات على الرغم من أن الاغتراب يعتبر في نظر الكثير من المفكرين والكتاب من أهم السمات المميزة للعصر¹.

قد تم اختيار فئة الشباب على اعتبار أنها الفئة الأكثر حساسية بتركيبتها النفسية والعقلية، أين تبنى شخصية الفرد وهويته. إن تأثير الزمن الإعلامي* يظهر بشكل أكثر وضوح في الفئات الأكثر حركية كالشباب، ويمكن ملاحظته ميدانيا : كثرة الارتباط بالزمن الإعلامي وقلة التفاعل مع الزمن الاجتماعي والدخول في علاقات رمزية مع الآخرين وظهور سلوكيات تتأثر بالزمن الإعلامي في الشراء والأكل والملبس والمشي واستخدام التكنولوجيا...²

بخصوص فئة الطلبة**، صحيح "أن الطالب يدرس الطالب"، وأن الباحث الجزائري لا يكاد يغادر محيطه الأكاديمي إلا باستثناءات، كما لاحظ عزي عبد الرحمن³، إلا أن فئة الطلبة هم أكثر فئات الشباب الجزائري بنسبة 72.3% من الشباب الذين تتراوح

¹: عبد اللطيف محمد خليفة : دراسات في سيكولوجية الاغتراب، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2003. ص.22.

* : يعني الزمن الإعلامي الزمن المرتبط بوتيرة ومضمون محتويات وسائل الإعلام، و هو زمن رمزي و ليس حقيقي، يعيشه الانسان بصفة رمزية كمشاهدة التلفزيون مثلا.
للاطلاع أكثر:

عبد الرحمن عزي :دعوة إلى فهم المصطلحات الحديثة في الإعلام والاتصال، الدار المتوسطية للنشر، تونس،2011، ص.ص.63-64.

²: عبد الرحمن عزي: الإعلام و تفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية (قراءة في الرواسب الثقافية)، الدار المتوسطية للنشر، تونس، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، الإمارات العربية المتحدة، 2009، ص.29.

** : المطلع على الدراسات التي تناولت قياس الاغتراب بغض النظر عن التخصص العلمي الذي تنتمي إليه، أو النظريات المعتمد عليها، يلاحظ بشكل لافت جدا أنها استهدفت أغلبها فئة الطلبة، يبدو أنها الفئة المناسبة لدراسة الاغتراب امبريقيا.

³: عبد الرحمن عزي: منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، ط.01، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2013، ص.68.

أعمارهم ما بين 20-39 سنة¹، عدا ذلك الطلبة الجامعيين يشكلون القوة المحركة لأي مجتمع، كما أن سهولة التعامل ومعرفة خصائص هذه الفئة- على اعتبار أن الباحث فردا منها- يدفع إلى استهداف هذه الفئة بالتحديد.

تم اختيار الأوساط الطلابية بجامعة مستغانم لتخليد اسم مستغانم في الأبحاث العلمية وخاصة أنها الدفعة الأولى في الدكتوراه في الإعلام والاتصال، التي تكونها جامعة مستغانم لأول مرة في تاريخها، قد يكون في هذه المسألة شك يتعلق بذاتية الباحث، غير أن هذا لا يؤثر بتاتا على موضوعية وجدية الدراسة، كما أن لكل باحث أسبابه الذاتية في أي بحث، فهو ينتقل من عينه الذاتية إلى عيون مجردة موضوعية.

تعتبر الصناعات الثقافية المفهوم الرئيس لهذه الدراسة، هذا المصطلح الذي استحدثه كل من ثيودور أدورنو Theodor Adorno وزميله ماكس هوركهايمر Max Horkheimer عام 1947 في كتابهما جدلية العقل dialectique de la raison بصيغة المفرد قائلين² : "في كتابات لدينا كان هناك حديث عن الثقافة الجماهيرية، وقد تخلينا عن هذا التعبير الأخير من أجل استبداله بالصناعة الثقافية. وقد عرف "فرانسيس بال" Francis Balle الصناعات الثقافية في قاموسه Dictionnaire des médias على أنها مجموع الأنشطة التي تنتج السلع أو الخدمات المرتبطة بالثقافة وتشمل الكتاب، الصحافة، الراديو، التلفزيون، السينما، الأقراص بجميع أنواعها، بعض المنتجات المتعلقة بالإعلام الآلي ويضاف إليها أيضا إعادة الإنتاج (استنساخ الأعمال الفنية و التصويرية....)³.

¹: Voir :Office Nationale des Statistique:enquête sur l'emploi du temps ENET ALGERIE,2012 .P.14.

²:Jérôme Bourdon:introduction aux médias, op.cit., p.44.

³:Francis Balle: dictionnaire des médias ,la rousse, Paris,1998, p.123.

أما عن الصناعات الثقافية التلفزيونية، وفق هذه الدراسة تتمثل في كل ما يبث على جهاز التلفزيون من برامج وحصص سمعية بصرية مسجلة كانت أم مباشرة، تتضمن: الأخبار، البرامج الوثائقية، المسلسلات، الأفلام، برامج الكرتون، الرسوم ثلاثية الأبعاد، حصص الرياضة ومباريات كرة القدم، الموسيقى والبرامج الغنائية، البرامج الدينية والفتاوى... وغيرها من البرامج التلفزيونية .

أما عن الاغتراب - الذي أحيانا يعرف بالاستلاب- فهو في مفهوم هذه الدراسة يرتبط بالاغتراب الاجتماعي، والذي يعني شعور الفرد بالابتعاد عن مجتمعه بما يحمله من أفكار وقيم، وتظهر مظاهره في : العجز، اللامعنى، اللامعيارية، العزلة الاجتماعية، التمرد، هذه العناصر البنائية بمثابة مؤشرات يقاس على أساسها الاغتراب، ويرجع الفضل الأكبر للباحث سيمون SEEMON في تحديد دلالاتها، بالإضافة إلى اجتهادات باحثين آخرين مثل عبد اللطيف محمد خليفة، ويمكن تحديدها كالاتي:

- **العجز:** الحالة التي يصبح فيها الأفراد في ظل سياق مجتمعي محدد، يتوقعون مقدما أنهم لا يستطيعون أو لا يملكون تقرير أو تحقيق ما يتطلعون إليه من نتائج أو مخرجات من خلال سلوكياتهم أو فعاليتهم الخاصة، أي بمعنى أنهم يستشعرون افتقاد القدرة على التحكم في مخرجات هذا السياق أو توجيهها.

- **اللاهدف :** ويعنى فقدان الفرد القدرة على التخطيط لحياته ومستقبله، وعجزه عن تحقيق ما يريده من أهداف الحياة، أو فهم ما يدور حوله من أحداث، ويترتب على ذلك شعوره بالضالة والإحباط ونقص فاعليته الشخصية.

- **اللامعنى:** فقدان الإحساس بقيمة الحياة وقيمة الأهداف، وعجز الإنسان عن فهم ما يدور حوله من أحداث وما يترتب عليها من نتائج وينتج عنه شعور الفرد بالملل والتعاسة واللامبالاة.

- **اللامعيارية:** وتعني رفض الفرد القيم والمعايير السائدة في مجتمعه، المنظمة للسلوك.

- **التمرد:** شعور الفرد بالبعد عن الواقع وخروجه عن المألوف وعدم الانضباط بما هو مألوف في مجتمعه، وكرهية كل القيم والمعايير الاجتماعية.

- **العزلة الاجتماعية:** تعني شعور الفرد بالوحدة والانعزال الاجتماعي والفراغ النفسي وعدم القدرة على بناء علاقات اجتماعية، والبعد عن الآخرين حتى وإن وجد بينهم.

والجدول (1) التالي يوضح أبعاد* الاغتراب و كيفية قياسها

البعد	مفهومه	كيفية قياسه
العجز	هو الحالة التي يصبح فيها الأفراد في ظل سياق مجتمعي محدد، يتوقعون مقدما أنهم لا يستطيعون أو لا يملكون تقرير أو تحقيق ما يتطلعون إليه من نتائج أو مخرجات من خلال سلوكياتهم أو فعاليتهم الخاصة، أي بمعنى أنهم يستشعرون افتقاد القدرة على التحكم في مخرجات هذا السياق أو توجيهها.	لا يمكنني التخطيط لمستقبلي
		مهما بذلت من جهد، لن أحقق كل أهدافي
		أرى أن قدراتي أقل من الآخرين

* : البعد هو مقياس فرعي مقنن يتضمنه المقياس الكلي، يحتوي على عدد من المفردات أو العبارات والبنود، يرتبط ارتباطا جوهريا مع بقية الأبعاد الأخرى.

<p>ليس لدي أهداف واضحة أحققها</p> <p>أعيش لحظتي الراهنة فقط</p> <p>أشعر أن أمالي و طموحاتي محدودة</p> <p>المستقبل غير مشرق</p> <p>لا أتوقع حياة أفضل في ظل الأوضاع الراهنة</p>	<p>يعنى فقدان الفرد القدرة على التخطيط لحياته ومستقبله، وعجزه عن تحقيق ما يريده من أهداف الحياة، أو فهم ما يدور حوله من أحداث، ويترتب على ذلك شعوره بالضالة والإحباط ونقص فاعليته الشخصية.</p>	<p>اللاهدف</p>
<p>ليس لدي معنى واضح لحياتي</p> <p>الدراسة بالجامعة ليست ممتعة</p> <p>لا داعي للصراع طالما سوف نموت في النهاية</p>	<p>فقدان الإحساس بقيمة الحياة وقيمة الأهداف، وعجز الإنسان عن فهم ما يدور حوله من أحداث وما يترتب عليها من نتائج وينتج عنه شعور الفرد بالملل والتعاسة واللامبالاة.</p>	<p>اللامعنى</p>
<p>يتمسك الناس في مجتمعنا بعبادات و تقاليد قديمة لا قيمة لها الآن</p> <p>لا توجد معايير واضحة للحكم على ما هو صواب وما هو خطأ</p>	<p>وتعني رفض الفرد القيم والمعايير السائدة في مجتمعه، والمنظمة للسلوك</p>	<p>اللامعيارية</p>
<p>أشعر أن العادات و التقاليد تحد من حريتي و تقيد حياتي</p> <p>نجاحي أحيانا يرجع إلى الخروج عن القواعد و التقاليد الصارمة</p> <p>أميل أحيانا للخروج عن المألوف</p>	<p>هو شعور الفرد بالبعد عم الواقع وخروجه عن المألوف وعدم الانضباط بما هو مألوف في مجتمعه، وكرهية كل القيم والمعايير الاجتماعية.</p>	<p>التمرد</p>
<p>أفضل أن أعيش بمفردتي</p> <p>أشعر بالوحدة حتى أثناء وجودي مع آخرين</p> <p>أرفض الاشتراك في الأعمال الجماعية</p> <p>العزلة تجعلني اشعر بالاستقرار و السكينة</p> <p>أجد صعوبة في إقامة علاقة صداقة</p>	<p>تعني شعور الفرد بالوحدة والانعزال الاجتماعي والفراغ النفسي وعدم القدرة على بناء علاقات اجتماعية، والبعد عن الآخرين حتى وإن وجد بينهم.</p>	<p>العزلة الاجتماعية</p>

للاطلاع أكثر: عبد اللطيف محمد خليفة، مقياس الاغتراب، دار غريب، القاهرة، 2005

اقتضت ضرورة البحث العلمي -كما يقول موريس أنجرس- تخصيص جزء منه لتعريف و توضيح المنهج المستعمل، حيث أن النتائج في حد ذاتها لا تعني شيئاً بل إن الأساس المتين لبحث ما يكمن في منهجه.

يعتبر المنهج أو *méthode* " طائفة من القواعد العامة للوصول إلى الحقيقة في العلوم أو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة ... للوصول إلى نتيجة معلومة، وهو أداة اختبار الفروض ويقع عليه عبء تطويرها وتحقيقها¹. والمنهج بصفة عامة هو كيفية تصور الباحث وتنظيم دراسته وتخطيط عمله، أي كان الموضوع المبحوث، فإن قيمة النتائج تكمن في قيمة المنهج المتبع، مع العلم أنه لا توجد منهجية مثالية أو كاملة نهائية للبحث، فأهداف كل باحث هي التي تحدد نوع المنهج المستخدم للإجابة عن أسئلته والتحقق من فرضياته.

وفي العصر الحديث عرفت كلمة "منهج" ابتداء من القرن 17 على يد فرنسيس بيكون وبورويال وجون ستيوارت ميل وديكاريت وكلود برنارد وغيرهم من المحدثين دوركايم، وبرتران رسل وجون ديوي².

إن كلمة منهج في غالب الأحيان ما تكون مقرونة بصفة تحدد نوع المنهج المتبع، ولتحقيق أهداف الدراسة تم اللجوء إلى كل من المنهج الكمي والكيفي معا. فالأول يتمثل في تلك الإجراءات لقياس الظواهر موضوع الدراسة. مع شكل البحث الكمي، يرسم الباحث عن طريق التقنيات الإحصائية صورة ذهنية لأبعاد وعوامل الواقع المجتمعي، ثم يختبر الصورة الذهنية التي رسمها، عن طريق قياس الارتباط *corrélations**، ووصف

¹ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط.02، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص.15.

² عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ط.02، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص.12.

* : الارتباط أو معامل الارتباط، تعبير رياضي دقيق يعبر عن العلاقة بين مجموعتين من الأرقام.

العلاقات بين العوامل والمتغيرات وصفا دقيقا، وأخيرا يكشف الباحث عن الاستدلالات التفسيرية بين عوامل ومتغيرات تابعة مفسرة ومستقلة مفسرة¹.

أما الثاني فهو مجموعة من الإجراءات لتحديد الظواهر وفهمها، وعليه ينصب الاهتمام هنا أكثر على حصر معنى الأقوال التي نريد جمعها أو السلوكيات التي تمت ملاحظتها.

ولكل بحث انتمائه الخاص، وهذه الدراسة تنتمي إلى البحوث المسحية الوصفية على اعتبار أن:

الدراسات الوصفية تهدف إلى وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام وكذلك أنماط السلوك المختلفة، وتم اختيار هذا النوع من الدراسة لأنها تساعد الباحث على الإجابة عن تساؤلاته لأنها تبحث في العلاقة بين أشياء مختلفة في طبيعتها، كما أنها تقدم وصفا موضوعيا دقيقا لعينة من جمهور التلفزيون وأنماط سلوكه.

إن الأبحاث الوصفية ضرورية، من حيث كونها أبحاث يتم فيها دراسة الوضع الراهن للظاهرة، أو الظواهر المبحوثة... ولا بد من الإشارة إلى أن الدراسات الوصفية، ليست مجرد جمع للبيانات عن الواقع المدروس فقط بل هي أيضا عملية تصنيف هذه البيانات إلى عناصرها الرئيسية والفرعية، وتفسيرها تفسيريا شاملا، من أجل استخلاص النتائج في شكل دلالات تساعد على الوصول إلى تعميمات حول المواقف المدروسة...²

¹: مي العبدالله: البحث في علوم الإعلام والاتصال(من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات البحثية)، ط.01، دار النهضة العربية، بيروت، 2011. ص.166.

²: أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ط.04، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص.51.

أما الدراسات المسحية فهي من أنسب الطرق العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، كما أن المسح يناسب البحث الميداني (كدراسات الجمهور في بحوث الإعلام) لأنه يستخدم عندما يكون عدد أفراد مجتمع البحث كبير ويصعب الاتصال بهم جميعاً، كما أنها تسمح بدراسة المشكلات أو الظواهر في وضعها الحقيقي كمشاهدة التلفزيون أو قراءة الصحف، وتسمح المسوحات باختبار عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد كما تتيح إمكانية إعداد قاعدة بيانات عن الجمهور كالسمات العامة والاجتماعية والفردية وكذا أنماط السلوك المختلفة، التي يتم استخدامها في وصف تركيب وبناء الجمهور واختبار صحة الفرضيات المتعلقة بهذه المتغيرات.

إن المسح يساعد على جرد الظاهرة في إطار واقعها الطبيعي باستخدام العديد من أدوات البحث مثل الاستبيان، المقابلة، الملاحظة، في الحالات التي يكون فيها الواقع المبحوث عبارة عن جمهور معين، تماماً كالجمهور الذي يستهدفه هذا البحث.

على العموم، الدراسات المسحية هي الأنسب لدراسات الجمهور التي تعتمد أساساً على الوصف. فالمسح الوصفي يستهدف تصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية ويهتم في مجال دراسة الجمهور المتلقين بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور وتصنيف الدوافع والحاجيات والمعايير الثقافية والاجتماعية وكذلك الأنماط السلوكية ودرجتها أو شدتها ومستويات الاهتمام والتفضيل¹.

للمناهج العلمية أدوات تستخدم للقياس وجمع البيانات بما يناسب المنهج المستخدم، وإذا كان المنهج هو جوهر البحث، فإن الأدوات أو الإجراءات المستخدمة لتنفيذه هي التي تحدد نتائج هذا البحث، ونظراً لتعدد الظواهر الإعلامية وتشابكها ظهرت الحاجة إلى

¹: محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص.121.

تعدد المناهج وكذا تعدد الأساليب والأدوات في دراسة الظاهرة الواحدة للوصول إلى فهم أكثر للموضوع المدروس.

وقد تم الاعتماد على الأدوات التالية:

أ- الاستبيان: للوصول إلى أهداف الدراسة المنشودة تم تصميم استمارة استبيان خاصة، والاستمارة كما عرفها موريس أنجرس أنها: تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد و تسمح باستجوابهم بطريقة موجبة، والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات رقمية¹.

وعلى هذا الأساس تم الاعتماد على الاستبيان لأنه يعتبر أكثر ملائمة لدراسة جمهور التلفزيون ويساعد في الوصف وإيجاد العلاقات السببية وهو أفضل طريقة منهجية للحصول على معلومات حديثة لا توفرها مصادر أخرى وخاصة لمعرفة معتقدات واتجاهات المستجوبين وميولاتهم.

الاستبيان يعطي الحرية للمستجوب للإدلاء بآرائه الخاصة في شتى المواضيع دون تدخل الباحث أو التأثير عليه، وبالتالي توفر درجة أكبر من الصدق الداخلي، هذا بالإضافة إلى أن الاستبيان يوفر الوقت والتكاليف ويتميز بالسهولة والسرعة في الحصول على المعلومات عن أكبر عدد ممكن من الأفراد.

¹: موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية)، تر. بوزيد صحراوي و آخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص.204.

قبل البدء في عملية تصميم الاستمارة وتحضير أسئلتها، لجأ الباحث إلى الدراسات السابقة* التي عالجت موضوع الاغتراب، و إن كانت بعيدة عن الحقل الإعلامي، للتعرف على أهم مظاهره، أما طريقة قياسه، فقد اعتمدت الدراسة على مقياس الاغتراب للدكتور عبد اللطيف محمد خليفة¹ بتصرف، حيث تم انتقاء بنود المقياس وتكييفها بما يتناسب وأهداف هذه الدراسة، كما تم إضافة بنود أخرى تتوافق وموضوعها الإعلامي.

صممت الاستمارة وتم توزيعها على 100 مفردة من مجتمع البحث، وبعد استرجاعها وعلى ضوء تحليل النتائج الأولية تم استبعاد بعض أسئلة التي لم يتجاوب معها الطلبة أو تلك التي لم تعط أي دلالات إحصائية. كما تم إضافة أسئلة أخرى تداركها الباحث بعد التحليل الأولي.

من ثم عرضت الاستمارة المعدلة على مجموعة من المحكمين²، حيث ألغي سؤاليين فقط اعترض عليهما ثلاثة محكمين، عدا تلك الملاحظات الخاصة بطريقة ترتيب

*: أهمها:

- صلاح الدين الجماعي أحمد: الاغتراب النفسي الاجتماعي و علاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي، ط.01، دار ظهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- عفاف عبد المنعم: الاغتراب النفسي (مظاهرة ومحدداته بين النظرية والتطبيق)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- عبد اللطيف محمد خليفة: دراسات في سيكولوجية الاغتراب، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- ¹: أنظر: عبد اللطيف محمد خليفة: مقياس الاغتراب، دار غريب، القاهرة، 2005 .
- *: قام بتحكيم الاستمارة كل من:

- د- أمينة خالدي ، أستاذ محاضر في الفلسفة جامعة مستغانم.
- د- فايزة زرهوني، أستاذ محاضر في علم الاجتماع، جامعة مستغانم.
- د- ليلي الفيلاي، أستاذ محاضر في الإعلام، جامعة قسنطينة.
- د- بدر الدين زواقة، أستاذ محاضر في الدعوة والإعلام جامعة باتنة.
- د- عزام أبو الحمام، أستاذ محاضر في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان -الأردن
- د- عبد الرزاق حمدوش، أستاذ محاضر في الإعلام، جامعة قالمة.

الأسئلة وصياغتها والتي تم أخذها بعين الاعتبار، وبذلك تمت عملية اختبار صدق الاستمارة.

أما ثباتها فقد وزعت الاستمارة المعدلة وفق آراء المحكمين على أكثر من 10% (40 مفردة) من عينة الدراسة، وأعيد التوزيع على ذات المفردات بعد مرور أكثر من عشرة أيام، وكانت نتائج ألفا كرونباخ* 0.83، درجة مرضية إلى حد كبير. دامت عملية توزيع الاستبيانات واسترجاعها مدة خمسة أشهر من جانفي إلى ماي 2015، بجامعة مستغانم بمختلف كلياتها** والمستويات الدراسية، ذلك ما يشكل المجال الزمني والمكاني للدراسة.

تم ترميز البيانات وإدخالها إلكترونيا في الحاسوب، وجرت عملية المعالجة الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية **SPSS***** اختصارا ل: Statistical Package for the Social Sciences

* : cronbach's Alpha، أشهر مقاييس ثبات الاستبيان، تكون قيمته بين الصفر والواحد، وكلما اقترب من الواحد كان الاستبيان أكثر ثباتا.

** : بعد التحليل الأولي لنتائج الاستبيان، تبين أن التخصصات العلمية ليست لديها أي دلالات إحصائية تذكر، لذلك تم إلغاؤها من الاستمارة.

*** : يعتبر برنامج SPSS من أقدم البرامج الإحصائية، صدر الإصدار الأول منه في عام 1968، تحت اسم شركة SPSS Inc، استحوذت عليه شركة IBM في العام 2009، بصفحة بلغت 1.2 مليار دولار، واسمه الآن رسميا IBM .SPSS

للاطلاع أكثر:

غيث البحر، معن التنجي: التحليل الإحصائي للاستبيانات باستخدام برنامج **IBM SPSS Statistics**، مركز سبر للدراسات الإحصائية والسياسات العامة، تركيا، 2014.

تم التحليل الإحصائي لـ 384* استمارة من الاستمارات المسترجعة الصالحة للتحليل، باستخدام كل من الاحصاء الوصفي والاستدلالي .

وكانت خصائص عينة الدراسة كآآي :

1- خصائص عينة الدراسة من حيث الجنس:

يبين الجدول (02) التالي خصائص أفراد عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين من حيث الجنس.

الجدول رقم (02) خصائص أفراد العينة من حيث الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
29.9	115	ذكر
70.1	269	أنثى
100.0	384	المجموع

يبين الجدول (02) أعلاه أن عدد الذكور في عينة الدراسة من الشباب الجامعي بلغ (29.9%) من العينة، وهي نسبة أقل من الثلث بقليل مقابل (70.1%) للإناث. وهذا الأمر ملحوظ بالجامعات الجزائرية، أين يكون عدد الطالبات أكثر من الطلبة، وذلك نظرا

* : تشكلت عينة الدراسة من 384 مفردة من طلبة جامعة مستغانم - بمختلف الكليات والمستويات الدراسية، تعتبر 384 مفردة جيدة جدا لبناء التحليل، بالعودة إلى جدول تمثيل العينات لمجتمع البحث (<http://www.research-advisors.com/tools/SampleSize.htm>)، إن 384 مفردة هي العينة الممثلة لمجتمع يتكون من 250.000 إلى 300.000.000 مفردة، بنسبة ثقة 95%. وقد بلغ عدد الطلبة المسجلين بجامعة مستغانم سنة 2014 وفق الإحصائيات المقدمة من قبل رئاسة الجامعة 24826 طالبا عدا طلبة ما بعد التدرج.

لتوجه الذكور أكثر إلى العمل وعدم إكمال الدراسة، أو تفضيل تعلم الحرف المهنية أو اللجوء إلى التجنيد العسكري ومدارس الشرطة والحماية المدنية وغيرها، ومن جهة أخرى كانت الطالبات أكثر تفاعلا وترحيبا بالإجابة عن أسئلة الاستبيان على عكس الذكور الذين كانوا يمتنعون عن ذلك، مثل الطالب الذي عبر قائلا "أنا لا تهمني دراستك... ما الفائدة التي أجنبيها من الإجابة عن هذه الأسئلة؟؟"

2- خصائص عينة الدراسة من حيث العمر:

يبين الجدول (03) التالي خصائص أفراد عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين من حيث العمر:

الجدول رقم (03) خصائص أفراد العينة من حيث العمر

النسبة المئوية %	التكرار	فئة العمر
62.2	239	أقل من 20 سنة
32.3	124	21-25 سنة
3.1	12	26-30 سنة
2.3	9	30 سنة فما فوق
100.0	384	المجموع

يبين الجدول (03) أعلاه أن الفئة العمرية (أقل من 20 سنة) حازت على النسبة الأعلى من بين الفئات العمرية الأربع، وقد بلغت (62.2%)، مما يدعو للافتراض أن هؤلاء هم طلبة السنة الجامعية الأولى والثانية في مرحلة الليسانس، بالمقابل حازت الفئة العمرية (21-25 سنة) على النسبة التالية التي تعادل الثلث تقريبا (32.3%)، بينما

جاءت الفئة العمرية (26-30 سنة) في الترتيب الثالث ولكن بنسبة ضئيلة نسبياً بواقع (3.1%) وهي الفئة التي يفترض فيها أنها في مرحلة الماجستير أو الدكتوراه، وجاءت الرتبة الرابعة والأخيرة للفئة العمرية الأكبر سناً (30 سنة فما فوق) بنسبة (2.3%) وهي الفئة التي يفترض أنها في مرحلة الماجستير والدكتوراه.

3- خصائص عينة الدراسة من حيث المستوى الدراسي:

يبين الجدول (04) التالي خصائص أفراد عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين من حيث المستوى الدراسي:

الجدول رقم (04) خصائص أفراد العينة من حيث المستوى الدراسي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي
81.0	311	ليسانس
16.1	62	ماجستير
2.9	11	دراسات عليا
100.0	384	المجموع

يبين الجدول (04) أعلاه أن مستوى الليسانس هو الأعلى من بين المستويات الدراسية الثلاثة بنسبة بلغت (81%) من أفراد عينة الدراسة، بينما جاء مستوى الماجستير في الترتيب الثاني بنسبة مئوية بلغت (16.1%)، في حين حاز مستوى الدراسات العليا (ماجستير و دكتوراه) على نسبة (2.9%).

وفق الاحصاءات التي اطلعنا عليها والمقدمة من قبل عمادة الجامعة، طلبة الليسانس هم الأكثر عددا دائما في كل التخصصات، تليها طلبة الماجستير، نظرا لعدم إكمال جميع الطلبة الحائزين على شهادة الليسانس مشوارهم الدراسي وتوجههم للعمل أو لحياتهم الشخصية، وتليها فئة الأقلية من طلبة الدكتوراه والماجستير.

4- خصائص عينة الدراسة من حيث مكان الإقامة:

يبين الجدول (05) التالي خصائص أفراد عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين من حيث مكان الإقامة:

جدول رقم (05) خصائص أفراد العينة من حيث مكان الإقامة

النسبة المئوية	التكرار	مكان الإقامة
69.3	266	مدينة
30.7	118	ريف
100.0	384	المجموع

يبين الجدول (05) أعلاه أن قاطني المدينة من الشباب الجامعي هم النسبة الأعلى (69.3%) من بين أفراد عينة الدراسة بالمقارنة مع قاطني الريف الذين بلغت نسبتهم (30.7%).

على ما يبدو أن الفكرة القائلة بأن ساكني المدن أكثر حظا في التعليم والتعليم العالي مازالت قائمة، حيث يكمل أبناء ساكني المدينة تعليمهم الذين غالبا ما يكون آبائهم يعملون في الإدارة أو قطاع الصحة والتعليم وغيرها...، على عكس أبناء ساكني

الريف الذين يتجهون إلى مساعدة آبائهم في أعمالهم الزراعية وما يرتبط بها من تربية المواشي وغيرها.

تم تحليل بقية البيانات الأخرى بالاعتماد على المعاملات والاختبارات الإحصائية المتقدمة، في هذا الإطار ينبه ميشال سوشون Michel Souchon إلى الانعكاسات السلبية التي يتمخض عنها الاستخدام المبسط للإحصاء، ويبين أن مستخدمي الإحصاء يركزون في الغالب على المتوسط ويهملون التشتت، لا سيما إذا كان حجمه كبيراً، الأمر الذي يؤدي إلى فقدان هذا المتوسط مدلوله ومن هنا يدعو الباحث إلى الاستخدام الماهر لأدوات الإحصاء. وقد اعتمد التحليل على استخراج التكرارات والنسب المئوية لبعض البيانات، واستخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبيانات أخرى، وتم تقدير الرتبة والدرجة اعتماداً على الوسط الحسابي والانحراف المعياري، كما تم الاعتماد على ارتباط بيرسون، وغيرها من الاختبارات الأخرى.

ب- المقابلة:

تبرز المقابلة كأهم تقنية توفر مادة غنية من حيث المعاني و الدلالات في العلوم الإنسانية منها علوم الإعلام وخاصة في البحوث الكيفية، تسمح بأخذ معلومات كيفية بهدف التعرف على الأشخاص المبحوثين، وتم اختيار هذه التقنية لأنها أفضل التقنيات لكل من يريد استكشاف الحوافز العميقة للأفراد واكتشاف الأسباب المشتركة لسلوكهم من خلال خصوصية كل حالة .

المقابلة في المقام الأول هي وسيلة اقتصادية و سهلة التطبيق، كل ما تتطلبه هو إحضار مسجل صغير وقليل من الجرأة للدق على الأبواب، وبناء محادثة حول مجموعة

من الأسئلة ومن ثم يتم التعرف على المواد المجمعّة وتوضيح الأفكار وتطويرها¹، تمت المقابلة من خلال مجموعات دردشة **groupes de discussion** لبعض المفردات التي أجابت عن الاستبيان. تعرف مقابلة المجموعات على أنها طريقة للحصول على المعلومات باستخدام تقنيات المقابلة غير الموجهة المركزة حول مجموعة من الأشخاص مجتمعين للمشاركة في حوار جماعي حول موضوع محدد².

ولزيادة موثوقية هذه الطريقة، تتطلب هيكلة المجموعة وقيادة الحوار مجموعة من القواعد المحددة منها³: ضرورة التجانس بين المشاركين، عرض نظام المقابلة، التوليف الممكن بين ردود فعل المشاركين وغيرها من الشروط التي تم التقيد بها .

تم اختيار هذا النوع من المقابلات لأنه يسمح باستكشاف أعمق وأشمل لمواقف وسلوكيات المستخدمين، وهذا النموذج من المقابلات يقلل من التأثيرات المتبادلة على تشكيل الرأي العام الحقيقي⁴.

كان الهدف من هذه المقابلات النوعية التعرف أكثر عن تفضيلات وتصورات الشباب الجزائريين لمختلف القنوات الوطنية والدولية، والنماذج الثقافية التي تقدمها، وعلى وجه الخصوص تلك القضايا المتعلقة بالأشكال التلفزيونية، والتأثيرات الثقافية والإنتاجات الإعلامية الأجنبية والمحلية، وكذا مصادر الأخبار.

¹: Jean Claude Kaufman: **l'entretien compréhensif**, 2^e édit, Armand Colin, Paris, 2008, p.09.

²:Alex MUCCHIELLI :**Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines**, 2^e édit, Armand Colin, Paris, 2004.p. 128.

³:Ibid. p .p. 128-129.

⁴:Francis Balle :**Médias et sociétés**, 15^eédit , Montchrestien, Paris, 2011, p.702.

نظمت المقابلات في مجموعات من 6 إلى 10 طالبا (41 طالبا و طالبة في المجموع)، من مختلف التخصصات العلمية: العلوم التقنية، اللغة العربية، علم النفس، اللغة الفرنسية والإنجليزية، علوم الإعلام والاتصال.

تنتهي هذه الدراسة إلى دراسات الجمهور من حيث تصنيفات البحوث الإعلامية، وهي تبحث في جمهور التلفزيون بشكل خاص، هذا الأخير الذي أعطي له بعض المقاربات النظرية التي حددت موقعه ضمن الحياة الاجتماعية، غير أن يميز علوم الإعلام والاتصال منذ نشأتها إلى يومنا هذا هو تعدد الرؤى النظرية وتباين أسبابها وتداعياتها لدى الدارسين والباحثين والممارسين الإعلاميين والجمهور المتلقين، في هذا الميدان المتشعب، هذا لا ينف وجود إرث نظري يحاول تفسير الظواهر الإعلامية والاتصالية .

تضع النظرية الظواهر في سياق التجريد المنطقي الإيضاحي، محاولة فهمها على مستوى أعلى من الوضوح التفصيلي، أي مستوى ارتباطها بغيرها من الظواهر، وأهميتها المعممة داخل الأنظمة المشرعة بموجب القوانين المدركة والأعراف والوثائق السابقة، وهي مسائل يمكن قياسها. تختلف النظريات وتتنوع في نطاقها ودرجة تعقيدها الداخلي، وتتراوح من فكرة تأملية مفردة إلى مجموعة مترابطة من الفرضيات والأنظمة المفاهيمية التي تدعي درجة من الدقة التنبؤية.

يبدو أن كلمة "نظرية" نفسها تثير في بعض الأحيان الهلع في نفوس الناس، وهو أمر له ما يبرره، فالكثير من النظريات الاجتماعية الحديثة عصية على الفهم أو مبتذلة أو لا معنى...بيد أن النظرية موجودة دائما¹. إن النظرية في العلوم الإنسانية لا تعزز غالبا مباشرة بالتحقيق وبهذا المعنى، إنها لحظة انفتاح أكثر مما هي لحظة انغلاق،

¹: إيان كريب: النظرية الاجتماعية من بارسنوز إلى هابرماس، مرجع سابق، ص.20

ومحاولة تأملية مصممة لتقود إلى نقاش على مستوى نظري أكثر مما هي تحقيق¹ يتطلب تقليديا التحرك إلى الأسفل إلى مستوى الدليل لتحمي نفسها كمعرفة.

واختار الباحث المداخل الأساسية لدراسة جمهور التلفزيون الأكثر ملائمة لمقاربة الإشكالية من بين خمسة تقاليد أساسية لدراسة الجمهور²، بغض النظر عن احترام تاريخ ظهورها، وهي: الاستخدامات والإشباع، مدخل التأثيرات، والنظرية النقدية كما هو موضحا أعلاه.

ففي اعتقادنا إن أية محاولة لفهم الجمهور لا بد من أن تنطلق من الاستخدامات والإشباع، فلا يمكن دراسة الآثار الممكنة والمحتملة لتأثير التلفزيون على الجمهور دون التعرف على استخدامات الجمهور للتلفزيون، عادات وأنماط الاستخدام، دوافعه وغيرها من الأمور المفتاحية، فقد أصبحت مسلمات لا بد منها في كل دراسة تسعى جاهدة لفهم سلوك الجمهور. فمن غير المعقول أن ندرس الروابط بين التلفزيون والاعترا ب معتمدين على النظرية النقدية دون أن نتناول الاستخدامات الحالية للتلفزيون ودوافعها والآثار المترتبة عن هذه الاستخدامات.

إننا بحاجة إلى أن نتعرف على النماذج المختلفة للاستهلاك في العائلات والمنازل في مختلف المناطق، ولا نستطيع بأية حال تقديم أية نتائج أو حلول أو حتى التكلم بصفة عامة عن الجمهور وكيفية انشغالهم بتلفزيونهم ما لم نمتلك بعض الأجوبة عن ماذا؟ كيف، ومن؟، إننا نحتاج أيضا إلى أن نعرف من هو متورط- على حد تعبير روجريلفر ستون- وأن نحدد جنسه وسنه وبيئته، وأنماط انشغاله بالتلفزيون، هذه الأسئلة هامة بالطبع

¹: جون كورنر: *نظرية التلفزيون*، تر. أديب خضور، نظرية التلفزيون، ط.01، 2000، ص 09.

²: voir: Klaus Bruhn Jesen, Karl Erik Rosengren: *cinq traditions à la recherche du public*, trad. Eric Macé ; Daniel Dayan, Hermès, n°11-12, revue Paris, 1993.

ولها دلالة، غير أن هناك مجموعة أخرى من الأسئلة أكثر أهمية والتي يجب طرحها، تلك المتعلقة بالآثار المترتبة والنتائج، بالنسبة للأفراد داخل البيت أو العائلة وعلى نحو خاص بالنسبة للشباب. كل هذه أسئلة مفيدة بالتأكيد في محاولة فهم الجمهور. إن إشكالية تأثير وسائل الإعلام على أفعالنا وسلوكنا وأفكارنا تظل مطروحة، ولا يمكن إغفال أو إنكار وتجاهل سلطة وسائل الإعلام.

ينبغي التوكيد على أنه لا توجد نظرية واحدة لتفسير الظاهرة الإعلامية في شموليتها وأبعادها المختلفة، وأن تعدد المنظورات مسألة ضرورية لفهم الظواهر الإعلامية¹.

إن الباحثين المهتمين بجمهور وسائل الإعلام لا يتعاملون مع أنموذج واحد أو مع مقارنة واحدة لأبحاث الجمهور أو نظرية واحدة للاتصال الجماهيري، ولكنهم يعالجون شيئاً أكثر بقليل من مجموعة من التطلعات البديلة والتعميمات التي تتوقف قابليتها للتطبيق Applicability- validity²، فالتطورات الحاصلة في البحث حول الآثار من جهة والاستخدامات والإشباعات من جهة أخرى أدت إلى التمازج بين هذين التقليديين الأخيرين، وقد لوحظ هذا التلاقي الذي حدث منذ فترة من قبل الباحثين الذين يتحدثون عن أبحاث "الاستخدامات والآثار" *les usages et les effets*³، أين يحاول الباحثون الجمع بين عدة تقنيات كالاستبيانات والأحاديث والمقابلات المعمقة أو المفتوحة⁴، في محاولة إلى فهم أكثر للجمهور.

¹: عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة: الإعلام و المجتمع (رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية)، مرجع سابق، ص.325.

²: علي قسايسية: جمهور وسائل الاتصال ومستخدموها، مرجع سابق، ص.71.

³:Klaus Bruhn Jensen, Karl Erik Rosengren :CINQ TRADITIONS À LA ECHERCHE DU PUBLIC, op.cit,p.284.

⁴: Ibid.p.292.

مما لا شك فيه أن أفضل طريقة لتعلم كيفية تفسير المشكلات العلمية وفق بونغ Bung ليس بقراءة كتاب في المنهجية، يكتبه أي فيلسوف¹، أو حتى إعادة قراءة النظريات، ولكن بدراسة نماذج للبحوث الناجحة، غير أنه لا يبين كيفية التمييز بين هذه البحوث الناجحة وغيرها، وعلى أيه حال هناك الكثير من الدراسات الأكاديمية التي تناولت الجمهور وبخاصة تأثير التلفزيون على المشاهد. ومن بين الدراسات التي تقارب هذا الموضوع:

1- دراسة نصير بوعلي: أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، دراسة تحليلية ميدانية، السنة الجامعية 2002-2003، رسالة دكتوراه منشورة (دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، 2005)

2- ومن بين أهدافها:

- معرفة أنواع القيم الإيجابية والسلبية التي تفرزها عينة الأفلام المقدمة في الفضائيات الفرنسية.
- معرفة عادات المشاهدة من حيث الأيام المفضلة للمشاهدة، متوسط حجم المشاهدة- الكثافة- ظروف المشاهدة- جماعية، فردية- والقنوات الفضائية المفضلة.
- معرفة نوعية البرامج والمحتويات التي تشد إليها المشاهد والعوامل المؤدية إلى ذلك.
- معرفة الانعكاسات التي تحدثها هذه الفضائيات على درجة التعرض للوسائل الإعلامية الأخرى: الوصول إلى معرفة مصادر الثقافة الإعلام والتسلية.
- معرفة مجالات التأثير المختلفة التي تحدثها هذه الفضائيات على الأنساق القيمية والهوية الثقافية للمتلقي.

¹: أ.لارامي، ب.فالي: البحث في الاتصال(عناصر منهجية)، تر. مجموعة من الأساتذة، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009، ص.14.

- معرفة العلاقة الارتباطية بين آثار مشاهدة الفضائيات على القيم لدى الشباب والمتغيرات الذاتية والاجتماعية- النوع، الإقامة، المستوى التعليمي-

وقد ترجم هذه الأهداف إلى تساؤلات هي:

- ما هي أنواع القيم الإيجابية والسلبية التي تفرزها عينة من الأفلام المقدمة في الفضائيات الفرنسية؟

- ما هي عادات مشاهدة الشباب الجزائري للفضائيات من حيث الكثافة، متوسط حجم المشاهدة، ظروف المشاهدة، القنوات الفضائية المفضلة لديه؟

- ما هي مجالات التأثير التي تنعكس على الأنساق القيمية وهوية المتلقي؟

للإجابة على هذه التساؤلات استخدم الباحث ما أسماه بالمنهج "المسحي الوصفي" بالإضافة إلى تحليل المضمون الذي اعتبره منهجا وأداة في الوقت ذاته.

أجريت الدراسة الميدانية على عينة قوامها 500 مفردة بالتساوي بين قسنطينة، أم البواقي، إيماننا منه بأن العوامل الثقافية البيئية المحيطة السائدة تؤثر في نمط التفكير، مستعينا بالاستبانة، وقد قسمت الدراسة إلى ثمانية فصول، كما قسم الباحث نتائج الدراسة إلى محاور هي : عادات المشاهدة وأنماطها، كثافة المشاهدة أمام التلفزيون الوطني، علاقة الفضائيات بالتعرض للوسائل الإعلامية الأخرى، علاقة الفضائيات بالأنساق القيمية وهوية المتلقي، ومن بين أهم ما توصلت إليه الدراسة:

- أن الوضع التقليدي هو السائد في تجربة المشاهدة للفضائيات، إذ أن نسبة قليلة (14%) تشاهد برامج الفضائيات بشكل منفرد مقابل 55% من أفراد العينة تشاهد هذه الفضائيات مع أفراد الأسرة.

- اتضح أن 53.3% يفضلون القنوات الفضائية العربية مقابل 46.6% يفضلون القنوات الفضائية الأجنبية، و السبب يرجع إلى عائق اللغة.
- إن الغالبية العظمى من أفراد العينة ليس حريصة على مشاهدة التلفزيون الوطني.
- إن الذين يشاهدون يوميا برامج الفضائيات هم أكثر عرضة للآثار الاجتماعية والسلوكية السلبية كما أن الذين يشاهدون الفضائيات حسب الظروف هم أكثر تأثرا من الناحية المعرفية من الذين هم مدمون على المشاهدة يوميا أو عبر أيام الأسبوع.
- بينت الدراسة قدرة القنوات الفضائية الأجنبية على رسم تأثير إيجابي نحو ثقافتها، إلا أن التأثير في سلوكيات الأفراد يبدو أقل بشكل واضح ويرتبط بنوعية البرامج لا بعدد الساعات التي تصرف في المشاهدة.
- ما يلاحظ في هذه الأطروحة أن الباحث زواج بين دراسات الجمهور ودراسة المضمون، غير أن عنوان الدراسة يحيل على أنها تتدرج ضمن دراسات الجمهور وبالتحديد دراسات التأثير، وإن كانت نتائج تحليل المضمون ساعدت الباحث على تحديد القيم الإيجابية والسلبية، عدا ذلك يلاحظ كثرة الفصول التي يمكن الاستغناء عنها وخاصة المتعلقة بالفضائيات والاسترسال في نشأة وتطور التلفزيون المباشر والفضائيات.

2- دراسة بولوفة بلحضري: الخطاب الإعلامي والمجتمع الجزائري بين الأصالة والانفصالية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة السانوية، وهران، 2011-2012.

عالجت الرسالة سؤالا رئيسيا تمثل في: ما طبيعة تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على المجتمع الجزائري؟ وافترضت الدراسة أن وسائل الاتصال الجماهيرية دفعت المجتمع الجزائري نحو التحضر والانفتاح، على ثقافات مختلف المجتمعات بما ينم عن

البعد الحضاري للإنسان، كما تعمل على بلورة الوعي الزائف بين فئات الشباب وخلق الاغتراب الاجتماعي في المجتمع الجزائري تحت غطاء الانفتاح.

من بين الأهداف التي سعى الباحث إلى تحقيقها: محاولة الوصول إلى معرفة مدى قدرة الوسيلة الإعلامية على هندسة تراكيب المجتمع الجزائري، بما تحمله من أحزمة ثقافية تزيد تعلمًا وانفتاحًا ووعيًا، وأخرى ثقافية تعمل على بلورة الوعي الزائف بين فئات الشباب، لسلكه عن هويته وموروثه.

اعتمدت الدراسة على "الأسلوب الكيفي" من خلال الوصف والتحليل لما يتيح من إمكانية المقارنة بين ما يلاحظ بشكل يومي ومتكرر على سلوك الأفراد، لاسيما جيل الشباب، ومقارنته بسلوك جيل الثورة وما بعد الاستقلال ضمن قراءة أركيولوجية للمجتمع، كما اعتمد الباحث على أداة دراسة الحالة، فموضوع البحث يظهر الجماعة كوحدة لدراسة الحالة، كما زواج بين تقنية الملاحظة المباشرة تارة وغير المباشرة تارة أخرى، من خلال مشاهدة الصور والأشرطة المرتبطة ببعض المظاهر الاجتماعية المتعلقة بموضوع الدراسة. واعتمد أيضا على أداة الاستمارة لإضفاء مشروعية علمية وصبغة إمبريقية، وزعت الاستمارة على 400 مفردة. قسمت الدراسة إلى أربعة فصول، ومن بين النتائج التي أسفرت عنها الدراسة: أن الشباب يتصورون أن تقليد الغرب ومحاكاة نمط حياته هو السبيل الذي يفضي إلى التطور، حيث ظهر مفهومها في سلوكهم وأنماط معيشتهم، ليس في مرحلة الشباب فحسب، بل في المراحل السابقة لها.

- إن المجتمع الجزائري والشباب خصوصا ينجز وبصورة شكلية التحضر، بما في ذلك التنويع في أساليب اللباس واقتناء السيارات الفخمة وابتداع الألفاظ التي تحيل حسب

زعمهم وفهمهم إلى نمط معيشي راق وخاص، لتتوقع على نفسها في الأخير، متجاهلة معاني التحضر كالقيم الأخلاقية والثقافية.

- يتموقع المجتمع الجزائري ضمن مرحلة الطفولة وهذا لا يرجع إلى كونه مجتمعا فتيا بحكم فئة الشباب الغالبة به، وإنما يرجع ذلك إلى أن الفئة الغالبة جعلت منه مجتمعا طفوليا، حيث يعيش عدد جم من الشباب الجزائري وقتنا الراهن مرحلة عالم الأشياء التي هي إحدى عوالم الطفل، مما يوحي انه لم يبلغ بعد مرحلة عالم الأشخاص لينتقل بعد ذلك إلى مرحلة عالم الأفكار.

- كما قام بتقديم بعض التوجيهات المتعلقة بمسؤولية المؤسسة الأسرية، المؤسسة الإعلامية، المسؤولية السياسية، مسؤولية منظومة مؤسسة التربية والتعليم.

3- دراسة محمد هادي محمد: استخدامات المواد الترفيهية التلفزيونية الفضائية وإشباعها- دراسة على عينة من الشباب اليمني، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2001.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات المواد الترفيهية التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها لدى عينة عشوائية من الشباب اليمني قوامها 500 مبحوثا تتراوح أعمارهم ما بين 15-30 سنة باستخدام المقابلة الهاتفية . قسمت الدراسة إلى أربعة فصول، توصلت الدراسة إلى أن الغالبية العظمى من الشباب اليمني يشاهدون التلفزيون بنسبة 98.1% وتصدرت القنوات الفضائية العربية المشاهدة، كما توصلت إلى أهمية الترفيه التلفزيوني للشباب اليمني مقارنة بالمواد التلفزيونية الأخرى بنسبة 70%، وتمثلت أبرز الدوافع المؤدية إلى المواد الترفيهية في القنوات الفضائية الهروب من هموم الحياة والترفيه عن النفس.

4- دراسة : فاندي سليمان :

Fandi Soliman: la télévision par satellite dans le monde Arabe: réception, audience, usages et approbation. Cas d'étude: les téléspectateurs syrien, Thèse de doctorat non publiée, université Lumière Lyon, France.2008 .

قدمت هذه الدراسة حول التلفزيون عبر الساتل في الوطن العربي، التلقي، الجمهور، الاستخدامات والقبول، دراسة حالة المتفرجون السوريون، بعض الأرقام والإحصائيات عن مشاهدة التلفزيون في سوريا، عدد ساعات المشاهدة، والبرامج الأكثر شعبية وغيرها من الإحصائيات عن أنماط، وكأنها دراسة استطلاعية، بحجة ان مثل هذه الدراسات قليلة في /عن سوريا، كما صرح صاحب الدراسة.

5- دراسة مصطفى مجاهدي: برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في الجمهور، شباب مدينة وهران نموذجاً، رسالة دكتوراه جامعة وهران 2009- نشرت الدراسة ضمن سلسلة أطروحات الدكتوراه- مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط.01، 2011. افترض الباحث أن دخول مشاهدة التلفزيون الفضائي كانت له آثاراً على الصعيد الاجتماعي والثقافي، واعتمد على المقارنتين الكمية والكيفية باللجوء إلى أسلوب الاستمارة والمقابلة، وشملت عينة الدراسة 439 استمارة صالحة للتحليل.

من بين الاستنتاجات التي قدمتها الدراسة: أن التغيرات التي تحدث في الممارسات الثقافية والإعلامية منها غياب الشباب عن النشاطات الثقافية المنظمة مع ميلهم نحو ممارسات أخرى منها استعارة الأشرطة السمعية البصرية والأقراص المضغوطة وبشكل أقل استعمال الإنترنت.

كما بينت الدراسة أن برامج التلفزيون تضع الأسرة أمام تحديات جديدة، فقد غيرت من اتجاهات الشباب نحو العائلة كقيمة.

6- دراسة.: محمد محمد عبده بكير بعنوان: علاقة وسائل الاتصال الحديثة

بالاغتراب الاجتماعي للشباب المصري - دراسة ميدانية¹

دراسة ميدانية طبقت على عينة قوامها 400 طالبا مصريا، باستخدام "العينة متعددة المراحل" بالاستعانة بالمنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، تهدف إلى معرفة العلاقة بين وسائل الاتصال الحديثة والاغتراب الاجتماعي، وقد قامت الدراسة على تساؤلات أهمها:

- ما مدى حرص الشباب المصري على التعرض لوسائل الاتصال الحديثة؟ وما كثافة استخدامهم لها؟ .

- ما متوسط الوقت الذي يمضيه الشباب المصري في التعرض لكل وسيلة من وسائل الاتصال الحديثة؟ وما أهداف ودوافع استخدام الشباب من التعرض لهذه الوسائل؟ .

كما قامت الدراسة على مجموعة من الفروض أهمها:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب المصري لوسائل الإعلام الحديثة وبين الاغتراب الاجتماعي لديهم .

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب المصري لوسائل الإعلام الحديثة وبين الاغتراب الاجتماعي لديهم .

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الاغتراب الاجتماعي بين الشباب المصري المستخدم لوسائل الاتصال الحديثة وفقا لخصائصهم الديموجرافية. وقد أشارت النتائج إلى أن يوجد علاقة بين دوافع استخدام الشباب المصري لوسائل الاتصال الحديثة وبين الاغتراب الاجتماعي لديهم، كما توجد علاقة بين أهداف التعرض

¹ : نشرت الدراسة في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، ع.26، يناير- مارس 2006. متاح على:

<http://socio.montadarabi.com/t2919-topic>، اطلع عليه بتاريخ 2014/11/12، 23.21 سا.

لوسائل الاتصال الحديثة وبين الاغتراب الاجتماعي لديهم , في مقابل عدم وجود علاقة بين أهداف التسلية للشباب من التعرض لوسائل الاتصال الحديثة وبين الاغتراب الاجتماعي لديهم .

هذه الدراسة متشعبة، لأنها تناولت موضوع " وسائل الاتصال الحديثة" وعلاقتها بظاهرة الاغتراب الاجتماعي، غير أن الدراسات الإعلامية الحديثة تميل أكثر إلى الدقة ودراسة وسيلة واحدة فقط، للتقرب أكثر من الظاهرة الإعلامية وعلاقتها بمختلف الظواهر الأخرى بخاصة الاجتماعية منها.

ما يلاحظ على هذه الدراسات بصفة عامة أنها استهدفت إما دراسة العلاقة بين السمات والتفضيلات والاهتمامات في إطار خلفية الاستخدامات والإشباع، أو أنها لجأت إلى البحث في العلاقة بين سمات الجمهور وأثر وسائل الإعلام، كما أنها استعانت بالإحصاء الوصفي بالاعتماد على النسب المئوية والمتوسطات الحسابية.

ودرستنا هذه تقوم على المزوجة بين النهجين، فهي لا تقف عند أحدهما، إذ تعمل على تحديد فئات الجمهور وطبيعة كل فئة وتستمر إلى التعرف على أثر الرسالة ومن ثم علاقة كثافة مشاهدة التلفزيون بالاغتراب الاجتماعي ليتحقق الهدف بشكل أكبر بالاستعانة بكل من الاحصاء الوصفي والاستدلالي.

بالرغم مساهمة الدراسات السابقة في فهم ديناميات العملية الاجتماعية لاستقبال التلفزيون ، فإن هذا الفهم مازال محدودا على نحو مدهش¹ ومازال يتطلب إعادة القراءة والتدقيق في الخلفيات النظرية التي قامت عليها هذه الدراسات.

¹: روجرلفر ستون: التلفزيون والحياة اليومية (أنثروبولوجيا ،جمهور التلفزيون)، مرجع سابق، ص.92.

ما يجب التأكيد عليه عند مقارنة الجمهور هو ضرورة التخلي عن الأحكام المسبقة النمطية والجاهزة والتعامل بحذر شديد مع العناصر التي يقترحها الجمهور عن موقفه وردود أفعاله وتفسيراته من أجل الفهم المنهجي الدقيق¹.

تحاول هذه الدراسة تجاوز التعارض القائم بين مقاربات الجمهور الفرنسية والأنجلوساكسونية، فهي تتوسطها جميعا، لا تغالي في التركيز على العوامل الاجتماعية كما تفعل المدرسة النقدية، ولا تحثي بنشاط المتلقي كما يفعل الاتجاه الأمبريقي، كما أنها لا تجهد في البحث عن الاستخدامات المفصلة والمملة للتلفزيون وحياة المتلقين اليومية*.

لكي ندفع بالبحث العلمي قدما فإنه من الضروري أن ندخل في الموضوع وأن نتحصن ببعض المعارف، ونحدد ما نجهله، ونختار ما نود البحث فيه... فالمنهج العلمي لا يعوض هذه المعارف، وهذه القرارات... ولكنه يسمح بتنظيمها وضبطها وإثرائها، لأن المنهج يكون ولا يعطي معلومات، يكون ولا يعلم². والفصول القادمة تقدم بعض القواعد النظرية لدراسة التلفزيون وتفسير سلوك الجمهور، كما تقدم بين الحين والآخر نتائج الدراسة الإمبريقية التي أجريت.

¹: مخلوف بوكروح: التلقي في الثقافة و الإعلام، مرجع سابق، ص.141.

*: مثل دراسة نصير بوعلي.

²: أ.لارامي، ب.فالي: البحث في الاتصال(عناصر منهجية)، مرجع سابق، ص.14.

الفصل الأول : في توصيف التلفزيون

1-1- نظرة تاريخية عن التلفزيون

1-1-1- البث التلفزيوني

1-1-2- القنوات الفضائية العربية

1-1-3- التلفزيون والقنوات الفضائية بالجزائر

2-1- خصائص التلفزيون

1-2-1- التلفزيون وسيلة اتصال بصرية-درامية الكترونية

1-2-2- التلفزيون وسيلة اتصال جماهيرية- منزلية

1-2-3- التلفزيون وسيلة عالمية صانعة للثقافة

1-1-1- البث التلفزيوني:

يعرف التلفزيون على أنه وسيلة نقل الصوت والصورة في وقت واحد، بطريق الدفع الكهربائي. والمصطلح مكون من مقطعين *télé-vision* ومعناها الرؤية عن بعد. يعتبر التلفزيون أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجمهور، يتم من خلالها نقل وبث البرامج والأخبار والمسلسلات والأفلام، تديره مؤسسة قد تكون حكومية أو خاصة*، يتوجه إلى جمهور محدد جغرافياً أو إلى جماهير مختلفة في العالم¹، يتميز بقدرته على جذب انتباه الناس وتركيز اهتماماتهم على أشياء معينة .

لم يكن ظهور التلفزيون على ما هو عليه الآن هكذا، بشكل مباشر، بل كان تدريجياً حيث تضافرت جهود كبيرة وعوامل كثيرة وفرت له جميع متطلباته وقد حظي التلفزيون بتطورات تكنولوجية وافرة مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى كالراديو والصحف.

ترجع أولى التجارب لإرسال الصور عن بعد انطلاقاً من الصور الثابتة في منتصف القرن. وكان المخترعون " جون لوجي برد John Logie Baird " في بريطانيا،

*: تثار إشكالية المصطلحات و دلالاتها دائماً في الكتابات العربية، لأننا نتعامل مع مصطلحات وافدة فنكثر عمليات الترجمة- فهل نقول قناة عمومية أم عامة ؟ قناة خاصة أم متخصصة ؟ القناة العمومية هي تلك التي تعود ملكيتها للدولة *service public* أما العامة أو *générale* باللغة الفرنسية فهي عكس المتخصصة . *spécialisé*، وليس الخاصة *privé*، وتعني الأولى المتخصصة أنها خاصة بموضوع ما، تستهدف فئة محددة من الجمهور - عكس القناة العامة التي تشمل جميع المواضيع، لذلك أحياناً تعرف بالقناة الجامعة أو الشمولية، أما الثانية الخاصة، فهي عكس العمومية التي تعني أن ملكيتها للخواص.

للاطلاع أكثر: العياري المنصف، عبد الكافي محمد، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006.

¹: مي عبد الله، عبد الكريم شين: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط.01، دار النهضة العربية، بيروت، 2014. ص.118

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

نظرة تاريخية عن التلفزيون

وفلاديمير ك. زوريكين Vladimir K.Zwrykin مهاجر روسي إلى الولايات المتحدة، وفيليو فارنزورث Philio Farnsworth من بين آخرين قد ادعوا جميعا أنهم اخترعوا أول تلفزيون¹.

التواريخ التالية توضح أبرز مراحل تاريخ التلفزيون²:

- 1927: ظهور التلفزيون في المخابر وتاريخ أول إرسال لبرنامج تلفزيوني على الهواء مباشرة بين ولايتي نيويورك وواشنطن .
- 1935: أول خدمة تلفزيونية في العالم بألمانيا، استخدمت خلال دورة الألعاب الأولمبية التي أقيمت في برلين عام 1936.
- 1950: بداية البث التلفزيوني المنتظم بأمريكا، ألمانيا، فرنسا، الاتحاد السوفييتي، ثم إيطاليا عام 1952.

من ثم ظهرت الشاشة الملونة بأمريكا، وتعددت القنوات التلفزيونية بينما لم تتعد في بلدان أوروبا قناتين حتى بداية الستينات وتضاعف عدد امتلاك أجهزة التلفزيون في هذه الفترة ليصل إلى 10 مليون جهاز داخل 34 دولة ولعل ما زاد في جاذبيته هو استخدامه للألوان.

أما تعميم اقتنائه منزليا على مستوى العالم فقد كان يواجه صعوبات عديدة من الميادين خاصة دول العالم الثالث التي تعتبر متأخرة في اقتنائها لهذا الجهاز مقارنة بالدول المتقدمة.

¹: فرانك كيلش: ثورة الإنفوميديا (الوسائط المعلوماتية و كيف تغير عالما و حياتك)، تر. حسام الدين زكريا، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للتربية و التعليم و الثقافة، الكويت، 2000. ص.125.

²: للاطلاع أكثر:

رضوان بلخيري: مدخل إل الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، ط.01، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص.ص.114-115.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

نظرة تاريخية عن التلفزيون

كان الإرسال التلفزيوني في بداياته الأولى أرضيا فقط يتم من خلال قناة إرسال متواجدة بمحطة التلفزيون إلى جهاز التلفزيون المنزلي مباشرة، داخل نطاق البلد الواحد فقط، ومن الممكن أن يكون هناك محطات تقوية أرضية خاصة بالمناطق ذات التضاريس العالية، كما تتم عملية استقبال هذا الإرسال عن طريق الجهاز المركب فوق أسطح البيوت الذي يغذي التلفزيون بالإشارة التي يتم استقبالها.

غير أن التقدم التكنولوجي أتاح إمكانية البث التلفزيوني العابر للقارات من خلال الأقمار الصناعية، وهو ما يعرف بالبث الفضائي المباشر.

يعرف القمر الصناعي على أنه محطة مصغرة ترسل بواسطة صاروخ إلى ارتفاع يبلغ حوالي 36.000 كلم فوق خط الاستواء ويتحرك في مدار ثابت حول الأرض بنفس سرعة دوران الأرض وتستمد طاقة تشغيلها من الشمس في معظم الأوقات وعند غياب الشمس تستمد طاقة تشغيلها من بطاريات تشحن من أشعة الشمس¹. تستخدم للأغراض العسكرية والتجسس والاتصالات التنبؤ بالأحوال الجوية وغيرها، يحتوى القمر الصناعي على نظام استقبال وآخر للإرسال.

ترجع البدايات الأولى للتفكير في استخدام الأقمار الصناعية في مجال الاتصال إلى البريطاني "أرثر كلارك" غداة الحرب العالمية الثانية 1945، من خلال مقالة نشرها بمجلة Witeless World، أين وضع الخطوط العريضة لكيفية الاتصال عبر الفضاء، وكان الاتحاد السوفييتي سابقا أول من أطلق القمر الصناعي sputnik1 في 04 أكتوبر 1957، كان يدور 16 مرة باليوم، واستمر حينها نقل وإرسال البث التلفزيوني ساعة

¹: رضوان بلخيري : مدخل إل الإعلام الجديد(المفاهيم والوسائل والتطبيقات) ، مرجع سابق، ص.124.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

نظرة تاريخية عن التلفزيون

واحدة¹.

ثم أطلقت الولايات المتحدة الأمريكية قمرها الصناعي الكاشف عام 1958²، وتوالت عملية إطلاق الأقمار الصناعية متعددة الاستخدامات (التطبيقات العسكرية، التنبؤ الحيوي، البث التلفزيوني وغيرها).

توالت الدول بإطلاق أقمارها الصناعية أما بالنسبة للدول النامية ففي عام 1976 أطلقت أندونيسيا القمر الصناعي "بالابا" وبذلك أصبحت أول الدول النامية التي تمتلك قمرا صناعيا يستخدم في مجال الاتصالات على المستوى المحلي³، كما اشتركت بعض الدول العربية في ارسال قمر صناعي للتعاون الإعلامي (عربسات 1) 1980، كما أطلقت مصر قمرا صناعيا سنة 1998 ليشارك العديد من الدول الأخرى التي اهتمت باستخدام الأقمار الصناعية في مختلف المجالات⁴.

حسب تقديرات الخبراء، هناك ما يزيد عن 25 قمرا صناعيا خاصا بالبث التلفزيوني المباشر تسبح في الفضاء المفتوح⁵، فالأقمار الصناعية تسمح لمحطات التلفزيون بالبث الفضائي المباشر لبرامجها، التي يستقبلها الأفراد في منازلهم من خلال أطباق الاستقبال الهوائية وجهاز الاستقبال بالإضافة إلى جهاز التلفزيون.

¹: حسن عماد مكايي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط.01، الدار اللبنانية المصرية، القاهرة، ص.ص.99-100.

²: رضوان بلخيري : مدخل إل الإعلام الجديد(المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، مرجع سابق، ص.124.

³: المرجع نفسه، ص.125.

⁴: محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناني: تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديث (الاستخدام والتأثير)، ط.01، كنوز الحكمة، الجزائر، 2001. ص.19.

⁵: نصير بوعلي: الإعلام والبعد الحضاري (دراسات في الإعلام والقيم)، ط.01، دار الفجر، الجزائر، 2007، ص.118.

حيث يتم الإرسال التلفزيوني الفضائي من محطة الإرسال الأرضية الموجودة في محطة البث الفضائي الخاص بالبلد وذلك عن طريق استخدام هوائي طبقي ذو قطر كبير، ومنه إلى محطة الاستقبال الموجودة في القمر الصناعي، ثم يعاد بث الإشارة من القمر الصناعي إلى محطات الاستقبال الموجودة في أماكن مختلفة ضمن نطاق تغطية القمر الصناعي، من خلال ترددات تقاس بالجيجا هرتز وهي أعلى من التردد المستخدم في البث الأرضي، فهو يعمل بطريقة لا سلكية لتصل البرامج التلفزيونية للمستقبل، ويتم البث سواء للإرسال الأرضي أو الفضائي عن طريق موجات كموجات الراديو.

عموماً، يتكون نظام البث الفضائي المباشر للمنازل من خمسة عناصر¹: مركز البرامج، مركز الإرسال، قمر البث، طبق الاستقبال "الدش" وجهاز الاستقبال.

يتمثل مركز البرامج في الاستوديوهات أين تصور البرامج وتصنع وتعد للبث، أما مركز الإرسال فهو محور النظام، ويستقبل البرامج في صورة موجات رقمية ثم يرسلها إلى القمر الصناعي في مداره حول الأرض، ويستقبل القمر الاصطناعي موجات البث من محطة الإرسال الأرضية ثم يعيد بثها مرة أخرى.

أما طبق الإرسال الدش يستقبل الموجات من قمر البث أو من عدة أقمار بث ثم يوجهها إلى جهاز الاستقبال "الريسيفر" الذي يعالج الموجات ثم يعرضها على جهاز التلفزيون. طبق الاستقبال الدش عبارة عن نوع خاص من الهوائيات تم تصميمه ليستقبل نوعاً معيناً من البث وهذا الطبق يمكنه فقط استقبال الإرسال ولا يمكنه البث.

أما جهاز الاستقبال الريسيفر فله أربع وظائف أساسية: إعادة تكوين البث المشفر، فك شفرة الإرسال، تحويل الموجات الرقمية إلى موجات عادية ليتمكن التلفزيون العادي

¹: رضوان بلخيري : مدخل إل الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، مرجع سابق، ص.ص. 127-128.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

نظرة تاريخية عن التلفزيون

من عرضها، فصل القنوات المتصلة مع بعضها البعض في نفس حزمة البث وترسل إلى جهاز التلفزيون فقط موجات القناة التي يستقبلها.

منذ عام 1995 تضاعف عدد ساعات البث أربع مرات وخلال بضعة عقود من خلال تطوير منطق السوق، انتقلنا من تلفزيون الندرة إلى تلفزيون الوفرة ومن تلفزيون العرض إلى تلفزيون الطلب¹.

يمكن تبرير تكاثر عدد القنوات المتخصصة في العالم بالرغبة في التميز والتفرد وشد انتباه شريحة معينة من الجمهور تكون وفية ودائمة الوفاء لبرامجها².

لا يمكن أن نخفل عاملاً آخرًا ساهم في ظهور القنوات المتخصصة وهو تراكم المخزون السمعي البصري، وإن كان هذا العامل غير حاسم في ظهور القنوات المتخصصة، فإنه سندا لبقية العوامل الأخرى المتمثلة في تطور الإعلام، تطور المجتمع، والثورة التكنولوجية³.

¹:جيل لبيوفينسكس، جان سيرو: شاشة العلم (ثقافة وسائل الإعلام و سينما في عصر الحداثة الفائقة)، ط.01، تر.

راوية صادق، المركز الوطني للترجمة، القاهرة، 2012، ص.222.

²:المنصف العياري، محمد عبد الكافي: القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، مرجع سابق، ص.07.

³: المرجع نفسه، ص.14.

1-1-2- القنوات الفضائية العربية*:

يمكن ترتيب إنشاء القنوات الفضائية على النحو التالي: في الكويت، الإمارات، مصر، ثم لبنان والسودان والمغرب وسوريا وتونس، ليبيا، موريتانيا، الأردن أما العراق فقد تأخر إطلاق فضائية بسبب منع الدولة لاستخدام الصحون اللاقطة لأسباب تتعلق بسياساتها ورغبتها في السيطرة التامة على الإعلام¹.

ومن ثم ظهرت في مختلف البلدان الأخرى، يحق اليوم لأي مشاهد عربي أن ينتقل بكل حرية من برنامج به ضيف عربي معارض وآخر يلعن أمريكا والأنظمة العربية على قناة الجزيرة أو المستقلة، ثم يمر إلى متابعة فيلم أمريكي عنيف وخليع على قناة MBC2 أو قناة المستقبل لينتهي سهرته بدرس قرآني من قناة اقرأ أو المجد².

يمكن القول أن الرأسمال الرمزي* في المنطقة العربية عامة حاضر بشكل بارز في الحقل الإعلامي على أكثر من مستوى³:

- الفضائيات الترفيهية

- الفضائيات الإخبارية شبه المستقلة

* احتلت القنوات العربية المركز الاول ضمن قائمة نوعية القنوات المشاهدة من قبل عينة الدراسة، انظر الجدول رقم (15)، ص.90.

¹: رضوان بلخيري: مدخل إل الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، مرجع سابق، ص.129.

²: جمال الزرن: تدويل الإعلام العربي (الوعاء و وعي الهوية)، ط.01، صفحات للدراسات والنشر، دمشق، 2011، ص.211.

** يستخدم عزي عبد الرحمن هذا المصطلح متأثراً ببير بورديو، والذي يعني به بشكل عام وسائل الاتصال الجماهيرية، التي تتضمن رأسمال مادي، بمعنى رؤوس الأموال تبعا للبنية الاقتصادية للإعلام، ورأسمال رمزي على اعتبار أنها بنية فوقية تقترب أو تبتعد عن الواقع المعاش ثقافيا، اجتماعيا وتاريخيا .

³: عزي عبد الرحمن: الإعلام و تفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية (قراءة في الرواسب الثقافية)، مرجع سابق، ص.ص. 155-156.

- المحطات التلفزيونية الأرضية الحكومية.

يبدو هذا المشهد تنوعا في الظاهر، إلا أنه يعكس خطابا تتوزع فيه الأدوار حسب الهدف والفئة المستهدفة، فالفضائيات الترفيهية من نوع واحد وإن تعدد أسماء القنوات، وخطابها يؤدي أدوارا اجتماعية غير وظيفية ومنها تحييد القيمة وإزالة صفة الممنوعات الثقافية وعدم إنكار المنكر حتى لا يظل منكرا إلى مهمة الإلهاء، يضاف إلى ذلك أن إضفاء الطابع الدرامي على القضايا الجدلية قد يضعف هيبتها ويحولها إلى وضعية ترفيهية على النحو الملاحظ في عدد من البرامج المسماة بالساخنة.¹

فالملاحظ أن أغلبية القنوات العربية تعتمد إلى استيراد منتجات إعلامية غربية وبخاصة الأمريكية منها، من مسلسلات وأفلام وبرامج الواقع وغيرها من البرامج وترجمتها إلى اللغة العربية المكتوبة أسفل الشاشة، كما غزت اليوم الشاشات العربية الدراما التركية والهندية والكورية وحتى الصينية.

أما ما تنتجه التلفزيونات العربية فهي مجرد اقتباسات من برامج أجنبية، إما اقتباسا كليا، أو جزئيا مع إضفاء بعضا من الطابع الشرقي.

عموما يمكن القول أن الوصف المرفولوجي لحالة البث الفضائي العربي يتلخص في النقاط التالية:²

- سيطرة القطاع الخاص والهيئات غير الحكومية على الفضاء السمعي بصري العربي.

¹: المرجع نفسه، ص. 156.

²: محمد شطاح: فضاءات الشباب في الفضائيات العربية في عصر الوسائط الجديدة للاتصال (مقاربة نقدية)، أشغال ملتقى الشباب والاتصال والميديا، 14-15-16 أبريل 2010، معهد الصحافة وعلوم الإخبار - مؤسسة مونراد أديناور تونس، ص 111.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

نظرة تاريخية عن التلفزيون

- سيطرة التسلية والترفيه على وظيفة البث الفضائي العربي.
 - تنامي ظاهرة الاحتكارات والمجموعات الإعلامية العربية.
 - التوسع في البنية التحتية للبث من خلال الأقمار الصناعية وتكنولوجيات البث الحديثة.
 - نقص التشريعات القانونية المنظمة للظاهرة.
 - غياب استراتيجية وسياسة موحدة في مجال البث الفضائي.
- أما بخصوص تعداد القنوات العربية، يواجه دارس القنوات التلفزيونية العربية صعوبة في حصر عددها، فالمصادر العربية، على شحها، تقدم أرقامًا متباينة ومتضاربة، وكلما اقتنعنا بتقديرات هذا المصدر أو ذاك لدقته ومصداقيته، يفاجئنا الواقع بميلاد عشرات القنوات التلفزيونية العربية الجديدة التي دخلت حيز البث أو ما زالت قيد التجربة، أو توقفت عن البث بشكل نهائي أو مؤقت¹.

¹ : نصر الدين العياضي: البرمجة التلفزيونية في القنوات العربية (دراسة تحليلية للأسس والدلالات)، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، ع.05، جامعة سكيكدة، الجزائر، 2010، ص.364.

1-1-3- التلفزيون والقنوات الفضائية بالجزائر

عرفت الجزائر التلفزيون سنة 1956¹ وعرف انتشارا ابتداء من سنة 1968 عندما أنشأت دار الإذاعة والتلفزيون بقسنطينة وبعد ذلك انتشرت في عدة محطات كشمال البلاد سنة 1970 وفي سنة 1972 أنشأت محطة بسوق أهراس وأخرى بمغنية سنة 1974، أنشأت محطة ثالثة سنة 1975 بمدينة مشرية، حيث أصبح سنة 1976 حوالي 95 بالمائة من التراب الجزائري يشاهدون التلفزيون²، من خلال الاستقبال الأرضي فقط للقناة الجزائرية الأولى، عدا بعض القنوات الإسبانية ذات الترددات العالية التي كان بالإمكان استقبالها خصوصا لدى السكان القريبين من البحر.

دخلت الجزائر ميدان البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر منذ منتصف الثمانينات، جراء إطلاق فرنسا لقمريها الصناعي الأول TDF1 في أكتوبر 1985³، وامتدت مساحة بث هذا القمر من إسبانيا والبرتغال غربا إلى مجتمعات أوروبا الشرقية ومن الدول الإسكندنافية شمالا إلى مجتمعات المغرب العربي جنوبا، وقد كان رياض الفتح بالجزائر العاصمة السباق لهذا النوع من الاتصال التلفزيوني، حيث جهز بهوائي مقعر كبير مكنه من التقاط أربعة قنوات تلفزيونية أجنبية وهي: راي RAI الإيطالية، ميوزيك بوكس Music Box الألمانية، وtv5 الفرنسية و قناة أوروبا⁴ EUROPA

¹: مي عبد الله، عبد الكريم شين: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص.120.
²: زهير إحدادن: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص.108.
³: نصير بوعلي: التلفزيون الفضائي و أثره على الشباب في الجزائر (دراسة ميدانية) دار الهدى، الجزائر، 2005، ص.81.
⁴: نصير بوعلي: الإعلام والبعد الحضاري (دراسات في الإعلام والقيم)، عن:

Lotfi Meherzi: **les images spéciales un défi pour le Maghreb**, revue algérienne de communication, INSIC, université d'Alger.02, Mars, 1988, p.39.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

نظرة تاريخية عن التلفزيون

قامت الجزائر باستيراد 33000000 هوائي مقعر، انتشرت فقط في أوساط الطبقات الاجتماعية من طرف ذوي الدخل العالي كالتجار الكبار أصحاب المناصب العالية¹. حيث كانت لوازم استقبال الفضائيات غالية جدا حتى في فرنسا، حيث بلغ ثمن الهوائي المقعر في فرنسا سنة 1985 حوالي 15000 فرنك فرنسي، ما يعادل 21 مليون سنتيم جزائري- آنذاك -بالإضافة إلى تكاليف الجمركة والنقل².

تشكلت لجنة بشأن دراسة استيراد الهوائيات المقعرة وخرجت بقرار تنظيم عملية الاستيراد وضبطها ثم حلت. في سنة 1987 صدر قرار بمنع استيراد الهوائيات المقعرة، ليصدر قرارا آخر سنة 1988 ألغى القرار الأول وبالتالي لا يوجد أي قانون يمنع دخولها إلى الجزائر، ومنذ ذلك الوقت اتسعت شبكة الاستيراد، حيث تم إدخال حوالي 600 هوائي بين سنتي 1989-1990 إلى البلاد، وازداد هذا العدد إلى أن بلغ حجم امتلاك الهوائيات إلى نصف سكان الجزائر أي ما يعادل 13 مليون³. ما يلاحظ في الفترة الأخيرة إقبالا واسعا على الهوائيات المقعرة، في ظل تنافس الشركات المصنعة، تأتي الجزائر في مقدمة بلدان العالم الثالث من حيث اقتناء الهوائيات وتعتبر سوقا حقيقية لترويج هذه المعدات⁴، وأصبح استقبال القنوات الفضائية لا يتوقف على المستوى الاقتصادي للأسرة .

أما عن القنوات التلفزيونية الفضائية الجزائرية، فترجع فكرة إنشائها إلى الثامن والتاسع من ديسمبر لسنة 1997، أين عقدت ندوة وطنية برياض الفتح، وخرجت بعدة توصيات أهمها ضرورة إنشاء قنوات تلفزيونية جديدة على غرار الدول العربية الأخرى،

¹: رضوان بلخيري: مدخل إلى الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، مرجع سابق، ص.129.

²: نصير بوعلي : التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر(دراسة ميدانية)، مرجع سابق، ص.82.

³: رضوان بلخيري: مدخل إلى الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، مرجع سابق، ص.130.

⁴: نصير بوعلي: الإعلام والبعد الحضاري (دراسات في الإعلام والقيم)، مرجع سابق، ص.127.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

نظرة تاريخية عن التلفزيون

بهدف مواكبة العصر من جهة، وتنويع البرامج وتكثيفها بما يخدم المشاهد الجزائري، الأمر الذي تعجز عنه قناة تلفزيونية أرضية واحدة.

كنتيجة لذلك، أنشأت قناة تلفزيونية ثانية Canal Algérie سنة 1998 موجهة بصفة خاصة للجزائريين المغتربين بأوروبا، وتلتها بعد ثلاث سنوات قناة الثالثة A3 والموجهة إلى الجزائريين والوطن العربي ككل. الملاحظ على هاتين القنوات أنهما مكملتين للقناة الأرضية الأم وليس متنافستين معها، من منطلق أن التنافس أو التوازي بين مؤسستين عموميتين أمر غير منطقي من حيث الطبيعة والفلسفة التي تحكم الخدمة العمومية، وثانياً لأن التنافس أو التوازي قد يؤدي إلى مزايدات تنعكس سلباً على البرامج وبالتالي على المشاهد نفسه، وعليه فإن اختيار التكامل بين القنوات الثلاث سيسمح - على ما يبدو - بنوع من التخصص الذي يلبي رغبة الجمهور في مجموعه¹. كما تم إطلاق قناة رابعة ناطقة باللغة الأمازيغية، وقناة خامسة متخصصة تعرف بقناة القرآن الكريم. أصبحت الآن كل هذه القنوات تبث فضائياً عبر الساتل*، وهي كلها عمومية تابعة للدولة**.

¹: المرجع نفسه، ص.131.

*: برزت عدة مصطلحات للتدليل على نوعية البث، حيث يتم التمييز بين القنوات الأرضية -الأرضية، الأرضية- الفضائية والفضائية- الفضائية.

** : فبالرغم من القرار السياسي الرئاسي بفتح القطاع السمعي البصري للخواص، متمثلاً في قانون الإعلام العضوي 05-12 والذي ينص في مادته الثانية على إمكانية فتح مؤسسات إعلامية سمعية بصرية من قبل الخواص، وبالرغم من صدور قانون السمعي بصري 04-14 والذي يبين كيفية إنشاء قنوات إعلامية، مازالت الدولة تحتكر هذا القطاع، بحجة عدم تعيين أعضاء سلطة ضبط السمعي البصري، تلك الهيئة الإدارية المستقلة التي تعمل على منح التراخيص للخواص بإنشاء مؤسساتهم الإعلامية. أما ما يوجد من قنوات أصبحت توصف بالجزائرية، فقانونياً هي "أجنبية"، لأن بثها من الخارج، وتحتكم لقوانين البلدان التي تبث منها، وإن كان مضمونها ورأس مالها جزائرياً، وحتى القائمون على تسييرها، وقد منحت لبعضها تراخيص بفتح مكاتب بالجزائر.

1-2-1- التلفزيون وسيلة اتصال بصرية إلكترونية :

ينتج التلفزيون صوراً وأصواتاً إلكترونية، سواء كانت حية، أو مسجلة بعد زمن يجري بثها، إن منهج تصوير ووصف الصورة الإلكترونية التلفزيونية مثل الصورة الفوتوغرافية تقوم على تجسيد الواقع المادي - الطبيعي الفيزيائي - المصور وتشكل أشعة الشمس المنعكسة من الأشياء والأشخاص التي توجه إليها عين الكاميرا الأساس الذي تقوم عليه، يسمى هذا الجانب من الصورة التلفزيونية الخاصة "الإشارية" Indexicality التي تربطها بالصورة الفوتوغرافية وتميزها في الوقت ذاته عن أساليب التصوير كالرسم مثلاً، أين لا يوجد ذلك الارتباط بين المصور والمصور.

إن مقدرة التلفزيون على إنتاج صورة متحركة حية مباشرة أم مسجلة هي أهم سمة تعريفية له كوسيلة - في مرحلة مبكرة سمي التلفزيون الإذاعة المصورة. إن أحد أهم النتائج التي تترتب على هذه الحقيقة، هي مقدرة التلفزيون على إعطاء المشاهدين إحساساً بالمراقب المستقل الشاهد " انظر بنفسك" وهما نموذج من الارتباط الاتصالي، ونقطة رئيسية نسبياً بين التلفزيون وجمهوره، ونظراً لمقدرة التلفزيون على أن يقدم الحدث الحقيقي الواقعي وعلى أن يقدم أيضاً الحدث الإنساني الحقيقي عبر سلسلة دقيقة ومحكمة من اللقطات الفنية المتتابعة التي تصور الأجساد والوجوه والأحداث الجارية فإن الشخصية الدرامية العامة للتلفزيون قد تطورت فيما يتعلق بكل من التصوير القصصي وبالمدى المتزايد اتساعاً للتصوير غير القصصي¹.

زاد الاعتقاد بأن التلفزيون هو القناة المباشرة لتقديم الأشياء كما هي بالفعل في الواقع، يتضمن هذا الاعتقاد الخاص فكرة أن كلمة "تلفزيون" يجب أن تفهم حرفياً، أي أن تشير إلى حقيقة أن التلفزيون امتداداً وتوسعاً لرؤيتنا - الوضع الإدراكي الحسي - كما هو

¹: جون كورنر: التلفزيون و المجتمع (الخصائص، التأثير، النوعية، الإعلانات)، مرجع سابق، ص.08.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

مشهور عن التصوير الفوتوغرافي : "الكاميرا لا تستطيع أن تكذب"، مقولة شائعة تزود الصورة التلفزيونية بطابع إثباتي برهاني قوي، بالرغم من الريبة التي تكتنفها حالياً.

استخدم الكندي مارشال ماكلوهان Marshall McLuhan منهجا خاصا في تصنيف وسائل الإعلام على اعتبار أنها باردة وساخنة، التلفزيون يصنف كوسيلة باردة. فالوسيلة الباردة وفق ماكلوهان تكون عالية الوضوح، مليئة بالبيانات الأمر الذي يؤدي إلى انخفاض نسبة مشاركة الجمهور، على العكس من الوسائل الساخنة، منخفضة الوضوح، لديها القليل من البيانات، تتمتع بمشاركة كبيرة من قبل جمهورها¹. كما له قوله المأثور الوسيلة هي الرسالة the medium is the message بمعنى أن الوسيلة هي الرسالة، فالوسيلة أكثر أهمية من الرسالة.

إن نظرية ماكلوهان بأن الوسيلة أساسية في عملية الاتصال نظرية غير مقبولة عموماً، بيد أن نظرياته حول وسائل الإعلام الساخنة والباردة جديدة بالنظر إليها². فنحن لا نشاهد هذا العملاق الخجول le grand timide - على حد تعبير ماكلوهان - في حد ذاته، فالتلفزيون يحمل نوعاً من النصوص التي يجذب إليها المشاهدين، لدوافع محددة.

¹:voir :Marchal McLuhan :**Pour comprendre les médias**, trad. Jean Paré, Mama/Seuil, France.1967.

²:آرثر آسا بيرغر: وسائل الإعلام والمجتمع (وجهة نظر نقدية)، تر. صالح خليل أبو إصبع، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2012، ص.39.

1-2-2- التلفزيون وسيلة اتصال جماهيرية منزلية :

أ- مفهوم الجمهور:

تشكلت الجماهير Audiences كتجمعات ذات سمات متشابهة، وكحشود MASSES وكجماعات عامة جماهيرية واجتماعية، وكأسواق وقد بذلت جهود ضخمة لأسباب أكاديمية وتجارية لإنتاج نماذج للجمهور، كما بذلت جهود ضخمة في أعمال أولئك الذين اتبعوا نظرية الاستخدامات والإشباع، لتخضع للأبعاد الاجتماعية والاجتماعية-النفسية لاستخدام وسائل الإعلام الجماهيري.

إن مفهوم جمهور وسائل الإعلام الذي يعيننا في هذا المقام لا زال أصله التاريخي يلعب دورا أساسيا في الدلالات المختلفة والاستعمالات المتعددة لمصطلح audience¹.

يجدر الإشارة هنا إلى أن مصطلح جمهور audience يختلف دلالاته في اللغة الفرنسية والإنجليزية، فالإنجليز يقدون بهذا المصطلح الجمهور بشكل عام، وتشمل بحوث الجمهور عندهم audience research جميع الدراسات التي تسعى لمعرفة أفضل للجمهور، سواء اهتمت بمصدر الإرسال أو المستقبل، استخدمت منهج المسوحات وسبر الآراء أو لم تستخدمها، اهتمت بالجانب الإحصائي أو بجوانب أخرى من السلوكيات كأنماط الحياة والممارسات الثقافية. أما في فرنسا فالجمهور audience مرادف للمشاهدين أو المستمعين، عدد الأشخاص الذين يكونون اتصال بوسيلة إعلامية ما، يتعرضون لوسيط معين، ودراسة جمهور التلفزيون على سبيل المثال هو تحديد عدد الأشخاص الذين يشاهدون برنامجا ما، على قناة ما، في زمن ما أو ساعة ما، الجمهور هو بالتالي وحدة الإحصاء بنيت من قبل متخصصين من أجل قياس التجاوب مع

¹: علي قسايسية: جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها، مرجع سابق، ص.19.

خصائص التلفزيون

العرض وحساب حصته في السوق¹، لذلك فالشائع في الأدبيات الفرنسية استخدام مصطلح public.

يتضمن اعتبار التلفزيون وسيلة اتصال جماهيرية طريقة لتصنيف إنتاجه وتوزيع هذا الإنتاج ولاستقباله، لكن ثمة اعتراضان يمكن أن يبرزوا في هذا الصدد²:
الاعتراض الأول هو أن هذا من شأنه أن يتضمن ويشتمل على تصنيف غير مقبول للجمهور Audience ككتلة وكحشد Mass، وهو اصطلاح فيه قدر كبير من التنازل وانخفاض المستوى ثقافيا بالإضافة إلى أنه مريب وملتبس اجتماعيا، وقد أشار راييموند وليامز Raymond Williams إلى أنه ليس ثمة في الحقيقة جماهير Masses بل هناك فقط طرق لرؤية الناس كجماهير، وعارض استخدام هذا المصطلح واعتبره عائقا في وجه أي فهم واضح للمستوى الشخصي الفردي المميز للعمليات الاتصالية العامة، كما اعتقد أن هذا استخدام هذا المصطلح من شأنه أن يخلد ويديم النظرة إلى الجماهير الشعبية وإلى جماهير القراء كـ "قطعان" متجانسة تعيش في عالم ثقافي واجتماعي مختلف وأدنى من ذلك العالم الذي يعيش فيه الباحث أو الناقد .

أما الاعتراض الثاني على استخدام مصطلح جماهير فيمكن وضعه على النحو التالي: برزت في منتصف التسعينات ظاهرة التركيز على المجالات الصغيرة والمتوسطة والمحلية واستخدام الأساليب الأكثر تقطيعا وتجزئيا لإيصال البث التلفزيوني إلى المشاهدين، وقد جعلت هذه الظاهرة مفهوم الجماهير يبدو متخلفا وبشرت بالعودة إلى تلك الأيام التي سيطرت فيها أنظمة التلفزيون الوطني ذي الاختيار المحدود، ولا شك أن تطور وسائل الإرسال الموجهة إلى مجالات محددة سوف يغير من طبيعة التلفزيون كمؤسسة

¹: Remy Rieffel: **sociologie des médias**, Op.cit. p.151.

²:جون كورنر: **التلفزيون والمجتمع** (الخصائص، التأثير، النوعية، الإعلانات)، تر. أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1999، ص. ص. 10-11.

خصائص التلفزيون

اجتماعية، في مقابل ذلك لا بد من الإشارة أيضا إلى حقيقة استمرار هيمنة نتاج الشركات الضخمة وشبكات التوزيع العملاقة التي تؤكد حدوث تبدل جذري باتجاه مستوى جديد من العمليات التي تقوم على أساس أنظمة الأرقام الصناعية غير أن مقياس الإنتاج والتوزيع والاستقبال لمعظم النتاج التلفزيوني وكذا شكل تنظيمه الاقتصادي، أمور ما زالت تبرر استخدام مصطلح "جمهور" وأن هذا الاستخدام يستطيع أن يحصن ضد الانزلاق نحو الأفكار الخاطئة والمشوهة المتعلقة بـ " الجماهير " .

ولو أخذنا بعين الاعتبار أن الجمهور يحتل مكانة اجتماعية مهمة بشكل واضح، فإنه من المدهش تماما أن عددا غير معروف على وجه التحديد من العلماء اضطروا إلى أن يعرفوا الجمهور كآلاتي¹:

- أصبح الجمهور حقيقة جوهرية في المشهد الاجتماعي ومع ذلك فإن أقصى درجات الفهم تجعلنا نقول ما هو الجمهور بالضبط؟ .

- الجمهور هو مكان لا يمكنك السير فيه، وهو مجموعة هائلة من الناس لم يقابل بعضهم بعضا أبدا، إن المكان والناس صورة مألوفة، لكن على الرغم من أنك تعرفهم فإنك لم ترهم ولن تراهم، رغم أنك واحد منهم.

- وصف الجمهور ذو السيادة بأنه طيف للخيال الاجتماعي (لييمان)، هو فكرة أو فرضية (شليجل)، هو اللاشيء الهائل (كير كيجارد)، وهو صورة شبحية دائما ما تبت حضورها من خلال وكلاء مختلفين².

بالرغم من أن جمهور التلفزيون يومي، مؤقت، سريع الزوال Ephemeral وجزئي مجزأ Partial في آن، بفضل كل من تعاطفه واهتمامه وكذلك بسبب تشظيه وتشتته³،

¹: غوستاف لو بون: سيكولوجية الجماهير، ط.01، تر. هاشم صالح، دار الساقى، بيروت، 1991، ص.17.

²: المرجع نفسه، ص.18.

³: روجريفر ستون: التلفزيون والحياة اليومية (أنثروبولوجيا جمهور التلفزيون)، مرجع سابق، ص.91.

خصائص التلفزيون

تظهر ضرورة النظر إلى جمهور التلفزيون كموضوع اجتماعي وثقافي داخل الواقع المعقد للحياة اليومية، إن من شأن إعطاء هذا الطابع المفاهيمي أن يشجع النظرة إلى الجمهور كـ "محاصر" في كل من البيئة الكبرى الاقتصادية-السياسية وفي العالم الصغير للوجود المنزلي اليومي، والنظرة إلى الجمهور كجسم "متغير الخواص أو العناصر" غريب المنشأ Heterogeneous و كـ "منتشر" Diffuse، الجماهير Audiences هي محتملة-كامنة -واقعية- فعلية في آن، الجماهير هي جماهير فقط لوقت محدد، الجماهير هي سلبية وإيجابية في آن، متميزة ومميزة في آن، تتوسط علاقات الجماهير بالتلفزة ما أسماه Peter Dahlgren بالتبنيؤ الاجتماعي¹ Social Ecology.

لكن مفهوم جمهور التلفزيون في الحقيقة أكثر اتساعا يصعب حصره و وصفه والإمساك به بسهولة، ويقترح جون هارتلي John Hartley عدم وجود جمهور التلفزيون، بل هو جماعة بشرية تنتمي إلى الخيال ابتكره منتجو البرامج التلفزيونية أو الباحثون.

الجمهور يجب أن يخترع، أو على الأقل يتم تخيله، وذلك قبل أن يوجه الخطاب إليه أو البحث، وهكذا تظل عملية فهم حقيقة الجمهور أمرا مستعصيا حتى على الباحثين، ومن هنا كل فرضية بحثية تبتكر جمهورها الخاص.

ب- مكانة التلفزيون لدى جمهور الطلبة :

1- درجة استخدام الوسائط الإعلامية:

هناك العديد من وسائل الإعلام المتاحة للجمهور، غير أن التلفزيون لديه مكانة خاصة في المجتمع الجزائري، والجدول التالي يبين درجة استخدام الشباب الجامعي الجزائري للوسائط الإعلامية، أين تظهر مكانة التلفزيون ضمن البيئة الإعلامية المتوفرة.

¹: المرجع نفسه ، ص.90.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

لقد حاز التلفزيون على الرتبة الأولى وهي الأعلى من بين الوسائط الإعلامية الأخرى بوسط حسابي مرتفع بلغ (2.68) من أصل (3.00)، وحاز استخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي على الرتبة الثانية بوسط حسابي مرتفع أيضاً بلغ (2.47) وهي قريبة نوعاً ما من استخدام التلفزيون، بينما حصلت الجرائد والإذاعة على أوساط حسابية متوسطة بلغت (1.80) للجرائد في الرتبة الثالثة، وبلغت (1.73) للإذاعة في الرتبة الرابعة، بينما لم يحز استخدام المجالات إلا على الرتبة الأخيرة وبوسط حسابي منخفض بلغ (1.35).

الجدول (06) درجة استخدام الوسائط الإعلامية

الدرجة	الرتبة	المتوسط الحسابي*	الوسائط
مرتفعة	1	2.68	التلفزيون
مرتفعة	2	2.47	الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي
متوسطة	3	1.80	الجرائد
متوسطة	4	1.73	الإذاعة
منخفضة	5	1.35	المجلات
متوسط		1.99	المتوسط الحسابي العام

*: المتوسط الحسابي هو ما يتم الحصول عليه بجمع جميع الدرجات على الاختبار وقسمة الناتج على عدد الحالات.

هذه النتائج قريبة جداً من المسح الإحصائي لسنة 2012 عن كيفية استخدام الوقت من قبل الجزائريين - التي سبق ذكرها-، فالتلفزيون يبقى مهيمناً على البيئة التكنولوجية - الإعلامية بالجزائر لعدة أسباب، حيث يتزايد الإقبال على التلفزيون مادام مستوى الدخل لا يسمح بالحصول على أشكال أخرى من التسلية أكثر تكلفة كالسفر وارتياح أماكن الترفيه، لذلك يبقى التلفزيون الوسيلة الترفيهية الأولى المفضلة لدى الجزائريين.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

التلفزيون بخصائصه غير وظائف الأشياء، هناك العديد من الأشياء التي فقدت وظيفتها منذ مجيء التلفزيون، هذه الوسيلة التي مست بشكل كبير ليس فقط السنيما وأيضاً المجالات العريقة¹

يتميز التلفزيون بسهولة اقتنائه في المنزل وتوفيره للجهد والوقت والمال، إن وجوده بالمنزل يحقق درجة عالية من الإشباع لدى المشاهد كما يرى الإنسان في التلفزيون جهازاً يوفر عليه المال الذي يصرفه في كل مرة يود فيها مشاهدة أحد الأفلام

2-درجة مشاهدة التلفزيون:

أما عن درجة مشاهدة أفراد عينة الدراسة للتلفزيون، فهي مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (07) درجة مشاهدة التلفزيون

الدرجة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	
		5.7	22	نادراً
		72.1	277	أحياناً
		22.1	85	دائماً
متوسطة	2.16	100.0	384	المجموع

يبين الجدول (07) أعلاه أن درجات مشاهدة التلفزيون من حيث الاعتياد* حصلت على وسط حسابي متوسط بلغ (2.16) من أصل (3.00) درجات، أما من حيث الوتيرة فقد جاءت الرتبة الأولى لوتيرة "أحياناً" بنسبة بلغت (72.1%)، وهي تعني أن المشاهدة للتلفزيون لم تكن منتظمة أو أنها جاءت انتقائية وربما جاءت بدافع الصدفة، أو أنهم

¹ :Marchal McLuhan :Pour comprendre les médias, op.cit. p.355.

*: طلب من المبحوثين الإجابة وفق عاداتهم اليومية الأكثر تكراراً في الأسبوع.

خصائص التلفزيون

يقطنون بالحي الجامعي أثناء الموسم الدراسي، لذلك فهم يشاهدون التلفزيون أيام العطل الأسبوعية وغيرها من العطل حين يرجعون إلى بيوتهم، وهذه النسبة هي التي أدت إلى رفع الوسط الحسابي إلى درجة متوسط لأن الفئات الأخرى جاءت ضعيفة كما يبين الجدول، بينما تبين أن الذين يحرصون على مشاهدة التلفزيون "دائماً" بلغت نسبتهم (22.1%)، ويفترض أن هؤلاء لديهم الوقت ولديهم الرغبة الواعية والحرص على مشاهدة التلفزيون لأسباب مختلفة سيتم تناولها في جداول أخرى، ويمكن أن يكونوا أيضاً من فئة الطلبة الذين يعودون إلى منازلهم بعد الدوام الجامعي، أما الذين يشاهدون التلفزيون "نادراً" فقد بلغت نسبتهم (5.7%) من أفراد العينة، ويفترض أن هؤلاء لا يحرصون على مشاهدة التلفزيون إلا في أوقات معينة يغلب عليها الصدفة أو الموسمية، ولديهم أيضاً دوافعهم الخاصة.

إن المختصون في التلفزيون يرفضون فكرة وجود جمهور خاص، ليس هناك إلا نوعين من الجمهور، الذين يشاهدون التلفزيون كثيراً و الذين يشاهدونه قليلاً¹ ولكل دوافعه الخاصة في المشاهدة أو العزوف عنها*.

3- عدد أجهزة التلفزيون التي توجد بالمنزل

لقد أخذ التلفزيون موقعه وغير بالضرورة البيئة التكنولوجية للمنزل، كما أشار Lynn Spigel فإن احتلال التلفزيون لهذا المكان لم يكن مباشراً وصريحاً، كما أنه لم يكن قابلاً للنقاش، التلفزيون نسبياً تكنولوجيا صريحة يخلق تمفصله المزدوج مساحة هائلة –

¹ :Brigitte Le Grignou: **Du côté du public**(usages et réceptions de la télévision), op.cit. p.15.

*: أنظر الجدول 24، ص 134.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

إذا ما قورن على سبيل المثال بالغسالة أو المكواة - لكن بالطريقة ذاتها بالنسبة للتكنولوجيات الوسيطة والإعلامية- للتنوع في استخدامه¹.

بينت الدراسة الميدانية أن (96.7%) من الأسر الجزائرية تمتلك أكثر من جهاز تلفزيون، وأن (55%) من تلك الأسر تمتلك ثلاثة أجهزة أو أكثر مما يدل أهمية جهاز التلفزيون في الحياة الاجتماعية للأسر الجزائرية.

الجدول (08) عدد أجهزة التلفزيون التي توجد بالمنزل

النسبة المئوية%	التكرار	الفقرة
7.3	28	تلفزيون واحد
37.8	145	اثنان
30.5	117	ثلاثة
24.5	94	أكثر من ثلاثة
100.0	384	المجموع

فالنسبة الأكبر من أسر أفراد عينة الدراسة من الشباب الجامعي تمتلك اثنين من أجهزة التلفزيون بنسبة بلغت (37.8%)، يليها في ذلك الفئة التي تملك ثلاثة أجهزة تلفزيونية بنسبة (30.5%)، ثم فئة الأسر التي تمتلك أكثر من ثلاثة أجهزة بنسبة بلغت (24.5%)، بينما يتبين أن الفئة التي تملك جهاز تلفزيوني واحد فقط جاءت في الترتيب الأخير بنسبة بلغت (7.3%).

¹: روجريلفر ستون: التلفزيون والحياة اليومية (أنثروبولوجيا، جمهور التلفزيون)، مرجع سابق، ص. 98.

خصائص التلفزيون

إن امتلاك أكثر من جهاز استقبال في المنزل الواحد قد يرجع لأسباب اقتصادية مرتبطة بارتفاع وتحسن دخل الأسر الجزائرية من جهة، كما يرجع إلى أن الجزائر وخاصة غرب البلاد، تتمتع بمصنع تركيب أجهزة التلفزيون بسيدي بلعباس، الأمر الذي يساهم في خفض سعر جهاز التلفزيون. فتغير الأمر من جهاز لكل بيت إلى جهاز لكل غرفة.

تناول الدكتور نصر الدين لعياضي¹ مجموعة من الآراء حول اعتبار أن تعدد أجهزة التلفزيون في البيت هو عامل زيادة المشاهدة وتنوعها، فقد اعتبر أن هذه الفكرة صحيحة جزئياً فقط، فامتلاك عدة أجهزة في نفس البيت تسمح لمختلف أفراد الأسرة بالمشاهدة الآنية لعدة برامج سواء في نهاية النهار أو أثناء بعض الأوقات المحدودة في اليوم. فمدة مشاهدة الشاشة الصغيرة في البيوت المجهزة بعدة تلفزيونات ليست مرتفعة كثيراً عن البيوت التي لا تملك سوى جهازاً تلفزيونياً واحداً، وإن كانت ملكية العديد من أجهزة التلفزيون في البيت تتنافى والطريقة القديمة المتبعة في مشاهدة الشاشة الصغيرة فإنها لا تهدد وجودها الفعلي.

كما اعتبر الذين يتوقعون تطور ظاهرة تشتت المشاهدة لدى الأسر المالكة لعدة أجهزة تلفزيونية فيمكن القول بأنها ظاهرة محدودة، لأن التلفزيون يتوجه إلى المجموعة، إلى الأسرة وليس إلى الفرد. غير أن المشاهدة بدأت تشتت بالفعل، حيث صرح الكثير المبحوثين أنهم يميلون إلى مشاهدة التلفزيون لوحدهم*.

في حالة ما إذا كانت الأسرة تمتلك أكثر من جهاز، فكيف توزع هذه الأجهزة داخل البيت، وهل يمكن للأبناء أن يمتلكوا جهازاً خاصاً بهم؟.

¹: أنظر: رضوان بلخيري: الإعلام الجديد (المفاهيم، الوسائل والتطبيقات) مرجع سابق، ص.212.

*: أنظر الجدول رقم 13، ص88.

4- توزيع أجهزة التلفزيون بالمنزل:

يبين الجدول (09) أن الأغلبية من أفراد عينة الدراسة بنسبة (61.5%) يمتلكون أجهزة تلفاز في غرفهم الخاصة، وأن النسبة الباقية (38.5%) لا يمتلكون مثل تلك الأجهزة في غرفهم الخاصة، مما يفترض معه أن تكون الأجهزة الإضافية في غرف أو صالات أخرى في المنزل كغرفة الضيوف وغرفة جلوس العائلة وربما غرف الأخوة الآخرين أو الوالدين.

الجدول (09) مدى ملكية أجهزة التلفزيون في الغرف الخاصة بالطلبة

النسبة المئوية%	التكرار	الفقرة
61.5	236	نعم
38.5	148	لا
100.0	384	المجموع

كما بينت نتائج البحث الميداني وفق الجدول (10) أن نسبة الطلبة الذين يمتلكون أجهزة تلفزيون بغرفهم الخاصة والموصولة بالمقعر الهوائي بلغت (85.6%) مقابل (14.4%) فقط ممن لا يتصلون بالأقمار الصناعية، مما يعني أنهم يعتمدون على مشاهدة القنوات الأرضية المحلية.

قد يرجع ذلك إلى متوسط الدخل العائلي الذي لا يسمح بشراء مقعر هوائي وجهاز استقبال آخرين، أو يرجع إلى خوف العائلات على أبنائهم من مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية لوحدهم.

خصائص التلفزيون

الجدول (10) ارتباط تلفزيون الطلبة الخاص بالمقعر الهوائي (الطبق اللاقط)

النسبة المئوية%	التكرار	الفقرة
85.6	202	نعم
14.4	34	لا
100.0	236	المجموع

5- أفضل أوقات مشاهدة التلفزيون:

نلاحظ أن أفضل أوقات المشاهدة لأفراد عينة الدراسة من الشباب الجامعي هي الفترة المسائية بنسبة (49.2%) من أفراد عينة الدراسة، وهي نسبة عالية تعادل نصف العينة تقريباً، هذا ما أكدته مختلف دراسات جمهور التلفزيون، أما الفترة الثانية للمشاهدة فهي الفترة غير المنتظمة (حسب الوقت المتاح) بنسبة بلغت (33.3%) من العينة وهي تعادل ثلث العينة الكلية تماماً، في حين أن المشاهدة في فترة الظهيرة حصلت على نسبة (13.8%)، بينما جاءت الفترة الصباحية على أقل نسبة مشاهدة بنسبة (3.6%).

الجدول (11) أفضل أوقات مشاهدة التلفزيون

النسبة المئوية%	التكرارات	الفترة
3.6	14	الصباحية
13.8	53	الظهيرة
49.2	189	المسائية
33.3	128	حسب الوقت المتاح
100.0	384	المجموع

خصائص التلفزيون

وهذا الأمر منطقي في ضوء أن أفراد عينة الدراسة هم من الشباب الجامعيين الذي ينطلق أغلبهم إلى جامعاتهم ومعاهدهم في الصباح الباكر، بينما يتوفر لتلك النسبة الضئيلة من عينة الدراسة مشاهدة التلفزيون صباحاً لأسباب مختلفة مثل العطل الأسبوعية أو طلبه الدراسات العليا في مراحل معينة من السنة الدراسية، أو لتغيب الطلبة عن حصص المحاضرات الصباحية واكتفائهم بخصص الأعمال الموجهة.

6- عدد ساعات مشاهدة التلفزيون:

يعتبر الوقت الذي يمضيه الفرد في مشاهدة التلفزيون زمناً إعلامياً، وهو زمن رمزي وليس حقيقي، يعيشه الإنسان بصفة رمزية. يبدو للوهلة الأولى أن تكون العلاقة بين الزمن الاجتماعي والإعلامي جدلية، أي أن الاجتماعي ينعكس جزئياً في الإعلامي، وهذا الأخير بدوره يؤثر في الاجتماعي، أما الحاصل فإن الزمن الإعلامي يحكم نفوذه وامتداده إلى جل شرائح المجتمع، بل أصبح الزمن الإعلامي موجهاً للزمن الاجتماعي.

فدخول الزمن الإعلامي كان إقحاماً، فقد طغى الزمن الإعلامي بنيويًا في المضمون على مظاهر الحياة العامة وبقي الزمن الاجتماعي يتحرك بإرباك لاختلاف وتيرته وطبيعته ومضمونه¹.

جاءت أعلى نسبة مشاهدة للتلفزيون من قبل أفراد عينة الدراسة لصالح فئة (من ساعة إلى ساعتين) بنسبة بلغت (47.9%) وهي الرتبة الأولى من بين أربع رتب، والرتبة الثانية لصالح فئة المشاهدة (من ثلاث إلى خمس ساعات)، بنسبة (28.4%)، في حين جاءت الرتبة الثالثة لفئة المشاهدة (أقل من ساعة) بنسبة (13.3%)، أما الرتبة الرابعة

¹:عزي عبد الرحمن: الإعلام و تفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية (قراءة في الرواسب الثقافية)، مرجع سابق، ص.27.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

والأخيرة فقد جاءت من نصيب فئة المشاهدة (من خمس ساعات فأكثر) بنسبة (10.4%).

الجدول (12) عدد ساعات مشاهدة التلفزيون

عدد الساعات	التكرارات	النسبة المئوية%
أقل من ساعة	51	13.3
من ساعة إلى ساعتين	184	47.9
من ثلاث إلى خمس ساعات	109	28.4
من خمس ساعات فأكثر	40	10.4
المجموع	384	100.0

7- عادات المشاركة في مشاهدة التلفزيون

تبقى سياقات مشاهدة التلفزيون تطرح عدة تساؤلات مهمة وصعبة حول الكيفية التي تستعمل بها التلفزة في المنزل وحول سلطة اختيار القناة التلفزيونية والبرامج المشاهدة الوسط العائلي.

إن تحليل مكانة التلفزيون في الفضاء المنزلي يشكل محورا هاما في الدراسات الحديثة حول الجمهور لذلك يجدر بنا التساؤل عن طبيعة المشاهدة هل هي فردية أم جماعية وطبيعة السلطة بين أفراد العائلة عند مشاهدة التلفزيون و مدى انزعاج الشباب من مشاهدة التلفزيون مع أهاليهم.

لقد بدأ الاهتمام في منتصف الثمانينات ينصب حول الاستعمالات الأسرية للتلفزيون، ووفق دافيد مورلي D.Morly المشاهدة التلفزيونية تعتبر نشاط يومي معقد يجري في السياق المنزلي ويمارس أساسا ضمن العائلة.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

فمشاهدة التلفزيون أدت إلى ظهور طقوس منزلية سمحت بإعادة الهيكلة الجزئية لوقت الفراغ، وأدت إلى نسج علاقات جديدة بين أفراد العائلة، حيث يجعل التلفزيون العائلة أكثر التصاقاً بالمنزل.

نلاحظ أن العادات الاجتماعية في مشاهدة التلفزيون تغيرت قليلاً، على عكس ما توصلت إليه دراسة نصير بوعلي بأن أغلبية الشباب من عينة دراسته تشاهد التلفزيون عائلياً، حصل النمط "وحدى" على أعلى وسط حسابي بلغ (2.33) من أصل (3.0) درجات وهو من درجة المتوسط في الحد الأعلى، (2.34) فما فوق تعد درجة مرتفعة)، وحصل نمط المشاهدة "مع العائلة" على الرتبة الثانية بوسط حسابي بلغ (2.32) وهو قريب من وسط الرتبة الأولى كذلك مما يعني تقارب النمطين من حيث التكرار والنسب، أما نمط المشاهدة "مع الأصدقاء" فقد حصل على وسط حسابي منخفض بلغ (1.40).

الجدول (13) عادات المشاركة في مشاهدة التلفزيون:

الرتبة	الانحراف المعياري*	المتوسط الحسابي	
1	0.66	2.33	وحدى
2	0.60	2.32	مع العائلة
3	0.59	1.40	مع الأصدقاء

*: الانحراف المعياري هو دليل أفضل على التشتت في أي مجموعة، ولا يتأثر بالدرجات المتطرفة، يستخدم لوصف توزيع الدرجات، يستخدم في الغالب للمفاضلة بين المتوسطات الحسابية المتساوية .

لقد طغى النمط الانفرادي على مشاهدة التلفزيون، يرجع ذلك إلى أن البرامج المفضلة لدى الشباب لا تتوافق والنسق القيمي الأسري، الأمر الذي أدى إلى تشتت وحدة المشاهدة ووحدة الأسرة، خاصة في ظل تزايد القنوات التلفزيونية، وفي ظل تزايد عدد أجهزة التلفزيون بالمنزل الواحد.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

8-مدى الانزعاج من مشاهدة التلفزيون عائليا:

والجدول (14) أدناه الخاص بمدى انزعاج أفراد الدراسة من الشباب الجامعي الجزائري بمشاركة الأسرة لمشاهدة التلفزيون توزع على ثلاثة أنماط رئيسية، جاء في الرتبة الأولى منها النمط "حسب طبيعة البرنامج" بنسبة بلغت (64.8%)، وجاءت الرتبة الثانية من نصيب النمط "أبداً" بنسبة (25.5%)، أما الرتبة الثالثة والأخيرة فقد جاءت للنمط "دائماً" بنسبة (9.4%).

الجدول (14) التالي مدى انزعاج أفراد عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين من مشاهد التلفزيون مع العائلة

النسبة المئوية%	التكرارات	مدى الانزعاج
3	1	غير مستجيب
9.4	36	دائماً
64.8	249	حسب طبيعة البرنامج
25.5	98	أبداً
100.0	384	المجموع

أعرب الطلبة عن انزعاجهم من المشاهدة العائلية للتلفزيون، خاصة حسب طبيعة بعض البرنامج* .

*: انظر الجدول 22، ص. 126.

1-2-3- التلفزيون وصناعة الثقافة :

أ- نوعية القنوات التلفزيونية المشاهدة:

تحول العالم بعد ظهور التلفزيون إلى قرية صغيرة، حيث أصبح بإمكان أي فرد، في أية منطقة جغرافية من الكرة الأرضية أن يشاهد القناة التلفزيونية التي يريد، كما يمكن البث الحي والإرسال من خلال السائل التعرف على ما يحدث في العالم من أحداث وتطورات، هنا تظهر أهمية التلفزيون في نقل الخبرات ومختلف الثقافات للأفراد والشعوب في جميع أنحاء العالم.

بخصوص وتيرة مشاهدة القنوات التلفزيونية المختلفة من قبل الطلبة المبحوثين، بلغ المتوسط الحسابي العام (2.23) من أصل (3.00) درجات، وجاءت القنوات العربية في الرتبة الأولى من بين أربع رتب بوسط حسابي مرتفع بلغ (2.35) ، بينما جاءت الرتبة الثانية من نصيب القنوات الجزائرية الخاصة بوسط حسابي متوسط بلغ (2.31)، وجاءت الرتبة الثالثة من نصيب القنوات الأجنبية بوسط حسابي متوسط أيضاً بلغ (2.17)، أما الرتبة الرابعة والأخيرة فقد جاءت من نصيب القنوات الجزائرية العمومية بوسط حسابي بلغ (2.09) ، وبالطبع هذه الاختيارات لها أسبابها و تبريراتها.

الجدول (15) نوع القنوات التلفزيونية المشاهدة

الوسائط	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
القنوات العربية.	2.35	0.70	1	مرتفعة
القنوات الجزائرية الخاصة.	2.31	0.73	2	متوسطة
القنوات الأجنبية	2.17	0.84	3	متوسطة
القنوات الجزائرية العمومية.	2.09	0.74	4	متوسطة
المتوسط الحسابي العام	2.23	0.40		متوسطة

خصائص التلفزيون

هذه النتائج تتوفق ونتائج دراسة نصير بوعلي، فالغالبية العظمى ليست حريصة على مشاهدة القنوات العمومية، ويفضلون القنوات العربية.

تزايد نشاط القنوات التلفزيونية الأجنبية- وإن كانت عربية- في الفضاء الإعلامي الوطني الجزائري، وقد ترتب عن هذا انهيار مصداقية التلفزيون الوطني وانكماش دوره إلى نوع من القناة المحلية ذات التأثير المحدود¹.

هناك عدة أسباب أدت إلى تحول المشاهدين للقنوات الأجنبية، ربما نتيجة لسياسة تسويقية جيدة، أو للإتقان الفني والمستوى التقني العالي للبرمجة العقلانية التي تحترم عقل المشاهد وميوله ورغباته أو لوجود برامج مكيفة مع خصائص الفئات الأكثر مداومة على المشاهدة. كان طلبة مجموعات الدردشة كل مرة يثيرون قضية الإنتاج الإعلامي المحلي، وفي كل الميادين، فوفق طالب اللغة العربية والميديا إن " للجزائر ثقافتها الخاصة، لكن ما يلاحظ هو عدم وجود وسائل إعلام وطنية قوية... "يضرب لنا مثالا قائلاً: "يمكن مشاهدة القنوات المغربية وخاصة البرامج الدينية لساعات وساعات دون الشعور بالملل أو التعب، العكس تماما مع القنوات الجزائرية" ويقصد هنا قناة القرآن الكريم الجزائرية، والقناة الدينية المغربية الخامسة.

كما أن هناك اعتبارا سياسيا آخر يدخل ضمن التحليل بطريقة أو بأخرى، يرجع إلى غياب المعارضة السياسية والنقد. فتمويل الدولة للتلفزيون لا يكف لضمان وفاء الجمهور لخطاب المديح الذاتي المتواصل الذي ينقصه صوت المعارضة المشاكس المحفز على المشاهدة والمحرض على الصراع في الحياة اليومية والمكمل له في نفس الوقت²، بالرغم

¹: عاشور فني: اقتصاديات وسائل الإعلان المرئية و المسموعة، اتحاد إذاعات الدول العربية-جامعة الدول العربية، تونس، 2012، ص.26.

²: المرجع نفسه، ص.27.

خصائص التلفزيون

من أننا نستطيع أن نلاحظ بداية التغيير لسياسة التلفزيون الجزائري في تعاملها مع الرأي الآخر والنقد خاصة مع بروز القنوات "الجزائرية" الخاصة.

أكد الطلبة ضمن المقابلات الجماعية أن القنوات الوطنية- العمومية والخاصة - تهتم فقط بالسياسة، فما يلاحظ هو عدم وجود برامج مسلية، خاصة بالنسبة للجماهير الشباب، لذلك يتم مشاهدتها فقط للحصول على الأخبار المحلية كما سبق ذكره، " جميع القنوات الجزائرية تتعامل فقط مع السياسة، وأنا أقول أن الشباب ليسوا مهتمين بالسياسة، إنهم يريدون فقط أن يضحكوا ويتمتعوا" هكذا صرح أحد طلبة اللغة الفرنسية ، كما قدم زميل له في العلوم التقنية نكتة تختصر الموضوع على حد قوله: " في أحد الأيام قام شخص بالسرقة، فعاقبه القاضي بمشاهدة القناة الأرضية مدة شهر". هكذا أصبح ينظر إلى القناة التلفزيونية العمومية الأولى أو كما توصف "باليتيمة" على أن مشاهدة برامجها عقاب !

إن القنوات التلفزيونية الجامعة بحاجة إلى الأفلام التي ترفع عدد مشاهديها، والقناة التلفزيونية العمومية بحاجة إلى الأفلام، خاصة الوطنية¹. هنا تطرح إشكالية الانتاج المحلي.

ب- القنوات الأكثر مشاهدة:

في سؤالنا عن أكثر القنوات التلفزيونية مشاهدة من قبل الطلبة المستجوبين، ذكر أكثر من مائة قناة مختلفة، وتصدر مجموعة MBC القائمة، بالإضافة إلى قناة zee aflem ، و zee alwen ، و بعض القنوات "الجزائرية" الخاصة .

¹ : نصر الدين العياضي: البرمجة التلفزيونية في القنوات العربية (دراسة تحليلية للأسس والدلالات)، مرجع سابق، ص.373.

خصائص التلفزيون

تعتبر قناة MBC التي بدأت البث من لندن عام 1992 أول قناة فضائية عربية خاصة، لتستقر بدولة الإمارات العربية المتحدة، ومن ثم تطورت إلى مجموعة من القنوات المتخصصة في أفلام الأكشن MBC ACTION، قناة للأطفال MBC 3، MBC، دراما تبث المسلسلات العربية، وأحيانا الهندية، قناة MBC4 مخصصة للفتيات تخط بين المسلسلات العربية، التركية، الأمريكية، البريطانية، وقناة MBC2 الخاصة بالأفلام الأجنبية بخاصة الأمريكية منها المترجمة إلى اللغة العربية. وقد أطلقت مجموعة MBC قناة متخصصة بصناعة بوليوود تحت مسمى MBC Bolywood سنة 2013.

أما قناة زي أفلام ZEE AFLEM، تعد من أولى القنوات المختصة في بث الصناعات الهندية باللغة العربية، أطلقت سنة 2008 بالإمارات العربية المتحدة، وتحظى بشعبية لدى الشباب الجزائري.

في الواقع إن الوضعية الحالية تتميز بفائض في القنوات العربية وبعرض قليل التنوع، المشهد التلفزيوني العربي يتميز بعرض تلفزيوني وفير وردئ لا يوجد فيه مجال واسع للخلق والتجديد، الشبكات البرمجية مشكلة أساسا من حصص بلاتوهات talk shows، وإعادة بث الحفلات الغنائية والأفلام الخيالية، الأخبار المراقبة جدا، لا تعكس سوى وجهة النظر الرسمية.¹

ومن بين القنوات "الجزائرية" الخاصة، تمحورت إجابات المستجوبين حول ثلاثة محطات: الشروق، النهار بالإضافة إلى الخبر أو KBC، هي قنوات تابعة إلى عناوين تحرير صحف وطنية تطبع وتوزع بالجزائر. بالإضافة إلى القنوات التي تستهدف فئات خاصة، كقناة سميرة Samira التي تمولها سيدة الأعمال سميرة بوزاوية، والخاصة

¹: فؤاد بن حالة: صدمة الاتصال الشمولي (الأنظمة و المجتمعات العربية في مواجهة التحدي)، تر. أحمد عظيمي، الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، ص.ص. 119-120.

خصائص التلفزيون

بالطهي وأشغال الخياطة والتطريز، وقناة Dzair tv الممولة من رجل الأعمال " علي حداد"، بالإضافة إلى بعض القنوات الفرنسية مثل فرانس 24 وTV5.

إن كثرة القنوات التلفزيونية وفر خيارات كثيرة للمشاهد، مثلما عبر طالب اللغة العربية والميديا قائلاً: "الآن كل لديه قنواته الخاصة... كل واحد منا يعيش في حقيقة خياله الخاص"، الملاحظ هو هروب المشاهد إلى القنوات المتخصصة، وذلك لاعتبار أن القنوات العامة بصفة عامة سواء كانت عمومية أو خاصة تتميز بارتفاع نسبة البرامج الثقافية والإخبارية.

عن هذه التحولات في كيفية المشاهدة، تصرح إحدى طالبات علم النفس قائلة :
" في السابق كانت هناك قناة واحدة هي القناة الأرضية، تجتمع العائلة لمشاهدتها وخاصة أثناء العشاء، أما الآن فتغيرت هذه العادات... " عندما كانت هناك قناة واحدة متاحة وكنا نشاهد جميعا نفس البرنامج كان من الممكن أن يقال أن التلفزيون موحدا، أما وقد أصبح لدينا خمس قنوات، خمسون قناة...مائة وخمسون قناة فإلى أي مدى إذن يمكن أن يلعب التلفزيون دورا موحدا؟ إذا شاهدنا دائما ما راق لنا وفعلنا ذلك من خلال قنوات متخصصة كقناة الرياضة، قناة الأفلام، أو قناة الموسيقى؟¹

استطاع التلفزيون في الآونة الأخيرة أن يندمج مع التكنولوجيات الحديثة للاتصال، ونقصد الأنترنت، حيث عمدت مختلف المحطات التلفزيونية إلى النشر الإلكتروني من خلال الواب، عبر مواقع خاصة بها، كما توجد مواقع أخرى تعمل على بث الإنتاج التلفزيوني كالمسلسلات وبعض البرامج الفكاهية والغنائية .

¹: كريس باركر: التلفزيون و العولمة والهويات الثقافية ، ط.01، تر. أحمد إصلاح علاء، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2006، ص.24.

خصائص التلفزيون

فالخيار الأول والأخير يرجع إلى المشاهد، فهو الذي يصنع شبكته البرمجية الخاصة به، وخاصة في ظل تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال التي احتضنت المنتوجات السمعية البصرية التلفزيونية، بداية من آلات تسجيل الفيديو المنزلي، وصولاً إلى التلفزيون الاستدراكي catchup television reply، وأتاحت الانترنت خيارات غير محدودة من البرامج التلفزيونية للمشاهد.

فتحرر الجمهور من ضغوط المشاهدة ومن إكراهية الزمان والمكان، فهو يشاهد "ماذا يريد، أينما يريد وكيفما يريد"^{*}، خاصة مع تطور أجهزة الهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية.

إن هذه الممارسة لم تجعل المشاهد صانع شبكة البرامج التي يرغب بمشاهدتها في الأوقات التي يريد فحسب، بل دفعته ليشكل القناة التلفزيونية التي يفضلها بمعنى إنه يسجل مقابلة رياضية في هذه القناة التلفزيونية، ويعود إلى الأرشيف لمشاهدة الحلقة الماضية من المسلسل الذي دأب على متابعته في قناة تلفزيونية أخرى، ومتابعة البرنامج الساخر الذي تبثه قناة تلفزيونية ثالثة¹.

تأثر التلفزيون كثيراً بالإنترنت ، حيث أصبحت القنوات التلفزيونية تبث برامجها عبر مواقع خاصة بها، أو من خلال اليوتيوب، أو مواقع أخرى متخصصة في بث برامج التلفزيون^{**}.

^{*}شعار موقع shahed.net الخاص بمجموعة ، الخاص MBC ، أين يعاد بث البرامج.

¹: نصر الدين لعياضي: الاتصال والإعلام والثقافة (عتبات التأويل)، دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، 2015، ص.37.

^{**} : مثل موقع plannet.com ، dailymotion.com ، وغيرها الكثير.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

الجدول التالي يبين مدى مشاهدة أفراد عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين الجزائريين لبرامج التلفزيون من خلال الإنترنت:

جدول (16) مدى مشاهدة التلفزيون من خلال الإنترنت

النسبة المئوية%	التكرارات	مشاهدة التلفزيون من خلال الانترنت
7.	3	غير مستجيب
14.6	56	كثيراً
33.9	130	أحياناً
25.0	96	نادراً
25.8	99	لا أهتم
100.0	384	المجموع

يبين الجدول (16) أعلاه الخاص مدى مشاهدة التلفزيون من خلال الإنترنت، حيث أقر (130) فرداً من عينة الدراسة بنسبة (33.9%) بأنهم يشاهدون التلفزيون من خلال الإنترنت، وصرح (99) فرداً منهم بنسبة (25.8%) أنهم لا يهتمون بذلك، في حين أن أقر (96) بنسبة (25%) بأنهم "نادراً" ما يفعلون ذلك، مقابل (56) فرداً بنسبة (14.6%) أقروا بأنهم يفعلون ذلك بدرجة "كثيراً".

من خلال المقابلات تبين أن الذين لا يهتمون بمشاهدة البرامج التلفزيونية عبر الأنترنت أو يمتنعون عن ذلك لسبب رئيس هو عدم توفر الأنترنت ببيوتهم، أما الذين يقومون بذلك "كثيراً" فلربح الوقت والهروب من الإعلانات كما صرح أحد طلبة علم النفس بأنه شاهد مسلسلا تركيا كاملا - أكثر من 150 حلقة، عبر الأنترنت، لربح الوقت، "قصة المسلسل مشوقة، ولم أستطع الانتظار حتى تأتي الحلقة الأخيرة، كما أنني لا

خصائص التلفزيون

أستطيع دائما التواجد بالمنزل، لذلك بحثت عن المسلسل في الأنترنت، وبالرغم من أني لم أجد بعض الحلقات مترجمة إلا أني واصلت مشاهدة المسلسل " هكذا صرح الطالب.

وقد عالج جون لويس ميسكا Jean Luis MISSIKA في كتابه نهاية التلفزيون la fin de la télévision هذه المسألة قائلا: إننا لا نستطيع أن نفعل شيئا ضد روح العصر وضد الحداثة المقدسة، إن التلفزيون سيختفي في الواقع على الرغم من أن العملية جارية بالفعل، إنها ليست سوى مسألة وقت فقط¹، لماذا وكيف سيختفي التلفزيون، إنه السؤال المثير للقلق الذي طرحه ميسكا ، فالنتبؤات تشير إلى أن الأنترنت ستصبح الوسيلة المهيمنة.

ج- مفهوم التصنيع الثقافي:

ربما كان المفهوم المركزي في الإنسانيات، في العديد من العقود الأخيرة، هو مفهوم الثقافة. وقد ذكر رايموند وليمز Raymond Williams - أحد المسؤولين عن مركزية المصطلح- ذات مرة في حوار أجري معه أنه كان يتمنى لو أنه لم يسمع بهذه الكلمة الملغونة قط². يتزايد الآن النظر إلى مصطلح الثقافة عند الباحثين والدراسين - وخاصة في الأنثروبولوجيا والسوسيولوجيا باعتباره حجر الأساس للعلوم الاجتماعية والإنسانية .

وقد تم تجاوز تحليل الروابط بين الثقافة و المجتمع، إلى البحث عن العلاقة بين الثقافة والاتصال³، لا سيما مع تطور الاقتصاد السياسي من جهة، وتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال من جهة أخرى، هذه الأخيرة التي تمثل أشكالا للتنظيم الثقافي .

¹ :Duvauchel Marion: « Jean-Louis MISSIKA, La fin de la télévision », Questions de communication, op.cit.

²: مايكل دينينغ: الثقافة في عصر العوالم الثلاث، تر. أسامة الغزولي، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2013، ص.103.

³:Dominique Wolton: **Sauver la communication**, Flammarion, Paris, 2005, p.132.

خصائص التلفزيون

تتميز المنتجات الثقافية (الكتب، المسرح، السينما، الصحف والمجلات، الراديو، التلفزيون...) بأنها معدة أصلاً للاستهلاك، لأن سيرورة الإبداع الثقافي - كسيرورة العملية الإعلامية- لا تكتمل إلا إذا تلقاها الجمهور المستهدف، فالاستهلاك الثقافي مرتبط ارتباطاً عضوياً بالإنتاج الثقافي من جهة، ومن جهة أخرى تتميز المنتجات الثقافية بزيادة قيمتها من خلال الاستهلاك- على عكس المنتجات المادية التي تفقد قيمتها باستهلاكها- وبتضاعف تأثيرها بتضاعف عدد المستهلكين، ومن ثم كان لا بد من استغلال جميع الوسائل الممكنة والمتاحة لنشر المنتجات الثقافية.

هنا تبرز أهمية الوسائط الثقافية - الاتصالية التي تنقل الإنتاج إلى المستهلك، فوسائل الاتصال - كالتلفزيون - تشكل البنية الأساسية للنشاط الثقافي، على أن التلفزيون - وغيره من وسائل الاتصال الجماهيري- ليست فقط وسيلة لنشر الثقافة والمنتجات الثقافية والإبداعية، إنما تتجاوز ذلك لتصبح وسيلة من وسائل إنتاجها.

يقصد بالتصنيع الثقافي عملية تحويل الأنشطة الثقافية ومستلزماتها أياً كانت إلى منتجات سلعية وخدمية وإيصالها إلى المتلقي وفق معادلة اقتصادية وفنية.

بمعنى تحويل الإنتاج الثقافي إلى سلع بنفس منطق إنتاج السيارات ومختلف المشاريع الحضرية، فالمنتجات الثقافية والأفلام والبرامج الإذاعية والمجلات تحيل على نفس العقلانية التقنية ونفس الصيغ التنظيمية والتخطيط الإداري¹.

مسألة التصنيع الثقافي مسألة قديمة جداً، ترجع إلى سنة 1839، حين اصطنع سانت بوف Sainte Beuve مفهوم "الأدب الصناعي"، حيث رأى أن مزيج المنطقيات التجارية والمضمون التعليقي الافتتاحي للصحف كان يفسد الرسالة التحريرية. كانت

¹: جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار-عنابة، 2003، ص.50.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

عواقب الإعلان سريعة ولا متناهية، عبثا جرت المحاولات في الجريدة للفصل بين ما يظل واعيا وحرا وبين ما كان يغدو عرضة للشراء أو ارتشاء¹

غير أن مصطلح " صناعة الثقافة " cultural industry استحدثه كل من تيودور أدورنو Adorno Theodor وهوركايمر Horkheimer في مقالة لهما تحت عنوان صناعة الثقافة، إعادة النظر cultureindustry Reconsidered سنة 1975، حيث يتحدث أدورنو قائلاً أنه هو وماركس هوركايمر استخدموا مصطلح صناعة الثقافة لأول مرة في كتابهما جدلية التنوير Dialectic of Enlightenment، الذي نشر أول مرة في أمستردام 1947². وبشكل محدد في مقالة بعنوان : صناعة الثقافة التنوير كما الخداع the culture industry : Elightement as mass deception، ينوه أدورنو أنه في المسودات الأولى للمقال استخدموا مصطلح " الثقافة الجماهيرية" لكن في نهاية المطاف تم استبداله بـ "صناعة الثقافة"³، بالرغم من أن مفهوم الثقافة الجماهيرية مفيد، ويمكن تسمية الثقافة الجماهيرية على مجموعة الأشياء المرتبطة بالثقافة التي تنتجها الصناعات الثقافية – بغض النظر عن الوسيط الإعلامي- الموجهة إلى عدد كبير من الجمهور غير المتجانس- الجماعات، الأفراد، السياقات الثقافية، المراجع الثقافية-⁴.

¹: أرمان ماتيلار: التنوع الثقافي والعولمة، ط.01، تر. خليل أحمد خليل، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم- دار الفارابي، بيروت، 2008، ص.28.

²: Thedor Adorno, Max Horkheimer: **Culture industry reconsidered**, In Adorno the culture industry, selected essays on mass culture, Routledge ,London, 1991.p. 98.

³: Jorge Reina SCHEMENT and others: **Encyclopedia of communication and information**, vol.01, Macmillan Reference, USA, 2002,p.209.

⁴ :Éric Macé: **Sociologie de la culture de masse** : avatars du social et vertigo de la méthode, Cahiers internationaux de sociologie, n° 112, 2002, p.47.

خصائص التلفزيون

عن سبب استبعاد مصطلح الثقافة الجماهيرية، يقول أدورنو أنه من أجل استبعاد منذ البداية التفاسير المقبولة لأنصار الثقافة الجماهيرية، كأن يقال ثقافة تنشئها الجماهير نفسها¹. فالثقافة الجماهيرية ليست شكلا متدهورا للثقافة بسبب طابعها الجماهيري حيث يصبح التعامل مع الأشياء الفنية من خلال منطقتي الإنتاج والتوزيع الجماهيري ككائنات وظيفتها الأساسية تلبية الاحتياجات الترفيهية²، كما يؤكد ذلك بعض المدافعين عنها، على اعتبار أنها نتاجا طبيعيا لتطور المجتمعات وحركيتها المعاصرة.

فعدم دقة المصطلح الدلالية والجمع المفارق بين مصطلحي "ثقافة" و"جماهير"، بالإضافة إلى الخلط الحاصل بين الثقافة للجماهير وثقافة الجماهير، ربما جعلاهما يتخيلان عن تعبير الثقافة الجماهيرية³، حيث تحوم حول هذا المصطلح العديد من الإشكاليات.

أول عنصر للنقاش المرتبط بعناصر التحليل: هل الثقافة الجماهيرية موجودة؟ بعبارة أخرى هل هذه الثقافة مرتبطة ببعض الممارسات؟

هذا ما يبدو في البداية، غير أنه إذا تم إثبات وجود "الجماهير" "كجماعات، أفراد" يمكن الإشارة للثقافة الجماهيرية كفرضية لا أكثر⁴، بدلا من ذلك هوركايمر و أدورنو استخدموا مصطلح صناعة الثقافة - بصيغة المفرد- لوصف صناعة وسلعية الثقافة. ليتأسس بذلك أكبر مشروع نقدي .

¹: Thedor Adorno, Max Horkheimer : **Culture industry reconsidered**, Op. Cit. p. 98.

²: Jean Caune: **culture et communication** (convergences théoriques et lieux de médiation), 2^e édit, Presse universitaires de Grenoble, 2006, p.62.

³: دنيس كوش: **مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية**، ط.01، تر. منير سعيداني، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2007، ص.130.

⁴: Éric Macé: **Sociologie de la culture de masse**, Op. Cit, p.46.

خصائص التلفزيون

حاول المفكران في كتاب " الإنتاج الصناعي للسلع الثقافية" البرهنة على أن ثقافة كل الجماهير تصبح متطابقة في ظل الاحتكار ومنتسخة كنتيجة لاندماج الثقافة والتسلية.

تتشارك هذه الرؤية مع نظرية المجتمع الجماهيري في بعض مبادئها التي وضعت لأول مرة من قبل علماء الاجتماع في أوروبا منتصف القرن 19، محاولين فهم طبيعة التصنيع بما في ذلك الثقافة، فمع موجات تسويق السلع الاستهلاكية وتضخم الإنتاج، أدى إلى تجانس المنتجات بشكل متزايد ، وأصبح التمييز بشكل مصطنع من خلال الإشهار، وتوفير الوهم في الاختيار.

حدث الشيء نفسه مع تصنيع الثقافة غير أن تداعيات التجانس ومخلفاته يبدو أكثر أهمية لما لها من دور أساسي في المساعدة على تشكيل طريقة النظر إلى الواقع.

يمكن أن نجد هذا المفهوم الجديد بعد الحدائي عن الثقافة في مقالات الأربعينات والخمسينات من القرن الماضي، بالإضافة إلى مقالة أدورنو و هوركايمر "صناعة الثقافة"، مقالة دوايت ماكدونالد "نظرية الثقافة الشعبية" وما نشره بعد ذلك عن الثقافة الجماهيرية "Masscult" والثقافة الزائفة Midcult،...والخرافات Mythodologie لرونالد بارثس Roland Barthe واستخدامات القراءة The uses of Literacy لريتشارد هوغارت Richard Hoggart وكتاب رايت ميلز Mills حول جهاز الثقافة The cultural Apparatus وغيرها الكثير¹.

¹:مايكل دينينغ: الثقافة في عصر العوالم الثلاث، تر. أسامة الغزولي، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2013، ص.110.

خصائص التلفزيون

غير أن أبرز من كتب عن الموضوع ثلاثة هم: أدورنو، ماركيز، هوركايمر. لقد كتب هؤلاء المفكرون الثلاثة أثناء حياتهم مما بمقدور الكثير منا أن يحلم بقراءته¹. إنهم أبرز رواد مدرسة فرانكفورت*

حدث تغيير في الفضاء الحكومي الأوربي سنة 1978 حيث تبني الوزراء الأوروبيون عن الشؤون الثقافية مفهوم الصناعات الثقافية في اجتماعهم المنعقد في أثينا. وأصبح هذا المفهوم ضمن المصطلحات الإدارية التي يتداولها المجلس الأوروبي.

تم اعتماد مصطلح الصناعات الثقافية (في صيغة الجمع) les industries culturelles تدريجيا في الأوساط الأوربية الاقتصادية والفكرية، لدراسة مختلف مظاهر الإنتاج الثقافي les diverses manifestations de la production culturelle: الشريط التسجيلي، الفيديو، CD-ROM، بالإضافة إلى الأسلاك، الأقمار الصناعية والتلفزيون... الخ) والمحتوى (الاستطرادي discursif، المرئي visuel والموسيقي musical) ، التي هي موضوع الإنتاج الصناعي: الحوامل أو الأجهزة (les supports ou hardware) الدائمة

¹: إيان كريب: النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابرماس، مرجع سابق، ص.277.

*: إن أبرز اتجاهات التيار النقدي ما عرف باسم مدرسة فرانكفورت، هذه المدرسة التي قيل عنها الكثير، وكتب عنها الكثير، حيث يصفها توم بوتومور T.Bottomore بـ"الظاهرة المركبة"، فهي صعبة الفهم، وما يزيد من صعوبة هذه المهمة تلك التسميات العديدة التي أطلقت على هذه المدرسة، من مثل: الماركسية الأوربية Euro marxism ، وفكرة الهجرة Migration thought ، ومدرسة فرانكفورت Frankfurt School الاسم الذي خلعه عليها بعد عودتها من المهجر، بالإضافة إلى فندق الهاوية الكبير، كما أطلق عليها جورج لوكاتش G. Lukacs، نظرا لتعدد الأطر النظرية والمنهجية لدى مفكريها، بالإضافة إلى توالي أكثر من جيل بالمعنى الكرونولوجي لممثليها، والنظرية النقدية Critical theory، إشارة إلى مجموعة أعضائها من المثقفين الألمان الذين اتخذوا من الفلسفة النقدية رؤية لهم، العبارة مأخوذة أصلا من عنوان لكتاب هوركايمر الذي نشره سنة 1937 بعنوان النظرية التقليدية والنظرية النقدية، لتدل على ذلك الركام النظري الذي خلفه أعلام المدرسة.

وقد تحولت من نادي ماركس قيل هجرتها من فرانكفورت، إلى نادي ماكس بعد عودتها، حيث هناك في المهجر فقد حرف R الذي تبدأ به الثورة Revolution، هكذا عبر عنها مارتن جاي Jay M. للاطلاع أكثر: توم بوتومور: مدرسة فرانكفورت، ط.02 تر. سعد هجرس، دار أوبا، ليبيا، 2014.

خصائص التلفزيون

نسبياً على الرغم من تقنيات الإرسال الجديدة التي يتم إنشاؤها، الصناعات الثقافية هي إذا الأنشطة الصناعية التي تنتج وتسوق الخطب des discours ، والصور des images¹. الصناعات الثقافية، فضلا عن صناعات المعلومات اليوم تشهد تغيرات عميقة ذات الصلة بثلاثة عوامل رئيسية²:

- نضوج التكنولوجيا الرقمية وتطور الإنترنت.
- رفع القيود المفروضة وتحرير مختلف قطاعات الاتصالات.
- زيادة تمويل مجالات الثقافة والمعلومات: وبالتالي الأعمال الثقافية (الهاتف المحمول، والتلفزيون، والإنترنت...)

وفي هذا السياق ترى المفوضية الأوروبية أن مفهوم الصناعات الثقافية يغطي شريحة واسعة من المنشآت على امتداد الحد الفاصل بين القطاع الثقافي والقطاعات الاقتصادية الأخرى، وتتوقف المفوضية في تعاملها مع الصناعات الثقافية أمام اعتبارات هي³ :
- إن الثقافة تضم التراث والأدب والصحافة والموسيقى والفنون الأدبية ووسائل الإعلام السمعية والبصرية والأنشطة الاجتماعية والثقافية.
- من الصعب الفصل بين الأنشطة الثقافية وأنشطة التسلية مثل: صناعة الأجهزة الإلكترونية والأدوات الموسيقية.

مع صعوبة تحديد مفهوما للصناعات الثقافية تعاملت المفوضية الأوروبية مع تعريف موسع للصناعات الثقافية بحيث تشمل على كافة الأنشطة المشار إليها أعلاه.

¹:Remy Rieffel :sociologie des médias ,op.cit. p.84.

²: Voir :Claire Moriset, Bernard Miège: **Les industries du contenu sur la scène médiatique**, Réseaux, n° 131, La Découverte, 2005,disponible sur: www.cairn.info/revue-reseaux-2005-3-page-145.htm

³: جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية ، مرجع سابق، ص.50.

خصائص التلفزيون

فالصناعات الثقافية تتجلى بصفة خاصة في إنتاج طائفة من المواد أهمها¹: الورق بأنواع، الحبر ومواد الطباعة، الأفلام الخام ومواد معالجتها، الأقلام بأنواعها والأدوات الهندسية التعليمية، القرطاسية أو المواد التي يستعملها التلاميذ ومنها الحاسبات الآلية، مخابر التعليم والتدريب، الآلات الموسيقية، مواد الفنون المسرحية والتشكيلية، اللعب الثقافية، الأجهزة السمعية البصرية، أجهزة التصوير، الأجهزة الالكترونية، وقد تكون اللائحة طويلة وطموحة .

الصناعات الثقافية ليست كغيرها من الصناعات، بالرغم من أنها صناعات، ولكن موضوعها هو المعلومات، الاتصال، الثقافة، الأمر الذي يعطيها وضعية خاصة تجاوزت المنطق الاقتصادي²

قدم كل من هوركايمر و أدورنو واحدة من أقدم الأطر لتحليل كيف أن هذه صناعة الثقافة أثرت على الإنتاج والتوزيع واستهلاك وسائل الترفيه والأخبار، وحددا عددا من الاستراتيجيات المستخدمة في صناعة الثقافة لبيع نفسها ومنتجاتها³:

أولاً: على الرغم من ضعفها مقارنة بالقطاعات الصناعية الكبرى كالبتترول، والمواد الكيميائية والكهرباء، إلا أنه حان الوقت لرؤية صناعة الثقافة كمنتج للسلع الأساسية.

فالثروة التي جمعها أصحاب صناعة الثقافة والرواتب العالية التي تدفع للمديرين التنفيذيين في صناعة الثقافة بدأ يحقق مساهمة في صناعة الاقتصاد والمجتمع.

¹: أديب اللجمي: الصناعات الثقافية والاتصالية في الوطن العربي (نظرة مستقبلية)، الثقافة ووسائل نشرها في الوطن العربي، المنظمة العربية للتربية والثقافة و العلوم، تونس، 1994، ص.ص.51-52.

²:Dominique WOLTON: **L'autre mondialisation**, Flammarion, France, 2003, p.34

³:Jorge Reina SCHEMENT and others: **Encyclopidia of communication and information**, Op. Cit. p. 210.

خصائص التلفزيون

بالإضافة إلى ذلك فإن منتجاتها ضخمة، الأمر الذي دعى هوركايمر و أدورنو إلى تسميتها الإنتاج الضخم، هذا الإنتاج الذي أظهر التفاني الواضح لا الجودة.

فأي نفقات ستدخر في خدمة احتياجات الجمهور ورغباتهم، كما أقروا بطبيعة الحال إن ميزانيات متفاوتة في صناعة الثقافة لا تتحمل أدنى علاقة بالقيم الواقعية لمعنى المنتجات نفسها.

هذا الإنتاج يسعى لجذب أكبر جمهور ممكن، ومع ذلك فإن الاستراتيجية الثانية لصناعة الثقافة تهدف إلى نحت هذه الجماهير على أساس التركيبة السكانية وخلق المحتوى الثقافي التي تستهدف تحديدا احتياجاتهم ومصالحهم، وقد استخدم هوركايمر و أدورنو 1972 مصطلح نمط Style لوصف ما أصبح أكثر شيوعا باسم النوع genre.

إنه أسلوب تمثيل التمايز الاصطناعي من المنتجات الثقافية على طول خطوط مسبقة الصنع التي تم تصميمها لجذب جمهور من قبل المسوقين. إنها تساوي بين أنماط مختلفة، " فكل على حد سواء في النهاية".

الأسلوب والأنواع تدعو إلى الاستراتيجية الثالثة من صناعة الثقافة: التقليد والتكرار، كل منتج ثقافي مكون بصيغ مهيكلة، سواء فيلم رومانسي، كوميدي، أغنية بوب ثلاثة دقائق، أو سيرة ذاتية لنجم ما.

الصناعات الثقافية توصل إلى أي مكان بضائعها المتماثلة، بغية تلبية حاجات كثيرة ومتنوعة، بالاعتماد على معايير إنتاجية موحدة في عملية إشباع هذه الطلبات، ومن خلال نمط صناعي في الإنتاج، نحصل على ثقافة جماهيرية مكونة من سلسلة من الأشياء التي تحمل بصمة الصناعة الثقافية: إنتاج غزير، تماثل معياري، تقسيم

خصائص التلفزيون

العمل.¹ وذلك نظرا إلى أهمية التكنولوجيا في الاقتصاد الحالي، أو ما يعرف بالعقلانية التقنية.

إنها ثقافة مصنوعة من سلسلة أغراض تحمل علامة التصنيع، التسلسل، التتميط (القولبة)، تقسيم العمل، هنا تظهر فكرة تمبيع الثقافة²، تعتمد على إستراتيجية في الإنتاج تقوم على الإثارة : الإثارة عن طريق العنف والإثارة عن طريق الجنس، والإشهار الذي غدا مطلبا ضروريا وأساسيا في التركيبة البنوية لهذه الصناعات، القائمة أساسا على مبادئ اقتصادية .

تقدم هذه الصناعات ثقافة الربح السريع، السهل من خلال ذلك الثراء الفاحش الذي يعرض على الشاشة الصغيرة من مسلسلات، أفلام وحتى برامج المسابقات، الجوائز ويرتبط هذا النوع من الثقافة بصناعة النجوم الإعلامية من مقدمي برامج وعارضين وفنانين، مهندسو ديكور، وحتى رجال السياسة والدين والرياضة والأخصائيين لم يستثنوا من القائمة.

أصبحت نظرية الصناعات الثقافية والإعلامية تدريجيا مقاربة بارزة في علوم الإعلام والاتصال، في فرنسا، في أوروبا وأكثر من ذلك على نطاق واسع (مع أسماء مختلفة وشروط معينة)³، ومن بين أبرز هذه الأسماء أو المصطلحات المتنوعة:

¹: Armand Mattelart, Michèle Mattelart: **Histoire des théories de la communication**, Op. Cit, p.43.

²: أرمان ماتيلار: **التنوع الثقافي و العولمة** ، مرجع سابق، ص.81.

³: Bernard Miège: **La théorie des industries culturelles (et informationnelles)**, composante des SIC, Revue française des sciences de l'information et de la communication, n°1 , 2012 disponible sur: <http://rfsic.revues.org/80>. consulté le 25/09/2014, 14.21 h.

خصائص التلفزيون

الصناعات الثقافية والميدياتيكية-الإعلامية ICM industries culturelles et
industrie des biens الرمزية، médiatiques/informationnelles
symboliques، صناعات المحتوى/البرامج les industries du contenu .

غير أن الأمريكيين ومنذ سنة 1966 فضلوا استخدام مفهوم آخر لتفسير عملية
اقتحام الرأسمال المادي للمنتجات الثقافية، يبدوا أكثر شمولية وبراغماتية، أطلقوا عليه
اسم "صناعة المعرفة" Knowledge industry الذي صقله العالم الاقتصادي ماكلوب
F.Maclup.¹

كما يمكن الاصطلاح عليها بصناعات الاتصال بشكل عام. لا يمكننا الحديث عن
صناعات إعلامية خالصة منفصلة عن الصناعات الاتصالية بشكل عام، لأن الصناعات
الإعلامية تتداخل وتتكامل مع الصناعات الاتصالية، فالهاتف والكابل والشبكات
الميكرووية والتوابع الاصطناعية ومحطات البث والاستقبال وبنوك المعلومات والعقول
الالكترونية وغيرها من الصناعات تقدم خدماتها لوسائل الإعلام ولوسائل الاتصال
ولجهات أخرى عديدة، في الوقت نفسه تداخلت الصناعات الإعلامية والاتصالية مع
الصناعات الأخرى وتكاملت، وتطورت مع تطورها².

د- الصناعات الثقافية التلفزيونية :

تتمظهر الصناعات الثقافية في التلفزيون من خلال كافة البرامج التي تبث عبر
الشاشة، سواء كنت قناة عامة أو متخصصة، عمومية أو خاصة، فضائية أو أرضية،

¹: جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية، مرجع سابق، ص.24.

²: فؤاد بلاط : واقع وتطور الصناعات الإعلامية في العلم وهيمنة الشركات الكبرى عليها، في: الصناعات الإعلامية والاتصالية في الوطن العربي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1993، ص.84.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

التي تبث ضمن الشبكة البرمجية للقناة، في مقدمتها المسلسلات والأفلام، نشرات الأخبار والبرامج الحوارية، البرامج الغنائية والمنوعات، وغيرها.

إن مسألة تصنيف البرامج التلفزيونية طرحت ولا تزال تطرح عديد القضايا المعقدة سواء بالنسبة للباحثين أو بالنسبة للمهنيين، صعوبة التعقيد تكمن في غموض الرؤية النظرية للاتصال التلفزيوني، أهدافا ووظائفها، مجالات معرفية ومحاوَر اهتمام... كما تكمن في تداخل المعايير التي يمكن اعتمادها في عملية تسيير المضمون، الشكل، مصدر الإنتاج، الوظيفة، المستقبل، التقنيات المعتمدة، اللغة¹.

هناك نوع من الغموض يكتنف مفهوم برامج القنوات التلفزيونية، هذا الغموض لا يرجع إلى قصور لغوي أو لوهن في الرؤية- حسب تعبير نصر الدين لعياضي- إنما يرجع إلى تطور المنتجات التلفزيونية التي أصبحت تتداخل معها أو تتنافسها في الوجود في الشبكة البرمجية، ومن أبرز هذه البرامج: الفيديو كليب، برامج الألعاب، برامج تلفزيون الواقع، التي جعلت الموسيقى والغناء والرقص مركز ثقلها، المسلسلات والأفلام، الأخبار، وغيرها من البرامج .

إن تصنيف المواد التلفزيونية يملك قيمة اتصالية واجتماعية كبرى، لأن الصنف يتضمن تعاقدًا ضمنيًا بين منتج المادة ومستهلكها، فالجمهور يتعاطى مع الأخبار التلفزيونية على أنها واقعية، ومع المواد الدرامية على أنها تتضمن بعدًا خياليًا أو تصويريًا، ويتعامل مع برامج الترفيه على أساس أنها تسلوية.

¹: عبد القادر بن شيخ وآخرون: البرامج الثقافية والتربوية ومسألة الهوية (التلفزيون العربي مثالًا)، مرجع سابق، ص.22.

خصائص التلفزيون

تصنف الأنواع التلفزيونية بغرض بيع مدتها الزمنية للمعلنين، فاقصاديو الإعلام يصنفون الإنتاج التلفزيوني إلى خانتين هما¹:

- **برامج التدفق Programme de flux**: تلك البرامج التي تفقد قيمتها بمجرد بثها للمرة الأولى، تستنفذ في أول بث مثل الأخبار التلفزيونية ونشرة الأحوال الجوية، بعض المباريات الرياضية وبرامج البلاطو، ويمكن توقيفها لبث لقطات إعلانية .
- **برامج التخزين programme de stok**: على عكس النوع الأول قيمتها لا تستهلك من أول بث، فهي برامج ذات قيمة بالنسبة للمشاهدين، يمكن إعادة بثها وفق الحاجة، تمتلك قيمة اقتصادية، وتجد مكانتها في سوق المواد السمعية البصرية، ومن بين هذه البرامج: الأفلام الوثائقية، الأفلام التلفزيونية، المسلسلات، برامج المنوعات، وهنا تظهر خاصية أخرى للتلفزيون، القدرة على التكرار.

فبالنظر إلى الإرسال في التلفزيون اللامنقطع، والمستمر 24/24 و 7/7 و/أو الحاجة إلى تقديم مواد معينة في مناسبات مختلفة ، وخاصة الإنتاج التلفزيوني المسجل على أشرطة وأفلام وقابلية عرضها أكثر من مرة دفعت بالقائمين على المحطات التلفزيونية إلى تكرار بعض البرامج لملء ساعات الإرسال الطويلة، الأمر الذي جعل التكرار صفة ملازمة للتلفزيون. فالتكرار يمثل جدوى اقتصادية للمؤسسة التلفزيونية، بحيث يقلل من التكاليف، هنا يظهر الأرشيف كأهم قسم في المؤسسة.

هذا التكرار المقبول لدى المشاهد نتيجة لإمكانية الإخراج الجيد لدى التلفزيون مكنت للرسائل التلفزيونية في نفسية المشاهد أكثر من أي وسيلة أخرى وهذا أمر طبيعي

¹: نصر الدين العياضي: الاتصال والإعلام والثقافة، مرجع سابق، ص.83.

خصائص التلفزيون

ما دام التلفزيون قادرا على تكرار الموضوع بشكل مرغوب كل مرة.¹ مما يتيح فرصة التأثير بشكل أكبر على المشاهد.

من جهة أخرى، يعد التلفزيون من أقدر وسائل الاتصال عموما على التكرار، والإعادة وتقديم الموضوع والفكرة الواحدة بأشكال وقوالب متعددة بحيث يظهر في كل مرة وكأنه موضوع جديد، بل إن المشاهد العادي غير المتخصص في فنون التلفزيون لا يدرك ذلك التكرار أو لا ينتبه له، وهذه الخاصية في التلفزيون هي من أبرز عناصر التأثير.²

ففي خضم هذا التطور يمكن أن نميّز جيلين للتلفزيون: الجيل السابق من التلفزيون paléo-tv والجيل الحالي Néo-tv، وإن كان الأول قد قام على أساس الفصل بين الإعلام والمشاهد فإن الثاني قد خلط بينهما، فبعد أن كان التلفزيون بمثابة مرآة للأحداث، غدا منتجا للحقيقة المتفزة المستقلة، وأصبح يبين نفسه، وأصبحنا نرى الكاميرات وطلب التصفيق مباشرة، وعضا عن تبيان التلفزيون العالم الخارجي، غدا يبين الناس لأنفسهم، وكاد التلفزيون الحديث يجعل اللاواقع بمتناول الجميع.³

كان للتلفزيون " زمنا جميلا" وفق آراء النقاد والكتاب، فالجيل السابق للتلفزيون بمثابة الجيل الذهبي، أين تقدم برامج مؤسساتية عالية المعنى، محدودة البث، بدلالات مقننة،

¹: سعيد آل زعير مبارك: التلفزيون والتغير الاجتماعي، مكتبة هلال، بيروت، دار الشروق، جدة، 2008، ص.166.

²: المرجع نفسه، ص.164.

³: نهود عيسى القادري: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية (الوقوف على تخوم التفكير)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ص.53.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

تقوم على أسس تربوية وإنسانية، بدأ تأثير هذا الجيل ينخفض بداية الخمسينات إلى أواخر السبعينات¹، ليظهر الجيل الحالي للتلفزيون.

الجيل الحالي للتلفزيون يظهر كثثرة الحياة اليومية. فلم يعد التلفزيون يسجل نفسه كامتداد للمدرسة أو الأسرة، ولكن فضاء ضمن الفضاء اليومي، إنها طريقة جديدة لهيكلية التدفق تمثل تغييرا جذريا في منطق البرمجة، برامج مرتبطة ببعضها البعض أين تتكاثر الإعلانات على المدى القصير أو المدى الطويل، يوجه هذا التدفق إلى مجموعة فرعية معينة من الجمهور، مع تمازج الأجناس على نطاق واسع...²

ليظهر اتجاه فاصل بينهما، وأبرز من يمثل هذا الاتجاه: أمبرتو إيكو Emperto Eco. فقد تساءل إيكو عن يتكلم التلفزيون؟ عن العالم أم عن نفسه أم عن الجمهور؟ ليجيب أن التلفزيون الراهن يعرض نفسه ويتكلم عن نفسه أكثر مما يتكلم عن العالم الخارجي.

كما ظهر مصطلح ما بعد التلفزيون post-télévision، مصطلحا جديدا يعتقد أنه أفضل للتدليل على الفترة الحالية للتلفزيون، أين امتزج هذا الأخير مع الانترنت وما نتج من تداعيات.

¹: Patrick Tudoret: **La paléo-télévision une nouvelle fenêtre sur le monde**, In Quaderni, n°.65, L'ambivalence du mythe de l'ORTF, Hiver 2007-2008, p.93.

²: voir: Francesco Casetti, Roger Odin: **De la paléo à la néo-télévision**, in ccommunication, vol.51, 1990, p.p.06-09, disponible sur:

http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1990_num_51_1_1767, consulté le 25/27/2014, 22.12h.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

و- الصناعات التلفزيونية و جمهور الطلبة

1- البرامج التلفزيونية الأكثر متابعة:

لكل نوع جمهوره الخاص ولكل نوع خصائصه ومزاياه، جمهور المسلسلات، جمهور الأفلام، جمهور الحصص والبرامج الحوارية ... لكن هذا لا يمنع من أن يكون جمهور الأفلام هو نفسه جمهور الأشرطة مثلاً.

يبين الجدول (17) التالي درجة مشاهدة أفراد عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين للبرامج التلفزيونية المختلفة:

الجدول (17) درجة المشاهدة للبرامج التلفزيونية مرتبة تنازلياً

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البرنامج
متوسطة	1	0.80	2.33	المسلسلات والأفلام الأجنبية المدبلجة
متوسطة	2	0.82	2.27	البرامج الغنائية والموسيقية
متوسطة	3	0.71	2.21	برامج الثقافة العامة والبرامج التعليمية
متوسطة	4	0.60	2.11	البرامج الدينية
متوسطة	5	0.70	2.10	البرامج الاجتماعية
متوسطة	6	0.88	2.02	البرامج الرياضية
متوسطة	7	0.82	1.98	المسلسلات والأفلام العربية
متوسطة	8	0.64	1.71	المسلسلات والأفلام الجزائرية
متوسطة	9	0.74	1.67	الأخبار والبرامج السياسية
منخفضة	10	0.68	1.47	البرامج الاشهارية والدعائية

يبين الجدول (17) أعلاه الخاص بدرجات مشاهدة البرامج التلفزيونية المختلفة أن "المسلسلات والأفلام الأجنبية المدبلجة" مثلت الرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط بلغ (2.33)، بينما جاءت الرتبة الثانية من نصيب البرامج "الغنائية والموسيقية" بوسط

خصائص التلفزيون

حسابي متوسط أيضاً بلغ (2.27)، وجاءت الرتبة الثالثة من نصب برامج "الثقافة العامة والبرامج التعليمية" وبوسط حسابي متوسط بلغ (2.21)، أما البرامج الدينية فقد حصلت على الرابعة بوسط حسابي متوسط بلغ (2.11)، بينما حصلت البرامج "الاجتماعية" على الرتبة الخامسة بوسط حسابي متوسط أيضاً بلغ (2.10)، وحصلت البرامج "الرياضية" على الرتبة السادسة بوسط حسابي متوسط بلغ (2.02)، وجاءت الرتبة السابعة من نصيب "المسلسلات والأفلام الجزائرية" بوسط حسابي (1.71)، في حين حصلت "المسلسلات والأفلام الجزائرية" على الرتبة الثامنة بوسط حسابي بلغ (1.71)، أما "الأخبار والبرامج السياسية" فقد حصلت على الرتبة التاسعة بوسط حسابي متوسط بلغ (1.67)، وكانت الرتبة العاشرة والأخيرة من نصيب "البرامج الإشهارية والدعائية" بوسط حسابي متوسط منخفض بلغ (1.47).

أما البرامج الأخرى المذكورة من قبل المستجوبين هي البرامج الساخرة وبرامج الواقع، وقد جاءت النسب ضعيفة ولا يعول عليها في التحليل.

وسوف يتم تناول أبرز البرامج المشاهدة من قبل الجمهور المدروس :

المسلسل التلفزيوني: مصطلح "مسلسل" يستخدم بمعناه العادي للإشارة إلى أي أشكال الخيال البث التلفزيوني في شكل تسلسلي¹، والمسلسل مجموعة حلقات تمثيلية متتابعة، يستغرق عرضها خمس أو سبع أو ثمان أو ثلاث عشرة أو ست عشرة حلقة أو

¹:Éric MAIGRET ,Guillaume SOÛLEZ ,dirs, « Les raisons d'aimer... Les séries télé », MédiaMorphoses. Bry-sur-Marne, Institut national de l'audiovisuel, Hors-Série, janv. 2007, disponible sur: <http://questionsdecommunication.revues.org/2484>, consulté le 29/ 06/2015. 22.03h.

خصائص التلفزيون

أقل أو أكثر، وكل حلقة من هذه الحلقات تؤدي إلى الأخرى التالية في تسلسل ومنطقية¹، وتتميز بالتشويق لتعليق المشاهد كي يحرص على المتابعة.

المسلسل التلفزيوني مادة ترفيهية مسلية، هدفها الأساسي جذب أوسع جمهور ممكن، سواء للتأثير عليه أو لتسليمه إلى المعلن، حسب طبيعة النظام واستراتيجية القناة. وتعتبر المسلسلات إحدى الحلقتين المركزيتين لموجة الترفيه التلفزيوني.

أما الفيلم، فكلمة فلم film من الإنجليزية وتعني غشاء - بلورة، تعني أولاً بلورة التصوير الضوئي ثم الشريط المثقب المغطى بطبقة حساسة للضوء، تسمح بتسجيل الصورة وحفظها ومن باب التوسع أصبحت تعني العمل السينمائي ومجموع الأعمال المنظور إليها حسب مجالاتها، كالفلم الخيالي وفلم المحفوظات...، وبالمقابل فهي على العموم لا تستعمل الحديث عن الأفلام القصار²

على العموم هناك نوعين من الأفلام³: فيلم ثقافي وآخر تجاري، ولكليهما هدف، وهنا تكمن نقطة الاختلاف، فأما الفيلم الثقافي يهدف إلى نشر ثقافة أو إيديولوجية معينة بهدف تجنيد الجمهور تحت فكرة واحدة والتأثير عليه، وبالإمكان أن يكون له موضوع سياسي أو اجتماعي أو وثائقي، أما الفيلم التجاري فهدفه الربح المادي ولو على حساب الجانب الروحي والثقافي كالأخلاق، العنف، الجنس، بالإضافة إلى الأفلام الثورية، الاجتماعية، أفلام المغامرات وأفلام الخيال العلمي

¹: مساعد بن عبد الله المحيا: القيم في المسلسلات التلفازية (دراسة تحليلية وصفية مقارنة لعينة من المسلسلات التلفازية العربية)، ط.01، دار العاصمة، الرياض، 1414، ص.113.

²: ماري-تيريز جورنر: معجم المصطلحات السينمائية، تر. فائز بشور، ص.45، متاح في :

<http://www.alcornish.com/sites/default/files/books/%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B7%D9%84%D8%AD%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D9%86%D9%85%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%>

A9_0.pdf ، اطلع عليه بتاريخ 2015/02/25، 22.22 سا.

³: محمود حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد 04، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1984، ص.198.

خصائص التلفزيون

الفيلم السينمائي كسائر أشكال الثقافة الشعبية، يشتمل على قيم معينة لا مفر من أن يتضمنها صانعوها إياها نتيجة لمئات الخيارات الضرورية لإنتاج الفيلم، ومن النادر أن تتخذ هذه القيم شكل مواضيع أو رسائل واضحة، بل هي في العادة نتيجة لا شعورية لما يحاول جميع السينمائيين أن يفعلوه، الاستحواذ على اهتمام الجمهور¹. الفيلم ليس مجرد للترفيه، إن إحدى الطرق للنظر إلى الأفلام باعتبارها صناعة.

أما البرامج الغنائية الموسيقية، فهي تلك البرامج التي يغلب عليها الطابع الغنائي، كمسابقات أفضل الأصوات، أو حصة ترتيب الأغاني، أو الفيديو كليب، أو برنامج حوار مع مغني يستعرض آخر أغانيه وغيرها من البرامج ذات الطابع الغنائي.

خلال العشرون سنة الماضية اكتسحت المسلسلات والأفلام المصرية شاشات التلفزيونات العربية، وبشيء قليل من الدراما السورية واللبنانية، أما اليوم فأصبحت تترجمها بل تطغى عليها نوع جديد من الإنتاج المستورد هذه المرة من الهند وتركيا، بالإضافة طبعا إلى الولايات المتحدة.

فبالرجوع إلى مجموعات الدردشة، ساد الحديث عن المسلسلات الأجنبية في مقدمتها التركية، وكان مسلسلي " أسميتها فريحة " Adini Feriha Koydum " و " حريم السلطان " Muhteşem Yüzyıl " الأكثر شعبية ، خاصة بين الفتيات، نوعان مختلفان من الدراما، الأول يتحدث عن فتاة تحاول التغلب على الطبقة في المجتمع التركي المعاصر، والثاني أو كما ترجم للإنجليزية "القرن العظيم " The Magnificent century مسلسل تاريخي

¹ : روبين ل. ياغر وآخرون: أكثر من مجرد أفلام ذات ميزانية ضخمة وأرباح كبيرة، المجلة الإلكترونية يو أس إيه، المجلد 12، ع.12، مكتب برامج الاعلام الخارجي - وزارة الخارجية الأمريكية، حزيران - يونيو 2007، ص.03. متاح على: <http://photos.state.gov/libraries/amgov/30145/publications-persian/ijsa0607.pdf>، اطلع عليه بتاريخ 2014/12/12، 22.32 سا.

خصائص التلفزيون

يسرد وقائع العصر الذهبي للإمبراطورية العثمانية، المسلسل في موسمه الرابع وهو يشبه إلى حد كبير الأوبرات الصابونية اللاتينية.

هناك العديد من الاستراتيجيات التي تعتمد عليها الصناعات التركية للتسويق، ففي بعض الأعمال تستحضر الحداثة والمناظر الطبيعية بالإضافة إلى العواطف، أما الثانية فبالاعتماد على السرد والاحتجاج بالماضي لتبرز كدور مؤثر في الوقت الحاضر، وبخاصة في الشرق الأوسط والمنطقة العربية . فمن خلال الدراما التركية يمكن لتركيا أن تعود إلى العالم لإعادة بناء العلاقات الثقافية والاجتماعية بين الشعبين التركي والعربي¹. ما زاد من انتشار هذه الصناعات هو عملية "الدوبلاج"، فمعظمها مترجم إلى اللهجة السورية أو اللبنانية، مما يجعل من قصصها أكثر تصديقا وأقرب إلى الحياة. الأمر الذي يطلق عليه بالقرب الثقافي The paradigm of cultural proximity .

هذه الصناعات موضع تقدير من قبل الطلاب، بسبب أسلوب التصنيع والإنتاج " التمثيل، السيناريو، التفاصيل"، فعن أسباب مشاهدة هذا النوع من المسلسلات* والأفلام

¹: Zayed Mohamed, **Turkish Drama in the Arab World**(Social Impacts, Religious Reaction and Dramatic Void in the Arab World), Vol. II, Issue 7, *Centre for Policy and Research on Turkey (Research Turkey)*, London, 2013, available on: <http://researchturkey.org/author/mohamedzayed/>, consulted at 15/06/2014, 20.30h

* : يجدر الإشارة هنا إلى أن القنوات التلفزيونية العربية تعمل على تقليص الحجم الزمني للحلقة، فالمسلسلات الأصلية تكون حلقتها أطول بكثير مقارنة بالحلقة المدبلجة، فالنسخ الأصلية للمسلسلات لا تكون بذلك الحجم الكبير في عدد الحلقات مقارنة بالنسخ المدبلجة، تعتبر هذه المسألة ذات قيمة اقتصادية في عملية البرمجة بالنسبة للمحطات العربية، حيث تقوم بعرض المسلسل لأكبر قدر ممكن من الزمن، بدلا من شراء منتج آخر والعمل على دبلجته بغية عرضه، غير أن المسألة ذاتها تفسد السيناريو وحبكة المسلسل، فالنسخة الأصلية للحلقة الواحدة- وخاصة للمسلسلات التركية والكورية- تقوم على حبكة وعقدة تتفك بنهاية الحلقة التي تدوم ساعة واحدة أو أكثر بقليل بالنسبة للدراما الكورية، ومن ساعة ونصف إلى ساعتين أو أكثر بقليل بالنسبة للدراما التركية - حسب العقدة - ، وتنتهي حلقة المسلسل بإشكال جديد يعالج ضمن الحلقة الجديدة. مما يفسد استمتاع المشاهد وتحقيق الإشباع المرغوب، هذا بالإضافة قص بعض المشاهد، و فترات الإشهار.

خصائص التلفزيون

يقول أحد الطلبة: "إنني أفضل القنوات العربية التي تبث البرامج الأجنبية ذات القصص العظيمة والسيناريوهات الجيدة".

يجدر التذكير أن النجاح المثير والباهر للدراما التركية بدأ مع مسلسل "نور" أو "Gümüş" في النسخة الأصلية التركية عام 2008، وقد زاد الطلب على الدراما التركية بعد 2011، وكانت أشكال المسلسلات والأفلام الأجنبية الشعبية الأخرى، المذكورة من قبل الطلاب الأفلام الهندية باختلاف مسمياتها، كما تظهر الدراما الكورية من خلال مسلسل "قناص المدينة" *도시의 사냥꾼*، قصة المسلسل مستوحاة من قصة واقعية أثناء الحرب بين الكوريتين، يدور موضوعها حول حالة حب بين عميلين، بالإضافة إلى المسلسل التركي " نساء حائرات" *Umutsuz Ev Kadınları*، نسخة مستوحاة من المسلسل الأمريكي *Desperate Housewives*.

تعتمد الصناعات الهندية التلفزيونية على قصص الحب والدراما، والمشاعر والأحاسيس. فبوليوود *Bollywood* لا يمكن مقارنتها مع هوليوود *Hollywood* من ناحية الحركة والإثارة، غير أن هذه الأخيرة لا يمكنها أن تتنافس نظيرتها في العواطف¹، هكذا صرح *Kmal Nahto* مدير إحدى المنشآت الصناعية الخاصة بالأفلام والمعلومات بالهند. إن مفتاح نجاح الأفلام الهندية مع الجمهور على ما يبدو أن الأفلام الهندية تتحدث إلى الجمهور بطرق وأساليب هوليوود، بالإضافة إلى "العواطف الجياشة"، وعلى الرغم من الاختلافات الكبيرة بين الثقافة الهندية والعربية والقيم الأسرية "الإسلامية" غير أن الصناعات الهندية التلفزيونية تتناسب الجمهور الجزائري حتى من قبل الذكور.

¹:Thomas Fuller: **It's Bollywood!/'They Can't Compete with Us in Emotions** (Indian Movies Speak to a Global Audience) , available on: <http://www.nytimes.com/2000/10/20/news/20iht-bolly.2.t.html> , consulted at 15/06/2014, 23.30h.

خصائص التلفزيون

دائماً نعود إلى الحديث عن الصناعات التلفزيونية المحلية أثناء المقابلات الجماعية، وقد سجلنا موقفين، موقف سلبي تام يقاطع البرامج التلفزيونية المحلية، وموقف ثاني سلبي نسبي، يكمن في مشاهدتها مناسباتياً مع التذمر وعدم الرضى.

فالمسلسلات الجزائرية، أو كما وصفتها إحدى الطالبات " بالتقاهات" أو " تلك التي ليس بها أي روح خلاقية" كما وصفها أحد طلبة اللغة العربية " لا تلبي رغبات المشاهدين". "مشاهدتها تكون فقط خلال شهر رمضان في المساء للحصول على بعض المتعة مع الأسرة " هكذا عبر أغلب الطلبة، وتفسر طالبة أخرى هذه الاختيارات قائلة: " أعتقد أننا لا نشاهد البرامج العربية والجزائرية لأنها متشابهة فهي لا تختلف كثيراً عن الطريقة التي نعيش بها، لدينا دائماً الأحلام والأوهام، ونود العيش هناك من خلال الأفلام... عندما نشاهد التلفاز، نود فتح بوابات للأحلام لكي نتحقق " .

يعود سبب انتشار المسلسلات والأفلام الهندية والتركية والأمريكية وغيرها وخاصة في أوساط الشباب إلى: ضعف الارتباط بالقيم وتشويه بيئته الفيزيقية والفراغ، وغياب وسائل الترفيه الهادفة¹. كما يرجع إلى سبب أساليب التعبير التلفزيوني، فعلى عكس أساليب التعبير التلفزيوني في العالم التي تطورت إلى درجة أن الجرائد الإخبارية أصبحت تخضع لمعايير رؤى الإنتاج الدرامي، ظل بعض الإنتاج الدرامي العربي يزرع تحت معايير رؤى الإنتاج الإخباري التلفزيوني، هذا يزيد في حذر المشاهد منه، ويشك في

¹ عزي عبد الرحمن: الإعلام و تفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية (قراءة في الرواسب الثقافية)، مرجع سابق، ص.67.

خصائص التلفزيون

نواياه، ويمكن القول أن هذا الأمر توارثه المهنيون والقائمون على القنوات التلفزيونية منذ عهد سيادة الحزب الواحد كتنظيم سياسي أو الفكر الواحد كذهنية¹.

كما أن الإنتاج السمعي بصري الجزائري قليل وقليل جدا، فالملاحظ أن معظم الأفلام في الثمانينات كانت أفلام حربية خاصة بثورة التحرير الجزائرية، ثم أخذت طابعا اجتماعيا بالخصوص في السبعينات كمشاكل الأسرة الجزائرية، غير أنه على ما يبدو لا تلبى رغبات المشاهد الجزائري اليوم.

أكدت إحدى الدراسات² أن المسلسلات العربية تركز على عرض الموضوعات السلبية أو ذات الأثر السلبي أكثر من الموضوعات الإيجابية أو ذات الأثر الإيجابي... تلك المسلسلات تسعى إلى تغليب جوانب الشر والفساد والباطل في جميع الموضوعات التي تتناولها على جوانب الخير والهدى، وحتى تلك السلبية التي يتم عرضها بغرض نقدها وتقويمها والتي لا توفيقها حقها في غالب الأحوال. لذلك يلجأ المشاهد العربي والجزائري بالتحديد إلى المسلسلات والأفلام الأجنبية.

أما انتشار مشاهدة البرامج الموسيقية الغنائية، فيغلب عليها طابع الفيديو كليب، وتكون مشاهدتها في الفترة التي تفصل مسلسلا عن مسلسلا آخر أو فيلما، أو هروبا من الإعلانات، كما يتم مشاهدة هذا النوع من البرامج التلفزيونية نهاية الأسبوع، على اعتبار أن بعض القنوات التلفزيونية لها شبكة برمجية خاصة نهاية الأسبوع أو أثناء العطل.

¹: نصر الدين العياضي: الهوية الوطنية و التلفزيون (عشر أطروحات لتطبيق المسلمات)، التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع.32، جامعة باجي مختار - عنابة، ديسمبر 2012، ص.68.

²: أنظر: مساعد بن عبد الله المحيا: القيم في المسلسلات التلفازية (دراسة تحليلية وصفية مقارنة لعينة من المسلسلات التلفازية العربية)، دار العاصمة، الرياض، ط.01، 1414. ص.293.

2- مشاهدة المسلسلات والأفلام الأجنبية والبرامج الموسيقية والغنائية تبعا

لخصائص عينة الدراسة :

1- تبعا للجنس:

عامل مهم آخر أبرزته الكثير من الدراسات في السياقات العربية بصفة عامة هو الفرق بين الجنسين في عملية استهلاك المضامين التلفزيونية، حيث ساد الاعتقاد أن المستهلكات الإناث من المحتمل أن يتابعن أنواع الترفيه في حين يفضل الذكور نوعا آخر هو الأخبار¹، والجدول التالي يبين الفروقات بين مشاهدة الأفلام والمسلسلات الأجنبية وكذا البرامج الغنائية تبعا للجنس.

الجدول (17) درجة مشاهدة الأفلام والمسلسلات الأجنبية المدبلجة، والبرامج الغنائية

والموسيقية تبعا للجنس

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العينة	الجنس	المصدر
0.82	2.07	115	ذكر	المسلسلات الأجنبية
0.76	*2.43	269	أنثى	المدبلجة
0.86	1.89	115	ذكر	البرامج الغنائية
0.74	*2.43	269	أنثى	والموسيقية

يتضح من الجدول (17) أن ذلك الاعتقاد مازال سائدا، فقد أثبتت الدراسة الميدانية وجود فروقات في مستوى مشاهدة المسلسلات الأجنبية المدبلجة يعزى لمتغير الجنس، حيث كانت الفروقات لصالح الإناث وذلك بارتفاع المتوسط الحسابي لهن عن المتوسط

¹:voir :Miller C : **Langues et Médias dans le monde arabophone**(Entre idéologie et marché, convergences dans la globalisation) in A. Lachkar ed. *Langues et Médias en Méditerranée*, L'harmattan, Paris, 2012. Disponible sur: <http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/57/88/51/PDF/InviteConf.pdf>, consulté le 25/05/2014, 10.30h.

خصائص التلفزيون

الحسابي للذكور، ويتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاهدة البرامج الغنائية والموسيقية يعزى لمتغير الجنس، حيث كانت الفروقات لصالح الإناث أيضاً، وذلك بارتفاع المتوسط الحسابي لهن عن المستوى الحسابي للذكور.

يرى نصير بوعلی أن انزياح المرأة نحو الأفلام الاجتماعية والدراما يعود إلى كونها ميالة بطبعها النفسي إلى المواضيع التي تعالج الأسرة، أما الرجل فيميل أكثر إلى الأفلام البوليسية والمواضيع الجادة. إن تفسير الأمر على هذه الشاكلة يطرح مسألة التمييز بين مصطلحي الجنس والنوع، وإذا أخذنا بالاعتبار تقسيم الأدوار والوظائف على الأساس التمييز بين الجنسين فإننا سنلاحظ أن انجذاب الشابة نحو البرامج العاطفية وإحجام الشباب من جنس الذكور عن التصريح بإقدامهم على مشاهدة هذا النوع من البرامج العاطفية هو استمرارية في الأساس لتقسيم الأدوار بين الجنسين، الذي يبدأ في مراحل التنشئة الأولى، فيراد للمرأة أن تكون عاطفية، وللرجل أن يظهر أكثر صلابة من خلال نفي اهتمامه بالعاطفة التي تتصل عنده بالضعف¹. وهذا ما ذهب إليه دافيد مورلي David Morly فهذه الفروقات لا يرجعها إلى السمات البيولوجية الخاصة بالذكور والإناث، بقدر ما يرجعها إلى الأدوار الاجتماعية التي يتقلدونها داخل المجتمع².

فالفتيات يملن أكثر إلى الدراما، أما الذكور فيمكنهم مشاهدة برامج أخرى كمباريات كرة القدم، كما إن الإناث يقضين وقتاً أكبر بالمنزل على العكس من الذكور. غير أن المدقق في نتائج الدراسة يرى أن الفرق طفيف جداً، خاصة في مشاهدة المسلسلات والأفلام الأجنبية المدبلجة، وخلال المقابلات صرح الكثير من الذكور لمتابعتهم للأفلام

¹: مصطفى مجاهدي: برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في الجمهور، مرجع سابق، ص.148..

²:David Morly: **Family television**, cultural power and domestic leisure, The Taylor and Francis group,2005,p.139-140.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

الهندية، والمسلسلات التركية ومعرفتهم بجميع الممثلين، والأغرب من ذلك هو تأثرهم بهم على حد قول أحد طلبة الإعلام " .. مرة رأيت صديقي يبكي من مشاهدته لفيلم هندي " .

2-تبعاً العمر

الجدول (18) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على متابعة المسلسلات

الأجنبية المدبلجة، والبرامج الغنائية والموسيقية تعزى لمتغير العمر

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد		
0.75	2.45	239	أقل من 20 سنة	وأفلام_مدبلجة مسلسلات
0.84	2.15	124	21-25 سنة	
0.87	1.75	12	26- 30 سنة	
0.67	2.22	9	30 سنة فما فوق	
0.80	2.33	384	Total	
0.77	2.36	239	أقل من 20 سنة	غنائية_ برامج موسيقية
0.86	2.15	124	21-25 سنة	
0.90	1.50	12	26- 30 سنة	
0.73	2.56	9	30 سنة فما فوق	
0.82	2.27	384	Total	

أظهرت النتائج في الجدول (18) أعلاه وجود فروق ظاهرية في مستوى مشاهدة المسلسلات والأفلام المدبلجة، والبرامج الغنائية والموسيقية يعزى لمتغير العمر، وللتعرف إلى دلالة الفروق ما بين فئات الأعمار، تم استخدام اختبار التباين الأحادي * One Way ANOVA، والجدول (19) يوضح ذلك.

* : يستخدم هذا الاختبار للتعرف على الفروق بين متوسطات أكثر من مجموعتين، يعتمد إحصائياً على القيمة الفائية.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

الجدول (19) : اختبار التباين الأحادي للتعرف على الفروق في مشاهدة المسلسلات والأفلام

المدبلجة والبرامج الغنائية الموسيقية تبعا للعمر

الدلالة الاحصائية	قيمة (F)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	
0.000	6.154	3.773	3	11.319	مسلسلات_وأفلام
		0.613	380	232.99	_مدبلجة
			383	244.31	المجموع
0.001	5.944	3.823	3	11.468	برامج_غنائية_و
		0.643	380	244.365	موسيقية
			383	255.833	المجموع

أظهرت نتائج اختبار التباين الأحادي المبينة في الجدول (19) أعلاه، وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاهدة المسلسلات والأفلام المدبلجة، والبرامج الغنائية والموسيقية تعزى لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة الإحصائي (F) (6.154) و (5.944) على التوالي، وهي قيم دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، وللتعرف إلى مصدر الفروق في مستوى مشاهدة المسلسلات والأفلام المدبلجة، ومشاهدة البرامج الغنائية والموسيقية باختلاف الأعمار، تم اختبار شيفيه* Scheffe للمقارنات البعدية¹، وقد أظهرت نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية أن الفروق في مستوى مشاهدة المسلسلات والأفلام المدبلجة كان مصدرها الفئة العمرية (20 سنة فأقل)، وكانت الفروق في مستوى مشاهدة البرامج الغنائية والموسيقية مصدرها الفئة العمرية (أقل من 20 سنة، ومن ثم 30 سنة فما فوق).

ربما يرجع الأمر إلى وقت الفراغ الذي يقضيه الطالب فترة الليسانس، في ظل عدم وجود وسائل أخرى للترفيه، فيلجؤون إلى الترفيه وملء وقت الفراغ من خلال الدراما.

** : من الطرق الأكثر سهولة لإجراء المقارنات الزوجية والمقارنات المجمعمة، يهتم بالكشف عن الفروق أو الاختلافات بين عدد من المجموعات في متغير واحد.

¹: أنظر الملحق رقم 02، ص.249.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

بالإضافة إلى رغبتهم في معرفة واكتساب خبرات في مختلف العلاقات الاجتماعية وطرق التصرف، التي تتيحها الأفلام والمسلسلات الأجنبية. أما طلبة الفئات العمرية الأخرى- الأكبر سنا- يشعرون بالمسؤولية ويبحثون عن عمل أو يذهبون إلى التجنيد بالنسبة للذكور، أما الإناث فرما ينشغلن بحياتهن العائلية وأسرتهم خاصة بعد سن العشرين، لذلك فنسبة مشاهدتهم للتلفزيون تقل نوعا ما. ويلجأ الطلبة الذين يفوق سنهم 30 سنة إلى الموسيقى كنوع من الاسترخاء والتفيس، في ظل احتمالية المزوجة بين الاستماع إلى الموسيقى والقيام بأعمال أخرى، على العكس من مشاهدة الأفلام والمسلسلات.

3- تبعا للمؤهل العلمي:

الجدول (20) متابعة المسلسلات الأجنبية المدبلجة، والبرامج الغنائية والموسيقية تبعا لمتغير

المؤهل العلمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	نوع البرامج	
0.77	2.38	311	ليسانس	مسلسلات_وأفلام_مدبلجة
0.88	2.05	62	ماستر	
0.90	2.27	11	دراسات عليا	
0.80	2.33	384	المجموع	
0.80	2.29	311	ليسانس	برامج_غنائية_وموسيقية
0.90	2.18	62	ماستر	
0.98	2.18	11	دراسات عليا	
0.82	2.27	384	المجموع	

أظهرت النتائج في الجدول (20) أعلاه وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاهدة المسلسلات والأفلام المدبلجة، والبرامج الغنائية والموسيقية يعزى لمتغير

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

المؤهل العلمي، وللتعرف إلى دلالة الفروق ما بين فئات المؤهل العلمي، تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، والجدول (21) يوضح ذلك.

الجدول (21) اختبار التباين الأحادي للتعرف على الفروقات في مستوى مشاهدة

التلفزيون تبعا للمؤهل العلمي

نوع البرامج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	الدلالة الاحصائية
مسلسلات_وأفلام_مدبلجة	5.807	2	2.904	4.638	0.01
بين المجموعات					
داخل المجموعات	238.503	381	0.626		
المجموع	244.31	383			
برامج_غنائية_وموسيقية	0.776	2	0.388	0.579	0.561
بين المجموعات					
داخل المجموعات	255.058	381	0.669		
المجموع	255.833	383			

أظهرت نتائج اختبار التباين الأحادي المبينة في الجدول (21) أعلاه، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاهدة المسلسلات والأفلام المدبلجة، تعزى لمتغير المؤهل العلمي، حيث بلغت قيمة الإحصائي (F) (4.638) ، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل، وعدم وجود فروق دالة إحصائية في مستوى مشاهدة البرامج الغنائية والموسيقية تعزى لمتغير المؤهل العلمي، حيث بلغت قيمة الإحصائي (F) (0.579) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل.

وللتعرف إلى مصدر الفروق في مستوى مشاهدة المسلسلات والأفلام المدبلجة، باختلاف المؤهل العلمي)، تم استخدام اختبار شيفيه Scheffe للمقارنات البعدية¹، وقد أظهرت نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية أن الفروق في مستوى مشاهدة المسلسلات

¹: انظر الملحق رقم 03، ص.250.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

والأفلام المدبلجة كان مصدرها فئة المؤهل العلمي (الليسانس)، والأمر يرجع لذات الأسباب السابقة الذكر.

3- أنماط المشاركة الاجتماعية في مشاهدة برامج التلفزيون المختلفة:

الجدول (22) النسب المئوية لأنماط لمشاركة الاجتماعية في مشاهدة البرامج

المختلفة

الفقرات	غير مستجيب %	منفردا %	مع العائلة %	لا يهم %
الأخبار والبرامج السياسية	2.3	4.9	56.2	36.5
المسلسلات والأفلام الجزائرية	2.9	6.2	67.4	23.4
المسلسلات والأفلام العربية	2.6	28.9	39.3	29.2
المسلسلات والأفلام المترجمة / المدبلجة	3.1	65.1	12.2	19.5
البرامج الرياضية	2.3	24.0	30.7	43.0
البرامج الدينية	2.6	8.3	71.4	17.7
البرامج الغنائية والموسيقية.	3.9	59.9	16.1	20.1
البرامج الإشهارية والدعائية.	4.4	14.8	20.1	60.7
البرامج الاجتماعية.	1.8	9.1	71.1	18.0
برامج الثقافة العامة والتعليمية	1.3	25.8	47.4	25.3

يبين الجدول (22) أعلاه الخاص بأنماط المشاركة الاجتماعية للمشاركة في

مشاهدة أنماط البرامج التلفزيونية المختلفة ما يلي:

- الأخبار والبرامج السياسية: أن النسبة الأعلى بواقع (56.2%) من أفراد العينة تفضل مشاهدة هذا النمط من البرامج مع العائلة.
- المسلسلات والأفلام الجزائرية: أن النسبة الأعلى بواقع (67%) من أفراد العينة تفضل مشاهدة هذا النمط من البرامج مع العائلة أيضاً.

خصائص التلفزيون

- المسلسلات والأفلام العربية: أن النسبة الأعلى بواقع (39.3%) من أفراد العينة من الشباب الجامعي الجزائري تفضل مشاهدة هذا النمط من البرامج مع العائلة أيضاً.
 - المسلسلات والأفلام المترجمة / المدبلجة: أن النسبة الأعلى بواقع (65.1%) من أفراد العينة تفضل مشاهدة هذا النمط من البرامج منفرداً. بينما لا يفضل مشاهدة هذا النمط مع العائلة سوى (12.2%) من عينة الدراسة.
 - البرامج الرياضية: أن النسبة الأعلى بواقع (43%) من أفراد العينة لا يهتمها كيف تكون مشاركة المشاهدة لهذا النمط من البرامج الرياضية بينما فضلت نسبة عالية (30.7%) مشاهدتها مع العائلة.
 - البرامج الدينية: أن النسبة الأعلى بواقع (71.4%) من أفراد العينة تفضل مشاهدة هذا النمط من البرامج مع العائلة.
 - البرامج الغنائية والموسيقية: أن النسبة الأعلى بواقع (59.9%) من أفراد العينة تفضل مشاهدة هذا النمط من البرامج مع العائلة.
 - البرامج الإخبارية والدعائية: أن النسبة الأعلى بواقع (60.7%) من أفراد العينة لا تهتم لنمط المشاركة في مشاهدة هذا النمط من البرامج.
 - البرامج الاجتماعية: أن النسبة الأعلى بواقع (71.1%) من أفراد العينة تفضل مشاهدة هذا النمط من البرامج مع العائلة.
 - برامج الثقافة العامة والتعليمية: أن النسبة الأعلى بواقع (47.4%) من أفراد العينة تفضل مشاهدة هذا النمط من البرامج مع العائلة.
- يبدو من خلال حصيلة تلك القراءة أن النسبة الأعلى لمشاهدة مختلف أنماط البرامج التلفزيونية تفضل مشاركة العائلة بواقع (7) تكرارات من أصل (11) نمطاً من البرامج التلفزيونية، بينما توزعت التكرارات المتبقية (3) على نمط "منفرداً" ونمط "لا يهتم".

"أشاهد كل ما يتوافق مع العقلية الجزائرية" هكذا عبرت طالبة من كلية العلوم التجارية، و تضيف أخرى " كل ما هو في دائرة أشياء محترمة و نظيفة للمشاهدة" هذا المفهوم تقريبا ساد في كل المقابلات الجماعية، و على سبيل المثال، الحوار الذي دار بين طالبتين في اللغة الإنجليزية:

- كل ما هو رومانسي لا أستطيع مشاهدته مع والدي و إخوتي.

- نعم... فقط أفلام الحركة.

- والكوميديا والأخبار بالطبع.

بهذا المعنى يبدو أن ما كتبه في وقت سابق في تسعينات القرن الماضي مصطفىاوي عن التلفزيون الفرنسي في المغرب العربي مازال صحيحا ورائجا بكثرة. حيث كانت عملية التأقلم سارية من قبل جمهور شمال افريقيا في الحياة الأسرية، للحد من الطابع المقلق لبعض الصور كتقسيم الأسرة بين الذكور والإناث، أو الأطفال والآباء والأمهات، وتفضل بعض أوقات البث على أخرى¹.

فليس الجميع على استعداد للقبول بشروط وسياقات مشاهدة العائلية للتلفزيون، كما صرح أحد الطلبة " أنا لا أشاهد التلفزيون مع عائلتي"، كما أن الكثير من الطلبة أعربوا عن انزعاجهم من مشاهدة التلفزيون مع العائلة كما سبق ذكره. يلجأ الشباب إلى هذه المشاهدة تجنباً للقطات المباغثة أو رغبة في مشاهدة برامج لا تتوافق والقيم الأسرية.

¹:Voir :Belkacem Mostefaoui : La télévision française au Maghreb: Structures, stratégies et enjeux, Paris : L'Harmattan.1995.

4-الأشخاص المتحكمين بالبرامج التلفزيونية:

أما عن هوية الأشخاص المتحكمين بالبرامج التلفزيونية المشاهدة في المنزل يتوزعون على خمسة أنماط يأتي في أولها النمط "لا يوجد نظام ثابت لذلك" بنسبة (43.2%) من أفراد العينة وفي الرتبة الأولى، بينما جاء النمط "أنا شخصياً" في الرتبة الثانية وبنسبة (39.6%)، تلا ذلك النمط "أحد الوالدين" بنسبة (7.8%) وفي الرتبة الثالثة، أما الرتبة الرابعة فيمثلها النمط "أحد الأخوة الأكبر سناً" بنسبة (6.8%)، بينما جاءت الرتبة الخامسة والأخيرة للنمط "بعض الأصدقاء" بنسبة (2.1%) من أفراد عينة الدراسة، وهذه الأخيرة قد تفسر على عدم اهتمام المستجيب ببرامج التلفزيون وترك ذلك للأصدقاء الذين يتبادلون الزيارات بينهم، ونادراً ما يحدث ذلك.

الجدول (23) هوية المتحكم في البرامج المشاهدة في المنزل

الرتبة	النسبة المئوية%	التكرارات	المتحكم
1	43.2	166	لا يوجد نظام ثابت لذلك
2	39.6	152	أنا شخصياً
3	7.8	30	أحد الوالدين
4	6.8	26	أحد الأخوة الأكبر سناً
5	2.1	8	بعض الأصدقاء
-	0.05	2	غير مستجيب
-	100.0	384	المجموع

5- دوافع مشاهدة البرامج التلفزيونية:

برز مفهوم دوافع مشاهدة التلفزيون مع تطور بحوث الاستخدامات* والإشباع منذ الأربعينيات من القرن الماضي برعاية لازارسفيلد وبعض زملائه، ومنذ بداية السبعينات بدأت تتبلور أبعاد هذه النظرية، التي تقوم على أساس الجمهور النشط الذي يقوم بعملية التعرض لوسائل الإعلام لإشباع حاجات* معينة، ويرجع الفضل إلى الباحثة Herta Herzog في إطلاق مصطلح " الاستخدامات والإشباع " uses and gratifications على هذا النوع من البحوث، بناءً على الدراسات التي قامت بها. وهو المصطلح الذي مازال يستخدم لحد الساعة.

أحيانا أخرى يعرف بمنهج " الاستعمالات والجاذبيات"، على اعتبار أن الجمهور يقوم بخيارات فاعلة من لائحة وسائل الإعلام المتوفرة عنده، ومثل هذا تحولا من الاشتغال ماذا تفعل وسائل الإعلام بالناس بغية التوجه نحو قضية ما يقوم به الناس أنفسهم فعلا مع وسائل الإعلام المتاحة تحت تصرفهم.

ظهرت أهم الإسهامات النظرية والإمبريقية لهذا التقليد في كل من الولايات المتحدة الأمريكية والسويد، وجاءت الانتقادات من بريطانيا، وتوالت الدراسات الإمبريقية القائمة على هذا المنظور سواء بالتسليم بافتراضاته أو بإعادة النظر فيها كما أصبح هذا المنظور من التقاليد العريقة في دراسة الجمهور وخاصة في المنطقة العربية من قبل الباحثين في حقل الإعلام والاتصال.

* : لقد درج استخدام مصطلح "الاستخدامات" كترجمة للمصطلح الإنجليزي uses غير أن الكثير من الكتاب يرون أن الترجمة الأصح هي "الاستعمالات"، وتعرف الاستعمالات على أنها بناء اجتماعي وليس مادة طبيعية لغوية، إذ يتراوح تعريفه بين قطب مجرد "التبني" - الذي يرتبط أكثر بمعاني الشراء، الاستهلاك، التعبير عن طلب اجتماعي مقابل عرض صناعي، وانتشار المبتكرات - و قطب " التملك" مرورا بقطب "الاستخدام" الذي يعني الاستعمال العادي لأي تقنية عن طريق وسائط خدمية مسهلة لاستخدام الوظيفي في الحياة ...

*** : الحاجات أو الدوافع ، يستخدم المصطلحان بصفة متبادلة من قبل الباحثين، وتتحدد الدوافع باختلاف العوامل البيولوجية والنفسية والاجتماعية ، ويعمل الفرد على إشباع هذه الحاجات بمختلف الوسائل، من بينها وسائل الإعلام .

خصائص التلفزيون

بدأت المحاولات الأولى لهذه البحوث في الولايات المتحدة الأمريكية، وأبرز من كتب حولها: دراسات "بول لازار سفيلد" Lazarsfeld وزملاؤه، كانت نتائج بحوثهم بمثابة فرضيات جديدة لبحوث أخرى. توصلت في نهاية المطاف إلى تنفيذ فكرة القوة الخارقة لوسائل الإعلام وفعاليتها في التأثير على الجمهور.

استند هذا المنظور في بداياته الأولى على حادثة اختفاء صحيفة يومية بمدينة نيويورك، مدة أسابيع بسبب إضراب عام، وقد لاحظ الباحثون اضطراب قراء الصحيفة وتوترهم طوال تلك الفترة، ومنهم من أحس بفقدان السيطرة على المحيط، وأرجع الباحثون السبب في ذلك إلى غياب الإشباع المعرفية.

دراسة أخرى من بين أهم الدراسات في هذا المجال، دراسة الباحثة Herta Herzog : سنة 1940، تناولت مسألة إشباع الرغبات التي كان يتحصل عليها جمهور برنامج العاب quiz الإذاعي، ومن بين الرغبات والإشباع التي أفصح عنها المبحوثين والتي توصلت إليها هذه الدراسة ، والتي ما زالت تؤخذ بعين الاعتبار في هذا التقليد البحثي إلى يومنا هذا¹ :

- التنافس: بمعنى أن المشارك يتصل بالبرنامج بهدف المنافسة مع الآخرين.
- التربية: اكتساب معلومات جديدة.
- التقييم الذاتي: المستمع يقارن نفسه مع المتبارين الآخرين.

كما قامت الباحثة بعد سنتين بإعداد بحث آخر تحت عنوان : ماذا نعرف حقيقة عن مستمعي المسلسلات الإذاعية اليومية؟² ، حيث تم استجواب عينة مكونة من

¹: عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة: الإعلام و المجتمع (رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية)، الورسم للنشر و التوزيع، الجزائر، ص.61.

²: للاطلاع أكثر:

Herta Herzog: **what we really know about daytime serial listeners**, in P. Lazarsfeld, F. Stanton : radio research, N.Y.Dell, 1944.

خصائص التلفزيون

2500 مستمع للإذاعة حول أنواع الرغبات التي يتحصلون عليها من المسلسلات الإذاعية اليومية.

ومن بين الرغبات المفصح عنها¹:

- التنفيس العاطفي: التخلص من الشحنات العاطفية والتوترات والقلق.
- الاستغراق في أحلام اليقظة: بمعنى أن المستمع يتخيل نفسه في وضعيات وأدوار أو أماكن يصورها المسلسل اليومي ويتحدث عنها.
- السلوك الاجتماعي للألف: ويقصد به تبني المستمع لسلوكيات ومواقف يتحدث عنها المسلسل اليومي .

إذا تقوم النظرية على المنظور الوظيفي لوسائل الإعلام، وعلى الرغم من اختلاف الباحثين حول الوظائف التي تمارسها وسائل الإعلام . قام Katz و Gurevitch سنة 1973 بتحديد 35 حاجة من الوظائف النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام، وقد تم تصنيفها وفق خمس فئات هي:

- الحاجات الوجدانية: بما فيها العاطفة والمتعة والمشاعر .
- الحاجات الإدراكية: اكتساب المعلومات والمعرفة.
- الحاجات التكاملية الشخصية: المصادقية، الاستقرار، والمرتبة الاجتماعية.
- الحاجات التكاملية الاجتماعية: بما فيها التفاعل مع الأسرة والأصدقاء.
- حاجات تقليص التوتر : تشمل الهروبية والتحويل.

كما قام كل من كاتز وبلومر Katz and Blumer بتلخيص افتراضات هذا المقترح في شكل نظرية، أصبحت تعرف باسميهما، ويفترض المنظور أن الدور الذي يقوم به الفرد في المجتمع ومختلف أدواره الأخرى تخلق لديه دوافع يسعى إلى تلبيتها بمختلف

¹: عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة: الإعلام و المجتمع (رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية)، مرجع سابق، ص.62.

خصائص التلفزيون

الوسائل ومن بينها وسائل الإعلام، ويمكن لنفس المحتوى الإعلامي أن يحقق رغبات مختلفة.

تعتمد بحوث الاستخدامات والإشباع على كل من المنهج الكمي و/أو الكيفي، من خلال استمارة استبيان و/أو مقابلة، وتعتبر دراسة Denis Mcquail, Jay Blumer, and J. Brown ، تحت عنوان The television audience من بين أهم الدراسات التي أسهمت في وضع فروض النظرية. ركزت الدراسة على وصف جمهور التلفزيون وتجربتهم، وتحديد الوظائف التي تؤديها محتويات معينة في ظروف معينة، وقد قامت على مجموعة من الفروض هي¹:

- أن مشاهدة التلفزيون موجهة نحو هدف.
- يستطيع المشاهدون وحدهم الكشف عن الأهداف والاهتمامات والدوافع.
- هناك أنماط متنوعة للدوافع وإشباع الرغبات.
- يمكن معالجة إشباع الرغبات والدوافع والاهتمامات والوظائف كوحدات مفاهيمية مختلفة للتحليل.

- يمكن وصف استعمال وسائل الإعلام كعملية تفاعلية تربط المحتوى والحاجات والإدراكات والأدوار والقيم بالسياق.

توصلت هذه الدراسة إلى أن وسائل الإعلام تعمل على التنفيس العاطفي وتساعد على الهروب من أعباء الحياة، المرافقة، تعزيز القيم من خلال التعرض لما يتوافق وقيم الجمهور. كما تعرضت هذه الدراسة إلى مجموعة من الانتقادات، حيث يوجد الكثير من الغموض والالتباس حول إمكانية الأفراد الإفصاح عن دوافعهم.

¹: المرجع نفسه، ص.70

خصائص التلفزيون

بالرجوع إلى الدراسة الميدانية، فقد سجلت ثلاثة دوافع بمتوسط حسابية مرتفعة، أما باقي الدوافع فقط كانت في المدى المتوسط، ويمكن ترتيب دوافع مشاهدة عينة الدراسة للتلفزيون كالتالي:

- 1- الترفيه: حصل على أعلى وسط حسابي بلغ (2.49) وهو من المستوى المرتفع.
- 2- معرفة آخر الأخبار والمستجدات المحلية: جاءت الرتبة الثانية بوسط حسابي مرتفع أيضاً بلغ (2.38).
- 3- تحصيل ثقافة عامة: وجاءت الرتبة الثالثة بوسط حسابي مرتفع أيضاً بلغ (2.34).
- 4- معرفة آخر الأخبار والمستجدات العربية: بوسط حسابي بلغ (2.22).
- 5- ملء وقت الفراغ: بوسط حسابي متوسط بلغ (2.15).
- 6- مشاركة الأسرة في المشاهدة: بوسط حسابي متوسط بلغ (2.08) وبانحراف معياري بلغ (0.68) وهو أقل من الانحراف المعياري للرتبة التالية السابعة رغم تساوي الوسط الحسابي مع الرتبة السابقة حينما بلغ (2.08).
- 7- الهروب من الواقع ومشكلاته: بوسط حسابي بلغ (1.72).
- 8- مشاركة الأصدقاء والزملاء في المشاهدة: بوسط حسابي بلغ (1.55) وهو من المستوى المنخفض.
- 9- وحصلت "دوافع أخرى" على الرتبة العاشرة والأخيرة بوسط منخفض بلغ (1.19)، وأبرز هذه الدوافع: تعلم اللغات الأجنبية، الابتعاد عن التنظيف والأعمال المنزلية، تعلم الطبخ والهروب من الدراسة.

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

الجدول (24) دوافع مشاهدة التلفزيون - مرتبة ترتيبا تنازليا -

الدوافع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
الترفيه	2.49	0.63	1	مرتفعة
معرفة آخر الأخبار والمستجدات المحلية	2.38	0.74	2	مرتفعة
تحصيل ثقافة عامة	2.34	0.64	3	مرتفعة
معرفة آخر الأخبار والمستجدات العربية	2.22	0.77	4	متوسطة
ملء وقت الفراغ	2.15	0.70	5	متوسطة
لمشاركة الأسرة في المشاهدة	2.08	0.68	6	متوسطة
معرفة آخر الأخبار والمستجدات الدولية	*2.08	0.80	7	متوسطة
الهروب من الواقع ومشكلاته	1.72	0.80	8	متوسطة
لمشاركة الأصدقاء والزملاء في المشاهدة	1.55	0.69	9	منخفضة
لدوافع أخرى	1.19	0.58	10	منخفضة

* في حالة تساوي المتوسطات الحسابية يجري مفاضلة الانحراف المعياري ويتقدم في الرتبة الانحراف المعياري الأقل على الأكثر.

يبدو أن هذه الدوافع تقترب كثيرا من الأسباب العامة النمطية التي قدمها دنيس ماكويل McQuail Denis لاستخدام التلفزيون على النحو التالي¹:

1-الإعلام: الاطلاع على آخر الأخبار والأحداث التي تجري في المحيط ، البحث عن النصيحة حول مسائل عملية، البحث عن كيفية اتخاذ القرارات، إشباع الفضول والاهتمام العام.

2-التربية، التعليم الذاتي: الحصول على الأمن عن طريق المعرفة.

¹: للاطلاع أكثر :

Denis McQuail: **Mass communication theory**(an introduction) , 2nd edit, sage publication, Beverly Hills, Cali, 1987.

3- الهوية الشخصية: البحث عن نماذج للسلوك، البحث عن تعزيز للقيم الشخصية، معرفة الذات.

4- الاندماج والتفاعل: الربط بالعائلة والأصدقاء والمجتمع، اكتساب معارف حول ظروف الآخرين، التقمص الاجتماعي، التماهي مع الآخرين واكتساب حسن الانتماء، المساعدة في أداء الأدوار الاجتماعية، البحث عن أرضية للمحادثة والتفاعل الاجتماعي، 5- الترفيه: أو التسلية، ويدخل ضمنها: الاسترخاء، الهروب من المشاكل، الحصول على المتعة الثقافية والجمالية، ملء وقت الفراغ، التنفيس العاطفي، الإثارة الجنسية.

وعلى عكس ترتيب ماكسويل، أين كان الترفيه يتذيل الترتيب، احتل المركز الأول وفق دوافع استخدامات الطلبة المستجوبين للتلفزيون، فيما احتل الإعلام بمعنى الإخبار المركز الثاني.

يبدو أن الترفيه هو الدافع الأول لمشاهدة التلفزيون، وأول سؤال قد يتبادر في الأذهان هو: ما معنى الترفيه Entertainment- Divertissement ؟

مفارقة ولكنها معاشة، إن ما نعرفه جيدا ونتحدث عنه كثيرا ونستهلكه، نعجز غالبا حين نسأل عنه أن نقدم تعريفا محددًا له، ربما من كثرة ما نألفه. ما هو الترفيه، وما هي المادة الترفيهية؟ وما هو تأثير الترفيه، أسئلة تشغل الباحثين السوسيولوجيين ولم يتم بعد التوصل إلى إجابات حاسمة ومتفق عليها¹. إن ما اصطلح على تسميته بالترفيهي يبقى ضبابيا قد يفيد شيئا وقد لا يفيد².

¹: أديب خضور: سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون (الدراما التلفزيونية)، ط.01، دمشق، 1997. ص.29.
²: عبد القادر بن شيخ وآخرون: البرامج الثقافية و التربوية و مسألة الهوية (التلفزيون العربي مثلا)، مرجع سابق، ص.24.

خصائص التلفزيون

تعود صعوبة ذلك إلى عدة أمور أبرزها¹ نسبية الترفيه، إذ ليس ثمة ترفيهها مطلقاً، إن ما هو ترفيهي بالنسبة لشخص ما أو لمجتمع ما، أو لفترة زمنية ما، قد لا يكون بالضرورة كذلك بالنسبة لفرد آخر أو مجتمع آخر، أو لفترة زمنية أخرى.

إن قطعة موسيقية يمكن أن تكون مادة ترفيهية لطالب أو ميكانيكي، ولكنها قد تكون مادة جدية لمؤلف موسيقي. حتى برامج المسابقات ذاتها وهي المادة الترفيهية بالنسبة لشرائح واسعة ومتعددة من جمهور المشاهدين يمكن أن تكون مادة جدية بالنسبة لباحث أو لناقد تلفزيوني أو مصمم أزياء أو مبدع ألعاب. البرنامج الرياضي أيضاً مادة ترفيهية للجمهور، ولكنه مادة جدية للاعبين والمدربين والحكام. كما أن المادة ذات الصفة الترفيهية الآن قد لا تحمل الصفة ذاتها بعد عقدين من الزمن. مادة جدية ما الأخبار مثلاً يمكن أن يدركها المتلقي على نحو آخر لأسباب متعددة ومتنوعة مرتبطة بطريقة المعالجة أو عدم التعاطف أو الموقف المسبق المتحيز أو عدم الفهم والكعس.

إذا كيف يمكن التعرف على المادة التلفزيونية بأنها ترفيهية؟ وكيف يمكن التمييز بين مختلف المواد التلفزيونية؟ يمكن ذلك من خلال عدة مناهج²:

1- وفق القصد: يمكن اعتبار مادة تلفزيونية ما ترفيهية إذا ما كتبت وأخرجت وقدمت بقصد الترفيه. غير أن الدراسات تؤكد أن كثيراً من المواد التي قصد المرسل أن تكون ترفيهية لم يدركها المشاهد هكذا، وبالتالي فإن تأثيره بها لم يكن ترفيهياً، إذا تظهر هنا ضرورة التركيز على المتلقي المستهدف، الحلقة الأخيرة في العملية الاتصالية.

2- وفق إدراك المتلقي: كيف يدرك المتلقي هذه المادة؟ وكيف يستوعبها؟ وبالتالي هل أثرت هذه المادة على هذا المتلقي، وما هي طبيعة هذا التأثير، إن طبيعة هذا الإدراك وطبيعة هذا التأثير هما اللتان تحددان طبيعة هذه المادة.

¹: أديب خضور: سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون (الدراما التلفزيونية)، مرجع سابق، ص.ص. 29-30

²: المرجع نفسه، ص.ص. 30-31.

3-وفق المضمون: يعتبر التعرف على المضمون الحقيقي للمادة من خلال تحليله أحد مناهج تصنيفها. غير أن الاعتماد على تحليل المادة المقدمة باعتبارها نصا فقط يستبعد خصوصية إدراك المتلقي، وخاصة خصوصية المخرج أو المنتج الذي يقدمها.

يجب النظر إلى العملية الاتصالية ككل متكامل، فالعمل التلفزيوني يشتمل على ما ينتج من مواد يعرضها ويقدمها التلفزيون ليستقبلها ويتفاعل معها المتلقي. يبقى تحديد المادة الترفيهية أحد الإشكاليات القائمة التي أفرزها التلفزيون، إن أحدا لا يستطيع أن يحدد على وجه الدقة واليقين ما هو الترفيه أو ما هو ترفيهي و ما هو غير ترفيهي، غير أن الأبحاث والدراسات أثرت الموضوع، وأغنته، وقدمت تعريفات للترفيه التلفزيوني.

الترفيه هو الارتباط الجاد بأوجه النشاط التي يمارسها الفرد في أوقات الفراغ، التي يكون من نواتجها الاسترخاء والرضى النفسي. كما أن الترفيه يعد أسلوبا للحياة ويعمل على تنمية شخصية الفرد الذي يختار نشاطه بدافع شخصي ليمارسه في أوقات الفراغ¹.

يتميز الترفيه بلموسيته بمعنى أنه مادة محددة مقدمة بطريقة محددة، عبر وسيلة محددة ولجمهور محدد، في ظروف محددة ومن أجل تحقيق تأثير²، وإذا ما انقطعت أية حلقة في هذه السلسلة تقطع السلسلة بكاملها.

الترفيه هو شكل، أسلوب، وربما أحيانا تقنية لتقديم محتوى ما، ولذلك فإن المادة الترفيهية التي يقدمها التلفزيون ووسائل الاتصال الجماهيري الأخرى أيضا يتم انتقاؤها واختيارها ومن ثم معالجتها وتقديمها وعرضها من نفس الإطار المرجعي الإعلامي³.

¹: مي عبد الله، عبد الكريم شين: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص.98.

²: أديب خضور: سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون، مرجع سابق، ص.29.

³: المرجع نفسه، ص.10.

خصائص التلفزيون

تتمثل المادة التلفزيونية الترفيهية في الدراما التلفزيونية - المسلسلات والتمثيلات والمسهرات- والأفلام التلفزيونية، برامج المسابقات عموماً وبرامج المنوعات الغنائية والبرامج الموسيقية، وبرامج العروض وكذلك البرامج الرياضية، وثمة من يعترض على إدخال البرامج الرياضية ضمن المواد الترفيهية.

الترفيه هو نظام الإنتاج السائد عالمياً والواضح في أوقات الفراغ وصناعات المحتوى، تكاليف إنتاج الترفيه مرتفعة، لذلك مثل غيرها من صناعة الثقافة أو الصناعات الإبداعية الدافع الوحيد هو تعظيم الجمهور وتخفيض تكاليف الوحدة وفق منطق الضرورات التجارية تعمل على مجرد توفير متطلبات المستهلك¹.

يرتبط مفهوم الترفيه بمفهومين أساسيين في التلفزيون: التشويق والإثارة، فبالنظر إلى القدرات الفنية الهائلة التي يوفرها جهاز التلفزيون من حيث سرعة الإرسال وكثرة اللقطات وتنوع الألوان، والقدرة على التقاط المشاهد المثيرة عن قرب أو عن بعد.. كل هذه الأمور تجعل منه أداة تشويق وإثارة.

ففي ظل عدم وجود بدائل أخرى للترفيه، وفي ظل تراجع وسائل الترفيه التقليدية الشعبية المحلية، وربما اندثارها من روائع الحكايا، الفرق الجوال، المغنيون الشعبيون...، أو حتى السينما والمسرح والأماكن العامة ذات الطابع الترفيهي، أو وجودها بدون فعالية، كرسد شاشة التلفزيون " ثقافة البيت " culture d'appartemet في مقابل ثقافة الخرجات. culture de sortie²، فعدم وجود وسائل ترفيهية أخرى جعلت المشاهد المصاب بالملل مسمرًا أمام الشاشة. فالتلفزيون هو الإثارة الوحيدة في حياة أكثر الناس

¹:John Hartly and Ohters: **communication ,cultural and Media studies**(The key concepts), Routledge,3 edit, 2004,p.83.

²: مخلوف بوطروح: **الثقافة والإعلام**، مرجع سابق، ص.ص.65-66.

خصائص التلفزيون

اليوم، فالمنتجون والمخرجون التلفزيونيون الذين يدركون قدرات الوسط المحدودة قاموا بتطوير تقنية واسعة من الحيل يمكنها النجاح في إبقاء تعامل المشاهد¹.

يعتبر التلفزيون الوسيلة الترفيهية الأولى بعد فشل الصحافة والإذاعة، فقد أكدنا عجزهما عن تقديم المادة الترفيهية الكافية والجذابة، وعمق مجيء التلفزيون التوجه نحو الترفيه، وأصبح يتم الحديث وبشكل بديهي على أن الجمهور يقبل على التلفزيون أساساً من أجل الترفيه والحصول على التسلية والمتعة، وأن الوظيفة الأساسية للتلفزيون أصبحت إشباع هذه الحاجة.

عالجت السوسيولوجيا الأمريكية أسئلة مثل : لماذا الترفيه أساساً؟ ولماذا يقبل الفرد أو الجماعة على مواد الترفيه؟

بصد الإجابة عن هذه التساؤلات، يمكن التمييز في السوسيولوجيا الأمريكية بين نظريتين:

- **النظرية النفسية:** التي تؤكد أن حالة اللاتوازن النفسي التي يكون فيها المتلقي هي التي تدفعه إلى مشاهدة مادة الترفيه التي تقدم صورة مهزوزة وربما ضعيفة ومضللة للواقع، ويبرز منظرو هذه النظرية مثل كاتز وفولكر مفهوم الاغتراب الذي يدل على الشعور بعدم القدرة، أو التفاهة أو الشعور بالانعزال، ويريان أنه ينتج الرغبة في تلقي الترفيه، كوسيلة للهروب من الواقع. وتعمل وسائل الإعلام على تلبية هذا الطلب.

تعطي هذه النظرية مكانة خاصة للمشاهد إذ ترى أنه هو الشخص الذي يقع عليه تأثير مواد الترفيه، وفي الوقت ذاته هو الشخص الذي يقف وراء وجود المواد المنتجة لإحداث مثل هذا التأثير. وفي اللحظة التي يعتبر تقديم هذه المواد كاستجابة لطلب

¹: كجك موروان: الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون، ط.02، دار طيبة، الرياض، 1988، ص.56.

خصائص التلفزيون

الشخص المشاهد، فإن هذا الأخير يصبح في آن واحد سببا للعملية وموضوعها...إنه الفاعل وإنه الذي يقع عليه الفعل.

- **النظرية الاجتماعية:** تبحث هذه النظرية عن أسباب الطلب على الترفيه وعن دوافع الإقبال في أرضية اجتماعية، حيث رأى الباحث الأمريكي دينيس مكاي أن بنية غالبية المجتمعات المعاصرة في وضع جعل الأغلبية الواسعة محرومة من الخيرات المادية، لا تستطيع أن تحقق هدف تحسين أوضاعها المادية، في هذه الحالة يمكن تلبية هذه الحاجة بتقص شخصيات نجوم وأبطال عالم الترفيه، أو بالمشاركة المزيفة فيحيا المشاهد حياتهم الناجحة، فالترفيه من خلال التقمص بالتعويض.

وهكذا فإن الحاجة إلى الترفيه ليست نفسية وإنما اجتماعية سببها الرئيس البنية الاجتماعية التي تميز المجتمعات المعاصرة. فلا يتم اغتراب الشخص فقط وإنما الجماعة كلها. ويأتي التلفزيون استجابة لهذه الرغبة وإشباعا لها.

تعرض الباحث الاجتماعي الفرنسي جون مار بيام لمفهوم السوسولوجيا الأمريكية للترفيه وتأثيره ودوافع الإقبال عليه. يرى بيام أنه يبدو للوهلة الأولى أن ثمة تناقضا بين الاتجاه الأول الذي يرى أن آثار اللامبالاة الاجتماعية تتبع من مجرد وجود مادة الترفيه، وبين الاتجاه الثاني الذي يفصل بين وجود المادة الترفيهية وتأثيرها، ولكن النظرة المعمقة للاتجاهين تدرك بوضوح أن هذا التعارض لا يحدث بين إشكاليتين مختلفتين نظريا بنظائهما المفهومي وبالحقل النظري الذي تنتمي إليه، بالعكس إنه تعارض داخلي في نفس الإشكالية، ولذلك بالرغم من ملاحظة الاختلاف في خلاصة التحليلين فإن مقدمتهما واحدة : وجود المادة لا يثير مشكلة/ وإنما تأثيرها هو الذي يفعل ذلك.

أما الدافع الثاني لمشاهدة التلفزيون، هو الحصول على الأخبار والمستجدات المحلية. يظل التلفزيون من أولى المصادر التي تسمح بالاطلاع على الأحداث الجارية على الصعيد المحلي والدولي، لكنه لا يشكل الحامل الأساسي للإعلام السياسي العقلاني، فالمنطق الجمالي والاستعراضي يغالب ويتجاوز المنطق التفسيري العقلاني للأحداث، فالفرجة وتوليد الانطباعات تكاد تغطي على المعلومات والآراء الكامنة في ثنايا الصور المتدفقة¹.

للحصول على الأخبار المحلية، يتوجه الطلبة في المقام الأول إلى قناتي الشروق tv والنهار tv ثم Dzair-tv ومن ثم تليها القنوات العمومية، كالقناة الثالثة. من خلال المقابلات الجماعية عبر الطلبة عن أسباب هروبهم من القنوات العمومية و لجوئهم إلى القنوات " الجزائرية" الخاصة، حيث صرحت إحدى الطالبات قائلة: " فيما يخص الأخبار الوطنية أختار قناة الشروق، على الأقل تضع الموجز الإخباري العاجل، أما القناة الأرضية الحكومية لا يوجد بها هذا"، فيما صرحت زميلة لها: " القناة الأرضية تضيع الأخبار في الثامنة فقط، أما القنوات الخاصة فكل الأوقات يوجد بها أخبار".

على ما يبدو أن نظرة الجمهور إلى التلفزيونات المحلية تغيرت، بعد ظهور المحطات التلفزيونية الخاصة، حيث تؤكد الكثير من الدراسات النظرية والإمبريقية عن نظرة واحدة: فبالرجوع إلى دراسة مصطفى مجاهدي² (التي نشرت سنة 2005)، وتضمنت نتائج مسحا اجتماعيا أجري بالجزائر سنة 2002، فإن وسائل الإعلام

¹: نصر الدين لعياضي: إشكالية الفضاء العمومي و التلفزيون في الدول العربية، مجلة الصورة و الاتصال، منشورات مخبر الاتصال الجماهيري وسيمولوجية الأنظمة البصرية، ع.1-2، سبتمبر 2012، ص.194.

²: voir : Mustapha Medjahdi, :La jeunesse algérienne et les techniques de l'information et de la communication (TIC)", *Insaniyat*, n°29-30, 2005, disponible sur <http://insaniyat.revues.org/4475>, Consulté le 09/09/ 2014, 10.37 h.

خصائص التلفزيون

المحلية تعمل على الدعاية وفقا لـ 95% من المقابلات، واعتبرت أنها غير قادرة على تقديم أية معلومات جديرة بالثقة. كما أن المواطنون من كل الطبقات لا يتقنون في وسائل الإعلام الوطنية، التساؤل الذي يطرح منذ زمن بعيد هو في ماذا تفيد هذه الأخبار التلفزيونية؟ قد تمكن الطبقة السياسية من التفاخر ومن الإعجاب بنفسها¹.

في الحقيقة معظم الصحفيين لا يستطيعون التفريق بين الدعاية والإعلام، ما يقدمونه على أنه إعلام ليس في حقيقة الأمر سوى مزيج من الدعاية ذات المستوى المنحط، الومضات الإشهارية المبتة في القنوات الأجنبية تبدو ذات نوعية ومصادقية مقارنة بالجرائد الإخبارية التلفزيونية هذه².

هذه الأفكار سادت فترة احتكار الدولة لقطاع السمعي البصري، وتغيرت بعد "فتحه للخواص"، بل وأصبحت القنوات "الجزائرية الخاصة" مصدرا للمعلومات. يدافع أحد الطلبة عن هذا الخيار قائلا: بالنسبة لي من المهم أن تكون قادرا على الحصول على معلومات من صحفيين من "البلاد" الذين يعرفون الثقافة المحلية".

أما للحصول على الأخبار الدولية فيتم اللجوء إلى قناة: فرانس 24 باللغة العربية أو الفرنسية أحيانا، قناة الجزيرة، العربية، وقناة BBC بالعربي.

هكذا تبين أن الترفيه والحصول على المعلومات والمستجدات المحلية أهم أبرز دوافع مشاهدة التلفزيون، هذا هو الاتجاه الحديث لبرامج التلفزيون، المزج بين الإعلام والترفيه. فبرامج التلفزيون ليست جامدة، ومصاغة بشكل نهائي ودائم، بل هي عرضة للتطور والتجديد على صعيد المحتوى والشكل وتطور أشكال التعبير التلفزيوني في ظل

¹: فؤاد بن حالة: صدمة الاتصال الشمولي (الأنظمة و المجتمعات العربية في مواجهة التحدي)، مرجع سابق، ص.119.

²: المرجع نفسه، ص. 119 .

الفصل الأول: في توصيف التلفزيون

خصائص التلفزيون

المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتقنية، كل هذه العناصر أفرزت تعبيراً هجيناً مثلما يعبر عنه مفهوم *infotainment* وهو إدغام للإعلام والترفيه¹.

هذين العنصرين يقتربان كثيراً من أفكار ماكلوهان، حيث اعتقد أن هناك أسلوبين للنظر إلى وسائل الإعلام من حيث أنها وسائل لنشر المعلومات والترفيه (من خلال الدراما)، أو أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي. كما أن هذه الأفكار تقترب إلى التعريفات الأكثر حداثة للإعلام والتي قدمها و.سوليفان O'sullivan بقوله أن الإعلام الجماهيري هو الممارسة والنتاج الذي يقدم المعلومات والتسلية إلى الجمهور غير محدد².

وقد تطورت الكتابات الخاصة بالتلفزيون سواء تلك المتعلقة بالدراما أو برامج الأخبار، فلم يكن للتلفزيون تراث أدبي ذو ثقل إلا فترة السبعينات عندما شكى النقاد من هذه الوسيلة الجديدة، كلا وفق أسلوبه الخاص³

كما تظهر أهمية التلفزيون في تحصيل ثقافة عامة، ويظهر من خلال الدردشة أن الطلبة لديهم مفهومهم الخاصة حول تحصيل ثقافة عامة، فهم يتحصلون عليها من المسلسلات والأفلام الأجنبية وبخاصة التركية والهندية منها، كالتعرف على العادات والتقاليد وطريقة الأكل وغيرها... على حسب ما صرحت به إحدى الطالبات: "أحب مشاهدة الأفلام الهندية لكي أتعرف على عادات وتقاليد جديدة وطريقة الأكل واللباس والتصرف وغيرها..... فأكتسب ثقافة جديدة.....". هناك نسبة كبيرة من الناس لا يقرأون

¹: نهود عيسى القادري: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية (الوقوف على تخوم التفكير)، مرجع سابق، ص.81.

²: حسني محمد نصر: نظريات الإعلام، ط.01، دار الكتاب الجامعي، لبنان- الإمارات العربية المتحدة، 2015، ص.155.

³: voir: Laurence Leveneur: **Du télé-viseur au téléspectateur** , Questions de communication, n°10, 2006, disponible sur :

[http:// questionsdecommunication.revues.org/7723](http://questionsdecommunication.revues.org/7723) , Consulté le 13 /09/ 2013, 23.20h.

خصائص التلفزيون

أية جريدة، الذين يعتبرون التلفزيون مصدرا للمعلومات والثقافة، هؤلاء المحرومين ثقافية كما وصفهم بورديو، ليس لديهم أي مصادر للثقافة عدا التلفزيون¹، لكن يبدو أن الدافع أقرب إلى البحث عن نماذج سلوك وبناء الهوية الشخصية، أكثر منه إلى تحصيل ثقافة عامة.

زاويتان أخرتان يجب التطرق إليهما، إحداهما مرتبطة بمسار العادة التي يكتسبها المستهلك في الإقبال على شاشة التلفزيون، فالتعرض للمادة التلفزيونية لا يرتبط دائما بالعادة كما أثبتت دراسة " إليوت و روزنبرج" بأن استخدامات وسائل الإعلام تعتمد أكثر على العادة، أو كنتائج المسح الذي أجراه "ستون" حول أسباب مشاهدة المسلسلات التلفزيونية، أين اعتبر سبب العادة أقرب الأسباب التي تدفع إلى مشاهدة الدراما التلفزيونية المسائية² التعرض للتلفزيون كما لاحظ Barwise and Ehrenberg لا يكون دائما مخطئا له، فكثيرا ما يكون عرضيا بصفة غير مقصودة، أو عادة طقوسية، إذ يمكن أن يأتي بطريقة عرضية عشوائية، كما بين ذلك أحد الطلاب المستجوبين قائلا "كنت جالسا فتحت التلفاز هكذا، شاهدت لقطات من مسلسل تركي، فاستمرت في المشاهدة، لقد أعجبتني المشاهد فواصلت في متابعة المسلسل إلى النهاية"، على ما يبدو أن وقت الفراغ أيضا يلعب دورا في اللجوء إلى التلفزيون، حتما قال الطالب " فتحت التلفاز هكذا".

تبرز في العالم المعاصر ازدياد وقت الفراغ في حياة الفرد، تعود أسباب هذه الظاهرة في الدول المتقدمة إلى كثافة استخدام التكنولوجيا وتزايد الإنتاجية وتزايد الاستمتاع بالعائد المادي الناجم عن ذلك، ويعود في الدول النامية إلى التسبب والهدر والعطالة والتكاسل وعدم الإحساس بالوقت، وظهور طبقات أو شرائح طبقية ميسورة

¹ : Pierre Bourdieu: **sur la télévision**, op.cit. p.17.

²: حسني محمد نصر: نظريات الإعلام، ط.01، مرجع سابق، ص.269.

ومترفة.

الزاوية الثانية تتعلق بدافع الهروب من الواقع ومشكلاته، فبالرغم من أنه تذييل ترتيب دوافع مشاهدة التلفزيون، غير أن تصريحات الطلبة أثناء الدردشة تؤكد عكس ذلك، فالطلبة لا يمكنهم أن يصرحوا عن دوافعهم الخاصة، وفق ما رآه Chandler أن المشاهدين يمكن ألا يعرفوا لماذا اختاروا برنامجا معينا، ولا يستطيعون تقديم الشرح الكامل حول الموضوع، كما أن الأسباب المقدمة من قبل المبحوثين حول دوافع مشاهدة قد تكون الأقل أهمية أو الأكثر تداولاً وشيوعاً.

أما عن الذين يشاهدون التلفزيون نادراً، ونسبتهم 5.7% من مجموع أفراد عينة الدراسة فقد كانت أسبابهم مختلفة وكان أهمها من حيث التكرار والنسبة المئوية السبب الذي نصه "هناك وسائل أكثر أهمية"، بنسبة (2.24%) من مجموع عينة الدراسة، أما الرتبة الثانية فكانت "لعدم وجود وقت" بنسبة بلغت (1.56%)، أما الأسباب الأخرى فقد جاءت الأعداد والنسب ضعيفة ولا يعول عليها للتفسير.

الظاهر أن الوسائل الأكثر أهمية هي الأنترنت بكل تأكيد، حيث أن الإعلام الجديد تجاوز بخصائصه كل وسائل الإعلام التقليدية بما فيها التلفزيون، وجاءت النسب ضعيفة لأن ليست كل البيوت مزودة بخدمة الأنترنت كما أكد نتائج تقرير الديوان الوطني للإحصاء حول استخدام الجزائريين للوقت.

الفصل الثاني: الاغتراب الاجتماعي

1-2- مفهوم الاغتراب، أنواعه وأسبابه

1-1-2- مفهوم الاغتراب

2-1-2- انواع الاغتراب

3-1-2- أسباب الاغتراب

2-2- الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

1-2-2- مظاهر الاغتراب الاجتماعي

2-2-2- الاغتراب الاجتماعي تبعا لخصائص العينة

3-2-2- الاغتراب الاجتماعي العام

2-1-1- مفهوم الاغتراب

تمتلك المفاهيم على حد تعبير نصر الدين العياضي بعدين أساسيين متداخلين¹: البعد التاريخي والبعد الدلالي، هذا التداخل يؤكد أن المفهوم كائن فكري يولد بفعل ظروف معينة تلونه بمحتويات تصويرية محددة، وتتغير باستخدامه المتبدل حسب السياقات التاريخية والمنطلقات الفلسفية، وكل محاولة للاقترب من مضمون أي مفهوم يتطلب الاستعانة بمفاهيم أخرى، والإمساك بمضمون أو مضامين أي مفهوم يتطلب المعرفة بتاريخه.

اكتسب مفهوم الاغتراب (أو الاستلاب) حق الوجود الفكري الراسخ، منذ أواخر القرن الثامن عشر، ولا يزال حتى يومنا هذا، بين المفاهيم الفكرية البارزة في الفلسفات المعاصرة وفي علم الاجتماع وعلم النفس²

بالرجوع إلى تاريخ الاغتراب، أشار ريتشارد شاخت R.Schacht في كتابه الاغتراب 1970 أن مصطلح الاغتراب هو ترجمة انجليزية مشتق من الفعل Alienare بمعنى نقل أو إبعاد شيء ليصبح غريباً عن صاحبه أو نقل ملكية شيء ما إلى شخص آخر، كما يضيف هذا الفعل معنى الفتور في علاقة ودية مع آخر أو حدوث انفصال، أو يعنى الانتزاع أو الإزالة، كما يشتق هذا الفعل اللاتيني من كلمة لاتينية أخرى Alienus بمعنى الانتماء إلى آخر أو الآخر, Another Other أو التعلق به.

¹: نصر الدين عياضي: إشكالية الفضاء العمومي والتلفزيون في الدول العربية، مجلة الصورة والاتصال، منشورات مخبر الاتصال الجماهيري وسيمولوجية الأنظمة البصرية، جامعة وهران، ع.1-02، سبتمبر 2012، ص.177.

²: فالح عبد الجبار: المقدمات الكلاسيكية لمفهوم الاغتراب (هوبز، روسو، هيغل)، مجلة الكوفة، ع.01، خريف 2012، ص.05، متاح على:

http://www.uokufa.edu.iq/journals/index.php/Kufa_Review/article/viewFile/8/pdf_4
اطلع عليه بتاريخ 2014/09/12، 22.13 سا.

الفصل الثاني: الاغتراب الاجتماعي

مفهوم الاغتراب، أنواعه وأسبابه

الثابت أن مصطلح الاغتراب ظهر في اللغة اللاتينية كترجمة لبعض المصطلحات الإغريقية التي تشير لحالة تحول الكائن خارج ذاته، ولهذا يشير الاغتراب لحالة الإنسان الذي تجاوز ذاته¹.

ترجم إيميل دوركايم هذا الاسم اللاتيني إلى الفرنسية فأصبح *Aliénation*، الذي يعني النفور والكراهية، كما تعني ارتهان واستلاب، أي شخص يصبح بفعل ظروف خارجية اقتصادية، أو سياسية - عبدا للأشياء ويعامل نفسه كشيء².
أما في اللغة الإنجليزية فنجد *Alienation*، والجدير بالذكر أنه حتى الآن يستخدم مصطلح الاغتراب في اللغة الإنجليزية ليشير مباشرة لمضمون المصطلح اللاتيني *Alienatio* وضمياته.

إن المقابل للكلمة الإنجليزية *Alienation* والكلمة الفرنسية *Aliénation* والألمانية *Entfremdung*، في اللغة العربية هو الاغتراب وأحيانا يعرف بالاستلاب .
أشار ابن منظور إلى أن التغريب هو النفي عن البلد وغرب أي بعد، ويقال أغرب عني أي تباعد، والغربة والغرب هي النزوح عن الوطن، والاغتراب والتغريب هي كذلك النزوح عن الوطن، وغريب أي بعيد عن وطنه، والجمع غرباء.

يذكر ابن منظور في لسان العرب أن الاغتراب افتعال الغربة، وفي الحديث أن فيكم مغربون قيل وما المغربون قال الذين يشترك فيهم الجن، ويموتوا مغتربين لأن فيهم عرقا غريبا، كما أما كلمة غربة تدل على معنى النوى والبعد، فغريب أي بعيد عن وطنه، والجمع غرباء والأنثى غريبة، والغرباء هم الأبعاد، واغترب فلان إذا تزوج إلى غير أقاربه.

¹: عبد اللطيف محمد خليفة: دراسات في سيكولوجية الاغتراب، مرجع سابق، ص.ص. 23-24.

²: عفاف عبد المنعم: الاغتراب النفسي (مظاهرة ومحدداته بين النظرية والتطبيق)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص.18.

الفصل الثاني: الاغتراب الاجتماعي

مفهوم الاغتراب، أنواعه وأسبابه

على هذا النحو فالكلمة العربية تدل على معنيين: الأول يدل على الغربة المكانية والثاني يدل على الغربة الاجتماعية¹.

أما في الفكر الغربي، فيرجع الفضل إلى كارل ماركس Karl Marx في إعادة بعث هذا المصطلح من جديد بخاصة في مخطوطاته الاقتصادية والفلسفية. ولكن هل يمكن أن نتحدث عن الاغتراب عند كارل ماركس دون أن نذكر الاغتراب عند "هيجل" الذي يقول عنه إيريك فروم أنه "المفكر الذي صاغ مفهوم الاغتراب، وبالنسبة إليه تاريخ الإنسان هو نفس الوقت تاريخ الاغتراب.

وهل من الممكن أن نتحدث عن هيجل ونتجاهل السابقين عليه والمعاصرين له من أمثال روسو وشيلر، وشيلنج ممن كان لهم الفضل في إظهار مفهوم الاغتراب، وهل نستطيع أن نتناول ماركس دون أن نشير إلى فيورباخ الذي يعد حلقة اتصال ما بين هيجل و ماركس² والقائمة قد تطول جدا، فتاريخ الاغتراب يشكل حلقات متصلة متتابعة يصعب الفصل بينها، لا يمكن تناولها جميعها.

كما تعددت استخدامات هذا المصطلح ودلالاته بتعدد السياقات والمجالات التي وظفته- كالسياسية والدين وعلم الاجتماع والنفس والفلسفة - وغيرها لذلك سنقتصر على أهم الأعلام الذين كتبوا حول الاغتراب.

يرى شاخت Schacht أن كلمة اغتراب تعني الانفصال بين الفرد ومجتمعه وما يحمله المجتمع من ثقافة، ولكنها لا تعني على وجه التحديد سوء التكيف الاجتماعي، أو فقد الفرد لصلات اجتماعية متعددة، وتعني فقد الفرد الإيمان بالأهداف والمعتقدات التي تلقى قبولا ورواجا في مجتمعها وعدم الارتباط بالثقافة الشائعة في مجتمعها،

¹: عبد اللطيف محمد خليفة: مقياس الاغتراب، دار غريب، القاهرة، 2005، ص.13.

²: حسن محمد حسن حماد: الاغتراب عند إيريك فروم، ط.01، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1995، ص.43.

الفصل الثاني: الاغتراب الاجتماعي

مفهوم الاغتراب، أنواعه وأسبابه

فالاغتراب عند شاخت هو انفصال الفرد عن مجتمعه الذي يعيش فيه بما يحويه من قوانين منظمة وانفصاله عن القيم السائدة وعن الأفراد والمجتمع فيفقد الإنسان القدرة على الوعي بما يدور حوله وما يدور بداخله فيغترب عن ذاته وعن العالم معا¹.

يرى شاخت أن وجود الإنسان هو وجود للاغتراب أو تاريخ للاغتراب، وأشار إلى أن الإنسان يخلق الثقافة ويضع لنفسه مكانا فيها وبعد أن يخلقها تصبح مغتربة عنه. لأنها تقف خارج الإنسان كموضع منفصل حيث أن كل تموضع هو صورة من صور الاغتراب، وبصير الإنسان في صراع مستمر طوال وجوده فهو يحاول السيطرة على وجوده وعلى القوى الثقافية التي يخلقها وبناءا على هذا الصراع يصير وجود الإنسان كله وجود للاغتراب أو تاريخا له.

كما يذكر أن نظرية العقد الاجتماعي هي المنطق الرئيسي الذي برز منه فكرة الاغتراب، بالرغم من عدم الإشارة إلى لفظة الاغتراب، وقد اتخذ المفهوم عندهم معنا قانونيا يشير إلى التخلي أو التنازل، لأن إقامة أي مجتمع مدني يجبر أفرادها على التنازل عن بعض أو كل حقوقهم الطبيعية إلى المجموعة، ليتم العقد الاجتماعي.

فتوماس هوبز يعتقد أن الحق قد تتحى جانبا إما بالتنازل عنه لآخر أو بالتخلي عنه. ويتفق جون لوك مع هذه المقولة فالمجتمع السياسي يوجد حينما يتنازل كل فرد فيه عن السلطة الطبيعية ويسلمها إلى المجتمع.

كما يشير فرويد إلى أن الاغتراب سمة متأصلة في وجود الذات في حياة الإنسان، إذ لا سبيل مطلقا لتجاوز الاغتراب من وجهة نظر فرويد بين الأنا وأهوه والأنا الأعلى،

¹: عفاف عبد المنعم: الاغتراب النفسي (مظاهرة ومحدداته بين النظرية والتطبيق)، ص.ص 18-19.

الفصل الثاني: الاغتراب الاجتماعي

مفهوم الاغتراب، أنواعه وأسبابه

حيث لا يمكن لإشباع الدوافع الغريزية على الإطلاق، كما أنه لا يمكننا التوفيق بين الأهداف والمطالب بين الغرائز وبعضها البعض فينتج الاغتراب.

يرى سارتر أن الاغتراب ظاهرة تاريخية اجتماعية واقعية متأصلة في الوجود الإنساني بل يعتبرها أحد الخصائص الوجودية التي تنشأ من الصراع بين القوى المنتجة وعلاقات الإنتاج، يوضح ذلك بأن وجود الإنسان سابق على ماهيته حيث يلقي بالإنسان في الوجود رغما عنه، عن رغبته أو إرادته واختياره، فيمضي حياته كأننا مغتربا يعاني القلق .

يكاد ينعقد إجماع الباحثين أن هيجل هو أول من استخدم مصطلح الاغتراب في فلسفته استخداما منهجيا مقصودا . ويرى هيجل في استخدامه للاغتراب أن انفصال الفرد قد يكون بينه وبين الجوهر الاجتماعي ، فالتفاوت بين ظروف الفرد الحقيقة وطبيعته الجوهرية يؤدي إلى الاغتراب عن الذات.

تحول المصطلح إلى مفهوم اجتماعي من خلال كتابات روسو حيث ركز في تحليله وتفسيره للاغتراب على علاقة الإنسان بالطبيعة مشيرا إلى أن الاغتراب أساسه أن الانفصال عن طبيعته الخيرة من خلال الإحساس في وسط اجتماعي مزيف .

يعتبر كارل ماركس من الرواد الذين حاولوا تحليل مصطلح الاغتراب، ويعود إليه الفضل حسب الكثير من الكتابات وفي مقدمتها روزنبرج Rosen berg 1964 في تحويل هذا المصطلح إلى نظرية في المجتمع ومنحه مفهوما إمبريقيا وسوسولوجيا بعد أن كان لاهوتيا ميتافيزيقيا.¹

¹: المرجع نفسه، ص.12.

الفصل الثاني: الاغتراب الاجتماعي

مفهوم الاغتراب، أنواعه وأسبابه

برزت فكرة ماركس حول الاغتراب بصورة قوية في مؤلفاته (مخطوطات اقتصادية وفلسفية economic and philosophical manuscripts عام 1844 ، خلص إلى القول أن الإنسان أصبح مغتربا عن عمله اليومي وأدى ذلك بالضرورة إلى اغترابه عن نفسه وعن إمكانياته الخلاقة والأواصر الاجتماعية التي تحدد إنسانيته، هذا الاغتراب عند ماركس يعزل الإنسان عن نوعه الإنساني ويجرده من خاصيته الإنسانية .

يؤكد فيبر weber على أن الاغتراب سمة عامة مميزة للعصر الذي نعيش فيه، مشيرا بذلك إلى انتشار الاغتراب بين فئات المجتمع على اختلاف وظائفها وثقافتها، فيذكر أن العمال مغتربون عن العمل وأدوات الإنتاج كما أن الجنود منفصلون عن وسائل وأدوات الجهاد والدفاع والعلماء منفصلون عن وسائل البحث العلمي، وكذلك المدنيين منفصلين عن وسائل الإدارة والإنتاج.

يرى فروم¹ Fromm 1969 أن الاغتراب يعبر عما يعانيه الإنسان المعاصر من أزمات وجودية نفسية واجتماعية، تتمثل بعض مظاهرها في طبيعة السياسات السائدة وطبيعة الحاكم والمحكوم وما يسود العلاقات بين الأفراد من سطحية وما ينتج عن التغييرات السريعة في حياة الإنسان من شعور بالانفصال عن الذات أو المجتمع أو الثقافة التي ينتمي إليها.

يرجع ذلك إلى طبيعة المجتمع الحديث وسيطرة الآلة والتكنولوجية الحديثة على الإنسان فهي من صنعه ولكنها سادت عليه. ولا يحيا المغترب باعتباره خالق لأفعاله، بل يحيا حياته باعتباره شيئا ناقصا، فهو خلق أشياء بنفسه ولكنه لا يشعر أنه خالقها بل

¹: للاطلاع أكثر: حسن محمد حسن حماد: الاغتراب عند إريك فروم، ط.01، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1995.

الفصل الثاني: الاغتراب الاجتماعي

مفهوم الاغتراب، أنواعه وأسبابه

يشعر أنه عبد لها، يحيا بعيدا عن ما يستخدمه من أشياء، يحيا بعيدا عن إخوانه في المجتمع والعمل عن نفسه.

تعرف وايت White 1970 الاغتراب بأنه مقدار ما يشعر به الفرد من رفض للقيم والمعايير الاجتماعية، ويعرف كينستون Keniston 1971 الاغتراب بأنه الرفض الواضح للقيم السائدة في المجتمع والانسحاب منه والتمرد عليه.

رأت هورني Horney 1975 أن الاغتراب يعبر عما يعانيه الفرد من انفصال عن ذاته، حيث ينفصل الفرد عن مشاعره الخاصة ورغباته ومعتقداته، وهو فقدان الإحساس بالوجود الفعال، وبالقدرة على التصميم في حياته الخاصة، ومن ثم يفقد الفرد الإحساس بذاته تعبيرا كلا عضويا. يتحدث الفرد عن نفسه كما لو كان موجودا آخر منفصلا وغريبا عنه.

وبين ألتوسير Luis Althusser أن فكرة الاغتراب تنتمي إلى إشكالية سابقة على الماركسية وأنها جزء لا يتجزأ من تصور إنساني للمجتمع. نشر مقالا له في مجلة La pensée تحت عنوان "الإيديولوجيا والعدة للدولة"، Idéologie et appareils idéologique d'état، كما نشر في كتاب له ¹، أحدث هذا المقال حول النظرية النقدية للاتصال ضجة عالمية تجاوزت فرنسا إلى كثير من الدول، وتضمن المقال صيغة تقابلية بين الأجهزة القمعية للدولة (الجيش، الشرطة) التي تمارس قهرا مباشرا والأجهزة التي تقوم بوظائف إيديولوجية التي أطلق عليها اسم الأجهزة الإيديولوجية للدولة Appareils idéologique d'état هذه الأجهزة المحورية (المدرسة والكنيسة ووسائل الإعلام والعائلة) تقوم بدور تأمين وضمان وتأييد

¹: voir: Luis Althsser : **POSITIONS**, les éditions sociales, Paris, 1976.

الفصل الثاني: الاغتراب الاجتماعي

مفهوم الاغتراب، أنواعه وأسبابه

احتكار العنف الرمزي، ذلك العنف الذي يمارس ضمن فضاء التصورات يحجب طبيعته التعسفية استنادا إلى شرعية طبيعية مزعومة.

إن الممارسة الفعلية لهذه الهيمنة الإيديولوجية عادة ما تتم من خلال استثمار واستخدام هذه الأجهزة، أي الطريقة التي تعتمد عليها الطبقة المالكة للسلطة (المجتمع السياسي) في ممارسة سلطتها على هذه الطبقات الأخرى .

إذا تشير جميع الآراء السابقة إلى أن الاغتراب ظاهرة وجودية يرجع تاريخها إلى الوجود وخلق الإنسان حيث أنه لا اغتراب بدون ذات تمارس هذا الاغتراب، أي أنه ظاهرة تاريخية تأصلت في وجود الإنسان ولازمته عبر العصور المختلفة والثقافات المتباينة والحضارات المتطورة، فمفهوم الاغتراب يضرب في أعماق الفلسفة.

قد عرض محمود رجب (1988) لتاريخ مصطلح الاغتراب والمسار الذي سلكه هذا المصطلح حتى وصل إلى ما هو عليه حتى الآن من شيوع و انتشار في حياتنا الثقافية المعاصرة وقسم مسيرة المصطلح إلى ثلاثة مراحل¹ :

- المرحلة الأولى: مرحلة ما قبل هيجل: حيث يحمل مفهوم الاغتراب معاني مختلفة تكمن في سياقات ثلاث هي: السياق القانوني (بمعنى انتقال الملكية عن صاحبها وتحويلها إلى آخر)، السياق الديني (بمعنى انفصال الإنسان عن الله)، السياق النفسي والاجتماعي (بمعنى انتقال الإنسان عن ذاته ومخالفته لما هو سائد في المجتمع).

- المرحلة الثانية: المرحلة الهيجيلية: على الرغم من استخدام مفهوم الاغتراب قبل هيجل، فإنه يعد أول من استخدم في فلسفته مصطلح الاغتراب استخداما منهجيا

¹: عبد اللطيف محمد خليفة : دراسات في سيكولوجية الاغتراب ، مرجع سابق، ص.ص.21-22.

الفصل الثاني: الاغتراب الاجتماعي

مفهوم الاغتراب، أنواعه وأسبابه

مقصودا ومتصلا، حتى أطلق على هيجل أبو الاغتراب حيث تحول الاغتراب على يديه إلى مصطلح فني.

- المرحلة الثالثة: ما بعد هيجل: من بين المفكرين والفلاسفة الذين جاءوا بعد هيجل واهتموا بتناول الاغتراب: ماركس، الوجوديون الذين انتقدوا هيجل وثاروا عليه، منهم سارتر.

مما سبق الإشارة إليه من تعريفات الاغتراب نستطيع أن نلخصها فيما يلي:

- الاغتراب هو البعد و الانفصال والتتحي عن الواقع وذلك كما حدده المفهوم اللغوي.

- الاغتراب هو حالة الانفصال التي تصيب علاقات الفرد بفرد آخر، أو مجموعة من الأفراد بمجتمعهم، أو ببعض الأحداث بمجتمعهم، قد يأخذ صورة الانفصال فيغترب الإنسان عن ذاته وعن عمله، الاغتراب ظاهرة تاريخية لها جذور اجتماعية نفسية.

الفصل الثاني: الاغتراب الاجتماعي

مفهوم الاغتراب، أنواعه وأسبابه

2-1-2- أنواع الاغتراب

- وللاغتراب عدة صور تتمثل في الآتي:
- **الاغتراب النفسي:** شعور الفرد أنه غريب عن نفسه أو ان نفسه غريبة عنه، وهذا مصدر شعوره بالشقاء¹.
- **الاغتراب السياسي:** ارتكز مفهوم الاغتراب السياسي في أدبيات الاغتراب على فكرة الفاعلية السياسية، بمعنى شعور الفرد بعدم قدرته على التأثير في مجريات العملية السياسية، سواء على مستوى القرار السياسي أو مستوى الأحداث الناتجة عنه في المجتمع الذي يعيش فيه، وعلى هذا الأساس اعتبر الفرد الذي يشعر بقلّة الفرص أمامه للتأثير على هذه العملية في مجتمعه بأنه مغترباً سياسياً².
- **الاغتراب الديني:** البعد والانفصال عن الله.
- **الاغتراب الاقتصادي:** الانفصال عن العمل وظروف الإنتاج.
- **الاغتراب الثقافي:** يتمثل في غياب الانتماء للأصول الحضارية الثقافية، بسبب الغزو الأجنبي.

¹: محمد محمود الخوالدة: السلطوية والاعتراب بين طلبة جامعة اليرموك، مجلة اتحاد الجاد الجامعات العربية للتربية وعلم النفس، المجلد 10، ع.3، 2012، ص.168، متاح على:

http://www.seciauni.org/uploads/magazine_topics/topic_e5459308d64cfc9b732fa4091694bf5b.pdf، اطلع عليه بتاريخ:

2013/05/12، 22.31 سا.

²: علاء زهير الرواشدة: الاغتراب السياسي لدى الشباب الجامعي، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 4، ع.3، الجامعة الاردنية، الأردن، 2011، ص.267.

الفصل الثاني: الاغتراب الاجتماعي

مفهوم الاغتراب، أنواعه وأسبابه

كما أن هناك أنواعا أخرى للاغتراب منها¹:

- **الاغتراب الإبداعي**: ويحدث حين يحس المبدع بالاغتراب في المجتمع وهو بكامل وعيه.

- **الاغتراب التكنولوجي**: شعور الناس ببيئات الحياة التقليدية وإحلال الأتمتة محل وسائل الإنتاج وما فيه من تحديات تكنولوجية متسارعة.

- **الاغتراب التعليمي**: يتمثل في وضع أطراف العملية التعليمية من حيث الطلاب والمعلمين إلى دائرة الاغتراب مع ما يصاحبه من شعور بالعجز وغياب المعنى والعزلة الاجتماعية وغياب المعايير عن الذات.

كما يوجد نوعا آخر من الاغتراب، يعتبر أبرز أنواعه وأكثرها أهمية في الدراسات السوسولوجية، أنه الاغتراب الاجتماعي.

- **الاغتراب الاجتماعي**: ويعرف على أنه²: شعور الفرد بعدم التفاعل بين ذاته وذوات الآخرين، أي ضعف الروابط مع الآخرين وقلة أو ضعف الاحساس بالموودة والألفة الاجتماعية معهم، وينتج عن الرفض الاجتماعي الذي يعيش في ظله الفرد في افتقاد دائم للدفء العاطفي. كما يعرف على أنه اغتراب عن المجتمع ومغايرة معاييره، والشعور بالعزلة والهامشية الاجتماعية والمعارضة والرفض، والعجز عن ممارسة السلوك الاجتماعي العادي، حيث يغترب الفرد وينسحب بانفصاله عن المجتمع الذي يعيش فيه وعن القيم والقوانين السائدة.

¹: محمد محمود الخوالدة: السلطوية والاغتراب بين طلبة جامعة اليرموك، مرجع سابق، ص.168.

²: زليخة جديدي: الاغتراب، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، ع.08، جامعة ورقلة، الجزائر، جوان 2012، ص.349.

2-1-3- أسباب الاغتراب

واضح بأن الاغتراب يأتي نتيجة الفجوة العميقة بين المثل والواقع، وثنائية الذات والموضوع، والتناقض الجدلي بين الواقع والصياغات الأدائية للعقل، والفشل في تحقيق المواقف الواقعية والمواقف الممكنة، والفجوة القائمة بين حاجات الإنسان الأساسية والتجاوب المحدود من طرف المجتمع¹، فالاغتراب يشير للحالة الاجتماعية السيكولوجية للفرد الذي يستمد غريته من جوانب معينة لوجوده الاجتماعي²، على هذا الأساس يؤكد الباحثون في هذا الموضوع على أهمية هذا المفهوم في التحليل السوسولوجي.

وقد طرح العديد من الباحثين مسألة الطابع الجماهيري لصناعة الاتصالات الحديثة التي تنتج الشعور بالاغتراب، فبعض المنظرين يرون الاغتراب كمتغير أساسي في حتمية تلقي الفرد لوسائل الاتصال الجماهيري³، كهيرت ماركيز الذي يرى أن من بين العوامل التي تؤدي على اغتراب الانسان المعاصر ما أسماه القمع التكنولوجي. هناك ثلاث تفسيرات لضياح الشباب العربي واغترابه و تتمثل في⁴ :

1- **الفجوة بين الأمل والواقع**: فانتساع هذه الفجوة يؤدي حتما إلى الإحباط وزيادة الشحنات العدوانية لدى الشباب، خصوصا إذا رجعت الفجوة إلى النظام الاقتصادي والسياسي والاجتماعي القائم.

2- **اختلاف العدالة والتوزيع**: حيث يتحول الاحباط إلى سلوك عدواني .

¹:صلاح الدين أحمد الجماعي: الاغتراب النفسي الاجتماعي و علاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي، دار ظهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط.01، 2010، ص.ص.63-64

²:السيد علي شتا: نظرية الاغتراب من منظور علم الاجتماع، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ص.235

³: James Watson, Anne Hill: **dictionary of media and communication studies**, 8th edit., Bloomsbury Academic, London, N.Y, 2012, p. 07.

⁴: علاء زهير الرواشدة: الاغتراب السياسي لدى الشباب الجامعي، مرجع سابق، ص.270.

الفصل الثاني: الاغتراب الاجتماعي

مفهوم الاغتراب، أنواعه وأسبابه

3- **الحرمان النسبي:** فالإحساس بالحرمان ومعه الاحساس بالظلم يولدان غضبا وسخطا فيرفضون النظام القائم ويحاولون اقتلعه ولو بالعنف. فأبرز المظاهر السلوكية الدالة على الاغتراب في المجتمع الانتحار، والمشكلات الذاتية والاجتماعية واللامبالاة والإدمان على الكحول والمخدرات، وضعف الانتماء والوعي الوطني، والاجتماع الصامت، والسخط...¹، كذلك عدم مراعاة الآداب العامة، كقطع الإشارات المرورية او التجول بالدراجات النارية على طريقة العصابات، إضافة إلى التقليد الاعمى للمشاهير بصورهم المختلفة في بعض من خصوصيات مظاهرهم الشكلية، والتمرد على قيم المجتمع الدينية والاجتماعية والعجز عن القدرة على اتخاذ القرارات المستقبلية².

المجتمع الذي يتفشى فيه الاغتراب مجتمع غارق في أزمات عميقة مثل³: التشظي الاجتماعي، وانغلاق المجال السياسي وتردي الأوضاع الاقتصادية، وارتفاع مستويات البطالة والفقر، وانعدام الأمن، فالشخص الذي يعيش في مجتمع كهذا يعاني حالة من الانفصال عن المجتمع، والشعور باللامبالاة بمعاييره، والعزلة والعجز عن التأثير في الأوضاع السائدة، أو التلاؤم والتكيف معها.

¹: محمد محمود الخوالدة: السلطوية والاغتراب بين طلبة جامعة اليرموك ، مرجع سابق، ص.168.

²: عبد العزيز المصطفى: الشباب و أزمة الاغتراب الاجتماعي، ندوة منتدى الثلاثاء الثقافي، 2005/09/13، القطيف، متاح على: <http://www.thulatha.com/media/lib/books/1215491403.pdf> ، اطلع عليه بتاريخ 2014/12/12، 10.32 سا.

³: نجلاء مكايي: الاغتراب الاجتماعي لد الشباب المقدسي، مجلة شؤون فلسطينية، ع.256، مركز الابحاث، منظمة التحرير الفلسطينية، ربيع 2014، ص. متاح على: <http://www.shuun.ps/page-368-ar.html>، اطلع عليه بتاريخ 2014/12/14، 13.43 سا.

2-2-1- مظاهر الاغتراب الاجتماعي :

على الرغم من كثرة ما كتب حول الموضوع، أو ربما بسبب كثرة ما كتب وبسبب تضارب الآراء والاتجاهات، فإن مفهوم الاغتراب لا يزال يعاني كثيرا من الغموض، وربما كان ذلك أمرا طبيعيا، إذ من الصعب تعريف المفاهيم الأساسية تعريفا دقيقا، هنا تضاربت الأقوال والآراء كما لاحظنا سابقا، وعلى الرغم من أنه لا يوجد اتفاق تام بين الباحثين على معنى محدد لمفهوم الاغتراب فإن هناك اتفاقا بينهم على العديدة من مظاهره وأبعاده، والتي توصلوا إليها من خلال تحليل هذا المفهوم وإخضاعه للقياس، فكل المحاولات تدور حول أمور معنية، أصبحت تمثل مظاهر الاغتراب.

يعتبر سيمان seeman أبرز الذين بحثوا وكتبوا في الموضوع، وأبرزها¹:

أ- العجز powerlessness

يقصد به شعور الفرد باللاحول واللاقوة، وأنه لا يستطيع التأثير في المواقف الاجتماعية التي يواجهها ويتفاعل معها، ويعجز عن السيطرة على تصرفاته وأفعاله ورغباته، وبالتالي لا يستطيع أن يقرر مصيره، فمصيره وإرادته ليسا بيديه بل تحددهما عوامل وقوى خارجة عن إرادته الذاتية، كما لا يمكنه التأثير في مجرى الأحداث أو صنع القرارات المصيرية الحياتية، وبالتالي يعجز عن تحقيق ذاته أو يشعر بحالة من الاستسلام والخنوع.

أوضح سيمان أن أصل فكرة العجز اشتقت من أفكار كارل ماركس حين تحدث عن ظروف العمل وما تؤدي إليه من اغتراب العامل، فالعامل مغترب بقدر ما تنتزع منه

¹: للاطلاع أكثر:

عفاف عبد المنعم: الاغتراب النفسي (مظاهرة ومحدداته بين النظرية والتطبيق)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
السيد علي الشتا: نظرية الاغتراب من منظور علم الاجتماع، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية.

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

امتيازاته، ووسائله في اتخاذ القرار بواسطة المشرفين أو المقاولين، وما ترتب على فقدان السيطرة من اغتراب العامل في مكان العمل، اغتراب الإنسان عن الإنسان و الحط من قدر الإنسان لمستوى السلع، وقد اتسع نطاق الفكرة في أعمال فيبر WEBER ميلز MILLS، حيث امتدت لتشمل طبقات أخرى غير العمال.

تمت عملية قياس هذا البعد من خلال أربع عبارات ، ومن ثم استخراج متوسطاتها الحسابية والانحراف المعياري لها، والرتبة والدرجة كما في الجدول (25) التالي:

الجدول (25) بعد العجز

العجز	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
أشعر أنني غير قادر على تحقيق ما أريد	2.89	1.32	1	متوسط
مهما بذلت من جهد، لن أحقق كل أهدافي	2.61	1.32	2	متوسط
لا يمكنني التخطيط لمستقبلي	2.48	1.25	3	متوسط
أرى أن قدراتي أقل من الآخرين	2.30	1.18	4	منخفض
المتوسط الحسابي العام	2.57	0.95		متوسط

يبين الجدول (25) أعلاه أن مجموع فقرات هذا البعد حازت على وسط حسابي متوسط بلغ (2.57) من أصل (5) درجات على المقياس الخماسي. وتبين أن الرتبة الأولى كانت من نصيب الفقرة التي نصها "أشعر أنني غير قادر على تحقيق ما أريد" بوسط حسابي متوسط بلغ (2.89)، وأن الرتبة الثانية كانت من نصيب الفقرة التي نصها "مهما بذلت من جهد لن أحقق كل أهدافي" بوسط حسابي متوسط بلغ (2.61)، وأن الرتبة الثالثة جاءت من نصيب الفقرة التي نصها "لا يمكنني التخطيط لمستقبلي" بوسط حسابي متوسط بلغ (2.48)، وأن الرتبة الرابعة من نصيب الفقرة التي نصها "أرى أن قدراتي أقل من الآخرين" بوسط حسابي منخفض بلغ (2.30).

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاجتراب الاجتماعي لدى الطلبة

يتضح من نتائج هذا البعد أن نسبة من الطلبة المستجوبين يشعرون بدرجة متوسطة أنهم غير قادرين على تحقيق ما يريدون، وأنهم مهتما بذلوا من جهد لن يحققوا كل أهدافهم، وأنه يصعب عليهم التخطيط للمستقبل. قد يرجع الأمر إلى أسباب مادية، إذ يسبب نقص المال إزعاجا كبيرا للشباب، حيث هناك فجوة بين ما يطمحون إليه وواقعهم المادي الاجتماعي الذي يعيشونه. لكن نسبة قليلة فقط منهم ترى أن ليس لديهم أهداف واضحة من أجل تحقيقها، ربما يكونون أكثر عقلانية وطموحاتهم تناسب وتتوافق مع معطيات واقعهم .

ب- اللامعنى : Meaninglessness

تلك الحالة التي يسودها عدم وضوح ما يجب الاعتقاد به بالنسبة للفرد، حيث تكون المستويات الدنيا المطلوبة من الوضوح في اتخاذ القرارات غير متوفرة. بمعنى غياب المرشد الموجه للسلوك والاعتقاد.

كما يقصد باللامعنى مدى إدراك الفرد وفهمه أو استيعابه لما يدور حوله من أحداث وأمور عامة أو خاصة، ويعرفه سيمان بأنه يعنى توقع الفرد أنه لن يستطيع التنبؤ بدرجة عالية من الكفاءة بالنتائج المستقبلية للسلوك، فالفرد يغترب عندما لا يكون واضحا لديه ما يجب عليه أن يؤمن به أو يثق فيه، كذلك عندما لا يستطيع تحديد معنى لما يقوم به وما يتخذه من قرارات.

بوجه عام يرى المغترب وفقا لمفهوم اللامعنى أن الحياة لا معنى لها لكونها تسير وفق منطق غير مفهوم وغير معقول، بالتالي يفقد واقعيته ويحيا باللامبالاة.

تم قياس هذا البعد من خلال ثلاث عبارات تم استخراج متوسطاتها الحسابية والانحراف المعياري لها والرتبة والدرجة كما في الجدول (26) التالي:

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

الجدول (26) بعد اللامعنى

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اللامعنى
متوسط	1	1.49	3.04	لا داعي للصراع طالما سوف نموت في النهاية
متوسط	2	1.40	3.02	الدراسة بالجامعة ليست ممتعة
منخفض	3	1.28	2.24	ليس لدي معنى واضح لحياتي
متوسط		0.90	2.77	المتوسط الحسابي العام

يبين الجدول (26) أعلاه أن مجموع فقرات هذا البعد حازت على وسط حسابي متوسط بلغ (2.77) من أصل (5) درجات على المقياس الخماسي. وتبين أن الرتبة الأولى كانت من نصيب الفقرة التي نصها "لا داعي للصراع طالما سوف نموت في النهاية" بوسط حسابي متوسط بلغ (3.04)، وأن الرتبة الثانية كانت من نصيب الفقرة التي نصها "الدراسة بالجامعة ليست ممتعة" بوسط حسابي متوسط أيضاً بلغ (3.02)، وأن الرتبة الثالثة والأخيرة جاءت من نصيب الفقرة التي نصها "ليس لدي معنى واضح لحياتي" بوسط حسابي منخفض بلغ (2.24).

يتضح من نتائج هذا البعد أن نسبة من الطلبة الجامعيين الجزائريين يشعرون بدرجة متوسطة باللامعنى وذلك من خلال شعورهم أنه لا داعي للصراع طالما سوف يكون الموت هو النهاية، ويشعرون بدرجة متوسط بأن الدراسة بالجامعة ليست ممتعة، لكن نسبة ضئيلة منهم، تشعر بأن ليس لديها معنى واضح للحياة.

ج- اللامعيارية: Normlessness

تعرف أيضا بالأنومي Anomie ، حالة انهيار المعايير التي تنظم السلوك وتوجهه، ذلك الموقف الذي تتحطم فيه المعايير الاجتماعية المنظمة لسلوك الفرد، حيث تصبح هذه المعايير غير مؤثرة ولا تؤدي وظيفتها كقواعد للسلوك. واللامعيارية كما عرفها سيمان هي الحالة التي يتوقع فيها الفرد بدرجة كبيرة أن أشكال السلوك التي أصبحت مرفوضة اجتماعيا غدت مقبولة تجاه أية أهداف محددة، أي أن الأشياء لم يعد لها أية ضوابط معيارية، ما كان خطأ أصبح صوابا وما كان صوابا أصبح ينظر إليه باعتباره خطأ من منطلق إضفاء صبغة الشرعية على المصلحة الذاتية للفرد وحجبها عن المعايير وقواعد وقوانين المجتمع.

أخذ سيمان هذا النوع من الاغتراب عن دوركايم خاصة فيما يتعلق بوصفة للأنومي، الذي يشير لحالة اللامعيارية، وينوه سيمان بأن الأنومي يشير في الاستخدام الدارج الموقف الذي تتحطم فيه المعايير الاجتماعية المنظمة لسلوك الفرد. بذلك يكون الأنومي لفظ اجتماعي يشير للحالة التي تغرق فيها القيم العامة في خضم الرغبات الخاصة التي تبحث عن الإشباع بأية وسيلة¹.

بحث روبرت ميرتون هذا الموضوع بشكل أكثر استفاضة من خلال التمييز بين عدد من الأشكال المختلفة التي يمكن أن تتخذها اللامعيارية و هي² :

- **الشكل الأول:** هو الذي وصفه دوركايم بأنها تتسم بغياب القواعد ويصبح فيها السلوك الفردي غير منظم ومطلق العنان.

¹: السيد علي شتا: نظرية الاغتراب. مرجع سابق، ص. 220.

²: جون سكوت: علم الاجتماع (المفاهيم الأساسية)، ط. 01، تر. محمد عثمان، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2009، ص. 326.

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

- **الشكل الثاني:** هو الموقف الذي يتسم بوجود أشكال لعدم التوافق والتناقض بين القواعد التي تتضح في مجالات مؤسسية مختلفة. هنا لا يجد الفرد سبيلا يرشده إلى الطريق الصحيحة، ويجد نفسه مضطرا إلى الاختيار بنفسه بين البدائل.

- **الشكل الثالث:** هو الذي حدده ميرتون ويعطيه أكبر قدر من الاهتمام، يكون عندما ينشأ انفصال ثقافي بين الغايات أو الأهداف التي يشجعها المجتمع وبين الوسائل التي من المتوقع أن يستخدمها الناس في مساعهم لتحقيقها، ويرى ميرتون أن هذه الحالة من اللامعيارية توجد عندما ينشأ انعدام للتوازن بين الغايات المستحسنة ثقافيا والوسائل ، وبالتالي عندما يوجد تحول اجتماعي غير مكتمل للقواعد المعيارية الراسخة.

تم قياس هذا البعد من خلال عبارتين تم استخراج متوسطاتها الحسابية والانحراف المعياري لها والرتبة والدرجة كما في الجدول (27) التالي:

الجدول (27) بعد اللامعيارية

اللامعيارية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
لا توجد معايير واضحة للحكم على ما هو صواب وما هو خطأ	3.00	1.39	1	متوسط
يتمسك الناس في مجتمعنا بعبادات وتقاليد قديمة لا قيمة لها الآن	2.78	1.43	2	متوسط
المتوسط الحسابي العام	2.89	1.07		متوسط

يبين الجدول (27) أعلاه أن مجموع فقرات هذا البعد حازت على وسط حسابي متوسط بلغ (2.89) من أصل (5) درجات على المقياس الخماسي. وتبين أن الرتبة الأولى كانت من نصيب الفقرة التي نصها "لا توجد معايير واضحة للحكم على ما هو صواب وما هو خطأ" بوسط حسابي متوسط بلغ (3.00)، وأن الرتبة الثانية كانت من نصيب الفقرة التي نصها "يتمسك الناس في مجتمعنا بعبادات وتقاليد قديمة لا قيمة لها الآن" بوسط حسابي متوسط بلغ (2.78).

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

يتضح من نتائج هذا البعد أن نسبة من الطلبة الجامعيين يشعرون بدرجة متوسطة باللامعيارية وذلك من خلال شعورهم بأنه لا توجد معايير واضحة للحكم على ما هو صواب وما هو خطأ، وأن نسبة منهم أيضا يرون أن الناس في المجتمع تتمسك بعادات وتقاليد قديمة لا قيمة لها الآن.

د- اللاهدف : Aimlessness

يرتبط اللاهدف ارتباطا وثيقا باللامعنى، ويقصد به شعور المرء بأن حياته تمضى دون وجود هدف أو غاية واضحة، ومن ثم يفقد الهدف من وجوده ومن عمله ونشاطه وفقد معنى الاستمرار في الحياة.

يقاس هذا البعد من خلال خمس عبارات تم استخراج متوسطاتها الحسابية والانحراف المعياري لها والرتبة والدرجة كما في الجدول (28) التالي:

الجدول (28) بعد اللاهدف

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اللاهدف
متوسط	1	1.34	2.92	أعيش لحظتي الراهنة فقط
متوسط	2	1.38	2.63	لا أتوقع حياة أفضل في ظل الأوضاع الراهنة
متوسط	3	1.33	2.47	المستقبل غير مشرق
متوسط	4	1.27	2.41	أشعر أن آمالي وطموحاتي محدودة
منخفض	5	1.22	2.31	ليس لدي أهداف واضحة أحققها
متوسط		0.85	2.55	المتوسط الحسابي العام

يبين الجدول (28) أعلاه أن مجموع فقرات هذا البعد حازت على وسط حسابي بلغ (2.55) من أصل (5) درجات على المقياس الخماسي. وتبين أن الرتبة الأولى كانت من نصيب الفقرة التي نصها "أعيش لحظتي الراهنة فقط" بوسط حسابي متوسط بلغ (2.92)، وأن الرتبة الثانية كانت من نصيب الفقرة التي نصها "المستقبل غير مشرق"

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

بوسط حسابي متوسط بلغ (2.63)، وأن الرتبة الثالثة جاءت من نصيب الفقرة التي نصها "2.47" بوسط حسابي متوسط أيضاً، وأن الرتبة الرابعة جاءت من نصيب الفقرة التي نصها "أشعر أن أمالي وطموحاتي محدودة" بوسط حسابي متوسط بلغ (2.41)، وأن الرتبة الخامسة جاءت من نصيب الفقرة التي نصها "ليس لدي أهداف واضحة أحققها" بوسط حسابي منخفض بلغ (2.31).

يتضح من نتائج هذا البعد أن نسبة من الطلبة الجامعيين الجزائريين يشعرون بدرجة متوسطة أنهم يعيشون لحظتهم الراهنة فقط، وأنهم لا يتوقعون حياة أفضل في ظل الأوضاع الراهنة، وأن المستقبل غير مشرق، ويشعرون أن أمالهم وطموحاتهم محدودة، لكن نسبة ضئيلة جداً تشعر أن ليس لديها أهداف واضحة لأجل تحقيقها.

هـ - الانعزال الاجتماعي: Social Isolation

يقصد به شعور الفرد بالوحدة والفراغ النفسي والافتقاد إلى الأمر والعلاقات الاجتماعية الحميمة، والبعد عن الآخرين حتى وإن وجد بينهم، كما قد يصاحب العزلة الشعور بالرفض الاجتماعي والانعزال عن الأهداف الثقافية للمجتمع والانفصال بين أهداف الفرد وبين قيم المجتمع ومعاييره. وغالباً ما يستخدم مصطلح العزلة عند الحديث عن الاغتراب في وصف وتحليل دور المفكر والمثقف الذي يغلب عليه الشعور بالتجرد وعدم الاندماج النفسي والفكري بالمعايير الشعبية في المجتمع. فالأشخاص المغتربين لا يرون قيمة كبيرة لكثير من الأهداف والمفاهيم التي يثمنها أفراد المجتمع.

يقاس هذا البعد من خلال خمس عبارات تم استخراج متوسطاتها الحسابية والانحراف المعياري لها والرتبة والدرجة كما في الجدول (29) التالي:

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

الجدول (29) بعد العزلة الاجتماعية

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العزلة الاجتماعية
متوسط	1	1.40	2.74	العزلة تجعلني أشعر بالاستقرار والسكينة
متوسط	2	1.37	2.59	أفضل أن أعيش بمفردي
متوسط	3	1.36	2.44	أشعر بالوحدة حتى أثناء وجودي مع آخرين
متوسط	4	1.31	2.44	أجد صعوبة في إقامة علاقة صداقة
متوسط	5	1.29	2.37	أرفض الاشتراك في الأعمال الجماعية
متوسط		0.88	2.52	المتوسط الحسابي العام

يبين الجدول (29) أعلاه أن مجموع فقرات هذا البعد حازت على وسط حسابي متوسط بلغ (2.52) من أصل (5) درجات على المقياس الخماسي. وتبين أن الرتبة الأولى كانت من نصيب الفقرة التي نصها "العزلة تجعلني أشعر بالاستقرار والسكينة" بوسط حسابي متوسط بلغ (2.74)، وأن الرتبة الثانية كانت من نصيب الفقرة التي نصها "أفضل أن أعيش بمفردي" بوسط حسابي متوسط بلغ (2.59)، وأن الرتبة الثالثة جاءت من نصيب الفقرة التي نصها "أشعر بالوحدة حتى أثناء وجودي مع آخرين" بوسط حسابي متوسط بلغ (2.44)، وأن الرتبة الرابعة من نصيب الفقرة التي نصها "أجد صعوبة في إيجاد علاقة صداقة" بوسط حسابي متوسط بلغ (2.44)، وأن الرتبة الخامسة جاءت من نصيب الفقرة التي نصها "أرفض الاشتراك في الأعمال الجماعية" بوسط حسابي متوسط بلغ (2.37).

يتضح من نتائج هذا البعد أن نسبة من الطلبة الجامعيين يشعرون بدرجة متوسطة بالعزلة الاجتماعية، من خلال إقرارهم بأن العزلة التي تجعلهم يشعرون بالاستقرار والسكينة، وأن بعضهم يفضلون العيش منفردين، حتى أنهم يشعرون بالوحدة أثناء وجودهم من الآخرين، وأن بعضهم يجد صعوبة في إقامة علاقات صداقة، وكذلك يرفض بعضهم الاشتراك في الأعمال الجماعية.

و - التمرد: Rebelliousness

يقصد به شعور الفرد بالبعد عن الواقع، ومحاولته الخروج عن المألوف والشائع، وعدم الانصياع للعادات والتقاليد السائدة، والعداء لكل ما يحيط بالفرد من قيم ومعايير، وقد يكون التمرد على النفس، أو على المجتمع بما يحتويه من أنظمة ومؤسسات، أو على موضوعات وقضايا أخرى¹.

ذكر سيمان أن التمرد يظهر في شكل سلوك رافض يتسم بالعداء والازدراء، والكراهية والشعور بالاستياء والإحباط واليأس من كل ما تعارف عليه المجتمع من قيم ومعايير، ويظهر في الانسحاب من المجتمع والاتصاق بالذات والاحتماء فيها، وفي ظهور أعراض العزلة والنكوص، ثم الإحساس بالسلبية مما يؤدي إلى إحساس الفرد باللامبالاة وعدم الانتماء إلى المجتمع وكل ما ينتمي إلى ذلك المجتمع.

يحدث التمرد عندما يرفض الناس الغايات والوسائل المشروعة ويستبدلونها ببدائل ترفض تحدياً للأفكار التقليدية².

التمرد لا يعني أن السلوك يخضع دائماً للاختيار الحر في التحرك خارج إطار الواقع، فكثيراً ما يقوم الأفراد بأداء أفعال معينة دون درايتهم التامة بسبب أدائهم مثل هذه الأفعال، كما أنهم كثيراً ما يقومون بأفعال يعرفون أنهم مضطرون إلى القيام بها، وليس لديهم حرية الاختيار³

يقاس هذا البعد من خلال ثلاث عبارات تم استخراج متوسطاتها الحسابية والانحراف المعياري لها والرتبة والدرجة كما في الجدول (30) التالي:

¹: عبد اللطيف محمد خليفة: دراسات في سيكولوجية الاغتراب، مرجع سابق، ص.47.

²: جون سكوت: علم الاجتماع (المفاهيم الأساسية)، مرجع سابق، ص.329.

³: عبد الكريم سليم علي: الاغتراب Alienation - قراءة في إشكالية المفهوم، متاح على <http://kitab.com/ar/pdf/19342.php> .
اطلع عليه بتاريخ 2014/01/02، 12.15 سا.

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

الجدول (30) بعد التمرد

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التمرد
متوسط	1	1.31	3.15	أميل أحياناً للخروج عن المألوف
متوسط	2	1.28	2.79	نجاحي أحياناً يرجع إلى الخروج عن القواعد والتقاليد الصارمة
متوسط	3	1.32	2.55	أشعر أن العادات والتقاليد تحد من حريتي وتقيّد حياتي
متوسط		0.96	2.83	المتوسط الحسابي العام

يبين الجدول (30) أعلاه أن مجموع فقرات هذا البعد حازت على وسط حسابي متوسط بلغ (2.83) من أصل (5) درجات على المقياس الخماسي. وتبين أن الرتبة الأولى كانت من نصيب الفقرة التي نصها "أميل أحياناً للخروج عن المألوف" بوسط حسابي بلغ (3.15)، وأن الرتبة الثانية كانت من نصيب الفقرة التي نصها "نجاحي أحياناً يرجع إلى الخروج عن القواعد والتقاليد الصارمة" بوسط حسابي متوسط بلغ (2.79)، وأن الرتبة الثالثة جاءت من نصيب الفقرة التي نصها "أشعر أن العادات والتقاليد تحد من حريتي وتقيّد حياتي" بوسط حسابي متوسط بلغ (2.5).

يتضح من نتائج هذا البعد أن نسبة من الطلبة الجامعيين الجزائريين يميلون بدرجة متوسطة أحياناً ببعض سلوك أو مشاعر التمرد، ويتبدى ذلك من خلال الميل نحو الخروج عن المألوف، وشعورهم بأن نجاحهم أحياناً يرجع إلى الخروج عن القواعد والتقاليد الصارمة، ومن خلال شعورهم أن العادات والتقاليد تحد من حريتهم وتقيّد حياتهم.

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

2-2-2- مظاهر الاغتراب الاجتماعي تبعا لخصائص عين الدراسة

أ- مظاهر الاغتراب تبعا للجنس :

الجدول (31) الفروق في مستوى مظاهر الاغتراب يعزى للجنس وفق اختبار

Independent Sample T-test*

الدلالة الاحصائية عند مستوى 0.05	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العينة	الجنس	المصدر
0.53	0.64	0.91	2.62	115	ذكر	العجز
		0.97	2.55	269	أنثى	
*0.00	3.34	0.84	2.77	115	ذكر	اللاهدف
		0.84	2.46	269	أنثى	
0.16	-1.405-	0.80	2.67	115	ذكر	اللامعنى
		0.94	2.81	269	أنثى	
0.70	0.39	1.03	2.92	115	ذكر	اللامعيارية
		1.09	2.88	269	أنثى	
*0.04	-2.080-	0.79	2.68	115	ذكر	التمرد
		1.02	2.90	269	أنثى	
*0.01	-2.853-	0.72	2.32	115	ذكر	العزلة
		0.93	2.60	269	أنثى	

* : يستخدم للمقارنة بين متوسطي مجموعتين مختلفتين كالإناث والذكور.

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

يتضح من الجدول (31) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أبعاد أو مظاهر الآتية: **اللاهدف، والتمرد، والعزلة،** تعزى لمتغير الجنس، حيث كان مصدر الفروقات في **اللاهدف** يتجه للذكور، وكان مصدر الفروق في **التمرد** يتجه للإناث، ومصدر الفروق في **العزلة** يتجه للإناث أيضاً، ولم يتضح أي فروق في أبعاد: **العجز، واللامعنى، واللامعيارية،** يعزى لمتغير الجنس.

حول مسألة الفروق بين الجنسين في الشعور بالاغتراب، نجد أن تراث الدراسات السابقة لم يحسمها لصالح جنس معين، فالبحوث في هذا الشأن انقسمت إلى أربعة فئات¹:

- **الفئة الأولى :** وتشمل البحوث التي توصلت نتائجها إلى تزايد الاغتراب لدى الذكور مقارنة بالإناث، وقد أرجعوا ذلك إلى أن الإناث أكثر قدرة على التحمل و حماية أنفسهن من مترتبات الاغتراب لأن اتجاهاتهن تعكس دورهن التقليدي في الأسرة والمجتمع كأمهات و زوجات.

- **الفئة الثانية:** البحوث التي كشفت نتائجها على أن الإناث أكثر شعورا بالاغتراب، وذلك بالنظر إلى خصائص الذكورة التي ترتبط بالتوافق النفسي والاجتماعي الجيد والتوجه الداخلي، في حين ترتبط الإناث بالتوجه الخارجي وضعف القدرة على التوافق.

- **الفئة الثالثة:** البحوث التي أسفرت نتائجها عن تفوق الذكور في بعض مظاهر الاغتراب، مقابل تفوق الإناث في مظاهر أخرى، و يرجع الأمر إلى الظروف النفسية والاجتماعية المحددة لهوية الدور الجنسي.

¹: عبد اللطيف محمد خليفة: سيكولوجية الاغتراب، مرجع سابق، ص.ص.329-330

- **الفئة الرابعة:** تلك البحوث التي انتهت إلى أنه لا توجد فروق جوهرية في الشعور بالاغتراب، ويرجع ذلك إلى الظروف النفسية والاجتماعية، الاقتصادية والنفسية التي يواجهها الفرد بوجه عام وخاصة الشباب من الجنسين.

نتائج هذا البحث تتدرج ضمن الفئة الثالثة، ويمكن تفسير وجود الفروق في بعد **اللاهدف** تبعاً لمتغير الجنس مصدره الذكور هو أن الأنثى في الثقافة العربية أكثر قناعة وأقل طموحاً بخصوص الواقع والمستقبل، بينما تتزايد طموحات بعض الذكور فيشعرون بالإحباط نتيجة الواقع الصعب من وجهة نظرهم مما يؤدي إلى مشاعر **"اللاهدف"** لدى هؤلاء الذكور.

أما مظاهر **"التمرد"** و**"العزلة"** لدى بعض فئات الإناث، فيمكن تفسيره بأن بعض فئات الإناث بدأت يشعرون بذاتهن أكثر من ذي قبل نتيجة انتشار التعليم بينهن ونتيجة الانفتاح على العالم وزيادة إيمانهن بحقهن في الحياة العامة مما قد يؤدي أحياناً إلى الظهور بمظهر **"التمرد"** على بعض القيم التقليدية، وبالمقابل فإن بعض الإناث قد يواجهن في الواقع بعض الصعوبات والعقبات فيفضلن الميل إلى **"العزلة"** على أن يمارسن التمرد أو يصدمن بالأسرة و ببعض قوانين وتقاليد المجتمع.

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

ب- مظاهر الاغتراب تبعا لمكان الإقامة:

الجدول (32) : الفروق في مستوى مظاهر الاغتراب تبعا لمكان الإقامة وفق

اختبار Independent Sample-test

المصدر	مكان الإقامة	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	الدلالة الاحصائية بمستوى 0.05
العجز	مدينة	266	2.57	0.97	-111.-	0.912
	ريف	118	2.58	0.91		
اللاهدف	مدينة	266	2.52	0.88	-1.026-	0.305
	ريف	118	2.62	0.78		
اللامعنى	مدينة	266	2.76	0.87	-165.-	0.869
	ريف	118	2.78	0.97		
اللامعيارية	مدينة	266	2.87	1.12	-624.-	0.533
	ريف	118	2.94	0.96		
التمرد	مدينة	266	2.84	0.99	0.386	0.7
	ريف	118	2.80	0.90		
العزلة	مدينة	266	2.55	0.90	0.921	0.358
	ريف	118	2.46	0.85		

يتضح من الجدول (32) عدم وجود فروق في مستوى مظاهر الاغتراب والتمثلة في العجز، واللاهدف، واللامعنى، واللامعيارية، والتمرد، والعزلة يعزى لمتغير مكان الإقامة، أي أن مظاهر الاغتراب متساوية إلى حد كبير في المدينة والريف.

ويمكن تفسير عدم وجود الفروق في متغير مكان الإقامة إلى أن الحدود بين الريف والمدينة اضمحلت إلى درجة كبيرة ولم تعد تلك الحدود ملموسة بسبب التطور الكبير في مناحي الحياة المختلفة مثل التعليم، استخدام وسائل الاتصال، الاستفادة من برامج التنمية، امتداد المدينة لتشمل الأرياف القريبة.... الخ.

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

ج- مظاهر الاغتراب تبعاً لمتغير العمر:

الجدول (33) مظاهر الاغتراب تبعاً لمتغير العمر

المصدر	العمر	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
العجز	أقل من 20 سنة	239	2.54	0.93
	21-25 سنة	124	2.61	1.03
	26- 30 سنة	12	2.38	0.38
	30 سنة فما فوق	9	3.14	0.60
	Total	384	2.57	0.95
اللاهدف	أقل من 20 سنة	239	2.46	0.80
	21-25 سنة	124	2.66	0.89
	26- 30 سنة	12	2.32	0.55
	30 سنة فما فوق	9	3.69	1.02
	Total	384	2.55	0.85
اللامعنى	أقل من 20 سنة	239	2.83	0.89
	21-25 سنة	124	2.69	0.90
	26- 30 سنة	12	2.06	0.75
	30 سنة فما فوق	9	3.15	0.91
	Total	384	2.77	0.90
اللامعيارية	أقل من 20 سنة	239	2.90	1.12
	21-25 سنة	124	2.92	0.99
	26- 30 سنة	12	2.63	0.86
	30 سنة فما فوق	9	2.44	1.21
	Total	384	2.89	1.07
التمرد	أقل من 20 سنة	239	2.92	1.00
	21-25 سنة	124	2.73	0.90
	26- 30 سنة	12	2.56	0.62
	30 سنة فما فوق	9	2.19	0.63
	Total	384	2.83	0.96

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

0.85	2.56	239	أقل من 20 سنة	العزلة
0.97	2.51	124	21-25 سنة	
0.65	2.07	12	26- 30 سنة	
0.75	2.24	9	30 سنة فما فوق	
0.88	2.52	384	Total	

أظهرت النتائج في الجدول (33) أعلاه وجود فروق ظاهرية في مستوى مظاهر الاغتراب تعزى لمتغير العمر، وللتعرف إلى دلالة الفروق ما بين فئات الأعمار، تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، والجدول (34) يوضح ذلك:

الجدول (34) اختبار التباين الأحادي للتعرف على مظاهر الاغتراب تبعاً لمتغير العمر

أبعاد الاغتراب	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	الدلالة الاحصائية
العجز	3.864	3	1.288	1.433	.233
	341.613	380	.899		
	345.477	383			
الملاهدف	15.594	3	5.198	7.539	.000*
	262.006	380	.689		
	277.600	383			
اللامعنى	9.044	3	3.015	3.796	.011*
	301.773	380	.794		
	310.817	383			
اللامعيارية	2.781	3	.927	.804	.492
	438.265	380	1.153		
	441.046	383			
التمرد	8.072	3	2.691	2.958	.032*
	345.703	380	.910		
	353.775	383			
العزلة	3.484	3	1.161	1.496	.215
	295.028	380	.776		
	298.512	383			

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

أظهرت نتائج اختبار التباين الأحادي المبينة في الجدول (34) أعلاه، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مظاهر الاغتراب (اللاهدف، واللامعنى، والتمرد) تعزى لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة الإحصائي (F) (7.539 ، 3.796 ، 2.958) على التوالي، وهي قيم دالة احصائياً عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل، ولم تظهر النتائج أية فروق دالة احصائياً في مظاهر الاغتراب (العجز، واللامعيارية، والعزلة) تعزى لمتغير العمر.

وللتعرف إلى مصدر الفروق في مظاهر الاغتراب المتمثلة بـ (اللاهدف، واللامعنى، والتمرد باختلاف الأعمار)، تم استخدام اختبار شيفيه Scheffe للمقارنات البعدية¹، وقد أظهرت نتائج الاختبار أن الفروق في اللاهدف كان مصدرها الفئة العمرية (30 سنة فما فوق)، فمع مرور الوقت، وفي ظل ظروف اجتماعية معينة، يفقد الفرد أهدافه التي كان يسعى لتحقيقها فترة العشرينات، وكانت الفروق في اللامعنى مصدرها الفئة العمرية (أقل من 20 سنة)، وأظهرت النتائج أن الفروق في التمرد مصدرها الفئة العمرية (أقل من 20 سنة)، يبدو أن هذا الأمر طبيعياً، لأن فترة العشرينات تمثل أصعب مرحلة يمر بها الشباب ضمن مراحل تكوين و بناء الشخصية، هي مرحلة توسط بين المراهقة والرشد، فمن الممكن جداً ألا يعرف الشاب المعنى الحقيقي لحياته، ويعجز عن فهم ما يدور حوله من أحداث، الأمر الذي يترتب عنه تمردا والخروج عن كل ما هو مألوف، ربما بغية التمييز أو إثبات الوجود.

¹: أنظر الملحق رقم 04، ص251.

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

د- مظاهر الاغتراب الاجتماعي تبعا للمستوى الدراسي:

الجدول رقم (35) مظاهر الاغتراب تبعا للمستوى الدراسي:

أبعاد الاغتراب	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	الدلالة الاحصائية
العجز	بين المجموعات	2	1.770	1.972	.141
	داخل المجموعات	381	.897		
	المجموع	383			
اللاهف	بين المجموعات	2	1.703	2.367	.095
	داخل المجموعات	381	.720		
	المجموع	383			
اللامعنى	بين المجموعات	2	8.192	10.601	*.000
	داخل المجموعات	381	.773		
	المجموع	383			
اللامعيارية	بين المجموعات	2	.263	.227	.797
	داخل المجموعات	381	1.156		
	المجموع	383			
التمرد	بين المجموعات	2	.394	.425	.654
	داخل المجموعات	381	.926		
	المجموع	383			
العزلة	بين المجموعات	2	4.080	5.354	*.005
	داخل المجموعات	381	.762		
	المجموع	383			

تم استخدام اختبار (One Way ANOVA) ، وأظهرت النتائج في الجدول (35) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المجموع الكلي لأبعاد الاغتراب الاجتماعي، أي أن المستوى الدراسي يؤثر في الاغتراب، إذ نجد أن مظاهر الاغتراب ككل كانت في أقل مستوياتها لدى طلبة الدراسات العليا، ويمكن أن عزو ذلك إلى واحد من احتمالين: تفاعل أبعاد الاغتراب معاً بعلاقتها بالمستوى الدراسي أو إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في بعض أبعاد هذا المتغير مما أثر على المتوسط الكلي لمجموع الأبعاد ، إذ تبين عدم

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

وجود فروق ذات دلالة إحصائية حسب متغير المستوى الدراسي في أربعة أبعاد هي : العجز واللاهدف واللامعيارية، والتمرد، في ظل وجود فروق ذات دلالة إحصائية في بعدين من أبعاد الاغتراب هي :

-**اللامعنى** : أظهرت النتائج أن مربع المتوسطات بلغ (8.19) ، وبلغت قيمة (F) (10.62) والدلالة الإحصائية (.000) وهي قيمة أقل من مستوى الدلالة (0.5%) مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين بعد اللامعنى وبين المستوى الدراسي للطلبة المبحوثين. وبقراءة المتوسط الحسابي يتبين أن اللامعنى يقل كلما ارتفع المستوى الدراسي، فهو عند متوسط (2.82) لمستوى الليسانس، و (2.74) لمستوى الماستر، و (1.58) لمستوى الدراسات العليا.

- **العزلة** : أظهرت النتائج أن مربع المتوسطات بلغ (4.080) ، وبلغت قيمة (F) (5.354) والدلالة الإحصائية (0.05) وهي قيمة أقل من مستوى الدلالة (0.5%) مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين بعد العزلة وبين المستوى الدراسي للطلبة المبحوثين. وبقراءة المتوسط الحسابي يتبين أن بعد العزلة يقل كلما ارتفع المستوى الدراسي، فهو عند متوسط (2.56) لمستوى الليسانس، و (2.44) لمستوى الماستر، و (1.71) لمستوى الدراسات العليا.

هذا يدل على أهمية التعليم وخاصة التعليم العالي في اكتساب الفرد معارف وخبرات تساهم في توعية الفرد والحد من بعض مظاهر الاغتراب، حيث يصبح الفرد أكثر مقدرة على تحديد معنى وسبب لحياته، كما تصبح المجتمع وما يسوده من علاقات، وبخاصة العائلة، من أولويات الفرد الأولى، كما أنه بتقدم السن يتخلص الفرد من شعوره باللامعنى ويصبح اجتماعيا واقعيا أكثر.

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

2-2-3- الاغتراب الاجتماعي العام :

الجدول (36) التالي يمثل نتائج الأبعاد السبعة للاغتراب وفق الوسط الحسابي والانحراف المعياري وتقدير الرتبة والدرجة:

الجدول (36) الاغتراب الاجتماعي العام

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الرتبة	الدرجة
اللامعيارية	2.89	1	متوسط
التمرد	2.83	2	متوسط
اللامعنى	2.77	3	متوسط
العجز	2.57	4	متوسط
اللاهدف	2.55	5	متوسط
العزلة الاجتماعية	2.52	6	متوسط
المتوسط الحسابي العام	2.68		متوسط

يبين الجدول (36) أعلاه الخاص بالمتوسطات الحسابية لأبعاد الاغتراب أن جميع الأبعاد تراوحت بين (2.89 - 2.52) وهي من الدرجة المتوسطة، وتبين أن الوسط الحسابي العام جاء متوسطاً أيضاً بوسط حسابي بلغ (2.70)، وكانت الأبعاد مرتبة كالتالي:

- اللامعيارية: حصل على الرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط بلغ (2.89) من أصل (5) على المقياس الخماسي.

- التمرد: حصل على الرتبة الثانية بوسط حسابي متوسط بلغ (2.83).

- اللامعنى: على الرتبة الثالثة بوسط حسابي متوسط بلغ (2.77).

الفصل الثاني : الاغتراب الاجتماعي

الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة

- العجز: بوسط حسابي متوسط بلغ (2.57)، حصل على الرتبة الرابعة.
 - اللاهدف: حصل على الرتبة الخامسة بوسط حسابي متوسط بلغ (2.55)،
 - العزلة الاجتماعية: الرتبة السادسة والأخيرة بوسط حسابي متوسط بلغ (2.52).
- تبعاً لمراحل الاغتراب الثلاثة¹، تؤكد نتائج الدراسة أن الظاهرة لم تتعدى مرحلتها الأولى والثانية، حيث أن المرحلة الأولى تعد مرحلة التهيؤ للاغتراب، حيث يأتي مؤشر البداية من عدم معرفة الفرد لما يرغب فيه أو ما يفعله، و تتضمن المرحلة مفهوم فقدان السيطرة وفقدان المعنى واللامعيارية والعجز، أما المرحلة الثانية فهي مرحلة الرفض والنفور الثقافي، أين تتعارض فيها اختيارات الأفراد مع الأحداث والتطلعات الثقافية، والتناقض بين ما هو واقعي ومثالي، الأمر الذي ينتج عنه صراع الأهداف.
- أما المرحلة الثالثة والأخيرة، فتمثلها العزلة الاجتماعية والانسحاب والهروب.

¹ : علاء زهير الرواشدة: الاغتراب السياسي لدى الشباب الجامعي، مرجع سابق، ص.270

الفصل الثالث: الصناعات التلفزيونية بين التأثير والاعتراب

3-1- تأثير الصناعات التلفزيونية على الشباب الجامعي

3-1-1- إشكالية التأثير

3-1-2- التأثيرات الإيجابية والسلبية

3-1-3- تأثير البرامج الأجنبية

3-2- الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي

3-2-1- نوعية الانتاج التلفزيوني

3-2-2- الاتجاه النقدي للتلفزيون

3-2-3- مشاهدة التلفزيون والاعتراب الاجتماعي

3-1-1 - إشكالية التأثير

من الصعب أن يوجد أي شيء في العالم لا يتأثر، على نحو ما بالواقع الاجتماعي، المؤسسات والرموز والعادات والتقاليد والقواعد والقوانين... هكذا عبر دفيد كوبيسال .David Koepsell.

تقوم دراسة وسائل الإعلام على بديهية منطقية تقول إن هناك تأثيرات لوسائل الإعلام، ومع ذلك فإن هذا التأثير لا زال يمثل أقل فروع الدراسات الإعلامية تأكيداً واتفاقاً¹، فالنظريات العديدة والمداخل البحثية الكثيرة في مجال الاتصال الجماهيري قدمت طوال حوالي نصف قرن تقريباً عدداً من الإجابات المختلفة عن السؤال عن حجم ونوعية تأثيرات الإعلام.

ليس ثمة مقولة اتصالية أكثر إثارة للجدل والنقاش الدائمين من إشكالية التأثير، وبخاصة تأثير التلفزيون، فالبث التلفزيوني يرتبط بشكل عام بالعديد من العوامل المتداخلة والمعقدة كالخصائص التكنولوجية للوسيلة في حد ذاتها، ظروف التعرض، نوعية البرامج والمواضيع المشاهدة، أنماط المشاهدة، بالإضافة إلى مختلف العوامل الأخرى الفردية والاجتماعية التي لها دور كبير في عملية التأثير كالقيم السائدة في المجتمع، العادات والتقاليد، الخبرات التي اكتسبها الفرد، ظروف ونمط العيش، مدى التفتح على الثقافات الأخرى، وغيرها .

¹: حسني محمد نصر: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص.134.

تأثير الصناعات التلفزيونية على الشباب الجامعي

قسم الباحثون تطور مجال دراسة أثر وسائل الإعلام على الفرد إلى عدة مراحل تمثل كل منها منعطفًا مهمًا في تاريخ هذا الفرد المهم وهي¹:

- مرحلة القوة المطلقة لوسائل الإعلام.
- مرحلة وضع هذه القوة موضع الاختبار.
- مرحلة إعادة اكتشاف هذه القوة.

التلفزيون لا يعمل وفق أسلوب الإبرة تحت الجلد، إنما يقوم على تقديم مواد يفكر فيها المشاهدون، بالفعل سقطت فكرة أسطورة قوة وسائل الإعلام التأثيرية وفق نموذج الإبرة تحت الجلد، لكن فكرة التأثير ما زالت باقية .

تكون تأثيرات وسائل الإعلام بصفة عامة على المعرفة والشعور والسلوك، ويمكن إيجاز هذه التأثيرات في²:

- التأثيرات المعرفية: تكون في عدة مجالات، كتجاوز مشكلة الغموض أو نقص المعلومات وعدم كفايتها لفهم مختلف الأحداث، تشكيل الاتجاهات و تحديد الأولويات، التأثير على نظم المعتقدات .
- التأثيرات الوجدانية: التأثير على مشاعر الحب والكراهية تجاه موضوع ما ، مشاعر القلق والخوق و غيرها.
- التأثيرات السلوكية: هي الناتج الفعلي للتأثيرات المعرفية والوجدانية، أين يحدث السلوك الفعلي.

¹: المرجع نفسه، ص.135.

²: للاطلاع أكثر:

محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، ط.02، عالم الكتب، مصر، 1998، ص.237.

الفصل الثالث: الصناعات التلفزيونية بين التأثير والاعتراق

تأثير الصناعات التلفزيونية على الشباب الجامعي

3-1-2- التأثيرات الإيجابية والسلبية للتلفزيون

أ- التأثيرات الإيجابية:

يبين الجدول (37) التالي طبيعة التأثير الإيجابي لمشاهدة التلفزيون من قبل أفراد عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين:

الجدول (37) التأثيرات الإيجابية لمشاهدة التلفزيون

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مجال التأثير
مرتفع	1	1.04	4.07	تنمية ثقافتك العامة
متوسط	2	1.15	3.61	يعزز فكرتك عن المجتمعات الغربية
متوسط	3	1.33	3.59	يؤثر إيجاباً على العادات والتقاليد
متوسط	4	1.19	3.53	يحسن طريقة التفكير وأسلوب العيش والأولويات
متوسط	5	1.06	3.52	يعزز الآراء السياسية
متوسطة	6	1.02	3.50	يعزز الانتماء إلى الوطن
متوسط	7	1.13	3.49	يعزز فكرتك عن مجتمعك
متوسط	8	1.13	3.43	يعزز العلاقات الاجتماعية مع العائلة والأصدقاء

يبين الجدول (37) أعلاه الخاص بالتأثيرات الإيجابية لمشاهدة التلفزيون من وجهة نظر الشباب الجامعي الجزائري أن الرتبة الأولى جاءت من نصيب الفقرة "تنمية ثقافتك العامة" بوسط حسابي مرتفع بلغ (4.07) من أصل (5) درجات على المقياس الخماسي، وهو الدافع الثالث لاستخدام التلفزيون.

بينما جاءت الرتبة الثانية للفقرة التي نصها "يعزز فكرتك عن المجتمعات الغربية" بوسط حسابي متوسط بلغ (3.61)، أما الرتبة الثالثة فقد كانت من نصيب الفقرة التي نصها "يؤثر إيجاباً على العادات والتقاليد" بوسط حسابي متوسط بلغ (3.59)، وجاءت

تأثير الصناعات التلفزيونية على الشباب الجامعي

الرتبة الرابعة من نصيب الفقرة التي نصها "يحسن طريقة التفكير وأسلوب العيش والأولويات" بوسط حسابي متوسط بلغ (3.53)، وجاءت الرتبة الخامسة من نصيب الفقرة التي نصها "يعزز الآراء السياسية" بوسط حسابي متوسط بلغ (3.52)، بينما جاءت الرتبة السادسة وقبل الأخيرة من نصيب الفقرة التي نصها "يعزز فكرتك عن مجتمعك" بوسط حسابي متوسط بلغ (3.49)، أما الرتبة السابعة والأخيرة فقد جاءت من نصيب الفقرة التي نصها "يعزز العلاقات الاجتماعية مع العائلة والأصدقاء" بوسط حسابي متوسط بلغ (3.43).

حيث صرحت إحدى الطالبات: "نعم للتلفزيون تأثير إيجابي، من حيث الاستفادة من طريقة التعامل وزيادة المعرفة، والتأثر باللقطات الإنسانية، وهناك أيضا تأثير سلبي فيما يتعلق بالتأثير الاعمى، ولكن هناك وعي بذلك"

أما فيما يخص تعزيز بعض الأفكار حول الأمور السياسية والاجتماعية والانتماء إلى الوطن، فقد جاءت النسبة منخفضة، ذلك لأن المشاهدين يميلون أكثر إلى برامج الترفيه الدرامية كالأفلام والمسلسلات الأجنبية ذات الطابع الرومانسي العاطفي أو أفلام الحركة بالإضافة إلى الموسيقى- كما سبق توضيحه- ويبتعدون عن البرامج السياسية الحوارية الجادة التي تناقش مختلف الأمور السياسية، الاجتماعية والثقافية للبلاد وإن كانت قليلة.

الفصل الثالث: الصناعات التلفزيونية بين التأثير والاعتراب

تأثير الصناعات التلفزيونية على الشباب الجامعي

ب- التأثيرات السلبية :

يبين الجدول (38) التالي طبيعة التأثير السلبي لمشاهدة التلفزيون من قبل أفراد عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين:

جدول (38) الآثار السلبية لمشاهدة التلفزيون

الدرجة	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مشاهدة التلفزيون تؤدي إلى
متوسطة	1	1.34	3.52	زيادة الانفرادية والعزلة
متوسطة	2	1.37	3.17	التقليل من الصلة بالله والدين
متوسطة	3	1.09	2.67	التقليل من الوعي السياسي
متوسطة	4	1.26	2.50	التقليل من احترام العائلة

يبين الجدول (38) أعلاه الخاص بالتأثيرات السلبية لمشاهدة التلفزيون من وجهة نظر الشباب الجامعي الجزائري أن الرتبة الأولى للفقرات حازت عليها الفقرة التي نصها "زيادة الانفرادية والعزلة" بوسط حسابي متوسط بلغ (3.52)، في حين جاءت الرتبة الثانية من نصيب الفقرة التي نصها "التقليل من الصلة بالله والدين" بوسط حسابي متوسط بلغ (3.17)، في حين جاءت الرتبة الثالثة وقبل الأخيرة من نصيب الفقرة التي نصها "التقليل من الوعي السياسي" بوسط حسابي متوسط بلغ (2.67)، أما الرتبة الرابعة والأخيرة فقد جاءت من نصيب الفقرة التي نصها "التقليل من احترام العائلة" بوسط حسابي متوسط بلغ (2.50).

الفصل الثالث: الصناعات التلفزيونية بين التأثير والاعتراق

تأثير الصناعات التلفزيونية على الشباب الجامعي

فمع زيادة ساعات مشاهدة التلفزيون، وفي ظل انسحاب العديد من الشباب من المشاهدة العائلية، وتفضيلهم أكثر للمشاهدة الفردية للدراما وبرامج الترفيه تزيد نسبة الانفرادية والعزلة الاجتماعية، حتى وإن وجدوا ضمن جماعة ما، وما يلاحظ على طبيعة البرامج الأكثر مشاهدة أنها تبتعد عن القيم المجتمعية والدينية

وقد أقر بالفعل الكثير من الطلبة بذلك، على حد قول إحدى الطالبات: "قيم بعيدة جدا عن القيم الجزائرية ومختلفة أيضا في الديانة"، وساندها في الرأي زميل لها قائلا: "الأفلام الهندية تنشر الثقافة الهندية في العالم من خلال التقاليد، حرق الموت أو الاغتسال في النهر، هذه البرامج غير جيدة...".

أما عن التقليل من الوعي السياسي، فكما سبق شرحه، فالبرامج التلفزيونية الأكثر مشاهدة سطحية تهدف إلى الترفيه وتمضية الوقت، ولا تعالج المواضيع السياسية، لذلك لم يجد المستجوبين الرابط بين التلفزيون والوعي السياسي، لذلك تذييل الترتيب.

أما عن التقليل من احترام العائلة، فالظاهر أن القيم الأسرية مازالت تشكل قيما أسمى لدى الشباب الجزائري، قيما ثابتة يصعب التأثير فيها من جهة، ومن جهة أخرى فإن الجيل الحالي للتلفزيون ابتعد عن وظائفه الحقيقية - كما حددها ماكويل - كالمساهمة في الاندماج والتفاعل من خلال الربط بالعائلة والمجتمع واكساب الانتماء، وأصبح يهتم فقط بالترفيه.

3-1-3- تأثير البرامج الأجنبية :

بما أن المسلسلات والأفلام المدبلجة احتلت المرتبة الأولى ضمن ترتيب البرامج التي يفضلها الجمهور، وبعد معرفة الدوافع الأساسية لمشاهدة مثل هذه البرامج ، فلا بد أن نتعرف الآثار المترتبة عن مشاهدتها.

قدم الباحث السوسيولوجي "جوركي تايبا" من البيرو تحليلا شاملا للمواد الترفيهية التلفزيونية الأجنبية بما فيها من مسلسلات وأفلام وبرامج غنائية وغيرها من المواد التي تصنف في خانة الترفيه، وخلصت تحليلاته إلى ¹ :

- البيئة هي مجتمع استهلاكي غارق في الرخاء المادي، وخال من التناقضات والصراعات.
- القيم الأساسية المعروضة هي: الفردية والأنانية المقترنة بمنافسة عنيفة.
- المجتمع يكافئ هؤلاء الذين يكسبون هذه اللعبة، ويعاقب الذين يخسرونها.
- هؤلاء الذين يظلون خاسرين يجب أن يرضوا بنصيبيهم على أنه من صنع القدر والمشئمة العليا، ونتيجة لعدم كفاءتهم وقلة موهبتهم، يجب بالتالي أن يتسم سلوكهم بالتسليم والرضوخ.

ما الذي يمكن استخلاصه من هذا التحليل: تتناقض المادة التلفزيونية الترفيهية مع القيم الفكرية والأخلاقية والاجتماعية والدينية السائدة أو التي كانت سائدة، حيث تسعى مواد الترفيه التلفزيونية المستوردة إلى إيجاد وتكريس نزعة استهلاكية متناقضة مع الإمكانيات المادية للأغلبية الساحقة من الجماهير، إن ما تقدمه هذه المواد أساسا هو أسلوب الحياة

¹: محمد آل زعيتر: التلفزيون و التغيير الاجتماعي، مرجع سابق ص.ص.51-52.

الفصل الثالث: الصناعات التلفزيونية بين التأثير والاعتراب

تأثير الصناعات التلفزيونية على الشباب الجامعي

على الطريقة الاستهلاكية، تتمثل السمة المميزة للمسلسلات التلفزيونية في غرس النزعة الاستهلاكية والملذات اليومية.

المسلسلات بهذه الطريقة لا تكاد تختلف عن الإعلانات العادية، من حيث التأثيرات المتشابهة. فأصبح المسلسل يثير الرغبة لدى المشاهد في اقتناء الأشياء والمواد التي رآها في المسلسل، ولا شك أن تحويل الاهتمام إلى المقتنيات المنزلية وتسعير النزعة الاستهلاكية يعملان على انحراف المشاهد عن القضايا الاجتماعية والسياسية الرئيسية. لقد أصبحت ثقافتنا مشوهة وغير متوازنة ، وأصبحنا نحن بغير وعي ضحايا لهذه الثقافة، وتدار باستمرار عجلة حياتنا - إن جاز التعبير- لتظهر أنه في مقدورنا أن نحصل على السيارة الملائمة والزواج المريح... إلخ¹

تساهم مواد الترفيه التلفزيوني المستوردة عمليا وغالبا في تثبيت الوضع الراهن، ويتحقق لها ذلك من خلال إغراق المشاهد بموضوعات وقضايا وأحداث بعيدة عن مشاكله وهمومه الحقيقية، وتخلق لديه بالتالي اهتمامات بعيدة عن واقعه.

إن التأثير على أحد الأشخاص لا يعني إكراهه عبر تقديم أو إظهار القوة التي يمكن تجييشها ضده لكي يستسلم، وإنما يعني دفع المتأثر بلطف لكي يري الأشياء بنفس منظار المؤثر، يمكننا إذن اعتبار التأثير بمثابة شكل خاص جدا من السلطة يكمن مصدرها الرئيسي في الإقناع². وفي سؤالنا عن تأثير البرامج المدبلجة تجاه المجتمع، كانت النتائج كما يبينها الجدول (39) التالي دور البرامج التلفزيونية المدبلجة للعربية نحو المجتمع من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة من الطلبة الجامعيين.

¹: آرثر أيزنبرجر: النقد الثقافي (تمهيد مبدئي للمفاهيم الرئيسية)، تر. وفاء إبراهيم، رمضان بسطاويسي، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة 2003، ص.ص. 97-98.

²: مخلوف بوكروح: التلقي في الثقافة و الإعلام، مرجع سابق، ص. 110.

الفصل الثالث: الصناعات التلفزيونية بين التأثير والاعتراب

تأثير الصناعات التلفزيونية على الشباب الجامعي

الجدول (39) دور البرامج المدبلجة

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
تقدم تجارب جديدة	2.27	0.70	1	متوسطة
تطرح قضايا خيالية	1.98	0.77	2	متوسط
تعالج قضايا بعيدة عن واقعك المعاش	1.94	0.76	3	متوسط
تعالج قضايا ومشاكل تشبه القضايا المحلية	1.85	0.70	4	متوسط
رأي آخر	1.28	0.70	5	منخفض

يبين الجدول (39) أعلاه الخاص بطبيعة الدور الذي تؤديه البرامج المدبلجة من وجهة نظر الشباب الجامعي الجزائري أن الفقرة التي نصها " تقدم تجارب جديدة " حازت على الرتبة الأولى بوسط حسابي متوسط بلغ (2.27) من أصل (3.00) درجات، وأن الرتبة الثانية جاءت من نصيب الفقرة التي نصها "تطرح قضايا خيالية" بوسط حسابي متوسط بلغ (1.98)، وجاءت الرتبة الثالثة من نصيب الفقرة التي نصها " تعالج قضايا بعيدة عن واقعك المعاش" بوسط حسابي متوسط بلغ (1.94)، في حين أن الرتبة الرابعة جاءت من نصيب الفقرة التي نصها "تعالج قضايا ومشاكل تشبه القضايا المحلية" بوسط حسابي متوسط بلغ (1.85)، وجاءت الرتبة الخامسة والأخيرة من نصيب الفقرة التي نصها "رأي آخر" أي خلاف ما ذكر أعلاه من فقرات بوسط حسابي منخفض بلغ (1.28)، وأهم البنود التي قدمها المبحوثين أنها تطرح قضايا تساهم في اضعاف الوازع الديني ومنافية للإسلام، تسوق المنتجات والألبسة وتهدف للربح ، تقوم بهدم المجتمع العربي.

تأثير الصناعات التلفزيونية على الشباب الجامعي

يتم اللجوء إلى الصناعات التلفزيونية الأجنبية بغية الخوص في تجربة جديد وخيالية توفرها مختلف المسلسلات والأفلام التلفزيونية الأجنبية، وكانت إحدى الطالبات فيما سبق قد أوضحت ذلك بقولها: "أعتقد أننا لا نشاهد البرامج العربية والجزائرية لأنها متشابهة فهي لا تختلف كثيرا عن الطريقة التي نعيش بها، لدينا دائما الأحلام والأوهام، ونود العيش هناك من خلال الأفلام... عندما نشاهد التلفاز، نود فتح بوابات للأحلام لكي نتحقق".

تقترب المسألة أكثر من مفهوم التهرب أو الهروب Escapism، وأعطى لهذا المفهوم معنى دقيقا، لا يرتبط بالاستعمال المبتدل للترفيه الذي يعتبر انقطاعا في نشاط متواصل، بل باعتباره نوعا من الارتياح من حقائق الحياة المكدره والرتيبة.

عند سؤالنا عن الثقافات الأجنبية الأكثر تأثيرا في الثقافة الحالية كانت الثقافة التركية هي الجواب الأول، هناك من أخذ الموضوع بكل استهزاء، والبعض الآخر كان جديا حياله، على حد قول أحد طلاب اللغة العربية: "هناك تآكل مستمرا للثقافة الجزائرية، حيث تسمى حديثي الولادة بأسماء تبرز في المسلسلات التركية بالرغم من أنه لدينا مجموعة واسعة من الأسماء التقليدية، كما أصبح اختيار الشريك من هذا القبيل مثل النجوم في المسلسلات"، يضيف ذات الطالب: "كل برنامج لديه أجندته الخاصة، المسلسلات والأفلام الهندية، تقدم الثقافة الهندية إلى العالم، عاداتهم، لقد أصبحنا غير منتجين، مستهلكين".

الفصل الثالث: الصناعات التلفزيونية بين التأثير والاعتراب

تأثير الصناعات التلفزيونية على الشباب الجامعي

من الطلبة من صرح بحبهم الشديد لتقليد الغرب وبخاصة شخصيات التلفزيون والجدول التالي يبين مدى تقليد الشباب للشخصيات التي تظهر بالتلفزيون، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول (40) مدى تقليد الشباب الجامعي للشخصيات التلفزيونية

النسبة المئوية	التكرارات	تقليد الشخصيات
4.7	18	غير مستجيب
6.8	26	دائماً
34.4	132	أحياناً
54.2	208	مطلقاً
100.0	384	المجموع

يبين الجدول (40) أعلاه الخاص بتقليد الشباب الجامعي الجزائري للشخصيات التي تظهر في التلفزيون أن الأغلبية بواقع (208) فرداً وبنسبة (54.2%) أقرروا أنهم لا يقلدون "مطلقاً" الشخصيات التي تظهر في التلفزيون، بينما أقر (132) فرداً وبنسبة (34.4%) أنهم يفعلون ذلك بدرجة "أحياناً"، وأقر (26) فرداً وبنسبة (6.8%) بأنهم يفعلون ذلك بدرجة "دائماً"، بينما لم يستجب (18) فرداً وبنسبة (4.7%) لهذا السؤال.

سوسيولوجيا تهيمن على المسلسلات التلفزيونية كتابة التقمص، حيث الاستفادة إلى حد كبير من معطيات نظريات النموذج للتأثير غير المباشر والبعيد المدى، أثبتت الأبحاث الإعلامية ضخامة التأثير الذي تحدثه المسلسلات التلفزيونية على سلوك المشاهدين، حيث يلاحظ أحد أفراد الجمهور شخصاً نموذجاً ثم يركز اهتمامه عليه، ويسعى للتماثل معه، ويصل المشاهد بذلك، وهو واع، إلى استنتاج لا واع بأن النموذج

الفصل الثالث: الصناعات التلفزيونية بين التأثير والاعتراق

تأثير الصناعات التلفزيونية على الشباب الجامعي

سواء كان شخصيا أو موقفا أو سلوكا الذي يسعى للتماثل معه سيكون مفيدا وملائما له، ولذلك فهو يتذكره عندما يواجه ظروفًا مشابهة و يسلك بالتالي ذلت السلوك.¹

هذا المفهوم الذي يقترب من فكرة التماهي ، ويعني قدرة الفرد على أن يرى نفسه مكان شخص آخر².

يمكن حصر الآثار التي يمكن أن تتركها هذه البرامج في النقاط التالية:

1- **الشعور بالحرمان:** حيث تشعر جماهير البلدان النامية بالحرمان جراء مشاهدتها مواد الترفيه المستوردة، حيث تجري مقارنة بين واقعها المأساوي وبين الواقع الذي تقدمها وتصورها هذه المواد لخاصة الافلام والمسلسلات.

2- **تشجيع الهروب:** الهروب من الواقع المعاش، في ظل عدم وجوء وسائل أخرى للترفيه.

3- **العنف والجنس:** اللذان يوجدان بشكل مكثف من المواد الترفيهية التي يتم استيرادها من الغرب، وترتبط مسألة العنف والجنس في التلفزيون عضويا بالقدرة الإقناعية للمادة في حد ذاتها بخصائص الجمهور المستقبل.

التلفزيون يغمرنا، ونظرا إلى كمية ما نتعرض له منه، فضلا عن قوة هذه الوسيلة، فهي لا محالة في النهاية تتجاوز القدرة النقدية والقدرة على التفكير الصحيح واتخاذ القرار العقلاني، فهو يخاطب بالدرجة الأولى الأحاسيس.

¹:أديب خضور: سوسولوجيا الترفيه في التلفزيون، مرجع سابق، ص.23.

²: عزي عبد الرحمن، السعيد بومعيزة: الإعلام والمجتمع (رؤية سوسولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية)، مرجع سابق، ص.74.

الفصل الثالث: الصناعات التلفزيونية بين التأثير والاعتراب

تأثير الصناعات التلفزيونية على الشباب الجامعي

وإن كان الفرد يختار من بين آلاف البرامج والقنوات التلفزيونية برنامجا محددًا يعرض على قناة ما، غير أن ما يشاهد على التلفزيون هو ما تم اختياره بالفعل من قبل منتج البرنامج، بالطبع هو ما يريدون من المشاهدين أن يشاهدوه.

إن هناك كتابات حول مسألة تأثير التلفزيون بقيت تستمد تصوراتها من تلك الخطابات التي تداولت الحديث عن نظام إعلامي جديد والذي ربطته بالغزو الثقافي والإمبريالية، أو ما يعرف بالتبعية، هذه الفكرة الأولى المحببة لدى أصحاب المنظور النقدي، أما الفكرة الثانية فتمحور حول الاعتراب.

3-2-1- نوعية الانتاج التلفزيوني:

ارتبطت علاقة التلفزيون بالاعتراب بأفكار النظرية النقدية وخاصة مدرسة فرانكفورت، حيث تناول روداها نقد منتجات الإعلام وبخاصة التلفزيون، أو ما اصطلحوا عليه بالصناعات الثقافية، فبعيدا عن السوسيولوجيا التي اهتمت بوظائف وسائل الإعلام، ظهر اتجاهها نقديا مغايرا يعمل على مساءلة نتائج تطور وسائل الإنتاج والبت، واعتبار هذه الوسائل مجرد أدوات للتسلط والسيطرة بل مصدرا للعنف الرمزي وللاعتراب.

ارتبط ظهور هذه الأفكار بالتحولات الجوهرية في التعليم العام، والتي تنوعت بين إنشاء الجامعة المتنوعة في الولايات المتحدة الأمريكية، وتعليم الكبار بغرض التوظيف، إلى التمردات الطلابية العالمية في 1968، وغيرها من الظروف التي سادت في تلك الحقبة في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا.

برزت في العقود القليلة الأخيرة صناعة متطورة ومتشعبة ومعقدة لملء وقت الفراغ، سميت " صناعة أوقات الفراغ" أو صناعة التسلية، هدفت هذه الصناعة إلى تحقيق مكاسب مادية معتبرة، وتحولت بالتالي بعد أن ارتبطت عضويا بمفهوم معين لـ " الثقافة الجماهيرية" إلى القوة الضاربة والمحرك الأساسي الموجه للوصول إلى الجماهير والتأثير عليها من خلال " صناعة التسلية" وخاصة مادة الترفيه¹.

فالملاحظ في الإنتاج التلفزيوني هو انتشار الصناعات الترفيهية وفقا للنموذج الأمريكي للمسلسلات التلفزيونية أو برامج الواقع، وغيرها من المحتويات التي تدخل في خانة الترفيه. تتبع أهمية الترفيه في الثقافة البصرية من أن المشاهدة التلفزيونية تدخل من دون إحداث ضجة، خصوصا إذا كان البرنامج ترفيهيا شعبيا وغير سياسي، الأمر الذي

¹ أديب خضور : سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون (الدراما التلفزيونية)، مرجع سابق، ص. 07

الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي

يضع الإنسان في إطار معادلة معرفية جديدة ما فوق سياسية، بمعنى أنها تطل أشكال وأنماط تفكير وطرق وأساليب ممارسته في الحياة اليومية والعملية، فتأتيه من حيث لا يدري، لأنه عندما يتعلق الأمر بمشروع يخاطب الأحاسيس تسقط كل مقاومته وينتفي عمليا ونظريا البديل، فتحل المشاهدة مكان المشاركة¹.

و لكن أي ثقافة يبثها التلفزيون؟ ما نوعية هذه الثقافة المصنوعة؟

من خلال النقاش حول نوعية Qualité المواد المقدمة عبر الشاشات التلفزيونية، تظهر العلاقة بين التلفزيون وأفكار "النوعية" بأنها تمتلك استمرارية كافية كموضوع، وكصدر للقلق الثقافي المتكرر دوريا تجعلها تستحق تقديرا مستقلا في أي استكشاف للطابع العام للتلفزيون.²

طالما أن التلفزيون ما زال غالبا وسيلة لإذاعة موجهة إلى جمهور متغير الخواص، فإن قضايا النوعية التي يثيرها لا بد من أن تكون مختلفة عن تلك القضايا المطروحة في المسرح أو في مجال نشر الكتاب أو صناعة السينما، في هذه المجالات تتركز القضايا المتعلقة بالقيمة النوعية على منتجات ثقافية معينة ومحددة، فالكتب والمسرحيات التي ترتبط بالقراء والجمهور عن طريق البيع المباشر أو الأجرة أو الحضور أما الخدمات التلفزيونية فإنها تتضمن مجالا كاملا من المنتجات الثقافية وعلاقتها بالجمهور غالبا ما تكون على مستوى الخدمة العامة التي تقدم بغض النظر إن كانت مدفوعة الأجر أم لا³

¹: نهود عيسى القادري: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية (الوقوف على تخوم التفكير)، مرجع سابق، ص.52.

²: جون كورنر: التلفزيون والمجتمع (الخصائص، التأثير، النوعية، الإعلانات)، مرجع سابق، ص.237.

³: المرجع نفسه، ص.251.

الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي

هكذا أصبحت الصناعات التلفزيونية ضد الثقافة *contre culture**. يجب تخفيض مستوى البرامج ليناسب أخفض عامل مشترك فينا جميعا، وأن يعاملنا كوحدات من الجمهور، لا تمتلك أية شخصية متميزة، وليس لها أية سمات فردية، وهذا ما يفسر حقيقة أن الكثير من البرامج التجارية تنفقر دائما إلى طابع و إلى شخصية من أي نوع¹.

تستحق هذه الفقرة أن نستشهد بها حرفيا، وذلك لأنها تربط معا عددا من الأفكار المتعلقة بالعلاقة القائمة ما بين التجاري و الجماهيري بالإضافة إلى أنها تشكل مقدمة منطقية لفكرة الحساسية الثقافية - سرعة التأثير -قابلية الجرح والعطب- للمشاهد حين يتعرض لمادة منخفضة النوعية، وهذا لا يعني رفضا جوهريا للتلفزيون، أو نبذا له، فهناك إمكانية أن يكون التلفزيون قوة ثقافية إيجابية قسا هاما من النقاش.

أشارت لجنة بريطانية Plikington report معتمدة على مقياس مستمد من الأدب والأشكال الشعبية التقليدية إلى أزمة نوعية *Qualité crisis* في الإنتاج التلفزيوني الراهن، إحدى الملاحظات المدوية كانت على الشكل التالي²: إن معظم ما يبثه التلفزيون يعتبر ذو قيمة منخفضة، قد يمكن تقديم التافه في العجز عن الاستفادة الكاملة والمنضبطة من التسهيلات الفنية والتقنية المناسبة لموضوع معين، والوثيقة الصلة به، أو الممثلة في الاعتماد على وسائل التحايل من أجل إحداث اهتمام مزيف بالبرنامج على حساب تكامله التخيلي أو في المبالغة في الاعتماد على وسائل وأدوات مبتذلة من كثرة الاستخدام من أجل خلق إثارة الضحك أو الدموع إن البرامج التي مثلت بهرجة عاطفية، وجنبا عقليا

*: استحدث هذا المصطلح Theodore Roszak في مقالة له بعنوان *The Making of a counter culture* سنة 1968 ، للاطلاع أكثر:

Contre-culture, sous la direction de CHRISTOPHE BOURSEILLER, OLIVIER PENOT-LACASSAGNE, CNRS édit, Paris, 2013.

³: جون كورنر: التلفزيون و المجتمع (الخصائص، التأثير، النوعية، الإعلانات)، مرجع سابق، ص.243.

²: المرجع نفسه، ص.248.

الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي

ساعدت على ترخيص كل القيم العاطفية والعقلية، قد لا تعالج المسرحيات والمسلسلات المشاكل الإنسانية الحقيقية، بل تصور وتقدم عالما حريريا مغطى " بالسكر " واعتبر التقرير التقاهة نسا أساسيا، واستنتجت اللجنة أن التقاهة عيب فطري في التلفزيون، إنه تافه وسطي وشكلاني.

إن الشبكات التلفزيونية تميل دائما إلى المتدني، إنها لا تستطيع عمليا أن تتحمل الاحتفاظ بمستوى جمالي رفيع لفترة طويلة. إن هذه العوامل لم تجعل التلفزيون يميل إلى الانحدار فقط، بل جعلت مهنة النقد التلفزيوني قضية غير محددة على "تحو شاذ ومستغرب" كما وصفه جون كورنر.

يري رجيس دبويه أن الثقافة البصرية تتخلق بأخلاق الآلة التي تحملها وأن التلفزيون ذلك الجهاز الذي يتطلب السرعة والمباشرة والآنية والصورة الجمالية، والأوثة، والإثارة والألوان الحية هو مكون أصلا للتسلية وهو متوافق تماما مع غايته، يدخل الانسجام في الأمور المتنوعة ويحول الواقع إلى خرافة، وظيفته الخاصة إثارة الإعجاب وليس التثقيف، فهو لا يعمل على تعاقب الأفكار والإشارات، إنما سيلا من الصور دون تركيب وتجميع وتمييز¹. باختصار إنه الآلة التي تبرمج مسبقا مبرمجها وهي لا تعمل إلا على هواها وليس على هوانا.

فالتغذية المنظمة من المستوى المنخفض للترفيه التلفزيوني، تترك أثارا تتمثل في انخفاض وتدني ذوق الكثير من المشاهدين، وفي تشجيعهم على أن يعتادوا الأدنى ويستقروا عليه، وبالتالي على أن يفضلوا المؤلف الذي لا ينطوي على أية مخاطرة، والذي ليس له متطلبات كثيرة.

¹: نهود عيسى القادري: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية (الوقوف على تخوم التفكير)، مرجع سابق، ص.51.

الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي

كما لخص جون ستيوارت ميل John Stuart Mill كل ما قيل في مقولته التالية:
"يفقد الناس طموحاتهم كما يفقدون حواسهم وأذواقهم الفكرية، لأنه ليس لديهم الوقت أو الفرصة لإشباعها، وهم يكرسون أنفسهم للمتعة الدونية، ليس لأنهم عمدا يفضلونها، ولكن إما لأنها المتعة الوحيدة المتوفرة لهم، أو لأنها المتعة الوحيدة التي باتوا قادرين على الاستمتاع بها". وإذا ما طبقنا ذلك على التلفزيون فإن آراء هذا الاتجاه تستخدم غالبا فكرة وجود جاذبية لأدنى مستوى عام، نتيجة الحاجة إلى مضاعفة جماهير المشاهدين، وزيادتها، هذا المستوى كما يرى أصحاب هذا الاتجاه، يصبح بالتدريج راسخا ومعتمدا كتقليد ثقافي.

باختصار يدخلنا التلفزيون عالما جديدا حيث منطق الإغراء حل محل منطق الإقناع، منطق الجلسة الجيدة أهم من منطق الحجة والبرهان كما أشار دوبريه. لذلك يتم العمل أكثر فأكثر على دمج كل شيء بالبرامج الترفيهية، فكل شيء للعرض¹. لذلك أعتبر التلفزيون مفسد للوقت، والذوق معا، باعتماده على ثلاثية ميردوك أو ما تعرف بـ :
Scandal, Sport, Sex – أو ثلاثية Ignacio Ramonet : La mour, la mort, l'humour
، أي الجنس، الموت، الطرافة. المهم هو توفير "الترفيه".

¹: المرجع نفسه، ص.53.

3-2-2- الاتجاه النقدي للتلفزيون:

نميز اتجاهين في هذا المجال : المدرسة الألمانية -مدرسة فرانكفورت- و الحركة النقدية في فرنسا:

منذ الأربعينات من القرن الماضي ، عبر رواد مدرسة فرانكفورت - من منفاهم في الولايات المتحدة الأمريكية - عن قلقهم تجاه مستقبل الثقافة، وقد شهدت المدرسة حضور العديد من الشخصيات البارزة مثل تيودور أدورنو، هوركايمر، "وخلال الستينات بالتحديد ماي 1986 ظهرت ثلاث ميمات ماركس، ماو، ماركيزوز 3M , Marx ,Mao, Marcuse¹ ف "ماركيوز" صاحب كتاب الإنسان ذو البعد الواحد L'homme unidimensionnel 1964، الذي تضمن نقدا راديكاليا للثقافة والحضارة البرجوازيتين، لقد هدف ماركيزوز من خلال هذا الكتاب إلى الكشف عن الأشكال الجديدة للهيمنة السياسية، فالمظاهر العقلانية للعالم يتم تطويعه تدريجيا باستثمار التكنولوجيا والعلم، تخفي وراءها عقلانية نموذج تنظيمي للمجتمع، يدعي تحرير الفرد فيما هو، في الحقيقة يعمل على استعباده"²، وأكد على أن الصناعات الثقافية تنتج حاجات زائفة، تسطح الأذواق وتسبب أوهام المساواة بين الطبقات الاجتماعية³.

¹: Armand Mattelart, Michèle Mattelart: **Histoire des théories de la communication**, Op. Cit, p.p.44-45.

²: Ibid, p.45.

³: للاطلاع أكثر :

Herbert Marcuse: **l'homme unidimensionnel**, Minuit, Boston, 1968.

الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي

أما الفيلسوف الألماني جورغن هابرماس فقد طور نظريته النقدية المتعلقة بالعقلانية التقنية وضمنها في كتابيه: "الفضاء العمومي، أركيولوجيا الإعلان كبعد تأسيسي للمجتمع البرجوازي" " Espace public, Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise، والعلم كإيديولوجيا 1968، la technique et la science comme ideologie فمبدأ الإعلان مثلاً يقوم أساساً على إتاحة الفرصة للرأي العام الاطلاع على المعلومات التي تخص المصلحة العامة، لكن تطور قوانين السوق وتداخلها مع الإنتاج الثقافي جعلها تستبدل هذا المبدأ القائم على الإعلان والتواصل الجماعي بنموذج تجاري آخر لتصنيع الرأي العام .

رأى هابرماس في هذه النزعة " رؤية إقطاعية جديدة للمجتمع"، وهو بذلك يتبنى أطروحات أدورنو وهوركايمر حول تضليل الرأي العام والتماثل والتشديد وتجزئة الجمهور، فالفرد يميل إلى أن يكون مستهلكاً ذو سلوكيات عاطفية هتافية احتفالية.

كما أشارت حنا أرندنت Hannah Arendt في كتابها "أزمة الثقافة" إلى خطر انحلال الثقافة في الترفيه، "إنها وسائل التسلية تدمر الثقافة، لتولد الرفاهية، وتغير المواضيع الثقافية لإقناع الجماهير أن هاملت Hamlet قد تكون مسلية مثل My fair lady ولماذا لا تكون تربية مثلها أيضاً؟" و نفس النظرة يمتلكها Alain Finkielkraut في كتابه هزيمة الفكر La défaite de la pensée في نظره وسائل الاتصال الخاضعة لقوانين السوق تدعم النسبية الناهشة أو المدمرة، كل الأمور تتساوى.¹

أما في فرنسا وبالتحديد في منتصف سبعينات القرن الماضي، تبني بعض الفرنسيون الاتجاه النقدي، وخاصة بعد الثورة الثانية للاقتصاد السياسي للاتصال، وكانت الصناعات الثقافية أبرز المواضيع التي عالجوها.

¹: Francis Balle :les médias, op.cit. p.101.

فقد طرح بيير بورديو Pierre Bourdieu سؤالاً عن مستقبل الثقافة : ألا تضع وسائل الإعلام الثقافة في خطر؟ بالخضوع إلى قانون السوق Lois du marché والبحث عن الربح الأقصى على المدى . خلصت تحليلاته إلى أن ما كان من قبل ثقافة نخبوية أصبح مجرد حزمة من السلع الثقافية، وأن الثقافة ليست مجرد استهلاك، لكن تظهر بوصفها استهلاكاً منتجاً، أي بوصفها استثماراً في خلق رأسمال ثقافي، وقد رأى أنه بالإمكان التحكم بهذه السلعة في التلاعب بالعقول عن طريق منطق النظام نفسه القائم على تفضيل هيمنة فئات على حساب فئات أخرى، وأن التوظيف والمضمون الأيديولوجي للتكنولوجيا يتجلى في دور التلفزيون الفضائي إذ لا يقتصر دوره في التأثير المباشر في المشاهد بل يمتد إلى مجالات أخرى تشمل الإنتاج الثقافي.

فالتلفزيون تبعاً لبورديو مجرد إيديولوجيا ناعمة متمثلة في الجرعات اليومية واللحظة التي تبثها وسائل الإعلام، وهو في هذا المناخ من "الفساد النبوي" يمارس نوعاً من العنف الرمزي، ذلك العنف الذي يمارس بتواطؤ ضمني من قبل هؤلاء الذين يخضعون له، وأيضاً في الغالب من قبل الذين يمارسونه بالقدر الذي يكون فيه كليهما غير واعين بذلك.¹

التلفزيون يرغب -حالياً- في استغلال وتملق أذواق مشاهديه، من خلال تقديم إنتاج يتجسد نموذجه في المشاهد السريعة التي تستعرض التجارب المعاشة في الحياة دون أقنعة التي تملأ المجتمع الاستعراضي على حد تعبير بورديو²، كما يرى أن التلفزيون طوفان وكم هائل من المعلومات لا يشجع إلا على التفكير السريع والسطحي the fast thinking، هذه هي إحدى نتائج التقاء التلفزيون بالعولمة اليوم.

¹: Pierre Bourdieu :sur la télévision, Raison d'agir, Paris,2008,p.16.

²: نهود القادري عيسى: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية(الوقوف على تخوم التفكير)، مرجع سابق، ص.53.

الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي

إشكالية العلاقة بين التلفزيون والعولمة أثارها على نحو صريح وجريء بيار بورديو عندما أكد على حقيقة أن الإنتاج التلفزيوني دخل مع العولمة إلى "حظيرة" السلعة لا أكثر .

كما نجد في التيار ذاته مواطنه برنارد مياج¹ Bernard Miège ، في عام 1978 نشر فريق عمل بقيادة برنارد مياج Miège كتابا بعنوان الرأسمالية والصناعات الثقافية، الكتاب يشكك في طبيعة السلع الثقافية، مقدما إجابة على السؤال الذي مفاده: ماهي المشاكل المحددة التي تواجه الرأسمالية لإنتاج القيمة انطلاقا من الفن والثقافة؟ بالنسبة لأصحاب الكتاب، إن صناعة الثقافة غير موجودة في حد ذاتها، بل هي مركب، مصنوعة من عناصر متباينة للغاية، ومن القطاعات التي لديها تخضع لقوانين موحدة² .

اعتقد مياج أن تصنيع المعلومات والمنتجات الثقافية كان نتاجا لتعديل في شروط الإنتاج والتوزيع في جميع أنحاء العالم، كما اعتقد أنه سيكون خطأ فادحا الفصل بين الصناعات الثقافية وجميع الصناعات الأخرى وجعلها قطاعا منفصلا، كما أنه سيكون من القدر من سوء عدم ملاحظة أن تثمين رأس المال الذي تمارسه طبقا لشروط محددة³ .

إن تقنين الثقافة تحت تأثير متطلبات المنطق المزدوج الصناعي والتجاري ينتج ضمنا تقييد الأفكار وتوحيدها في "فكر واحد" يستبعد كل خصوصية، الأمر الذي خشيه " إدغار موران Edgard Morin ، إلا أن نظريته أقل تشاؤما من زميله فرانسيس بال

¹:voir: Bernard Miège:l'**information-communication**(objet de connaissance), De Boeck, INA, Bruxelles,2004.

²: Armand Mattelart, Michèle Mattelart: **Histoire des théories de la communication**, Op. Cit, p.p.69-70.

³:**Pierre Mœglin: Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ?** , Op.cit.

الفصل الثالث: الصناعات التلفزيونية بين التأثير والاعتراب

الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي

Francis Balle، فبالنسبة له ثقافة الهيمنة المزدوجة لوسائل الاتصال ولإقتصاد السوق ليست رديئة قطعيا، إنها مجرد وسطية، فتمط إنتاجها يعمل على تشجيع الجماليات المتوسطة، والذكاء المتوسط والحماقات المتوسطة، فهي بذلك توازن بين تعارضين: ضغوطات الإنتاج الحديثة وضرورة تقديم نتاج جديد من خلال المسلسلات التلفزيونية والأفلام والجرائد، جديدة ولو شكليا¹.

في ظل المناداة بالحق في الثقافة، فلما شكلت الثقافة حاجة أساسية وضرورة إنسانية، كان لزاما العمل على ديمقرتها، حتى لا تكون حكرا على فئة معينة - الصفة - ، بمعنى توسيع قاعدة المشاركة في العمل الثقافي والحياة الثقافية، من خلال زيادة وسائل الانتفاع بها، بصرف النظر عن الموقع الاجتماعي أو الجغرافي.

تبقى الصناعات تؤثر على الدور الوظيفي لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون في المجتمع من خلال :

- الانخفاض المستمر في الخدمة العمومية² service publique : خدمة المصالح المشتركة لجميع أعضاء المجتمع. إننا نعيش في زمن عالمي نعرف فيه مباشرة ما يحدث في العالم، وفي ومع ذلك لا نعرف شيئا، بالمقارنة مع فترة الستينات من القرن الماضي، فالتلفزيون تخلى عن هذه المهمة، واهتم بالترفيه قبل كل شيء.

- تراجع دور المجال الإعلامي sphère médiatique كمحرك رئيسي في المجال العام sphère public باعتباره تلك الفضاءات التي تحتضن المناقشات العلنية بكل حرية

¹: Francis balle: **les médias**, presses universitaires de France ,Paris ,2004.p.100.

²:voir: Bernard Miège, Patrick Pajon, Jean-Michel Salaun: **L'industrialisation de l'audiovisuel**(des programmes pour les nouveaux médias), RES, Babel, AUBIER, Paris, p.p.108-109.

الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي

حول مختلف القضايا التي تهم الجميع، وذلك باستعمال المنطق والحجج العقلية بالمفهوم الهابرماسي.

- تراجع التنوع الثقافي: فمن أجل الحفاظ على التنوع الثقافي الذي يميز مجتمعات عن غيرها. يجب الحفاظ على الهويات الثقافية، في الجيل الثالث من العولمة، هذا هو المثلث "المتفجر" "le triangle explosif" (الهوية - الثقافة والاتصال) - حسب تعبير وولتون Wolton - الذي يحيل عن المثلث "الفاضل الأقوى" "le triangle vertueux" (الهوية- التنوع الثقافي - حقوق الإنسان)¹.

فأصبحت وسائل الإعلام تتواصل مع جماهيرها من خلال المواد الترفيهية والبرامج الاستعراضية، على حساب الإعلام، على حساب التقارير الصحفية ذات التغطية الإعلامية الجادة التي تبرز الأحداث والوقائع. فهي تخضع لقوانين السوق والمنافسة.

ما يهم هو التواصل وإنشاء روابط وعلاقات مع الجمهور، بغض النظر عن نوعية البرامج المقدمة ومضمونها. وفق منطق بونيو Daniel Bounioux المتأثر بمدرسة بالو ألتو "تفوق الاتصال على الإعلام"

لقد تم استغلال الحاجة الإنسانية للترفيه والتسلية وتحويلها إلى صناعات عملاقة تتنافس عليها كبريات الشركات العالمية، من خلال برامج هدفها الوحيد اللذة كقيمة سامية بحد ذاتها، بالاعتماد على الإثارة المزدوجة، معتمدين على قوة الصورة التي تفرض هيمنتها. لذلك تكرست التسلية والمرح كصناعة قائمة بذاتها .

¹: Dominique Wolton :**Sauver la communication**, Flammarion, Paris, 2005. p.131.

الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي

تعاضم قوة النزعة التجارية وتعاضم تكاليف تقليد الأعمال الترفيهية الناجحة، الأمر الذي فاقم مشكلة التشابه التي أصبحت السمة الغالبة على الإنتاج الترفيهي والتلفزيوني منه خاصة.

هذا من شأنه أن يرسخ الطابع النمطي لهذا الإنتاج، ويحد من إمكانيات الإبداع فيه تزداد الآثار سلبية لهذه الظاهرة في البلدان النامية بسبب إقدام الكثير من الأعمال الترفيهية التلفزيونية المحلية على تقليد الأعمال المستوردة وخاصة الأمريكية منها.

تؤكد أبحاث إعلامية أن الترفيه يترك آثارا مماثلة للآثار التي يتركها المضمون الإعلامي والإقناعي الصريح الأثر التراكمي للترفيه هذه المواد التي تتميز بالعمق الثقافي، وتزداد القوة التأثيرية والإقناعية للترفيه التلفزيوني في البلدان النامية بسبب افتقار الجماهير الواسعة في تلك البلدان إلى خبرة اتصالية غنية في مجال التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري.

إننا لو حاولنا إسقاط بعض افتراضات النظرية النقدية على معالم الثقافة العربية، فإننا نجد أن تعثر هذه الثقافة في أنها لم تصبح أداة تدفع الإنسان إلى التحرر من واقعه المرضي ماديا ومعنويا وتفتح له مجالات رحيبة في اتجاه ذاته وإمكاناته ومن ثم أداء رسالته القيمة يرتبط أكثر بالظاهرة السلطوية¹.

تتجلى آثار هذه الصناعة وفق أدورنو و هوركايمر في إقصاء الأفراد وتهميشهم وجعلهم يعيشون غرباء عن أنفسهم فيفقدون جذورهم وجماعات الانتماء، الأمر الذي يجعلهم عرضة للتلاعب من قبل القوى الجديدة التي تسيطر على المجتمع، ولا سيما من

¹: عبد الرحمن عزي: الفكر الاجتماعي والظاهرة الإعلامية الاتصالية (بعض الأبعاد الحضارية)، ط.01، دار الأمة، الجزائر، 1995، ص.147.

الفصل الثالث: الصناعات التلفزيونية بين التأثير والاعتراب

الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي

قبل وسائل الإعلام التي هي في تواصل مباشر معها. يأخذ هذا التلاعب شكلين :
المجاملة والإغراء، ذلك أن وسائل الاتصال الجماهيري التي تدار كصناعات تمارس
إغراء دائما فهي تخفف عنهم همومهم وتجعلهم يحلمون ويتمنون .

أصبحت وسائل الإعلام تشكل مصدرا للعنف الرمزي والتضليل والسيطرة¹ وحتى
الاعتراب، ولتكريس الاعتراب، هناك عدة آليات عديدة منها²: خلق ما يمكن أن يسمى
بالحاجات الكاذبة أو الزائفة لدى البشر، حاجات تصنعها وسائل الإعلام والاتصال
الجماهيري ، وإذا حرص الإنسان على إشباع هذه الحاجات، فإن ذلك خير وسيلة للقضاء
على حريته، بمعنى خلق الإنسان المغترب ذو البعد الواحد.

¹: مخلوف بوكروح: التلقي في الثقافة و الإعلام، مرجع سابق، ص.115

²: توم بوتومور: مدرسة فرانكفورت، مرجع سابق، ص.167.

الفصل الثالث: الصناعات التلفزيونية بين التأثير والاعتراب

الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي

3-2-3- مشاهدة التلفزيون والاعتراب الاجتماعي

لقياس العلاقة بين كثافة مشاهدة التلفزيون و أبعاد الاعتراب، تم الاستعانة بمعامل ارتباط بيرسون*، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم (41) كثافة مشاهدة التلفزيون والاعتراب

العزلة	التمرد	اللامعيارية	اللامعنى	اللاهدف	العجز		
.011	.025	.073	.002	.009	.115*	Pearson Correlation	استخدام
.832	.622	.156	.976	.853	.024	Sig. (2-tailed)	التلفزيون
384	384	384	384	384	384	N	

يتضح من الجدول (41) وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين (كثافة التعرض للتلفزيون) وبعض مظاهر الاعتراب المتمثلة بالعجز، فكلما زاد تعرض المشاهدين للتلفزيون ارتفع مستوى الشعور بالعجز لديهم.

يناقش سيمان مفهوم الشعور بالعجز وانعدام القدرة، أو ما يسمى الضعف وانعدام السلطة على أنه توقع أو احتمال لدى الشخص بأن سلوكه الخاص لا يستطيع تقرير حدوث النتائج أو التعزيزات التي يريجوها¹

حيث تخلق مواد الترفيه طموحات ورغبات وهمية وغير واقعية وغير ممكنة

* : pearson correlation coefficient يستخدم لقياس التغير الذي يطرأ على متغير y مثلا عندما تتغير قيم x أو العكس، بمعنى أنه يقيس درجة العلاقة بين ظاهرتين. للاطلاع أكثر:

أماني موسى محمد: التحليل الإحصائي للبيانات، مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث، كلية الهندسة، جامعة القاهرة، القاهرة، 2008.

¹ : عبد الكريم سليم علي: الاعتراب **Alienation** - قراءة في إشكالية المفهوم، مرجع سابق.

الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي

التحقيق، وتدفع المشاهد بمساعدة الإشهار أيضا إلى الاقتناع بأن هذه الطموحات والرغبات مشروعة، ولأن يسعى إلى تحقيقها بهذه الطريقة أو تلك، مما تعنيه هذه المؤشرات أنا المشاهدون سيشعرون نتيجة التعرض للقنوات الوافدة بتخلف واقعهم وهذا ما قد يشكل حوافز لدى بعضهم لتغيير ذلك الواقع، إلا أنه يثير في بعضهم الآخر بأسا.

هؤلاء الذين يظنون خاسرين يجب أن يرضوا بنصيبيهم على أنه من صنع القدر والمشئنة العليا، ونتيجة لعدم كفاءتهم وقلة موهبتهم، يجب بالتالي أن يتسم سلوكهم بالتسليم والرضوخ. كما وضح سابقا السوسيولوجي "جوركي تابيا" من البيرو، إنه آلة لنزع الإيمان كما يقول Anzineu والإبعاد عن الواقع.

بسبب تمكن الشعور بالعجز واليأس منه، وحينها تكون الهجرة إلى داخل الذات والانغلاق عليها، وعدم انتماء كلي لواقع المجتمع وقيمه، ما يؤدي إلى وقوع الفرد في مشكلات خطيرة كالإدمان¹.

يكرس الترفيه اللامبالاة، تلك اللامبالاة التي تتبع من مجرد حقيقة وجود المادة الترفيهية ذات المواصفات المحددة، وتؤدي هذه المادة بمتلقيها إلى الانفلات من الواقع. فالإنسان يكون سجين الواقع أكثر فأكثر، ويرى إحساسه بالواقع ينتهك من يوم لآخر، ويصبح أقل قدرة على مواجهة مشاكل الوجود اليومي...²

¹: نجلاء مكاي: الاعتراب الاجتماعي لدى الشباب المقدسي، مرجع سابق، ص.46.

²: أديب خضور: سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون، مرجع سابق، ص.16.

يفسر "عزي عبد الرحمن" هذه الظاهرة كآآتي:

إن كثرة استخدام التلفزيون تؤدي إلى نوع من الاعتراب عن المكان المعاش والتعلق بالمكان المألوف الجديد الذي تعرضه هذه الوسائل في صور الأفلام والمسلسلات والإعلانات عامة، وبمعنى آخر يصبح المكان الرمزي الجديد هو المكان الحقيقي، فيبدو متشابها تغيب فيه الخصوصية المكانية.¹

تقوم الأفلام والمسلسلات والإعلانات بتكوين صورة ذهنية أخرى عن المكان، فهي تعرض نمطا من الحياة والمكان يمتزج فيه الواقع مع الخيال، فالخيال قد يكون أكثر تأثير من الواقع على اعتبار أنه عالم رمزي يخضع للتأويل الذي يريد المتلقي أن يضيفه عليه في حين يكون الواقع محددًا مسبقًا ويقل فيه التأمل واتساع الأفق والمجال.²

هنا نرى أهمية المكان الرمزي الذي تصوره وسائل الإعلام وبخاصة التلفزيون، ذلك المكان الخيالي الذي يمتاز بجمال طبيعته و شوارعه وأزياء شخصياته وديكوره... التي تؤثر على المشاهد المعزول داخل غرفته.

هذا المكان الرمزي المعروض بهذه الطريقة الجذابة يولد الرغبة في الهجرة إليه، للحصول على ذلك السكن المرموق وتلك الرفاهية .

فحين تعرض عليك الشاشة باريس مثلا أو لندن فإنها تغزوك عن قصد بما انتقته من الصور لأجمل المواقع وأكثرها نظاما وتألقا وجاذبية، فنتبت في مخيلتك أحسن التصور وأجمله عنها...حتى أنك تتخيلها وكأنها جنة، وأن السعادة لا توجد بكاملها إلا

¹ عبد الرحمن عزي : الإعلام و تفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية (قراءة في الرواسب الثقافية)، الدار

المتوسطة للنشر، تونس، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، الإمارات العربية المتحدة، 2009، ص.48.

² : المرجع نفسه، ص.66.

هناك فتغفو على أحلام وتستيقظ على أشواق¹.

كما هو الحال في أعرق التعريفات الكلاسيكية للسينما " أنها مصنع الأحلام " على ما يبدو ما يزال هذا التعريف سار المفعول لحد الساعة لتلك الأفلام والمسلسلات التي تعرض على شاشة التلفزيون.

غير أن المشاهد يصطدم بواقعه المعاش، وبمساعدة عوامل أخرى، يعيش الفرد نوعا من الاعتراب الاجتماعي، فيشعر بالعجز عن تحقيق أمانيه و أحلامه، هنا يمكن أن تبرز بعض الظواهر كالهجرة السرية، الإدمان على المحذرات، الاستهتار...

وقد ربط عزي عبد الرحمن هذه المسألة بعدم الاكتراث بالمحيط والإهمال، حيث يتصف الحيز السكني بانعدام الجانب الجمالي الذي يمكن أن يبيث في الفرد روح الألفة والتعلق والانتماء ، بل على العكس تماما إنه يبعث في نفوس أهلها نزعة الإحباط واليأس والنفور.

أكد أغلبية المشاركين ضمن مجموعات الدردشة رغبتهم في زيارة البلدان الأجنبية المنتجة للأفلام والمسلسلات التي يتابعونها. حيث أبدى جميع الطلبة المستجوبين رغبتهم زيارة بلدان أجنبية و/أو العيش فيها، وعند طلبنا تقدم الدول التي يرغبون بزيارتها والدوافع المرتبطة بذلك، كانت فرنسا الأكثر تكرر، ثم إسبانيا، تركيا، دبي، الهند، سوريا، الو.م أ "بالتأكيد" على حد قول أحد الطلبة، بالإضافة إلى بريطانيا، فيما يبدو أن التلفزيون يعمل كمحفز لزيارة و/أو العيش في هذه البلدان.

غير أن هناك من يفضل بلده الجزائر، كالطالبة التي أعربت : أنا فعلا أحب بلدي الجزائر، هي الأفضل على الرغم من سلبياتها، هي الأفضل بالنسبة لي، لأنني أينما ذهبت

¹: مروان كجك: الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص.85.

الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي

لا أجد أحد يعاملني مثل شعب بلدي، أحلم بالحصول على منحة دراسية إلى الخارج ولكن بعد ذلك سأعود..."

المسلسلات والأفلام تقوم على تقديم مادة نماذج، مواقف، أماكن، شخصيات، سلوك...، تمكن المشاهد من أن يتقمص ويندمج ويشارك، وتدفعه للقول حسب تعبير بيام أن ما أراه على الشاشة هو ما أردت أن أكونه، أو ما عجزت عن أن أكونه، أو ما لم أجرؤ على أن أكونه¹. وكان لازارسفيلد قد أطلق على الشعور باليأس والانكفاء نتيجة ذلك اسم "ثورة خيبة الآمال".

كما اهتمت السوسيولوجيا الأمريكية بتحليل هذه الظاهرة، وقد كتب عنها مطولا "باولو فريير"، حيث رأى أن التلفزيون يقدم صورة مهزوزة عن الواقع - المادي والبشري - وعن القوانين الموضوعية التي تحكم عملية تطور هذا الواقع، يقدم معلومات وأفكار لا تتطابق مع حقائق الوجود الاجتماعي، إنها مجرد عملية تضليل manipulation وعملية التضليل هذه حسب تعبير "فريير" هي "أداة للقهر" ووسيلة لتطويع الجماهير.

وتبين عدم وجود علاقة ارتباطية ما بين كثافة التعرض للتلفزيون، واللاهدف، اللامعنى، اللامعيارية، التمرد، العزلة، أي أنه لا يوجد أي تأثير لكثافة التعرض للتلفزيون على مظاهر الاعتراب الأخرى المشار إليها، وربما ترجع أسباب هذه المظاهر إلى مسيبيات الاعتراب التي تم ذكرها سابقا.

¹: أديب خضور: سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون، ص.ص. 23-24.

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة

- مقارنة بدراسات جمهور التلفزيون السابقة، يوجد مجموعة من النتائج العامة التي أصبحت بمثابة مسلمات أو ثوابت لا تتغير إلا قليلا، في الوقت الذي توجد فيه معطيات متغيرة وأحيانا جديدة.
- إن الأفراد اليوم أصبحوا كلهم يمتلكون جهازا تلفزيونيا واحدا على الأقل بالمنزل الواحد مزودا بجهاز استقبال رقمي، حيث توصلت الدراسة إلى أن (96.7%) من الأسر الجزائرية -المستجوبة- تمتلك أكثر من جهاز تلفزيون منها (55%) تمتلك ثلاثة أجهزة أو أكثر مما يدل على أهمية جهاز التلفزيون في الحياة الاجتماعية للأسر الجزائرية.
- يحتل التلفزيون المرتبة الأولى في قائمة استخدام الطلبة المبحوثين للوسائط الإعلامية، تليها الانترنت، نظرا للخصائص التكنولوجية التي تتيحها مقارنة بالإذاعة والجراند والمجلات.
- تزداد ساعات مشاهدة التلفزيون وهذا أمر بديهي بزيادة عدد الأجهزة المتواجدة بالمنزل (47.9%) من عينة الدراسة تشاهد التلفزيون من ساعة إلى ساعتين، و 38.8% تشاهد التلفزيون أكثر من ساعتين يوميا) .
- يتم استخدام التلفزيون من قبل عينة الدراسة للتسلية والترفيه وللحصول على المعلومات بالدرجة الاولى وكذا تحصيل ثقافة عامة.
- هناك فئة قليلة جدا من الطلبة المستجوبين الذين لا يشاهدون التلفزيون إلا نادرا (5.7%) ، وقد تباينت الأسباب بين أن هناك وسائل أكثر أهمية من التلفزيون، وبالتأكيد هي الانترنت، أو لعدم وجود وقت لذلك.
- تتابع فئة من الطلبة المستجوبين (بنسبة 48.5%) البرامج التلفزيون من خلال الانترنت، وسيتزايد عددهم مع الوقت، نظرا للخصائص التي تتمتع بها الانترنت.

- تصدرت القنوات العربية قائمة القنوات الأكثر مشاهدة من قبل عينة الدراسة، تليها القنوات الجزائرية الخاصة، ومن ثم القنوات الأجنبية، لتتذيل الترتيب القنوات العمومية.
- البرامج المفضلة لدى أغلبية الشباب الجامعي المستجوب هي المسلسلات والأفلام الأجنبية (الهندية، التركية، الكورية، الأمريكية) خصوصا تلك التي تتناول مواضيع الشباب وقصص حياتهم، ومن ثم البرامج الغنائية.
- تظل الفترة المسائية أفضل أوقات مشاهدة التلفزيون كما أكدته مختلف دراسات الجمهور.
- فيما يخص العادات الاجتماعية لمشاهدة التلفزيون، يفضل أغلبية الطلبة المستجوبين مشاهدة التلفزيون منفردين، كما أنهم ينزعجون من المشاهدة الجماعية العائلية، خاصة إذا كانت البرامج المشاهدة مسلسلا أو فيلما أجنبيا عاطفيا، أما البرامج التي يمكن مشاهدتها عائليا فهي في الغالب البرامج السياسية والاجتماعية و المسلسلات والأفلام الجزائرية والعربية.
- بالنسبة لهوية المتحكم في البرامج المشاهدة عائليا فإنه في غالب الأحيان لا يوجد نظام ثابت لذلك فأحيانا الطالب نفسه أو أحد الوالدين أو الإخوة.
- وفق عينة الدراسة، التلفزيون له دور إيجابي من حيث أنه ينمي الثقافة العامة ، يقدم أفكارا عن المجتمعات الغربية كما أنه يحسن طريقة التفكير وترتيب الأولويات.
- أما التأثير السلبي فيمكن في زيادة الانفرادية والعزلة، التقليل من الصلة بالله والدين وكذا الوعي السياسي.
- فيما يخص طبيعة الدور الذي تقوم به البرامج المدبلجة من وجهة نظر الشباب المستجوب، فإنها تقوم بتقديم تجارب جديدة وتطرح قضايا خيالية كما أنها تعالج قضايا بعيدة عن الواقع المعاش.

- تبعا لمظاهر الاغتراب ، جاءت متوسطة عموما، وتحصل بعد اللامعيارية على المرتبة الأولى من حيث الشدة وفق مقياس ليكرت الخماسي، يتجسد هذا البعد من خلال شعور الطلبة المستجوبين بأنه لا توجد معايير للحكم على ما هو صواب أو خطأ، والاعتقاد بأن الناس يتمسكون بعادات قديمة لا قيمة لها، تلاه بعد التمرد من حيث الميل للخروج عن المألوف وعن القواعد والتقاليد لتحقيق النجاح، والشعور بأن العادات والتقاليد تحد من حرية الفرد، واحتل بعد اللامعنى المركز الثالث من حيث الاعتقاد بأنه لا جدوى من الصراع مادام أن الموت هو النهاية، وأن الدراسة بالجامعة غير ممتعة، وعدم وجود معنى واضح للحياة، تلاه بعد العجز من خلال الشعور بعدم القدرة على تحقيق مرادهم وأهدافهم والتخطيط للمستقبل، واللاهدف من خلال عيش اللحظة الراهنة فقط وعدم توقع حياة أفضل في ظل الظروف الراهنة، بالإضافة إلى أن المستقبل غير مشرق، أما المظهر الأخير للإغتراب الذي تذيّل الترتيب هو العزلة الإجتماعية من حيث الاعتقاد بأن العزلة تساعد على الاستقرار والسكينة وتفضيل العيش الانفرادي والشعور بالوحدة حتى بوجود الآخرين.

- بالنسبة للفرضيات المطروحة، تم تنفيذ بعضها و تحقيق البعض الآخر كليا وأحيانا أخرى جزئيا كما هو موضح :

- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في مشاهدة المسلسلات الأجنبية المدبلجة والبرامج الغائية تبعا لمتغير الجنس، حيث كانت الفروقات تتجه أكثر لصالح الإناث، وبذلك تم تأكيد الفرضية، غير أن هناك تزايد كبير في مشاهدة الذكور للدراما والبرامج الموسيقية.

- يوجد فروقات في مشاهدة المسلسلات والأفلام المدبلجة تبعا للمؤهل العلمي، التي ترجع إلى فئة الليسانس، على عكس البرامج الموسيقية فلم تظهر نتائج الاختبارات أية فروقات تبعا للمؤهل العلمي و بذلك تأكدت الفرضية جزئيا.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مظاهر الاغتراب التالية: العجز، اللامعنى، اللامعيارية، بالنسبة لمتغير الجنس، غير أنه يلاحظ فروقات في مظاهر اللاهدف الذي يتجه إلى الذكور، والتمرد والعزلة الاجتماعية والتي تتجه إلى الإناث، وبذلك تكون الفرضية تحققت جزئياً.

- لا توجد فروقات في مستوى مظاهر الاغتراب تبعاً لمكان الإقامة حيث جاءت النتائج متساوية إلى حد كبير، فأنماط العيش أصبحت متقاربة جداً بين المدينة والريف، وبذلك تكون الفرضية الجزئية قد فندت.

- لا توجد أية فروقات في مظاهر الاغتراب التالية : العجز، اللامعيارية، العزلة الاجتماعية، تبعاً لمتغير السن، غير أنه توجد فروقات تبعاً لذات المتغير بالنسبة للأبعاد التالية: اللامعنى الذي يتجه للفة العمرية الأكبر (30 سنة فما فوق) ، والتمرد الذي يتجه إلى الفئة الأصغر سناً (أقل من 20 سنة) ، أما بعد اللاهدف فيتجه للفئة العمرية (21-25 سنة) ، وبذلك يتم تحقق الفرضية جزئياً فقط.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً للمستوى التعليمي بالنسبة لبعدي العزلة الاجتماعية و اللامعنى في حين لا توجد أية فروقات في الأبعاد الأخرى للاغتراب الاجتماعي تبعاً للمستوى الدراسي، وبذلك تكون الفرضية قد تحققت جزئياً أيضاً.

- يوجد علاقة ارتباطية موجبة بين كثافة التعرض للتلفزيون وبعض مظاهر الاغتراب، المتمثل في العجز، فكلما زاد التعرض للتلفزيون ارتفع مستوى الشعور بالعجز، كما تبين عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة التلفزيون ومظاهر الاغتراب الأخرى المتمثلة في اللاهدف، اللامعنى، اللامعيارية، التمرد، العزلة الاجتماعية. وبذلك تم تأكيد الفرضية جزئياً.

خاتمة

أصبح التلفزيون وسيلة اتصال الجميع بعد عام 1950، وأنشأ صناعة الترفيه، لقد أقام آلات التصوير في الملاعب وفي قاعات الحفلات، فاختزل في الوقت نفسه كرة القدم والموسيقى، هنا يكمن سحر التلفزيون *la magie de la télévision* على حد تعبير فرانسيس بال، ينقل إلى منزل كل واحد حفلات الترفيه المتنوعة، الأفلام، برامج الأستوديو *talk shows* الحفلات الموسيقية والمسرحية والفيديوهات، الكوميديا العادية وغيرها.

استفاد التلفزيون من التطورات التكنولوجية بشكل كبير في الآونة الأخيرة، شكلا ومضمونا، باستثناء استخدام الألوان في الستينات من القرن الماضي، غير أنه في العشرية الأخيرة أخذ يغير من خصائصه ليظهر التلفزيون عالي الدقة والتلفزيوني الكابلي، التلفزيون الرقمي التفاعلي، ليغدو مستطيل الشكل وبصوت ستيريو فوني، وبصورة واضحة جدا عالية الدقة، ثلاثية الأبعاد.

أكدت تاريخ الأبحاث التلفزيونية على ضرورة الإشارة إلى خصائص التلفزيون، التي شكلت ومازالت تشكل الثورة الاتصالية لهذه الوسيلة المثيرة للجدل والنقاش من خلال تحديد طبيعة التلفزيون واستخدامه كأسلوبه اتصالي مميز، ذلك الصندوق الموضوع في الزاوية، أو الشيء المسطح المعلق على الحائط.

يتميز التلفزيون عن غيره من وسائل الإعلام الأخرى ببعض الإمكانيات التي ينفرد بها، كما أنه يختلف عن غيره من الوسائل التي تشاركه في بعض الخصائص، مما يجعل تأثيره يتميز عن تلك الوسائل، إن خصائص التلفزيون كوسيلة عالمية - الكترونية "بصرية- درامية " جماهيرية-منزلية" و "ثقافية" تعمل كمؤشرات مفيدة لفهم التلفزيون بغض النظر عن دقة و وضوح مفاهيمها.

إنها تسمح لنا بإدراك فكرة أن التلفزيون هو عنصر هام - بالطبع العنصر الأكثر أهمية في المجال الإعلامي الجزائري- وتجعلنا أكثر مقدرة على فهم السمات العامة للتلفزيون.

التلفزيون أسلوب اتصالي، شكل علائقي، التلفزيون بنية زخرفية شديدة العناية بالتفاصيل، فريد واستثنائي التلفزيون كما وصفه روجريلفر ستون، بالرغم من كل الميزات السالفة الذكر، يبقى التلفزيون أسلوب عرض، وليس مجرد وسيلة، يشكل مضمونه مواضيعا للأحاديث اليومية، سواء داخل المنزل أو خارجه.

إنه تكنولوجيا وآلة، ويقدر ما هو كذلك، هو أيضا نص، متحدان من حيث بنيتهما، لذلك تطرح إشكالات تتبع من التلفزيون بحد ذاته باعتباره وسيلة لها مميزاتها وأساليب عرضها وآلياتها الخاصة في التعامل مع الجمهور وإشكالات نابعة من كون التلفزيون كنص حامل للثقافة.

التلفزيون ليس وسيلة فقط لنشر الثقافة والمنتجات الثقافية والإبداعية، إنما تتجاوز ذلك لتصبح وسيلة من وسائل إنتاجها، هذا الإنتاج الذي يتعاضد في ظل مبادئ اقتصاد السوق، أو ما يعرف بالتصنيع الثقافي.

الطابع السلعي للتلفزيون يختلف تماما عن نظيره في المجالات الأخرى من الإنتاج الثقافي وبالرغم من كل التطورات التكنولوجية، يبقى وسيطا يعتمد بالدرجة الأولى على الصناعات المسجلة كالمسلسلات وحصص المنوعات والأفلام والفيديو كليب التي تصنف غالبا ضمن خانة الترفيه.

هكذا ظهر مفهوم التلفزيون التجاري الذي ينتج "المشاهدة" وبيعه للمعلنين على عكس تلفزيون الخدمة العمومية. اعتمد خصوم التلفزيون التجاري على تهمة الحط

من قدر الثقافة وتنفيه النتاج كنتيجة حتمية للحاجة لجذب الجماهير الواسعة والاحتفاظ بها.

الثقافة التي ينشرها التلفزيون سهلة الفهم، تأخذ القليل من الجهد الذهني والنتيجة خلق ثقافة نمطية واحدة مسطحة وفق أساليب الإنتاج الاقتصادي. كما صد الكثير من المدافعين عن هذا النوع من التلفزيون والذين يسعون إلى تحقيق أقصى قدر من الجماهيرية التي لا تهتم بالتنوع.

تشكلت النظريات حول التلفزيون بفعل نظرية وسائل الاتصال الجماهيري الأكثر عمومية، تظهر هذه النظريات درجات متباينة من القابلية للاستخدام والتطبيق، غير أن خصوصية التلفزيون وتأثيره كشكل ثقافي قد أعطيا أدبياته النظرية طابعا مختلفا تماما، وتأثرت هذه النظريات إلى حد بعيد بالتفكير السائد في مجال الفنون والعلوم الإنسانية والاجتماعية، خاصة تلك الصيغ المختلفة للتقاليد الأدبية الفلسفية أكثر مما تأثرت بمجال العمل حول وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع أو بتلك التحليلات الأكاديمية المبكرة التي دارت حول الصحافة والإعلان.

الباحث في السياق العربي المحلي يجد نفسه مضطرا للاستعانة بالفكر الغربي لمعالجة ظواهر محلية، تختلف سياقاتها تماما عن تلك التي عالجها هذا الفكر الغربي، إنها فجوة الفكر العربي الإعلامي، بالرغم من ظهور بعض المبادرات النظرية المتميزة بأصالتها كأطروحات عبد الرحمن عزي حول الإعلام القيمي.

يجد الباحث نفسه في مأزق فكري، ويمكن أن يقع في أخطاء وملايسات كثيرة، غير أن باب الاجتهاد يظل مفتوحا لكل عمل جاد يعمل على تكييف مفرزات الفكر الغربي مع السياقات المحلية أو اختبار مدى توافق و تناسب هذين الأخيرين .

مرّ على ظهور وانتشار البث التلفزيوني المباشر بالجزائر حوالي النصف قرن وأصبحت الهوائيات المقعرة متواجدة لا في المدن الكبرى فقط بل في القرى والأرياف أيضا.

في المجتمع الجزائري مازال التلفزيون يحظى باهتمام ومكانة ذات أهمية، فالشاشة الصغيرة تهيمن على المجال الإعلامي لدى أغلبية الجزائريين، لعدة اعتبارات كغياب شبكات الانترنت بالمنازل وغياب أماكن الترفيه كالمسارح والسنا بالإضافة إلى الابتعاد عن القراءة والمطالعة. حيث أصبح المواطن الجزائري يتلقى كما هائلا من القنوات الفضائية وأصبح بإمكان المتلقي اليوم في الجزائر مشاهدة الدراما الأجنبية، حيث يجعلنا التلفزيون على اتصال بأنماط حياة الآخرين التي تختلف عن تلك التي نشأنا فيها .

أصبحت أذواق الجمهور تميل إلى البرامج الأجنبية أكثر من البرامج المحلية لضعف هذه البرامج من الناحية الفنية ولتركيز تلك البرامج الوافدة على أساليب الإثارة واستغلال الغرائز البشرية لشد الجمهور، إنها برامج الترفيه التي لا تتطلب من المشاهد أي مجهود.

إن تحديد الدوافع والأسباب لمشاهدة برامج التلفزيون، والبحث عن ماذا يريدون منها لها دلالاتها المهمة، حيث تعكس خصائص الشباب ومستوى وعيهم ومدى فهمهم لهذه الوسيلة الاعلامية، وقد حاز الترفيه من خلال الأفلام والمسلسلات الاجنبية وكذا البرامج العنائية الموسيقية على المرتبة الأولى ضمن قائمة دوافع المبحوثين لمشاهدة التلفزيون .

إن كان مشجعي موجة الترفيه التلفزيوني الدرامي لأسباب إيديولوجية واقتصادية فإن الجماهير الواسعة والمحاصرة تتجه نحو هذا الترفيه لأسباب نفسية، اجتماعية .

إن جهازا مميزا مثل التلفزيون لا يمكن أن يظل تأثيره حياديا، فمما لا شك فيه أن مواد الترفيه التي يقدمها التلفزيون تستجيب للميول النفسية للجماهير كأفراد منعزلين، بالرغم من أنها لا تستجيب لمصالحهم، يستغل مروجوا موجة الترفيه هذه الحقائق ليؤكدوا أن الترفيه ما هو إلا ترجمة لاهتمامات الجمهور. هؤلاء الذين يدافعون عن التلفزيون التجاري ويقللون من خطر آثار برامجه أصحاب مصالح والشركات المنتجة للبرامج يهملها رواج إنتاجها بغض النظر عن آثاره، أما المعارضون يرون أن التلفزيون يقدم صورة مهزوزة عن الواقع المادي والبشري وعن القوانين الموضوعية التي تحكم عملية تطور الواقع، في ظل النمو الهائل للصناعات الثقافية وهيمنة مجموعات الاتصال الكبرى على هذه الثقافة مما يؤدي إلى تشيء الاتصال واغتراب الأفراد، إنها الفكرة المحببة للاتجاه النقدي للتلفزيون.

الاغتراب ظاهرة وجودية منذ الأزل، شغلت حيزا فكريا مرموقا، الاغتراب كمصطلح له عدة دلالات واستخدامات تتعدد بتعدد الميادين من الفلسفة واللاهوت، إلى الاقتصاد والعلوم الاجتماعية بصفة عامة.

تتعدد مظاهر الاغتراب من باحث إلى آخر ومن مجال إلى آخر، غير أن هناك مجموعة من الأبعاد والمظاهر التي اتفق عليها أغلب الباحثين في المجال هي: العجز، اللامعنى، العزلة الاجتماعية، التمرد واللاهدف. بالرغم من أنها تشكل في مجموعها كلا متكاملا، غير أن قياس كل بعد على حدى له أهمية قصوى في التعرف أكثر على الظاهرة إمبريقيا، وربطها بمتغيرات أخرى - كوسائل الاعلام والاتصال مثلا- ودراسة العلاقة بينهما.

إن فكرة تأثير التلفزيون على المجتمع بشكل عام مازالت مترسخة وتحظى بالكثير من الاهتمام خاصة في المنطقة العربية التي تعاني عجزا في التصنيع الثقافي التلفزيوني.

أثر وسائل الإعلام يكمن في التدليك، الذي تمارسه هذه الوسائل على المدى الطويل، على أنماط تفكيرنا وشعورنا، وعلى عكس ما اعتقد الكندي مارشال ماكلوهان أن الرسالة هي الوسيلة *the message is the medium*، رأى الفرنسي فرانسيس بال أن الرسالة في التدليك *The message is the message*.

هكذا يظل التنظير للتلفزيون أفكارا للمناقشة والتحليل أكثر مما هو صياغة تفسيرات محكمة، ونتائج ثابتة، دون أن ننسى أن القياس والاختبارات تساعدنا على الاقتراب أكثر من مختلف نواتج العملية الإعلامية لذلك يجب أن نبقي شكاكين دائما...

قائمة المصادر والمراجع

أ- قائمة المصادر والمراجع باللغة العربية:

• الموسوعات و القواميس

- 1-العبد الله، مي . شين عبد الكريم: **المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال**، ط.01، دار النهضة العربية، بيروت، ، 2014.
- 2- بينيت، طوني . غروسيرغ، لورانس . ميغان، موريس: **مفاتيح اصطلاحية) معجم الثقافة والمجتمع)**، ط.01، تر. الغانمي سعيد، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2010.
- 3-شوفاليه، ستيفان. شوفيري، كريستيان: **معجم بيير بورديو** ،ط.01، دار الجزائر، الشركة الجزائرية السورية للنشر والتوزيع، الجزائر-دمشق،2013.
- 4-حجاب، محمود: **الموسوعة الإعلامية**، المجلد 04، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1984.
- 5-جورنر ماري-تيريز: **معجم المصطلحات السنمائية**، تر. فائز بشور، متاح في :

http://www.alcornish.com/sites/default/files/books/%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B7%D9%84%D8%AD%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D9%86%D9%85%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9_0.pdf ،

• الكتب

- 1- إحدان، زهير: **مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002
- 2- آل زعير، مبارك سعيد: **التلفزيون و التغيير الاجتماعي**، مكتبة هلال، بيروت، دار الشروق، جدة، 2008.
- 3- البحر غيث ، التنجي معن: **التحليل الاحصائي للاستبيانات باستخدام برنامج IBM SPSS Statistics**، مركز سبر للدراسات الاحصائية والسياسات العامة، تركيا، 2014.

- 4- الجماعي، صلاح الدين أحمد: الاغتراب النفسي الاجتماعي و علاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي، ط.01، دار ظهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- 5- الزرن، جمال: تدويل الإعلام العربي (الوعاء و وعي الهوية)، ط.01، صفحات للدراسات و النشر، دمشق، 2011.
- 6- الشتا، السيد علي: نظرية الاغتراب من منظور علم الاجتماع، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية.
- 7- العبد الله، مي: نظريات الاتصال، ط.02، دار النهضة العربية، بيروت، 2010.
- 8- العبدالله، مي: البحث في علوم الإعلام والاتصال(من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات البحثية)، ط.01، دار النهضة العربية، بيروت، 2011.
- 9- العياري. المنصف، عبد الكافي .محمد: القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006.
- 10- العياضي، نصر الدين: الاتصال والإعلام والثقافة(عتبات التأويل)، دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، 2015.
- 11- العيفة. جمال: الثقافة الجماهيرية، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2003.
- 12- القادري عيسى. نهود: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية(الوقوف على تخوم التفكير)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- 13- اللجمي، أديب: الصناعات الثقافية والاتصالية في الوطن العربي (نظرة مستقبلية) ، الثقافة ووسائل نشرها في الوطن العربي، المنظمة العربية للتربية و الثقافة والعلوم، تونس 1994.
- 14- المحيا ، مساعد بن عبد الله: القيم في المسلسلات التلفازية(دراسة تحليلية وصفية مقارنة لعينة من المسلسلات التلفازية العربية) ، ط.01، دار العاصمة، الرياض، 1414.

- 15- الموسى، عصام سليمان: تطوير الثقافة الجماهيرية العربية، ط.01، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، الإمارات العربية المتحدة، 2002.
- 16- أنجرس، موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية)، تر. بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006 .
- 17- أيزابجر، آرثر: النقد الثقافي (تمهيد مبدئي للمفاهيم الرئيسية)، تر. وفاء إبراهيم، رمضان بسطاوي، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة 2003 .
- 18- إيكو، أمبرتو: كيف تعد رسالة دكتوراه (تقنيات وطرائق البحث والدراسة والكتابة)، تر. منوفي علي، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2002.
- 19- باركر، كريس: التلفزيون والعولمة والهويات الثقافية، ط.01، تر. أحمد إصلاح، علاء، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2006.
- 20- بلاط، فؤاد: واقع وتطور الصناعات الإعلامية في العلم و هيمنة الشركات الكبرى عليها، في الصناعات الإعلامية و الاتصالية في الوطن العربي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1993.
- 21- بلخيري، رضوان: مدخل إلى الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، ط.01، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
- 22- بن شيخ، عبد القادر وآخرون: البرامج الثقافية والتربوية و مسألة الهوية (التلفزيون العربي مثالا)، تونس، 1999.
- 23- بن مرسل، أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ط.04، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- 24- بوتمر، توم: مدرسة فرانكفورت، ط.02، تر. سعد هجرس، أويا، ليبيا، 2004.
- 25- بوعلي، نصير: الإعلام والبعد الحضاري (دراسات في الإعلام والقيم)، ط.01، دار الفجر، الجزائر، 2007.

- 26- بوعلي، نصير: التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر (دراسة ميدانية)، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر. 2015.
- 27- بوكروح، مخلوف: التلقي في الثقافة والإعلام، ط.01، مقامات للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- 28- بيرغر، آرثر آسا: وسائل الإعلام و المجتمع (وجهة نظر نقدية)، تر. صالح خليل أبو إصبع، سلسلة علم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2012.
- 29- تار، زولتان: النظرية الاجتماعية ونقد المجتمع، تر. ليلة علي، المكتبة المصرية، الإسكندرية، مصر، 2004.
- 30- حمدي، محمد الفاتح . بوسعدية، مسعود . قرناني، ياسين: تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديث (الاستخدام والتأثير)، ط.01، كنوز الحكمة، الجزائر، 2001.
- 31- خضور، أديب: سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون (الدراما التلفزيونية)، ط.01، دمشق، 1997.
- 32- دي فلور، م. ، روكاخ بال، و.س.: نظريات الإعلام، ط.01، تر. الجوهر محمد ناجي ، دار الأمل، الأردن، 2010 .
- 33- دينينغ مايكل: الثقافة في عصر العوالم الثلاث، تر. الغزولي أسامة ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2013.
- 34- ستون، روجريلفر: التلفزيون والحياة اليومية، في أنثروبولوجيا جمهور التلفزيون، ط.01، تر. خضور أديب ، نظرية التلفزيون، 2000.
- 35- سكوت، جون: علم الاجتماع (المفاهيم الأساسية)، ط.01، تر. عثمان محمد ، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2009،
- 36- شيللر، هيربرت: المتلاعبون بالعقول، عالم المعرفة، المجلس الوطني للتربية والتعليم والثقافة، الكويت، 1999.

- 37- عبد الحميد، محمد: **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط.02، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- 38- عبد الحميد، محمد: **دراسة الجمهور في بحوث الإعلام**، عالم الكتب، القاهرة، 1993.
- 39- عبد المنعم، عفاف: **الاغتراب النفسي (مظاهرة ومحدداته بين النظرية والتطبيق)**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- 40- عزي، عبد الرحمن . **بومعيزة، السعيد: الإعلام والمجتمع (رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية)**. دار الورسم، الجزائر.
- 41- عزي، عبد الرحمن: **الإعلام و تفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية (قراءة في الرواسب الثقافية)**، الدار المتوسطة للنشر، تونس، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، الإمارات العربية المتحدة، 2009 .
- 42- عزي، عبد الرحمن: **الفكر الاجتماعي و الظاهرة الإعلامية الاتصالية (بعض الأبعاد الحضارية)**، ط.01، دار الأمة، الجزائر، 1995.
- 43- عزي، عبد الرحمن: **منهجية الحتمية القيمية في الإعلام**، ط.01، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2013.
- 44- عزي، عبد الرحمن: **دعوة إلى فهم المصطلحات الحديثة في الإعلام والاتصال**، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2011.
- 45- فلحي، محمد: **صناعة العقل في عصر الشاشة (دور وسائل الاتصال الالكترونية في المجتمع المعاصر التلفزيون-الانترنت- الحاسبات الالكترونية)**، ط.01، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع- دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
- 46- فني، عاشور: **اقتصاديات وسائل الإعلام المرئية و المسموعة، اتحاد إذاعات الدول العربية- جامعة الدول العربية**، تونس، 2012.

- 47- قسايسية، علي: جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها(من المترجمين إلى المبحرين الافتراضيين) الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، ط.01، 2011.
- 48- كجك، موروان: الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون، ط.02، دار طيبة، الرياض، 1988.
- 49- كريب، إيان: النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابرماس، تر.محمد حسين فلوم، سلسلة عالم المعرفة- المجلس الوطني للثقافة و الآداب، الكويت، 1999،
- 50- كورنر، جون: التلفزيون والمجتمع (الخصائص، التأثير، النوعية، الإعلانات)، تر . خضور أديب ، المكتبة الإعلامية،دمشق،1999
- 51- كوش، دنيس: مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ط.01، تر. منير سعيداني، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2007.
- 52- كيلش، فرانك: ثورة الإنفوميديا (الوسائط المعلوماتية و كيف تغير عالمنا وحياتك)، تر. زكريا حسام الدين ، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للتربية والتعليم والثقافة، الكويت، 2000.
- 53- لارامي، أ. ، فالي، ب.: البحث في الاتصال(عناصر منهجية)، تر. مجموعة من الأساتذة، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009.
- 54- لعقاب محمد: المواطن الرقمي، ط.02، دار هومة، الجزائر، 2013.
- 55- لو بون، غوستاف: سيكولوجية الجماهير، ط.01، تر. صالح هاشم، دار الساقى، بيروت، 1991.
- 56- ليوفينسكس، جيل. سيرو، جان: شاشة العلم (ثقافة وسائل الإعلام وسينما في عصر الحداثة الفائقة)، ط.01، تر. صادق راوية ، المركز الوطني للترجمة، القاهرة، 2012.

- 57- ماتيلار، أرمان: **التنوع الثقافي و العولمة**، ط.01، تر. خليل أحمد خليل، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم- دار الفارابي، بيروت، 2008.
- 58- مجاهدي، مصطفى: **برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في الجمهور**، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة أطروحات ، بيروت، 2011.
- 59- محمد حسن حماد، حسن: **الاغتراب عند إيريك فروم**، ط.01، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1995.
- 60- محمد خليفة ، عبد اللطيف: **دراسات في سيكولوجية الاغتراب**، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- 61- محمد خليفة، عبد اللطيف: **مقياس الاغتراب**، دار غريب، القاهرة، 2005.
- 62- محمد نصر، حسني: **نظريات الإعلام**، ط.01، دار الكتاب الجامعي، لبنان- الإمارات العربية المتحدة، 2015
- 63- مصباح، عامر: **منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام**، ط.02، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- 64- مكاي، حسن عماد: **تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات**، ط.01، الدار اللبنانية المصرية، القاهرة.
- 65- موسى محمد، أماني: **التحليل الإحصائي للبيانات**، مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث، كلية الهندسة، جامعة القاهرة، القاهرة، 2008.
- 66- وين، ماري: **الأطفال والإدمان التلفزيوني**، تر. الصبحي عبد الفتاح ، سلسلة عالم المعرفة- المجلس الوطني للثقافة والآداب، الكويت، 1999.

• **المقالات وأشغال الملتقيات**

- 1- الخضر، إبراهيم الحسن: **إعداد مقياس الاغتراب الزوجي**، دراسات تربوية، ع.01، جامعة إفريقيا العالمية، الخرطوم، نوفمبر 2011.

2-الحوالدة، محمد محمود: السلطوية والاعتراب بين طلبة جامعة اليرموك، مجلة اتحاد الجاد الجامعات العربية للتربية وعلم النفس، المجلد10، ع.3، 2012، ص.168، متاح على:

http://www.seciauni.org/uploads/magazine_topics/topic_e5459308d64cfc9b732fa4091694bf5b.pdf

3-العياضي نصر الدين: الهوية الوطنية والتلفزيون (عشر أطروحات لتطبيق المسلمات)، التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع.32، جامعة باجي مختار- عنابة، ديسمبر 2012.

4-العياضي نصر الدين: إشكالية الفضاء العمومي والتلفزيون في الدول العربية، مجلة الصورة والاتصال، منشورات مخبر الاتصال الجماهير وسيميولوجية الأنظمة البصرية، جامعة وهران، ع.01-02- سبتمبر 2012.

5-العياضي، نصر الدين: البرمجة التلفزيونية في القنوات العربية (دراسة تحليلية للأسس والدلالات)، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، ع.05، جامعة سكيكدة، الجزائر، 2010

6-المصطفى، عبد العزيز: الشباب وأزمة الاعتراب الاجتماعي، ندوة منتدى الثلاثاء الثقافي، 2005/09/13، القطيف، متاح على :

www.thulatha.com/media/lib/books/1215491403.pdf

7-جديدي، زليخة: الاعتراب، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، ع.08، جامعة ورقلة، الجزائر، جوان 2012

8-دليو، فضيل: التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال (الاستعمالات والآثار)، الصورة والاتصال، ع.01-02، مخبر الاتصال الجماهيري وسيميولوجية الأنظمة البصرية، جامعة وهران، سبتمبر 2012.

9-سليم علي، عبد الكريم: الاعتراب **Alienation** -قراءة في إشكالية المفهوم، متاح على: <http://kitab.com/ar/pdf/19342.php>

قائمة المصادر والمراجع

- 10- شطاح، محمد: فضاءات الشباب في الفضائيات العربية في عصر الوسائط الجديدة للاتصال (مقاربة نقدية) أشغال ملتقى الشباب والاتصال والميديا، 14-15-16 أفريل 2010، تونس ، معهد الصحافة وعلوم الإخبار - مؤسسة مونراد أديناور.
- 11- علاء زهير الرواشدة: الاغتراب السياسي لدى الشباب الجامعي، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 4، ع.3، الجامعة الاردنية، الأردن، 2011.
- 12- فالج، عبد الجبار: المقدمات الكلاسيكية لمفهوم الاغتراب (هوبز، روسو، هيغل)، مجلة الكوفة، ع.01، خريف 2012، ص.05، متاح على:
<http://photos.state.gov/libraries/amgov/30145/publications-persian/ijsa0607.pdf>
- 13- مكاوي، نجلاء: الاغتراب الاجتماعي لدى الشباب المقدسي، مجلة شؤون فلسطينية، ع.256، مركز الابحاث، منظمة التحرير الفلسطينية، ربيع 2014، متاح على:
<http://www.shuun.ps/page-388-ar.html>
- 14- ياغر، روبين ل. وآخرون: أكثر من مجرد أفلام ذات ميزانية ضخمة وأرباح كبيرة، المجلة الإلكترونية يو أس إيه، المجلد 12، ع.12، مكتب برامج الإعلام الخارجي - وزارة الخارجية الأمريكية، حزيران - يونيو 2007. متاح على:
<http://photos.state.gov/libraries/amgov/30145/publications-persian/ijsa0607.pdf>

• الأطروحات غير المنشورة:

- 1- بلوفة، بلحزري: الخطاب الإعلامي والمجتمع الجزائري بين الأصالة والانفصالية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة السانوية وهران، 2011-2012.

ب- قائمة المصادر و المراجع باللغات الأجنبية:

• Les Dictionnaires

- 1- Balle Francis: **dictionnaire des médias**, la rousse, paris, 1998.

2- Hartly John and Ohters: *communication ,cultural and Media studies(The key concepts)*, 3th edit, Routledge, 2004.

3- MUCCHIELLI Alex: **Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines**, 2^{em} édit., Armand Colin, Paris, 2004.

4- SCHEMENT Jorge Reina and others: **Encyclopedia of communication and information**, volume 01, Macmillan Reference, USA, 2002.

5- Watson James, Hill Anne. **dictionary of media and communication studies**, 8th edit., Bloomsbury Academic; London, N.Y, 2012,

• **Les Livres**

1- Adorno Theodor, Horkheimer Max: **Culture industry reconsidered**, In *Adorno the culture industry, selected essays on mass culture*, Routledge ,London, 1991.

2- Balle Francis : **Médias et sociétés**, 15^{em} édit., Montchrestien, Paris, 2011.

3- Balle Francis: **les médias**, presses universitaires de France ,Paris ,2004.

4- Bourdieu Pierre: **sur la télévision**, Raison d'agir, Paris, 2008.

5- Bourdon Jérôme: **introduction aux médias**, Montchrestien, Paris, 2^{em} édit. 2000 .

6- BOURSEILLER CHRISTOPHE, LACASSAGNE OLIVIER PENOT- **Contre culture**, CNRS, Paris, 2013.

7- Caune Jean: **culture et communication**(convergences théoriques et lieux de médiation), 2^{em} édit, Presse universitaires de Grenoble, 2006.

8- Jost François: **comprendre la télévision et ses programmes**, 2^e édit, Armand Colin .Paris, 2009.

9- Kaufman Jean claude: **l'entretien compréhensif**, 2^e édit, Armand Colin, 2008.

10- Le Grignou Brigitte: **Du coté du public**(usages et réceptions de la télévision) Economica, Paris, 2003.

11- Mattelart Armand, Mattelart Michèle: **Histoire des théories de la communication**, Casbah édition, Alger,

12- Miège Bernard : **l'information-communication**(objet de connaissance) De Boeck, INA, Bruxelles, 2004.

13- Miège Bernard, Pajon Patrick, Jean- Salaun Michel: **L'industrialisation de l'audiovisuel, des programmes pour les nouveaux médias**, RES, Babel, AUBIER, Paris.

14- Morly David: *Family television* (cultural power and domestic leisure), The tayloe and Francis group, 2005.

15- Mostefaoui Belkacem :La télévision française au Maghreb: Structures, stratégies et enjeux, L'Harmattan , Paris .1995.

16- Rieffel Remy: **sociologie des médias**, 2^e edit, Ellipse, Paris, 2005.

17- Wolton Dominique: **L'autre mondialisation**, Flammarion, France, 2003.

18- Wolton Dominique: **Sauver la communication**, Flammarion, Paris, 2005

• **Les Articles**

1- Casetti Francesco, Odin Roger: **De la paléo à la néo-télévision**, in communication, 51, 1990.

2- Duvauchel Marion: « **Jean-Louis MISSIKA, La fin de la télévision** », Questions de communication [En ligne], 11 | 2007, mis en ligne le 01 juillet 2007, URL : <http://questionsdecommunication.revues.org/7410>

3- Jesen, Klaus Bruhn ; Rosengren, Karl Erik: **cinq traditions à la recherche du public**, trad. Macé Eric; Dayan Daniel, Hermès, N11-12, L'Revue Paris, 1993.

4- Koukoutsaki-Monnier Angeliki: **Éric MAIGRET, Guillaume SOULEZ**, Les raisons d'aimer... Les séries télé, *MédiaMorphoses, Questions de communication* [En ligne], 12 | 2007.

URL : <http://questionsdecommunication.revues.org/2484>

5- Leveneur Laurence: **Du télé-viseur au téléspectateur**, Questions de communication [En ligne], 10 | 2006.

URL : <http://questionsdecommunication.revues.org/7723>

6- Macé Éric: **Sociologie de la culture de masse** : avatars du social et vertigo de la méthode, *Cahiers internationaux de sociologie*, n° 1, 2012.

7- Medjahdi, Mustapha: **La jeunesse algérienne et les techniques de l'information et de la communication (TIC)" usages et influences de la télévision**, *Insaniyat* [En ligne], 29-30 | 2005 2005. URL :

<http://insaniyat.revues.org/4475>.

8- Miège Bernard : **La théorie des industries culturelles (et informationnelles), composante des SIC**, *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 1 | 2012.

URL : <http://rfsic.revues.org/80>

9- Miller C. : **Langues et Médias dans le monde arabophone. Entre idéologie et marché, convergences dans la glocalisation** , in A. Lachkar ed. *Langues et Médias en Méditerranée*, Paris-L'harmattan, 2012 URL: <http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/57/88/51/PDF/InviteConf.pdf>

10- Mœglin Pierre , **Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ?** , *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 1 | 2012 , URL : <http://rfsic.revues.org/130>

11- Moriset Claire, Miège Bernard: **Les industries du contenu sur la scène médiatique**, Réseaux 2005/3 (no 131)

12- Preeti Kannan: **Bollywood craze grows ever stronger with audiences in the Middle East**, <http://www.thenational.ae/uae/bollywood-craze-grows-ever-stronger-with-audiences-in-the-middle-east>

13- Thomas Fuller: **It's Bollywood!(They Can't Compete With Us in Emotions)** Indian Movies Speak to a Global Audience, URL: <http://www.nytimes.com/2000/10/20/news/20iht-bolly.2.t.html>

14- Tudoret Patrick: **La paléo-télévision une nouvelle fenêtr sur le monde**, In Quaderni, N. 65 , L'ambivalence du mythe de l'ORTF. Hiver 2007-2008.

URL: http://www.persee.fr/doc/quad_0987-1381_2007_num_65_1_1832

15- Zayed, Mohamed, "Turkish Drama in the Arab World(Social Impacts, Religious Reaction and Dramatic Void in the Arab World)", Vol. II, Issue 7, *Centre for Policy and Research on Turkey (ResearchTurkey)*, London, 2013 ,URL: <http://researchturkey.org/turkish-drama-in-the-arab-world-social-impacts-religious-reaction-and-dramatic-void-in-the-arab-world/>

• **Thèses de doctorat et rapports**

1- Fandi Soliman: **la télévision par satellite dans le monde Arabe: réception, audience, usages et approbation**. Cas d'étude: les téléspectateurs syrien, 2008, Thèse non publié, université Lumière Lyon, France.

2- Office Nationale des Statistique: enquête sur l'emploi du temps ENET ALGERIE, Décembre 2013

الملاحق

الملحق 01: نموذج الاستمارة

جامعة مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية- شعبة علوم الإعلام والاتصال

تحية تقدير واحترام،

يرجى الإجابة عن الأسئلة التالية، في إطار إعداد بحث أكاديمي حول الصناعات التلفزيونية و علاقتها بالاغتراب، و المعلومات المصرح بها لن تستخدم إلا لأغراض هذه الدراسة.

يرجى قراءة العبارات بتمعن، و الإجابة عنها بكل صدق و عفوية. من خلال الإجابة المفتوحة أو وضع إشارة في المكان المناسب.

السمات العامة

1- الجنس: ذكر أنثى

2- السن :

3- المستوى الدراسي:

ليسانس ماستر دراسات عليا

4- مكان الإقامة: مدينة ريف

قائمة الملاحق

عادات استخدام التلفزيون والأنماط الاستهلاكية

5- ما درجة استخدامك للوسائط الإعلامية الآتية:

درجة استخدام الوسائط الإعلامية			الوسائط الإعلامية
نادرا	أحيانا	دائما	
			الجرائد
			المجلات
			التلفزيون
			الإذاعة
			الإنترنت و مواقع التواصل الاجتماعي

6- تشاهد التلفزيون

لا

نادرا

أحيانا

دائما

أشاهد التلفزيون

7- إذا كانت إجابتك لا، فذلك للأسباب التالية :

- يضيع الوقت بدون فائدة

- يسبب الابتعاد عن العائلة

- هناك وسائل أخرى أكثر أهمية

- يسبب الابتعاد عن الدين .

- لعدم وجود وقت لذلك.

- لأسباب

أخرى.....

قائمة الملاحق

8- كم عدد أجهزة التلفزيون التي توجد بالبيت ؟

- واحد اثنان
 ثلاثة أكثر من ثلاثة

9- هل تمتلك جهاز خاص بك في غرفتك؟

- نعم لا

10- إذا كانت إجابتك نعم ،هل هو موصول بالمقعر الهوائي (الطبق اللاقط)

- نعم لا

11- ما الوتيرة التي تشاهد فيها القنوات التلفزيونية؟

القنوات/الوتيرة	دائما	أحيانا	نادرا
القنوات العمومية			
القنوات الجزائرية الخاصة			
القنوات العربية			
القنوات الأجنبية			

12- ما هي أفضل أوقات مشاهدة التلفزيون ؟

- الفترة الصباحية فترة الظهيرة الفترة المسائية
 حسب الوقت المتاح (دون انتظام)

13- كم عدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة التلفزيون؟

- أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين من ثلاث إلى خمس ساعات
 من خمس ساعات فأكثر

قائمة الملاحق

14- ما عاداتك في مشاهد التلفزيون؟

الحال	دائماً	أحيانا	نادرا
وحيدي			
مع الأصدقاء			
مع العائلة			

15- من يختار أو يتحكم في البرامج المشاهدة في المنزل؟

- أحد الوالدين أنا شخصيا أحد الأخوة الأكبر سنا
 بعض الأصدقاء لا يوجد نظام ثابت لذلك

16- هل تنزعج من مشاهدة التلفزيون مع العائلة؟

- دائما أحيانا على حسب طبيعة البرنامج أبدا لا.
 لا شيء مما ذكر لأنني أشاهد التلفزيون منفرداً.

17- ما طبيعة البرامج التي تشاهدها وحدك؟ وما البرامج التي تشاهدها مع العائلة

البرامج/طبيعة المشاهدة	منفردا	مع العائلة	لا يهم
الأخبار و البرامج السياسية			
المسلسلات و الأفلام الجزائرية			
المسلسلات و الأفلام العربية			
المسلسلات و الأفلام الأجنبية المترجمة / المدبلجة			
البرامج الرياضية			
البرامج الدينية			
البرامج الغنائية و الموسيقية			
البرامج الإشهارية و الدعائية			
البرامج الاجتماعية			
برامج الثقافة العامة و البرامج التعليمية			

قائمة الملاحق

18- لطفاً أذكر القنوات التلفزيونية الأكثر مشاهدة .

	01
	02
	03
	04
	05

19- ما درجة مشاهدتك البرامج التالية؟

البرامج/الشدة	مرتفعة	متوسطة	قليلة
الأخبار و البرامج السياسية			
المسلسلات و الأفلام الجزائرية			
المسلسلات و الأفلام العربية			
المسلسلات و الأفلام الأجنبية المدبلجة			
البرامج الرياضية			
البرامج الدينية			
البرامج الغنائية و الموسيقية			
البرامج الإشهارية و الدعائية			
البرامج الاجتماعية			
برامج الثقافة العامة و البرامج التعليمية			

20- لماذا تشاهد هذه البرامج؟

البرامج/الشدة	دائماً	أحياناً	نادراً
التسلية والترفيه			
ملء وقت الفراغ			
تحصيل ثقافة عامة			
معرفة آخر الأخبار والمستجدات المحلية			

قائمة الملاحق

			معرفة آخر الأخبار والمستجدات العربية
			معرفة آخر الأخبار والمستجدات الدولية
			لمشاركة الأسرة في المشاهدة
			لمشاركة الأصدقاء والزملاء في المشاهدة
			للهرب من الواقع ومشكلاته
			لدوافع أخرى (أذكرها لطفا)

21- هل ترى أن البرامج المدبلجة إلى العربية

نادرا	أحيانا	دائما	
			تعالج قضايا و مشاكل تشبه القضايا المحلية
			تعالج قضايا بعيدة عن واقعك المعاش
			تطرح قضايا خيالية
			تقدم تجارب جديدة
			لدوافع أخرى (أذكرها لطفا)

22- هل تناقش ما يبثه التلفزيون مع الأصدقاء و العائلة ؟

دائما أحيانا نادرا لا أهتم

23- هل تشاهد برامج التلفزيون من خلال الانترنت؟

كثيرا أحيانا نادرا لا أهتم

التأثيرات و التغيرات

24- في رأيك مشاهدة التلفزيون تؤثر تأثيرا إيجابيا على :

العبرة/الشدة	موافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
العادات و التقاليد					
الآراء السياسية					
العلاقات الاجتماعية مع العائلة والأصدقاء					
فكرتك عن مجتمعك					
فكرتك عن المجتمعات الغربية					
طريقة التفكير و أسلوب العيش و الأولويات					
ثقافتك العامة					

25- في رأيك ، إن مشاهدة التلفزيون تؤدي إلى :

العبرة/الموقف	موافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
زيادة الانفرادية و العزلة					
التقليل من الصلة بالله و الدين					
التقليل من احترام العائلة					
التقليل من الوعي السياسي					

26- هل تحب أن تقلد الشخصيات التي تظهر في التلفزيون؟

دائما أحيانا مطلقا

27- أذكر موقفك من العبارات التالية المرتبطة ببعض السلوكيات وموضوعات معينة :

العبرة/الموقف	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
أشعر أنني غير قادر على تحقيق ما أريد					
لا يمكنني التخطيط لمستقبلي					
مهمل بذلت من جهد، لن أحقق كل أهدافي					
أرى أن قدراتي أقل من الآخرين					

قائمة الملاحق

					ليس لدي أهداف واضحة أحققها
					أعيش لحظتي الراهنة فقط
					أشعر أن آمالي و طموحاتي محدودة
					المستقبل غير مشرق
					لا أتوقع حياة أفضل في ظل الأوضاع الراهنة
					ليس لدي معنى واضح لحياتي
					الدراسة ليست ممتعة
					لا داعي للصراع طالما سوف نموت في النهاية
					يتمسك الناس في مجتمعنا بعبادات و تقاليد قديمة لا قيمة لها الآن
					لا توجد معايير واضحة للحكم على ما هو صواب وما هو خطأ
					أشعر أن العادات و التقاليد تحد من حريتي و تقيد حياتي
					نجاحي أحياناً يرجع إلى الخروج عن القواعد و التقاليد الصارمة
					أميل أحياناً للخروج عن المألوف
					أفضل أن أعيش بمفردي
					أشعر بالوحدة حتى أثناء وجودي مع الآخرين
					أرفض الاشتراك في الأعمال الجماعية
					العزلة تجعلني اشعر بالاستقرار و السكينة
					أجد صعوبة في إقامة علاقة صداقة

قائمة الملاحق

- الملحق رقم 02:

اختبار شيفيه للمقارنات البعدية للتعرف على مستوى مشاهدة المسلسلات والأفلام المدبلجة،
والبرامج الغنائية والموسيقية تبعا لمتغير العمر

المتغير التابع	(I)العمر	(J)العمر	الفرق بين المتوسطات (I-J)	الدلالة الاحصائية	
مسلسلات_وأفلام_مدبلجة	أقل من 20 سنة	21-25سنة	.29447*	.010	
		26- 30 سنة	.69770*	.030	
		30سنةفما فوق	.22548	.869	
	21-25سنة	أقل من 20 سنة	أقل من 20 سنة	-.29447*	.010
		26- 30 سنة	26- 30 سنة	.40323	.408
		30سنةفما فوق	30سنةفما فوق	-.06900-	.996
	26- 30 سنة	أقل من 20 سنة	أقل من 20 سنة	-.69770*	.030
		21-25سنة	21-25سنة	-.40323-	.408
		30سنةفما فوق	30سنةفما فوق	-.47222-	.600
30سنةفما فوق	أقل من 20 سنة	أقل من 20 سنة	-.22548-	.869	
	21-25سنة	21-25سنة	.06900	.996	
	26- 30 سنة	26- 30 سنة	.47222	.600	
برامج_غنائية_وموسيقية	أقل من 20 سنة	21-25سنة	.20661	.145	
		26- 30 سنة	.85983*	.005	
		30سنةفما فوق	-.19572-	.915	
	21-25سنة	أقل من 20 سنة	أقل من 20 سنة	-.20661-	.145
		26- 30 سنة	26- 30 سنة	.65323	.066
		30سنةفما فوق	30سنةفما فوق	-.40233-	.550
	26- 30 سنة	أقل من 20 سنة	أقل من 20 سنة	-.85983*	.005
		21-25سنة	21-25سنة	-.65323-	.066
		30سنةفما فوق	30سنةفما فوق	-1.05556*	.032
	30سنةفما فوق	أقل من 20 سنة	أقل من 20 سنة	.19572	.915
		21-25سنة	21-25سنة	.40233	.550
		26- 30 سنة	26- 30 سنة	1.05556*	.032

قائمة الملاحق

- الملحق رقم 03:

اختبار شيفيه للمقارنات البعدية للتعرف على مستوى مشاهدة المسلسلات والأفلام

المدبلجة، تبعا لمتغير المؤهل العلمي

الدلالة الاحصائية	الفرق بين المتوسطات (I-J)	(J)المستوى_الدراسي	(I)المستوى_الدراسي
*.010	.33425°	ماستر	ليسانس
.903	.10991	دراسات عليا	ليسانس
*.010	-.33425°	ليسانس	ماستر
.687	-.22434-	دراسات عليا	ماستر
.903	-.10991-	ليسانس	دراسات عليا
.687	.22434	ماستر	دراسات عليا

قائمة الملاحق

- الملحق رقم 04:

اختبار شيفيه للمقارنات البعدية للتعرف إلى مظاهر الاغتراب تبعا لمتغير العمر

المتغير التابع	(I)العمر	(J)العمر	الفرق بين المتوسطات (I-J)	الدلالة الاحصائية
اللاهدف	أقل من 20 سنة	21-25 سنة	-.19530	.213
		26- 30 سنة	.14609	.950
		30سنةفمافوق	°-1.22613	.000
	21-25 سنة	أقل من 20 سنة	.19530	.213
		26- 30 سنة	.34140	.605
		30سنةفمافوق	°-1.03082	.005
	26- 30 سنة	أقل من 20 سنة	-.14609	.950
		21-25 سنة	-.34140	.605
		30سنةفمافوق	°-1.37222	.003
30سنةفمافوق	أقل من 20 سنة	1.22613°	.000	
	21-25 سنة	1.03082°	.005	
	26- 30 سنة	1.37222°	.003	
اللامعنى	أقل من 20 سنة	21-25 سنة	.13899	.576
		26- 30 سنة	°.77429	.036
		30سنةفمافوق	-.31830	.776
	21-25 سنة	أقل من 20 سنة	-.13899	.576
		26- 30 سنة	.63530	.137
		30سنةفمافوق	-.45729	.531
	26- 30 سنة	أقل من 20 سنة	°-.77429	.036
		21-25 سنة	-.63530	.137
		30سنةفمافوق	-1.09259	.054
	30سنةفمافوق	أقل من 20 سنة	.31830	.776
		21-25 سنة	.45729	.531
		26- 30 سنة	1.09259	.054

قائمة الملاحق

062.	19749.	21-25 سنة	أقل من 20 سنة	التمرد
193.	36774.	26-30 سنة		
023.	*73811.	30 سنة فما فوق		
062.	-19749.-	أقل من 20 سنة	21-25 سنة	
555.	17025.	26-30 سنة		
101.	54062.	30 سنة فما فوق		
193.	-36774.-	أقل من 20 سنة	26-30 سنة	
555.	-17025.-	21-25 سنة		
379.	37037.	30 سنة فما فوق		
023.	*73811.-	أقل من 20 سنة	30 سنة فما فوق	
101.	-54062.-	21-25 سنة		
379.	-37037.-	26-30 سنة		

- الملحق رقم 05: دليل المقابلة

الخطوط التوجيهية: يكمن الموضوع الرئيس في تأثير القنوات التلفزيونية الأجنبية في الشباب بالجزائر المعاصرة ، و التركيز على نوعية البرامج المشاهدة .

- ما هي البرامج التلفزيونية التي شاهدتها أمس؟

- ما الدافع وراء مشاهدتها؟

- هل تعتقد أن هذه القنوات تعبر عن القيم على غرار القيم الأساسية للمجتمع الجزائري؟

- ما مصدر حصولك على الأخبار؟

- وما رأيك في القنوات الوطنية الجزائرية، هل تغيرت مقارنة بالسنوات الماضية؟

- هل تعتقد أن القنوات الأجنبية الأكثر شعبية يمكن اعتبار هذه الأيام جزءا من الثقافة الشعبية الجزائرية، و لها القدرة في التأثير على أنماط ومواضيع لأحاديث اليومية؟

- هل تؤثر البرامج التلفزيونية على الشباب؟ كيف ذلك؟

الفهرس التفصلي

الصفحة	العنوان
1	- ملخص الدراسة
16	- مقدمة عامة
الفصل الأول: في توصيف التلفزيون	
61	1-1- نظرة تاريخية عن التلفزيون
61	1-1-1- البث التلفزيوني
67	1-1-2- القنوات الفضائية العربية
70	1-1-3- التلفزيون والقنوات الفضائية بالجزائر
73	1-2- خصائص التلفزيون
73	1-2-1- التلفزيون وسيلة اتصال بصرية إلكترونية
75	1-2-2- التلفزيون وسيلة اتصال جماهيرية منزلية
75	أ- مفهوم الجمهور
78	ب- مكانة التلفزيون لدى جمهور الطلبة
78	1- درجة استخدام الوسائط الإعلامية
80	2- درجة مشاهدة التلفزيون
81	3- عدد أجهزة التلفزيون المتواجدة بالمنزل
84	4- توزيع أجهزة التلفزيون بالمنزل
85	5- أفضل اوقات مشاهدة التلفزيون
86	6- عدد ساعات مشاهدة التلفزيون
87	7- عادات المشاركة في مشاهدة التلفزيون
89	8- مدى الانزعاج من مشاهدة التلفزيون عاتليا
90	1-2-3- التلفزيون وصناعة الثقافة
90	أ- نوعية القنوات التلفزيونية لمشاهدة
92	ب- القنوات الأكثر مشاهدة
97	ج- مفهوم التصنيع الثقافي
108	د- الصناعات الثقافية التلفزيونية

112	د- الصناعات التلفزيونية وجمهور الطلبة
112	1- البرامج التلفزيونية الاكثر متابعة
120	2- مشاهدة المسلسلات والأفلام الاجنبية والبرامج الموسيقية تبعاً لخصائص عينة الدراسة
126	3- أنماط المشاركة الاجتماعية في مشاهدة البرامج
129	4- الأشخاص المتحكمين بالبرامج التلفزيونية
130	5- دوافع مشاهدة البرامج التلفزيونية.
الفصل الثاني: الاغتراب الاجتماعي لدى الشباب الجامعي	
148	2-1- مفهوم الاغتراب، أنواعه وأسبابه
148	2-1-1- مفهوم الاغتراب
157	2-1-2- أنواع الاغتراب
159	2-1-3- أسباب الاغتراب
161	2-2- الاغتراب الاجتماعي لدى الطلبة
161	2-2-1- مظاهر الاغتراب الاجتماعي
161	أ- العجز
163	ب- ا للامعنى
165	ج- اللامعيارية
167	د- اللاهدف
168	هـ- الانعزال الاجتماعي
170	و- التمرد
172	2-2-2- الاغتراب الاجتماعي تبعاً لخصائص عينة الدراسة
172	أ- مظاهر الاغتراب الاجتماعي تبعاً الجنس

175	ب-مظاهر الاغتراب تتبعا لمكان الإقامة
176	ج-مظاهر الاغتراب تبعا لمتغير العمر
179	د-مظاهر الاغتراب تبعا للمستوى الدراسي
181	2-2-3- الاغتراب الاجتماعي العام
الفصل الثالث: الصناعات التلفزيونية بين التأثير والاعتراب	
184	3-1- تأثير الصناعات التلفزيونية على الشباب الجامعي
184	3-1-1- إشكالية التأثير
186	3-1-2- التأثيرات الإيجابية والسلبية
186	أ- التأثيرات الإيجابية لمشاهدة التلفزيون
188	ب-التأثيرات السلبية لمشاهدة التلفزيون
190	3-1-3- تأثير البرامج الأجنبية
197	3-2- الصناعات التلفزيونية والاعتراب الاجتماعي
197	3-2-1- نوعية الانتاج التلفزيوني
202	3-2-2- الاتجاه النقدي للتلفزيون
210	3-2-3- مشاهدة التلفزيون والاعتراب الاجتماعي
216	- نتائج الدراسة
221	- خاتمة
228	- قائمة المصادر والمراجع
221	- قائمة الملاحق
255	- الفهرس التفصلي