

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية

جامعة الأمير عبد القادر

قسم الدعوة والإعلام والاتصال

للعلوم الإسلامية - قسنطينة -

تخصص : إعلام

الرقم التسلسلي:

الرقم التسجيلي:

تلفزيون الواقع وتأثيره على المراهقين

(دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ الثانوي بعنابة)

- مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص "إعلام" -

تمت مناقشتها يوم: 2009/07/13 الموافق ل: 20 رجب 1430هـ

إشراف الدكتور

إعداد الطالبة

محمد شطّاح

هدى بوعبد الله

أعضاء اللجنة المناقشة

- د/ عبد الله بوجلال أستاذ التعليم العالي رئيسا جامعة الأمير عبد القادر

- د / محمد شطّاح أستاذ محاضر مقرّرا جامعة عنابة

- د/ نصير بوعلي أستاذ التعليم العالي عضوا جامعة الأمير عبد القادر

- د/ مفيدة بلهامل أستاذ محاضر عضوا جامعة الأمير عبد القادر

السنة الجامعية: 1429 هـ - 1430 هـ

2008 م - 2009 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

شكر و تقدير

أتقدم بحالص الشكر والعرفان إلى كل من ساعدني على إتمام هذا البحث ، وعلى رأس هؤلاء الدكتور المشرف " محمد شطّاح " الذي كان موجهي الأول منذ اختيار هذا الموضوع ... وكذلك الأستاذ " نصير بوعلي " على مجهوده معي في الدقائق الأخيرة ... دون أن أنسى بعض الزملاء الذين سهلوا عليّ الحصول على مراجع تخدم البحث ... هؤلاء وغيرهم تمنى لا يسعني ذكر صنيعهم معي أقول جزاكم الله عني كل خير ...

إهداء

استحي أن أصدره بنفائسه ، ولكني أطمح أن تقبلوه فرحة نجاح ، و ثمرة
جهد طويل و غلاة سنينى الدراسية ، أمته بيداى...

إلى قلب طال به الدعاء لأحقق كلّ نجاح ، و ربحى بعبه و عنانه سمرى بين
الكتب ، فكان قدبلا أنار الطريق لألامي و طموحاتى ، ليمعد فى الأخير
أيما سعادة ببلونى هذه المرحلة ، أقبّل الأيادى و أقول ... حفظهما الله
أمى و أبى ...

إلى هرم السنين المتجعد تجربة و حكمة ، جدتى العبيبة - شفاها الله - ...
إلى من رببتهم بينهم فزادنى كبرهم نضجا ، و دخلت فى صغيرهم براءة
الكفولة ... أشقائى (نورة ، معمد ، نبيل ، فاروق ، وليد ، أمياء ،
ريمه ، و التواء ميسة و كريم) ...

إلى سكنى فى هذه الدنيا ، و الطي لا يملّ رماية و لا اهتماما زوى
إبراهيم ... إلى نور عيني و نبض قلبي و متنفس حريتي ... قلقة حبيبي
محمد الرميح ...

إلى غلاة سعيتي و زهرات ربيع العمر الجميل (وحيدة ، رقية ، كريمة) ...
إلى من جمعني بما الأيام فشهدتم معي حلوما و مرّما ، واستمسكت بي رنم
تقلب الأحوال ، فكانتم زادى عند كلّ محنة ، رقيقة بحوري مريم ...
إلهم جمعها أصدي هذا العمل ... فأرجو أن تقبلوه .

صدي

فهرس الموضوعات

مقدمة أ

الفصل الأول : موضوع الدراسة ومنهجيتها

- أولاً: الإشكالية 02
ثانياً: أسئلة الدراسة 03
ثالثاً: تحديد مفاهيم الدراسة 03
رابعاً: أهداف الدراسة 09
خامساً: أسباب اختيار الموضوع 10
سادساً: الدراسات السابقة 10
سابعاً: الخطوات المنهجية للدراسة الميدانية 32

الفصل الثاني : الخدمة التلفزيونية و برامج الواقع

- أولاً: التلفزيون كوسيلة إعلامية 30
ثانياً: البث التلفزيوني بواسطة الأقمار الصناعية 59
ثالثاً: البرامج التلفزيونية و الواقع 77
رابعاً: تلفزيون الواقع 91

الفصل الثالث : التلفزيون و المراهق

- أولاً: الجمهور و التلفزيون 116
ثانياً: سيكولوجية المراهق 128
ثالثاً: المراهق و التلفزيون 161

الفصل الرابع : عادات وأنماط مشاهدة المراهق لبرامج التلفزيون .

- أولاً: خصائص العينة 199

202	ثانيا: علاقة المراهق بالتلفزيون..
219	ثالثا: كثافة المشاهدة أمام التلفزيون.

الفصل الخامس: المراهق وبرامج تلفزيون الواقع.

252	أولا : البرامج الأكثر مشاهدة لدى المراهق
263	ثانيا :البرامج التي تنقل الواقع
266	ثالثا : مفهوم تلفزيون الواقع
278	رابعا : نظرة المراهق لبرامج الواقع
283	خامسا : عوامل الجذب في برامج الواقع

الفصل السادس: تأثير تلفزيون الواقع على المراهق .

304	أولا : تأثير تلفزيون الواقع على مراجعة الدروس
310	ثانيا : تأثير تلفزيون الواقع على النتائج الدراسية
315	ثالثا : تأثير تلفزيون الواقع على أوقات النوم
321	رابعا : تأثير تلفزيون الواقع على التجمع مع العائلة.
327	خامسا :تأثير تلفزيون الواقع على العلاقة بزملاء الدراسة
372	نتائج الدراسة
375	الخاتمة
375	قائمة المصادر والمراجع
387	ملاحق

مقدمة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

ظهرت وسائل الإعلام الأولى وكان هدفها تزويد الجمهور بالمستجدات ساعة بساعة ، و ظهر التلفزيون فحسن الخدمة الإعلامية حين جعل المشاهد أكثر معايشة للأحداث من خلال الصورة المتحركة ، ثم تطورت تكنولوجيا الاتصالات لتزداد قربا حتى أنتجت خدمة تلفزيونية فضائية يتفاعل أطرافها مع بعضهم البعض و يؤثر كل منهم في الآخر .

و مع تكاثر المحطات الفضائية زادت المنافسة بينها من خلال محاولة تقديم الجديد و المثير من البرامج بهدف شد انتباه المشاهدين أطول مدة ممكنة ، فبعدها استهلك البث المتواصل الكثير من المواد الإعلامية حتى صارت وتيرة البرامج تنذر بالروتين و التكرار و الملل ، صار من الواجب استحداث نمط جديد من البرامج ، فجاءت الفكرة لإطلاق الكاميرات بحرية أكبر و محاولة صناعة برامج تلفزيونية أكثر بساطة و وضوحا ، ثم تبلورت الفكرة بالاعتماد على عنصر الإثارة و التفاعل مع الجمهور ، الذي صار إشراكه اليوم من أهم عناصر نجاح العملية الإعلامية .

هذه المحاولات أنتجت نمطا جديدا من البرامج التلفزيونية اصطلح عليه بـ " تلفزيون الواقع " ، وقد دلت كثير من الدراسات الإعلامية على أن أول برنامج يمكن تسميته تلفزيون الواقع هو البرنامج الهولندي الأخ الأكبر الذي عرض سنة 1999 ، ومضمونه يتلخص في متابعة دقيقة ليوميّات مجموعة من الشباب تم جمعهم في غرفة واحدة ليتعايشوا معا طوال مدة البرنامج ، و نتيجة للنجاح الذي حققه هذا البرنامج تسابقت الفضائيات الأجنبية ثم العربية لاستنساخه ، أولا من أجل تحقيق أرباح مادية و ثانيا من أجل مواكبة التطورات الحاصلة ، فما صار متعارفا عليه اليوم هو أن التلفزيون دون برامج الواقع لا قيمة له .

و لأن هذه البرامج غير مألوفة لدى مجتمعاتنا العربية فقد كان من الوارد أنها ستحدث تأثيرات غير مرغوبة على شبابنا العربي ، كونه المعني الأول بمضمون هذه المواد ، فإذا كان عرض مثل هذه البرامج في بلدان غربية قد أثار ضجة و جدلا كبيرين في الأوساط المحافظة فكيف بالمجتمعات العربية المسلمة و التي تختلف اختلافا كبيرا عن الموطن الأصلي لها .

من هنا جاءت هذا الدراسة كمحاولة للاقتراب من هذا المصطلح الجديد و المسمى تلفزيون الواقع ، و كذا التعرف على طبيعة التأثيرات التي يمكن أن يخلفها على شبابنا المراهق ، على اعتبار أن هذه الشريحة هي الأكثر قابلية للتأثر نظرا لخصوصية هذه المرحلة الانتقالية من عمر الإنسان ؛ و من أجل معالجة هذا الموضوع تم وضع خطة بحث كالآتي :

بعد التّقديم يأتي الفصل الأوّل و المتمثّل في الإطار المنهجي للدراسة ، ومن خلاله تمّ تحديد الإشكاليّة المطروحة و كذا التساؤلات و الأهداف ، بالإضافة إلى ضبط مصطلحات البحث و شرح المنهج و العينة المستخدمة في الدراسة الميدانية ، و هذا قبل عرض مجموعة من الدراسات السابقة و التي ساعدت على معالجة الموضوع لاتفاقها معه إمّا في المنهج المستخدم أو الأهداف المسطّرة أو نوعيّة العينة المطبّق عليها الدراسة الميدانيّة .

في الفصل الثاني حاولت الدراسة شرح الخدمة التّلفزيونيّة من خلال إبراز أهمّ الخصائص التي تميّز التلفزيون كوسيلة إعلاميّة فاعلة ، ومنه الوظائف التي يقوم بها في المجتمع ، كما يتضمّن هذا الفصل أيضا الحديث عن آليّة البثّ التّلفزيوني الفضائي ، و هي مرحلة قفزت بالخدمة التّلفزيونيّة أشواطا معتبرة على سلّم تكنولوجيا الاتّصالات ، بعدها كان الحديث عن البرامج التّلفزيونيّة ومدى قربها من الواقع قبل أن يأتي العنصر الذي يشرح هذا المصطلح الجديد المسّمّى تلفزيون الواقع من حيث بحثه أكثر في مفهومه و كذا عوامل ظهوره و انتشاره ثم خصائصه ، قبل أن يخلص في الأخير إلى وقفة تقييمية لهذا النوع من البرامج .

أمّا الفصل الثالث فهو بحث في علاقة المراهق بالتلفزيون ، حيث تطرّق أولا إلى جمهور التلفزيون و تقسيماته المتعدّدة ثمّ فصل في سيكولوجيّة المراهق كمحاولة لإيجاد تفسيرات لبعض السلوكات التي يقوم بها المراهقون ، قبل أن يتمّ الحديث عن التأثيرات التي تخلفها مشاهدة التلفزيون على هذه الفئة .

و في الفصل الرّابع و الذي هو عبارة عن دراسة ميدانيّة تمّ إنجازها مع مجموعة من المراهقين المتدرسين في مرحلة الثانوي ، من خلال إخضاعهم لأسلوب الاستبيان من أجل معرفة عادات و أنماط مشاهدتهم للتلفزيون ثمّ برامج الواقع ، قبل البحث في طبيعّة تأثير هذه المشاهدة على جملة من العادات كمراجعة الدّروس ، أوقات التّوم ، الاجتماع مع العائلة ... ؛ و بعد تحليل البيانات المتحصّلة عليها تمّ التّوصّل إلى جملة من النتائج كانت خلاصة هذا الفصل .

و في آخر هذا العمل وضعت خاتمة تلخّص أهمّ ما جاء فيه ، ويبقى البحث في التّأثير يفتقد إلى كثير من الدّقة نظرا لتدخّل عوامل عديدة ، فما أصابت فيه هذه الدّراسة فتوفيق من اللّهِ أمّا ما أخطأت فيه فمن العجز عن بلوغ الكمال .

الفصل الأول :

موضوع الدراسة ومنهجيتها أسئلة الدراسة

أولا : الإشكالية

ثانيا : أسئلة الدراسة

ثالثا : تحديد مفاهيم البحث

رابعا : أهداف الدراسة

خامسا : أسباب اختيار الموضوع

سادسا : الدراسات السابقة

سابعا : منهج الدراسة

الإشكالية

تؤكد كرونولوجيا الأحداث في مجال الإعلام على أن وسائل الإعلام تزداد قربا من تلبية احتياجات الجمهور وتحقيق رغباته اليوم أكثر من أي وقت مضى ، لأجل هذا كان لزاما عليها أن تتخطى سريعا مرحلتها البدائية التي اقتصر على الصحافة المكتوبة زمنا ، حتى تبلغ مرحلة جديدة كان فيها الصوت سيد الموقف ، قبل أن تحط عند تركيبة جمعت بين الصوت الواضح والصورة الملونة وجملة من المميزات منحنتها إياها آخر التطورات التقنية ، والتي صارت تستخدم أقمارا صناعية ضخمة مكنتها من طرح تشكيلة من المحطات الفضائية التلفزيونية باختلاف الثقافات واللغات والانتماءات العرقية والدينية .

والملاحظ أن هذه المحطات أخذت في التكاثر خلال العقد الأخير من القرن الماضي ، وقد تسببت هذه الكثرة في خلق أزمة حقيقية ، ذلك بما ولدته من منافسة ورغبة في التميز ومحاولة البحث عن كل ما هو جديد ومثير ، بهدف شد انتباه المشاهدين إلى برامجها في محاولة للبقاء ضمن دائرة المنافسة واهتمام الجمهور والمشاهد خوفا من الإهمال والاندثار وسط زحام الفضائيات ، وهذا ما جعل بعض المحطات الفضائية تقع في فخ المحذور أخلاقيا وقيميًا من منظور البنية الثقافية والدينية ، وذلك ضمن محاولاتها المحمومة للفت الأنظار إليها وشد انتباه المشاهدين بأي وسيلة ممكنة ، كان آخرها محاولة استحداث مادة إعلامية من خلال استنساخ مجموعة من برامج الإثارة غير المألوفة ، والتي سبق أن جرّبتها تلفزيونات غريبة في إطار ما أصبح يسمّى ببرامج " تلفزيون الواقع " أو " التصوير الواقعي " .⁽¹⁾

هذه الموجة من البرامج إنما تعكس توجهها جديدا ومثيرا لاهتمام جمهور المشاهدين حول العالم عامة وفي الوطن العربي خاصة ، والذي راح يتابع باهتمام - وبشكل متزايد - سلسلة هذه البرامج ويتفاعل معها من خلال التواصل الهاتفي الهائل ، ولعل نسبة فئة الشباب هي الأوفر حظًا من هذا القصد ، مما أثار موجة عاصفة من الجدل السياسي و الفكري و الثقافي في المجتمعات العربية حول طبيعة التأثير الذي يمكن أن يخلفه عرض برامج تلفزيون الواقع على المشاهد العربي ، لأجل ذلك كله أرادت هذه الدراسة أن تبحث في مضمون هذا المفهوم الجديد " تلفزيون

(1) عبد الملك سليمان- أزمة الإعلام العربي بين الإلزام والتغريب - ، www.arabrenwal.com (تاريخ الدّحول: 05 أبريل 2007م) .

الواقع " ، وقد خصّصت من متبّعيه فئة المراهقين الذين يعيشون مرحلة عمرية كثيرا ما توصف بالحساسة ، وفي محاولة لمعرفة ما يمكن أن تخلفه هذه المادّة الإعلامية من تأثير خاصّة على سلوكهم ، كان من الواجب الإجابة على تساؤل رئيسي يتلخّص فيما يلي :

<< ما هو تأثير مشاهدة برامج تلفزيون الواقع على فئة المراهقين من تلاميذ الثانوي ؟ >>

تساؤلات الدّراسة

انطلاقا من التّساؤل الرئيسي جاءت جملة من التّساؤلات حاولت هذه الدّراسة الإجابة عنها ، والتي يمكن حصرها فيما يلي :

- 1- ما هو تلفزيون الواقع ؟
- 2- ما هي عادات وأنماط مشاهدة المراهق للتلفزيون و برامج الواقع ؟
- 3- ماهو تأثير تلفزيون الواقع على المراهق ؟

هذه هي أهمّ التّساؤلات التي يطرحها هذا البحث ، والتي سيحاول الإجابة عنها من خلال ما هو آت .

تحديد مفاهيم الدّراسة

يعتمد هذا البحث على مفاهيم ثلاثة (تلفزيون الواقع ، التّأثير ، المراهقون) ، لذلك كان من المهمّ محاولة ضبط معانيها كالآتي :

1- تلفزيون الواقع

يعتبر هذا المصطلح المتغيّر الهام في هذه الدّراسة نظرا لحدائته إطلاقه ، والبحث في مفهومه يوصل إلى كونه يتألف من شطرين : الأوّل " تلفزيون " والثاني " الواقع " :

فالتلفزيون هو ذلك الجهاز أو وسيلة الاتّصال الجماهيرية التي تخاطب في الجمهور حاسّتي السّمع والإبصار .

أما الواقع فهو لغة : اسم فاعل للفعل الثلاثي " وَقَعَ " والذي يعني " حَدَثَ " و " حَرَى " ، والواقع يطلق على الغالب للتعبير عن حقيقة الأحداث كما يراها العامة دون أي ترتيبات أو تدخلات مسبقة .

ويمكن الاقتراب من مفهوم الواقع من مصادر عدة، فالقواميس اللغوية ترمز لهذا التعبير بما حدث وثبت، حيث يورد ابن منظور في مادة " وَقَعَ " : وَقَعَ بالأمر: أحدثه وأنزله ، ووقَعَ القول والحكم إذا وجب ، ووقَعَ به ما كرر يَقَعُ وَقُوعًا ووقِيعَةً : نزل . (1)

ويتبين أن ما تصفه القواميس اللغوية على تعبير الواقع يرتبط عادة باللموس ، أي الشيء الذي يمكن معاينته بصفة مجسدة ، على الرغم من تدخل الفلسفة فيما هو واقع وواقعية ، وذلك يخرج عن حدود هذا الموضوع هذا الإيحاء لللموس ، بل إن اللموس ما هو إلا جزء متفرع عن مجرد وليس هو الأساس ؛ و قد تضمنت الأدبيات الغربية عملية إضفاء صبغة المجسد على الواقعية ، وأيضا لون مجرد على هذه الواقعية من مثل الواقعية الفلسفية ، ودون الخوض في هذه التعقيدات يمكن تقديم تعريف للواقع كالتالي : " الواقع هو مالا يمكن التعبير عنه إلا من خلال معايشته ، وهو في جوهره معنوي ، رغم أنه يمكن أن يظهر بصفة جزئية في المجسد " . (2)

أما مفهوم هذا الإطلاق كمصطلح إعلامي جديد يتضمن إضافة التلفزيون ، فقد تعددت التعريفات المقدمة لهذا المعنى رغم تشابه أكثريتها من ناحية الزاوية التي تنظر إليها هذه البرامج ، و من أهم ما قيل فيه : >> تلفزيون الواقع وصفة غريبة جديدة تحظى بنجاح جماهيري منقطع النظير ، عدد لا يُستهان به من آلات التصوير المثبتة هنا وهناك ، لتلتقط على مدار الساعات الأربع والعشرين الحياة اليومية العفوية والبسيطة لمجموعة من الناس في أغلب الأحيان هم من فئة الشباب تتعايش معا ، إلى أن يتميز ويفوز أحدهم بلقب الأفضل.. إنه التلفزيون حين يحاكي الحياة اليومية ويلامس الواقع ، وربما العكس هو الصحيح أي أن الحياة والواقع يقتربان من هذا الجهاز الأسطوري دائرة ليخترقا أخيرا التلفزيون ، ذلك الوسيط الذي كان منذ أول استعماله

(1) أبو الفضل جمال الدين بن مكرم بن منظور - لسان العرب المحيط - مج 6 ، دار الجليل ، بيروت ، 1988م ، ص 967.

(2) عزى عبد الرحمن - الواقع والخيال في الثانية الإعلامية: نحو تأسيس فكر إعلامي متميز - ، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، السنة 16 ، العدد 182 ، 1994 ، ص 77 - 78 .

ضمن المؤسسة السياسية للدولة ، وأن كل ما يَسْرَب أو يَبْتَخِض في أغلب الأحيان وحتى في أصعب التجارب الديمقراطية ، إلى رقابة وتوجيهات وخطوط خضراء وحمراء >> .⁽¹⁾

و يتحفظ البعض في إطلاق تسمية تلفزيون الواقع على هذا النوع من البرامج ، والذي عرض في الكثير من المحطات ، فيؤكد على تعميم هذا الإطلاق بحيث يرى أن كل ما يعرض في التلفزيون من أخبار و نشرات جوية وتقارير يومية عن المجتمع عبارة عن تلفزيون واقع ، فإذا ما استثنيت المسلسلات والأفلام فمعظم ما يعرض في التلفزيون هو في الحقيقة واقع .⁽²⁾

في حين يخصص كثير من الدارسين هذا المفهوم من خلال محاولة مطابقة تعريفاته بمضمون ما يقدم في هذه البرامج ، لتعدد التعريفات دون أن تختلف كثيرا ؛ ومنها ما يلي :

- تلفزيون الواقع هو نوع من برامج التلفزيون التي يتم فيها جمع أفراد من عامة الناس في مكان محدد وبيئة محددة ، ويشمل حياتهم وردد أفعالهم الطبيعية مع عدم وجود نص مكتوب أو سيناريو وعرضه عرضا مباشرا على المشاهدين ، الذين يتابعون حياة وتصرفات المشتركين وردد أفعالهم .⁽³⁾

- هو شكل جديد من البرامج التي تحظى بنجاح كبير ، تصور فيه مجموعة من الأشخاص إلى غاية انتصار أفضلهم .⁽⁴⁾

- هو استعراض جماهيري لأنماط المعيشة و السلوك الحقيقي و الفعلي ، إنه نوع من الإحراج الذي نشاهده عن بعد كمشهد ترفيهي و استعراض لما هو عادي و يومي ، أساسه الترفيه و الربح .⁽⁵⁾

(1) جمال الزرن - عن تلفزيون الواقع وإليه: بداية الواقع أم نهاية الأسطورة... ٩٠٠ - مجلة " الإذاعات العربية " ، إتحاد إذاعات الدول العربية ، ع 01 ، شركة فنون الرسم والنشر والصحافة ، القصة- تونس 2005م ، ص 70.

(2) جريدة الشرق الأوسط ، www.asharquelawsat.com (تاريخ الدخول: 05 أبريل 2007م .

(3) الموسوعة الحرة: تلفزيون الواقع www.Harwikipedia.org (تاريخ الدخول: 12 ديسمبر 2007م)

(4) نصر الدين لعاضي- تلفزيون الواقع : وهانات التسلية - ، مجلة " الإذاعات العربية " ، إتحاد إذاعات الدول العربية ، ع 01 ، شركة فنون الرسم والنشر والصحافة ، القصة- تونس 2005 م ، ص 21 .

(5) المرجع نفسه ، الصفحة نفسها .

- هي برامج تتميز بالتفاعلية من حيث مساحة مشاركة الجمهور الكبير ، و عكس العلاقات الإنسانية و السلوكية بين البشر بحيث تقرب بين وجهات النظر ، كما قد تنمي المعارف و المواهب في قالب يجمع بين التثقيف و الدراما و الحوار و المسابقات .⁽¹⁾

- هي برامج تعتمد على الواقعية و الطبيعية في التصوير و تسلسل الأحداث ، لا تحتاج إلى إعداد و لا تحضير ، و إنما تعتمد اعتمادا كلياً على مخاطبة الفرائز و العواطف ، و استنهاض الفضول لدى المشاهدين .⁽²⁾

الملاحظ على هذه التعريفات أنها تحاول وصف ما يجري داخل البرامج على الرغم من تباين موضوعات كل منها ، و على العموم فإن الكلل يتفق على أن تلفزيون الواقع ظاهرة عالمية واسعة الانتشار و مثيرة للجدل و هي صيحة إعلامية متنامية ورائحة بالرغم من صورتها السلبية لدى النخب المثقفة و التقاد ، و يصعب تعريف هذه الظاهرة التي يختلط فيها الجيد بالرديء ، و تختلط فيه عديد من البرامج التي تصنف ضمن تلفزيون الواقع ، و تُعنى بمواضيع متعددة (التجوميّة ، التعايش ، الزواج ، المغامرة ...) .⁽³⁾

وعلى العموم فإنه يمكن إعطاء تعريفين إجرائيين لتلفزيون الواقع ، الأول تعريف عام و الثاني خاص :

فأما العام فهو : « تلفزيون الواقع هو ذلك النوع من البرامج الذي يحاول مقارنة الواقع من خلال تسليط الضوء على وقائع حقيقية عفوية معاشة داخل المجتمع أولاً و العالم الواسع ثانياً ، وذلك من أجل التعريف و التوضيح و المعالجة » .

أما التعريف الخاص والذي عليه تركز المفهوم الحديث لهذا النوع من البرامج فهو : « أن برامج الواقع نوع من البرامج التلفزيونية التفاعلية الترفيهية بالدرجة الأولى ، والتي يتم من خلالها تركيز الكاميرات على شخصية معينة أو عدة أشخاص ، يتم توجيههم بطريقة غير مباشرة من أجل

⁽¹⁾ هبة الله بيجت السمرى- الشباب و برامج تلفزيون الواقع- ، الإذاعات العربية ، ع 02 ، تونس 2005م ، ص 96

⁽²⁾ برامج تلفزيون الواقع و إشاعة الفاحشة www.islamway.com (تاريخ الدّخول: 05 أبريل 2007م)

⁽³⁾ لصحي التوزري - تلفزيون الواقع مقارنة نفسية - ، مجلة " الإذاعات العربية " ، إتحاد إذاعات الدّول العربية ، ع 01 ،

شركة فنون الرّسم والنشر والصحافة ، القصة- تونس 2005م ، ص 62

تحقيق الغرض النهائي للبرنامج الذي يمثل الجمهور طرفاً مهماً فيه من خلال تفاعله مع مجريات الأحداث ، حتى يقرّر في كثير من المرات النتيجة النهائية للبرنامج .

2- التأثير

التأثير لغة : إبقاء الأثر في الشيء ، ويقال : خرجت في أثره وفي أثره أي بعده ، وتأثرته أي تعقبت أثره ، والأثر بالتحريك : ما بقي من رسم الشيء ، وأثر في الشيء : ترك فيه أثراً.⁽¹⁾
 أمّا اصطلاحاً فهو : >> إحداث التغيير في ظاهرة أو فرد أو جماعة أو مجتمع ، لهذا فإنّ القول بأنّ لوسائل الاتصال الجماهيرية تأثيراً يعني أنّ لها فاعلية على إحداث تغييرات في الفكر و السلوك الإنساني << .⁽²⁾

و هناك من يعرف التأثير على أنه : >> التغيير في المواقف و السلوكيات والآراء والمعلومات والمعتقدات من جرّاء انتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي ، فالرسالة الإعلامية قد تلفت انتباه المتلقي فيدركها ، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة ، وقد تجعله يكوّن اتجاهات جديدة أو يعدّل من اتجاهاته السابقة ، وقد تجعله يتصرّف بطريقة جديدة أو يعدّل سلوكه السابق <<.⁽³⁾

3- المراهقون

هم جمع مراهق ، وهو الذي يعيش مرحلة المراهقة من سلسلة حياته ، وهذه الأخيرة تعني : لغة : ترجع لفظة المراهقة إلى الفعل العربي رَاهَقَ ، الذي يعني الاقتراب من الشيء ، فرَاهَقَ الغلام فهو مُرَاهِقٌ أي قارب الاحتلام ، ورَهَقْتُ الشيء رَهَقًا أي قاربت منه ، والمعنى هنا يشير إلى الاقتراب من التوضيح والرشد .

اصطلاحاً : المراهقة في علم النفس تعني الاقتراب من التوضيح الجسمي والعقلي والنفسي والاجتماعي ، ولكنه ليس التوضيح نفسه ، لأنّه في مرحلة المراهقة يبدأ الفرد في التوضيح العقلي

(1) ابن منظور ، مرجع سابق ، ص 01 ، ص 19 .

(2) إيهاد شاكر البكري - عام 2000 حرب المحطات الفضائية - ، دار الشروق ، عمان - الأردن 1999م ، ص 235 .

(3) عبد الله بوجلال - آثار التلفزيون على الأطفال - مجلّة "بحوث" ، ع 01 ، جامعة الجزائر 1992 - 1993م ، ص 64 .

والتفسي والجسمي والاجتماعي ، ولكنه لا يصل إلى اكتمال التّضح إلا بعد سنوات عديدة قد تصل إلى تسع سنوات .⁽¹⁾

والمراهقة **Adolescence** هي مرحلة التّمو التي تبدأ من سنّ البلوغ أي من سنّ الثالثة عشرة تقريبا ، وتنتهي في سنّ التّضوج العقلي والانفعالي والاجتماعي .⁽²⁾

المراهقة إذن عملية بيولوجية تعريفية ووجدانية ، اجتماعية ، تربوية ، ديناميكية متطورة ، فلا غرابة حين نرى المراهق تتوزعه المتناقضات ، وترجع هذه المتناقضات إلى ما يشئت انتباهه ويستأثر بجمل اهتمامه من أمور تتركز كلها حول تحديد مكانته في عالم يراه أشمل وأوسع مما كان عليه إبان مراحل حياته السّالفة ، فالمراهقة تمتدّ في مداها الزّمني أو تنقلص تبعا للمعايير الاجتماعية والمقاييس الحضارية التي يحيى في أرجائها المراهق ، فمن النّاحية الفيزيولوجية تأخذ المراهقة مجراها الطّبيعي ، مفترضة اكتمال الصّحة الجسميّة والنفسية والعقلية⁽³⁾ ، وتعتبر هذه المرحلة أهمّ مراحل التّمو في حياة الفرد ، وإن لم تكن أهمّها على الإطلاق ، حتى أنّ بعض علماء النفس يعتبرونها بدء ميلاد جديد للفرد ، بحكم توضعها بين مرحلتين حياتيتين بارزتين ، وتختلف بداية هذه المرحلة ونهايتها باختلاف الأفراد والجماعات اختلافا كبيرا ، كذلك تختلف من دولة لأخرى ومن الرّيف إلى الحضر ، وتتاخر هذه المرحلة في الظهور في المجتمعات الحضرية والمجتمعات الأكثر تمدّنا وكذلك في المجتمعات الأكثر برودة ، فقد يبدأ المراهق في شمال أوروبا في الرّابعة عشرة أو الخامسة عشرة ، بينما قد يبدأ زميله مراهقته في دول المشرق عامّة في حوالي الثالثة عشرة ، وكذلك قد يراهق الفتى الرّيفي في حوالي الثانية عشرة بينما يبدأ زميله في المدينة مراهقته بعده بحوالي عام ؛ وعلى العموم يمكن أن تتحدّد هذه الفترة في الدّول العربيّة من الثانية عشرة تقريبا حتى التاسعة عشرة ، والمراهقة مرحلة طويلة نسبيا حوالي تسع سنوات ، أي أنّها تضمّ مرحلة التّعليم الإعدادي والثّانوي العام والفتي ، ويستفاد من دراستها في تهيئة الجوّ والبيئة الصّالحة للتّمو

(1) عبد الرّحمن العيسوي- سيكولوجيا المراهق المسلم المعاصر - ، www.isla_web.net (تاريخ الدّخول: 25 مارس 2007م) .

(2) معجم مصطلحات الرّعاية والتّمية الاجتماعيّة ، دار الكتاب المصري ، دار الكتاب اللبناني ، القاهرة- بيروت 1987م ، ص 14 .

(3) عبد العليّ الجسماني- سيكولوجية الطّفولة والمراهقة وحقائقهما الأساسيّة- ، الدّار العربيّة للعلوم ، بيروت 1994 ، ص 169-170 .

فيها في جميع النواحي ، فتحطط في المدينة المناهج ونواحي النشاط الاجتماعي والرياضي والترفيهي وتكون في التلاميذ اتجاهات وقيم مرغوبة تدفعهم نحو التقدم والارتقاء. (1)

ليس هناك تحديد متفق عليه إذن اتفاقاً عاماً بشأن الفترة التي تبدأ فيها المراهقة ، كما أنه لا يمكن على وجه الدقة تعيين الفترة التي تنتهي عندها ، بيد أنه يمكن القول بأن المراهقة تكون بوجه عام

كما يلي : (2)	عند البنات	عند الذكور
مشارف المراهقة	12-11	14-13
أدوار المراهقة الأولى	14-12	16-15
أدوار المراهقة الوسطى	17-15	18-17
المراهقة المتأخرة	20-18	20-19 (ويمكن أن تمتد

المراهقة إلى سن أكبر من 20 سنة)

الفرق بين المراهقة والبلوغ : يخلط كثير من الناس بين مفهوم المراهقة ومفهوم البلوغ الجنسي *puberty* فالبلوغ يعني وصول المراهق مرحلة اكتمال الوظائف الجنسية عنده ، وذلك بنمو الغدد الجنسية وقدرتها على أداء وظائفها ، أما المراهقة فتشير إلى التدرج نحو هذا التضج الجسمي والعقلي والتفسي والاجتماعي ، وعلى ذلك فالبلوغ إن هو إلا جانب واحد من دخول الطفل مرحلة المراهقة ، كما أنه من الناحية الزمنية يسبقها ، فهو أول دلائل دخول الطفل هذه المرحلة. (3)

وهنا يتضح الفرق بين كلمة بلوغ التي تقتصر على ناحية واحدة من نواحي النمو وهي الناحية الجنسية ، حين تنتقل بالطفل من فترة الطفولة إلى فترة الإنسان الراشد ، في حين تعني المراهقة المرحلة التي تشمل هذه التغيرات الفيزيولوجية وكذلك التغيرات النفسية والسلوكية لدى الفتى أو الفتاة .

(1) محمد مصطفى زيدان - النمو النفسي للطفل والمراهق ونظريات الشخصية-، دار الشروق ، حدة 1979م ، ص 155-156.

(2) المرجع نفسه ، ص 192.

(3) عبد الرحمن العيسوي ، موقع سابق .

أهداف الدراسة

- تأتي هذه الدراسة لتحقيق عدّة أهداف من أهمّها :
- 1- التعريف بـ " تلفزيون الواقع " .
 - 2- معرفة مراحل تطوّر برامج الواقع .
 - 3- معرفة عادات و أنماط مشاهدة المراهق للتلفزيون عموماً و تلفزيون الواقع على الخصوص، وذلك انطلاقاً من معرفة بعض الجوانب السيكولوجية لدى المراهق .
 - 4- معرفة بعض الآثار التي تخلفها مشاهدة برامج الواقع على المراهقين المتدربين .

أسباب اختيار الموضوع

- من أهم أسباب اختيار الموضوع ما يلي :
- 1- الرغبة في دراسة هذه الظاهرة الإعلامية الجديدة .
 - 2- الرغبة في معرفة تأثير الظاهرة على المراهقين . العربية في هذا الاتجاه فإنّ ما تناول منها كيفية مواجهة الوضعية القائمة يكاد يعدّ على الأصابع
 - 3- أهمية هذه الظاهرة و تنامي اهتمام الدراسات الإعلامية بها .

الدراسات السابقة والمشاهدة

يأتي التلفزيون في المرتبة الأولى بين غيره من وسائل الاتصال ، ليس فقط من حيث عدد الساعات التي يقضيها الطفل أمام شاشته ، ولكن أيضاً من حيث قوة تأثيره ، ولقد شكّلت الفكرة المحورية - أي التأثير - نقطة انطلاق البحوث .

وفي محاولة لحصر بعض الدراسات التي يمكن أن تكون قاعدة انطلاق لهذا البحث ، تمّ الوقوف على الآتي :

الدراسة الأولى : إعداد هبة الله هجعت السّمري ، وعنوان الدراسة " الشباب و برامج الواقع " (1).

حاولت هذه الدراسة اختبار فرض تأثير ما يسمّى بـ " الشخص الثالث " الذي يؤمن بأن الأفراد يميلون إلى المبالغة في تقدير تأثير المواد الإعلامية في اتجاهات و سلوكيات الآخرين ، فإذا كانت للرسائل الإعلامية تأثيرات سلبية ضارة فإن الفرد سيدركها على أنّها لا يمكن أن تؤثر فيه بل قد تضرّ الآخرين فقط ، و هذا ما يطلق عليه في علم النفس بالتفاؤل الغير واقعي ، و على التقيض إذا اعتقد الأشخاص أنّ لرسائل الإعلام تأثيرات إيجابية فستظهر فيهم أكثر من الآخرين و هذا ما يطلق عليه بالتأثير المعاكس للشخص الثالث ، و بناء على هذا الفرض جاءت أسئلة هذه الدراسة لتحاوّر الشباب حول تأثيرات تلك البرامج الإيجابية و السلبية في أنفسهم و في الآخرين .

منهج وعينة الدراسة

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لدراسة الجمهور ، وقد شمل مجتمع دراستها طلبة من جامعة الإمارات العربية و الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 سنة إلى 25 سنة ، فكان قوام عينة الدراسة المعتمدة 100 مفردة مقسّمة بالتساوي بين الجنسين ، كما شملت جنسيات عربية مختلفة : الإمارات العربية ، سلطنة عمان ، لبنان ، سوريا ، مصر ، فلسطين ؛ حيث طلب من هؤلاء تعبئة استبيان مكوّن من 12 سؤالا يقيس مدى كثافة مشاهدة التلفزيون و مكانة تلفزيون الواقع ضمن برامج التلفزيون المفضّلة لديهم ، و ما هي القنوات التي يتابعون من خلالها تلك البرامج ، و لماذا يفضلون مشاهدتها و كيف يمكن أن تؤثر فيهم و في الآخرين إيجابا و سلبا .

نتائج الدراسة

- كان إقبال الشباب الجامعي على مشاهدة برامج الواقع شديد ، حيث بلغت نسبة عينة الدراسة التي تتابع برامج الواقع 98 % .
- هناك 54 % من الشباب لا يشاهد في التلفزيون سوى برامج الواقع ، و أنّ 72 % ينتظرونها كلّ يوم .
- يبلغ متوسط ساعات مشاهدة تلك البرامج من ساعة إلى ثلاثة ساعات يوميًا .

(1) هبة الله هجعت السّمري ، مرجع سابق ، ص 94-96 .

- الإناث أكثر مشاهدة لبرامج الواقع من الذكور و هو ما يتفق مع تركيبة المجتمعات العربية ، حيث تمضي الفتاة فترات أطول بالمتزل عن الشباب .
- جاء برنامج ستار أكاديمي في مقدمة البرامج التي يتابعها الشباب بكثافة .
- الشباب العربي يشاهد برامج الواقع لأنها تخلق جواً من الإثارة لا يتوفر في البرامج الأخرى .
- تتيح برامج الواقع مشاركة كبيرة للجمهور في البرنامج .
- يرى الذكور أن تلك البرامج تسليهم و تساعدهم على الاسترخاء .
- ترى الإناث أن تلك البرامج تضيف إلى معلوماتهم و تعرفهم واقع الحياة الذي نعيش .
- يؤمن الشباب بأن تأثيرات تلك البرامج (برامج الواقع) السلبية تفوق تأثيراتها الإيجابية ، لكن تأثيراتها السلبية تكون في الآخرين أكثر مما فيهم .
- كما اتفق 73 % من الشباب على عدم واقعية تلك البرامج ، و أنه لا علاقة لها بالواقع العربي سوى أن الشخصيات المستضافة تتحدث العربية .
- كما لاحظت الباحثة وجود فروق بين الشباب العربي في إدراك واقعية مضمون تلك البرامج ، حيث يمثل 28 % من شباب سوريا و لبنان و مصر و فلسطين إلى تأييد واقعية تلك البرامج ، مقابل 9 % فقط من شباب دول الخليج العربي لا يؤيدون ذلك ، وهو ما قد يرجع إلى اختلاف العادات و التقاليد من مجتمع عربي إلى آخر .
- الشباب من الذكور يرى أن تلك البرامج تلهيهم عن مشاكلهم و قضايا أمتهم العربية ، كما أنها تتعارض و قيم الدين الإسلامي ، و كذا تفقد الشباب هويتهم العربية .
- ترى الإناث أن تلك البرامج تشجع الفتيات على تقليد مظهر و سلوك البنات اللاتي يظهرن في تلك البرامج و الذي كثيرا ما يكون منافيا لعاداتنا و تقاليدنا .
- أما عن التأثيرات الإيجابية لبرامج الواقع ، فهي لدى الذكور تنحصر في أنها تتسم بالتفاعلية الكبيرة ، حيث تعطي الفرصة للجمهور من الشباب للمشاركة في البرامج من خلال التصويت عبر الهاتف أو الرسائل SMS .
- كما أن برامج الواقع تقرب بين الشباب العربي في المفاهيم و العادات و السلوك ، و تساعد على إبراز مواهب الشباب و تسميتها .
- بينما ترى الإناث أنها تعرف الشباب بالعالم الخارجي و ما يمكن أن يواجهه الفتاة عند اختلاطها بالرجال ، و كيف يمكن أن تتصرف في المواقف المختلفة .

- كما أن برامج الواقع تشبع الفضول لدى الفتاة لمعرفة كيف يعيش الجنس الآخر و كيف يتصرفون في المواقف المختلفة ، و هي نتيجة تتفق مع سمات مرحلتي الشباب و المراهقة لدى الجنسين .

الدراسة الثانية : إعداد صدي رشيد ، و عنوان الدراسة " أثر التلفزيون في تكوين ثقافة المراهقين " . (1)

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز نصيب التلفزيون من تشكيل ثقافة المراهق عموما و المراهق الجزائري على الخصوص ، وذلك من خلال محاولة معرفة آية وسيلة تثقيفية تجذب المراهق ، وبالتالي تؤثر في قيمه و سلوكه و مفاهيمه الثقافية ، و تناولت الدراسة أيضا معرفة ما إذا كانت البرامج الوطنية تفسح للمراهق الجزائري فرصة التعرف على معالم ثقافية ، و تساهم في نقل بعض مضامين تفكيره ، و ما مدى استجابة ميولات و حاجات المراهقين لهذه البرامج ، إذ من الطبيعي أن يختلف المراهقون في أذواقهم و مواظبتهم لمشاهدة التلفزيون ، وهذا ما يدفع إلى التساؤل عن بعض المتغيرات التي تضبط عملية المشاهدة ، و نوعية البرامج المفضلة و مدى تأثير هذا بعامل السن و الجنس .

منهج و عينة الدراسة

تبنت الدراسة المنهج الوصفي المعتمد لدراسة الجمهور ، و قد استخدمت لأجل ذلك عدّة تقنيات منها : تصميم استبيان و إجراء مقابلات مباشرة ، و على اعتبار أن التلميذ في مرحلة المراهقة يظهر بميولات عقلية و ثقافية متميزة ، و يشهد نموا سريعا و شاملا في جميع جوانب شخصيته ، فقد اقتصر في هذا البحث على دراسة تأثير القنوات الوطنية في ثقافة المراهق الجزائري ، و ذلك من خلال عينة ممثلة لجميع المراهقين الذين تتراوح أعمارهم بين 12-16 سنة ، و قوام هذه العينة 200 فرد في كلا الجنسين

نتائج الدراسة

خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج على رأسها ما يلي :

(1) صدي رشيد - أثر التلفزيون في تكوين ثقافة المراهقين - مذكرة ليل الديبلوم العالي في علم المكبات ، معهد علم المكبات و التوثيق ، الجزائر 1992/1993 م .

- هناك انتشار متزايد للتلفزيون في أوساط الأسرة الجزائرية ، وذلك لسد الفراغ الثقافي والترفيهي الذي يعاني منه المواطنون .
- جهاز التلفزيون إلى جانب المدرسة والمنظمات التربوية يقوم بوظائف تعليمية وتربوية وتنقيفية .
- تعتبر البرامج التلفزيونية من النشاطات التي يكرس لها المراهق الجزائري وقتا طويلا .
- التلاميذ يختلفون في أذواقهم وفي مواظبتهم على مشاهدة التلفزيون باختلاف أجناسهم وأعمارهم .
- لوحظ ازدياد التباين بين أذواق الذكور والإناث كلما تقدم التلاميذ في العمر .
- إن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر إسهاما في ميادين المعارف العامة ، غير أننا لا نستطيع القول بأن الشاشة وسيلة مجدية ثقافيا ، إلا إذا أحسن توجيهها وتنظيمها ، فهي وسيلة خطيرة تستطيع تشويه ثقافة المراهق الجزائري ، إذا كانت البرامج المبتوثة فيها لا تناسب أبعاد واقعه وثقافته .
- نجد أن المراهق يقضي وقتا هاما أمام الشاشة الصغير، وغالبا ما يكون ذلك بعد خروجه من المدرسة وبالتالي لا بد أن يتحارب مع برامجها وتؤثر في ثقافته ، كما أن التلاميذ اختلفوا في تفصيلهم للبرامج ، وفي نسبة إقبالهم على المشاهدة باختلاف أجناسهم وأعمارهم .
- من الطبيعي أن يختلف تأثير التلفزيون طبقا للمجال الذي تتم فيه المشاهدة ، فالمرهق الذي يشاهد التلفزيون بمفرده تكون خطورة الآثار التي تتزايد من تأثير بعض البرامج أعمق على ثقافة وشخصيته وسلوكه ، فالتلميذ في سن المراهقة يحتاج إلى توجيه وإرشاد من قبل الأولياء ، والمعلمين لأنه في هذه المرحلة يطلق العنان لرغباته التي تكون جامحة ، غير أنه يمكن الاستخلاص عموما أن المراهق الجزائري لا يخضع لهذه المتابعة والمراقبة فهو يتمتع بالحرية التامة في تصرفاته أمام جهاز التلفزيون ، حيث يشاهد البرامج التلفزيونية في أوقات يريدها ويختارها .

الدراسة الثالثة : إعداد محمود عبد الحليم منسي ، و عنوان الدراسة " التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمرهق " .⁽¹⁾

وهي دراسة تربط بين الإعلام وعلم النفس ، وتحدد إيجابيات وسلبيات بعض برامج التلفزيون من حيث تأثيرها في القيم الاجتماعية لأفراد المجتمع المصري ، وتأتي هذه الدراسة كنتيجة للأهمية التي يحتلها التلفزيون باعتباره أكثر الوسائل الإعلامية إثارة للجدل والمناقشات ، إذ يرى البعض أنه

(1) محمود عبد الحليم منسي - التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمرهق - شركة الخلال للطباعة . القاهرة : 2002 .

وسيلة تسلية وترفيه بينما ينظر إليه البعض الآخر على أنه جهاز له إمكانات إعلامية وسياسية وتعليمية واسعة ، وبالتالي يلعب دورا خطيرا في حياة الأمة ، كما أن للتلفزيون آثار اجتماعية إيجابية حيث يتحلّى أثره على الأسرة والمجتمع فيؤفر للأسرة جوًا متغيّرًا بصفة مستمرة ، ويبرز المواهب الجديدة من خلال برامجهم ويساعد على إرساء القيم والعادات الاجتماعية والثقافية وتغيير سلوك الأفراد إلى الأفضل .

وإذا كان للتلفزيون آثار اجتماعية إيجابية فإن له آثار اجتماعية سلبية وسيئة على الأطفال والشباب ، فالآثار السلبية تكمن في الجانب الجسمي والعقلي ، فجلوس الأطفال أمام التلفزيون ساعات طويلة تهدد صحتهم البدنية والعقلية ، ومن ناحية أخرى فالتلفزيون أثر على الأطفال بالنسبة للسلوك الاجتماعي السلبي حيث يمثل أهم أنواع هذا السلوك في العنف والميل إلى العدوان ، وله دور في انحراف الأحداث وجنوحهم بسبب تقليدهم لما يرونه من أفلام العنف والجريمة والجنس على شاشة التلفزيون .

منهج الدراسة وعينتها

استخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي الذي يتضمّن أسلوب المسح بالعينة ، حيث قام بمسح للأدوات المتوافرة أخذا في الاعتبار مناسبتها لمتغيرات الدراسة الحالية ، وعلى ضوء هذا المسح قام الباحث ببناء استبيان لقياس القيم الاجتماعية السائدة في المجتمع المصري ، واستخدم مقياسا آخر للتعرف على درجة مشاهدة العينة للبرامج التلفزيونية التي تسهم في تنمية القيم الاجتماعية السائدة في المجتمع المصري ، وذلك للتعرف على أثر مشاهدة برامج التلفزيون على القيم الاجتماعية لدى طلاب المرحلتين الثانوية والجامعية .

أما عينة الدراسة فقط تم اختيارها عشوائيا من الطلاب المقيمين بالحضر ومن المقيمين بالرّيف ، كما تم اختيار عينة عشوائية أخرى من طلاب المرحلة الثانوية العامة للمقيمين بالحضر ومن المقيمين بالرّيف ، وقد روعي في اختيار عيني طلاب الجامعة والمرحلة الثانوية أن يشتملا على طلاب من الجنسين (ذكور و إناث) ، كما بلغ العدد الأصلي لأفراد العينة 1280 طالبا ، وبلغ العدد النهائي 1200 بعد استبعاد أوراق الإجابة غير الصالحة والتي لم تكتمل فيها الإجابة أو غير الواضحة... ، إلى غير ذلك من الأسباب التي تجعلها غير صالحة .

نتائج الدراسة

خلصت الدراسة إلى نتائج عدّة أهمّها :

- إن مشاهدة التلفزيون تؤثر على القيم الاجتماعية لأفراد عيّنة البحث بصفة عامّة ، وهذا يعني أنّ تأثير التلفزيون على القيم هو تأثير جوهري ، ومن ثمة فمن الضروري مراجعة برامج التلفزيون للتأكد من اشتغالها على القيم الاجتماعية الموجبة ، فالأفراد يكتسبون هذه القيم من خلال الاقتداء بالتماذج الاجتماعية الجيدة التي يشاهدونها .

- تأثير التلفزيون على القيم الاجتماعية للإنانث هو تأثير جوهري ، بالرغم من تأثيره على كافة المشاهدين من الجنسين ، كما أنّ برامج التلفزيون تتحيز نوعا ما للنساء على حساب الرجال أي أنّ هناك عدم توازن في عرض برامج التلفزيون التي تهدف إلى تنمية القيم الاجتماعية لدى المشاهدين .

- لا يوجد أثر لمتغير التخصص على القيم لدى أفراد عيّنة البحث ، وهذا يعني أنّ تأثير التعليم على القيم هو الفاعل .

- محل الإقامة له تأثير على القيم الاجتماعية ، وذلك لاختلاف البيئات التي ينشأ على قيمها الفرد .

الدراسة الرابعة : إعداد أميرة إبراهيم التمر ، و عنوان الدراسة " أثر التعرّض للقنوات الفضائية على التسق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية " .⁽¹⁾

وقد حدّدت الباحثة مشكلة الدراسة في معرفة الآثار الناتجة عن تعرّض المراهقين من أبناء المدارس الثانوية لمضمون القنوات الفضائية التلفزيونية المفتوحة على إدراكهم للقيم وعلى تبنّيهم لقيم وأنماط تروّج لها هذه القنوات الفضائية ، وانعكاس ذلك على منظومة القيم المكوّنة والسائدة ، وقد هدفت الباحثة من خلال بحثها إلى :

- التعرف على شكل العلاقة بين المراهقين والقنوات الفضائية التلفزيونية .

- التعرف على الصّورة التي تقدّم بها القيم عبر مضمون بعض القنوات التلفزيونية الفضائية .

⁽¹⁾ أميرة إبراهيم التمر - أثر التعرّض للقنوات الفضائية على التسق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية - ، مجلّة

فنون الإعلام ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، معهد الإذاعة والتلفزيون ، ع 179 : القاهرة 2005 ، ص 119

- التّعريف على أهمّ القيم المقدّمة عبر القنوات التلفزيونية الفضائية لعينة الدّراسة التحليلية ، وأنماط تعرّض المراهقين لها .

منهج الدّراسة وعينتها

تعتبر هذه الدّراسة من الدّراسات الوصفية ، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني وكذلك منهج دراسة العلاقات المتبادلة للرّبط بين الحقائق التي تتوصّل إليها الدّراسة ، كما استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان لتحقيق أهداف الدّراسة الميدانية ، وأعدّت الباحثة استمارة لتحليل المضمون طبقت عليها اختبار الصدق والثبات .

أمّا بالنسبة للعينة فقد استخدمت الباحثة الاختيار العشوائي لعينة قدرها 400 مفردة من فئة المراهقين ، وهم مجتمع الدّراسة الميدانية من طلاب المدارس الثانوية المصرية في محافظة القاهرة ، كما تمّ اختيار ثلاث قنوات فضائية تمثل عينة الدّراسة التطبيقية التحليلية وهي القناة الفضائية اللبنانية LBC ، ومركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC ، والفضائية المصرية ESC ، واختارت الباحثة عينة من الأشكال البرمجية التي تحظى بنسبة مشاهدة وتفضيل مرتفعة لدى المراهقين وهي (أغاني الفيديو كليب المصوّرة والأفلام الأمريكية) ، وهذه البرامج هي (هلا شو، هوا هوايا، يا ليل يا عين) وحدّدت الباحثة عينة الدّراسة بدورة تلفزيونية كاملة .

نتائج الدّراسة

أسفرت الدّراسة الميدانية على عدد من النتائج أهمّها :

- تحظى القنوات الفضائية بنسبة مشاهدة مرتفعة بين المراهقين الباحثين ، وأنّ نسبة مرتفعة يشاهدونها بشكل منتظم .
- وفي ظروف مشاهدة المراهقين للقنوات الفضائية جاءت المشاهدة مع الأسرة في الترتيب الأوّل تليها المشاهدة الفردية ، وجاء نمط المشاهدة الجماعية بين الإناث أكثر من الذّكور .
- لم يثبت وجود علاقة بين نمط المشاهدة والمستوى الاجتماعي والاقتصادي للمبحوثين .
- ارتفاع نسبة تفضيل مشاهدة القنوات العربية فقط عن القنوات الأجنبية ، ولم تختلف التفضيلات بين الذّكور والإناث ولا بين المستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة، وجاءت

- أهمّ دوافع تفضيل المراهقين المبحوثين لبرامج ومواد القنوات الفضائية العربية في كونها تذيب أحدث أغاني الفيديو كليب والأفلام والمسلسلات العربية والأجنبية .
- جاءت برامج (هلا شو ، هوا هوايا ، يا ليل يا عين) كأفضل ثلاثة برامج يفضل المراهقون مشاهدتها على القنوات الفضائية .
- وعن العلاقة بين مستوى مشاهدة المراهقين والنوع اتضح أنّ الإناث أكثر مشاهدة لها من الذكور ، وأنّ ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع أكثر مشاهدة من المنخفض .
- معظم أفراد العينة (87%) تعتقدون أنّ مضمون القنوات الفضائية واقعي وتعرض لهم مشكلاتهم كما تحدث في الواقع ويتعلمون منها خبرات متعدّدة .
- أوضحت نتائج الدّراسة الميدانية أنّ المراهقين يتأثرون بالقيم والأنماط السلوكية المقدّمة عبر القنوات الفضائية في معظم الأوقات .
- كما أسفرت الدّراسة التحليلية على نتائج عدّة من بينها :
- جاءت الفضائية المصرية في الترتيب الأوّل من حيث تقديمها للقيم في إطار إيجابي ، بينما جاءت الفضائية اللبنانية في مقدّمة القنوات الثلاث تقديمها للقيم في إطار سلبي .
- ارتفعت نسبة الأفكار والسلوكيات السلبية المقدّمة عبر أغاني الفيديو كليب المذاعة عبر عدد من القنوات الفضائية إلى 86.5% مقابل 13.5% للقيمة المقدّمة في إطار إيجابي .
- اقرنت الأفكار والسلوكيات السلبية بالمرأة أكثر في الفيديو كليب العربي والأجنبي .
- جاءت القنوات الفضائية الموسيقية التخصصية في المرتبة الأولى من حيث إذاعتها الأغاني ذات معدّلات الإثارة المرتفعة .
- إنّ البرامج الحوارية وبرامج النّوعات هي أكثر الأشكال البرنامجية التي يفضل المراهقون مشاهدتها .
- جاءت العلاقات الجنسية المتحرّرة وعدم الاحتشام في اللبس وحبّ المظاهر والتقليد الخاطيء للغرب ، والعلاقات المتحرّرة بين الولد والبنت في مقدّمة الأفكار والسلوكيات السلبية التي تكرّرت في البرامج الثلاثة .
- ولعبت الصورة دورا كبيرا في تقديم العديد من الأفكار والسلوكيات السلبية المرئية التي تؤثر بدرجة كبيرة على المشاهدين .

الدراسة الخامسة : إعداد جوآن تريني Joanne Treeny (1988) ، و عنوان الدراسة " المراهقون والتلفزيون الكندي " .⁽¹⁾

تهدف هذه الدراسة للتعرف على أثر مشاهدة المراهقين لأبطال وبطلات المسلسلات التلفزيونية داخل البيئة المنزلية ، وكذلك تحليل الاستجابات حول برامج التلفزيون لتحديد القيم التي يتم إدراكها .

منهج الدراسة وعينتها

لأن هذا البحث من البحوث الوصفية فقد أعد الباحث استبياناً للتعرف على آراء أفراد عينة الدراسة حول أثر مشاهدتهم لأبطال المسلسلات التلفزيونية ، وحول القيم التي يمكن أن تسهم في ترسيخها من خلال البرامج التلفزيونية .

وقد أجريت الدراسة على 45 مراهق ومراهقة من تلاميذ وتلميذات المرحلتين المتوسطة والثانوية بكندا ، بطريقة عشوائية من أعمار تتراوح بين 15-18 سنة .

نتائج الدراسة

من أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة :

- تقليد المراهقين للممثلين والممثلات في بعض العادات السيئة مثل التدخين والسرقة والمخدرات وإثارة الغرائز الجنسية وتقليد مشاهد العنف التي تصدر عن بعض الممثلين في المسلسلات التلفزيونية ، وكذلك تقليد الفتيات لماكياج ولبس بعض الممثلات .
- زيادة معرفتهم بالقيم الاجتماعية وترسيخها لديهم حيث أسهمت برامج التلفزيون في ترسيخ قيم العدل والصدق والأمانة والإخلاص في العمل وزيادة الثقافة والمعلومات العلمية .

⁽¹⁾ جوآن تريني Joanne Treeny " المراهقون والتلفزيون الكندي " في محمود عبد الحليم منسي ، مرجع سابق ،

الدراسة السادسة : إعداد فائدة فهد الفلج 1995 ، و عنوان الدراسة " أنماط مشاهدة برامج التلفزيون لدى طلاب المرحلة الثانوية وتأثير مشاهدة البرامج على بعض سلوكيات الطلاب واحتياجاتهم من البرامج " .⁽¹⁾

وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط مشاهدة برامج التلفزيون لدى طلاب المرحلة الثانوية ، وتأثيرات مشاهدة البرامج على بعض سلوكيات الطلاب واحتياجاتهم من البرامج ورغباتهم ومقترحاتهم لتحسينها .

منهج الدراسة وعينتها

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت أسلوب استفتاء الطلاب في مرحلة الثانوية للتعرف على أثر مشاهدة برامج التلفزيون على سلوكهم .

وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 1000 طالب وطالبة (447 طالبة ، 553 طالب) من المدارس الثانوية لمحافظة أربع بدولة الكويت ، و تتراوح أعمارهم ما بين 14 - 20 سنة (72.8% منهم من الكويتيين ، 27.2% منهم من غير الكويتيين) .

نتائج الدراسة

كشفت الدراسة عن نتائج عديدة كان أهمها فيما يتعلق بانعكاسات مشاهدة البرامج التلفزيونية على الشباب ، وهي تلك الآثار السلبية التي تتمثل في الإصابة بالأحلام المزعجة بسبب مشاهدة العنف والجريمة والتعطيل عن أداء الواجبات المدرسية اليومية ، أما الآثار الإيجابية فتتمثل في تزويدهم بالمعلومات الجديدة والترويح والتسلية ونقلهم بالصّور إلى أماكن لم يشاهدوها والتي يصعب الوصول إليها ، وتعليمهم لغات جديدة وترسيخ بعض قيم المجتمع لديهم كالتعاون وروح الانتماء والصدق واحترام الوالدين والأمانة...

⁽¹⁾ فائدة فهد الفلج " أنماط مشاهدة برامج التلفزيون لدى طلاب المرحلة الثانوية وتأثير مشاهدة البرامج على بعض سلوكيات الطلاب واحتياجاتهم من البرامج " ، في محمود عبد الخليم منسي . مرجع سابق . ص 77.

الدراسة السابعة : إعداد نصير بوعلي ، و عنوان الدراسة " التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر " . (1)

وتعتبر هذه الدراسة من أهمّ البحوث التي ألقت الضوء على إشكالية البث الفضائي التلفزيوني ، وأثرها على الشباب من خلال ما يعرضه من قضايا عديدة ومعقدة ومتشابكة في المجالات الثقافية خاصة ، وقد ازدادت هذه القضايا حدة مع تنامي هذه الظاهرة الاتصالية خلال السنوات الأخيرة ، مما أدى إلى طرح بعض الانشغالات فيما يرتبط بتواجد البث المباشر وأثره على ثقافة المجتمع ، وتقاليده وأعرافه ونظراته إلى محيطه والعالم الخارجي خاصة بعد التوجه الجديد من اتصال جماهيري إلى اتصال فردي ، إن التأثير في عادات المشاهدة وأنماطها قد يتعدى تدريجياً - حسب نظرية التأثير المتعدّي Transition - إلى التأثير في القيم الثقافية ككل ، والمشكلة من العادات والتقاليد والأعراف وعوائد القراءة والمطالعة وعادات المشاهدة والاستماع ، وكذا عادات المشرب والمأكل والملبس وكلّ المقومات الأخرى التي اكتسبها الفرد من قبل كعضو في المجتمع . وما يهمّ في هذه الدراسة هو محاولة معرفة الأثر أو التأثيرات التي يمكن أن يحدثها البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري ، وستعرض الدراسة كذلك لعلاقة حجم التعرض لهذه القنوات الفضائية ونوعية البرامج المتعرض لها ومدى الاختيار بينها ، وكذا معرفة مجالات التأثير المتعددة التي قد تطفو إلى السطح من جراء المشاهدة المتعددة والمتنوعة لهذا الكمّ الهائل من البرامج الفضائية .

منهج الدراسة وعيبتها

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي أساسا وعلى طريقة المزاوجة بين أدوات البحث ، كما أنه لم يتوقف عند وصف البيانات وتبويبها وإنما اهتم أيضا بدراسة العلاقات التي تربط بين المتغيرات .

أما الأدوات المستخدمة في جمع البيانات في هذا البحث فهي :

أولا : أداة تحليل المحتوى والتي تعدّ واحدة من أكثر الأساليب المستخدمة لفهم طبيعة محتوى وسائل الإعلام .

(1) نصير بوعلي - التلفزيون الفضائي و أثره على الشباب في الجزائر- دار الهدى للطباعة والنشر و التوزيع ، جون مليلة - الجزائر 2005م.

ثانيا : أسلوب المسح من خلال دراسة عيّنة من جمهور المشاهدين ، عن طريق تصميم استمارة استبيان ، و يُستفاد من أدوات المسح في الدّراسات الميدانيّة الإعلامية قياس اتجاهات الجمهور وسلوكياتهم نحو مختلف الموضوعات ، وذلك قصد وضع برامج جديدة لوسائل الإعلام أو تعديل بعض البرامج الأخرى .

وقد ازدوجت العيّنة في هذه الدّراسة بازدواجيّة الأسلوب المستخدم فكانت كالآتي :

- عيّنة الدّراسة التحليليّة : لقد تمّ اللّجوء إلى اختيار عيّنة من القنوات الفضائيّة الأجنبيّة ، شملت القنوات الفرنسيّة الثلاثة (M6 ، F2 ، TF1) وقد امتدّت العيّنة زمنياّ لمُدّة ستّة أشهر تمّ فيها تسجيل فيلم واحد في الأسبوع لكلّ قناة من القنوات الثلاثة على حدا ، وفي التّهيّة تمّ تحليل 36 فيلما درامياّ خلال الفترة المدروسة من 01 جويلية إلى 30 ديسمبر 1997م ، وقد تمّ استخدام وحدة المفردة كأساس للتحليل وهي في هذه الدّراسة وحدة البرنامج ، أي اعتبار الفيلم في مجمله كوحدة متكاملة للتحليل ، مع الإشارة إلى أنّ هذه الأفلام يعاد بثّها في هذه القنوات من حين لآخر .

- مجتمع الدّراسة الميدانيّة وعيّنته : لأنّ الدّراسة تمّت بآثار البثّ التلفزيوني الفضائي المباشر في البنية الثقافيّة للمشاهدين ، تمّ اختيار فئة المراهقين والشّباب التي تعتبر أكثر الفئات الجماهيرية شغفا بالقنوات التلفزيونيّة والوسائل الدّراميّة بشكل عام ، وأكثرها تعرّضا وتأثرا بها ، وقد اختيرت منطقتين للدّراسة المقدّمة من المجتمع الجزائري الكبير هما مدينة قسنطينة ومدينة أمّ البواقي ، كما تمّ اختيار هاتين المنطقتين لاعتبارات تتعلق بخصوصيّة كلّ منطقة من التّاحية الاجتماعيّة واللّغويّة وغيرها ، وتمثّل عينة البحث في العشوائيّة البسيطة لفئة الشّباب بهاتين المنطقتين ، وضمتّ 500 مبحوثا (250 لكلّ منطقة) ، وقد تمّ تحديد هذا الرّقم بناء على جملة من العوامل كدرجة التّحانس في المجتمع الأصلي .

نتائج الدّراسة

من أهمّ النتائج التي خلصت إليها هذه الدّراسة ما يلي :

- اتّضح أنّ معظم أفراد العيّنة في مجتمع البحث (منطقتي قسنطينة وأمّ البواقي) يعتمدون على التقاط برامج الفضائيّات على النظام الكلاسيكي الجماعي ، وأنّ قلة منهم دججت بين النظامين الفردي التّمائلي Analogique والرّقمي Numérique ، وتفسير هذه التّيجة هو تقارب المستوى المعيشي لدى الغالبية من أفراد العيّنة في منطقتي مجتمع البحث .

- أضح من خلال العينة المدروسة أن ظاهرة انتشار البث الفضائي المباشر لديها ، بدأ بشكل ملفت للانتباه مع بداية سنة 1992م ، وأن مشاهدة برامج الفضائيات ترسخ لتصبح تجربة يومية ومنتظمة .
- أسفرت النتائج عن عدم وجود علاقة بين عدد أيام مشاهدة برامج الفضائيات والتنوع (ذكور وإناث) ، وذلك من خلال تقارب النتائج ، كما يزداد معدّل الإقبال الجماهيري حسب عينة الدراسة على مشاهدة برامج الفضائيات خلال فترة المساء والسهرة بنسبة 90 % ، بما فيها القناة التلفزيونية الوطنية بنسبة 86 % .
- تستأثر البرامج الإعلامية في الفضائيات العربية باهتمام نسبة معتبرة من جمهور عينة الدراسة ثم الأفلام العربية فالمسلسلات التاريخية .
- كشفت الدراسة أن الأخبار والرياضة والمنوعات الغنائية المحلية والبرامج الدينية من البرامج التي يوليها جمهور الدراسة عناية فائقة مقارنة بالبرامج الأخرى في التلفزيون الوطني ، ونفس الشيء لوحظ بالنسبة للفضائيات العربية والأجنبية .
- أضح أيضا أن مضمون الرسالة الإعلامية والثقافية ، أو محتوى ما يرد من برامج عبر الفضائيات يعمل في التأثير على الأنشطة الأخرى التي يمارسها المتلقي (سماع الراديو ، الذهاب إلى السينما ، القراءة والمطالعة ...) من خلال عناصر ومؤثرات وسيطة .
- أظهرت النتائج وجود علاقة بين الآثار الاجتماعية والسلوكية السلبية ، واستخدام الشباب للفضائيات من حيث عدد أيام وساعات المشاهدة .
- توّضح النتائج أن غالبية أفراد العينة يميلون نسبيا إلى الثقافة الغربية في أغلب المتغيرات الثقافية ، كما أن لهم ميلا نحو ثقافتهم الأصلية ، وعلى الرغم من مقدرة القنوات الفضائية الأجنبية على رسم تأثير إيجابي نحو ثقافتهم ، إلا أن التأثير في سلوكيات الأفراد يبدو أقل بشكل واضح ويرتبط بنوعية البرامج لا بعدد الساعات التي تصرف في مشاهدة هذه القنوات .

الدراسة الثامنة : إعداد محي الدين عبد الحليم ، و عنوان الدراسة " الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي " . (1)

وتأتي هذه الدراسة الميدانية في سياق إبراز الدور المؤثر والفاعل لهذا النوع من البرامج في جذب الجماهير وشدّ انتباههم ، حيث نوّه محي الدين عبد الحليم بالمكانة التي تحتلّها الدراما التلفزيونية في شبكة البرامج ، إضافة إلى أنّ مثل هذه الأعمال الدرامية بالخصوص تثير في الإنسان غريزة من أهمّ الغرائز البشرية ، وهي غريزة المحاكاة والتقليد ، كما أنّ الإنسان العصري الذي يعاني الكثير من هموم الحياة وضغوطها يجد في التمثيلية والمسلسل متنفساً له من هذه الهموم ، ومن هنا أكّد الباحث على أهمية إجراء الدراسات العلمية المتعمّقة حول هذه الأعمال الدرامية واكتشاف مدى إقبال الجماهير عليها ، والأسباب الكامنة وراء هذا الإقبال لقياس اتجاهات الرأى العام بين جماهير الشباب الجامعي ، ووجهات النظر نحوها سلبيًا وإيجابيًا ، ومقترحات تطويرها ومدى إغراض البعض عنها ، وأسباب هذا الإغراض ، ودور هذه المسلسلات في تزويد الجماهير بالمعارف والمعلومات ، ومدى قدرتها على تعديل السلوك الجماهيري ، والآثار السلبية لهذه التمثيليات والمسلسلات على الوسط الجامعي الطلابي ، وعلاقة كلّ متغيّر من هذه المتغيّرات بالبيئة الجغرافية ، ونوعية الدراسة والجنس (ذكورا وإناثا).

منهج الدراسة وعيّنتها

استخدمت هذه الدراسة منهج المسح الوصفي ، كما آثر الباحث اختيار وسيلة المقابلة أو الاستبانة نظراً لما اكتسبه من الخبرة الميدانية الطويلة في هذا المجال ، ونظراً لأنّ المقابلة هي إحدى الوسائل الفعّالة للحصول على البيانات المطلوبة ، لأنّ المواجهة التي تتمّ بين الباحث والمبحوث في هذا الصّدّد تتيح أفضل الفرص لمعايشة الظاهرة وفهمها وشرح التّقاط الغامضة ، وإجلاء اللبس حول أيّ معلومة تنضمّنّها الاستمارة البحثية ، وملاحظة سلوك المبحوث أثناء المقابلة ؛ وقد استغرق العمل الميداني حوالي ستة أشهر اعتباراً من شهر جويلية 1982م إلى غاية نهاية ديسمبر من نفس العام على وجه التّقريب.

كما جمع الباحث في اختياره لعيّنة الدراسة بين طريقتين من طرق اختيار العيّنات ، تحقيقا لأهداف البحث والظّروف المحيطة به ، وهاتان الطّريقتان هما الطّريقة العمدية والتي ظهرت

(1) محي الدين عبد الحليم - الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي - دار الفكر العربي ، القاهرة 1984م .

بالختيار الباحث لفئة الطلبة الجامعيين من المجتمع المصري الكبير والمتنوع ، وكذلك بتحديد الجامعات التي سيختار هذه الفئة منها .

أما الطريقة العشوائية فكانت في عملية اختيار العدد المناسب والأفراد الذين سيتم مقابلتهم دون تحيز لفرد دون آخر أو كلية دون كلية أو قسم دون غيره ، وكان اللقاء بين الباحث والمبحوث يتم في ساحة الجامعة بصورة عشوائية موضوعية خالية من أي نوع من أنواع التحيز ، وقد بلغ حجم عينة الدراسة في البحث 600 مبحوث من الجامعات الست التي وقع عليها الاختيار ، في محاولة لتمثيل المجتمعات الأصلية تمثيلا صادقا حتى يمكن على ضوء ذلك تعميم النتائج على هذه المجتمعات ، وهي جامعات الأزهر والقاهرة وعين شمس والإسكندرية وأسيوط وطنطا .

نتائج الدراسة

استطاعت هذه الدراسة أن تخرج بجملة من النتائج أثبتتها الجانب الميداني خاصة ، أهمها الآتي :

- كشفت الدراسة عن ارتفاع معدلات التعرض للتلفزيون بصورة كبيرة بين جماهير الشباب الجامعي ، إذ بلغت نسبة من يشاهدونه 92.17 % ، وهذا يشير إلى الدور الهام الذي يمكن أن يلعبه هذا الجهاز الإعلامي في التأثير على هذه التوعية من الجماهير .
- العوامل البيئية والدراسية ليست لها علاقة بظاهرة الإعراض عن مشاهدة برامج التلفزيون ، كما أن الفوارق الجنسية هنا أيضا ليس لها علاقة بالإحجام عن مشاهدة التلفزيون .
- جاءت التمثيلية العربية في المرتبة الثانية بين البرامج وال فقرات المفضلة في التلفزيون بعد البرامج الدينية التي أحرزت أعلى معدلات الإقبال ، وهذا يشير إلى الدور المميز الذي يمكن أن تلعبه الدراما التلفزيونية في التأثير على الرأي العام الجامعي ، وبالتالي يمكن استثمار الأعمال الدرامية في بث الفضائل وترسيخ الأخلاق الكريمة ، ودعم القيم والمثل العليا بين الشباب في الجامعات ، واحتلت المسلسلات الدينية المرتبة الثالثة ثم الأفلام العربية في المرتبة الخامسة بعد القرآن الكريم فالأفلام الأجنبية فبرامج المنوعات .

- يعود توجه الشباب لمثل هذه البرامج التلفزيونية إلى إعجابهم بها على الرغم من اختلاف درجات هذا الإعجاب .

- كشفت الدراسة أن نسبة 90 % من أفراد العينة يشاهدون الأعمال الدرامية الدينية ، وذكر ثلث أفراد العينة أنهم يتابعون هذه الأعمال بصفة منتظمة ، وهذا يعكس اهتمام التوعين (ذكور وإناث) بهذا النوع من المسلسلات والتمثيلات التلفزيونية ، وبالتالي فإن الفرصة مهيأة للقائمين

على أجهزة الإعلام من أجل توجيه الشباب من منطلق إسلامي ، والعمل على ترسيخ القيم السامية التي تتضمنها رسالة الإسلام من خلال هذا النمط الدرامي بصورة غير مباشرة .
- أحاب أكثر من نصف أفراد العينة أنهم يفضلون القصص القرآني ، ذلك أن هذا النوع من القصص يعبر عن وقائع وحقائق راسخة لا يشك في ذلك أي مسلم ، والتلفزيون هنا أقدر وسائل الإعلام على معالجة هذه القصص

وتقديمها لكافة المستويات الفكرية و الثقافية ، ومنه فإن مقياس الجذب هو القرب من الحقيقة إذ كلما كانت المسلسلات قريبة من حقيقة الجمهور كلما زاد إعجابها واحتذابا إليها .

الدراسة التاسعة : إعداد الشراح الشال ، و عنوان الدراسة * بثّ وafd على شاشات التلفزيون * . (1)

وتأتي هذه الدراسة لتؤكد على المكانة التي صار يحتلها البثّ الوافد في حياة المجتمعات ، حيث ترى أنّ الإعلام يمكنه أن يبيع رئيسا ويرفع معدّل الجريمة ، ويمكن له أيضا أن يشجع على الانتحار ، وهو العامل الأوّل لتخلّف الأبناء دراسيا ، ويسبب الخلافات الزوجية ... الخ... ، وبخاصة هذه الوسيلة السّاحرة " التلفزيون " ، وتأتي هذه الدراسة من أجل معرفة الأسباب التي تحتفي وراء حيازة الهوائي والتعرّض الانتقائي من خلاله لبرامج دول أخرى ، والتي تتلخّص في السؤال " لماذا ؟ " ومدى تأثير الإقبال على مشاهدة هذه البرامج الوافدة على متابعة برامج التلفزيون المصري ، وكذلك على مشاهدة مواد الفيديو ، ومدى اقتناع المشاهد في العينة المدروسة بتعميم فكرة مشاهدة البرامج الوافدة بعد خوضه هذه التجربة ، خصوصا مع توقّع تراجع محطات التلفزيون الأرضية أمام انتشار المحطات الفضائية ، ثمّ سوف يؤدي إلى احتفاء الهوائيات ذات السّلاميات وترك المكان للهوائيات المقفّرة أو المسطّحة ، والمزوّدة بأجهزة استقبال ممكّنها من التقاط القنوات الفضائية المطلوبة بدون وسيط أو رقابة .

و الإجابة عن السؤال الرئيسي المطروح " لماذا ؟ " يتطلّب التركيز على عنصر أساسي في العملية الاتصالية ، وهو المتلقّي الذي يتعرّض انتقائيا لهذا المضمون الوافد عبر الأقمار الصناعية مع حيازة الهوائي المقفّر .

(1) انشراح الشال- بثّ وafd على شاشات التلفزيون - دار الفكر العربي ، القاهرة 1994م .

منهج الدراسة وعينتها

من أجل تحقيق غرض البحث استخدمت الباحثة المنهج الوصفي ، وقد استغلت من أجل الوصول إلى النتائج المطلوبة أسلوب المسح بالعينة ، والذي يحتاج إلى تصميم استمارة استبيان كأحد أدواته الهامة ، وقد صممت لهذا البحث الميداني صحيفة خاصة بمشاهدي القنوات الوافدة تم جمع بياناتها في القاهرة ، والتي وزعت على عينة قوامها 173 مفردة بين ذكور وإناث ، وذلك بعد استبعاد أكثر من 40 صحيفة لم تحقق النسبة الثامنة للصدق ، وكذلك بعض الحالات التي لم تستكمل تسجيل البيانات المطلوبة في الصحيفة وتؤثر في نتائج البحث.

نتائج الدراسة

- من خلال البحث تم التأكد من توفر جهاز التلفزيون الملون في غرفة الاستقبال أو المعيشة لكل أسرة وذلك من خلال العينة المدروسة ، حيث لا يخرج عن نطاق هذين المكانين اللذين يستقطنان جميع أفراد الأسرة المصرية تقريبا .

- تشير النتائج إلى اهتمام مشاهد التلفزيون المصري في العينة المدروسة بالمواد المصرية والمواد الأجنبية معا ، وإن كانت الأرقام تفقر بالبرامج الأجنبية إلى مقدمة ما تفضله الحالات المدروسة .
- لقد جاءت قناة إسرائيل في المرتبة التالية مباشرة للسي.أن.أن و اليورانيوز حيث تكررت تسع مرات ، تلتها القنوات الفرنسية ، ثم السوبر تشانل وتدرجت باقي القنوات الأخرى بعد ذلك في ترتيبها لدى أفراد العينة .

- ظهرت الأفلام الوثائقية لدى عينة الدراسة ، وكذلك المادة الدينية التي كان لها نصيب - وإن قل- وكذلك المنوعات والمسلسلات ، أما بالنسبة للمواد الإخبارية والسياسية بوجه خاص فهي غير مقبولة من الباحثين ، لأنها تعرض من وجهة نظر أصحابها فقط بعيدا عن الموضوعية .

- تعتقد غالبية أفراد العينة أن مشاهدة البرامج من الهوائي القصعي يمكن أن تؤثر في حجم مشاهدة الفيديو و شرائط الفيديو ، بصرف النظر عن حيازة هؤلاء لجهاز فيديو أو عدم حيازتهم له .

- استخلصت الدراسة أيضا أنه يمكن لبرامج التلفزيون المصري أن تجذب المشاهد مادامت تقدم باللغة العربية والتي لا تتطلب مجهودا من قبل المشاهد لتابعة مضمونها .

- الدين والقيم والأخلاق والعادات والتقاليد والذي يعني خضوع ما يقدم على شاشة التلفزيون المصري لرقابة ما سواء كانت " ذاتية " أو " سلطوية " ، كل هذا يشير إلى أن وضوح هوية

البرامج وارتباطها بخصائص المجتمع المصري يمكن أن يوطد الصلة بين التلفزيون المصري وبين المشاهد .

تعقيب على الدراسات السابقة

يمكن الاستفادة من عرض الدراسات السابقة في إلقاء الضوء على الكثير من البيانات والمصادر التي ساعدت البحث الحالي من خلال ما يمكن استخلاصه من مناقشات فيما يتعلق بأثر مشاهدة برامج التلفزيون على فئة المراهقين خاصة ، كما أفادت في اختيار العينة وتحديد الأدوات وتزويد الباحثة الحالية بالأفكار التي ساعدتها في تحديد المشكلة و منهج الدراسة وتفسير نتائجها ، وتناول الباحثة تلك الدراسات بالتعقيب من خلال الآتي :

1- من حيث الهدف

لقد هدفت مجموعة الدراسات السابقة إلى دراسة أثر التلفزيون عموماً على السلوك الاجتماعي سلباً وإيجاباً ، وتطرقت كثير منها إلى تأثيره على المراهقين كما هو الحال في هذه الدراسة ، وعلى نفس السياق يتعرض هذا البحث إلى آثار ما صار يطلق عليه بـ " تلفزيون الواقع " كنوع من البرامج التلفزيونية على فئة المراهقين المتمدرسين في الصف الثانوي بالتحديد .

2 - من حيث منهج الدراسة وعينتها

تشارك الدراسات المذكورة مع البحث الحالي في المنهج المستخدم أي المنهج الوصفي ، على اعتبار أنه الأنسب لدراسة الظواهر الاجتماعية والوقوف على التغيرات الحاصلة في حالة ما ، كما نجد أن أفراد العينة المستخدمة يقع معظمها في المرحلة السنوية التي تمثل النشء والشباب في المرحلة الثانوية والجامعية ، وهي المرحلة العمرية التي تظهر فيها الآثار الحقيقية لبرامج التلفزيون على السلوك الاجتماعي والقيم الاجتماعية للمشاهد .

على الرغم من وجود تفاوت ملحوظ في عدد أفراد العينات المستخدمة ، فمنها العينات الصغيرة كما هو الحال في دراسة جوآن تيري Joanne Treeny " المراهقون والتلفزيون الكندي " والتي تمثلت في 45 مراهق ، كما نجد أيضاً بعض تلك الدراسات كانت تجري على عينات كبيرة

كدراسة فائدة فهد الفلج " أنماط مشاهدة برامج التلفزيون لدى طلاب المرحلة الثانوية وتأثير مشاهدة

البرامج على بعض سلوكيات الطلاب واحتياجاتهم من البرامج " والتي قدّرت بـ 1000 طالب وطالبة ، وأيضاً دراسة محمود عبد الحليم منسي " التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهق " والتي بلغت 1200 ، في حين توّسّطت الدراسة الحالية لتعتمد عيّنة قوامها 240 مراهقاً ممتدرساً .

و بالنسبة للأبعاد التي روعيت في اختيار العيّنة نجد أن أغلب الدراسات السابقة العربية والأجنبية اهتمت بمتغيّر الجنس وحده ، وقليل منها أضاف متغيّرات أخرى كمتغير المرحلة التعليمية ، ومتغيّر الإقامة (ريف ، حضر) كما ستهتم الدراسة الحالية .

3- من حيث الأدوات المستخدمة

اعتمدت معظم البحوث السابقة في جمع بياناتها على الاستبيانات ، والتي تمّ تصميمها بمعرفة الباحثين لتطبيقها على أفراد يشاهدون البرامج التلفزيونية ، وفي قليل من الدراسات مثل دراسة محي الدين عبد الحليم المعنونة بـ " الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي " ، ودراسة صديقي رشيد " أثر التلفزيون في تكوين ثقافة المراهقين " تمّت مقابلة أفراد العيّنة شخصياً أو حتى بعضاً منهم للتعرف على اتجاهاتهم نحو التلفزيون .

كما اعتمدت بعض الدراسات على تحليل المحتوى إلى جانب تطبيق الاستمارة مثل دراسة أميرة إبراهيم النمر " أثر التعرّض للقنوات الفضائية على التسقّ القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية " و دراسة نصير بوعلوي المعنونة بـ " التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر " ، ولكن البحث الحالي يكتفي بالاستمارة رغم أنّه يضيف عدداً من المقابلات لتعزيز النتائج المتوصّلة إليها .

4- من حيث النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة

توصلت معظم الدراسات السابقة إلى عدد من النتائج الهامة السلبية والإيجابية لآثار مشاهدة التلفزيون و برامجها على النّشء والشباب موضّحة فيما يلي :

النتائج الإيجابية

أظهرت نتائج أغلب الدراسات كدراسة صدي رشيد " أثر التلفزيون في تكوين ثقافة المراهقين " و أميرة إبراهيم النمر " أثر التعرض للقنوات الفضائية على النسق القيمي للمراهقين... " ، الانتشار الواسع للتلفزيون بين الأسر وكذلك الهوائيات المقرة التي توفر عددا كبيرا من القنوات الفضائية ، مما يعني ارتفاع معدلات التعرض للتلفزيون ومشاهدة كثيفة للفضائيات من طرف الشباب والمراهقين ، وعن ظروف مشاهدة المراهقين للقنوات الفضائية جاءت المشاهدة مع الأسرة في الترتيب الأول مما يجعلها سببا مهما لاجتماع الأسرة ، كما أظهرت النتائج ارتفاع نسبة تفضيل مشاهدة القنوات العربية عن القنوات الأجنبية ، ولم تختلف التفضيلات بين الذكور والإناث ولا بين المستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة .

وحسب فائدة فهد الفلج و جوان تيرني Joanne Treeny فإنه من الآثار الإيجابية أيضا للتلفزيون على المراهقين تزويدهم بالمعلومات الجديدة والترويح والتسلية ونقلهم بالصّور إلى أماكن لم يشاهدوها والتي يصعب الوصول إليها ، وتعليمهم لغات جديدة وترسيخ بعض قيم المجتمع لديهم كالتعاون وروح الانتماء والصدق واحترام الوالدين والأمانة... وغيرها ... ؛ ولعلّ هذا ما دفع بالشباب لتابعة برامج الواقع وخاصة برنامج ستار أكاديمي بشدة واهتمام لساعات طويلة ، فقد أكدت دراسة هبة الله بهجت السمرى " الشباب و برامج الواقع " على أنّ الشباب العربي يشاهد برامج الواقع لأنها تخلق جواً من الإثارة لا يتوفّر في البرامج الأخرى ، كما أنّها تسليهم وتساعدهم على الاسترخاء و تلهيهم عن مشاكلهم وقضايا أمّتهم العربية ، وتقرب بين الشباب العربي في العادات والتقاليد والسلوك ، و تعرفهم بالعالم الخارجي و كيفية التعامل معه خاصة بالنسبة للفتاة ، فبرامج الواقع حسبهم تحقّق تفاعلية كبيرة على الرّغم من إقرار غالبيتهم بعدم واقعية ما يعرض من خلالها .

كما كشفت نتائج دراسة محي الدين عبد الحليم " الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي " على أنّ نسبة مرتفعة جداً من الأفراد أيضا تشاهد الأعمال الدرامية الدينية ، وهذا يعكس اهتمام التوعين (ذكور وإناث) بهذا النوع من المسلسلات والتمثيلات التلفزيونية ، وبالتالي فإنّ الفرصة مهيأة للقائمين على أجهزة الإعلام من أجل توجيه الشباب من منطلق إسلامي ، والعمل على ترسيخ القيم السامية التي تتضمنها رسالة الإسلام من خلال هذا النمط الدرامي بصورة غير مباشرة ، وبرر هؤلاء تفضيلهم القصص القرآني بأنّ هذا النوع من القصص يعبر عن وقائع وحقائق راسخة

لا يشك في ذلك أي مسلم ، والتلفزيون هنا أقدر وسائل الإعلام على معالجة هذه القصص وتقديمها لكافة المستويات الفكرية والثقافية ، ومنه فإن مقياس الجذب هو القرب من الحقيقة إذ كلما كانت المسلسلات قريبة من حقيقة الجمهور كلما زاد إعجابها بها واجتذابا إليها .

النتائج السلبية

أكدت دراسة محمود عبد الحليم منسي " التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهق " أن مشاهدة التلفزيون تؤثر على القيم الاجتماعية بصفة عامة ، وهذا يعني أن تأثير التلفزيون على القيم هو تأثير جوهري ، ومن ثمة فمن الضروري مراجعة برامج التلفزيون للتأكد من اشتغالها على القيم الاجتماعية الموجبة ، فالأفراد يكتسبون هذه القيم من خلال الاقتداء بالتماذج الاجتماعية التي يشاهدونها ، ولأن المراهق يقضي وقتاً هاماً أمام الشاشة الصغيرة ، وغالباً ما يكون ذلك بعد خروجه من المدرسة فإنه لا بد أن يتجاوب مع برامجها وتؤثر في ثقافته - حسبما بينته دراسة صدي رشيد - ، وهذا على الرغم من أن النتائج التي أظهرتها دراسة أميرة إبراهيم النمر " أثر التعرض للقنوات الفضائية على التسوق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية " تؤكد على أن من أهم دوافع تفضيل المراهقين للمحتوى لبرامج ومواد القنوات الفضائية العربية كونها تذيب أحدث أغاني الفيديو كليب والأفلام والمسلسلات العربية والأجنبية والتي تحوي نسبة مرتفعة من الأفكار والسلوكيات السلبية المقدمة غيرها ، حيث جاءت العلاقات الجنسية المتحررة وعدم الاحتشام في الملابس وحب المظاهر والتقليد الخاطئ للغرب ، والعلاقات المتحررة بين الولد والبنت في مقدمة الأفكار والسلوكيات السلبية التي تكررت في البرامج ، والمراهقون من جهتهم يتأثرون بهذه القيم والأنماط السلوكية المقدمة عبر القنوات الفضائية في معظم الأوقات .

كما أكدت كل من دراسة هبة بهجت السمرى " الشباب و برامج الواقع " و دراسة جوان تيرني Joanne Treeny " المراهقون والتلفزيون الكندي " تقليد المراهقين للشخصيات التي تظهر على الشاشة في بعض العادات السيئة مثل التدخين والسرقة والمخدرات وإثارة الغرائز الجنسية ، وتقليد مشاهد العنف التي تصدر في بعض البرامج التلفزيونية ، وكذلك تقليد الفتيات لماكياج ولبس بعض الشخصيات و سلوكهن الذي كثيراً ما يكون منافياً لعاداتنا وتقاليدنا و لقيم ديننا الإسلامي .

-الخطوات المنهجية للدراسة الميدانية-

تتمثل الخطوات المنهجية للدراسة الميدانية في مجالات الدراسة المكانية والزمنية وكذلك البشرية ، و ذلك قصد التعرف على مجتمع البحث ، بالإضافة إلى العينة و مواصفاتها و طريقة اختيارها ، كما يتناول الحديث عن المنهج الذي تم استخدامه و أداة جمع البيانات و التي هي عبارة عن استمارة استبيان ، و أخيرا المعالجة الإحصائية للبيانات و تحليلها ثم النتائج المتحصل عليها .

1- مجالات الدراسة

تمثلت مجالات الدراسة فيما يلي :

أ- المجال الجغرافي

و يقصد به النطاق المكاني للدراسة الميدانية ، و قد تحدد في هذا البحث بولاية عنابة ، بحكم انتماء الباحثة للمنطقة ومعرفتها الجيدة بها ، و قد شملت الدراسة ثلاث ثانويات تم اختيارهم من بين 50 ثانوية و متقن عن طريق القرعة: ثانوية عمار العسكري و تقع في المدينة ، ثانوية حجر الديس تقع في الريف ، و ثانوية البوني في المدينة ، علما أنه تم اختيار هذه الأسماء بالتحديد عن طريق العينة العشوائية البسيطة و ذلك كما سيتم شرحه لاحقا .

ب- المجال الزمني

و شمل أواخر السنة الدراسية 2006-2007م ، و بالتحديد شهري أبريل و بداية شهر ماي .

ج- المجال البشري

إن عملية التحديد و التخصيص في أي أمر يساعد على ضمان القدر الكبير من الإحاطة و الدقة ، إذ كلما تم تخصيص الجانب المدرس كلما أمكن فهمه أكثر و الإلمام به أيضا ، و من هذا المنطلق استهدفت الدراسة جمهورا خاصا ، و هم فئة المراهقين من تلاميذ الثانويات .

2- عينة الدراسة

يتعذر على الباحث إجراء دراسة شاملة لكل مفردات المجتمع ، ولهذا فمعظم البحوث العلمية تكتفي بعينة تمثل المجتمع المدروس ، حيث أن البحث تحكمه عوامل مادية وطاقات بشرية وكذلك مدة زمنية محدودة . (1)

و العينة جزء من حجم أو مفردات المجتمع الأصلي ، فهي يجب أن تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا حقيقيا .

و قد دلت كثير من البحوث على أن العينة إذا اختيرت اختيارا ممثلا للمجتمع الذي تؤخذ منه ، فإن هذا يؤدي إلى توفير كثير من الجهد سواء بالنسبة للباحث أو بالنسبة للمبحوثين ، و في الوقت نفسه تكون النتائج قريبة من النتائج التي تحصل عليها التجارب التي تتم على جميع مفردات المجتمع . (2)

ثم إن طبيعة الموضوع توجب اختيار أسلوب متميز أو معين في المعاينة ، فتلاميذ الثانويات بمخاضهم و درجة تجانسهم يسمحون بمعاينة عشوائية بسيطة ، و تعتمد هذه الطريقة على إعطاء فرصا متكافئة لكل فرد من أفراد المجتمع على أن يكون ضمن العينة التي ستدرس ، حيث تأخذ هذه العملية مفهوم القرعة . (3)

- الخطوات المنهجية في اختيار العينة .

وتمثل هذه الخطوات فيما يلي :

- تحديد مجتمع البحث ، والذي يشتمل على تلاميذ الثانويات ، يتوزعون على 50 ثانوية ومنتقن -اختيار الباحثة في حدود امكاناتها 240 تلميذ وتلميذة يمثلون عينة الدراسة، يتوزعون على ثلاث ثانويات .

- تم اختيار الثانويات المعنية من خلال استحضار القائمة الاسمية لجميع الثانويات الـ 50 مع ترقيمها ترقيما تسلسليا ، ثم كتابة كل رقم من تلك الأرقام على قصاصة من الورق وطبها و خلط

(1) محمد زيان عمر - البحث العلمي : مناهجه ، و تقنياته - ، ط4 ، دار الشروق للنشر و التوزيع و الطباعة ، 1983م ، ص 283 .

(2) عاطف عدلي العبد ، زكي أحمد عزمي - الدراسة الميدانية و دورها في بحوث الإحلام و الرأي العام - ، در الفكر العربي ، القاهرة 1993م ، ص 115 .

(3) المرجع السابق ، الصّفحة نفسها .

وكأداة لهذا البحث تم استخدام استمارة " استبيان " ، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تُعدّ بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين ، وتعدّ الاستبانة من أكثر الأدوات استخداماً في جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصوّرات أو آراء الأفراد ، ومن أهم ما تتميز به الاستبانة هو توفير الكثير من الوقت والجهد على الباحث .⁽¹⁾

4- أداة جمع البيانات

يعتمد نجاح البحث الاجتماعي وتحقيق أهدافه العلميّة على حسن اختيار الأداة أو الأدوات الملائمة للحصول على المعلومات والبيانات المطلوبة عن الظاهرة أو المشكلة المراد دراستها ، وهذه الدراسة تنتمي لمجموع البحوث و الدراسات التي استخدمت الاستمارة كأداة رئيسية في عملها الميداني ؛ ويعرّف الاستبيان - كأسلوب بحث يعتمد على تصميم استمارة - بأنه سلسلة من الأسئلة أو المواقف التي تتضمن بعض الموضوعات النفسية أو الاجتماعية أو التربوية أو البيانات الشخصية ، وفيه يقوم المبحوث بملاءمة صحيفة الاستبيان لهذا الغرض ، و تسلّم الصحيفة إلى المبحوث إمّا عن طريق الباحث أو من ينوب عنه ، أو أن ترسل عن طريق البريد أو حتى الصحف ، ثم يطلب منه الإجابة على الأسئلة التي تتضمنها الصحيفة وإعادتها إلى الباحث أو إلى الهيئة القائمة بالبحث .⁽²⁾

- وللعلم فإن الباحثة قد قامت بتوزيع الاستمارات بنفسها من أجل تحقيق عدّة أهداف :
- ضمان الحصول على أكبر قدر من الإجابات على استمارة البحث من عينة الدراسة .
- شرح بعض النقاط التي قد تكون مبهمّة لدى بعض الأفراد .
- توفير التفاعل اللفظي بين الباحث و المبحوث مما يزيد الباحث معرفة بعينه ببحثه ، كما يمكن من الحصول على معلومات إضافية تفيد البحث .

(1) عمّاد عبيدات وآخرون- منهجية البحث العلمي : القواعد والمراحل والتطبيقات - ط2 ، دار الأوتل للطباعة والنشر، عمّان- الأردن 1999م، ص63 .

(2) محمد مهدي كشك - مبادئ الإحصاء واستخداماته في مجالات الخدمة الاجتماعية - ، دار المعرفة الجامعية ، 1996 م ، ص 28 .

وكأداة لهذا البحث تم استخدام استمارة " استبيان " ، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تُعدّ بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين ، وتعدّ الاستبانة من أكثر الأدوات استخداماً في جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو آراء الأفراد ، ومن أهم ما تتميز به الاستبانة هو توفير الكثير من الوقت والجهد على الباحث .⁽¹⁾

4- أداة جمع البيانات

يعتمد نجاح البحث الاجتماعي وتحقيق أهدافه العلمية على حسن اختيار الأداة أو الأدوات الملائمة للحصول على المعلومات والبيانات المطلوبة عن الظاهرة أو المشكلة المراد دراستها ، وهذه الدراسة تنتمي لمجموع البحوث و الدراسات التي استخدمت الاستمارة كأداة رئيسية في عملها الميداني ؛ ويعرّف الاستبيان - كأسلوب بحث يعتمد على تصميم استمارة - بأنه سلسلة من الأسئلة أو المواقف التي تتضمن بعض الموضوعات النفسية أو الاجتماعية أو التربوية أو البيانات الشخصية ، وفيه يقوم المبحوث بملء صحيفة الاستبيان لهذا الغرض ، و تسلم الصحيفة إلى المبحوث إما عن طريق الباحث أو من ينوب عنه ، أو أن ترسل عن طريق البريد أو حتى الصحف ، ثم يطلب منه الإجابة على الأسئلة التي تتضمنها الصحيفة وإعادتها إلى الباحث أو إلى الهيئة القائمة بالبحث .⁽²⁾

- وللعلم فإن الباحثة قد قامت بتوزيع الاستمارات بنفسها من أجل تحقيق عدّة أهداف :
- ضمان الحصول على أكبر قدر من الإجابات على استمارة البحث من عينة الدراسة .
- شرح بعض النقاط التي قد تكون مبهمّة لدى بعض الأفراد .
- توفير التفاعل اللفظي بين الباحث و المبحوث مما يزيد الباحث معرفة بعينة بحثه ، كما تمكن من الحصول على معلومات إضافية تفيد البحث .

(1) محمد عبيدات وآخرون- منهجية البحث العلمي : القواعد والمراحل والتطبيقات - ط2 ، دار الأوتل للطباعة والنشر، عمّان- الأردن 1999م، ص63 .

(2) محمد همت كشك - مبادئ الإحصاء و استخداماته في مجالات الخدمة الاجتماعية - ، دار المعرفة الجامعية ، 1996 م ، ص 28 .

أ- المراحل المتبعة في تصميم استمارة الاستبيان
يعتبر تصميم الاستمارة من أهم خطوات إنجاز البحث العلمي ، و تتطلب هذه الخطوة معرفة و دراية بأصول الاتصال بالأفراد و صياغة أهداف البحث على شكل أسئلة (1) ، و عليه فقد تمّ تحديد و ضبط أسئلة الاستمارة مرورا بعدة خطوات و مراحل أهمها :

• تحديد البيانات المراد جمعها

بعد تحديد أهداف الدراسة بوضوح و دقة و ضبط إشكاليّتها بالإضافة إلى التساؤلات التي طرحت بغية الإجابة عنها و بالاستعانة بالأستاذ المشرف ، تمّ إعداد استمارة البحث بالتركيز على المحاور التالية :

- البيانات الشخصية
- المراهق و مشاهدة التلفزيون
- المراهق و برامج تلفزيون الواقع
- تأثير تلفزيون الواقع على المراهقين

• إعداد الاستمارة في شكلها الأول

مع الاطلاع على بعض الاستمارات التي سبق إعدادها في بحوث مماثلة ، وكذلك احتكاك الباحثة بأفراد من فئة البحث من أجل معرفة بعض الخصوصيات التي تساعد على صياغة أسئلة الاستمارة ، أمكن تحديد ما يلي :

- رؤوس الموضوعات التي ستشملها الاستمارة بالاسترشاد بأهداف الدراسة .
- كتابة الأسئلة التي يمكن أن تندرج تحت كلّ موضوع من الموضوعات بشكل مختصر .
- ضبط الأسئلة عن طريق مراعاة بساطة اللّغة ووضوح الفكرة و الابتعاد عن الأسئلة الإيحائيّة الغامضة . (2)

(1) أحمد عبادة سرحان - الإحصاء الاحتمالي - ، الدّار القومية للطباعة و النشر القاهرة 1993م ، ص 13 .

(2) عاطف عدل العبد ، زكي أحمد عزمي - الدّراسة الميدانيّة و دورها في بحوث الإعلام و الرّأي العام - ، ص 18 .

ومن أجل ضبط أدق لمضمون الاستمارة المعدّة تمّ عرض هذه الأخيرة على مجموعة من الخبراء من أجل تحكيمها ، و هم أساتذة جامعيّون مختصّون في مجال هذه الدّراسة . (1)

* الاختبار القبلي prés - test

يجرى الاختبار القبلي على عيّنة صغيرة ممثلة للعيّنة الأصليّة من أجل الوقوف على مدى صلاحية مضمون الاستمارة للعمل الميداني ، و يفيد الاختيار القبلي في تحقيق ما يلي :

- التّعرف على مدى وضوح الأسئلة .
 - التّأكد من مدى الاتّساق الدّاخلية لبنود الاستمارة و ملاءمتها للواقع الميداني .
 - معرفة مدى صلاحية اللّغة ، و كذا الأسلوب إلى جانب فهم الباحثين لمعنى الأسئلة .
 - التّعرف على الأسئلة التي قد تسبّب حرجا للمبحوث أو يحاول التّهرب من الإجابة عليها ، و ذلك لإعادة النّظر فيها سواء بحذفها أو إعادة صياغتها .
 - التّعرف على الصّعوبات المحتمل مواجهتها أثناء العمل الميداني
- بعد إعداد الاستمارة في شكلها الأولي قامت الباحثة باختبار قبلي على عينة ممثلة للعيّنة الأصليّة قوامها 30 تلميذو تلميذة من إحدى الثانويات المعنية بالبحث -ثانوية حجر الديرس - بحكم قربها المكاني للباحثة وكان ذلك في مارس 2007 ، و بعد ملأ الاستمارة من قبل التلاميذ لاحظت الباحثة أثناء المقابلة بعض الصعوبات في ملأ الاستمارة ،ومن بين التصويبات التي أحررت على الاستمارة بعد هذا الاختبار :
- السؤال رقم 8 : حدد فترة المشاهدة ، لم يفهم التلاميذ ما المقصود بفترة ما بعد الهزيع فكان التصويب تحديد الفترات بالزمن

(1) الأساتذة المحكمون هم :

- * أ.د عبد الله بوجللال - قسم الدّعوة و الإعلام و الاتّصال - جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلاميّة ، قسنطينة .
- * د. نصور بوهلي - قسم الدّعوة و الإعلام و الاتّصال - جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلاميّة ، قسنطينة .
- * د. فوزيل دليو - قسم علم الاجتماع - جامعة منتوري ، قسنطينة .
- * د. أبو بكر هواطي - قسم الدّعوة و الإعلام و الاتّصال - جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلاميّة ، قسنطينة .

- السؤال رقم 9: ماهو حجم ساعات المشاهدة ، كان آخر حجم ساعي وضعته الباحثة هو ست ساعات غير أن إجابات المبحوثين فاقت هذا الحجم ، فكان التصويب إضافة خيار (أكثر من ست ساعات) .

- السؤال رقم 24 : إذا كان الجواب (نعم) فهل أدى إعجابك بالبرنامج إلى : لاحظت الباحثة أثناء مقابلة التلاميذ عند ملئهم الاستمارات تعلقهم بشخصيات معينة من البرنامج فكان التصويب إضافة خيار (التعلق بشخصيات من البرنامج) .

* التصميم النهائي للاستمارة

هذه المرحلة هي آخر مرحلة من مراحل إعداد الاستمارة ، فبعد الانتهاء من الخطوات السابقة تتم مراجعة الاستمارة مراجعة نهائية من حيث الشكل العام و ترميزها ، قبل طبعها و توزيعها على المبحوثين أفراد العينة .

5- العمل الميداني و توزيع استمارة الاستبيان

بعدما انتهت الباحثة من إعداد الاستمارة و تصويبها تحت إشراف المشرف ، توجهت الباحثة إلى مديرية التربية بولاية عنابة للحصول على رخصة لإجراء عملية توزيع الاستمارات على تلاميذ الثانويات المختارة ، فانطلق العمل الميداني لهذه الدراسة يوم 15 أفريل 2007 إلى غاية 20ماي 2007 ، و قد حرصت الباحثة خلال ذلك على كسب ثقة المبحوثين موضحة لهم أهمية العمل و الهدف منه ، كما أكدت لهم على ضرورة التعامل مع الاستمارة بجدية ، وحثهم على الإجابة التلقائية و توخي الصدق في ذلك .

6- عملية تفريغ البيانات

بعد عملية توزيع الاستمارات و المقدرة بـ 250 استمارة و استردادها مرة أخرى ، جاءت مرحلة تفريغ البيانات و تحضيرها للتحليل الإحصائي ، و خلالها تم إقصاء مجموعة من الاستمارات لا تتوفر فيها الشروط البحثية و التي على رأسها الإجابة على جميع الأسئلة المقدمة ، حيث وجدت الباحثة أن نسبة الإجابة في بعض الاستمارات أقل من 50% ، و عليه فهي غير قابلة للتحليل و الدراسة ، و في الأخير تم اعتماد عدد محدد للتفريغ قدر بـ 240 مفردة أو استمارة .

فيعد فرز الاستمارات ، قامت الباحثة بتقسيم الاستمارات إلى مجموعات ثم قامت بترقيمها وتفرغ بيانها الواحدة تلوى الأخرى في جدول صممته الباحثة وباستعمال الحاسوب والنظام **lexel** وضعت التكرارات على شكل أرقام على الحاسوب ، لتحصل على جداول منظمة بها أرقام وتكرارات ، تلك ما تشكل في الأخير التوزيع التكراري للبيانات .

7- العمليات الإحصائية

تضمنت الدراسة مجموعة من العمليات الإحصائية هي :

أ- حساب المتوسط الحسابي \bar{x} و يعرف المتوسط الحسابي بأنه مجموع القيم مقسوم على عددها و هذا في حالة البيانات البسيطة ، أما في حالة البيانات المبوبة فإنه يحسب من خلال قسمة حاصل مجموع القيم \bar{x} في التكرارات على مجموع التكرارات ، و يمكن تلخيص ذلك من خلال المعادلة التالية : (1)

مجم . ك

$$\bar{x} = \frac{\text{مجم ك}}{\text{مجم ك}}$$

مجم ك

ب- حساب معامل ارتباط الرتب (سبيرمان)

يهدف معامل الارتباط إلى قياس التغير القائم بين ترتيب الأفراد بالنسبة لصفة ما و ترتيبهم لصفة أخرى ، و تعتمد الطريقة الإحصائية لحساب هذا الارتباط على مربعات فروق رتب كل من المقياسين ، و تكون معادلة معامل الارتباط سبيرمان كالتالي : (2)

6 مج ف²

$$r = 1 - \frac{\text{6 مج ف}^2}{\text{ن (ن}^2 - 1)}$$

ن (ن² - 1)

(1) سعد الدين أبو الفتوح الشرنوبى ، مرجع سابق ، ص 141

(2) المرجع نفسه ، ص 67 .

وعند تطبيق معامل ارتباط الرتب على ترتيب الأفراد لصفة ما وترتيبهم لصفة أخرى ، فمضى كانت النتيجة موجبة ، معنى ذلك أن العلاقة بين الصفتين موجبة وقوية ، وإذا تحصلنا على نتيجة سالبة نقول أن العلاقة بين الصفتين سالبة وضعيفة .

ج- اختبار كاي² Chi square Test

من الاختبارات التي استعانت الدراسة بها في بعض القضايا المهمة بالبحث حساب كاي² ، ويعتبر اختبار كاي تربيع من أهم المقاييس الإحصائية لاختبار دلالة الفروق ، ويستخدم عندما يقيم الأفراد إلى فئات معينة سبق تحديدها ، مثل تقسيم الأفراد إلى أقوياء وضعفاء أو راسبون وناجحون ، وهنا يتم معرفة دلالة الفرق بين التكرار المشاهد و التكرار المتوقع على أساس الفرض الصفري ، حيث يحدد الفرض الصفري على شكل معين مثل أن التكرار في كل فئة متساوي أو أن التكرار في فئة ما يساوي ضعف الفئة الأخرى وهكذا ، والمعادلة التي يمكن الحساب على أساسها هي : (1)

(التكرار المشاهد - التكرار المتوقع)²

كاي² -

التكرار المتوقع

ويستخدم هذا الاختبار في هذه الحالة كأداة لقبول أو رفض الفرض الصفري ، بمعنى أنه إذا كانت قيمة كاي² أكبر من القيمة الموجودة تحت نسبي 0.05 أو 0.01 كان الفرض خاطئاً ، وكانت هناك دلالة لعلاقة بين المتغيرين أو دلالة للفروق بين التكرارات بالنسبة لمتغير واحد . (2)

وقد استعملت الدراسة مثل هذا الاختبار لمعرفة مدى وجود علاقة تربط بين متغيرات البحث ، دون أن يعني ذلك بالضرورة تأثير الواحد منها على الآخر ، فعند تطبيقه على أرقام جداول الدراسة ، فإذا كانت قيمته المحسوبة أقل من القيمة الجدولية نقول بعدم وجود علاقة بين

(1) سعد الدين أبو الفتوح الشرنوبى، مرجع سابق ، ص 176 .

(2) المرجع نفسه ، ص 306 .

المتغيرين ، فإذا كانت قيمته المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية فهذا دلالة على وجود علاقة بين المتغيرين .

هـ- معامل التوافق χ^2

لمعرفة مدى العلاقة بين المتغيرين وبدون استخدام الجداول الرياضية في الكشف عن مدى معنوية χ^2 المحسوبة ، يمكن الحصول على معامل التوافق باستخدام قيمة χ^2 كما يلي :⁽¹⁾

$$\chi^2 = \frac{\chi^2_{\text{محسوبة}}}{\chi^2_{\text{جدولي}}}$$

وبدل معامل التوافق على شدة الارتباط بين متغيرين ، وهو يرتبط بالكاي مربع ، وقد استخدمته هذه الدراسة لمعرفة درجة الارتباط بين المتغيرات التي ظهر عليها دلالة لوجود علاقة بينها من خلال قيمة χ^2 المحسوبة ، والاستدلال من هذا الاختبار على أن هناك علاقة بين المتغيرين المدروسين. أما في حالة التحقق من أن المتغيرين المدروسين مستقلان عن بعضهما البعض ، فانه من غير الضروري حينئذ حساب معامل التوافق باعتبار أن العلاقة ستكون غير ذات جدوى وغير ذات دلالة .

⁽¹⁾ غريب سيد أحمد - الإحصاء و القياس في البحث الاحتمالي (المعاملات الإحصائية) - ، ص 245 .

الفصل الثاني :

التلفزيون وبرامج الواقع

أولاً : تطور الخدمة الإعلامية للتلفزيون

ثانياً : البث التلفزيوني بواسطة الأقمار الصناعيّة

ثالثاً : البرامج التلفزيونيّة والواقع

رابعاً : تلفزيون الواقع

جامعة
العلوم الإسلامية

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

أولاً : تطوّر الخدمة الإعلامية للتلفزيون

ظلت الصحف زمننا وسيلة الجمهور الوحيدة لمعرفة الأخبار والمستجدات ، بحيث لم تكن هناك قدمت الراديو ليقترن مع الجريدة الخدمة الإعلامية من خلال ما راحت تبثه الإذاعات التي ظهرت آنذاك ، فصارت الإذاعة بذلك منافسا خطيرا للصحافة خاصة وهي تتوفر- بالإضافة إلى السرعة في توصيل الخبر- على مؤثرات صوتية تشدّ حتى الطبقة الأمية والتي لم يكن لها مجال في عالم الصحافة المكتوبة (1) ، كما أنّ الإذاعة- ورغم الصعوبات التي واجهتها في البداية- أصبحت تتميز عن الصحف بامتداد ساعات الإرسال واستمرارها لفترة طويلة ، قد تصل إلى ما يقرب من العشرين ساعة في اليوم وأحيانا يستمر الإرسال طوال الأربع والعشرين ساعة (2) ، وهو الأمر الذي يوفر معايشة دائمة مع الجمهور خاصة إذا كان مضمون ما يقدم قادرا على جذب الاهتمام والمتابعة .

ثم جاءت سنوات ما بعد الحرب العالمية الثانية لتقدّم للعالم وسيلة إعلامية جديدة ذات وزن ثقيل وتأثير ظاهر منذ ميلادها وهي التلفزيون ، حيث استطاع أن يستحوذ على اهتمام الجمهور بما أضافه من ميزات إلى ما سبقه من وسائل اتصال ، حتى صار أقربها إلى الاتصال المواجهي بفضل ما يقدمه من أحداث ووقائع بصورة متكاملة ، تعتمد مشاهدتها على الصوت والصورة والحركة ثم اللون في شكل أقرب للواقع . إنّ الصوت والصورة عاملان حيويان يلعبان دورا هاما في حياة الأفراد اليومية والعادية ، ويتصلان بالانفعالات المختلفة لكل فرد ما دام يستطيع السمع والإبصار على اعتبار أنّ الصورة من أحسن الوسائل إقناعا ، فإن اقترن المضمون الإذاعي برؤيته على الشاشة الصغيرة مصورا في موقعه فإن ذلك أدعى إلى تصديقه (3) ، وبظهور التلفزيون كوسيلة إعلامية عملاقة في زمن الصحف والإذاعة ، تشكلت منظومة إعلامية مشتركة قائمة على تبادل المنفعة بين أقطابها الثلاثة ، والتي عبّر عنها أحد الخبراء بقوله : « مع استهلال النصف الثاني من القرن العشرين بدا أنّ كلّ وسيلة من وسائل الاتصال تساعد على إنعاش الوسيلة الأخرى » ،

(1) حدي حسن- مقدمة في دراسة وأساليب الاتصال- ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1971م ، ص 51 .

(2) فاروق أبو زيد- فن الخبر الصحفي - ، ط 2 ، عالم الكتب ، القاهرة ، ص 380 .

(3) محمد معاش- الخبر التلفزيوني- ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ص 12 .

ليضيف في موضع آخر : « وسعت كل وسيلة إلى تقوية ذاتها عن طريق الوسيلة المنافسة . وأصبحت الوحدات الرئيسية في كل منها عاملة فيها جميعا » . (1)

1 - عصر ثقافة الصورة

لقد تزايدت مكانة الصورة في الحضارة المعاصرة حتى أصبحت الركيزة الأساسية في نقل المعروف والترفيه والإعلام والثقافة والتربية كونها أداة وموضوع كل هذه المواد ، وهذا ما أثر على شكل التعامل معها من حيث كيفية إدراكها وطرق توظيفها ، وللتأكيد على الحضور المتزايد للصورة في وسائل الاتصال والثقافة في العصر الحالي يمكن الإشارة إلى تزايد أهمية أقسام (Graphic Design في مجال السينما والتلفزيون والصحافة ، والإعلان والألعاب الإلكترونية والمسرح ومواد الوسائط المتعددة ، وفي الشركات الصناعية الكبرى فإن أقسام (Graphic Design أصبحت الأداة الضرورية لتحديد الملامح البصرية للأشياء المصنوعة ، بدءاً بالأثاث المنزلي والديكور وصولاً إلى العمران والسيارات واللباس ، ورغم تعدد مفهوم الصورة في حياتنا إلا أن التركيز في وقتنا الحالي يدور حول الصورة التي تم الاتفاق بين الباحثين والمختصين على أنها تشكل جزءاً من مادة الاتصال بجانب اللسان ، وفي الكثير من الحالات بالتعاون معه في سبيل تحقيق التأثير المطلوب . (2)

وقد تأكدت أهمية الصورة في عالم الاتصال سنوات بعد اختراع آلة التصوير الفوتوغرافي ، حيث نجح الباحثون في اكتشاف الأسطح الحساسة التي تسجل عليها الصورة الضوئية ، واكتشاف المادة التي تجعل لهذه الصورة صفة الدوام والثبات ، وكان ذلك الاكتشاف فتحاً جديداً في عالم الاتصال بعد أن وجدت هذه الوسيلة الجديدة للكتابة بالضوء والتسجيل الضوئي للواقع على سطح حساس .

(1) محمود أدهم - الصورة الإخبارية - ، القاهرة 1989م ، ص 124 .

○ إن المفهوم العام للصورة يعكس جملة من المفردات أهمها : الصورة الثابتة (الفوتوغرافية ، اللوحة الزيتية) ، الصورة المتحركة (التلفزيون ، السينما) والصورة الشعرية ، والصورة الرمزية والصورة الذهنية والصورة الخطية (الرسم) ، تراحم هذه المفردات لا يدل على تعدد أشكال نقل الصورة وتجسيدها المختلفة بقدر ما يؤكد شيئاً أساسياً ، وهو أننا لا يمكن بأي حال من الأحوال أن نستغني عن الصور (نصر الدين لعباضي - الصورة في وسائل الإعلام العربية : بين البصر والبصيرة - ، ص 75) .

(2) المرجع نفسه ، ص 74-75 .

كانت الصورة الفوتوغرافية هي التسجيل الضوئي للواقع ، ومع ذلك لم يكن الواقع الذي تسجله هو الواقع كاملاً ولا الواقع متحركاً ، بل كانت جزءاً - مجرد جزء محدود - هو ما يدخل في نطاق رؤية العدسة والحظة معينة من الحركة تسجلها في حالة ثبات ، وإن ظلت في كل الأحوال عنصراً مساعداً لبصر الإنسان أو امتداد له ، ومن هنا كان التفكير في الوسائل والطرائق والأدوات التي يمكن بها تسجيل العالم متحركاً أي تصوير الحركة ، وهو ما أصبح يعرف بعد ذلك خصصاً باسم الصور المتحركة حيث تقوم الكاميرا بتصوير الحركة في كل مرحلة من مراحلها ، فبدلاً من عرض هذه الصور متوالية وفي سرعة معينة بدت كما لو كانت تتحرك ، وهذا هو الأساس الذي قامت عليه صناعة السينما ، والتي بدأت صامتة في أيامها الأولى ، ثم ما لبثت أن اكتشفت إمكانية تسجيل الأصوات على أفلام أو تصوير الصوت على أفلام على نحو ما يجري في تسجيل المرئيات مصورة ، وقبل أن ينتصف القرن العشرين أصبح بالإمكان إرسال الصور المتحركة والأصوات الناشئة عنها أو المصاحبة لها من بعيد إلى بعيد ، ليستقبلها الناس في بيوتهم على شاشات صغيرة ، وبواسطة أجهزة إلكترونية ترسل الصور والأصوات ، لتقوم بعدها باستقبالها وعرضها على تلك الشاشة الصغيرة⁽¹⁾ ، وشيئاً فشيئاً سيطرت ثقافة الصورة على عالم الاتصال لتتفاد الكتابة أمامها بسرعة ، وإن دل ذلك على شيء فإتماً يدل على أننا بصدد حالة مفتوحة النهاية متسارعة الخطوات تعتمد على التقدم التكنولوجي لتحقيق قفزات هائلة نحو جعل العالم كله بين يديك فعلاً وباللحظة عينها كما تجسده برامج البث المباشر ، وتقوم وراء هذه الختمية تكنولوجية فائقة القدرة على تبادل المعلومات ونشرها من خلال ثلاثي الحاسوب - القمر الصناعي التلفزيون ، ناهيك عن إدماج هذه التكنولوجيات من خلال التلفزيونات ذات الحواسيب المدمجة وذات القدرة على الالتقاط الرقمي للصورة ، وبالطبع أصبحت التلفزيونات المدمجة في الحواسيب الشخصية مسألة شائعة ، من هنا فإن ثقافة الصورة لا تملأ دنيانا فقط بل هي تصنعها بشكل متزايد في يسره ونفاذه وشموله ، ولن يمضي وقت طويل قبل أن يلتقط جهاز التلفزيون العادي عدة مئات من البرامج من محطات تبث كمي تبث دفعة واحدة ما يزيد عن 1000 برنامج من كل

(1) كرم شلي - الإنتاج التلفزيوني و فنون الإخراج - ، دار حيل للطباعة ، مكتبة التراث الإسلامي ، القاهرة . ص 13 - 14 .

فن ولون وذوق ، مما يؤدي إلى حالة فعلية من إغراق إعلامي يعبر عن مدى تزايد قوة تقدم الصورة ونفاذها . (1)

وسط هذه التطورات جاء تميز خدمة التلفزيون لتعكسها من خلال صورة حية مرئية لها أهميتها وفعاليتها في جذب اهتمام المشاهد الذي يميل إلى تصديقها ، لما تتمتع به من مميزات وهي أقرب على التعبير من آلاف الكلمات (2) ، بما أن الإنسان يكتسب ثمانية أعشار معلوماته ومعارفه وتجاربه عن طريق حاسة البصر ، وهي الحاسة التي يعتمد عليها التلفزيون اعتمادا كلياً ، وقد دلت الأبحاث على أن استيعاب الإنسان للمعلومات يزداد بنسبة 35% عند استخدام الصوت والصوت في وقت واحد ، كما تطول مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات في الذاكرة عندئذ بنسبة 55% ، وقد أكدت البحوث أن الصورة المتحركة يمكن أن تجتذب الانتباه وتشده بما يعادل خمسة أمثال ما يجذبه الصوت وحده ، وهو ما يعطي للتلفزيون مع الاستخدامات الفنية الأخرى للصوت واللون والموسيقى وغيرها مميزات هائلة متفوقة . (3)

صارت هناك بلاغة أعمق وأصدق من الكلام ، إنها بلاغة الصورة المرئية ، وبخاصة حين أصبح تبرزها وتضاعفها البلاغة الالكترونية ، والتي أصبح معروفا مدى استخدامها في الإعلام . مؤثرات الصوت المحسم والألوان المبهرة وتقنيات التكنيف والتركيب والتكبير والتصغير والذبح والفرز والمزج والتسلسل إلى ما هناك من تقنيات إخراج ، وهي تتوسل كل مبادئ التأثير الحديثة في علوم نفس الحواس والاستقبال الحسي والإدراك ، هذه البلاغة تجعل المشاهد يستسلم أود ما تقدمه له من متعة ، وبالتالي تأثيرها الصريح عليه والخفي المباشر والآتي اللاحق ، حيث أنه من المعروف في علوم الإدراك أن مقدار الوعي بما يدرك من مشيرات لا يشكّل سوى نسبة مما هي تلقية ، كما أن بلاغة الصورة مضافة إلى البلاغة الالكترونية وتلقيها من أكثر من حاسة في واحد معا وتوجهها إلى أكثر من رغبة ودافع في الوقت نفسه ، وقوة وضوحها وتماسك وانسجامها من خلال شكلها العام وسيناريوهاما تجعل عملية بناء الشبكات العصبية المعروفة الخاصة باستيعابها وتخزينها أقوى بكثير ، إضافة إلى كونها لا تتطلب جهداً عقلياً واعياً ومركّزاً .

(1) مصطفى حجازي- حصار النقالة- ، ط2 ، المركز الثقافي العربي ، 2000م ، ص 28 .

(2) محمد معوض- المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني- ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ص 09 .

(3) يحيى بسيوني مصطفى ، عادل الصيرفي- التلفزيون الإسلامي و دوره في التنمية- ، دار عالم الكتب للنشر و التوزيع ، الرياض 1985 م ، ص 89-99 .

نتيجة لهذه الميزات تتكوّن شبكات معلومات في الدماغ ذات حجم وسرعة لا يقارنان ببعض. تتكوّن الشبكات المعرفية الناتجة عن النص المكتوب ، و الذي يحتاج إلى جهد عصبي كبير لفك رموزه وتأويله ثم استيعابه ، إنها بلاغة الصورة التي قدّمت وسيلة على أخرى أشواطاً كبيرة .⁽¹⁾

2 - خصائص التلفزيون

هناك من صار يطلق على هذا العصر " عصر التلفزيون " ، و هناك من يصفه أيضا بأنه ثورة الاتصال التي بدأت ولم تنته ، والتي اهتز لها العالم ولا يزال ، هذه الأوصاف وغيرها إنما تدل على عمق الأثر الذي تركه هذا الوسيط الإعلامي في شتى نواحي الحياة السياسية والفكرية والاجتماعية والنفسية والثقافية والتعليمية ، هذه الآثار في واقع الأمر إنما تتفق تماما وطبيعة هذه الوسيلة التي أفادت من خواص وإمكانات وسائل الاتصال الأخرى التي سبقتها ، فأخذت من المسرح والسينما والصحافة المطبوعة والراديو العديد من خواصها وفنونها وأساليبها ، وأضافت من ذلك كله إمكانات وأساليبها الخاصة فاستقلت بذلك وتفرّدت وتميّزت عن كلّ ما سبقها⁽²⁾ . هذه الخصائص والمميزات التي ارتبطت بالتلفزيون يمكن تحديدها من خلال اعتماد تصنيفين يتداخلان فيما بينهما ، إلا أنّهما مستقلان ليشكلا زاويتين مختلفتين يمكن النظر إلى التلفزيون من خلالهما ، هذان التصنيفان هما :

أ- التصنيف الهيكلي

يعتمد هذا التصنيف على إبراز الخصائص العامة لجهاز التلفزيون ، من خلال التركيز على مميّزات التكنولوجيا أولا ، وما يترتب عنها من خصائص وظيفية تظهر على العموم أثناء عمل هذا الجهاز المتميّز ، وعليه كانت خصائص التلفزيون كالآتي :

* الخصائص التكنولوجية

يقول لي مان برايسون Lyman Brayson : « التكنولوجيا تعني التوضيح والتبيين » ، ثم يعني أنّ التكنولوجيا ما هي إلا وسائل لنقل وتوصيل جانب من المعرفة على نسق معين ، وهذا

(1) مصطفى حجازي ، مرجع سابق ، ص 31.

(2) كرم شلبي - الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج - ، ص 14 - 15 .

المفهوم يدخل التّلفزيون في دائرة الوسط التقني والذي راحت صورته الخاطفة تتعاقب على العمارة منذ القدم⁽¹⁾ ، فكان من أهم خصائص التّلفزيون من هذا الجانب ما يلي :

- الصّوت

ورث التّلفزيون الصّوت المسموع من الإذاعة فكان خاصيته الأولى لجذب الجمهور ، على اعتبار أن الدّراسات أثبتت أن الفرد يستمد معلوماته اعتمادا على حاسة السّمع بنسبة معتبرة تقدر بـ 13%⁽²⁾ ، وعلى هذا الأساس

راح التّلفزيون يعمل على تحسين خدمة الصّوت وإضافة المؤثرات إليها بما يتناسب ومضمون المتنوع ، حتى صار لا يبيّث مجرد أحاديث بل شمل أيضا الصّوغاء والموسيقى و التّموجات الصوتية الدّقيقة⁽³⁾ ، كلّ هذا في سبيل تطوير هذه الخدمة وتحقيق المعايضة الصوتية ، التي تفوّقت السّمع فيها⁽⁴⁾ نظرا لاختلاف إمكانيّات الوسيّلتين .

و نظرا لاستئثار التّلفزيون بالصّورة ، فقد صار الحديث عن الصّوت AUDIO فيه يعنى بالخصوص كافة الأصوات التي تأتي مصاحبة للصّورة التي نراها أو تكون ناتجة عنها ، ويمكّن حصر هذه الأصوات في الأنواع التالية :

- الأصوات البشريّة : والمقصود بها الأصوات التي تصدر عن الإنسان أو حركته مثل الكلام ، الغناء ، التّصفيق والضّحك والصّياح والبكاء وانفعالاته المختلفة ...

1 Marshall Mc Luhn - Pour Comprendre les médias - traduit de l'anglais

par : Jean paré, Editions HMH, Ltée pour l'édition française 1968; p6-16.

(2) أديب محضور- الإعلام والأزمات - دار الأيام للطباعة و النشر و التوزيع ، دمشق 1999م ، ص 35 .

(3) جون ميل ، والف لوشاين - الإعلام وسيلة ورسالة - تر: ساعد خضر العرابي الحارثي ، دار المربع للنشر ، الرياض المملكة العربيّة السّعوديّة 1989م ، ص 104 .

(4) تبيّن هذا في فيلم الزّلازل الذي أعاد عرضه التّلفزيون المصري أواخر فبراير 1988 ، فحينما عرض سينمائيًا في القاهرة خلال عام 1977 ، استخدمت دور العرض أجهزة للمؤثرات الحسية المحسّمة ، تكلفت مبالغ باهظة جدًّا وضعتها دور العرض من أجل إحداث صوت الزّلازل الحقيقيّ ، حتى تشعر المتفرّج أنّه في منطقتهم الزّلازل فعلا ، عكس التّلفزيون إذ أنّه وسيلة جماهيرية لا يمكن التّحكّم في مشاهدته ووضع مثل هذه الأجهزة في كلّ منزل أو ناد أو مقهى به جهاز تلفريويّ . (عاطف عدلي اعمد - الاتصال والرّأي العام- ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1993م ، ص 176)

(4) المرجع نفسه ، ص 176 .

- المؤثرات الصوتية : وهي صوت الأشياء ، أو الطيور أو الحيوانات أو الصوت الناتج من حركة الأشياء ، وهذه المؤثرات قد تكون طبيعية مثل أصوات الرياح والمطر وأمواج البحر وضجيج الشارع ، كما قد تكون أصواتا صناعية تحدث يدويا أو آليا مثل صوت إغلاق الأبواب وصايل السيوف... الخ... ، و إن كان البعض يضيف الصمت إلى المؤثرات الصوتية باعتبارها يودّي تعبيرا دراميا في الحالات والمواقف التي يستخدم فيها لهذا الغرض .

- الموسيقى : وهي الأصوات الناتجة عن العزف على آلات تخصص لهذا الغرض . (1)

- الصورة

يعني التلفزيون مشاهدة الصورة المنقولة لاسلكيا ، كما يعني حرقيا الصورة القادمة من بعد TELEVISION (2) ، إن استقاء التلفزيون لتسميته المعتمدة على هذه الخاصية يؤيد العلاقة الوطيدة بين هذا الجهاز والصورة ، والأکید أن الصورة هي الثقلة التي تقدمت بالتلفزيون أشواطا كبيرة جعلته أقرب الوسائل الإعلامية للجمهور ، فقد أدرك هذا الجهاز أهمية ثقل الصورة في حياة الناس لذلك ركز عليها ، فإذا كانت 88% من المعلومات التي يحصل عليها الفرد مستمدة من حاسني البصر والسمع فإن حاسة البصر لوحدها تستأثر بـ 75% من هذه النسبة . (3)

- الحركة

حينما يكون الحديث عن الحركة في كل من السينما والتلفزيون فإننا لا نقصد بالطبع معناه الحرفي ، بما يعني أن الصورة التي تعرض في أي منها صور متحركة أو أنها تبدو للعين كما كانت تتحرك فعلا ، وإنما يكون المقصود معنى آخر يتصل بالمضمون المقدم من طرفها ، والحركة هنا هي الحقيقة التي يعتمد عليها فن السينما والتلفزيون ، فهي جوهر الفيلم أو التمثيل أو البرنامج التلفزيوني ، إذ أنها تتغلغل في جميع نواحيها من مرئيات و حوار و تعليق و موسيقى

(1) كرم شلبي ، الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج ، ص 207 .

(2) عبد المجيد شكري ، تكنولوجيا الاتصال: إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون - ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1996 . ص 129 .

(3) أدب حضور - الإعلام والأزمات - ، ص 35 .

و مؤثرات صوتية و صور متتابعة ⁽¹⁾ ، وإذا ما اتفقنا على أن لكل حركة سرعة معينة فإن لكل سرعة مغزى أو مدلول ، فالحركة البطيئة تعني الهدوء و التأني أو الكسل ، وقد ترمز إلى الثبات و الحزم و الثقة و الإمعان في شيء و التحقق منه ، كما قد تشير إلى التربص و التقرب و العناد ، أما الحركة المعتدلة فإنها تعني الاعتدال و تبعث على الاطمئنان و تعكس المظهر العادي و المألوف لطبيعة الأشياء ، و كذلك فإن الحركة السريعة تولد الإحساس بالنشاط الذي يبلغ حدّ الحماس و من ثمة فهي تدلّ على العنف أو الحدة أو الشذوذ ، كما قد تعكس الإحساس بالإقدام و المرح أو الفرار و الهروب ، و إذا زاد معدلها زيادة كبيرة فإنها قد تؤدي إلى الشعور بالذعر ، و تتبع الحركة في الصورة التي نراها على شاشة التلفزيون من ثلاثة مصادر محدّدة هي : - حركة الكاميرا سواء بتحريك رأس الكاميرا أو بتحريك الكاميرا ذاتها .

- حركة المرئيات (الأشخاص و الأشياء) .

- الحركة الثابتة من توالي اللقطات .

وبطبيعة الحال فإنه لا يمكن الفصل بين هذه المصادر أو القول بإمكانية استخدامها كعناصر متفرقة لا يربط بينها رابط . ⁽²⁾

هذا كله ما زاد من تفوق التلفزيون على الاتصال الشخصي مع ما يمتاز من قدرة على تكبير الأشياء المتناهية الصغر ، و تقدم التفاصيل الدقيقة عن طريق استخدام اللقطات القريبة ، و تحريك الأشياء الثابتة بقدرة فائقة و التركيز على أهم المشاهد بصورة لا مثيل لها ⁽³⁾ ، حتى أن البحوث تؤكد على أن مثل هذه الصور المتحركة يمكن أن تجتذب الانتباه و تشدّه بما يعادل خمسة أمثال ما يجذبه الصوت وحده ، و ترتفع هذه النسبة كلما تدخلت الخصائص الفنية الأخرى للصوت واللون و الموسيقى وغيرها... أكثر فأكثر . ⁽⁴⁾

(1) محمود سامي عطا الله - الحركة - ، مجلّة " الإذاعات العربية " ، إتحاد إذاعات القبول العربية ، ع3 ، شركة فنون

الرّسم والنشر و الصحافة ، القصبة- تونس 2005م ، ص 71 .

(2) كرم شلبي - الإنتاج التلفزيوني و فنون الإخراج - ، ص 88 .

(3) محمد معوض - المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني - ، ص 9 .

(4) يحيى بسيوني مصطفى ، عادل الصّري ، مرجع سابق ، ص 99 .

– الألوان

صحيح أن التلفزيون امتاز منذ ميلاده بالصوت والصورة إلا أنه لم يعرف الألوان إلى غاية الستينات ، فخلال الأربعينات كانت هناك جهود مكثفة بالولايات المتحدة لإضافة الألوان على الصورة التلفزيونية ، ثم انتقلت الجهود إلى كل من بريطانيا وفرنسا وألمانيا واليابان في منتصف الخمسينات لتطوير التلفزيون الملون ، ومع حلول 1955 كان لدى الو.م.أ. خمسة آلاف جهاز ملون ، وفي 1960 وصل العدد إلى 340.000 جهاز ملون⁽¹⁾ ، ثم أصبحت أجهزة التلفزيون الملون شائعة بشكل مطرد حيث أصبحت غالبية الأسر الأمريكية تملك مثل هذه الأجهزة في عام 1975⁽²⁾ ، وقد ساهمت الألوان في إضفاء المزيد من الواقعية و الفاعلية على البرامج ، واستخدام الألوان والتحكم فيها يساعد في خلق الجو الدرامي بحيث يصبح اللون قيمة في حد ذاته ورمزا دراميا له دلالة ، وينتج عن استخدام الألوان شعور بالحركة ، كما أن لها أهميتها في استيعاب واستيعاب المعلومات⁽³⁾ ، ومن هذا المنطلق يمكن القول بأن الألوان إلى جانب القيمة الواقعية التي تضيفها على الصورة التلفزيونية وتجعلها أكثر قربا من الواقع فإنها إلى جانب ذلك تلعب دورا هاما في التأثير في مشاعر المشاهد وتوجيه نظره إلى الأشياء بعينها ، وتشكيل أفكاره على نحو معين ، فضلا عن استخدامها كأدوات جذب واستمرار في المشاهدة ، وبهذا المفهوم تصبح الألوان عنصرا من عناصر التعبير الدرامي إذا ما أُجيد استخدامها بشكل موضوعي ، وفي موقعها المناسب الذي يحقق الغرض... وهذا ما عبّر عنه المخرج السينمائي مايكل انطونيوني في قوله : « إن الألوان أضحت بالنسبة إلى ذات أهمية كالممثلين أنفسهم ، وأصبحت مقتنعا تماما أن كل تأثير درامي يمكن إحداثه عن طريق استخدام اللون ، فقد أصبح بوسعي أن أضع ممثلا في موقف معين أمام لون معين ليعرف المشاهد ما يدور في نفس هذا الممثل وعقله دون أن ينطق بكلمة حوار واحدة » ، وتزداد أهمية الألوان في جهاز التلفزيون بمعرفة أن هناك علاقة وطيدة بينها وبين بعض الآثار السيكولوجية التي تحدث عند التعرض لها ، فالمعروف أن الإنسان لا يكون سلبيا عندما ينظر إلى الألوان ، بل يتأثر بها على نحو معين ، فيشعر بالفرح و السرور أو يشعر

(1) نوال محمد عمر - فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون - ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1993م ، ص 14.

(2) ميلفن ل ، ديفليو ، سانديرا بول روكيش - نظريات وسائل الإعلام - ، تر: كمال عبد الرؤوف ، نذر النونية نستر و التوزيع ، القاهرة 1993م ، ص 172.

(3) محمد معوض ، بركات عبد العزيز - الخبر الإذاعي والتلفزيوني - ، دار الكتاب الحديث ، 1996م . ص 66.

بالحزن أو الاكتئاب ، وقد يحسّ بالدّفء أو يحسّ بالبرودة ، بل إنّ البعض قد يشعر بالتعب أو الرّاحة بسبب التّعريض المستمر لألوان محدّدة .⁽¹⁾

- الإضاءة

قد يبدو أنّ خاصيّة الإضاءة ترتبط أساسا بفنون الإخراج أكثر من ارتباطها بجهاز التلفزيون كوسيلة عرض ، ولكن من الواجب الإشارة إلى أنّ للإضاءة علاقة وثيقة بالألوان ونصاعتها وبروزها و جذها للمشاهد ، كما يجب أن تتفق شدّتها مع تقنيّات التصوير ويجب أن نتبه لظلالها على الأشياء ، فسوء استخدامها قد يفسد متعة المشاهدة ، خاصّة وأنها تهدف لجذب الانتباه إلى الموضوع بالدرّجة الأولى ، ولقد وجد الباحث الألماني وايتير أنّ المسؤولين عن صنع الأخبار في التلفزيون- لرغبتهم في جذب انتباه المشاهد - يعطون اهتماما كبيرا للإضاءة لأنّها تلعب دورا بارزا⁽²⁾ ، وبالرغم من أنّ الإضاءة وسيلة هامة لخلق الجو المناسب للّقطة أو لإضاءة شخص أو غرض بطريقة تجذب انتباه المشاهدين إليه ، إلّا أنّ هناك استخداما أساسيا للإضاءة داخل مكان التصوير أهمّ من ذلك ألا وهو خلق المكان ، والمعروف أنّ الضّوء القوي الرّائد عن الحاجة من شأنه أن يزيل أيّ ملامح للمكان ومن ثمة يقضي عليه تماما ، ولذا فإنّ التوازن الدقيق بين الضّوء والظلام في أنحاء الصّورة هو الذي يحقّق الإقناع ، وتستخدم الإضاءة استخداما فعّلا في تركيب وتكوين الصّورة حيث يمكن بواسطتها تقليل اهتمام المشاهد بالعناصر الثّانويّة ، أو التي توجد في خلفيّة الصّورة وتؤدّي إلى تشتت انتباهه ، ويمكن تحقيق ذلك بأن نقلل من كميّة الإضاءة المسلّطة عليها ، و ذلك بتسليط إضاءة قويّة على الشّخصيّة بحيث تبدو حولها هالة مضيئة .⁽³⁾

- الشّكل العام أو الحجم

سمّي التلفزيون بالشّاشة الصّغيرة مقارنة بالسينما ، وقد ظلّ حجم التلفزيون الصّغير زمنا طويلا من الخصائص الإيجابيّة كونه يسهّل حمله والتنقل به من مكان لآخر ، لنجدّه في غرفة المعيشة تارة وفي غرفة النّوم أخرى أو حتى في المطبخ ، ويفرض حجم الشّاشة نوعيّة اللّقطات المستخدمة لإبراز

(1) كوم شلي ، الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج - ، ص 109 .

(2) المرجع نفسه ، ص 105 .

(3) المرجع نفسه ، ص 106 .

الحدث ، ف شاشة السينما تعتمد على اللقطات الطويلة بينما تستخدم شاشة التلفزيون اللقطات المقربة والمتوسطة في معظم الأحيان⁽¹⁾ ، ومع التطور التكنولوجي المتزايد اختلفت أحجام جهاز التلفزيون ليتناسب ومتطلبات الجمهور الواسع ، ف فيما يتعلق بشكل الشاشة فإنها تتوجه نحو الاستطالة أكثر والاقتراب من شاشة السينما ، وهذا سيمكن التلفزيون من عرض الأفلام السينمائية 35 ملم دون الحاجة إلى استخدام ذلك الفاصل الأسود في أعلاها وأسفلها ، نظرا لعدم تناسب الصورة السينمائية مع الصورة التلفزيونية ، مما يرشح التلفزيون لأن يحل محل دور العرض السينمائية التي ظلت تفرد ولمدة طويلة بسمات العرض الجيد والملائم لمختلف المنتجات السينمائية ، وهناك الكثير من الدراسات التي رصدت هذه العملية وكشفت عن التراجع المذهل لمبيعات دور العرض السينمائية من التذاكر مقابل تنامي هائل في جمهور شاشات العرض التلفزيوني .⁽²⁾

إن الرغبة في التقليل من حجم التلفزيون وسمكه جعل الشركات المهتمة بصناعة التلفزيون تتجه إلى الاهتمام بهذا المجال ، لأن حجم التلفزيونات الحالية لا يتلاءم والتكنولوجيا المعاصرة من جهة ، وظروف المستقبل من جهة أخرى ، فالأجهزة الحالية يتراوح وزنها بين 25 كغ و 30 كغ ، وقد يصل إلى 115 و 110 كغ في حال الشاشات العملاقة Ecran Géant ، وتنتج الأبحاث لإنتاج تلفزيون شاشة كبيرة قطرها أكثر من 1م ، ولكن وزنها لا يتعدى 15 كغ وسمكها لا يزيد عن 30سم ، أما التلفزيونات العادية فإن الأبحاث تتجه إلى إنتاج تلفزيونات حائطية murales T.V لا يزيد سمكها عن 10سم ، وقد بدأت نماذج منها تعرض في بعض الأسواق ، وبالتالي فإن تلفزيون المنزل المستقبلي سيكون بمثابة لوحة زيتية يضعها صاحب المنزل في أية زاوية ، أو أي حائط يراه ملائم لمشاهدة العرض التلفزيوني .⁽³⁾

- البث التلفزيوني

ارتبط التلفزيون في وقتنا الحالي بتقنية جديدة زادت من كفاءة خدمته للجمهور أضعافا وأضعافا ، وهي خدمة البث المباشر ، وتمثل هذه الخدمة في اتصال يمكن من التقاط القنوات التلفزيونية

(1) محمود سامي عطا الله ، مرجع سابق ، ص 76.

(2) محمد شطاح - قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الايديولوجيا - ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة - الجزائر 2006م ، ص 11.

(3) المرجع السابق ، ص 12.

الفضائية من محطات الإرسال عبر الأقمار الصناعية مباشرة على الأجهزة التلفزيونية الفردية ، دون أي وسيط سوى ذلك الجهاز المسمى بالهوائي المقعر أو الطبق أو صحن الالتقاط (1) ، وهذا ساعد كثيرا على أن تصل مواد التلفزيون من محطة أرضية عبر القمر الصناعي إلى شاشات التلفزيون مباشرة ، و دون المرور بمصفاه أرضية تقوم بالتدخل في الرسائل الإعلامية المارة (برامج ، أفلام ، مقابلات ، رياضة...) ، وبالتالي دون أي تدخل من قبل المسؤولين ، وتسمى الأقمار التي تقوم بهذه العملية بأقمار البث المباشر ، وقد ساعد تطوّر تكنولوجيا الاتصال وبخاصة تطوّر الأقمار الصناعية للاتصال وظهور أجيال أقمار البث التلفزيوني المباشر على ظهور عشرات القنوات الفضائية المختلفة ، وهي في تزايد مستمر . (2)

* الخصائص الوظيفية

أكسبت الخصائص التكنولوجية السابقة الذكر التلفزيون ميزات بارزة في العمل الإعلامي ، أهمها:

- الواقعية

ولد التلفزيون ككتيك إلكتروني لبث صورة سمعية - بصرية للواقع عبر المسافات ، كي تصل إلى عدد غير محدود من المشاهدين ، وعلى عكس الصحافة والإذاعة فهو أقرب الطرق لنقل "الأصل" ، أي لنقل الحديث الحي (3) ، لقد أصبح التلفزيون أكثر وسائل الإعلام مقدرة على نقل الواقع إلى المشاهدين وعلى إعطائهم إحساسا أو وهما ربّما بأنهم ليس فقط يشاهدون ما يحدث ويطلعون عليه ، بل هم أيضا يشاركون في صنعه . (4)

- الفورية

يمتاز التلفزيون بخاصية الفورية التي تزيد من واقعيته ، لأنه يقدم لنا مادة إخبارية من مكانها ، وفي نفس زمن حدوثها ينقل لنا الأخبار في مبناها وفي مغزاها في التوّ والحال ، ويتفق النقاد على أنّ التلفزيون يبلغ ذروة الكفاءة عند تغطية الأحداث فور وقوعها ، كرحلات الفضاء والمؤتمرات

(1) نصير بوعلوي ، مرجع سابق ، ص 13 .

(2) د.1. بوريتسكي - الصحافة التلفزيونية - ، تر: أديب خصّور، المكتبة الإعلامية، دمشق 1990م، ص 74-21.

(3) أديب خصّور - الإعلام والأزمات - ، ص 35 .

(4) محمّد معوض - الخبر التلفزيوني - ، ص 12 .

الهامة زيارات الرؤساء والجنارات والمواكب الشعبية والحروب... الخ... ، لهذا يقدر الباحثون تأثير التلفزيون في المشاهدين بثلاثة أضعاف الإذاعة ، ذلك أن البرامج التلفزيونية تعطي إحساسا بالألفة والصدقة التي كثيرا ما تفتقدتها برامج الإذاعة التي تعتمد على الصوت والمؤثرات الصوتية والموسيقى . (1)

- الصدق

اكتسب التلفزيون ميزة الصدق لاعتماده على الصورة التي تتميز عن الكلمة المسموعة فقط بأنها وسيلة إقناعية ، تضيف الصدق والثقة على المباريات الرياضية والمسرحيات والتدوات والأخبار... الخ... ، و أصبح المشاهد أكثر استعدادا لتصديق ما يراه على الشاشة التي تسمح باستخدام أساليب متعددة لتقديم المضمون مما يمكن من عرض كل كلمة في الرسالة الإعلامية أو الدعائية أو الإعلانية . (2)

- التسوّع

يعدّ التلفزيون واحد من أهمّ وسائل الإعلام الإلكترونية منذ الربع الأخير من القرن العشرين ، فخصائصه التقنية توفر له تقدم المعارف والمعلومات والخبرات والقيم والسلوكيات من خلال أكثر من قالب فني (3) ، كما أضافت له خاصية البث المباشر إمكانية تقديم كم هائل من القنوات الفضائية ببرامجها المتنوعة التي تشمل على تشكيله من الأخبار والبرامج الترفيهية والمنوعة والتثقيفية وغيرها...

- التكلفة المادية

التلفزيون وسيلة معقدة جدا وذات تكلفة تشغيل عالية ، تتطلب كاميرات وأفلام وأشرطة الفيديو ومعدّات البث ومعدّات أخرى ، وعددا كبيرا من المتخصصين بالإضافة إلى القائمين بالاتصال أنفسهم والتكاليف المصاحبة لتشغيل هذه الوسيلة ، من أجل ذلك يعتمد التلفزيون على جهات

(1) عاطف عدلي العبد ، الاتصال والرأي العام ، ص 176 .

(2) المرجع نفسه ، الصفحة نفسها .

(3) عبد الله بوجلالة - الأطفال و التلفزيون في الجزائر - المجلة الجزائرية للاتصال ، ع9 ، جامعة الجزائر 1992 ، ص 122 .

مختلفة لتمويله وصناعته تتباين بين الحكومات والخواص ، إضافة إلى مداخل الإعلانات (1) ، فالإنتاج التلفزيوني عمل باهظ التكاليف حيث يمكن أن يتكلف إنتاج حلقة واحدة من مسلسل أمريكي نجاح ما يزيد عن 1.5 مليون دولار وهذه التكاليف في تصاعد مستمر ، وبالتالي لا تستطيع أية منظمة تلفزيونية سواء كانت تابعة للدولة أو تجارية أن تنتج برامج ليس لها عائد مالي كبير ، ولكي يتسنى سماع الأصوات البديلة- أو اللغات الجديدة - يجب أن تعثر على مصدر ودعم لها في صورة أرباح أو حصة في المشاهد ، وهذه الأخيرة قد تمثل بالنسبة للمنظمات التلفزيونية العامة بديلا عن تحقيق الأرباح (2) ، وانطلاقا من اختلاف تمويل الصناعة التلفزيونية تباينت أشكال ملكية التلفزيون إلى : الشكل الأول - وهو الأكثر انتشارا - يتمثل في ملكية الدولة للتلفزيون ، والشكل الثاني وهو التلفزيون التجاري الذي يتخذ من الربح قانونه الأساسي ، ولذلك فهو يعتمد أساسا على الإعلانات ، سواء أ كانت صناعية أو تجارية أو سياسية ، وطالما أن الهدف هو كسب المشاهد المستهلك ، فإن جميع الوسائل لتحقيق ذلك هي مبررة ، أما الشكل الثالث من ملكية التلفزيون فهو التلفزيون الذي يدفع الفرد من البرامج التي يشاهدها ، ويدخل تحت هذا الصنف الملكية الخاصة للتلفزيون سواء كانت الجهة المالكة شخصا أو هيئة أم مؤسسة أو حتى دولة . (3)

ب - التصنيف التقييمي

منذ خرج اختراع التلفزيون إلى الوجود لم تعد القضية أن يشاهد الناس برامجه وتمثلياته ومسلسلاته وغيرها أو لا يشاهدونها ، فلقد فرض نفسه عليهم ضيفا مرحبا به ، يتجمعون حوله وينتظرون مواعيد بث البرامج ، بل ويشكلون أوضاع أثاث منازلهم ليتناسب مع الجلوس أمامه ، كما أنه أعطى الفرصة لآخرين ينتقدون برامجه ، ويعترضون على محتوى كثير منها ، ورغم ذلك لم يستطيعوا أن يمنعوا أنفسهم أو ذويهم من متابعة ما يقدم ومن نقده في الوقت ذاته (4) ، من هنا

(1) جون مول ، والف لوشتاين ، مرجع سابق ، ص 104 .

(2) كاريس باوكر - التلفزيون و العولمة و الهويات الثقافية- ، تر: علا أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية ، القاهرة 2006م ، ص 254 .

(3) د.أ. بوريتسكي، مرجع سابق ، ص 19 .

(4) محمد عبد الحلیم مرسى - الطفل المسلم بين منافع التلفزيون و مضاره - مكتبة الميكان، الرياض 1997م ، ص 123 .

صار ينظر للتلفزيون نظرة تقييمية تنحاز تارة باتجاه إيجابياته قبل أن يعود مرة أخرى للوقوف عند ما يشوبه من سلبيات ، فكانت كل منهما كالأني :

* الخصائص الإيجابية

من الخصائص الإيجابية التي تحسب للتلفزيون والتي ساهمت في أن يكون أفضل وسيلة إعلامية استأثرت باهتمام أكبر قدر من الجمهور على الإطلاق ، جملة يمكن تلخيصها فيما يلي :

- التلفزيون وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد بطريق الدفع الكهربائي ، وهو من أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجمهير عن طريق بث برامج معينة . (1)

- إن قدرة التلفزيون على المزج بين الصورة والصوت مكن من تقديم المعلومات والأفكار والسلوكيات في صورة حية واقعية قريبة من مدارك المشاهد (2) ، فالتلفزيون لا يمثل مجرد وسيط مرئي بقدر ما هو وسيط سمعي - لمموس Audio-tactile ، وهذا يجعل من كل أحاسيسنا ومداركنا في تفاعلية مستمرة وعميقة . (3)

- التلفزيون وقبل كل شيء ذلك الوسيط الذي يشترط كبره فعل مشاركة إبداعية خلاقية وظاهرة في المجتمع . (4)

- يقدم التلفزيون صوراً حالية متحركة تتجاوز المشاهد حدود الزمان والمكان ، ومن ثمة فهو يكسب قيمته الإخبارية اعتماداً على هذه الحقيقة ، ويظهر ذلك بوضوح في الأحداث ذات الأهمية الخاصة والتي تمكن المشاهد من متابعتها لحظة بلحظة على شاشات التلفزيون ، مثل هبوط الإنسان على سطح القمر ، هاتيات كأس العالم... الخ... (5) ، لذلك فهو يمتلك القدرة على التقديم السريع والحي والمباشر للرسالة الإعلامية مستخدماً خصائصه التقنية .

- يمتلك لغة تعبيرية متميزة ، نظراً لاستخدام عناصر تجسيد فنية غنية ، لتخاطب أكثر من حاسة وتتوجه إلى الذهن والعاطفة في آن واحد .

(1) أحمد زكي بدوي - معجم مصطلحات الإعلام ، إنجليزي ، عربي - ، ط2 ، دار الكتاب المصري ، القاهرة 1994 م ، ص 161 .

(2) محمد معوض - الخبر التلفزيوني - ، ص 111 .

(3) Marshall Mc Luhn , Ibid, p 382.

(4) المرجع نفسه . لصنحة نفسها

(5) عبد الله بوجلال - آثار التلفزيون على المشاهدين - مجلة نخوت ، جامعة الجزائر ، ع2 ، 1994 م ، ص 76 .

- جمهور التلفزيون واسع ومتنوع ، ولا يتطلب التعرض للرسالة التلفزيونية معرفة القراءة والكتابة .
- الإنتاج التلفزيوني أكثر جاذبية وأكثر مقدرة على تقديم رسائله عبر مسارات الترفيه وغيرها .
- الجمهور المشاهد هو غالبا أفراد الأسرة مما يحقق في كثير من المرات اجتماعا أسرياً وألفة حول هذا الجهاز ، خاصة وأن تجربة المشاهدة في الغالب جماعية .⁽¹⁾
- لا تتطلب مشاهدة التلفزيون من المشاهد استعدادات سابقة كالخروج من البيت والتردد على دور السينما ، وقاعات العرض المسرحي مثلا ، حيث أن التلفزيون يعمل على نقل المشاهد إلى المنزل ، ولا يتسبب في أيّ عناء سوى الضغط على زرّ التحكم .
- يزيد من تنوع الميولات والرغبات الشخصية بما يطلع عليه مشاهديه من رغبات و ميولات وتجارب و خبرات الآخرين بأشكال وصيغ فنية متعددة .
- إن قدرة التلفزيون بما لديه من طاقات فنية وجهود بشرية وآلية ، وتقنيات علمية متطورة على تحويل المخرجات إلى محسوسات تجعله في سلم الوسائل الإعلامية الهامة في تسيير الفهم والاستيعاب خاصة بالنسبة للأطفال الذين تنقصهم القدرة الكاملة على فهم بعض المعاني المجرّدة .⁽²⁾
- التلفزيون يحقق وظائف متنوعة داخل المجتمع منها : الإخبار ، التثقيف ، التسلية... الخ...
- المشاهد في عرف وتصوّر إدارة الإنتاج التلفزيوني شخص مدلل للغاية فهو يشاهد ما يشاء دون مشقة في الوقت الذي يشاء ، ودون أن يدفع ثمن ما يشاهده ، كما أن مضمون التلفزيون وبرامجه قائم أساسا على اجتذاب وإرضاء المشاهد بأية وسيلة وأي ثمن .⁽³⁾
- كما يعتبر التلفزيون من أسرع وسائل الاتصال بالجماهير ، ويتفوق من هذه الناحية على الصحافة ، فيكفي قطع الإرسال لإعلان الثبأ الهام ، حيث يصل في نفس اللحظة إلى كل أنحاء البلاد ، ولأنباء التلفزيون كما يقول أجي . ك . وارن وآخرون ميزتان عن الصحف ، هما : القدرة على عرض الخبر بالصورة من موقع حدوثه ، مما يجعل المشاهدين يشعرون وكأنهم هناك بأنفسهم ، والطريقة السهلة التي يستقبل بها المشاهدون الخبر .⁽⁴⁾

(1) أديب حضور - الإعلام والأزمات - ، ص 35.

(2) عبد الفتاح أبو معال - أثر وسائل الإعلام على الطفل - ، دار الشروق ، عمان - الأردن 1990م ، ص 44.

(3) عاطف عدلي العبد - الإعلام المرئي الموجه للطفل العربي - ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1989م ، ص 139.

(4) عاطف عدلي العبد - الاتصال الجماهيري - ، ص 180.

- يعتبر التلفزيون وسيلة تقنية تزداد تطوراً يوماً بعد يوم مقارنة بأي وسيلة إعلامية أخرى ، وقد ساعدت مكانته الهامة في المجتمع على أن يكون أداة فاعلة لمواجهة المشكلات التعليمية والتربوية وغيرها ، فقد أثبت جدارته في هذا المجال ، ليكون وسيطاً جيداً في مساعدة الطلاب على اكتساب مهارات علمية وإبداعية ، فقبل ظهور التلفزيون كان هناك قلق دائم من أجل معرفة السبب الذي يجعل بعض الأطفال يجدون صعوبة في تعلم القراءة ، ومحمي التلفزيون اكتسب الأطفال تشكيلة هامة من المدارك الحسية الجديدة كلية ، والتي ساهمت في رفع مستوى قابليتهم لتعلم الكثير من الأشياء. (1)

- كما يعتبر التلفزيون وسيلة اقتصادية في الاتصال الجماهيري ، إضافة إلى قدرته على الاحتفاظ بمواده لكي تكون أرشيفاً شاملاً وسجلاً حافلاً للفعاليات الثقافية والاجتماعية .

* الخصائص السلبية

لا يمثل الهجوم على التلفزيون في الواقع ظاهرة جديدة ، إذ من المؤكد أن المكتشفات والاختراعات التكنولوجية في مجال الاتصال قد استقبلت عبر التاريخ بالعداء ، ومن الجدير بالذكر في هذا الصدد أنه وحتى وقت متأخر مما كان ينظر إلى التلفزيون في العالم التامى بقدر كبير من التفاؤل ، نظراً لقدرته على المساهمة في التنمية ، وذلك أكثر مما يساهم في البلدان الغربية ، أما الآن فيصعب تجاهل الشكاوى المتزايدة من مساوئ التلفزيون (2) ، والتي يمكن تلخيص أبرزها في النقاط التالية :

- يتأثر البث التلفزيوني بعوامل الجو التي تسبب في اضطراب الصوت والصورة أو كليهما ، مما يشوش على وصول رسائل برامجه .

- التلفزيون أسير الوقت (الزمن) فهو يعمل في الزمن أكثر منه في المساحة ، فعلى سبيل المثال حين يظهر إعلان تجاري لمدة دقيقة واحدة فإن القارئ البطيء أو المشاهد لن يعطى وقتاً أطول من المشاهد أو القارئ السريع كي يستوعب ، وبما أن برامج التلفزيون تظهر في وقت محدد فليست هناك أي فرصة للمشاهد من أجل انتقاء أجزاء محددة منه أو لاسترجاع المواد التي شاهدها ، فإذا

(1) Marshall Mc Luhan ، Ibid , p 355.

(2) مجموعة من الباحثين - التلفزيون و الأطفال - تر: أدب حضور ، المكتبة الإعلامية ، دمشق 1990 ، ص 09.

تمت إذاعة برنامجين متشاهمين بالتلفزيون في وقت واحد فإن المشاهد لن يجد فرصة لمتابعتها والمقارنة بينها ، إلا إذا كان يمتلك جهاز فيديو يسجل عليه أحدهما . (1)

- يدفع التلفزيون إلى العزوف عن المطالعة والقراءة الحرة ، فالمشاهدة تفرض قدرا من التفرغ وربما التركيز والاهتمام ، مما قد يؤثر على وظائف واهتمامات حياتية أخرى مهما كانت درجة أهميتها . (2)

- كما يشارك التلفزيون في تطوير صفة السلبية التي تصل إلى درجة الكسل واللامبالاة بعامل الوقت ، والتي تؤدي بدورها إلى الشرود الذهني ، وقد يتعدى ذلك إلى اضطراب في أوقات الفراغ والتسلية والنوم ونظام الحياة اليومي بصفة عامة . (3)

- يعتمد التلفزيون على مواد وأجهزة وأدوات فنية وتكنولوجية وإلكترونية ذات تكلفة عالية على الرغم من أنها ضرورية من أجل القيام بدوره الفعال ، فهو وسيلة معقدة جدا وذات تكلفة تشغيل عالية ، تتطلب الكاميرات والأفلام وأشرطة الفيديو ومعدات البث ومعدات أخرى وعددا كبيرا من المتخصصين ، بالإضافة إلى القائم بالاتصال نفسه والتكاليف المصاحبة لتشغيل هذه الوسيلة . (4)

- على الرغم من التطورات الحاصلة في مجال البث الفضائي إلا أن أي محطة لها مجال محدود في إيصال بثها ضمن إطار مرسوم ، فلا يمكنها إيصاله إلى أماكن ذات مساحات شاسعة ، بحيث لا يمكن للمشاهد الاستفادة من خدمات أي محطة فضائية ما لم يوجه صحته الفضائي باتجاه منطقة تغطيتها .

- تؤثر مضامين التلفزيون على مختلف شرائح المجتمع تأثيرات سلبية مختلفة ، وخاصة على الأطفال فهم أكثر فئة تتأثر بما يعرض على هذا الجهاز .

- لمشاهدة التلفزيون تأثيرات صحية سلبية أكثرها على البصر خاصة في حالة عدم مراعاة الشروط الصحية للمتابعة (كالإنارة الجيدة في الظلام ، واحترام مسافة معينة للمشاهدة وغير ذلك) .

(1) جون ميرل ، رالف لونشتاين ، مرجع سابق ، ص 104 .

(2) أديب خضور - الإعلام والأزمات - ، ص 35 .

(3) عبد الله بوجلال - الأطفال و التلفزيون في الجزائر - ، ص 82 .

(4) جون ميرل ، رالف لونشتاين ، مرجع سابق ، ص 105 .

- قد يجمع التلفزيون الأسرة كما قد يدفع أفرادها إلى عزلة اجتماعية داخل الأسرة ، خاصة إذا كان مستواها عالٍ يسمح بامتلاك أكثر من جهاز تلفزيون ، مما يتيح لبعض الأفراد مشاهدة الفردية . (1)

3- وظائف التلفزيون

نظرا لما تميّز به التلفزيون من خصائص ، فإن الوظائف التي يقوم بها هي أكثر تعدّدا وتنوعا عن تلك التي تقوم بها وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى مجتمعة ، ولعلّ من أبرز هذه الوظائف ما يلي :

* الوظيفة الإعلامية

يمتلك التلفزيون القدرة على نقل المعلومات من خلال التركيبة الثلاثية المتفرّدة (نص + صورة + صوت) ، وهي قدرة لم تكن تمتلكها وسائل الاتصال لمُدّة طويلة (2) ، فبساطة الأسلوب في نقل المعلومات المختلفة للمشاهد - لاسيما التفاعلية منها والمرتبطة بظروف الحياة اليومية مثل الأخبار الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والعلمية - قد سمح للفرد بتحديد أفكاره ومعارفه ، ومن ثمّة أصبح أكثر ارتباطا بمجتمعه الذي ينتمي إليه من خلال معرفة جميع الأشياء التي تحدث حوله ، يقول هنري كاسيرو : « إن للتلفزيون دور في نقل الأخبار وانسياب الأنباء والمعلومات لا مثيل له » . (3)

و يعتبر التلفزيون الوسيلة الأساسية والأولى للاتصال بالعالم الخارجي والحصول على معلومات لشرائح مختلفة من المجتمع (الأميين والمعاقين جسديا وكبار السن وغيرهم ...) (4) ، كما أنّ تأثير التلفزيون في مجال الإعلام ونشر المعلومات مفيد من حيث توعية أكبر عدد ممكن من المشاهدين بحقائق وأبعاد كثير من المشكلات الموجودة في المجتمع ، كما أنّه يقدم للإنسان

(1) محمد شطّاح ، مرجع سابق ، ص 15 .

(2) محمد كامل عبد الصمد- التلفزيون بين المهتم والبناء- ط2، دار الدعوة، الاسكندرية 1993م ، ص 42 .

(3) نبيل عارف الجردى - مقدمة في علم الاتصال - ، مكتبة الإمارات، دمشق 1985م ، ص 45 .

(4) يحيى مصطفى عليان ، محمد عبد الدّيس- وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم- ط2 ، دار صفاء نشر و توزيع ، عمّان ، ص 185 .

معلومات لا تتوفر له في حياته العادية ، والتي يمكن لها أن تلعب دورا إيجابيا أو سلبيا في عملية التكيف الاجتماعي . (1)

وقد أثبت الباحثون الذين ألفوا دراسات أكاديمية وميدانية عن إمكانيات التلفزيون وآفاقه أنه مصدر هائل لنقل الأخبار والأفكار والآراء ، كما أنه أداة رئيسية في المجال السياسي لم يستطع القادة السياسيون الاستغناء عنها ، فاستخدموها على نطاق واسع في توصيل رسائلهم وبرامجهم إلى الجماهير (2) ، ففي عام 1968 أجري استطلاع ضخم للرأي على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا وإيطاليا وإسبانيا حول المصدر الذي يستقي منه المواطن الأمريكي والأوروبي أخبار العالم ، فكانت الإجابة أن 57% من العينة تستقي الأخبار من التلفزيون و49% من الصحف و25% من الراديو ، ولا شك أن هذا الاستطلاع إذا ما أجري الآن فإن نسبة العينة التي تستقي أخبارها من التلفزيوني لا بد أن تكون قد زادت ، فقد أصبح التلفزيون جزءا حيويًا وضروريًا لا يتجزأ من حياة الأفراد . (3)

* الوظيفة التثقيفية

نشأت بين الثقافة والتلفزيون منذ بداية نشاطه علاقة خاصة تأكدت مع الأيام وأصبحت تفوق كل علاقة للثقافة بوسائل الاتصال الأخرى ، فعلاقة الثقافة بالتلفزيون علاقة وثيقة يتبادل فيها الطرفان التأثير والتأثر ، علاقة شديدة التركيب تثير نتائجها دائما الجدل والاختلاف ، علاقة حيوية تتطور عناصرها باستمرار بما يتطلب إعادة النظر فيها وتعديل مسارها بشكل متجدد ، والحقيقة أن جميع المنظرين والنقاد والمسؤولين وحتى الجمهور أقر هذه العلاقة واعترف بها وباركها منذ نشأتها ، فقد كان هناك حرص على أن ينص في كل موثيق الشرف والقوانين

(1) عدلي سيد رضا- حول البناء الترامى في الراديو والتلفزيون- دار الفكر العربي ، القاهرة، ص 31 .

(2) نيل راغب - العمل الصحفي- دار نوبار للطباعة، الشركة المصرية العالمية للنشر " لوغمان " ، القاهرة 1999م ، ص 435 .

(3) المرجع نفسه ، الصفحة نفسها .

العلاقة بين الثقافة والتلفزيون لم تلغ حقيقة أن كثير من النقاد والمثقفين لم يكتفوا منذ بدايات التلفزيون عن ندب حظ الثقافة فيه ، إذ لم يسلم التلفزيون من اتهامهم له بعدم الالتزام بالقيام بالدور والوظيفة الثقافية والتحيز الواضح لمواد الترفيه على حساب المواد الثقافية الحادة ، ونشر وترويج الثقافة المتذلة بدلا من الثقافة ذات القيمة الفنية والاجتماعية . وبعدم نسبة احتياجات المواطنين المتنوعة من الثقافة والتي تتناسب وأدواقهم ومستواهم . (عفاف طبالة- حول الدور الثقافي للتلفزيون- مجلة الإذاعات العربية ، اتحاد الإذاعات العربية ، ع3 ، نوس 2001م ، ص 57) .

واللوائح المؤسسة والمنظمة للنشاط التلفزيوني ، أن الوظيفة والرسالة الثقافية هي في مقدمة الأهداف اهامة للتلفزيون . (1)

فالتلفزيون إلى جانب كونه في حد ذاته إحدى السمات والظواهر الثقافية فهو في نفس الوقت جهة أو مجال للإنتاج الثقافي (2) ، من خلال السبل المتدفق من المعلومات عن العالم إلى بيوت جمهوره يوميًا و باستمرار ودون انقطاع ، إذ أنه يسعى إلى تنمية ثقافة المشاهد من خلال ما يعرضه من أشرطة علمية وأفلام وثائقية ، تساهم في نشر الثقافات المختلفة وتجعل من القيم الثقافية صياغة علمية متاحة لأكبر عدد ممكن من الناس ، خاصة وأنه فيما يعرضه يراعي المستوى الثقافي للمشاهد (3) ، ويشارك في مادة الإنتاج الثقافي طائفة من مختلف الاختصاصات والمهن (السياسة والمؤرخون ، الكتاب والفنانون والمخرجون ، الفلاسفة والسينمائيون ، علماء الاجتماع والنفس و الاقتصاد والحقوقيون و الصحافيون ونقاد الفن ... وغيرهم). (4)

إن حصر الاتجاه الوظيفي الذي يجب إبرازه هو ما يتعلق بالتعميم العلمي الموجه للجماهير للموازنة بين التطور التكنولوجي والمستوى الثقافي السائد في المجتمع ، بحيث بإمكان التلفزيون أن يملأ فضاءات فكرية متنوعة ، مثل: الإسهام في محو الأمية، والتنشئة الفكرية والمعرفية ، شرط أن يتم الاعتماد على برامج هادفة و متميزة . (5)

والثقيف هو نشر الأعمال الثقافية والفنية بهدف المحافظة على التراث والتطوير الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد وإيقاظ خياله وإشباع حاجاته الجمالية وإطلاق قدرته على الإبداع (6) ، فلقد

(1) المرجع السابق ، ص 57.

(2) المرجع نفسه ، ص 56.

(3) عبد اللطيف حسين فرج - ماذا يريد التربويون من الإعلاميين- ، ج3 ، مكتبة التربية لدول الخليج ، 1984م ، ص 266.

(4) نصر الدين لعياضي- الإشكالية التلفزيونية بين الاسضاء الوظيفي و الاسضاء الثقافي- مجلة الإذاعات العربية ، ع1، اتحاد الإذاعات العربية ، تونس 2000م، ص 16.

(5) الأخضر إيدويج - ذكاء الإعلام في عصر المعلوماتية - ، مكتبة الرياض ، تونس 1999م ، ص 57.

(6) شون ماكبرايد و آخرون- أصوات متعددة و عالم واحد- الشركة الوطنية العالمية للنشر والتوزيع ، خريف 1981م ، ص 52.

ثبت في علم الاجتماع وعلم النفس أن التثقيف له أثره الكبير في تشكيل الاتجاهات النفسية للرأي العام . (1)

ويحصل الناس على التثقيف بشكل عفوي غير مقصود ، أو بشكل مقصود ضمن إطار من التخطيط والتنسيق المسبق : أما التثقيف العفوي (العارض) فهو ما يحصل نتيجة العرض العشوائي غير المخطط له بهدف التوجه إلى جماعة معينة من الناس ، فيتعرفون منها على أشياء تزيد ثقافتهم وتثري معلوماتهم العامة (2) ، أو كأن يشاهد برنامجاً ترفيهياً في التلفزيون ، عن قصة وقعت حوادثها في القرون الوسطى فيتمتع بالبرنامج ، ويعرف منه في نفس الوقت شكل ملابس القرون الوسطى وآلاته الموسيقية (3) ، وتزيد فرصة هذا التعليم العارض كلما كان محتوى المادة الإعلامية جديداً غير مألوف أو معروض بوجهة نظر جديدة ، كما تتدخل حاجات الفرد الشخصية فيما يتعلمه تعلماً عارضاً من وسائل الإعلام وفي مقداره ، لأنها تدفعه إلى الاهتمام بما يسد هذه الحاجات . (4)

أما التثقيف المخطط فهو عبارة عن مجموعة من المعلومات التي تعرض من خلال برنامج تلفزيوني يهدف لخدمة مبدأ أو معتقد معين أو رأي أو فكرة تتبناها جهة محددة ، وتكون في غالب الأحيان معدة لها بشكل جيد مثل التعليم الأكاديمي المخصص لفئة معينة من الناس ، بالإضافة إلى ذلك تدخل في باب التثقيف المخطط المعلومات والتراث التي تفيد جماعات متخصصة من الناس مثل : المزارعين أو الطلبة في حقول تخصصاتهم المختلفة ؛ كل هذه الأساليب تقوم بدور المثقف الموجه أي المتخصص في حقل من الحقول أو مجال من المجالات الثقافية الهادفة . (5)

* الوظيفة التربوية التعليمية

يعدّ التلفزيون وسيلة تربوية وتعليمية قائمة بذاتها ، حيث أنه أظهر قدرة وفعالية فائقة في تكوين الاتجاهات وتعليم مواد الدراسة ، وتلقين المهارات المختلفة في تدريب المعلمين ونقل المعارف

(1) عززي عبد الرحمان وآخرون - عالم الاتصال - ، سلسلة الدراسات الإعلامية ، الجزائر 1992م ، ص 52 .

(2) محمود عبد الحليم منسي - التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهق - ، ص 16 .

(3) فتح الباب عبد الحليم ، إبراهيم ميخائيل حفظ الله - وسائل تعليم و الإعلان - ، عالم الكتب ، القاهرة . ص 70 .

(4) المرجع نفسه ، الصمحة نفسها .

(5) محمود عبد الحليم منسي - التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهق - ، ص 16 .

للتلاميذ ، فهو كذا يدعم المنهاج المدرسي بما يعرضه من تجارب علمية ، وهو وسيلة ناجحة في نقل وتعليم معارف أخرى شتى .⁽¹⁾

لقد حظيت الوظيفة التربوية بأهمية بالغة من خلال وسائل الإعلام السمعية البصرية ، وذلك بفضل التقنيات التي لم تعد كوسيلة مساعدة للتعليم فقط بل صارت مع الصحافة الأدوات الضرورية للتربية الشاملة والدائمة ، إذ أصبح الإعلام قطاعا أساسيا في التربية⁽²⁾ ، وخاصة التلفزيون من خلال ما صار يسمى بالتربية اللامدرسية .⁽³⁾

كما تحاول البرامج التعليمية التي تتخذ موضوعات اجتماعية مرغوبة أن تعلم سلوكيات محمودة : مثل المشاركة والتعاون وضبط النفس واحترام الآخرين ، حيث يركز مضمون تلك البرامج على كل من الصور الذهنية الإيجابية عن الذات والتفاعل الإيجابي غير المشوب بالتهديد أو الضغط ، كما يهتم بدرجة كبيرة بالبيئة الاجتماعية المشجعة على ذلك ، ويؤكد الخبراء على وجود علاقة ترابطية بين التعليم المدرسي والتعليم خارج المدرسة ، بحيث يتاح للأفراد إمكانية تجديد معارفهم ومهاراتهم واكتساب معارف ومهارات جديدة .⁽⁴⁾

كثير من البرامج نخدم المقرر والأبحاث والمواد الدراسية والتعليمية في المراحل التعليمية المختلفة ، وتكون مثل هذه البرامج مخططة ضمن التنسيق المنهجي ، ويقوم على إعدادها تربويون متخصصون ، وتعرض ضمن فترات زمنية تتيح لطلاب المدارس أو المعاهد أو الجامعات مشاهدتها في أوقات محددة ، فهناك برامج تحوي في مضمونها مواد علمية تدخل في باب تعزيز ما ورد في مناهج التعليم في مراحل معينة ، ويستفيد منها الطلبة بشكل غير مقصود ، لأنها برامج عامة وليست مقصودة بذاتها لأغراض التربية والتعليم ، وقد يحتوي العرض الإعلامي باختلاف مضامينه وأساليبه أهدافا تتضمن أنماطا سلوكية ، وإرشادات مباشرة أو غير مباشرة يفيد منها طلبة المدارس ، والجدير بالذكر أنه مع التطور الإعلامي في مجال التلفزيون صار هناك العديد من القنوات التعليمية المتخصصة⁽⁵⁾ ، كما أن اليابان تعتبر من أوائل البلدان التي استخدمت التلفزيون

(1) إبراهيم إمام - الإعلام والاتصال بالجمهورية - ط2، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة 1975م، ص 26.

(2) عزّي عبد الرحمن وآخرون ، مرجع سابق ، ص 56.

(3) محمد عبد العليم مرسى ، مرجع سابق ، ص 106 .

(4) المرجع نفسه ، ص 115 .

(5) محمود عبد الحليم منسي ، مرجع سابق ، ص 19 .

كوسيلة تعليمية وذلك عام 1951⁽¹⁾ ، ويمكن رصد قواعد التلفزيون في الجانب التربوي والتعليمي من خلال النقاط التالية :

- تنمية القدرات المعرفية عن طريق البرامج الحية والجذابة : يقدم التلفزيون للناشئة الكثير من ألوان العلم والمعرفة في شتى فروعها⁽²⁾ ؛ من برامج وأخبار ومعلومات تمثل بديلا مناسباً للخبرات والتجارب الفردية والجماعية خاصة إذا امتازت المواد المعروضة بعناصر الترويح والتشويق مثل الألوان⁽³⁾ ، و التي تزيد من انتباه المتبوع وتحافظ على رغبته في مواصلة التلقي ، فالمعروف أن تنوع وسائل الإيضاح يمكن أن يسهل عملية الفهم والاستيعاب و يبعد أي شعور بالملل .

- التحفيز على التفكير واستثارة الخيال : ييسر التلفزيون بسبب جمعه بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية الاستيعاب من خلال قدرته على تحويل المجردات إلى محسوسات ، إذ يبرز حياة الشخصيات التاريخية القديمة بأسلوب جذاب يشعر الطالب وكأنه أمام مشاهد حية .⁽⁴⁾

- رفع مستوى التعليم ودعم المناهج التربوي : تعتبر الخاصية التي يمتلكها التلفزيون في جذب مشاهديه لفترة طويلة من أكثر العناصر أهمية ، وخاصة في أيام العطل الصيفية والإجازات خلال العام الدراسي ، مما يجعله يشكل مدعماً تربوياً للمدرسة يعين الطلبة على اكتساب المهارات والمعارف والعلوم والسلوك⁽⁵⁾ ، كما يعمل على تدعيم المناهج الدراسية بما يعرضه من تجارب علمية وتعليم اللغة والجمع بين صوت الكلمة وصورة حروفها المفوظة ، وهو وسيلة ناجحة في الدراسات التاريخية والجغرافية ، حيث يوضح الأحداث التاريخية بوسائله التي تعتمد على الإضاءة والديكور والملابس والحوار...⁽⁶⁾ ، هذا عدى عن الأسلوب المباشر في اتخاذ البرامج التعليمية كإداة إعلامية هامة يمكن إدراجها ضمن الشبكة البرمجية للتلفزيون .

كما يستطيع التلفزيون أن يوضح بعض الظواهر الطبيعية ومراحل تطورها وما يترتب عليها من نتائج ، كفيضانات الأنهار وحدوث الزلازل والبراكين وظاهرة المد والجزر ، بحيث يكون التلميذ

(1) محمد كامل عبد الصمد ، مرجع سابق ، ص 11 .

(2) محمد عبد العليم مرسى ، مرجع سابق ، ص 107 .

(3) عبد الفتاح أبو المعال ، مرجع سابق ، ص 43 .

(4) المرجع نفسه ، ص 71 .

(5) عبد الفتاح أبو المعال ، مرجع سابق ، ص 43 .

(6) إبراهيم إمام - الإعلام والاتصال بالجمهورية - ، ص 26 .

قادرا على تتبّع هذه الظواهر بالعين المجردة عن طريق الخبرة المباشرة⁽¹⁾ ، ويمكن الإشارة في هذا السياق إلى أنّ درجة الاهتمام بالمادّة التعليميّة متعلّق بمدى توافق مضمون ما يقدّم مع البرامج التعليميّة المقرّرة في المدارس ، لأنّ ذلك سيوفّر للطّلبة دروس تقوية مجانيّة ، خاصّة إذا كان ذلك تحت إشراف مجموعة من الأساتذة و المعلمين المؤهلين لهذا العمل ، ومن هنا يمكن القول أنّ التلفزيون أصبح مساعدا هاماّ لمؤسسات التربية والتعليم في المجتمعات ، ولم يعد مجرد ملحق هامشي يعمل في دائرة المجالات الترفيهيّة أو الإعلاميّة.

* الوظيفة الاجتماعيّة والتفسيّة

يعتبر التلفزيون أحد المؤسسات المحيطة بالفرد ، حيث يتفق علماء الاجتماع وعلماء النفس الاجتماعي على أنّ التلفزيون يلعب دورا مهماّ وأساسياّ ويقوم بوظائف اجتماعيّة ونفسيّة متعدّدة⁽³⁾ ، فقد بات استخدامه يمسّ جميع ميادين الحياة الاجتماعيّة ، وأصبح نظاما كما يقول ماكلوهان : « يقلب الأوضاع الثقافيّة والاجتماعيّة والخلقيّة والجماليّة والسياسيّة قلبا شاملا لا مجال إلى نكرانه »⁽⁴⁾ ، ومن أهمّ الوظائف التي يقوم بها في هذا المجال " التنشئة الاجتماعيّة " وهي عمليّة تعلّم وتعليم وتربية ، تقوم على أساس من التفاعل الاجتماعي بهدف اكتساب الشّخص سلوكا واتجاهات تتناسب والأدوار الاجتماعيّة بما يمكنه من مسايرة جماعته ، وبما يتحقّق التوافق الاجتماعي معها ويسهّل الاندماج في الحياة الاجتماعيّة⁽⁵⁾ ، ومن أهمّ الأساليب التي يستخدمها التلفزيون في التنشئة الاجتماعيّة :

- التكرار : عن طريق تكرار أنواع معيّنة من العلاقات والشخصيّات والأفكار والصّور ، كما يحدث في القصص المصوّرة .
- الجهاديّة : ذلك بتنوع الأساليب المستخدمة لإيصال الفكرة .
- الدّعوة إلى المشاركة : وذلك بالدّعوة إلى المشاركة الفعلية أو المشاركة عن طريق الكتابة أو الرّسم لإبداء رأي أو الكتابة عن موضوع معيّن .

(1) ياسين الخطيب و آخرون ، مرجع سابق ، ص 71.

(2) المرجع نفسه ، ص 44.

(3) عبد الحميد حمفري - التلفزيون الجزائري واقع و آفاق - ، المؤسسة الوطنيّة للكتاب، الجزائر 1985، ص 23.

(4) المرجع السابق ، ص 44-45.

- عرض التماذج : قد تكون بعرض شخصية فيها سلوك معين (شخص يشغل مكانة اجتماعية معينة مثلا) (1) ، و تقديمه للجمهور في إطار مبرمج من زوايا عديدة و تفاصيل مهمة .
و قد وصف التلفزيون بأنه مدعم للعلاقات الاجتماعية منذ ظهوره ، فهو عدى عن كونه يعرفنا بشخصيات جديدة في المجتمع فقد استطاع منذ زمن أن يجمع الأسرة الواحدة أثناء متابعة برامجه ، و هذا مما يزيد من التماسك و الترابط الاجتماعي، ويتم ذلك بواسطة اعتمادها على أسلوب تقلم الأخبار الاجتماعية للناس أفرادا أو جماعات أو عن طريق التعريف بالمؤسسات الاجتماعية والهيات الثقافية والرياضية والعلمية مثل الجمعيات والنوادي والجامعات والمعاهد (2).
ويستهدف التلفزيون كجهاز إعلامي فهم ما يحيط بالأفراد من المظاهر والأحداث ، والحصول على معلومات جديدة ربما تساعدهم في اتخاذ القرار والتعرف بشكل مقبول اجتماعيا وتعلم المهارات الجديدة (3) ، ثم إن عملية اكتساب المواقف والمهارات العلمية مستمرة ، وهي إلى حد بعيد غير إرادية وتضم كلاً من الإحساس الباطني والإدراك الذهني ، كما يشمل التعلم عن طريق مطابقة النفس والتقليد ، ومن هذا الطريق يكتسب المشاهد مبادئ وقيما وسلوكات جديدة تضاف إلى مبادئه وقيمه وسلوكاته السابقة (4) ، فالتحليل الشعوري الذي يحدثه التلفزيون في هذا الإطار في نظرة المشاهد إلى القيم والمبادئ والممارسات ، لا يحدث في برهة زمنية قصيرة دائما من خلال تراكم التأثيرات وتكرار الآراء والممارسات من برنامج إلى آخر (5).

(1) تحليل عبد الرحمن المعاينة - علم النفس الاجتماعي - ، دار الفكر للطباعة و النشر والتوزيع، عمان - الأردن 2000م ، ص 82 .

(2) عبد الفتاح أبو المعال ، مرجع سابق ، ص 16 .

(3) محمد معوض ، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، ص 115 .

(4) هيلد . هيملوات و آخرون - التلفزيون والطفل : دراسة تجريبية لأثر التلفزيون على التث - مؤسسة سحر العرب، ج 2 ، القاهرة 1967م ، ص 414 .

(5) المرجع نفسه، ص 414 .

* الوظيفة التجارية

أصبحت كبريات الشركات التلفزيونية تتسابق في صناعة المتعة والتسلية⁽¹⁾ ، حتى تحوّلت هذه الأخيرة إلى عالم من المتعة والانشراح والحيوية واللذة الحسية⁽²⁾ ، وقد أصبحت هذه الخصائص عبارة عن تجارة يشكّل الربح قانونها الأساسي والذي يعتمد على الإعلانات سواءً مساعية كانت أم تجارية أم سياسية طالما أنّ الهدف هو كسب المشاهد المستهلك⁽³⁾ ، و يأخذ ربح المؤسسة الإعلامية شكلين : الربح المباشر من خلال بيع السلعة الإعلامية و هي عبر أو برنامج ... إلى مؤسسات إعلامية أخرى ، أو بيعها إلى المستهلك مباشرة عندما تكون السلعة صحيفة أو شريط فيديو أو غير ذلك من السلع الممكن اقتناؤها ، و قد شهد تاريخ وكالات الأنباء صراعاً شديداً حول احتكار الأسواق في القرن التاسع عشر واستمرّ بحدة حتى الحرب العالمية الثانية ، كما تتصارع الوكالات حالياً على الخير الأسرع ، أما الشكل الثاني لربح المؤسسة الإعلامية فيتمثل في الربح غير المباشر و هو الربح الأكثر جدوى من الربح المباشر في عمل المؤسسات الإعلامية ، و الذي يظهر في الإعلان بشكل أساسي ، حيث صرّحت شركة " بوليز " للبحوث بذلك حين قالت : « إن تسليم الجمهور للمعلن هو المهمة الأساسية لأيّة وسيلة إعلامية » ، و يشمل الربح غير المباشر على جانبين :

- التسويق لمنتجات الشركات الاقتصادية والصناعية والزراعية والسياحية... الخ...

- التسويق لأجهزة الالتقاط الأكثر تطوراً والحث على اقتناء كلّ جديد .⁽³⁾

ويقوم التلفزيون بدور فعال وحيوي في هذا المجال من خلال تشكيل الأنماط الاستهلاكية⁽⁴⁾ ، وبذلك يخدم الناس على اختلاف فئاتهم ، خصوصاً عندما يكون الإعلان عن ألوان من البضاعة تمهّمهم حتى يعرفوا من خلاله مصدرها وأماكن بيعها ومجالات استعمالها ، فيقبل كلّ فرد من أفراد

¹ تحالفت شركتا CNN و WARNER لتأسيس أكبر شركة تلفزيونية عالمية للتسلية برأسمال قدره سبعة مليارات ونصف مليار دولار ، قيمة هذا التحالف هو كونه يُرسي نموذجاً له قوة جذب كبيرة ، و بالتالي قدرة ثنائية عالية ، وهو ما يدفع الآخرين إلى مجارته بمقادير متفاوتة . (مصطفى حجازي ، مرجع سابق ، ص 19)

(1) المرجع نفسه ، ص 59 .

(2) بورتسكي ، مرجع سابق ، ص 19 .

(3) فارس إشتي - الإعلام العالمي : مؤسسته ، طريقة عمله وقضاياه - ، دار أمواج ، بيروت 1996 م ، ص 98-99 .

(4) عواطف عبد الرحمن - قضايا التبعية الإعلامية والتأقية في العالم الثالث - ، ط 2 ، دار الفكر العربي . نقاهة 1987 م .

الاجتماع على هذه البضاعة حسب الحاجة إليها⁽¹⁾ ، والإعلان ما هو في جوهره إلا رسالة ولو أنها رسالة مدفوعة ، وإذا كان رسالة فهو إما أن يكون أخباراً أو معلومات أو ترفيه أو الثلاثة مجتمعة ، ومن ثم فإن رغبة المشاهد أو القارئ في الرسالة الإعلانية ترتبط بمجاذبه للمنتج والمعلومات أو في القيمة الترفيهية للإعلان نفسه أو في التقدم المترن للمحتوى⁽²⁾ .

ويهتم المعلنون برسالة البرنامج الذي يشرفون عليه لأنهم مرتبطون بها تماماً في نظر الجمهور ، ومع ذلك فإنها تعد مسألة ذات دلالة إذ يهتم المعلنون بصفة أساسية بتأثير رسالة البرنامج على إنتاجهم وليس بتأثير إنتاجهم التجاري على البرنامج⁽³⁾ ، وبناء على ذلك برزت للإعلان وظيفتين بالإضافة إلى ترويج السلعة أو التجارة :

الوظيفة الأولى تعليم الجماهير : بمعنى أنها تضيف إلى حصيلتهم في المعرفة أو تعدل من اتجاهاتهم القائمة ، فالإعلان عن الصابون المبشور مثلاً قد يشمل بعض الحقائق عن تاريخ هذا النوع من الصابون وتطور صناعته ، لكن لن يغيب عن بالنا أن بعض الهيئات التجارية تحيد عن جانب الحق فتضلل الجمهور سعياً وراء استمالته لشراء سلعها ، لذلك تجتهد الحكومات في سن القوانين التي تحكم الإعلان حتى لا يضلل الجمهور ، ويحدث أحياناً أن تتحايل الهيئات التجارية على هذه القوانين فتخرج مادتها الإعلانية مطابقة للقوانين ولكنها مضللة للجمهور غير الواعي ، لذلك فإن تنمية قدرة الناس على التفكير والتقد يحد من أضرار هذا التحايل⁽⁴⁾ .

الوظيفة الثانية خفض تكاليف الوسيلة الإعلامية (التلفزيون) على الجمهور : وتتضح هذه الحقيقة أيضاً من خلال دراسة التلفزيون التجاري في أمريكا مثلاً ، حيث تمده الهيئات التجارية دور الإرسال التلفزيوني الذي يغطي مصروفاتها ويحقق لها ربحاً كبيراً ، وذلك مقابل رسوم حيازة أجهزة الاستقبال التلفزيونية⁽⁵⁾ .

(1) محمود عبد الحلیم منسي ، مرجع سابق ، ص 16 .

(2) جون ميرل ، والف لونشطين ، مرجع سابق ، ص 123 .

(3) المرجع نفسه ، ص 127 .

(4) فتح الباب عبد الحلیم ، إبراهيم ميخائيل حفظ الله ، مرجع سابق ، ص 78 .

(5) المرجع نفسه ، الصفحة نفسها .

* الوظيفة الترفيحية

إن هذه الوظيفة لا تقل أهمية عن سابقتها لأنها تشاركها في غاياتها ، وهي وظيفة تثقيفية وتعليمية وتربوية وإعلامية في آن واحد ولكن في قالب طريف ومستر وغير مباشر ، فليس صحيحا أن مواد الترفيه لا تنطوي على أية قيمة اجتماعية أو سياسية أو ثقافية أو تربوية أو تعليمية (1) ، إذ كل ما يقدمه التلفزيون هو في الأساس استعراض وترفيه لأن الأمر كله يتلخص في الصور الجذابة ، وهي ذات الصور التي يشاهدها المشاهدون ويحتفظون بما رغم أنها في بعض الأحيان تكون خالية من أي معنى . (2)

ويقدم التلفزيون للمشاهدين الكثير من برامج التسلية والترفيه بل أنه يتفوق على غيره من وسائل الاتصال الجماهيرية في هذا النوع من البرامج ، حيث يشتمل على برامج الترفيه والمسرحيات الجادة ، والكوميديا ، والمسلسلات التي تعالج المشكلات الاجتماعية المختلفة ، وبرامج المسابقات والعروض وأفلام الرسوم المتحركة وغيرها (3) ، وتعتبر صناعة الترفيه ذات أهمية بالغة للبلاد المتقدمة بوجه خاص (4) ، إذ تخرج الفرد من بوثقة الصراعات الداخلية وتخفف من قدر المشاكل الخارجية التي تعترضه في حياته اليومية . (5)

ويرى كثير من المفكرين أن المادة الإعلامية الترفيحية يجب أن تضرب عصفورين بحجر واحد ، ترفقه عن الجمهور وفي نفس الوقت تؤثر عليه في اتجاه فلسفة مرسومة للمجتمع ، ويطلق على هذا النوع من الترفيه " الترفيه الموجه " ، حيث يستغل رغبة الناس في قضاء وقت طيب لتقدم مبادئ واتجاهات مرغوبة ودائمة في المادة الترفيحية ، ويتجه بعض العلماء إلى تسمية ما هو غير ذلك من منتجات الأفلام في مجال الترفيه بالترفيه غير الموجه ، إلا أن هذا النوع الأخير من التوجيه يحمل أيضا بين طياته توجيهها للجمهور غير مقصود ، فلو فرضنا أن فنانا أخرج برنامجا تلفزيونيا مجرد الترفيه عن الجمهور فالمادة المستخدمة في هذا البرنامج مستقاة عادة من المجتمع الذي يعيش فيه الفنان ، وعلى ذلك تعمل الطريقة التي تعرض بها هذه المادة على تثبيت القيم القائمة

(1) رحمة عساني - دور التلفزيون في نشر العنف والجريمة - ، رسالة ماجستير غير منشورة ، معهد علوم الإعلام والاتصال ، جامعة عثانة 1999م - 2000م ، ص 36.

(2) نصر الدين لياضي - التلفزيون دراسات وتجارب - دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، الأبيار - الجزائر ، ص 129.

(3) رنجي مصطفى عليان ، محمد عبد الذبس ، مرجع سابق ، ص 184.

(4) محمد معوض - المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني - ، ص 100.

(5) إبراهيم إمام - الإعلام والاتصال بالجماهير ، ص 26.

أو تعديلها أو السّحرية منها ، ويتطلب تحقيق ذلك من الناس نظرة ثاقبة ومهارة فائقة في أسلوب وسيلة الإعلام التي يستخدمها (1) ، ومن الترفيه غير الموجه منتجات إعلامية تقصد الترفيه الخالص ، ولكنها رخيصة في مادتها الترفيهية وفي إخراجها وهي ما تسميته " بالترفيه الطائش " ، وهي وإن كانت تبدو بغير هدف من التوجيه المقصود أو غير المقصود إلا أنها تؤثر في الناس باتجاه ما ، وغالبا ما تهدف المادة الإعلامية في الترفيه الطائش إلى مجرد الإثارة والإثارة فقط ، فتزع الضحكات محركات فجة يأتيها الممثلون أو بكلمات بذيئة أو برقصات خليعة ، وبإثارة الخوف أو الرعب بتعميد المواقف أكثر مما يحتاج الموقف الدرامي ، وغير ذلك من وسائل الإثارة الرخيصة . (2)

وتشير البحوث والدراسات أنّ التلفزيون يعتبر عاملا من عوامل التسلية والترفيه لغالبية المشاهدين ، كما توضّح وتقرّر لنا البحوث التطبيقية أنّ البرامج وال فقرات الترفيهية تستأثر بما يزيد عن 82% من مجموع الساعات التي يقضيها المشاهدون في متابعة برامج التلفزيون ، فالبرامج الترفيهية بشكل عام تأخذ النسبة الكبرى من اهتمام المشاهدين . (3)

ثانيا: البث التلفزيوني بواسطة الأقمار الصناعية

إنّ الحديث عن آليات البث التلفزيوني الفضائي لا يمكن أن يتعدى نطاق ثلاث أدوات رئيسية تتمحور حولها هذه الخدمة الاتصالية هي : التلفزيون كجهاز للاستقبال ، و الأقمار الصناعية كأدوات للبث ، و القنوات الفضائية كظاهرة اتصالية ناتجة عن التطورات الحاصلة في مجال الاتصالات الفضائية وتقنياتها . (4)

فأمّا التلفزيون فقد سبق الحديث عنه ، و بقي التطرق لكلّ من الأقمار الصناعية و القنوات الفضائية لتكتمل بذلك سلسلة البث الفضائي التلفزيوني .

(1) الأخصر إيديروج ، مرجع سابق ، ص 59 .

(2) فتح الباب عبد الحليم، إبراهيم ميخائيل حفظ الله ، مرجع سابق ، ص 16 .

(3) رجي مصطفى عليان، محمد عبد الدّيس ، مرجع سابق ، ص 184 .

(4) محمد شطّاح ، مرجع سابق ، ص 10 .

I - الأقمار الصناعيّة

مع تقدّم استخدام التّلفزيون في إطلاق القنابل و الصّواريخ إلى أهدافها بمساعدة الرّادار والتقاط صور الأهداف و تسجيلها ، ظهرت الإمكانيّات الضّخمة للإرسال التّلفزيوني الذي لم تكن تعرفه سوى حدود المسافات ، و في سنة 1935 تبنّى سكروجي **MG . Scroggie** في كتابه " التّلفزيون " بإمكان إطلاق توابع أرضيّة ، تدور حول الأرض بسرعة مساوية لسرعتها ، و بذلك تبدو كما لو كانت ثابتة ، و يكفي ثلاثة من هذه التوابع لتغطية الكرة الأرضيّة بأكملها ، و الواقع أن موضوع مركبات الفضاء قد ألهب خيال الكتاب و الصّحفيّين و مؤلّفي كتب القصص العلميّة منذ أيام جون فيرن **Jules vernes** و هـ . ج ويلز **H.G.Wells** و غيرهما ، حيث كان موضوعا محبّبا للقراء ، و لذلك قبل رئيس تحرير عالم لاسلكي **wireless word** مقالا لأحد الصّحفيّين العلميّين يدعى آرثر كلارك **A . clarke** نشره سنة 1945 ، و جاء في المقال أنّه من الممكن إطلاق سلسلة من مركبات الفضاء التي تتخلّق خارج نطاق الأرض و تدور حولها ، و تعمل كمحطات لتحويل الاتّصالات التّلفزيونيّة و التّلفرافيّة و التّلفونيّة ، و اقترح أن يربط شخصان في كلّ مركبة لصيانتها و إدارتها و إصلاح أجهزتها ، ثم أضاف قائلا أنّ هذه المركبات تدور على ارتفاع 223000 ميل في مدار استوائي حول الكرة الأرضيّة و بذلك تبدو كما لو كانت ثابتة ، كما أنّها تؤمّن نقاطا للإرسال و الاستقبال و توفّر تغطية كاملة لجميع أجزاء الكرة الأرضيّة فيما عدا بعض المناطق القطبيّة المتطرّفة ، و يرى كلارك أنّه يمكن تحقيق ذلك عمليّا بفضل التّقدم في علوم الصّواريخ .⁽¹⁾

و لم يمضي أكثر من عشرين عاما حتى كانت تصوّرات كلارك حقيقيّة واقعيّة ، فقد انطلق عصر الفضاء بقوة في الرّابع من تشرين الأوّل أكتوبر عام 1957 ، حين أطلق الاتّحاد السّوفيتي (سابقا) " سبوتنيك " ، أوّل قمر صناعي في العالم يدور حول الأرض في الفضاء ، و كان هذا الإنجاز تحديا لأمريكا و تهديدا لأمنها القومي ، لذلك لجأت الولايات المتّحدة الأمريكيّة إلى التفكير في إنشاء سلسلة من الأقمار الصناعيّة التجاريّة الخاصّة بالاتّصالات لاستخدامها على النطاق الدّولي اعتبارا من عام 1962 ، إذ قامت شركة التّلفونات و التّلفراف - بالتعاون مع

(1) إبراهيم إمام - الإعلام الإذاعي و التّلفزيوني - ، در الفكر العربي ، القاهرة ، ص 103.

وكالة الفضاء الأمريكية (ناسا) - بإطلاق أول قمر صناعي تجاري في العاشر من تموز (يوليو) 1962 يحمل اسم تليستار- I (telestar - 1) .⁽¹⁾

و بالإضافة إلى الاتحاد السوفيتي و الولايات المتحدة الأمريكية راحت كل من فرنسا و إنجلترا و ألمانيا الغربية (سابقا) و الصين تعمل في هذا المجال رغم إمكانياتها المحدودة ، و هذا ما أعطى الفكرة بإنشاء تعاونيات لهذا الغرض ، يتم من خلالها تقديم اشتراكات بميزات معينة في مشروع فضائي واحد ، وقد حقق تعاون كل من : إنجلترا ، فرنسا ، ألمانيا الغربية ، إيطاليا ، السويد ، بلجيكا ، هولندا ، سويسرا ، الدانمارك ، إسبانيا ، أستراليا ، إنتاج الصاروخ الفضائي أوروبا **Europa** الذي حمل القمر الصناعي إيسرو **Esro** ، و على غرار هذا تعاونت ألمانيا الشرقية (سابقا) ، بلغاريا ، المجر ، بولندا ، رومانيا ، مع الاتحاد السوفيتي لإنتاج القمر الصناعي أنتروكوسموز **Intercosmos** ، ليتوالى بعد ذلك ظهور الشبكات فكانت هناك : الشبكة الكندية و الشبكة الهندية و شبكة جنوب إفريقيا و أخيرا الشبكة المصرية للاتصالات الفضائية .⁽²⁾

أ- أنواع الأقمار الصناعية

تنقسم الأقمار الصناعية من حيث المدار إلى نوعين :

- أقمار غير ثابتة : و تأخذ مساراً بيضوياً حول الأرض على مسافة قريبة نسبياً ، وهي غير ثابتة كونها تبعد و تقترب من سطح الأرض ، فالقمر الصناعي سكور **score** الذي أطلقته الو.م.أ. عام 1958 على مداره يتوضع على مسافة تتراوح ما بين 190 و 1006 كلم .

- أقمار ثابتة (بالتسبة للمشاهد الأرضي) : وهي التي تأخذ مداراً على مستوى خط الاستواء ، و تبعد عن سطح الأرض بـ 3600 كلم ، و يطلق على هذا المجال اسم

Orbit Géostationnaire .⁽³⁾

أما من حيث الوظيفة الاتصالية ، فالأقمار الصناعية نوعان أيضا :

⁽¹⁾ إياد شاكر البكري ، مرجع سابق ، ص 19 .

⁽²⁾ نصر بوعلوي ، مرجع سابق ، ص 65-66 .

⁽³⁾ محمد شطاح ، مرجع سابق ، ص 15 .

- أقمار صناعية سلبية **Negative satellites** : وهي عبارة عن بالون كبير ذو سطح معدن يقوم بعكس الإشارات المرسله و إعادتها إلى الأرض مرة أخرى ، و من أمثلة هذا النوع القمر الصناعي كوريير **Courrier** الذي أطلق عام 1960 ، و القمر الصناعي أيكو -1 (**Echo 1**) الذي أطلق عام 1964 و استمر حتى عام 1980 ، قبل أن يلحق بالقمر إيكو -2 (**Echo-2**) من أجل أن يربط أمريكا بالاتحاد السوفيتي (سابقا) عبر إنجلترا .⁽¹⁾

- أقمار صناعية موجبة **Active satellite** : و تحتوي على أجهزة استقبال و إرسال و تسجيل و كل ما يحتاجه العمل الإذاعي و التلفزيوني ، وهي بحاجة إلى طاقة تشغيل تستمدّها من مجموعة البطاريات الشمسية الموجودة على سطحها ، و من هذا النوع هناك : قمر تليستار-1 (**telestar -1**) و تليستار-2 (**telestar -2**) و أقمار ريلي **Relay** .⁽²⁾

ب- المحطات الأرضية

كانت أقمار الاتصال التي وضعت في بداية الخدمة في الستينات ضعيفة القدرة ، حيث لم تكن تتجاوز طاقتها 20 - 50 واط ، و على هذا كانت الإشارة من القمر الصناعي إلى الأرض لا تلتقط إلا إذا توقّرت محطات استقبال أرضية مجهزة بموائيات ضخمة جدًا قطرها عدّة أمتار ، مما يعني تكلفة باهظة ، و قد ربطت محطات الاستقبال الأرضية الإشارة عن طريق شبكات سلكية أو عن طريق روابط هرتزية متمثلة في موجات موجهة نحو الاتجاهات المطلوبة ، لقد مثلت مرحلة المحطات الأرضية الجيل الأول من أقمار الاتصالات عن بعد و الذي اصطلح عليه بالاتصال نقطة بنقطة ، حيث يتم تبادل الصور بين مؤسسات التلفزيون عن طريق شبكة من الأسلاك⁽³⁾ ، و تسمى الأقمار في هذه الحالة بأقمار التوزيع ، إذ من خلال المحطة الأرضية تصل المواد - و التي تقوم بتوزيع الإشارات التلفزيونية - إلى أماكن واسعة بتكلفة أقل ، مما يجعل هذا النظام يعتمد على محطات صغيرة متنقلة تقوم بتقديم الأحداث أينما وقعت و تبثها للقمر الذي يعيد الإشارة إلى

⁽¹⁾ إيهاد شاكر الهكري ، مرجع سابق ، ص 19 .

⁽²⁾ محمد نشاط ، مرجع سابق ، ص 20 .

⁽³⁾ Emmanuel Derieux et des autres - Media : introduction à la presse, la radio, et la télévision - , Deuxième édition, ellipses, édition Marketing S.A, paris 1999. p 113

المحطات الأرضية مرة أخرى ، و من أمثلة الشبكات التي تستخدم هذا النظام شبكة أقمار مولينا التي تغطي كل الاتحاد السوفيتي (سابقا) . (1)

كما أن هذا ما يؤخذ به في الكثير من البلدان من بينها الجزائر ، إذ من خلال المحطة الأرضية تصل المواد التلفزيونية ، فمثلا تُنقل مباراة في كرة القدم بإيطاليا عبر قنوات القمر الصناعي من خلال واطة صاعدة إلى القمر من خلال المحطة الأرضية المقامة في إيطاليا ، و في واطة هابطة من القمر إلى محطة " الأخرية " و منها إلى مبنى التلفزيون ، فإلى محطة الإرسال الرئيسية للتلفزيون أمام المشاهدين ، ووفقا لهذا الأسلوب لا بدّ من مرور الرسائل الإعلامية (برامج ، أفلام ، مقابلات رياضية) من خلال المحطة (الوسيط) ، التي تقوم هي و المسؤولون القائمون على التلفزيون الجزائري بعملية تصفية ، و بدور " حارس البوابة " الذي يسمح أو لا يسمح بمرور المادة الإعلامية . (2)

ج- البث المباشر عبر الأقمار الصناعية

إلى جانب البث من نقطة إلى نقطة يمكن أن تصل مواد التلفزيون من محطة أرضية عبر القمر الصناعي إلى شاشات التلفزيون مباشرة دون المرور بالمحطة " المصفاة " ، و بالتالي دون أي تدخل من قبل المسؤولين ، و هذا ما يطلق عليه اسم " البث المباشر " ، و تسمى الأقمار التي تقوم بهذه العملية بأقمار البث المباشر (3) ، و قد مثل هذا أهم التطورات في الاتصالات الفضائية ، حيث يتم استقبال البث التلفزيوني مباشرة دون المرور بالمحطات الأرضية ، و قد ثبت علميا أنه من الممكن أن يغذى القمر الصناعي بمفاعل ذري صغير يستطيع توليد طاقة كهربائية بقوة 60 كيلواط بدلا من البطاريات الشمسية الضعيفة المستخدمة حاليا ، و هنا يمكن للقمر الصناعي أن يخدم منطقة مساحتها 3 مليون ميل مربع (4) ، و في سنوات الثمانينات تم إطلاق أقمار صناعية بطاقة عالية تصل إلى حدود 200 واط في واقع سهل التقاط الإشارة منها باستخدام هوائيات صغيرة قطرها لا يتجاوز 60-90 سم ، أقل تكلفة و سهلة التثبيت على الأسقف ، هذه الأقمار هيئت خصيصا من أجل إرسال البرامج التلفزيونية مباشرة نحو مراكز المشاهدة دون المرور

(1) إتياد شاكركري ، مرجع سابق ، ص 20.

(2) محمد شطاح ، مرجع سابق ، ص 16.

(3) المرجع نفسه ، الصفحة نفسها .

(4) إبراهيم إمام- الإعلام الإذاعي و التلفزيوني ، ص 109.

محطات الاستقبال الوسيطة ، و قد تمّ إطلاق عدد كبير من أقمار البث المباشر سني 1988 و 1989 (TDF1, TDF2 بفرنسا ، TVA ألمانيا ...) ؛ لقد مثل الجيل الأول من أقمار البث المباشر انطلاقة أولى في عالم تكنولوجيا الفضاء الإعلامي ، و مع انخفاض سعر صحن الاستقبال تمّ تعويض الجيل الأول من أقمار البثّ بجيل ثانٍ خلال سنوات التسعينات ذات طاقة متوسطة القدرة كما هو الحال مع القمر الصناعي **Télécom 2** ، حيث كانت مثل هذه الأقمار أكثر ربحية لأنّ تكلفة استخدامها كانت منخفضة نظرا لتقسيمها على عدد كبير من الشركاء ⁽¹⁾ ، و ذلك بعدما أدرك الجميع فوائد الاستثمار في مجال تكنولوجيا الفضاء باقتحام الميدان من طرف رجال المال و كبار التجار و قادة السياسة و خبراء الحرب و رجال المخبرات ، ففي أواسط سنة 1962 اعتمد الكونغرس الأمريكي ميزانية قدرها 500 مليون دولار لبحوث تطوير أقمار الفضاء **NASA** ، بحيث تلعب هذه الأقمار دورا رئيسيا في خلق نظام عالمي يحقّق للولايات المتحدة مكاسب سياسية واقتصادية و عسكرية و دعائية في وقت واحد ⁽²⁾ ، و هكذا تدافعت الشركات لاستغلال إمكانيات الأقمار الصناعية لتدرّ عليها الأرباح الوفيرة ، فكانت في مقدّمة هذه الشركات الشركة الأمريكية للتلفون و التلغراف التي بدأت معاملها في إجراء البحوث حول إطلاق الأقمار النشطة لخدمة مصالحها التجارية . ⁽³⁾

و رغم هذا بقيت هناك عقبات كانت تشدّ أنظار المختصين و المهتمين بقطاع صناعة الأقمار الصناعية للبثّ التلفزيوني المباشر ، وهي الصعوبات التقنية و تكلفة أجهزة الاستقبال خاصة الهوائيات المقعّرة ، فلم يكن بوسع المستقبلين التقاط البرامج التلفزيونية بواسطة الأقمار الصناعية إلا بتوافر شروط أو ظروف مساعدة في مقدّمتها هوائي يزيد قطره عن 2م ، من هنا كانت عملية الاستقبال في البداية مقصورة على وضعيات معينة ، أو أماكن عمومية مثل دور السينما و قاعات الحفلات و المسارح ، و قد بلغ ثمن الهوائي في فرنسا أفريل 1985 حوالي 15000

⁽¹⁾ Emmanuel Derieux et des autres , Ibid , p113.

⁽²⁾ كان قرار الكونغرس نتيجة لدراسات كثيرة أثبتت زيادة معدّل الاتصالات الدولية بنسبة تتراوح بين 15 - 20 % سنويا ، بل إنّ نسبة الزيادة المتوقّعة في اتصالات التلكس تصل إلى 28 % سنويا ، كما ثبت أيضا أن الاتصالات الفضائية توفر خدمات أرخص و أكثر كفاءة ، و تخفّف الضمّط على الدبذبات العالية بمجالها المحدود ، فضلا عن أنّ الاتصالات الساتلية باهظة التكاليف و تحتاج إلى إمكانيات فنية غير متوقّرة في الدّول النامية (إبراهيم إمام ، الإعلام الإذاعي ، ص 104)

⁽²⁾ المرجع نفسه ، ص 104.

⁽³⁾ المرجع نفسه ، ص 105.

فرنك فرنسي ، و هو ما يعادل 120000 دينار جزائري بالإضافة إلى تكاليف الحمركة و التقل ، و هذا ليس في متناول جميع المستقبلين في فرنسا ولا حتى في الجزائر ، هذه الوضعية جعلت امتلاك الهوائيات المقرة في البداية وفقا على المؤسسات العامة و كذلك الفئات المسورة في ظلّ تنافس شركات صناعة التلفزيون و لواحقه ⁽¹⁾ ؛ و يكون استقبال الجمهور للإرسال المباشر على صنفين :

– الاستقبال الفردي : أي الإرسال الذي يبثه القمر الصناعي داخل منطقة خدمته و الذي يمكن التقاطه مباشرة .

– الاستقبال الجماعي : يلتقط الإرسال هوائي ، و يقوم نظام ما بتوزيع البرنامج على مجموعة مثل (عمارة سكنية ، مؤسسة ، فندق ...).

و تستخدم أقمار الإرسال المباشر للاتصالات بين نقطة و مجموعة نقاط لتغطية التراب الوطني ببرامج الإذاعة و التلفزيون ، ذلك أنها أجدى نفعاً واقتصاداً للبلدان ذات المساحات الكبيرة ، أو ذات الحواجز الجغرافية الطبيعية ، و بموجب نظام قمر البثّ المباشر فإنّ الدّول كافة و حتى الشركات التي تعقد اتفاقيات الامتيازات مع الدّول تمتلك القدرة على تنظيم البثّ المباشر إلى الجمهور في أنحاء العالم ، متجاوزاً حدود الدّول دون عرضه للتشريع ، إذ أنّ أقمار البثّ المباشر قادرة على التغطية الشاملة أو تغطية منطقة ما بشكل أوسع مما تغطيه أقمار الخدمة الثابتة ، لذلك فإنّ الأقمار المباشرة ذات فعالية أكبر في المناطق الوطنية و الإقليمية و نقل برامج الإذاعة و التلفزيون ⁽²⁾ ، و مع التطورات التكنولوجية أصبح من السهل تسلي البثّ المباشر لمختلف المناطق بوسائل رخيصة ، إذ تسعى الشركات الغربية و الأمريكية لجعل البثّ التلفزيوني المباشر عن طريق الهوائيات الاعتيادية للتلفزيون من دون الاستعانة بالأطباق الهوائية ، و هذا يعني أنّ البثّ المباشر سيكون دخوله للدّول إجبارياً مع سهولة استقباله من خلال القنوات التلفزيونية الاعتيادية . ⁽³⁾

(1) محمد شطّاح ، مرجع سابق ، ص 17 .

(2) إياد شاكر البكري ، مرجع سابق ، ص 22 .

(3) المرجع نفسه ، ص 23 .

د- القمر الصناعي العربي عربسات

تأسست المنظمة الدولية للاتصالات عبر الأقمار الصناعية الانتل سات Intel-Sat كهيئة عالمية على أساس تجاري لتوفير خدمات الاتصالات الدولية بشكل يتسم بالكفاءة ، و من دون تمييز بين مناطق العالم جميعا ، و جاءت فكرة إنشاء منظمة الانتلسات بعد أن أطلق الاتحاد السوفيتي (سابقا) " سبوتنيك " و تم بحث هذا الأمر في الكونغرس الأمريكي عام 1961 ، حيث أوصى بإنشاء نظام دولي للاتصالات الفضائية يخضع للولايات المتحدة و يعمل على إطلاق مجموعة من الأقمار الصناعية المتزامنة على شكل شبكة لتغطية الكرة الأرضية للأغراض التجارية ، و قد ظهرت بعدها العديد من المنظمات الدولية المعنية بتنظيم الاتصالات منها : يوتلسات و انترسبوتنيك و آسياسات... و غيرهم .⁽¹⁾

و إدراكا من جانب الدول العربية لأهمية مثل هذه الشبكات الاتصالية الفضائية بدأت فكرة مشروع شبكة القمر الصناعي العربي بتوجيه اتحده وزراء الإعلام العرب في اجتماع لهم عقد بتونس عام 1967 ، هادفين في ذلك إلى إنشاء شبكة فضاء عربية خاصة تخدم المصالح القومية و التجارية في الوطن العربي ، و قد ساعد إنشاء اتحاد الإذاعات العربية ASBU عام 1969 على إعطاء هذا المشروع دفعا جديدا إلى الأمام ، ففي عام 1972 دعا الاتحاد إلى عقد أول مؤتمر عربي للاتصالات الفضائية أكد فيه على استمرار الجهد في هذا المجال ، و قد جاء اجتماع وزراء المواصلات العرب في عام 1976 ليكمل خطوة أخرى في هذا المشروع ، فيقر إنشاء مؤسسة عربية للاتصالات الفضائية تعرف اليوم بمؤسسة عربسات ARAB SAT .⁽²⁾

و عند الحديث عن القمر الصناعي عربسات يجب الإشارة إلى أن هناك جيلين لهذه الشبكة : الجيل الأول يبدأ مع الإطلاق الأول في فبراير 1985 لعربسات-1 ، و في 17 يونيو من العام نفسه أطلق القمر الثاني عربسات-1 ب ، و به 25 قناة كلها صالحة للعمل (11 قناة لخدمة الهاتف الإقليمي ، و مثلها الخدمات المحلية ، و قناتان لنقل برامج التلفزيون و الجميع في الحيز الترددي " C " ، و قناة واحدة غزيرة الإشعاع وهي المسماة قناة التلفزيون الجماعي في الحيز الترددي " S ") ، و في 25 فبراير 1992 أطلق القمر الثالث من هذا الجيل عربسات-1 ج ،

(1) إباد شاكر البكري، مرجع سابق ، ص 43.

(2) محمد المقوسي - إمكانات و استخدامات الشبكة العربية للاتصالات الفضائية - ، منتدى الفكر العربي . عمان - الأردن

و الأقمار الثلاثة التي أطلقت تشكل الجيل الأول من أقمار عربسات المتزامنة ، و التي ترتفع عن سطح الأرض بمسافة تقارب 36000 كيلومتر ، و كان قد تم بناؤها من طرف شركة **Aerospatiale** الفرنسية في عام 1981 و كذلك بالنسبة لصيانتها ، و بلغت تكاليف إطلاق الأقمار الثلاثة 250 مليون دولار. (1)

أما الجيل الثاني ، فيشمل الأقمار التي تغطي الفترة من 1995 إلى 2007 مع مراجعة الاستخدامات الفعلية من ناحية الكَمّ و النوع و حجم الاستثمارات و تعزيز الجوانب التجارية للمشروع ، واهتمت مؤسسة عربسات بتجهيز الجيل الثاني لأقمارها بقدرة بث عالية من قنوات رفيعة المستوى ، مما يمنح المشاهد العربي آيا كان مكان تواجدة في الوطن العربي قدرة على استقبال بث القمر هوائيات أقل حجما مما عليه الآن ، و بالتالي التخفيض من تكاليف الاستقبال التي لم تكن في متناول الفرد العربي بسبب غلاء هوائيات التي يزيد قطرها عن 2م ، كما يسعى الجيل الثاني من أقمار عربسات إلى تفادي جوانب القصور في التجربة الأولى التي ظهرت في الجيل الأول و التي أكدت شيئين :

- التبعة الإعلامية المطلقة للبلدان الصناعية .

- فشل توظيف عربسات في خدمة أهداف الإعلام العربي . (2)

و قد كانت الأهداف التي سطرها المنظمة كما يلي :

- توفير و استثمار قطاع اتصالات فضائي عربي للخدمات الاتصالية العامة و المتخصصة وفق أسس اقتصادية و فنية ناجحة .

- مساعدة الدول الأعضاء في تصميم و تنفيذ محطاتها الأرضية بما يتفق و مواصفات هذه المنظومة العربية للاتصالات الفضائية .

- إجراء البحوث و الدراسات الخاصة بعلوم و تكنولوجيا الاتصالات الفضائية .

- تنظيم برامج نقل إذاعية و تلفزيونية ما بين الهيئات العربية المعنية من مؤسسات إذاعية و تلفزيونية عن طريق هذه الشبكة الاتصالية ، و قد شكّل هذا الهدف مطلباً قومياً في إرساء الكيان الأساسي لهذا المشروع .

(1) محمد شطّاح ، مرجع سابق ، ص 17 .

(2) محمد المقوسي ، مرجع سابق ، ص 18 .

- وضع القواعد الكفيلة باستخدام القنوات المخصصة للبث التلفزيوني المحلي و الجماعي للدول العربية .⁽¹⁾

و كتنظيم للتجربة الأولى يمكن القول أنها لم تحقق الكثير سوى في مجال الخدمات الهاتفية الإقليمية أما ما عدا ذلك فإن الأرقام تعبر عن نفسها ، و خاصة في مجال الخدمة الإعلامية و التلفزيونية على الخصوص ، إذ لم يتجاوز الإرسال التلفزيوني خلال عام 1990 لـ 208 دقيقة في اليوم مقابل 214 دقيقة خلال عام 1991 .⁽²⁾

2- القنوات الفضائية

ساعد تطور تكنولوجيا الاتصال و بخاصة تطور الأقمار الصناعية للاتصال و ظهور أجيال أقمار البث التلفزيوني المباشر على ظهور عشرات القنوات الفضائية ، و هي في تزايد مستمر حيث بات وضعها يشبه وضع وكالات الأنباء الدولية و الوطنية في السنوات الماضية ، إذ كانت كل دولة تعمل على إقامة وكالة للأنباء من أجل استكمال عناصر السيادة ، و الشيء نفسه اليوم مع القنوات الفضائية مع أن الأمرين قد يختلفان من حيث الوظيفة و الأهداف .⁽³⁾

و ما زاد من الاهتمام بهذا القطاع أن النظام الدولي للقنوات الفضائية كانت تحكمه عوامل و أسس محددة تتحكم في آلياته و توجهاته السياسية و الاقتصادية و الثقافية و الإستراتيجية ، و لعل أهم هذه العوامل نظام المعرفة الكثيفة كنتاج من أهم نتائج ثورة العلوم و الصناعة و التكنولوجيا الحديثة ، فمنذ أن أصبحت المعرفة و المعلومات أحد الأدوات الهامة في التحكم و التأثير في مسارات الصراع السياسي و الفكري خاصة منذ الحرب الباردة في الستينات من القرن العشرين بين المعسكرين الشرقي و الغربي ، و حثت الأنظار إلى خطورة الدور الذي يمكن أن تلعبه المعرفة في ظل التطور التكنولوجي للتأثير و الإقناع ، و في صياغة خطاب ثقافي يساند الاستراتيجيات السياسية و العسكرية و الاقتصادية ، واحتلت نظم القنوات الفضائية و الإذاعية الدولية منذ الثمانينات من القرن الماضي أهمية كبرى في مجالات الإعلام و الاتصال بالجمهور و الشعوب و الثقافات ، واحتذبت إليها الهيئات العلمية و البحثية و مراكزها المتعددة الإستراتيجية

(1) محمد المقرسي ، مرجع سابق ، ص 17

(2) محمد شطاح ، مرجع سابق ، ص 19 .

(3) المرجع نفسه ، الصفحة نفسها .

الفكرية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية.... ، بل واحتدبت أهم الكتاب والصحفيين في مجالات القصة والمقال... خاصة في الوم.أ و بعض دول أوروبا الغربية ، و نتيجة لهذا تزايدت كثافة المشاهدة التلفزيونية واتسعت دائرتها اتساعا ملحوظا خاصة داخل الفئات القليلة القراءة المحدودة الدخل ، و أصبحت على رأس قائمة وسائل المعرفة والاتصال الجماهيري من حيث الانتشار في أواخر التسعينات .⁽¹⁾

كما عمدت كثير من الدول - و بشكل خاص الدول الكبرى - إلى إنشاء محطات دولية سعيا وراء تحقيق أهداف معينة في مناطق مستهدفة تحظى باهتمامها ، فإيطاليا على سبيل المثال اهتمت بنوجيه برامج محطاتها نحو أمريكا و آسيا و أمريكا اللاتينية و دول البحر الأبيض المتوسط ، بينما اهتمت القناة الفضائية الفرنسية بإفريقيا و المغرب العربي و الشرق الأوسط و منطقة الخليج العربي و أوروبا الشرقية و كذلك دول الهند الصينية ، في حين حاولت بريطانيا الوصول إلى الدول الآسيوية و الإفريقية و الشرق الأوسط ، خاصة في الوقت الذي تسعى فيه الوم للوصول إلى جميع أنحاء العالم ، و كان من الأسباب التي أدت إلى إنشاء هذه المحطات سواء كانت حكومية أم خاصة إحداث التأثيرات السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و غيرها ، سواء على مستوى بدائها أو البلدان الأخرى أو بهدف تحقيق الربح المادي ، لذلك تبث هذه المحطات برامجها المختلفة و بلغات متعددة بحيث أصبح قسم منها متخصصا بنوع معين من البرامج كما هو الحال في محطة سي.أن.أن CNN الأمريكية أو بي.بي.سي BBC البريطانية المتخصصةين بالبرامج الإخبارية ، بينما تهتم محطات أخرى بالبرامج الرياضية و الأطفال و غيرها من البرامج .⁽²⁾

و تجدر الإشارة إلى أن قدرة بعض البلدان و خاصة الدول النامية على إنشاء قنوات فضائية لا يعني بالضرورة مقدرتها على إنجاز أقمار صناعية خاصة بها ، الأمر الذي يدفعها إلى تأجير قنوات من الأقمار الصناعية العاملة ، و هذا يكلف الكثير من الأموال و المصاريف بغض النظر عن كونها ستنتج في جذب المشاهدين إلى برامجها أم لن تنتج ، ففرنسا مثلا (البلد القريب من الجزائر) تمتلك مجموعة من الأقمار الصناعية : ASTRA و Eutelsat و Canal

¹ نسمة البطريق - القنوات الفضائية العربية - ، مجلة الإذاعات العربية ، عدد 03 ، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس 2006 ، ص 04.

² إياد شاكر البكري ، مرجع سابق ، ص 165.

Satellite و تستأجر قنواتها العشرات من المحطّات الفرنسيّة و الخارجيّة⁽¹⁾، ممّا سهّل لكثير من المحطّات توسيع شبكات إرسالها أو مناطقها الجغرافيّة عن طريق استئجار قنوات على أكثر من قمر صناعي، فمثلا قناة MBC الفضائيّة تبثّ إلى بلدان المغرب العربي عبر القمر الصناعي Eutelsat-1 و القمر الصناعي العربي عربسات Arabsat⁽²⁾.

و اليوم صار بإمكان المشاهد أن يتنقّل بيسر فائق الدقّة بين المحطّات التلفزيونيّة على كثرها دون رقابة، و ذلك بعدما تزوّدت خدمة البثّ التلفزيوني بالأنظمة الرقميّة³، ممّا جعل هذه الخدمة تخرج من حيز الترفيه إلى الضّرورة القوميّة، حيث يسهل تغطية البلاد الشاسعة و التي يصعب وصول الإرسال التلفزيوني إليها بسبب العوائق الطبيعيّة، و تتّجه الكثير من دول العالم إلى الاستفادة من هذه التكنولوجيا من خلال انتشار المحطّات الفضائيّة و نشر ثقافتها الوطنيّة و مقاومة الثقافات المضادّة بالإضافة إلى إمكانيّة الاستفادة منها في المجالات التعليمية و التربوية و الاقتصاديّة، و يتسّى ذلك من خلال التركيز على إنشاء و دعم القنوات المتخصّصة⁽³⁾.

أ- المنافسة بين القنوات الفضائيّة

تحوّلت المؤسسة الإعلامية مع مرور السنين إلى مؤسسة ذات طبيعة مزدوجة، فهي اقتصاديّة صناعيّة تجاريّة كأية مؤسسة اقتصاديّة أخرى، و هي مؤسسة ثقافيّة تنتج سلعا خاصّة و تهتمّ بقضايا ذهنيّة، هذه الطّبيعة المزدوجة تفرض طريقة خاصّة للعمل، فالمؤسسة الاقتصاديّة صناعيّة كانت أم زراعيّة أم تجاريّة في ظلّ النظام الليبرالي تتبغى الربح بشكل أساسي و هي في هذا النظام تنصارع مع المؤسسة الشبيهة من أجل هذه الغاية، و كنتيجة لهذا الصراع من أجل الربح الأقصى فهي معرّضة للصّعود و التطور بقدر ما هي معرّضة للهبوط و الانكفاء، كما أنّها معرّضة أيضا

⁽¹⁾ محمد شطّاح، مرجع سابق، ص 19.

⁽²⁾ المرجع نفسه، ص 20.

⁽³⁾ نتيجة للتطور المستمر في تكنولوجيا البثّ المباشر بدأ تشغيل النظام الرقمي **systeme numérique** في التلفزيون، و ذلك لتشكيل عالم جديد في الاتصال الجماهيري، و يتأسس هذا الاتصال على الاندماج و تكامل المحتوى الإعلامي، و يعتمد أيضا على الاتصال عن بعد، و يتضمن التلفزيون الأرضي الرقمي بثا مباشرا إلى المنزل عبر القمر الصناعي، إذ تعرض خيارات كذا: البثّ المباشر (الاستهناك) و يتميّز هذا النظام بالقدرة على استدعاء المعلومات المساعدة و إحداث التفاعلية.

نصير بوعلوي. مرجع سابق، ص 69-70.

⁽³⁾ محمد شطّاح، مرجع سابق، ص 70.

للاحتكاك التصادمي مع مكونات البيئة الاجتماعية و السياسية التي تعمل ضمنها ، الأمر الذي يعني أنها تعمل ضمن اقتصاد السوق في صراعها و تنافسها و تكاملها . (1)

وفق هذا القانون شهد العالم و لا يزال يشهد تنافسا شديدا بين المحطات التلفزيونية الفضائية للاستحواذ على أكبر عدد ممكن من المشاهدين ، و من ثمة تحقيق الأهداف التي تصبو إليها تلك المحطات ، و مما ساعد في ازدياد حمى التنافس التطورات الكبيرة التي تحققت في مجال تكنولوجيا الأقمار الصناعية ، و تتسابق المحطات التلفزيونية الفضائية لتوفير أفضل الوسائل لجذب المشاهد ، التي تقوم على تحسين مستوى البرامج و مضمونها ، لاسيما أن المشاهد سيجد أمامه أكثر من 4000 اختيار من المحطات التلفزيونية الفضائية ، و في ظل هذا التدفق الذي لا تحده حدود فإن اختياره سيكون الفاصل الحاسم ، و هو اختيار تحكمه في الغالب عوامل عديدة أي أن المشاهد سوف يحول مؤشر جهازه نحو المحطة التي تستهويه و تلبّي احتياجاته . (2)

و يشكل الإعلان حافزا أساسيا من حوافر التنافس بين محطات التلفزيون ، فعلى سبيل المثال كانت الشركات الأمريكية تحرص على إيجاد مجال لها لتسويق منتجاتها و أجهزتها الإلكترونية في مجال الأقمار الصناعية و المحطات الفضائية ، و لكن الحكومة الأمريكية من ناحيتها كانت تحرص على تحقيق أهدافها السياسية في مناخ المنافسة الدولية و بخاصة في مواجهة الاتحاد السوفيتي سابقا و أوروبا و اليابان ، فضلا عن اهتمامها بالسيطرة على شعوب دول العالم الثالث ، من أجل هذا انقسمت المحطات الأوربية إلى ائتلافات متنافسة لتطوير عملها في هذا المجال ، يقودها الفرنسيون و الألمان و البريطانيون في سبيل اللحاق بالشركات الأمريكية ، أو إقامة صناعة فضائية تستهدف غزو الأمريكيين في عقر دارهم ، حيث كان لنجاح C.N.N الأمريكية أثر في دفع بريطانيا إلى

(1) لارس إشتي ، مرجع سابق ، ص 98.

١ يعمل قسم الرمجة على مراعاة هذه الجوانب من خلال تعبيره عن الأهداف المسطرة بطريقتين : الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين أو شدّ المشاهدين مهما كان عددهم أطول مدة ممكنة لمشاهدة ما يقمّم لهم ، حيث نجد هذين الهدفين ضمن مؤشرات قياس المشاهدة التي تحدّد نسبة آه حصّة تلفزيونية في أواسط المشاهدين ، أو تبين المدة التي يقضونها كلّ فرد أمام شاشته الصّغيرة لمشاهدة البرامج التلفزيونية ، بدون شك يسمى المرمج في الممارسة الإعلامية إلى تحقيق الهدفين معا ، لكن الوسائل لتحقيق هذه الغاية ليست واحدة ، إذ تركز الشركات التلفزيونية على البرامج الأصلية و الجذابة و تقوم ببعض المحطات و بحث عن الأفلام و الأحداث الرياضية و النواع التي تتمتع بجاذبية أكثر لمشاهديها (نصر الدين لعياضي - التلفزيون دراسات و تحوّل - ص 51).

(2) إياد شاكر البكري . مرجع سابق ، ص 217.

إشياء محطة إخبارية مماثلة هي محطة ستار. تي . في STAR.TV في المنطقة الآسيوية ، كان الإنجليز مستعدين كلياً لمواجهة هذه المنافسة الكبيرة و قد أدى دخول BBC مع شبكته ستار . تي . في خلال السبعينات في مجال التلفزيون العالمي إلى تحدي محطة CNN في منطقتها ، فنجاح هذه الأخيرة و الذي حققته في وقت قصير دفع محطة BBC إلى أن تحدد حدودها ، إذ توجهت إلى قارتي إفريقيا و أمريكا طامحة إلى إزالة آثار أسلوب CNN ، حتى أدى هذا التنافس إلى تحول المشاهدين من مشاهدة CNN إلى مشاهدة BBC .⁽¹⁾

أما على الصعيد العربي فقد تسابقت الدول العربية في مجال الفضائيات ، بحيث كان تحركها سريعاً حتى أنها دخلت عالم الإعلام الفضائي قبل مرور 50 عاماً من ظهور القنوات الفضائية ، رد فعل سريع مع أن الدخول إلى عصر الفضائيات يمثل إذاً لبدء التنافس العنيف فيما بين القنوات العربية ، لم يكن تنافسها في مجال عرض القضايا العربية السياسية و الاجتماعية و غيرها كما تصور البعض قبل إنشائها ، و لكن كان تنافسها محموماً على الاستئثار بأكبر عدد ممكن من الجمهور ، تمهيداً للاستئثار بأكبر حصة من الإعلانات التجارية من شركات السيارات و الطائرات مرورا بشركات الشامبو و المنظفات ، فالإعلان لهذه الشركات بالدولارات و هي تعتمد إلى جذب هذه الإعلانات عن طريق جذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين ببذل ما تستطيعه من حشد البرامج الترفيهية و الموعات بمفهومها الحديث و العصري .⁽²⁾

لقد بلغت درجة التنافس بين المحطات الفضائية العربية إلى حد التكنم على تفاصيل الأفلام و السهرات التي تنوي بثها ، و ذلك بعد شكوى المحطة المصرية بأن محطات عربية تبث الأفلام و الفقرات في مواعيد سبق الإعلان عنها من طرف القناة المصرية ؛ و يعد مركز تلفزيون الشرق الأوسط mbc المنافس الأول للمحطة الفضائية المصرية ، حيث قامت هذه المحطة بإيصال إرسالها إلى الو.م.أ لمنافسة الشبكة العربية في أمريكا (Arab Net Work of America) ، و تعد محطة دبي الفضائية من المحطات الفضائية الأخيرة التي دخلت مجال المنافسة سعياً وراء جذب جمهور أكبر و دخل إعلاني أعلى .⁽³⁾

⁽¹⁾ المرجع السابق ، ص 218-219.

⁽²⁾ أمين الأمير - صوتنا الأعلى لا يسمعه أحد - مجلة " الوطن " الإلكترونية ، السنة الثانية ، العدد 724 ، 2002 . www.alwatan.com (تاريخ الدخول: 12 جوان 2007م) .

⁽³⁾ إياد شاكر البكري ، مرجع سابق ، ص 221.

إن المنافسة الشديدة بين القنوات التلفزيونية تترجمها حاس الاحتفاظ أو اكتساب أكبر حصة من سوق المشاهدة ، و هو الهاجس ذاته الذي قاد التلفزيون منذ ميلاده لأن يكون حاضرا طيلة النهار و يستمر أيضا في البث طيلة اليوم .⁽¹⁾

ب- البث الوافد و آثاره الثقافية على المنطقة العربية

لم يقتصر التنافس بين القنوات الفضائية العربية وحدها على استقطاب المشاهد العربي في المنطقة العربية ، بل وجدت هذه القنوات منافسة حادة من قبل قنوات غير عربية سعت إلى الولوج إلى الفضاء السعمي البصري العربي للحصول على مكانة لدى هذا المشاهد ، فعلى سبيل المثال لا الحصر القناة الفرنسية TV5 التي تبث على القمر العربي عربسات و على النيل سات ، و تتوجه أساسا إلى المشاهد العربي و خصوصا المشاهد الذي يتقن اللغة الفرنسية ، كما أن قناة BBC البريطانية سعت بدورها للوصول إلى المشاهد العربي مستفيدة من رصيد التقدير الذي حققته قناة الـ BBC الإذاعية لدى المستمع العربي منذ وقت طويل ، و كذلك قناة الشرق الأوسط الإسرائيلية و قناة العالم الإيرانية و قناة أورونيوز الأوروبية ؛ و قد ازداد التنافس على المشاهد العربي بدخول و.م.أ مؤخرا المنافسة بقوة من خلال قناة " الحرة " التي خصصت لها ميزانية ضخمة قدرت بـ 30 مليون دولار أمريكي ، و تطمح من خلال ذلك إلى منافسة القنوات العربية الإخبارية " الجزيرة " و قناة " العربية " التي بدأت تحقق نجاحا في استقطاب المشاهد العربي .⁽²⁾

حين وقعت حرب الخليج الأولى - و التي ساهمت في تكريس شهرة محطة CNN الأمريكية - ظهرت الحاجة العاجلة للثقافات الأخرى و ليس فقط للثقافة العربية ، لكي تأخذ مكانها في الرقعة الكبيرة للتلفزيونات المباشرة التي تبث عن طريق الأقمار الصناعية ، و شيئا فشيئا غرق العالم العربي بمحطات أنجلو- سكسونية مثل (MTV ، STAR TV ، SKY TV ، ...) ، و فرنسية مثل (TF1 ، France2 ، France3 ، M6 ، TV5 ، ...) ، وإيطالية و هندية و تركية و غيرها .⁽³⁾

⁽¹⁾ نصر الدين لياضي - التلفزيون دراسات و تجارب - ، ص 64.

⁽²⁾ إياد شاكر البكري ، مرجع سابق ، ص 131.

⁽³⁾ جان ميشيل و آخرون - الإعلام العربي الأوروبي حوار من أجل المستقبل - ، مركز الدراسات العربي الأوروبي ، بروكس ، 1998 ، ص 118-119.

وتعتبر فرنسا في مقدمة الدول الأوروبية السبّاقة لمجال البثّ التلفزيوني الفضائي المباشر المستهدف للوطن العربي ، حيث عملت على تحقيق هذا الهدف منذ مؤتمر جنيف سنة 1977 ، الذي نظّم عملية الاستفادة من استغلال الفضاء في مجالات الاتصالات ، أمّا الأقطار العربيّة الأكثر تعرّضا لإرسال البثّ التلفزيوني الفضائي فهي الواقعة في شمال إفريقيا (المغرب ، تونس ، الجزائر) ، تليها كلّ من ليبيا ، مصر ، و الدول العربيّة في شرق البحر الأبيض المتوسط (سوريا ، لبنان ، الأردن) ، علما أنّ هذا لا يمنع وصول الإرسال المباشر إلى بقية الأقطار العربيّة ؛ و هناك اتّجاه في المغرب يهدف إلى السّماح للبثّ التلفزيوني الأجنبي الواصل عبر أقمار البثّ المباشر ، بينما تفرد تونس حالّيّا بوضع خاص بين الأقطار العربيّة ، فمنذ عام 1960 فتحت أبوابها لاستقبال الإرسال الأجنبي ، بل و عمدت على تعزيزه عندما سمحت لهيئة التلفزيون الإيطاليّة أن تقيم هيئة لتقوية الإرسال و بثّ البرامج الإيطاليّة من العاصمة التّونسيّة مباشرة .⁽¹⁾

و قد عبّر وزير الخارجية البريطانيّ السّابق دوغلاس هيرد على أهميّة الغزو التلفزيوني الفضائي في قوله : « إنّ المعركة الفكرية هي التي ينبغي خوضها و تحقيق النصر فيها » ، في حين يصرّح أحد المتخصّصين العرب بالمقابل قائلا : « لا بدّ أن نحارب القنوات الفضائية الوافدة والتي أصبحت أمرا واقعا لا مفرّ منه » .⁽²⁾

و قد اختلفت المواقف العربيّة إزاء البثّ الفضائي الأجنبي الوافد إلى الوطن العربي ، فهناك من يرى أنّ في البثّ الوافد غزوا على جميع الأصعدة الثقافيّة و الاقتصاديّة و السّياسيّة... وغيرها ، بما يتعارض و ما هو كائن في المجتمع العربي ، كما هناك من يرى في البثّ الوافد انفتاحا على الثقافات الأخرى و واجب الاستفادة منها في جميع القطاعات من أجل النهوض بهذا الوطن التامّي .[☀]

و رغم التباين و التنوع في مواقف و آراء المثقفين و المفكرين و المتخصّصين في مجالات الإعلام و السّياسة و الاقتصاد إزاء البثّ التلفزيوني المباشر ، إلّا أنّ هذه الآراء يمكن إدراجها ضمن أطروحتين :

⁽¹⁾ نصر بوعلوي، مرجع سابق ، ص 73-74.

⁽²⁾ إيتاد شاكر البكري ، مرجع سابق ، ص 228.

[☀] للتفصيل في مواقف الاتّحامين المرجع نفسه ، ص 231-266.

الرّفص المعادي لبرامج القنوات الفضائية بوازع ديني أو أخلاقي أو أدبي بحجّة التأثير السلبي على الأسرة و على تربية الأطفال و الشباب ، إلى التّخوف و التّحذير و الذي يطلق على البثّ التلفزيوني المباشر بالغزو الثقافي ، وصولاً إلى التّنديد بالقنوات التلفزيونية الأجنبية التي يعتقد أنّها تعمل على تغريب المشاهد العربي عن واقعه و تبيده و تنفيذه ...

- مهما اختلفت الآراء و تباينت حول موضوع البثّ و مهما اشتدّت لهجة التّنديد به فإنّ الأمر لا يتغيّر كثيراً ، لأنّ الصّحون المقررة أصبحت حقيقة موضوعية و أصبح إقبال المواطنين العرب المتزايد على برامجها شيئاً لا يقلّ الرّفص .⁽¹⁾

إنّ دخول التكنولوجيا خاصّة تكنولوجيا المعرفة و الثقافة الحديثة في عديد المجتمعات التامية و التّماذي الملحوظ في توظيفها و التّوسع في استيرادها ، دون أن يقابلها إنتاج معرفي و فكري حديث و موضوعي سيزيد من استمرار علاقة الهيمنة الغربية في مجالات الفكر و الثقافة و المعرفة التكنولوجية ، و هذا ما يظهر الآن من خلال هجمة المعلومات غير المتناظرة الالكترونية ، خاصّة الدراما التلفزيونية و السينمائية و المواد الأخرى المصورة ، و التي لا تتناسب مع ظروف التّمية الوطنية العربية و عناصرها على مستوى الفرد و الجماعة.⁽²⁾

و رغم المحاولات العربية لمواجهة هذا البثّ الوافد بكلّ ما قدّم للسّاحة الإعلامية من قنوات عربية يزداد عددها يوماً إثر يوم ☀ ، من أجل المنافسة على المشاهد العربيّ و محاولة إصلاح ما أفسدته الفضائيات الأجنبية الوافدة و ذلك بتقدم البديل ، إلا أنّ اختلال موازين القوى لم يفسح المجال لتحقّق تلك المحاولات أهدافاً معتبرة ، حيث أظهرت الدّراسة التي أعدها ياس خضير البياتي من

(1) نصر الدين لعياضي - التلفزيون دراسات و تجارب - ، ص 11 .

(2) نسمة البطريق ، مرجع سابق ، ص 06 .

☉ كشفت إحصائيات موقع الإذاعات العربية أنّ عدد الهيئات العربية التي تبثّ قنوات فضائية أو تعيد بثّ قنوات فضائية على شبكاتها 116 هيئة : 24 هيئة حكومية ، 92 هيئة خاصة تمتلكها و تديرها رؤوس أموال عربية .

تبثّ هذه الهيئات على شبكاتها قنوات متعدّدة الغايات و الأهداف منها : حوالي 79 قناة ذات البرمجة المتنوّعة أو ما يسمّى عامّة بالقنوات الجامعة ، و حوالي 202 قناة متخصصة في الأصناف التالية (16 قناة أطفال ، 26 قناة رياضة ، 22 قناة أخبار ، 38 قناة سينما و دراما و مسلسلات ، 41 قناة موسيقى و منوّعات ، 23 قناة تجارية اقتصادية و تسوّق ، 14 قناة ثقافية تعليمية ، 12 قناة وثائقية ، 6 قنوات دينية ، 4 قنوات تفاعلية) .

و تعتمد حلّ القنوات على نظام البثّ المفتوح و يكون بثّ بعض القنوات مشفراً عندما يكون ضمن باقة من القنوات . (وصف الوضع القائم للبثّ الفضائي العربي ، موقع الإذاعات العربية www.ASBU.net (تاريخ الدّخول : 27 سبتمبر 2007م)

كلية المعلومات و الإعلام و العلاقات العامة بجامعة عجمان أن وسائل الإعلام العربية شاركت بدور أساسي في تعميق العزو الإعلامي الأجنبي ، من خلال مدة ساعات البث المخصصة للمواد الأجنبية ، و بروز ظاهرة البرامج الواقعية و التقليد دون أن تأخذ بعين الاعتبار قيم المجتمع العربي و تقاليده و أمماته الاجتماعية السائدة ، من جهة أخرى لاحظت الدراسة التي حملت اسم " العزو الإعلامي و الانحراف الاجتماعي في دراسة تحليلية لبرامج الفضائيات العربية " أن القاسم المشترك لبرامج القنوات الفضائية العربية هو المادة الترفيهية ، و أفلام الجريمة و العنف و الرعب و الجنس ، أي أن ثقافة الصورة تغطي على هذه الأفلام و البرامج مسببة ظاهرة سلبية تتمثل في الاغتراب و القلق و إثارة الغريزة و العدوانية و الفردية و دافعية الانحراف و سلطة المال و حب الاستهلاك و الأنانية و التمرد ، إن العامل الأساسي لفشل المواجهة هو التسابق غير المرر على جذب المشاهد العربي لأسباب تجارية مادية ، و دخول المال العربي بشكل سلبي إلى الإنتاج الإعلامي و الفني دون الاهتمام بالواقع الاجتماعي و الثقافي و الدني لهذا الفضاء الإعلامي .⁽¹⁾

ثالثا : البرامج التلفزيونية والواقع

يعرض التلفزيون يوميا برامج كثيرة تشكل المضمون العام للخدمة التي يقدمها لجمهوره الكبير، ولأن هذه البرامج يصعب تكرارها حتى لا يتسرب الملل إلى المشاهدين الذين يحتاجون باستمرار إلى كل ما هو جديد ومتنوع ، فإن التلفزيون يطلب المزيد دائما لتغذية برامجه وتغطية ساعات إرساله .⁽²⁾

والبرنامج التلفزيوني ما هو إلا فكرة تجسد وتعالج تلفزيونيا باستخدام ما توفر من إمكانيات إعلامية ، تعتمد أساسا على الصورة المرئية سواء كانت مباشرة أو مسجلة على أفلام أو شرائط VTR ، بتكوين وتشكيل يتخذ قالبيا واضحا لمعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة ، وتتطور برامج التلفزيون باستمرار ، حيث نلاحظ ألوانا جديدة وأشكالا برامجية متميزة من آن لآخر لا تقف عند حد معين⁽³⁾ ، كما تتنوع في المحطات التلفزيونية مصادر إنتاج البرامج ، فمنها

(1) عفاف الشمري - الفضائيات العربية، ماها و ما عليها-، جريدة الرياض اليومية، العدد 13815 ، أبريل 2006م،

موقع www.alryadh.com (تاريخ الذخون: 27 سبتمبر 2007م)

(2) يحيى بسويقي مصطفى، عادل الصيرفي، مرجع سابق ، ص 153 .

(3) محمد معوض - المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني ، ص 115 .

وطنية يتم إنتاجها داخل محطات التلفزيون وأخرى أجنبية يتم استيرادها من محطات التلفزيون الخارجية أو مراكز الإنتاج التلفزيوني العمومية والخاصة ، وتفاوت نسبة كل منها حسب طبيعة المحطة وإمكاناتها .⁽¹⁾

1- سياسة البرمجة

تهدف البرامج عموما للوصول إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين أو شدة المشاهدين مهما كان عددهم أطول مدة ممكنة لمشاهدة ما يقدم لهم ، لذلك فبرامج التلفزيون تتحدد بوقت فراغ الجمهور أو راحته ، أي أن التلفاز لا ينظم حياة الجمهور وفق البرامج التي يقدمها ، لكن ما يعرضه من برامج هو الذي يجب أن يتكيف مع الجمهور ، وتتحدد برامج التلفزيون أيضا بالاستعداد الاقتصادي والجغرافي والثقافي للمتلقين .⁽²⁾

وعليه كانت البرمجة تركز على توزيع المواد الإعلامية داخل المساحة الزمنية للبث التلفزيوني توزيعا يتناسب مع إيقاع النشاط المجتمعي عموما ، ويتلاءم مع سلوك المشاهدين وعاداتهم في التعرض والتلقي⁽³⁾ ، وقد حرصت سياسة البرمجة على تحديد وظائف هذه الوسيلة الإعلامية بدقة ، وفي هذا الإطار يرى أحد نقاد برامج التلفزيون الأمريكي أن مهمة صناع برامج التلفزيون هو الاستحواذ على انتباه الناس والإمساك بهم لفترة تكفي للإعلان عن منتج ، وكما يقول جون كوفلدي : « وفي ضوء السيكلوجية الإنسانية فإن هذا العمل ليس سهلا ، فالكائنات الإنسانية تضرع بسرعة ، ولكي يحصل التلفزيون على انتباهنا فلا بد له أن يتغير باستمرار » .⁽⁴⁾

وتصنف السياسة البرمجية إلى : - سياسة برمجية موجهة .

- سياسة برمجية مفتوحة .

(1) المرجع السابق ، ص 117 .

(2) نصر الدين لعاضي - التلفزيون دراسات ومجارب- ، ص 47 .

(3) عبد القاصر قناح الله- سياسة البرمجة- ، مجلة الإذاعات العربية ، ع02 ، اتحاد إذاعات التّول العربية ، تونس 2001م ، ص 111 .

(4) تسيير أبو عرجة ، مرجع سابق ، ص 136 .

أما السياسة البرمجية الموجهة فهي ميزة البلدان ذات الأنظمة السياسية التي يعلو لها أن تدخل بكلّ ثقلها في تأطير وتوجيه وتعبئة الرأي العام من منطلقات كسب التأييد الشعبي للعمل السياسي الرسمي ، وتكون السياسة البرمجية مجرد وسيلة لتحقيق أهدافها السياسية . (1)

أما السياسة البرمجية المفتوحة فهي ميزة القنوات التلفزيونية التي تعتمد على توسيع قاعدة المساهمة في تسطير السياسة البرمجية باشتراك كلّ الأطراف المعنية بالعمل التواصلي من هيئات حكومية ومهنية وجمهور ، وهي وسيلة لتحقيق أهداف تواصلية مجمعة . (2)

ويستطيع التلفزيون أن يحقق كلّ هذه الأهداف من خلال برامجه المتنوعة لخدمة أهداف الدولة والمجتمع ، ولعلّ أولى الاهتمامات التي تشغل بال القائمين على التخطيط لبرامج التلفزيون تلك التي تتعلق بوضوح الأهداف التي تقوم البرامج على خدمتها ، ومحاوله توفير الإمكانيات المادية والبشرية القادرة على تنفيذها ، ووضع الخطط البرمجية التي تحقّق هذه الأهداف المرجوة في إطار التوازن بين رغبات المشاهدين واهتماماتهم من جهة ، وتحقيق أهدافه المذكورة من جهة أخرى . (3)

2- المبرمج وتصميم البرامج

يعدّ المبرمج شخصية أساسية ضمن المجموعة التي تقود التلفزيون وتسيّره ، إنه صاحب نفوذ في المجال المالي ، يقدّر حجم الميزانية التي يستثمرها في الإنتاج والتي تخصّص لشراء البرامج التلفزيونية الجاهزة ، ويخطّط لها في الزمن ، إنه شخصية مؤثرة يشارك في تحديد الخطّ الفكري والسياسي للتلفزيون ، يحكم ويحسم في مسألة مضامين البرامج ، وهو صاحب إستراتيجية وتكنيك في التنظيم اليومي لبرامج التلفزيون وهو الذي يبيّن شبكته . (4)

أما من جهة إعداد وتصميم البرامج فإنّ هذا الأمر يتوقّف على خبرات المؤلفين والكتاب بالدرجة الأولى ، كما يتوقّف على درجة ثقافتهم وعلمهم ، ووقوفهم على اهتمامات الجمهور وحاجاتهم ، والخبرة المطلوبة هي ما تسمّى بالكتابة للتلفزيون ، فليس كلّ مؤلّف بقادر على أن

(1) عبد القاصر قحاح ، مرجع سابق ، ص 116.

(2) المرجع نفسه ، الصّفحة نفسها .

(3) محمد معوض - المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني - ، ص 115.

(4) نصر الدين لعياضي - التلفزيون دراسات ونجارب - ، ص 114.

يكتب هذه الوسيلة الإعلامية الجماهيرية الكبرى ، لأنّ للتلفزيون خصائص وميزات يجب على الكاتب أن يعيها قبل البدء في عملية الكتابة ، فضلا عن أنّ الكلمة المنطوقة التي تفرغ أسماع المشاهدين يجب أن تكون منتقاة⁽¹⁾ ، مع أنّ التعطش الكبير لتوفير برامج إضافية قد أدى في مرّات عدّة إلى هبوط مستوى ما يقدمه التلفزيون من برامج ومواد نتيجة قبول نصوص برامج دون المستوى من التّضح الفني وسلامة العرض والتقيّد بأسس لها رصانتها وقدرتها على التّوصيل الجيّد ، ويكون هذا التعطش سببا من أسباب قبول كتابات فحّة من معدّين غير موهوبين .⁽²⁾

إنّ تصميم البرامج يختلف عن الإعداد إذ أنّه مرحلة متطورة تقترب بدرجة كبيرة من مرحلة التنفيذ ، وتتمّ في إطار عملية التصميم اجتماعات مكثّفة بين المؤلف وكتاب السيناريو ، ينظّم إليها بعد ذلك معدّ البرامج ليكتمل التّصوّر حتى يخرج البرنامج بما هو أهل له ، أمّا درجة الثقافة والعلم التي يجب توفرها في مصمّمي البرامج وكتّابها ، فيعني بها القدرة على توصيل المعلومات إلى جماهير المستقبلين على شتى اختلافاتهم المذهبيّة والثّقافيّة والفكرية والبيئية وغير ذلك .⁽³⁾

3- الشبكة البرمجية أو الخريطة البرمجية

الشبكة البرمجية هي توزيع لبرامج المحطّط الموسمي داخل الفضاء الزمّني اليومي للبتّ التلفزيوني⁽⁴⁾ ، وتحدّد أنواع البرامج ومساحتها الزمّنية على خريطة البرامج وأسلوب وكيفية معالجتها مع إيجاد توازن بين ساعات الإرسال المخصّصة ، ومع مراعاة التّباين القائم بين جمهور المشاهدين المتنوّع ، وتتبع محطّات التلفزيون في تخطيط برامجها تقسيم السّنة إلى دورات برمجية خلال فترات زمنية محدّدة ، ويمكن للدّورة أن تغطّي فترة تتراوح بين ثلاثة أشهر وستّة أشهر ، وقد تكون هناك فترات أقلّ طارئة كفترات الحداد أو الأزمات... الخ... ، ويراعى عند التّخطيط لكلّ دورة آراء المشاهدين ورغباتهم الهامة في حياة الشعوب وتقارير المتابعة البرمجية .⁽⁵⁾

(1) يحي بسوي مصطفي، عادل الصّوري، مرجع سابق ، ص 144 .

(2) نصر الدين لعاضي - التلفزيون دراسات ونجارب- ، ص 153 .

(3) المرجع نفسه ، ص 145 .

(4) عبد القاصر فلاح، مرجع سابق ، ص 113 .

(5) المرجع السابق ، ص 116 .

وتساهم الدراسات الميدانية المتعلقة بعادات المشاهدة التربوية في وضع مرجعية علمية يتم الاحتكام إليها في مرحلة إعداد الشبكة البرمجية ، مثل حجم الإقبال الجماهيري العام على المشاهدة وتوزيعه على مختلف فترات البث أياما وتوقيتا ، وحجم إقبال الفئات الخاصة على المشاهدة وأساليب تعرضها ، وتعتبر أولى المعطيات الواجب توفرها لدى معدّي الشبكة البرمجية هي معرفة فترة الذروة في المشاهدة أي الفترة التي تعرف حضورا لأكبر عدد من المشاهدين في اليوم أمام جهازهم التلفزيوني⁽¹⁾ ، و تتعاقب وتيرة البرامج في التلفزيونات بعد ذلك في الفترة التي تتبع مباشرة زمن الذروة لتحمل الكثير من التباين ، وتختلف من بلد إلى آخر ، فإذا كان التلفزيون الفرنسي مثلا أسير النموذج المطول المقدر بـ 90 دقيقة في كل الأيام وفي كل القنوات تقريبا ، وهو النموذج المستنسخ من الأفلام السينمائية نظرا للتقاليد السينمائية في المجتمع الفرنسي ، فإن التلفزيون البريطاني يلجأ إلى النموذج القصير 26 دقيقة ، وهذا يتطابق مع الحد الأدنى من الوقت اليومي الذي يخصصه المواطن البريطاني لبرامج التلفزيون ، وخلافا لها يتبنى التلفزيون الألماني نموذجا متغيرا تماما تختلف مدّة برامجه باختلاف الأيام والقنوات .⁽²⁾

ويراعى في البرمجة أيضا ضرورة تنوع البرامج وتوزيعها على حسب الظروف المناسبة والساعات الملائمة طوال أيام الأسبوع ، وتقدم لجنة البرامج خطة الدورة إلى التنفيذ ، وتشتمل خطة البرامج أو ما يعرف بخريطة البرامج على أسماء البرامج ومواعيد إذاعتها ، ويتخذ التنفيذ الإجراءات اللازمة من ناحية الإعداد واستيفاء كافة المعلومات والبيانات الموضوعية والفنية الضرورية لبث البرامج ، وهو بدوره يصدر برنامجا يوميا يتضمن تفاصيل وبيانات دقيقة وهامة لإتمام المخطط .⁽³⁾

4- التصنيف العام لبرامج التلفزيون

تم الاتفاق على تصنيف موحد لبرامج التلفزيون على اختلاف ألوانها ومضامينها ، وعلى الرغم من أنّ البعض قد يدمج واحدا من هذه التصنيفات في الأخرى كما قد يستخرج تصنيفا جديدا أو أكثر ، إلا أنّ ما صار متعارفا عليه من مضمون ما يقدمه التلفزيون لا يخرج عن الآتي :

⁽¹⁾ عبد الناصر فتاح ، مرجع سابق ، الصفحة نفسها .

⁽²⁾ نصر الدين لعاضي - الإشكالية التلفزيونية بين الاستثناء الوظيفي والاستثناء الثقافي- ، ص 16 .

⁽³⁾ محمد معوض - المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني ، ص 116 .

أ- الأخبار والبرامج الإخبارية

تعتبر الأخبار في التلفزيون بمثابة نافذة يطلع من خلالها المشاهدون - وهم في منازلهم - على العالم الكبير ، فالتلفزيون يعرض على شاشته العالم والأحداث وشتى مظاهر الحياة ، ويرى وليد شرّام أنّ الأخبار من العناصر الأساسية لوسائل الإعلام ، والخبر التلفزيوني هو أساس نشرات الأخبار وعناصرها الأوّل ، والخبر التلفزيوني خبر مصوّر ينشأ في موقع الحدث ، وتتولّى أطقم التصوير الإخبارية (المصوّر- المندوب - مسجّل الصوت - موزّع الإضاءة... الخ...) نقله أو تسجيله على أفلام أو شرائط VTR⁽¹⁾ ، وتزايد أهمية أخبار التلفزيون يوماً بعد يوم وبصورة كبيرة كنتيجة مباشرة لما تحقّق من تقدّم في تاريخ البشرية ، ولقد أصبح في متناول جميع الدول إمكانية الاستفادة من تكنولوجيا الفضاء في عمليّة تحسين خدمة بثّ الأخبار واستقبالها .⁽²⁾

ويشير خبراء الإعلام إلى أنّ نشرة أخبار التلفزيون لا بدّ أن تتنوّع أخبارها ، بحيث يجب أن تشمل النشرة على نوعيات مختلفة من القصص الإخبارية التي زاد الاهتمام بها في السنوات الأخيرة ، ويمكن تقسيم المادّة الإخبارية إلى ثلاث مجموعات : المجموعة الأولى هي مجموعة الأحداث أو الأنباء الرّسمية أو شبه الرّسمية ، ومن الملاحظ أنّها تصدر نشرات الأخبار في التلفزيون في كثير من الدول وتتضمّن السياسة والعلاقات الدّولية والخارجيّة والحروب والدّفاع والاقتصاد... الخ...، أمّا المجموعة الثانية فتتضمّن الأخبار الاجتماعيّة والثّقافيّة والعلميّة والفنيّة والدينيّة والفضائيّة والقانونيّة وأخبار المجتمع... الخ...، في حين تتضمّن المجموعة الثالثة أخبار الاهتمامات الإنسانيّة والشخصيّة وأخبار الحوادث والجرائم والكوارث والأخبار الرياضيّة... الخ...⁽³⁾

ب- البرامج التعليميّة

وهي تلك الدّروس المذاعة تلفزيونيّاً ، والتي تتصلّ اتصالاً مباشراً بخطة الدّراسة في المدرسة ، والتي توجّه إلى فئة معيّنة من التلاميذ حسب مستواهم الدّراسي ، وهي تختلف عن البرامج التثقيفيّة

¹ محمد معوض - الخبر التلفزيوني - ، ص 16- 19 .

² محمد معوض ، بركات عبد العزيز- الخبر الإذاعي والتلفزيوني - ، ص 69 .

³ المرجع السابق ، ص 23- 24 .

وحتى عن البرنامج التربوي المساعد للتعليم في المدرسة ، والذي يهدف إلى إثراء عملية التعليم ، ولكنه ليس جزءاً رئيسياً منه .⁽¹⁾

ج- البرامج التثقيفية

وهي البرامج التي تهدف إلى تزويد المشاهدين بالمعلومات والمعارف والعلوم في مختلف مجالات الحياة ، وتساعدهم على تكوين المواقف الفكرية والعاطفية اللازمة لفهم حركة المجتمع والتأزم معه ، وهذه البرامج قد تكون موجهة للجمهور بشكل عام كما قد تستهدف جمهوراً محدداً كالتساء والأطفال ، أو الذين تجمع بينهم اهتمامات مشتركة⁽²⁾ ، وتحتوي هذه البرامج على الأشرطة والأفلام الوثائقية وبرامج الأحداث والمناقشات والتدوات ، وهذا النوع يعتمد على شخصية المتحدث وما يتمتع به من براعة وقدرة على التعبير وتوجيه المقابلات ، مما يسمح باجتذاب الجمهور المشاهد .

د- البرامج الدينية

وهي البرامج التي تتناول بمضمونها الثقافة الدينية ونشر الوعي الديني دون تخصيص لدين معين ، سواء كان الدين الإسلامي بالنسبة للدول الإسلامية أو الدين المسيحي أو الدين اليهودي... أو غيره ، فكثير من المحطات قد تهتم بتبني مبدأ التخصيص لتطغى البرامج الدينية على مجمل ما تقدمه بنسبة كبيرة ، في حين قد تكفي أخرى بموازنته مع اهتماماتها المتنوعة ، وربما حتى تتركه للمناسبات أو المستحدثات المتعلقة بالساحة الإعلامية ، وعلى العموم فإن البرامج الدينية تشمل على الأحاديث واللقاءات والتدوات وكذلك الحصص الخاصة والتمثيلات والمسلسلات ، ويختلف الغرض من هذا النوع من البرامج باختلاف أهداف كل محطة تلفزيونية تضمن شبكتها هذا النوع من البرامج .

(1) عبد الله بوجلال - دور التلفزيون في تربية وتثقيف الأطفال - ، المجلة الجزائرية للأخصال ، معهد علوم الإعلام والاتصال ،

الجزائر 1982م ، ع 8 ، ص 77 .

(2) محمد معوض - الخبر التلفزيوني - ، ص 76 .

هـ- البرامج الرياضية

تمت معظم الدول في العالم بهذا النوع من البرامج ، وهي تدخل في إطار الترفيه والتوجيه للجمهور المحب للرياضة حتى ولم لم يكن يمارسها ، نظرا لما يمثلها هذا النشاط الحيوي من أهمية في حياة الفرد أولا والمجتمع ثانيا ، ولا داعي للتذكير بأن الرياضة تحكمها في كثير من المرات سياسة خاصة توجهها لتحقيق أهدافا معينة ، وتتناول البرامج الرياضية تغطية كل النشاطات والتظاهرات المقامة سواء على المستوى المحلي أو الدولي ، كما تشمل على مختلف أنواع الرياضات من الأقل إلى الأكثر شعبية ، مما يخلق إثارة واهتماما وتشويقا للجماهير .

و- برامج الأطفال

يأخذ هذا النوع من البرامج اهتماما خاصا نظرا للأهمية التي يأخذها الطفل في المجتمع ، وتأتي هذه البرامج من أجل تشكيل ذهنية الطفل وتسلية بما يقدم له من برامج موجهة خصيصا له ، وعلى رأسها الرسوم المتحركة وبرامج الألعاب والمسابقات ، والعرائس ، والأشرطة الوثائقية المبسطة وغيرها... ، ولما يمكن تأكيده أن معظم تلفزيونات العالم تم بتخصيص وقت معتبر لهذه الشريعة الاجتماعية المهمة .

ز- برامج التسلية والتنوعات

وهي البرامج غير المنهجية التي تهدف إلى التسلية والترفيه ، وتحتوي على الموسيقى والأغاني الخفيفة والراقصة ، والمسابقات والألغاز والاستعراضات وكل ما يتعلق بالتسلية والإضحاك ، ونجاح مثل هذا النوع من البرامج يتوقف على الإثارة التي يحدثها في نفسية المشاهد ، ومدى ما يحققه من تسلية وترويح ، ويحتاج إلى أوقات معينة لإذاعتها ، وغالبا ما تذاع في السهرة عند عودة الجمهور إلى المنزل⁽¹⁾ ، ويلحق ببرامج التسلية والترفيه أيضا برامج التنوعات ، وهي برامج تشد المشاهد من كافة الأعمار وتجذبهم لما لها من قدرة على التنوع والحفة والحركة والإيجاء واستخدام العدسات وبشكل يفوق البرامج الأخرى ، فيعطي انطبعا بالتركيز أو تداخل المناظر وغير ذلك من فنون العمل التلفزيوني ، وبرامج التنوعات في الغرب تعتمد على الأغاني والموسيقى الراقصة والمناظر والمؤثرات الصوتية والملابس الخاصة والهواة ولاعبي السرك ونجوم الفكاهة وغير ذلك ،

(1) محمد معوض - المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني - ، ص 199 .

بأن اقتصار برامج المنوعات على هذا الشكل وحده يعدّ تضيقاً لنطاق هذا النوع الجذاب من البرامج. (1)

ج- البرامج الدرامية (الأفلام والمسلسلات...)

تعد البرامج الدرامية عرضاً على شاشات التلفزيون الأفلام والمسلسلات التي تتوجّه في الغالب نحواً درامياً ، فالمسلسلات هي مجموعة من حلقات تمثيلية متتابعة تكون مدّة عرضها على حسب عدد الحلقات ، والتي تنتهي كلّ منها بسؤال مجهول لثمّه لما بعدها في تسلسل منطقيّ ، لأنّ كلّ حلقة تنتهي بموقف درامي مثير ومشوّق ، فكثير منها ينتهي بأزمات أو ما يعرف بالمشكلة الصّغرى لتحقيق قدر كبير من التأثير المثري ، أما الفيلم فهو قصّة قد تكون تاريخية أو اجتماعية أو بوليسية أو عاطفية تدور حول فكرة واضحة ، ويستخدم فيه الأسلوب الدرامي ، وهو يكون قصيراً يستغرق ساعة أو طويلاً يستغرق ثلاث ساعات على حسب موضوع الفيلم ، وأما ما تنتج الأفلام بهدف العرض في قاعات السينما لتستوعب الجمهور الواسع. (2)

ط- الإعلان التلفزيوني

عرف الإعلان بأنّه مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلامية المرئية والسموعة على الجمهور بغرض حثّه على شراء سلع أو خدمات ، أو من أجل دفعه للتقبل لطلب أفكار أو أشخاص أو منشآت معن عنها ، ويقال : « إنّ الإعلان معلّم الجماهير » إذ هو المسؤول عن انتشار سلع جديدة وغرس عادات جديدة في نفوس الجماهير ، حيث أنّجحت المنشورات لهذا النوع من المخططات التجارية من أجل تعريف الجماهير بفضل منتج ما وإبراز خصائصه ، وكلّما تقدّم الزمن وبدأت الجماهير تعلم عنها وتحسّ بوجودها وبدأت السلع الجديدة تتبّ أقدامها في السّوق كلّما وجدنا المستهلكين يأخذون في المفاضلة بين صنف وآخر وماركة وأخرى ، وعندئذ تتغيّر لهجة الإعلان من مهمّة التعريف إلى مهمّة إظهار مزايا ماركة على أخرى (3) ، ولهذا فإنّ الباحثين في حقل التسويق لا يجدون وسيلة إعلامية أفضل من التلفزيون

¹ يحي بسوي مصطفى. عادل الصّيري، مرجع سابق ، ص 172 - 173.

² محمد معوض - المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني - ، ص 187.

³ حمد عادل راشد - الإعلان - دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت 1981م ، ص 35-38.

لتقديم سلعة أو فكرة معينة للجمهور وإقناعهم بها ، وعليه فهم يتسابقون لشراء المساحات الإعلانية الفعالة في مختلف المحطات التلفزيونية .

5- برامج التلفزيون والواقع

غالباً ما ينظر الناس إلى وسائل الإعلام باعتبارها أدوات تعكس العالم المحيط بهم ، فالمادة الإخبارية تستخدم في مراقبة البيئة ، وتعكس الدراما قيم المجتمع وعاداته وأنماط معيشته ، وتقدم الإعلانات المتاح من السلع والخدمات ، وتعدّ وسائل الإعلام وفقاً لهذا المفهوم بمثابة التافدة التي نطلّ من خلالها على الواقع الاجتماعي .⁽¹⁾

من هنا أتصف الإعلام العصري بأنه يصف الواقع ، فلا يمكن أن يكون إعلام بدون وقائع وحوادث سواء مادية ملموسة أو معنوية وفكرية ، فالخير الذي يصفه الواقع وينقله الإعلام ليس وليد الخيال ، والخير المبني على الخيال كذب ووهم ، رغم أن نقل الخير قد يكون له دور رئيسي في إثارة الخيال .⁽²⁾

أ- مراحل تطوّر اهتمام التلفزيون بالواقع

ليس حديثاً اهتمام وسائل الإعلام بتقديم صورة مباشرة للواقع ، إذ عرف الناس من مظاهر هذا الاهتمام ظهور ما يسمّى بالفيلم التسجيلي - وهو عصب الإنتاج السينمائي لسنوات طويلة قبل ظهور التلفزيون - ، وقد تبنت هذه المهمة أشهر المخرجين وأمهر مستخدمي الكاميرا السينمائية

(1) حسن حماد مكاوي ، ليلي حسين السيد - الاتصال و نظرياته المعاصرة - ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 1998م ، ص 165.

(2) زهير إحدادن - مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال-، ديوان المطبوعات الجامعية ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر ، ص 15.

- في ذلك الوقت ، وعليه خصّ جريسون ^١ الفيلم التسجيلي بالقواعد التالية :
- يستمد الفيلم التسجيلي مادته من واقع المكان الذي يتم فيه التصوير ومن واقع الحياة بأشخاصها الحقيقية وأدوارهم الأصلية .
 - التفرقة بين الوصف والدراما أي التمييز بين الأسلوب الذي يقتصر على مجرد وصف القيم السطحية للموضوع والأسلوب الذي يكشف عن دقائقه بطريقة فعّالة .
 - اختيار وتنظيم المادة المستمدة من واقع الحياة ، وترتيبها وتقديمها للمتلقّي بأسلوب فني يعكس وجهة نظر مخرج الفيلم ، بمعنى الوصول إلى المعالجة الخلاقة للواقع وتقديم رؤية القائم بالاتصال في موضوع ما للجمهور المستهدف معتمداً كلّ الاعتماد على الواقع والحقيقة .
 - الاعتماد على قوّة الملاحظة والمشاركة الفعّالة والبحث الجاد المعمق ، والانتقاء الواعي من الحياة بما تتضمنه من أحداث ومشاكل وأماكن وظواهر وأشخاص وعادات لبلوغ هدف محدد ، مراعين أنّ الواقع الأكبر يصلح وحده موضوعاً للفيلم التسجيلي الهادف ، أمّا الواقع الأصغر فلا يؤدي إلى فيلم تسجيلي هادف . (1)

لقد ورث التلفزيون الكثير من صناعة السينما الواقعية ، من أجل ذلك صار غالباً ما يوضع مفهومي التلفزيون والارتجال أو التلقائية إلى جانب بعضهما ، ففي البداية قيل للعاملين في التلفزيون لماذا تبدلون كلّ هذا المجهود من أجل تقديم مادة تلفزيونية واحدة ، في حين أنّ كلّ شيء على درجة كبيرة من البساطة ، اصعدوا إلى الأرتويس الكهربائي ومعكم كاميراتكم ، وقوموا بدورة واحدة في الشارع الرئيسي ، وسوف تحصلون على نقل تلفزيوني حقيقي وحي ، إنّه قد يتضمن مقابلات غير متوقّعة ولقطات ممتازة ، فقط اقبضوا على اللّحظة فالحياة كلّها

^١ اقترن اسم جون جريسون بظهور مصطلح " الأفلام التسجيلية" كأب روجي ، ولد سنة 1898 في إحدى قرى اسكتلندا ، وأتمّ دراسته الجامعية بعد انتهاء الحرب العالمية الأولى بجامعة جلاسجو حيث درس الفلسفة وعمل مدرّساً بجامعة درهام لفترة قصيرة ، ثمّ عيّن سنة 1924 في معهد أبحاث روكفلر للعلوم الاجتماعية، حيث قضى ثلاثة أعوام في ال.و.م. الأمريكية مهتماً بدراسة وسائل الاتصال وغيرها من الوسائل التي تؤثر في تكوين الرّأي العام لدى الأفراد ، وقاده اهتمامه بالسياسة والصحافة إلى العمل لفترات قصيرة لبعض الصحف الأمريكية معلّقاً وناقداً فنياً، ثمّ ذهب إلى هولولود حيث كانت انطلاقته في الكتابة عن جماليات الفن السينمائي ، ومع عودته إلى بريطانيا سنة 1927 بدأ اهتمامه ينصبّ على بحث إمكانية استخدام السينما كوسيلة للتعلّم والتّوجيه .(مضى سعيد الحديدي- الفيلم التسجيلي- ، ط2، دار الفكر العربي. القاهرة 1990م ، ص 80 81).

^١ انرجع نفسه ، ص 16 17.

تستحقّ أن تصوّر⁽¹⁾ ، و نتيجة لهذا صار التلفزيون يملك نوعين من الرؤية والسّمع من خلال ما يذيعه من مواد :

التنوع الأوّل : يتمثل في تلفزة المشاهد والموضوعات والأحداث الحقيقيّة ، ومن خلالها يشاهد المشاهد ما يتمّ في الحياة الواقعيّة العاديّة ، مع العلم بأنّه لا يراها مباشرة بل تبقى الأجهزة التلفزيونيّة هي الوسيط بينه وبين هذا الواقع .

أما التنوع الثّاني : فيكون عبارة عن تلفزة برامج أعدت من قبل ، مواد وأحداث حقيقيّة ذات وجود خارجي أو مواد مبتكرة أو تاريخيّة حدثت في الزّمن الماضي أو مزيج منها كلّها .⁽²⁾ لقد كان يُعتقد لوقت طويل أنّ الحقيقة هي اللّغة الوحيدة التي يستطيع التلفزيون أن يتكلّمها كما قال ساباك : « فدموع المرأة العاملة في المزرعة التعاونيّة الحائرة واليايسة أمام الكاميرا هي حقيقة لا تستطيع أن تفعل أي شيء إزاءها » ، هذا هو جوهر التلفزيون الحيّ ووظيفته التي تتمثل في تسجيل كلّ ما يقع في مجال رؤيته ، بدون إحساس أو عاطفة ، وقد قال ساباك : « إنك لا تستطيع أن تخادع في التلفزيون وذلك لأنّ طبيعته الوثائقيّة تتمرد على الخداع »⁽³⁾ ، حتّى أنّ أفلام الرّسوم المتحركة والتي تشكّل أوضاع خروج عن الواقع إلّا أنّها تستطيع أن تخلق واقعها الخاص ، وعندما يشعر كاتب السيناريو أنّ موضوعه من المبالغة أو التحريد بحيث يصبح تصويره في حدود الواقع إمّا مستحيلا أو قريبا من المستحيل فليس أمامه إلّا الأحياء التي يمكنها أن تعيده إلى عالم الواقع .⁽⁴⁾

ب- درجات الواقعيّة في برامج التلفزيون

إنّ نظرة الواقعيّة التي كان ينظر بها إلى وسائل الإعلام عموما وللتلفزيون خصوصا أخذت بالتغيّر ، وذلك منذ أن صار بالإمكان للناس أن يروا أنّ هذه الوسائل تختار التركيز على بعض الموضوعات والقضايا ليس لكونها تعكس الواقع الاجتماعيّ وإنما لتحقيق بعض المصالح والأهداف للسيطرين عليها ، ويرى هؤلاء أنّ وسائل الإعلام لا تعكس ما يحدث في العالم

⁽¹⁾ د.أ. بوروبسكي، مرجع سابق ، ص 149.

⁽²⁾ عبد الفتاح أبو معال ، مرجع سابق ، ص 64.

⁽³⁾ المرجع نفسه ، ص 152.

⁽⁴⁾ م. سعيد الحديدي، مرجع سابق ، ص 25.

الخارجي و إنما تنمّي تصوّراً لما يبدو حقيقياً للمتلقين ، وقد يتلقّى هذا الواقع الإعلامي لكونه غير مدرك للعمليات التي تتمّ لخلق هذا الواقع ، و إنما يشعر فقط بكونه يتعرّض للتسلية والترفيه ، ونتيجة تراكم التعرض لوسائل الإعلام يبدو العالم الذي صنّعه تلك الوسائل حقيقة في أذهاننا ، وقد لا يستطيع بعض الناس أن يميّز بين هذا العالم المصطنع عن طريق وسائل الإعلام وبين العالم الواقعي . (1)

صار من الواضح أنّه ليس كلّ ما يقدّمه التلفزيون تلقائي أو ارتجالي ، وذلك حين يتظاهر الصحفي أنّه بالصدفة وجد نفسه في مكان الحدث كما لو كان باستطاعته أن يحدف كلّ تلك الاستعدادات والتحضيرات التي استمرت لمدة ساعتين أو ثلاث ساعات في المحطة التلفزيونية المتنقلة ، وإجراءات تجربة الكاميرات والميكروفونات وكأنّه عرضياً يقابل الناس ، ومن المؤكّد إلى جانب الميكروفون هناك الشاشة التي تسيطر على ما يقوله الصحفي وتتحكّم به مرّة ثانية وثالثة ، ومع ذلك فلنكنّ نبحث عن الحقيقة ونقدّمها أو كما عبّر عنها سابك : « كي تربح ثقة المشاهد فإنّ هذا لا يعني تسليط الكاميرا على عابري الشارع ، أو دعوة أي شخص متوقّف للتحدّث أمام الميكروفون أو البحث عن استجابات فردية و مباشرة » . (2)

ولعلّ هذا ما اعتمده الناقد السينمائي بوسام **Bursam** في سياق تحديده للقطاعات التي يستخدم فيها الفيلم التسجيلي حيث قسّمها إلى قسمين :

القطاع الأوّل : وحدّده بالطابع الخيالي ، ويشمل الفيلم الروائي الخيالي والذي يعتمد في سرده على بناء مؤلف روائي ابتكاري ، يعتمد على ممثلين واستوديوهات بديكورات مناسبة وحوار كجزء صوتي أساسي في العمل ، وقد يلجأ فيه إلى التصوير في المواقع الحقيقية والأماكن العامّة ، ويندرج تحته قائمة الأفلام الروائية- الخيالية و الأفلام الروائية المطوّلة والقصيرة والمسلسلات التي يتمّ تصويرها سينمائيّاً لتعرض على شاشات التلفزيون ، والهدف من الإنتاج الروائي في أغلب الأحيان تحقيق الربح المادّي للمنتج والترفيه والتسلية للمتلقّي ، خاصّة وأنّها تتكلّف مبالغ طائلة والعديد من الفنيّين على الرّغم من أنّ احتمال الخسارة فيها يبقى وارداً . (3)

(1) حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 165.

(2) د.أ. بورتسكي ، مرجع سابق ، ص 152.

(3) منى سعيد الخديدي ، مرجع سابق ، ص 20 21.

وعلى الرغم من أنّ الفكرة الطّاغية هذه الأيام اختلاط الفنّ بالواقع ، فقد ورد على لسان إحدى شخصيات الأديب تشايكوفسكي **Chayfesky** من الفيلم الأمريكي الشبكة **Network** : « إنّ التلفزيون غير الواقع ، فنحن (الممثلون) نكذب مثله ، ونتعامل بالخداع ولكنكم أيها الناس تجلسون أمام هذا الجهاز يوما بعد يوم وتؤمنون بهذا الخداع ، وتعتقدون أنّ ما تنقله الشاشة هو الحقيقة وليس وهما فأنتم تتصرفون كما تحركم الشاشة ، وتأكلون بالطريقة التي تحدث على الشاشة وترتّبون أولادكم مثلما يظهر على الشاشة ، وبحقّ الله ، فأنتم أيها الناس الشيء الحقيقي ونحن (الممثلون) مجرد وهم وخداع » .⁽¹⁾

أما القطاع الثاني : فيرتبط بالواقع أساسا ولا يهدف إلى الربح المادّي السريع والمباشر ، وهو لا يعتمد على بناء روائي من إعداد مؤلف أو كاتب ، ويرى برسام أنّ المدة التّموجيّة للفيلم التّسجيلي هي 30 دقيقة وفي أحيان أخرى تكون أقلّ من ذلك حسب الموضوع المراد طرحه ، وحسب حجم المادّة المتوفّرة وخصائص الجمهور المستهدف والميزانيّة المخصّصة للإنتاج وظروف العرض المتاحة ، كما قد يطول الفيلم ليصل إلى 90 دقيقة ، ويشمل قطاع الفيلم الواقعي أو غير الخيالي المستويات التالية :

* الفيلم التّسجيلي ، فيلم الحقيقة ، فيلم الرّحلات ، الأفلام التّعليميّة ، وأفلام التّدريب ، الجريدة والمجلة السّينمائيّة والأفلام العلميّة ، ويقسم برسام هذه الأشكال المختلفة من ناحية المضمون والهدف والشكل إلى نوعين رئيسيين هما :

أولا : الأسلوب التّسجيلي الوثائقي **Documentary** : وهو الذي يطلق عليه برسام اسم الفيلم التّسجيلي ، ويتميّز بهدفه ذي المغزى الاجتماعي السّياسي ، وبأنّه دائما يشتمل على رسالة محدّدة واضحة ويتسم بالمباشرة والصّراحة في التّناول ووضوح نوع التّأثير المراد بلوغه .

ثانيا : الأسلوب الحقيقي الواقعي **Factual** : وهو الذي يضمّ فيلم الحقيقة وفيلم الرّحلات والفيلم التّعليمي والجريدة السّينمائيّة والمجلة والفيلم العلمي ، أي يجمع بقية أشكال الإنتاج غير الرّوائي دون الفيلم التّسجيلي ذي المغزى السّياسي الاجتماعي .⁽²⁾

¹ المرجع السابق ، ص 22 .

⁽²⁾ حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 166 .

يمكن تشبيه هذا الأسلوب بالصفحات الإخبارية في عالم الصحافة ، وتشبيه الأسلوب التسجيلي بأنه نائفي بصفحة الرأي أو المقالات والأعمدة الصحفية ، وقد يبدو الأسلوب الحقيقي الواقعي محدد من المضامين الخاصة مع أنه في بعض الحالات قد تكون نتيجته النهائية رسالة من نوع ما ، أو هدفا محددًا يهدف القائم بالاتصال للوصول إليه. (1)

وحلاصة القول إن التلفزيون وما يشبهه من وسائل الاتصال بالجمهور هي أساسا وسائل ميكانيكية للنقل والتسجيل للنشر ، فهي تقوم بإذاعة كل ما يوضع أمامها من مواد مهما كانت طبيعتها ، ويمكن ترتيب المواد المذاعة تلفزيونيًا على طول محور أو مقياس يبدأ في إحدى نهايتيه بالمواد الواقعية تماما ، وفي النهاية الأخرى تقع المواد الخيالية تماما ، وهكذا يمكن أن يبدأ هذا المحور بتلك المواد الواقعية للأحداث التي ترتبط بعكس الواقع مباشرة كالمرآة ، وهي أساسا المواد الإخبارية التي أملى وحدد تنظيمها التكويني وبشكل مباشر الواقع ، ويتضح ذلك في الأفلام التي تدور حول أخبار الحرب أو أنباء الكوارث الطبيعية... الخ... ، ثم تأتي على المحور تلك الأحداث التي يمكن توقعها رغم واقعيتها ، بحيث يمكن تخطيطها وإخراجها على أيدي مخرجي التلفزيون ومثال ذلك حفلات التتويج والاستعراضات العسكرية ، والأحداث الرياضية وغير ذلك ، وبعدها تأتي طائفة من الأحداث التي تنصف بالواقعية ، من حيث أنها تتعلق بشخصيات واقعية ولكنها برامج ترتب من قبل وتعد كمادة ترفيهية ، ومثال ذلك المسابقات والألعاب والتدوات والمباريات التي يقوم فيها أفراد من الجمهور بالإجابة عن أسئلة معينة للفوز بالجوائز أو إجراء مناقشات داخل الأستديوهات بين شخصيات مشهورة ، وأخيرا نصل إلى نهاية هذا المحور أو المقياس فنجد تلك الأحداث الخيالية تماما كالتمثيليات والمسلسلات والأفلام. (2)

وعلى هذا التسق ترتب واقعية التلفزيون على محور درجته العليا الأخبار الحية ودرجته الدنيا هي الخيال من خلال الأفلام والمسلسلات .

(1) المرجع السابق ، الصفحة نفسها .

(2) إبراهيم إمام - الإعلام الإذاعي والتلفزيوني - ، ص 178 .

رابعاً : تلفزيون الواقع

خلال هذا القرن تطوّرت أشكال الاتصال التي تقدّمها وسائل الإعلام بطريقة تضمن الجاذبيّة و تخرص على الاستحواذ على أكبر قدر من الزبائن و الحصول على أكبر عائد مادّي ، من أجل ذلك عمدت وسائل الإعلام إلى ترويج التّسليّة و الاستهلاك و غزو خصوصيّة الأفراد باعتبارها سلعة للتّسليّة⁽¹⁾ ؛ و بعد أن أسر التلفزيون القسم الأكبر من الجمهور الباحث عن التّسليّة وجد أمامه عدّة مشكلات ، فلقد اكتشف مشرفو البرامج من خلال تشغيل التلفزيون عدّة ساعات يومياً أنّ محطات التلفزيون استهلكت مادّة البرامج بسرعة أكبر من سرعة إعدادها ، و لم تستطع مهبة الكتابة و الإنتاج الموظّفة في صناعة التلفزيون أن تتحمّل تقديم مادّة جديدة كافية لإشباع الرّغبة العامّة الجارفة لشغل برامج المحطّات .⁽²⁾

وقد تسبّب هذا في رداءة ما صار يقدّم على الشاشات في محاولة لسدّ الفراغ ، كما ساعد على تنامي ظاهرة استنساخ البرامج الأجنبيّة ، خاصّة تلك التي لاقت رواجاً ملحوظاً في الأوساط المعروضة فيها ، و من أهمّ البرامج التي لاقت نجاحاً كبيراً في الآونة الأخيرة ما اصطّلع عليه " ببرامج الواقع " أو " تلفزيون الواقع " ، الذي يعتمد على إطلاق الكاميرات بحريّة أطول مدّة ممكنة ، ما دام الكتاب و المؤلفون قد عجزوا عن كتابة المزيد من المواد و البرامج التي يمكن أن تستهوي الجمهور ، وعلى الرّغم ممّا حقّقه تلفزيون الواقع من شهرة واسعة على جميع الأصعدة ، إلّا أنّه أثار العديد من التّحفظات حوله ، في محاولة لتحديد نوعه و حقيقته و قيمته الإعلاميّة .

1- الأشكال البرامجيّة لتلفزيون الواقع

يقول شارلي بوسون صاحب برنامج *survivor* ، و صاحب فكرة هذه التّجربة : « إنّ تلفزيون الواقع هو مزيج من أربعة أشكال برامجيّة : الدراما التّسجيليّة ، برامج المسابقات ، الدراما و برامج الحوار » .⁽³⁾

(1) صالح خليل أبو أصبح - تحديات الإعلام العربي - دار الشروق للنشر و التوزيع، 1999م ، ص 30

(2) ايديوين امري و آخرون ، مرجع سابق ، ص 161

(3) هبة الله هجعت السّمري ، مرجع سابق ، ص 92

إن جميع المفاهيم المقدمة لهذا النوع من البرامج كانت تنطلق من الأشكال البراجمجة التي صار عنها عليها تلفزيون الواقع في مرحلته المتأخرة ، على الرغم من أن هناك من حدّد أنواعا خاصة بهذا المفهوم :

أ- الكاميرا الخفية

و التي تعتمد على نزول كاميرا التصوير إلى الشارع ، بحيث تراقب سلوكيات معينة لأفراد وسعيهم في ظروف معينة لتحقيق الهدف من البرنامج ، كلّ هذا دون أن يلاحظوا تواجد الكاميرا التي تقوم بتسجيل كلّ ردود أفعالهم ، و يختار مخرج العمل موضع الكاميرا بدقة شديدة ، وأيضا لحظة اللقطة ، حيث يكون فيها الأشخاص - موضوع أحداث الفيلم- في مشكلته مندمجون ، فلا يلاحظون دوران الكاميرا حتى لا يعطوها أية أهمية ، وبذلك يحصل المخرج على كادر أو لقطة shot حقيقية و طبيعية بالمستوى المطلوب للعمل التسجيلي ، حيث هو مدعو أساسا لعرض حقائق و انفعالات ومواقف غير مزيفة ، والبحث في الحياة عن حقائق و ظواهر إيجابية تستطيع أن نخدم تطوّر المجتمع و في الوقت نفسه يتداخل في عملية كشف حقائق أخرى سلبية من الممكن أن تسود أي مجتمع من المجتمعات ، مما يجعل للعمل دور في مجال تنمية المجتمع و تطويره و نقد بعض جوانب الحياة .⁽¹⁾

ب- برامج الألعاب

هذه النوعية تضمّ برامج مثل **who wants to be a millionaire** و الذي عربّ لبرنامج " من سربح المليون " وبرنامج **pop idol** عربّ إلى " سوبر ستار " ، و يرى النقاد الغربيون أن جميع هذه البرامج تقع في منطقة متوسطة تجمع بين تلفزيون الواقع و برامج المسابقات التقليدية ، و الفارق الوحيد هو أن المشاهدين يشاركون في نتيجة المسابقة ، وقد سميت هذه البرامج بالرمادية وهي البرامج الأكثر قبولا للمشاهد العربي ، فهي تقبل التلميح و تكره التصريح ، وهو ما يؤكدّه الناقد التلفزيوني المغربي مصطفى المسناوي بقوله : « إن الصبغ الرمادية

⁽¹⁾ من سعيد الحديدي، مرجع سابق ، ص45

هي الأناجح ، و بالتأكد الأكثر قبولا في مجتمعاتنا و بعض نسخ البرنامج مثال على ذلك ، ...
يبقى الجانب الحميمي داخل حدود معينة » .

ج- الألعاب الرياضيّة

وتضمّ برامج مثل المتنافس **contender** وبرنامج المقاتل الأمثل **ultimate fighter** .
ويغلب عليها تنافس مجموعة من المتسابقين في رياضات فردية و هي في الغالب قتالية ، وفي حلقة
حلقة يستبعد الخاسر إلى أن يفوز بالجائزة المقاتل الأفضل ، هذه النوعية أيضا لا تجد سوقا جيدة
في العالم العربي لضعف القطاع الرياضي باستثناء كرة القدم ، وبالفعل أدركت بعض القنوات
العربية ذلك و أنتجت برامج تلفزيون الواقع عن كرة القدم .

د- البرامج الحوارية **talk shows**

و خلافا للانطباع الذي يوحي به الاسم فإن فكرة البرنامج تتمثل في إعلان القائمين على البرنامج
عن موضوع الحلقة قبله بأسابيع ، وهو دائما مثيرا للخلاف بين المشاركين ، ويحتوي عنوانه على
شيء من الإثارة ، كأن يكون " أختي هربت مع زوجي " مثلا ، و يستضيف البرنامج أطراف
الموضوع لطرح القضية دون تحفظات وهذا ما كان مثار انتقاد دائم .

هـ- برامج الواقع بالشكل المعروف

و هو الأكثر شهرة و انتشارا و المتمثل في المواد التي تبني على تتابع دائم لحياة أفراد من الجنسين ،
تلاحقهم الكاميرا أربعاً وعشرين ساعة على مدار اليوم ، و يكلفون ببعض المهام و يصوّت
الجمهور كل أسبوع أو كل فترة لإخراج أحد المشاركين فائزا في آخر المطاف ، و بعد بقاء عدد
صغير من المشاركين بصوّت الجمهور لاختيار بطل المسابقة الذي يربح الجائزة .⁽¹⁾

(1) تلفزيون الواقع يقبل مقاييس الشهرة ، www.aawsat.com (تاريخ الدّخول: 05 ماي 2007م) .

2- مراحل تطوّر تلفزيون الواقع

يتفق الجميع على أنّ تسمية تلفزيون الواقع هي اصطلاح جديد ، لكنّ مضمونه المجرّد ليس بعيداً عن مفهوم الحقيقة ، فبعد على المنظومة الإعلامية ، فمنذ اختراع كاميرا التصوير و مستعملوها يحاولون اصطفاها - مع بها و الحقيقة ، و هذا ما عجل بظهور ما سمي بـ " سينما الحقيقة " ، و قد تبلور اتجاه السبب الحقيقية سنة 1922 على يد المخرج الروسي **ديزيجا فيرتوف Diziga vertov** في شخص جريدة سينمائية بعنوان ثابت **pravda kino** ، صدر منها اثنان و عشرون عددا خلال الفترة من سنة 1922 إلى سنة 1924 ، وكانت تلك الجريدة السينمائية تناول ما يجري من تغيير في المجتمع السوفيتي في ذلك الوقت ، وذلك من خلال استخدام الكاميرا كوسيلة للبحث فيما يمكن تسميته بالفوضى المرئية للعالم ثم إعادة تنظيمها ، وكان الاعتماد على المونتاج في إعدادها كوسيلة للتعبير و إثراء المادّة المصوّرة بإضافة أبعاد جديدة لها ، ولم يخف اتجاه " سينما الحقيقة " بتوقّف **kino pravda** عن الظهور سنة 1924 ، و إنما أخذ هذا الاتحاد في التبلور في أفلام فيرتوف نفسه ومنها فيلم " الحظّ السوفيتي " سنة 1926 ، حيث استخدم فيه فيرتوف أسلوب " الكاميرا الخفية " في التصوير ليحصل على مشاهد غير مزيفة ، وفيلم " سبب العالم " سنة 1926 ، و الذي ركّز فيه فيرتوف على ثروات الاتحاد السوفيتي .⁽¹⁾

ومن هنا ظهر أسلوب الكاميرا الخفية كأقدم البرامج التلفزيونية ، وتبلور أكثر من خلال أعمال المخرج الأمريكي **ألان فانت** ، وقد انطلق البرنامج في أوّله تحت اسم " المايكروفون الخفي " حيث كان برنامجا إذاعيا عام 1947 ، وحوّله فانت إلى برنامج تلفزيوني عام 1953 ، ثمّ ضوّر البرنامج بإنتاج فيلم طويل يعتبره الكثير وصمة في تاريخه كون فكرته تخدش الحياء ولا تصلح قطعاً للعالم العربي ، وعلى المشاهد الاكتفاء بالمقالب و بعض التفاصيل العرضية الأخرى⁽²⁾ ، و في عام 1948 بوش عرض برنامج الكاميرا الخفية - و أصل تسميته بالانجليزية " الكاميرا الصريحة " **candid camera** - على شاشات التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية ، و مع أنّ أحدا لم يصف هذا البرنامج بأنّه يعبر عن تلفزيون الواقع إلاّ أنّه شقّ الطريق أمام أوّل مشاركة

(1) مني سعيد الحديدي، مرجع سابق ، ص 76.

(2) تلفزيون الواقع يقلب مقاييس الشهرة ، موقع

مباشرة للمواطن العادي من دون إعداد مسبقاً و من دون إشراكه بسيناريو مكتوب⁽¹⁾ ، وفي أوائل الستينيات أي بعد مرور حوالي ثلاثين عاماً على تجربة فيرتوف ظهر في فرنسا اتجاه أطلق عليه سينما الحقيقة بقيادة المخرجين جان روش **Jean rouch** و جان لوك جودا **Jean luc goda** ، وكان هدفهما اكتشاف العالم و توسيع نطاق الواقع الممكن تصويره ، وقد ساعد على تطوير هذا الاتجاه و سرعة انتشاره اكتشاف الكاميرا السينمائية 16 ملم التي تتميز بخفة الوزن وسهولة الحمل ، و إمكانية تسجيلها لعنصري الصوت و الصورة معا ، مما ساعد على تصوير الأحداث الجارية وقت حدوثها مع ما يصاحبها من صوت حقيقي مباشر ، وبذلك وفرت كاميرا 16 ملم ميزتين أساسيتين كان لهما أثر واضح في مجال استخدام السينما في الإعلام و الأخبار وهما : - تسجيل الحدث في تلقائية دون أي تدخل في صياغته .

- التواجد في قلب الحدث و إمكانية تسجيل أدق التفاصيل .

وفي أواخر الستينيات ظهر في أمريكا اتجاه أطلق عليه " السينما المباشرة " على يد المخرج ألبرت مايسلز **Albert mayssels** ، متأثراً بالتصوير الصحفي الفوتوغرافي أكثر من تأثره بالاتجاهات السينمائية التسجيلية التقليدية ، و ترجع جذور اتجاه " السينما المباشرة " إلى سينما الحقيقة السوفيتي ، وإن ميز الأسلوب الأمريكي عدم استخدامه لأسلوب التعليق و المونتاج التقليدي و عدم اعتماده على سيناريو سابق الإعداد قبل التصوير ، ذلك أن الهدف الأساسي منه كان التقاط ما يحدث بالفعل خلال واقعة حقيقية و تقديمه دون تزييف أو تدخل خارجي .⁽²⁾

وقد ساعد التقدم الكبير لتكنولوجيا آلات التصوير السينمائي والتطور السريع في تحسين خامات الأفلام على تمكين مخرجي اتجاه السينما المباشرة من إنتاج مجموعة أفلام تسجيلية على درجة كبيرة من الصدق والمباشرة ، حيث يقول أحد مخرجي هذه الأفلام : « لقد كان نوعاً من اللعب والنعامة ولم أكن على دراية بقواعد اللعبة ، وخلال التصوير كان يمكنني فقط تصوير ما يجري دون إعادة ، ولم أحاول أن أدير الحركة أو أوجهها أو أسيطر عليها ، فكان الناس يفعلون ويقولون ما يريدون وكان اختيار الأحداث من الشخصيات التي يتم تصويرها ، وقد قمت بعد ذلك بترتيب المواد المصورة حسب ما أرى ، لقد كنت مقتنعا تماماً بأن أي محاولة لتسيير

¹ ظاهرة تلفزيون الواقع وترجمتها على الشاشات العربية www.asharqualawsat.com (تاريخ الدخول: 05

ديسمبر 2007م)

² مني سعيد الحديدي، مرجع سابق ، ص 77-79

الأحداث سوف تشوّه الفيلم كلاً ، لقد كان الفيلم في صورته النهائية عبارة عن تسلسل زمني كما في الواقع المصوّر » .⁽¹⁾

وبغض النظر عن بعض البرامج الأخرى والتي تلاحقت من أجل تصوير الواقع ، فإن أول برنامج واقع بالصيغة التي نعرفها حالياً كان مسلسلاً أمريكياً باسم - أسرة أمريكية - عام 1973 ، البرنامج واجه عاصفة من الانتقاد ترعّمتها صحيفة - نيويورك تايمز - حيث تعرّض البرنامج لتفاصيل عائلية حميمة ، فتابع حياة أسرة تقليدية تمرّ بمرحلة انفصال الأبوين عن بعضهما البعض ، وقد ترك هذا البرنامج بصمة واضحة بل و أنتجت أفلام خلال سبعينات القرن العشرين أشارت إليه من قريب أو بعيد .⁽²⁾

وتبلورت بعد ذلك فكرة تلفزيون الواقع لتختصّ أكثر من خلال محاولة جمع أفراد من عامّة الناس في مكان محدّد و ضمن بيئة محدّدة ، ليعتمد إلى تسجيل حياتهم اليومية ، ومثّل هذا المفهوم برنامج **the real world** للمحطة التلفزيونية MTV سنة 1987 ، وفيه جمع أشخاص غرباء لا يعرف أحدهم الآخر في حيّز واحد لفترة زمنية معيّنة و جرى تسجيل بحريات ما حدث بينهم ، وفي عام 1996 أديع على تلفزيون هيئة الإذاعة البريطانية " بي بي سي " برنامج " مطار " الذي سجّل سكنات و حركات و كلام أفراد جهاز موظفي مطار " هيترو الدولي " ⁽³⁾ ، فكانت تلك الحقبة الفترة التجريبية لتلفزيون الواقع ، و حينها كانت قلّة قليلة من الناس تراسخ على أن برامج الواقع - والتي تعنى بالميوالات الجنسية و الأزمات العرقية - قادرة على كسب اهتمام المشاهد و رفع حصّة المشاهدة ، لكن حين حقّق برنامج MTV نجاحاً كبيراً تسانقت بقية المحطات الأمريكية لإنتاج برامج مثيلة على غرار **boot camp , the amazing race , fear factor , the osbournes , the big brother, the bachelor ,survivor** ...⁽⁴⁾ ، و يتفق أكثر الدارسين على اعتبار برنامج الأخ الأكبر أشهر برنامج تلفزيوني يمثّل نوعيّة تلفزيون الواقع ، حيث بدأت فكرة البرنامج عام 1998 في هولندا عندما تحدّث صاحب شركة أفدهول عن فكرة لجوّ خاص ، حيث تعيش مجموعة من

(1) المرجع السابق ، الصفحة نفسها .

(2) تلفزيون الواقع يقلب مقاييس الشهرة ، موقع سابق .

(3) ظاهرة تلفزيون الواقع و ترجمتها على الشاشات العربية ، موقع جريدة الشرق الأوسط ،

www.asharquelawsat.com (تاريخ الدّخول: 05 أبريل 2007م)

(4) الحكيم لصحي التوزري - تلفزيون الواقع مقارنة نفسية - ، ص 62

الناس في مقر واحد و بشكل طبيعيّ ، فقرّر أن يجمع 12 شخصا في مكان مشترك و يراقبهم بواسطة الكاميرات ، و تطلّبت الفكرة سنة و نصف السنّة حتّى جرى تنفيذها نهائيّا و عرضت عام 1999 من خلال برنامج big brothers ، بعدها اتّصلت شركتان للإنتاج بأندمول و جرى اقتراح فكرة وجود مواهب فنيّة ، و انطلقت فكرة " ستار أكاديمي " فتحوّل هذا النوع من التلفزيون الواقعيّ reality TV أو TV show و تبعتها أنواع لا حدّها من البرامج التي تدخل تحت هذا المسمّى ، رغم محاولة كلّ منها أن تكون مختلفة عن سابقتها سواء من خلال الفكرة العامّة للبرنامج أو بعض التفاصيل التي يتضمّنها البرنامج إلى غاية الهدف النهائي . (1)

3- التسخير العربيّ لتلفزيون الواقع

في إطار سياسة المحاكاة و التقليد ، وفي ظلّ المنافسة الشديدة بين القنوات و تماشيا مع السّلعة الأكثر رواجاً في سوق البرامج التلفزيونيّة ، راحت الفضائيات العربيّة تبحث عن موقع لبرامج الواقع ضمن شبكاتها البراجميّة ، وخدمة لجمهورها العربيّ الذي صار اليوم على اطلاع مستمر على المستجدات الإعلاميّة من خلال ما يصله من بثّ أجنبيّ و فضائيات غربيّة . و قد كانت المؤسسة اللبنانيّة LBC من بين المحطّات اللبنانيّة و العربيّة السّابقة في إنتاج برامج أجنبيّة ، حيث قدّمت " يا ليل يا عين " و " ستار أكاديمي " و " حلّها و احتلّها " و " قسمة و نصيب " ، و تقول الملحقّة الإعلاميّة في المؤسسة سنا اسكندر : « في الدّرجة الأولى يجب أن يناسب البرنامج محيطنا العربيّ ، و أن يكون قد حقّق نجاحاً كبيراً في الدّول التي عرض فيها » ، و فيما يتعلّق بمعايير نجاح هذه البرامج و كيف يمكن معرفة إمكان نجاحها أو عدمه من النّاحيتين الماديّة و الاجتماعيّة تقول سنا اسكندر : « نجاح البرامج الأجنبيّة بالصّيف العربيّة مرتبط بشكل أساسي بالخبرة التي تملكها محطة LBC في مجال إنتاج و تنفيذ البرامج (2) ، كذلك نعتد على الدّراسات المتعلّقة بالسّوق و حاجات المجتمع و أذواق المشاهدين و متطلّباته ، لذا نعتد في بعض الأحيان إلى إدخال بعض التعديلات الضّرورية لضمان نجاح البرنامج في المنطقة العربيّة ... ،

(1) جمال الزّرن ، مرجع سابق ، ص73

(2) ظاهرة تلفزيون الواقع و ترجمتها على الشاشات العربيّة ، موقع سابق .

فالمشاهد العرّبي متطلّب ولا يقبل أيّ شيء ، فهو دائما يريد الأفضل ، وهنا تكمن الصّعوبة و التّحدي لإرضائه ، لذا لا يمكننا إغفال هذا الواقع ونعمل في كلّ مرّة على تقديم الأفضل له إنتاجيًا .

بدورها أطلقت روتانا المتخصّصة في نجوم الغناء ، النسخة العرّبيّة من برنامج " إكس فاكتور " الذي يعتمد كذلك على المواهب و تصويت الجماهيري لمغنيهم المفضل ، وقد لاقى البرنامج استحسانا كبيرا ، سيما وأنّه التزم بالخصائص الإنتاجيّة للبرنامج الأصلي ، ولا يختلف وضع قناة المستقبل كثيرا عن المحطّة اللبّانية للإرسال خصوصا وأنّها حقّقت نجاحا باهرا من خلال برنامج " سوبر ستار " في عام 2000 والذي كان قد عرض في أكثر من 80 بلدا ، وتقول المسؤولة في قسم الإنتاج في تلفزيون المستقبل كريستين جمال : « اختيار البرنامج يتمّ في مهرجان ينضمّ في مدينة كان و يحمل اسم mit com حيث تعرض البرامج وتوزّع كتيّبات عنها لتعمد بعد ذلك كلّ محطّة إلى اختيار العمل الذي تراه مناسباً لها ، و إذا خضعت للشروط المطلوبة تحصل على حقوق إنتاجه ، و بما لا شك فيه أنّ اسم المحطّة يلعب دورا مهمّا في قبول طلبها و رفضه » ، و تضيف كريستين : « بعد ذلك تبقى المراقبة الدّورية على كلّ الأصعدة خصوصا مستوي الإنتاج وأعضاء لجنة التّحكيم والمشاركين ، وكلّ ذلك يترافق مع نقاشات دائمة بشأن التّعديلات التي يمكن إجراؤها بما يتلاءم مع مجتمعنا العرّبي » ، وتلاحظ كريستين أنّ أكثر البرامج التي همّ الجمهور العرّبي و تجذب اهتمامهم تتركز على تلك التي تعتمد على مبدأ تلفزيون الواقع و الموضة و الطّبخ ، كما كان محطّة mbc دور مهمّ في إنتاج البرامج الأجنبيّة⁽¹⁾ ، والتي من أهمّها "من سيربح المليون " الذي بدأ عرضه في عام 2000 ومازال مستمرا حتى الآن ، وعن المعايير التي يتمّ وفقها اختيار البرامج الأجنبيّة يؤكّد محمد المصري أنّه : « يتمّ اقتناء البرامج التي لا تتعارض مع متطلّبات العالمين العرّبي والإسلامي كي نضمن أن تحقّق البرامج نجاحا جماهيريا ، وبالتالي التّمتع بنوعيّة الإنتاج الجيّد والعنصر التّرفيهي في الوقت عينه » ، و يضيف : « قبل اتّخاذ القرار النهائي بشأن أيّ برنامج لابدّ من نجاحه في الغرب و إجراء دراسة ، حيث يعرض البرنامج على مجموعة من المشاهدين والمعلّنين لتقييم النسخة الأجنبيّة قبل إنتاجه بالصّيغة العرّبيّة ، وإذا تقرّر إنتاجه فقد تخضع النسخة الأصليّة - إذا لزم الأمر - لتعديلات في المضمون أو في الشّكل لتناسب مع

(1) المرجع السابق .

التقاليد العربية والإسلامية» ، ويشير المصري إلى أنه ليس هناك شروط معينة تفرض على المحطة لتحصل على حق الإنتاج ، ولكن معظم الشركات تتجه إلى المحطات المعروفة والكبيرة التي لها تاريخ في إنتاج هذا النوع من البرامج ، وفي المراحل اللاحقة تركز بعض الشركات على متابعة الإنتاج بكل تفاصيله ، فيما تعطى شركات أخرى مساحة أكبر من الحرية مع إبقاء التواصل الدائم معها للتأكد من أن البرنامج ينتج وفقا للمعايير المطلوبة .

وتحصر اسكندر الشروط التي تفرضها الشركات الأجنبية بعد إعطاء المحطة حقوق الإنتاج بضرورة الحفاظ على نوعية الإنتاج أي أن يكون بمستوى الإنتاج العالمي تلفزيونيًا ، ومتابعة هذه البرامج تمكن من ملاحظة ضخامة الإنتاج والأموال التي تصرف عليها ، وهي من خلال الديكور العام واستضافة الفنانين وغيرهم من الأمور التي تساهم بشكل كبير في زيادة نسبة المشاهدين ، وتؤكد اسكندر أهمية هذا الأمر فتقول : « تكلفة الحلقة الواحدة لهذا البرنامج تتراوح بين 30 ألف دولار و مائة ألف دولار بحسب كل برنامج ومتطلباته ، مع العلم أن هناك إقبالاً ملحوظاً على هذا النوع من البرامج من الشركات الإعلانية التي تحجز قسماً كبيراً من إعلاناتها قبل بدء العرض ، لتنضم بعد ذلك شركات أخرى خلال مرحلة العرض ، وعن سبب اعتماد سياسة إنتاج البرامج الأجنبية بدلا من الاعتماد على المحلية منها يؤكد المصري أن محطة mbc تقوم بإنتاج برامج أجنبية وعربية ، وربما هي المحطة الأكثر إنتاجاً للبرامج المحلية في العالم العربي خاصة البرامج الكبيرة أو المنوعات ، فقد أتى قسم كبير منها من داخل mbc مثل : العنديل من يكون ، Album ، آدم ، fantasia ، دندنة ، cbm وغيرها ؛ من جهة أخرى تشدد اسكندر على أن هذا النوع من البرامج ليس بديلاً عن البرامج المحلية بل هو يشكل جزءاً من شبكة محطة LBC ، وذلك بهدف التنويع لإرضاء مختلف الأذواق وكل شرائح المجتمع ، وتعزو اسكندر سبب الاعتماد على برامج أجنبية عوضاً عن إنتاج برامج محلية إلى أن هذا النوع من البرامج يكون قد خضع لدراسات دقيقة قبل إنتاجه في الدول الأجنبية كذلك يكون قد حقق نجاحاً ملحوظاً في بلدان عدة مما يسهل المهمة لبقية المحطات العربية فقط مهمة التنفيذ .⁽¹⁾

إن نجاح النسخ العربية المقدمة هو الدافع الرئيسي لمواصلة العمل بنفس سياسة التقليد والمحاكاة ، فماداً يريد القائمون على برامج التلفزيون أكثر من أن تلقى برامجهم تقبلاً من طرف الجمهور ،

⁽¹⁾ المرجع السابق .

و ما الذي يدفع لتوفيق عرض برنامج يلقي الاستحسان الكامل من طرف المتبوعين إلا إذا تم سحب ترخيص البرنامج من الشركة المنتجة الأم ، و لعلّ أبرز مثال على ذلك برنامج " من سيربح المليون " الذي كان يعرض على قناة **mbc** .

لقد سجّل تلفزيون الواقع منذ سنواته الأولى على المستوى العربي حضورا لافتا لانتظر غير عدد من القنوات الخاصة التي أصبحت متخصصة دون سواها في هذا النوع من البرامج ، فبعد كل من **LBC** و **mbc** أطلق راديو تلفزيون **ART** برنامج على الهواء سوا و الذي يتم بواسطته جمع فتيات من مختلف الجنسيات العربية في مكان طيلة أربعة أشهر تحت أنظار عدسات الكاميرا و المشاهدين ، و بصوت الجمهور على عروس البرنامج التي تختار شريك حياتها من بين المرشحين في مرحلة ثانية و تكون جميع مصاريف الزواج على نفقة القناة ، كما كان من المنتظر أن تبث القناة الثانية لمركز تلفزيون الشرق الأوسط **mbc** برنامج الرئيس المستوحى من برنامج **Big brother** الذي شرع في تصويره في البحرين ، لكن إدارة القناة اضطرت إلى إيقاف عملية التصوير نظرا إلى موجة الاحتجاجات التي واجهها البرنامج من قبل تيارات سياسية محافظة في ذلك البلد .⁽¹⁾

وتبقى من أهم عوامل استنساخ البرامج إمكانية تنفيذها في الوطن العربي سواء من الناحية المادية أو من ناحية تقبل الفكرة أيضا ، فبعض برامج تلفزيون الواقع لا تصلح للعالم العربي حتى و إن استبعدت العناصر غير الأخلاقية ، فأمثلة برامج المشاهير يواجهون الواقع يتخلّى فيها مشاهير أغناء عن أسلوب حياتهم المرفهة و يعيشون حياة المواطن العربي العادي بمومها و مشاكلها المختلفة وسط متابعة لصيقة من الكاميرات ، إن التركيبة الاجتماعية وطبيعة المجتمعات لا تسمح للمشاهير من سياسيين ، رجال أعمال ، فنانين ، إلى آخره ...، الظهور بصورة لا تظهرهم بكامل هويتهم ، فلن يقبل برلماني عربي أن يتنازل عن منزله لأسبوع لصالح رجل أو امرأة فقيرة و يذهب ليعيش في منزل الفقير ، و يصارع الحياة اليومية من تبضع بميزانية محدودة إلى استخدام وسائل المواصلات العامة للذهاب إلى العمل... الخ...⁽²⁾ ، بينما يستخدم الفقير منزله وهاتفه التّقال و سيارته لأسبوع ، وهذه فكرة أحد برامج تلفزيون الواقع البريطاني و التي شارك فيها

⁽¹⁾ عبد الحفيظ هرقام - أي نظرة لتلفزيون الواقع - ، مجلة " الإذاعات العربية " ، إتحاد إذاعات التّول العربية ، ع 01 ،

شركة فنون الرّسم والنشر والصحافة ، الفصّة- تونس 2005 م ، ص 4-5 .

⁽²⁾ تلفزيون الواقع بقلب مقاييس الشهرة ، موقع سانق .

مايكل بورتيلو أحد المرشحين السابقين لرئاسة حزب المحافظين المعارض و وزير الدفاع في حكومة جون ميجور .⁽¹⁾

بقي القول بأن عجز بعض الفضائيات على استنساخ البرامج الأجنبية الناجحة يدفعها في كثير من المرات إلى محاولة إيجاد بدائل عنها من خلال مقاربة الفكرة أو ابتكار فكرة جديدة ، وفي هذه الحالة ستجد الفضائيات العربية رهانات أكيدة على نجاح أو فشل هذه البرامج كونها ستنتقل من نقطة مبكرة جدًا للمشروع ، على الرغم من بقاء احتمال واحد و أكد تبني عليه مخططها وهو شهرة برامج الواقع و سعة انتشارها و احتدامها للجمهور.

4 - عوامل ظهور وانتشار برامج الواقع

إن اعتماد برامج الواقع بمفهومها العام يؤكد على أن عامل ظهورها و انتشارها هو الرغبة في مقاربة الواقع من أجل كسب مصداقية الجمهور ، الذي لا يثق سوى بما يراه قريبا منه ومن محيطه أو حتى يقارب ما يعرفه - هذا من جهة - ، من جهة أخرى فإن إطلاق الكاميرا بشيء من الحرية لا بد له أن يوفر مادة كافية لسد حاجة التلفزيون من البرامج ؛ أما إذا تم التطرق إلى برامج الواقع بمفهومها المعاصر فإن بعض الدارسين قد اهتموا بوضع نقاط تبرز عوامل ظهور ثم انتشار هذا النوع من البرامج :

أ- تطوّر تكنولوجيا الاتصال

لقد أصبح للشخص العادي ولاعترافاته أو شهاداته مكانة مهمة ، وحتى محورية في برامج " تلفزيون الواقع " بعد أن كان مقصيا ، وأصبحت الشاشة الصغيرة منبرا أو ملتقى للتقاسم تمتزج فيه آراء الأشخاص العاديين وذوي الخبرة⁽²⁾ ، من هذا المنطلق كان تلفزيون الواقع مؤشرا لإبراز مكان أوضح للجمهور في المنظومة الإعلامية ، فظهور الأفراد العاديين في مجال الإعلام العربي والمكانة المتزايدة للبرامج القائمة على تشريعهم (برامج حوارية ، منابر رأي ، إرساليات قصيرة) متغير جديد ساهمت في إحداثه عوامل عديدة متشابكة : ظهور القنوات الخاصة التي تعمل وفق

(1) المرجع السابق .

(2) نصر الدين لعياضي - تلفزيون الواقع : رهانات التسلية - ، ص 22

مقاييس برمجية عالمية ، والتي لا تخضع للمنظومة الإيديولوجية التي تحكم التلفزيون الحكومي ، التحولات التكنولوجية وخاصة ما يسمى بالاندماج والذي يصهر وسائط الإعلام الجماهيرية التقليدية والتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وشبكات الاتصال داخل نظام واحد يقوم على لغة رقمية واحدة جعلت من الممكن بث المضمون نفسه على حوامل وشبكات ووسائط مختلفة (تلفزيون ، هاتف نقال ، كمبيوتر ، إنترنت) فأصبح من الممكن للمشاهد المشاركة عبر الإنترنت في برنامج تلفزيوني من خلال التصويت على موقع القناة أو إرسال رسالة إلكترونية ، أو الإرسال من الهاتف الجوال نحو التلفزيون (رسالة مكتوبة أو صورة...) . (1)

ويفسر الإعلامي والكاتب الفلسطيني محمد مشاركة ظهور برامج تلفزيون الواقع والتوسع في إنتاجه إلى الثورة المعلوماتية ، فتلفزيون الواقع نتيجة مباشرة لثورة الاتصالات والدور المتزايد الذي يلعبه التلفزيون في حياة المواطن الغربي ، فلقد أصبح الوسيلة الترفيهية الرئيسية وأداة ملء الفراغ شبه الوحيدة دون منازع ، بل إنه مصدر المعلومات الإخبارية والعامّة بالنسبة لعامّة الشعب والتخبة السياسية . (2)

ب- التفاعلية والمشاركة

لقد تعددت القنوات وتوفرت أداة التحكم في جهاز التلفزيون عن بعد ، والتي اعتبرها بعض المختصين في علم الاجتماع الإعلامي أداة تجسيد اختيار المشاهدة ، ويرى البعض الآخر أنها أداة من لا اختيار لهم ، لقد أعطت التكنولوجيا الحديثة بعدا تفاعليا لبرامج تلفزيون الواقع ، حيث جعلتها تركز على المتلقي (المشاهد) كشريك في إنتاجها ، إن التفاعلية ليست مجموعة تقنيات لكنها ترسم مشروعا اجتماعيا يضع حدًا للاتصال العمودي و لسكون وسلبية المتلقي ، التفاعلية هي التحسيس الحي لرجع الصدى أو التغذية المرتدة **Feed Back** التي فتت الكثير من منظري وسائل الاتصال ، لقد وظفت هذه التفاعلية لإنتاج الاستعراض والصور المأثرة ، وهي تجسد علاقة اجتماعية بين الأشخاص الذين تربطهم الصور بعضهم البعض كما أكد ذلك الباحث غي دوبر في كتابه " مجتمع الاستعراض " . (3)

(1) الصادق الجمامي ، مرجع سابق ، ص 37

(2) ظاهرة تلفزيون الواقع و ترجمتها على الشاشات العربية ، موقع سابق .

(3) المرجع السابق ، ص 25.

ج- رصد مختلف التحوّلات الاجتماعية و الابتعاد عن الخيال

من عوامل ظهور تلفزيون الواقع أيضا أنّ هذا النوع من البرامج جاء في الغرب بعد موجة من المسلسلات والأفلام الهوليوودية العالية التكلفة ، التي كانت تصوّر المآثرات والقصص الخائبة مثل حرب التّحوم و أفلام الخيال العلمي والرّعب ، وكواكب تسكنها مخلوقات غريبة ستنهاجم الأرض ، فقد كان الإنسان يستهلك الأدب والرّواية والمسرح والأسطورة لفترة طويلة في شكل أفلام سينمائية ومسلسلات تلفزيونية حدّ الملل ، وتحوّل كلّ ما هو ميلودرامي ، و خيالي في التلفزيون إلى مادة تكرر نفسها ، فجاء تلفزيون الواقع كمنخرج من هذا الاستهلاك المفرط و إضفاء الطابع الدرامي على الواقع الذي أصبح أكثر تعقيدا عبر التحوّلات التكنولوجية و أنظمة العمل و التغيّرات الاقتصادية و الدّينية العمرانية ليأتي تلفزيون الواقع و يتيح للمشاهد زاوية أخرى لرؤية الواقع اليومي المعيش لكن عبر وسيط فعال اسمه هذه المرّة التلفزيون .⁽¹⁾

د- التطوّرات القانونية و التشريعية للفضائيات و المحطّات التلفزيونية

لقد شهدت القنوات التلفزيونية انقلابا في وضعها القانوني منذ نهاية السبعينات من القرن العشرين ، لقد عاشت عديد الدّول (إيطاليا ، فرنسا ، إسبانيا البرتغال ، بلجيكا ، بريطانيا...) ، ثمّ بقية دول أوروبا الشرقية تجربة خصخصة قنواتها التلفزيونية ، ليس هذا فحسب بل أصبحت القنوات التلفزيونية الخاصة رمزا للنجاح التلفزيوني في ظلّ العولمة ، لقد جنحت هذه القنوات النّاجحة تجاريا إلى الاعتماد على المزيد من المواد التّرفيهية ، و تؤكد المقارنة بين برامج تلفزيون الستينات من القرن الماضي و تلفزيون مطلع الألفية الحالية تراجع البرامج التربوية و التثقيفية و تنامي برامج التسلية ، و هذا ما يشبه الحجم الزمّني المتضائل الذي أصبح يخصّص للفيلم الوثائقي أمام برامج الألعاب و المنافسات ، لقد صرح أحد نجوم التلفزيون الفرنسي ميشال دريغر ذات مرّة مندهشا : « إنّ ما نشاهده في القنوات التلفزيونية الحالية شيء مدهش حقا ، لم يكن أحد من جيلي يصدق أنّه يأتي اليوم الذي تنتزع فيه الألعاب التلفزيونية الأوقات المفضّلة في البث التلفزيوني من الدّورة prime » .⁽²⁾

⁽¹⁾ جمال الزّون ، مرجع سابق ، ص74.

⁽²⁾ ظاهرة تلفزيون الواقع و ترجمتها على الشاشات العربية ، موقع سابق .

هـ - التوجّه التجاري للقنوات التلفزيونيّة

أعاد البروز الاستعراضي للتلفزيون التجاري النّظر بشكل جذري في نشاط التلفزيون حيث أصبح يحتكم إلى المنافسة ، و إلى نتائج قياس مدى إقبال المشاهدين على البرامج التلفزيونيّة التي تبعثها القنوات ممّا أثر في شكل و مضمون المواد التي تنتجها القنوات التلفزيونية من جهة و في أشكال تمويلها من جهة أخرى ، كما ارتفعت أهمية هذه البرامج بحجم ما تدرّه من الإعلانات و ما تجنيه من أموال و ليس بقيمتها المضافة في المجال الثقافي و الفني ، و تحقّق برامج تلفزيون الواقع أهداف القنوات التلفزيونية التجارية الممثلة لاستثمار القليل من الأموال مقابل الحصول على أكبر قدر من الأرباح ، فرغم كلّ ما يقال عمّا تبدّله القنوات التلفزيونية من أموال لإنتاج هذه البرامج : تشييد مبنى خاص أو تأجيرها ، الاستعانة بأساتذة و مختصّين و تشكيل فريق ضخّم من المصوّرين و الفنيّين و المخرجين الذين يشتغلون على مدار 24 ساعة ، و غيرها من التّفكّات ، إلّا أنّها ضئيلة مقارنة بما يصرف على السّاعة الواحدة من تصوير فيلم درامي و التي تقدّر بما يقارب المليون دولار و زهيدة مقارنة بما تجني منها أرباح⁽¹⁾ ، و على العموم فإنّ هذه البرامج المصنّفة ضمن برامج الترفيه تقدّم بصناعة سهلة مستساغة ذات استهلاك واسع و هي دليل على أنّ هذه البرامج قد طالت كلّ أوجه الحياة بما فيها الحميميّة و الحياة الخاصّة ، فهي إذا مرآة لما يشهده المجتمع من حراك و تحولات مثل بروز الشّباب لا فقط كظاهرة اجتماعيّة بل أيضا كفاعل ، و كذلك بروز اللّهُو و الترفيه كمطلب شعبي إلى جانب الضّغط المستمر الذي سهّلته العولمة و انتشار و سائل الاتّصال و انفتاح النّاس على العالم لإعادة النّظر في قواعد سلوكية معيّنة داخل المجتمع ، كما تأتي هذه البرامج في سياق انهيار المشاركة السياسيّة بسبب فقدان المصادقيّة كما هو الحال في الدّول العربيّة أو هامش الحرّيّة الضيّق كما هو الحال في الدّول الغربيّة ، ممّا دفع النّاس إلى مجالات أخرى منها الترفيه ، و تأتي أيضا هذه البرامج في وقت تشهد فيه صناعة التلفزيون تطوّرات جديدة أهمّها انتقال التلفزة إلى القطاع الخاص و عالم المال و تحوّل المحطّات التلفزيونيّة إلى الشّركات الخاصّة ، ربحيّة ، متناسبة تبحث عن أيّ جديد و طريف و مثير و جذاب .⁽²⁾

⁽¹⁾ نصر الدّين لعياضي - تلفزيون الواقع : رهانات التسلية - ، ص 24

⁽²⁾ حكيم فتحي التوزري - تلفزيون الواقع مقارنة نفسية - ، ص 66.

لقد وفّرت هذه البرامج كلّ المتطلبات فهي مثيرة و جدية و جريئة ولا تعتمد على نجوم باهظي الثمن و سيناريوهات مكلفة بل أصبحت هي التي تصنع النجوم و تروّجهم ، كما يجب أن لا ننسى أن هذه البرامج تأتي في سياق مطالبة عامّة بالمشاركة ، إذ أصبحت المشاركة قيمة من قيم العصر الحديث و لقد استطاعت هذه البرامج تلبية هذه المطالب عن طريق تصويت المشاهدين و إعطائهم الانطباع بأنّهم أصحاب قرار و سلطة في سيرورة الأحداث داخل هذه البرامج ، فبدون إلقاء نظرة فاحصة على هذه السياقات لا نستطيع فهم كلّ الأبعاد المتعلقة بتلفزيون الواقع بما فيه الجوانب النفسية .⁽¹⁾

5- خصائص تلفزيون الواقع

يتميّز تلفزيون الواقع باعتماده الواقع لصياغة الفكرة و إخراجها ، هو واقع كلّ يوم و مراقبة الجمهور التلفزيوني لكيفية تعامل الأشخاص الفاعلين في الواقع مع هذا الواقع ، كما تعتمد هذه البرامج البثّ في الزمن الواقعي (التقلّ المباشر) مما ييسّر التفاعل مع الجمهور ، الذي يشارك في البرنامج ليحجّله فاعلا رئيسيا فيه إمّا بالتصويت أو بالتعبير عن رأي ، كما أنّ هذه النوعيّة من البرامج تعتمد الحبكة الدرامية و التشويق لمعرفة ردود الفعل إزاء وضعيّة واقعيّة معيّنة أو لمعرفة الفائز من بين المشاركين في منافسة معيّنة .⁽²⁾

إضافة إلى هذا يمكن الخروج بعدّة خصائص تميّز " تلفزيون الواقع " نلخصها كالآتي :

أ- التركيز على خصوصيّة الأفراد

إنّ إحساسنا بالغرابة كأفراد كلّ منّا نحو الآخر شديد ، فنحن نريد أن نعرف كيف يعيش الآخر ، نبتسم بخصوص المواقف المضحكة التي يقحم فيها غيرنا من البشر أنفسهم ، و نقرأ عن مآسيهم بتعاطف ، و كلّ شخص يحفظ في نفسه قليلا من التميمة التي تقال خلف الأسوار ، بصرف النظر عن مدى الشدّة التي ينكر بها ذلك . يجب الفرد أن يحتلّ النظر إلى حياة الآخرين ، سواء مجرد إشباع حبّه للاستطلاع ، أو لأجل أهداف البحث الاجتماعي الرفيعة.⁽³⁾

¹ المرجع السابق ، ص 67.

² المنصف لعباري ، مرجع سابق . ص 58- 59 .

³ ايدوين امري و آخرون ، مرجع سابق ، ص 43 - 44 .

لقد اهتمت هذه البرامج بهذه الطبيعة البشرية واستغلّتها من أجل جذب اهتمام الجمهور ، فراحت تشجّع على الشغف بأمر الآخرين وتضخّم الحاجة الكامنة في الذات الإنسانيّة والمتمثلة في حبّ التلصّص على الغير ، مثلما هو الأمر بالنسبة لبرنامجي " الأخ الأكبر " و " ستار أكاديمي " ، اللذان يسلطان عيون الكاميرا على حركة المشاركين وسكوّتهم ، هذا التضخيم الذي يعطي مشروعية لتلصّص الجار على جاره ، ويزكّي تلصّص السلطات العموميّة في بعض الدّول ، بما فيها المتقدّمة ، على الأشخاص قصد مراقبتهم : مراقبتهم في دخول المطارات والخروج منها ، وفي البنوك وفي الأسواق التجاريّة ، وفي المؤسسات الرسميّة وفي بعض الشوارع والساحات العامّة عبر عيون الكاميرا التي لا تنام . (1)

ب- الحميميّة وإلغاء الحميميّة

يتميّز تلفزيون الواقع بالاستحداث المنظم لسياقين ، ويتعلّق الأمر بسياقين متباينين لكن مندجين :
- السياق المغلق ويتمثّل في الفضاء المترلي الذي ننتمي إليه .

- السياق المفتوح ويتمثّل في الفرجة الدائرة في فضاء شبه مماثل لفضاءاتنا المترليّة يؤثتها أشخاص مثلنا ، توحى حركاتهم وأفعالهم وسكناهم بالاندماج في سياق العالم الحقيقي (المغلق) .

ولعلّه من الصّوروي أن ينتج هذا الاندماج والتفاعل بين واقع المتفرّج وواقع المشاهد التلفزيونيّة إحساسا بانتفاء الحميميّة ، إنّ تلفزيون الواقع بإغراقه في تسجيل أو مراقبة أو استعراض الوضعيات والموضوعات و الطّقوس التي عادة ما تجري في إطار السياق المغلق ، إنّما يؤدي إلى ما يسمّى بإلغاء الحميميّة . (2)

من جهة أخرى يصنع تلفزيون الواقع نوعا جديدا من الحميميّة أوسع نطاقا ، من خلال التفاعل المباشر بين المشارك والمشاهد ، إنّ ميل التلفزيون عبر برامجه الواقعيّة إلى الدور المرئي في مجتمع تسير بعض فئاته نحو الانطواء المكره أو الاختياري يعزّز وينعش دوره المتنامي كأحد أشكال الرابطة الاجتماعيّة لجماعة أو فئة معيّنة ، فحين ينضمّ مشاهد إلى جمهور معيّن معروف أو مجهول ويشاهد في الآن ذاته ما يشاهده بل وله الإمكانية للتفاعل مع ما يشاهده بواسطة

(1) نصر الدين لعياضي - تلفزيون الواقع : رهانات التسلية - ، ص 26 .

(2) بن عسي عسّون . مرجع سابق : ص 54 .

الاتصال المباشر (عبر الهاتف أو خطابات sms) ، أو التفاعل مع ما يعرض التلفزيون لأنه واقع أو يشبهه أو يعتقد أنه كذلك ، فإن التلفزيون نتيجة لذلك يحافظ على نوع من الرابطة المرئية الحميمة .⁽¹⁾

ج- إلغاء التمثيل

أغلب برامج الواقع تطلب من المشاركين تأمين أكبر قدر من الصدقية ، كما يقع التركيز على إظهار أكبر قدر من حميمية الأشخاص وحياتهم الخاصة وتصرفاتهم اليومية ، وينظر إلى كل من يتعمد التعامل بحذر وبشيء من الافتعال للفتوى على أنه غير مندمج ، ويشجع المشاهدين أو المشاركين الآخرين على عقابه بإخراجه من اللعبة عن طريق التصويت ، فالصدقية في كشف الذات بمحاسنها وسيئاتها ، وعلى المشارك أن ينضبط وعلى المشاهد أن يحكم ويقدر⁽²⁾ ، فالفاعل إذن في تلفزيون الواقع عفوي لا يمثل وكأن الوضع طبيعي (داخل الاستوديو) خلافا لما يحصل في برامج تلفزيونية أو سينمائية أو مسرحية أخرى ، حيث يتفانى الممثل في تقمص الأدوار ليكون مؤثرا محسوسا بين الآخرين عند كلامه أو حركته أو حتى مجرد ظهوره ، فغياب التمثيل هو في واقع الأمر حيلة أو تظاهر ليس إلا اعتبارا لاستعداد الفاعلين المسبق للتساقلم مع عالم تلفزيوني له مقتضياته وقوانينه التقنية ، إن الفاعل داخل الاستوديو في إطار أي برنامج تلفزيوني وحتى تراتح له الأعين (عبر عدسات الكاميرا) والأسماع (عبر لواقط الصوت) ، ملزم بمراعاة مستلزمات الوسيلة التي تنطوي طبعا على شروط وتقنيات وتصاميم ومقومات خاصة بها .⁽³⁾

د- صناعة التجموم والمشاهير

يقول جون جاك بينيكس **Jean Jaques Beneix** : « التلفزيون هو المكان الذي يأتيه مشاهير الناس ليظهروا بأنهم عاديين ، ويأتيه الأشخاص العاديون ليصبحوا مشهورين ».⁽⁴⁾

(1) المرجع السابق، ص 56 .

(2) اخكيه فتحي التوزري - تلفزيون الواقع مقارنة نفسية - ، ص 64 .

(3) بن عيسى عسلون ، مرجع سابق ، ص 96 .

(4) نصر الدين لعياضي - تلفزيون الواقع : رهانات التسلية - ، ص 20 .

رفعت هذه البرامج من وزن التلفزيون في حياة الأشخاص ، ومن نفوذه في الحياة العامة ، وغيّرت الفهم السائد لدى عامة الناس للعلاقة القائمة بين الجهد والوجاهة ، كان الشخص يشتغل ويكدح في مجال تخصصه حتى يفرض ذاته على المؤسسة الاجتماعية والثقافية بما فيها التلفزيون ، لكنّه أصبح بفضل هذه البرامج محلّ بأستوديو التلفزيون ليفرض نفسه على المجتمع ، ويكتسب الشهرة حتى وإن كان فاقداً للمقومات التي تؤهله لذلك⁽¹⁾، واستناداً إلى التراكم الذي أوجده تلفزيون الواقع بشأن صناعة النجوم يصبح من المستساغ القول أن برامجه تنفرد بخاصية إنتاج النجوم واستثمارها ليتمّ استبدالها في ما بعد ونسيانها كما تمّ نسيان عديد الأسماء بشكل سريع و فجائي ، إن تلفزيون الواقع بذلك يصنع نجوماً يمكن لها أن تزول بنفس سرعة ظهورها .⁽²⁾

هـ- الرّبحيّة

إنّ نجاح أيّ برنامج تلفزيوني لا يمكن أن يكون معزول عن رهانات اقتصادية ماديّة وتجاريّة ، فبرامج تلفزيون الواقع تحوّلت إلى مؤسسة اقتصادية فائقة التأثير إذ يعتمد تلفزيون الواقع على تمويل عدد من الرّعاة الرّسميين وعدد آخر من الرّعاة المشاركين مقابل عرض الإعلانات وارتداء المشاركين منتجات شركات إنتاج الملابس أو العطور أو مواد التّجميل ، بالإضافة إلى كلّ هذا توجد المكائمت لها نقية التي أصبحت مصدراً هاماً لشركات الاتصالات ومحطّات البثّ التلفزيوني ، فأتصال الجمهور وتصويته لأحد المتسابقين هو الفرصة الأساسية لبقاء النجم وفوزه ، وفرصة المشاهد للتعبير عن كونه طرفاً في اللعبة ، لأنّ المكائمت و الرّسائل التي تصل إلى المتسابقين تعدّ من المعايير والمقاييس الأساسية لتقييم نجاح البرنامج ، وردّ فعل الجمهور⁽³⁾، لقصد ساهمت هذه التّوعية من البرامج التلفزيونيّة في تضخيم كلفة الومضات الإشهارية خلال فترة بثّها أو قبلها ، وعلى سبيل المثال لا الحصر نقول أنّ تكلفة ومضة إشهارية بثلاثين ثانية على قناة ABC الأمريكيّة خلال بثّ الحلقة التّنهائية من برنامج The bachelor بلغت 700000 دولاراً أمريكي⁽⁴⁾، وفي فرنسا حصد التلفزيون الخاص TF1 مبلغ 130 مليون يورو كعائدات

(1) المرجع السابق ، ص 25 .

(2) جمال الزّرن ، مرجع سابق ، ص 77 .

(3) المنصف لعياري . مرجع سابق، ص 59 .

(4) المرجع السابق ، ص 77 .

إعلان وإشهار وذلك من خلال عرض 16 حلقة من برنامج ستار أكاديمي سنة 2002 ، حيث تمّ مثلاً الترفيع في قيمة سعر الإعلان الذي يتمّ بثّه قبل البرنامج وأثناءه وبعده ، فنّهائي حفل ستار أكاديمي بهذه القناة التّلفزيونيّة شدّ انتباه ما يناهز 12.6 مليون مشاهدا ، كما أنّ المكالمات الهاتفية ورسائل sms وصلت إلى ثلاثة ملايين مكالمة في ليلة الاحتتام ، أمّا منوعة بوب ستار على قناة M6 الفرنسيّة الخاصّة أيضا فقد باعت مليون ألبوم من أغاني هذه المنوعة ، لبيان الأثر الاقتصادي لبرامج تلفزيون الواقع يمكن الرجوع إلى الأرقام ، ففي هولندا بيعت 80 ألف نسخة CD في يوم واحد ، وفي البرتغال كانت جائزة أفضل برنامج تلفزيوني لسنة 2000 لتلفزيون الواقع ، كما تخرّج منها نجوم عالميون عديدون ، وفي الوطن العربي رصدت محطة لـ "ال.بي.سي" اللبنانيّة الخاصّة 4 ملايين دولارا كميزانيّة لمحطّة بثّ وإنتاج هذا البرنامج ، كما خصّصت 400 دولار كمبرغ شهري لكلّ مشترك في منوعة ستار أكاديمي ، و بالمقابل سجّلت القناة خلال هذه الفترة 70 مليون مكالمة هاتفية ، وقد أكّدت إحصائيات مؤسّسة " ستات إيسوس " اللبنانيّة المختصّة أنّ 80 % من اللبنانيين بين 15 و 25 عاما يتابعون البرنامج ، وقد مكّن البرنامج من ترفيع تكلفة الإشهار إلى 11000 دولار للثلاثين ثانية ، في حين كانت كلفة الثلاثين ثانية خلال نهائيات كأس العالم 2002 لم تتجاوز 7000 دولار في قناة LBC اللبنانيّة . (1)

6- تقييم تلفزيون الواقع

كثر الحديث حول ظاهرة تلفزيون الواقع الذي أخذت ملامحه الإعلاميّة في التّغلغل في المجتمع ، وشكّلت حيثيته وما يتعلّق به من تفاصيل مثار اهتمام جميع الفئات الاجتماعيّة ، ومع تنامي نسبة المتابعين لتلك الظاهرة الإعلاميّة اختلف الناس في تقييم مضمون هذه المواد ، وخاصة مع تغيّر أشكالها الإخراجيّة ، و موضوعاتها الفنيّة و أهدافها المسطّرة في العديد من البرامج التّلفزيونيّة ، لينقسم المجتمع بين مؤيد متابع و رافض مقاطع و متحفّظ مشاهد ، وتتمحور حجة كلّ طرف منهم ضمن سياقات منهجيّة تعكس توجهاتهم الفكرية و سماتهم الشّخصيّة والاجتماعيّة . (2)

(1) المصنف لعياري ، مرجع سابق. ص 59.

(2) زيد بن علي الفصيل - تلفزيون الواقع : القيمة والهدف - ، www.eleph.com (تاريخ النّحو: 05 أفريل 2007)

فمؤيدو هذه البرامج يتساءلون باستغراب قائلين : « من حوّل مجموعة من المثقّفين الحديث باسم المتشاهدين ، ليعبروا عن سخطهم على برامج الواقع ؟ » ، ويضيفون قائلين : « غريب أمر هؤلاء المثقّفين حقاً لقد كانوا ينقدون بقسوة البرامج التلفزيونية لأنها تقصي المشاهدين لآصالها العمودي الذي يتخذ اتجاهها واحداً ، ولم يتراجعوا عن نقدهم هذا رغم أنّ البرامج المذكورة نجحت في إخراج المشاهد من دائرة سلبيته وسكونه » ، ويعتقد مناصرو برامج الواقع بأنّ هؤلاء المثقّفين القابعين في مكاتبهم يحكمون على سطحية برامج الواقع وتفاهاتها بإسقاطاتهم الإيديولوجية التي تجرّم الاستعراض والفرجة ، وفي هذا الصّدّد يؤكد السينمائي الفرنسي جون جاك بونيكس : « ليس للمشاركين في برنامج " الأخ الأكبر " ما يقولونه أو يظهرونه ، فكلّ ما يقولونه ويظهرونه عادي وحتى تافه ، ولكن هذا ما يطمئن الجمهور ويزيد من شعبية هذا البرنامج ، إنّ جمهور المشاهدين يريد أن يظهر له بأنّه لا يوجد أيّ شيء خارق للعادة و عجيب ، مثلما يجري في حياتنا تماما ، إنّنا في حقيقة الأمر نشاهد ذاتنا من خلال مشاهدتنا للآخرين في التلفزيون » (1) ، كما يرى بعض المؤيدين لتلك الظاهرة من حقيقة حالة الانصهار المعرفي السذي يعيشه العالم حالياً ، وحتمية التمازج الثقافي الذي يفرض علينا أفرادا ومجتمعات ، ويدعونا للانخراط في كلّ هذا حتى نتمكن من مجارة تطوّراته الثقافية ، رافضين فكرة التّفوق داخل أبعاد نظرية المؤامرة ، باعتبار أنّ العالم بأكمله جزء من تطوّر تراكمي لسلكيات إنسانية قوامها الفضيلة و الخلق التي هي هدف جميع المجتمعات البشرية بغضّ النظر عن جنسها و لوها ومعتقداتها . (2)

أمّا الطائفة المعارضة لبرامج الواقع - وهي الغالبية العظمى - فإنّها ترى فيه العديد من الثغرات والسلبيات ، فقد اعترض البعض على إلصاق صفة الواقعية على هذه الموجة من البرامج التلفزيونية ، متسائلين عن موقع الواقع في إعراب جملة هذه البرامج ، ففي هذا الصّدّد يقول دونيس روجي رئيس جمعية حماية مشاهدي التلفزيون الفرنسية : « إنّ مفهوم تلفزيون الواقع يبدو لنا فاقدا للمعنى ، مهما كان شكل المنتج ، إنّ السّمعى - البصري هو نتيجة تركيب أو مونتاج صور ، ووجهة نظر المصوّر و ملتقط الصّوت و مخرجه ، إنّ الواقع في هذه البرامج واقع مفبرك و ممسرح ، حيث تسبقه تجارب و اختبارات لانتقاء المشاركين casting ، هذا

(1) نصر الدين لعباضي - تلفزيون الواقع : رهانات التسلية - . ص 25

(2) زيد بن عني الفضيل . موقع سابق .

إضافة إلى خداع المشاهدين ، فبرنامج " الأخ الأكبر " على سبيل المثال يبتّ بشكل غير مباشر لكن يوهم الجمهور بأنه مباشرة على الهواء .⁽¹⁾

يعتبر إنكار واقعية هذه البرامج أوسع نقد جلبته هذه الظاهرة ، إذ هناك شبه إجماع على أنها وبالرغم من التسمية المتداولة بعيدة كل البعد عن الواقع ، ذلك أن تعريف الواقعية يشهد اختلافا كبيرا بين الأطراف الناقدة ، فالبعض يعتبر أن هذه البرامج لا تهتمّ بحياة الناس الواقعية ومشاكلهم المزمنة وخاصة مشاكل الشباب مثل : الفقر ، البطالة والهوية ، وصعوبة العيش و الحروب ، و الظلم في العالم ، فأغلب هذه البرامج تركز على مواضيع محدّدة و منتقاة مثل الزواج والتجوميّة وبعض الخبرات الاجتماعية ، ويرى البعض الآخر أن اختزال الواقع في ذلك الفضاء الضيق و الاصطناعي مع تبسيط لمسائل اجتماعية معقّدة مثل الرقي الاجتماعي و تحقيق نجاحات اجتماعية و اكتساب مهارات نجومية و غيرها مسألة فيها مغالطة وبعيد عن الواقع ، كما أن الإطار الفضائي و المتطلّبات التقنية (كاميرا) والعيش تحت مراقبة الناس بعفوية أمام الكاميرا .⁽²⁾

من جهة أخرى يكسر تلفزيون الواقع حاجز الخصوصية ، ففي الوقت الذي كرّست فيه منظمات حقوق الإنسان جلّ جهودها من أجل حثّ الحكومات و الأنظمة على احترام حقّ الإنسان في الخصوصية جاءت الضربة لهذه الجهود من زاوية غير محسوبة ، وهي هذا الاتفاق المعلن لدى الأطراف المستفيدة من هذه التجربة بدلا من دفع القطاعات الاجتماعية باتجاه الاحتفاظ بحقّ الإنسان في ممارسة خصوصياته دون مراقبة أو تحكّم من قبل الأجهزة الإعلامية أو السلطوية ، ولعلّ هذا ما دفع بمنظمات حقوق الإنسان في الغرب لأن تعلن حرّما على المفاهيم الأخلاقية الجديدة التي كرّستها شبكات الميديا عبر هذا النوع الجديد من البرامج .⁽³⁾

ولأنّ برامج تلفزيون الواقع تقوم على نماذج مستوردة فإنّ التقد الأخلاقي لها يستثمر بشكل جذّاب خطاب العولمة و مناهضتها ومقاومتها ، إذ تشكّل من هذا المنظور أداة للاختراق الثقافي و نشر قيم العولمة ، ويشكّل النقد الأخلاقي إذن لبرامج الواقع الخطاب المهيمن و الأكثر رواجاً ، والحقيقة أنّ لهذا الخطاب قيمة معرفية متواضعة ذلك أنّه لا يفضي لفهم الظاهرة ولكن للحكم

¹ نصر الدين لعياضي - تلفزيون الواقع : رهانات التسلية - ص 21 .

² الحكيم فنجي التوزري - تلفزيون الواقع مقارنة نفسية - ص 63 .

³ تلفزيون الواقع في صيغته العربية . www.rezgar.com (تاريخ الدخول: 05 أفريل 2007م)

عليها والبتّ في مسألة التزامها بالقيم الحضارية العربية وليست هذه مسألة معرفية⁽¹⁾؛ فما صدم البعض في برامج ستار أكاديمي الاختلاط بين الجنسين و التّجاوزات الأخلاقية التي تحدث بينهم والتي تركز عليه عيون الكاميرا ، ولباس المتنافسين الاستفزازي ، كلّ هذا قد يغرس الخوف من تعميم بعض القيم و السلوكيات في المجتمعات العربية خاصة ، فقد لوحظ في بعض الدّول الخليجية التي يصفها البعض بأنها محافظة ، ظهور بعض الفتيات في المحلّات التجارية يرتدين لباسا يحمل شعارات تجارية وكلمات بعض الأغاني .⁽²⁾

يرى الناقد السينمائي المغربي مصطفى المسناوي أنّ هذه البرامج تستفيد من مناخ الحريات المبالغ فيه في الغرب ، وهذه الحريات تختلف من بلد لآخر ، وليس غريبا أنّ برنامج الأخ الأكبر big brother ظهر في هولندا أولا ، أكثر الدّول الغربية انفتاحا ، ولم يظهر هذا البرنامج في إسبانيا أو إيطاليا مثلا ، والصّبح التي أنتج بها اختلفت من بلد أوروبي لآخر بشكل كبير ، ويفسر عدم نجاح محاولة تعريب الأخ الأكبر بسبب الاختلاف الثقافي و الأخلاقي بين الوسطين الاجتماعيين .⁽³⁾

إذا كان مركز ثقل برامج ستار أكاديمي على سبيل المثال يكمن في الفنّ و الطرب و التّكوين الفنّي للمتنافسين ، وتأهيلهم ليكونوا نجوما فعلا فإنّ تنفيذ التلفزيوني قد طمس هذا الجانب من خلال تصوير الحياة اليومية في الأكاديمية ، وبالغ في إبراز تفاصيل هذه الحياة ، و النتيجة أنّ الحكم على المتنافسين لا يجري على أساس فنّي لأنّه يحسم بالنّظر إلى المواقف و السلوك و غيرها من الاعتبارات ، و يؤكّد بعض الدّارسين أنّ عديدا من برامج الواقع تعجّل في مسار تسليع الفنّ و الغناء و الموسيقى في الوطن العربي في ظلّ غياب الآليات القانونية التي تسهر على حمايتهم ، و أمام تراجع السّلطات العمومية عن قيامها بواجبها الاجتماعي والثقافي المتمثّل في النهوض بالثقافة وبأشكال الفنون⁽⁴⁾، لقد حدث انقلاب كبير لدى المشاهد العربي في تقمّص أبطال و نجوم الشاشة ، فجوّ الإحباط الذي يعيش فيه جّل الشّباب العربي وانسداد أفقه وتضاؤل آماله في المستقبل جعل الكثير يعتقد أنّ احتراف الرّياضة أو الغناء أو عرض الأزياء و الموضة هي المنقذ

⁽¹⁾ الصادق الحمامي ، مرجع سابق ، ص 31 .

⁽²⁾ نصر الدين لعياضي - تلفزيون الواقع : رهانات التسلية - ، ص 27

⁽³⁾ تلفزيون الواقع يقب مقاييس الشّهرة في الغرب ، موقع سابق .

⁽⁴⁾ مرجع السابق ، ص 27

الوحيد للرقى الاجتماعي ولاكتساب الجاه والثروة ، وللتأكد من صحة هذه الفرضية يمكن مراجعة عدد الأشخاص الذين غمروا أماكن إجراء التجارب الصوتية في البحرين ، الكويت ، مصر ، سوريا ، لبنان ، الأردن ، المغرب ، وباريس ، لانتقاء المتنافسين في برنامج سوبر ستار super star الذي شرعت قناة المستقبل اللبنانية في بثه للمرة الثانية على التوالي ، لقد اندهش المشرفون على هذا البرنامج من عدد المرشحين ، ومن سنهم حيث يمكن الإشارة إلى إقدام كهول على إجراء تجارب صوتية بغية المشاركة في هذا البرنامج .⁽¹⁾

إن شعبية ونجاح هذا النوع من البرامج لا يعكس مطلقاً إيجابية مضمون ما يقدم فيها ، فقد تبين بشكل واضح أن خطورة الأفكار المقدمة فيها على عقول الشباب ، هي أكثر بكثير من قيمة الواقعية في العرض أو أية مكاسب إعلامية ظاهرية أخرى .

⁽¹⁾ نصر الدين لعباضي - تلفزيون الواقع : رهانات التسلية - ، ص 28 .

خلاصة الفصل

حاولت الدراسة من خلال هذا الفصل أن تقدم الوسيلة الإعلامية (التلفزيون) كأهم مظهر من مظاهر انتشار ثقافة الصورة في عصرنا ، خاصة وأنها تمتاز بخصائص عديدة منها التكنولوجية كالصوت و الصورة و الألوان ... و الوظيفية كالفورية و الواقعية و التنوع ... ، مع أن هذه الخصائص لها إيجابياتها و سلبياتها ؛ كل هذا ساعد التلفزيون على القيام بوظائف مهمة و فاعلة داخل المجتمع ، كالإعلام و التثقيف و التربية و التعليم ، فهو بذلك يتعدى الوظيفة التجارية التي تهدف إلى تحقيق الربح ، على الرغم من أن بعض المؤسسات الإعلامية تجعله هدفها الأساسي و الوحيد .

و مما زاد التلفزيون أهمية بين جميع الوسائل الاتصالية المتوفرة تفعيله بآلية البث الفضائي ، فبعد انتشار الأقمار الصناعية وتنوعها أمكن تقديم خدمة تلفزيونية مباشرة و نقلا حيا لكثير من الأحداث بجودة عالية و دون الاعتماد على محطات أرضية ، وقد ساعد تطور تكنولوجيا الاتصال و بخاصة تطور الأقمار الصناعية للاتصالات و ظهور أجيال أقمار البث التلفزيوني المباشر على ظهور عشرات القنوات الفضائية العربية و الأجنبية .

ومن المعروف أن التعددية تخلق المنافسة ، فمنافسة القنوات الفضائية على الفوز بأكبر حصة من الجمهور أدى بكثير من المؤسسات الإعلامية إلى إدخال تعديلات على الخريطة البرمجية الخاصة بها و البحث عن كل ما هو جديد و مثير للاهتمام وذلك لتتماشى و متطلبات الجمهور ، و لأن الجمهور يميل أكثر لكل ما هو واقعي و يقترب منه ليسليه فقد ظهر نوع من البرامج التلفزيونية سمي بتلفزيون الواقع .

وقد عرف مضمون هذا البرنامج مراحل تطور عديدة بدأت بما كان يقدمه الفيلم التسجيلي من حقائق على سينما الثلاثينات ، إلى غاية ما صار يعرف في السنوات الأخيرة بتلفزيون الواقع ، و الذي ظهر على شكله الحالي كتجربة أولى في هولندا سنة 1999 ، وسرعان ما تزايدت النماذج وتعددت مع أنها كانت دوما تنطلق من فكرة واحدة وهي " توجيه الكاميرات إلى مجموعة من الأشخاص 24 ساعة / 24 ساعة ، من أجل مراقبة تصرفاتهم وهم يعيشون معا تفاصيل سيناريو برنامج مختار و معد مسبقا " ؛ وعلى الرغم من أن تلفزيون الواقع كان يطمح -- و حسب تسميته -- إلى تحسيد الواقع و تقديمه للجمهور إلا أن واقعته تعرضت إلى كثير من

الانتقادات من طرف المختصين ، و كذا الجمهور المتابع خاصة فيما يتعلّق بالتجاوزات الأخلاقية التي خرقت كثيرا من الأعراف و التقاليد .

المجلة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الثالث :

التلفزيون والمراهق

أولاً : الجمهور و التلفزيون

ثانيا : سيكولوجية المراهق

ثالثا : مشاهدة التلفزيون وتأثيرها على المراهق

جامعة الإمام
العلماء
للعلوم الإسلامية

أولاً : جمهور التلفزيون

لم تشهد وسيلة من وسائل الإعلام الجماهيرية تطوراً كالتطور الذي شهده التلفزيون ، إذ تمكّنت هذه الوسيلة وفي ظرف وجيز من الاستئثار والاستحواذ على جماهير واسعة ، الأمر الذي حدا بأحد خبراء الاتصال إلى وصف هذه الظاهرة بالقول : « إنّه جمهور مهول وهو من حيث حجمه الكلي ومن حيث نسبته المئوية من السكان ، يعدّ ظاهرة اجتماعية لا سابق لها في التاريخ » (1) ، ومما لا شكّ فيه أنّ الجمهور قد أصبح العنصر الأساسي أو الممثل الرئيسي للاتصال غير المباشر ، كونه يعطي لوسائل الإعلام طابعها الاجتماعي وأهميتها السياسية وغيرهما ، وفي هذه الحالة يغدو الجمهور البعد الفعّال في حقل الاتصالات السمعية - البصرية . (2)

1- تطوّر مفهوم الجمهور

لسنوات طويلة تأثرت الاتجاهات البحثية في دراسة جمهور وسائل الإعلام بالمفهوم الذي ساد خلال القرن التاسع عشر عن طبيعة الجمهور - كمصطلح في علم الاجتماع وقتئذ - وسلوكه ، فقد نظر علماء الاجتماع حينها إلى الأفراد في المجتمعات الجديدة التي أفرزتها الثورة الصناعية على أنّهم حشد منعزل Mass ، وشتات من المهاجرين الذين انتقلوا من الريف الذي تسوده الروابط العائلية والصلوات الاجتماعية ، إلى المدن والمجتمعات الجديدة التي اتّسمت بالتباين بين أفرادها ، لغياب الأصول الثقافية التي كانت تجمع بين الأفراد في روابط وصلات اجتماعية (3) ، وعلى هذا يبني معجم المصطلحات الإعلامية تعريفه للجمهور بعمومه وبكونه أحد أطراف العملية الإعلامية فيورد : « جمهور المتلقين حشد من الأفراد يتركز انتباههم على مؤثّر خاص كجمهور السينما والتلفزيون ، ويكون الاتصال مع هذا الحشد في اتجاه واحد ، أي من المؤثّر إلى أفراد الحشد » . (4)

(1) عمّاد شطاح ، مرجع سابق ، ص 72.

(2) Bernard Lamizet - Histoire des Média Audio Visuels - . ellipses, édition Marketing S.A. paris 1999 , p149.

(3) محمد عبد الحميد - دراسة الجمهور في بحوث وسائل الإعلام ، ص 21.

(4) أحمد زكي بلوي ، مرجع سابق . ص 25 .

كما عرّف الجمهور على أنه : « مجموعة أو جماعات من الناس يجمعهم موطن معين ، وتجمعهم مصالح واحدة وقيادة واحدة ، وظروف بيئية واحدة » ، وهناك من عرّف الجمهور بأنه : « مجموعة الناس الذين يسهل توجيههم والسيطرة عليهم وإسقاط المعلومات إليهم ، بحيث يكون سلوك هذا الجمهور في الاتجاه المرغوب فيه » ، وفي تعريف ثالث يكون الجمهور: « كالتقطيع تجمعه ساحة واحدة أو مزرعة واحدة ، ليس له رأي واحد أو إجماع على رأي ، وهو يتحرك طبقاً لما يوجهه الموجهون والقادة ، بحيث يصبح الجمهور مسلوب الإرادة يخاف ممن يرهبه ويستسلم لمن يسيطر عليه » ، وغير ذلك من التعاريف والآراء التي تناولت الجمهور وجعلت منه شيئاً يسهل التعامل معه . (1)

وقد انعكس هذا المنظور الاجتماعي على التسميات الشائعة التي يعتبر مفهوم الجمهور طرفاً في تركيبها ، مثل المجتمع الجماهيري **Mass Society** الذي يجمع أنماطاً متعدّدة من الأصول والثقافات ، ويعمل فيه الناس كأفراد ، أكثر منهم كأعضاء في العائلات أو الأنواع الأخرى من الجماعات ، ولا يساعد هذا المجتمع على دعم قيام الوحدات الاجتماعية عفويًا ؛ وكذلك الإنتاج الجماهيري **Mass Production** الذي يوزّع على الأسواق ليصل إلى كلّ الأفراد المتباينين في سماقتهم أو خصائصهم ، دون النظر إلى التفاعل أو المشاركة بينهم ، وانعكس أيضاً على تعريف الاتصال الجماهيري **Mass Communication** الذي تبنته النظريات المبكرة التي كانت تنظر إلى جمهور وسائل الإعلام على أنه مجرد حشد أو أعداد كبيرة من الناس ، لا تجمعهم خصائص أو سمات واحدة ، غير معروفين للقائم بالاتصال ، منعزلين عن بعضهم اجتماعياً ، ولا يملكون القدرة على العمل كوحدة أو في تنظيم اجتماعي متماسك ، وبالتالي فإنهم يتعرضون لوسائل الإعلام ويتأثرون بها بشكل فردي . (2)

وشيناً فشيناً تغير هذا المفهوم حين تأكد وجود مصالح تجمع أفراد الجمهور ، والتي قد تكون ميلاً أو اتجاهات إزاء مثير ما ، قد يكون وسائل الإعلام بما تعرضه من برامج فتتكوّن لديه اتجاهات على ضوء هذا التلقّي ، ليصبح مفهوم الجمهور يعني أكثر من مجرد حاصل جمع عدد من الأفراد ، إنّه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محدّدة وظروف حياة بعينها ، بيد أن هذه الجماعة ليست كلّاً متماثلاً ، حتى وإن كانت مجتمعاً محلياً صغيراً جداً ،

(1) أحمد محمد المصري - العلاقات العامة - ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية 1995م ، ص 85-86 .

(2) محمد عبد الحميد - دراسة الجمهور في بحوث وسائل الإعلام - ، ص 21-22 .

فعندما توضع تحت الملاحظة فإنها تكشف عن الكثير من الاختلافات التي تقوم على أساس الفروق الطبقيّة والمصلحة الاقتصاديّة والمعتقد الديني والانتماء السياسي والإيديولوجي وما إلى ذلك ، ولو أنّ الجمهور ليست لديه حقاً مواقف وصفات ثابتة ، فمن الممكن أن يفرض عليه أيّ نوع من المعتقدات أو التّحيزات أو أي نمط سلوكي ، ولكنّ الواقع هو أنّ الجمهور يختبر ويقمّم الرّسائل التي تقدّم له بمقاييس توارثها أو اتّخاذها لنفسه ، وهذه المقاييس تحكم استجابته بالقبول أو الرّفص ، ممّا يخلق نوعاً من التّفاعل بين تأثير وسائل الإعلام واستجابة الجمهور ، وهذا التّفاعل هو عامل أساسي في ممارسة الاتّصال والإعلام .⁽¹⁾

كما يرى ليونارد وفيليب المختصان في علم الاجتماع بأمریکا أنّ كلّ جمهور تحكمه آراؤه وقيمه واتّجاهاته التي يعبر عنها بأساليب مختلفة ، فالجمهور وفق منظورهما يتكوّن من الأفراد الذين ارتبطت علاقاتهم ببعض تحت موضوع ما أو نشاط معيّن مشترك بينهم ، وأنهم يستطيعون بالطّرق المختلفة التّعبير عن هذا الاهتمام الذي يسيطر على سلوكهم ويكون موضوع اعتبارهم .⁽²⁾

إنّ مجموعة الأفراد الذين يشكّلون جمهور مصدر إعلاميّ ذو خصائص محدّدة على الرّغم من الشّعور بالفردية والاستقلاليّة في اختيار واستقبال الرّسالة ، إلّا أنّ ذلك لا ينفي وجود قاعدة اجتماعيّة أو روح عامّة - على حدّ تعبير غوستاف لوبون- ، هذه الرّوح التي تجعل جميع الأفراد يشعرون ويفكّرون ويعملون بكيفيّة تخالف تماما الكيفيّة التي يشعر بها ويفكّر ويعمل بها كلّ واحد منهم على انفراد ، وكذلك كيفما تباينوا وأنفقوا في أحوال معيشتهم وفي أعمالهم اليوميّة وفي أخلاقهم ومداركهم⁽³⁾ ، وتبعاً لذلك فإنّ الجمهور ليس تراكمياً لآراء ورغبات وأذواق وطموحات مجموعة من الأفراد ، وذلك لأنّ الفرد يتصرّف داخل المجموعة تصرّفاً مغايراً للتصرّف الذي ينتهجه عندما يكون وحده ، إنّه يخضع لردّ فعل العدوى أو ردّ الفعل المتتابع فيشاطر المجموعة إحساسها وشعورها .⁽⁴⁾

(1) شون ماكبرايد وآخرون ، مرجع سابق ، ص 408.

(2) جلال عبد الوهاب - العلاقات الإنسانية والإعلامية - ، ذات السلاسل ، الكويت ، ص 184.

(3) جوستاف لوبون - روح الاجتماع - ، تر: أحمد فتحي زغنون ، دار موفيم للنشر رغبة-الجزائر 1988م ، ص 27.

(4) نصر الدّين لعياضي - مساعلة الإعلام - ، ص 106.

وما تبين الآراء حول الجمهور إلا نتيجة لذلك التحوّل الذي مسّ المجتمع ، إذ اتّسم المجتمع القلم بالتّرابط العضوي- حسب دور كالم- في حين نجد المجتمع الحديث ذو طابع ميكانيكي أو تضامن آلي ، الأمر الذي يجعل من درجة التّرابط تتناقص ، فالجمهور اليوم أصبح يعني شيئاً أو معنى أقرب إلى حدّ ما من كلمة تجمّع Aggregate منها إلى مجموعة اجتماعية مترابطة بشدّة . (1)

2- تقسيم الجمهور

في بداية الأمر اعتبر جمهور وسائل الإعلام هدفاً واسعاً غير محدود المعالم ، تحوّلته الرّسائل إلى وحدات صغيرة تفتقر إلى عنصر الفردية ، لذلك فكثيراً ما يعطى القادة السياسيّون والاجتماعيّون والمسؤولون عن الإعلام انطباعاً بأنّهم يخاطبون جمهوراً متجانساً ، لا يميّزون فيه بين الفئات الاجتماعية المهنية بل يتجاهلون حتى فروق السنّ والجنس ، ومع أنّ هذا التّقدير قد يصدق جزئياً - على الأقلّ بالنسبة لكثير من بلدان ومناطق العالم - فإنّ تطبيقه لا يكون على الجميع ، ذلك أنّه مفرط في التّبسيط فلا يراعي مختلف النّظم السياسيّة والاقتصاديّة ، ويتجاهل تنوّع الجماهير في البلد الواحد . (2)

وانطلاقاً من هذا اكتفى البعض بتصنيف جمهور وسائل الإعلام بما يفيد في عملية التّحليل إلى نمطين رئيسيّين من أنماط الجمهور المتلقّي Mass Audience ، أحدهما جمهور المتلقّي العام The General Public Audience وهو الجمهور الذي يعنيه بمفهوم الحشد ، حيث يعرض نفسه لوسائل الإعلام أوتوماتيكياً ، وفردياً ، وبطريقة شخصيّة ، وليست له اهتمامات مشتركة مع الغير ، وردّ الفعل عند عضو هذا الجمهور يكون مستقلاً ، لاستقلال تعرّضه واستجابته ، أمّا التّمط الثاني فهو جمهور المتلقّي الخاصّ The Specialized Audience الذي يجمع أفراداً بعض من الاهتمامات ، أو الحاجات ، أو الاتّجاهات المشتركة التي تميّز عضويّتهم في هذا الجمهور ، مثل الأفراد المشتركين في صحيفة ما . (3)

ومع التّغير في مفهوم جمهور وسائل الإعلام والذي صاحب تغييراً في المنظور الكلّي والشامل لعملية الاتّصال بالجماهير والإعلام - التي يعتبر هذا الجمهور طرفاً أصيلاً فيها - ، جاءت فكرة

(1) ميلفن ل، ديفلير، ساندرابول روكيش، مرجع سابق، ص 229.

(2) شون ماكرايد و آخرون، مرجع سابق، ص 408-409.

(3) محمد عبد الحميد- دراسة الجمهور في بحوث وسائل الإعلام - ، ص 26.

تجزئة الجمهور إلى أجزاء أكثر دقة وأكثر خصوصية ☀ ، ويمكن إنجاز المحددات الأساسية في اعتماد تجزئة الجمهور في الآتي :

أ- من حيث الحجم

ليس هناك معيار محدد لهذا الحجم أو العدد الذي يمكن على ضوئه تحديد هذا الجمهور ☀ ، فقراء الصحف أو المستمعين إلى الراديو أو مشاهدي التلفزيون في المدن يعدون بالملايين إذا ما قورنوا بأعداد القراء أو المستمعين أو المشاهدين في الضواحي والقرى ، وبذلك لم يعد الحجم أو العدد محددًا بحدود الإقليم أو الدولة ، ولكن بالمدى الذي يصل إليه البث الإذاعي أو التلفزيوني أو المنطقة الجغرافية للصحف ، ولم تعد الوسيلة تضع في اعتبارها الحجم أو العدد الموجود فعلا ، وإنما أصبحت تضع في اعتبارها حجم جمهور المتلقين المحتمل على أساس إمكانيات الوسيلة في الوصول إليه والتعامل معه من خلال الرسائل الإعلامية . (1)

ب- من حيث السمات

إن التباين هو الذي يبرر الاتجاه في دراسة هذا الجمهور ، على أساس تصنيف أعضائه أو أفرادهم إلى فئات يجتمع في كل منها قدر من التشابه يرتبط بسمات أو حدود الفئة ، مثل السن أو مستوى التعليم أو الحالة الاقتصادية حيث لا يتم دراسة كل فرد كحالة مستقلة ، ولكن من

يختلف مفهوم تجزئة الجمهور العام الذي يتكون من حشد غير متجانس لا يوجد له تنظيم اجتماعي ولا بناء من العادات والتقاليد ، ولا قواعد محددة للسلوك ولا هيكل للأدوار الاجتماعية ولا قيادة ، وإنما يتكون من مجموعات مفككة من الأفراد لا تربط بينهم رابطة معينة ، أما تجزئة الجمهور فهي العملية التي يتم بمقتضاها تقسيم المجتمع إلى أجزاء معينة ، تأسيسا على أن فئات الجمهور غير متجانسة من حيث استجاباتها للجهود الإعلامية ، وهذا التقسيم هو محاولة لتصنيف أفراد الجمهور إلى فئات أو مجموعات بطريقة تجعل استجاباتهم وردود أفعالهم للجهود الإعلامية أو الدعائية متشابهة ومقاربة . (سمير محمد حسين- الإعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام- ط2، عالم الكتب، القاهرة 1993م ، ص 131)

مثل حجم الجمهور أحد المشكلات التي طالما طرحت حول كيفية قياس الجمهور بطريقة علمية ، والذي تزامن مع انبدايات الأولى لسهج الاستبيان عام 1935 وإنشاء معهد كالوب GALLUP ، حيث تؤكد أن جمهور الراديو وأيضا التلفزيون هو حقا صعب القياس والوصف بالدقة المطلوبة نظرا لاعتبارات عدة أهمها اختلاف ثقافتهم واهتماماتهم ومستوياتهم العلمية والاجتماعية... الخ...، وهذا ما عجل في تطوير وسائل وأساليب دراسة عادات وأنماط المشاهدة لتحقيق نتائج أكثر دقة، وقد ساعد هذا على تحديد مستوى الجمهور ومعرفة تغيراته أيضا . (Emmanuel Derieux et des autres,

Ibid , ... - , P183 / Bernard Lamizet , Ibid . p 150-149)

(1) محمد عبد الحميد- دراسة الجمهور في بحوث وسائل الإعلام - ، ص 27 .

خلال انتمائه إلى فئة من هذه الفئات ، وحيث أن السمات العامة لم تعد وحدها كافية لتفسير سلوك المتلقين واتجاهاتهم نحو عناصر العملية الإعلامية الأخرى ، فإن السمات الاجتماعية الفردية والتي يتباين فيها الأفراد أيضا أصبحت مدخلا لتفسير هذا السلوك وهذه الاتجاهات (1) ، وهناك من يطلق على هذا المعيار باسم الخصائص الديموغرافية ، حيث يتم تقسيم فئات الجمهور طبقا لهذه الخصائص إلى فئات نوعية يسهل تصميم برامج إعلامية واتصالية ملائمة لكل منها ، ويدخل تحت هذا المعيار تصنيف D.L.Sill الذي يرى هذا الأخير أن الجمهور يتكون من الأصناف الآتية : أصحاب الاتجاه العلمي ، وأصحاب الاتجاه المادي ، وأصحاب الاتجاه المعنوي وأصحاب الاتجاه الاجتماعي . (2)

كما يقسم الجمهور - عند آخرين - تحت هذا السياق تقسيما أكثر بساطة فيرى من الجمهور :

- **الجمهور المثقف** : وهو الجمهور الذي تعلم ووصل إلى درجة عالية من الثقافة والمعرفة والعلم والخبرة ، ولديهم من الوسائل ما يجعلهم يناقشون ويجادلون ولا يتوقفون عن الجدل .

- **الجمهور الجاهل** : وهذا الجمهور من أصعب أنواع الجماهير اتصالا لأنه قد لا يقرأ أو يهتم بالمفاهيم والآراء والمعنويات ، فهو غالبا لا تفيد معه الرسائل المكتوبة أو الرسائل الشفهية ذات التعبيرات القوية أو العميقة أو التي تتصل بعلم من العلوم ، ولا يقصد بذلك أن هذا الجمهور من الضروري أن يكون كله من الجهلاء ، فهناك جمهور متعلم ولكن أكثر جهلا من الجهلاء ، لأن الجهل مقصود به عدم المعرفة وعدم المعرفة قد يكون لعدم الاهتمام بشيء سوى الماديات .

- **الجمهور البسيط** : وهو الجمهور الذي لا يكون وضعه على مستوى معين فهو يتكون بسهولة وينفض بسهولة ، ينفعل بسرعة ويهدأ بنفس الأسلوب ، يتشابه أفراده في طريقة تفكيرهم وأسلوب تداولهم ومناقشتهم للأمور ، ولا يعني هذا أن بعض آراء هذا الجمهور ساذجة غير منطقية ، وقد لا يستطيع هذا الجمهور أن يتغير بسهولة من اتجاه لآخر . (3)

(1) المرجع السابق ، ص 28 .

(2) محمد شطاح ، مرجع سابق ، ص 71 .

(3) أحمد محمد المصري ، مرجع سابق ، ص 86-89 .

ج- من حيث الانتماء والتفاعل الاجتماعي

وقد ظهرت أهمية هذه السمة من خلال الملاحظة المستمرة للسياق الاجتماعي الذي يعمل خلاله كل عضو من أعضاء جمهور المتلقين ، فالفرد نادرا ما يكون مجهول الهوية في بيئته ، فهو عضو في شبكة من الجماعات الأولية والثانوية ، تضع بصماتها على شكل واتجاه العلاقة بين الفرد وعناصر العملية الإعلامية ، كما أن الفرد في جمهور المتلقين يختار محتوى الإعلام بتأثير خبراته كعضو في الجماعات الاجتماعية ، ويفسر سلوكه الاتصالي في إطار السلوك الاجتماعي الذي يظهر موحدًا في نظام الجماعة المحلية ، وهذا ما يفسر تركيز وسائل الإعلام على تقييد خدماتها في إطار نموذج الحياة المحلية . (1)

د- من حيث الدور في العملية الإعلامية

و هذا يعني أن جمهور المتلقين بصفته عنصرا من عناصر العملية الإعلامية ليس جمهورا سلبيا ، ولكنه يوقر من خلال الدور الذي يقوم به مفهوم الحركة بين عناصرها المختلفة ، فتجده يقبل أو يرفض يهتم بمستويات معينة أو لا يهتم ، تتعدد استخداماته وعادات الاستخدام ... وغيرها من أنماط السلوك الاتصالي ، هذا الدور المنتظر وتجسيده في سلوك معين يتخذ مظهرا - بصفته دورا يقوم به في العملية الإعلامية- أو توقعات الوسيلة أو القائم بالاتصال عنه ، يؤثر في اختيار المحتوى الإعلامي وأسلوب تقديمه (2) ، وهناك من يعبر عن هذا المعيار بانطباعات الجمهور عن الفكرة أو القضية أو الموضوع ، كونه من المعايير الهامة في دراسة الجمهور وتحليل اتجاهاته ، ويستهدف تقسيم الجمهور طبقا لتصوراته الذهنية وانطباعاته الحالية عن الموضوع أو الفكرة ، مما يتيح للقائم بالاتصال القدرة على تحديد الأهداف الاتصالية بكفاءة (3) ، ومن هذا الجمهور هناك :

- الجمهور العنيد : ويطلق عليه البعض الجمهور الرافض ، الذي يرفض كل ما يعرض عليه سواء عن اقتناع أو عدم اقتناع بل يفترض أن مجرد محاولة الاتصال به مرفوضة وكل ما يقال إليه مرفوض ، ويتمسك هذا الجمهور بموقفه ولا يتزحزح عنه ، والواقع أن هذا الجمهور ليس

(1) محمد عبد الحميد- دراسة الجمهور في بحوث وسائل الإعلام - ، ص 29.

(2) المرجع نفسه ، ص 30.

(3) سمير محمد حسين ، مرجع سابق ، ص 136 .

بالضرورة ذكياً أو مثقفاً أو مدركاً فقد يكون جمهوراً مشبعاً بالأفكار المضادة أو لديه رأي عكسي مسبق ، والتعامل مع هذا الجمهور صعب ويحتاج إلى الصبر في إجراء الاتصال به .

- الجمهور الذواق : وهذا النوع من الجمهور نقول عنه بأنه مرهف الإحساس متجاوب ويحترم من يتحدث إليه ، ويستطيع أن يدرك الكلام الصحيح من الكذب والرياء ، فمعلومات هذا الجمهور أكثر من غيره من الجماهير ، وأغلبية أفراده من المتعلمين القادرين على الاستيعاب والمناقشة والجدل ، فإذا رفض الرأي رفضه لأسباب وإذا أقره فلأسباب أيضاً ، وهذا النوع تجده في مكان واحد يجتمع لوجود اهتمام مشترك بين أعضائه ، وعادة ما تكون لهذا الجمهور بعض السمات المميزة التي تجعله على نحو من الحساسية .

- الجمهور الغامض : هذا الجمهور لا ينم عن كنهه ونواياه ، فمن لا يتأثر ولا يفعل بسهولة وغالبا ما يكون هادئا لا يكشف عن سرّ هدوئه بسهولة ، وقد يكون وراء هذا الهدوء بركان جارف هائج يلقي بأثقاله على كل من حوله ، أو بمعنى أن غموضه هذا لا يُقْتحم أو ينكسر . (1)

إضافة إلى كلّ الاعتبارات المذكورة سابقا هناك من يضيف : العوامل النفسية كاعتبار في عملية تجزئة الجمهور ، وهي المتغيرات والعوامل السيكولوجية ذات الدلالة والتي تؤثر على الاستجابة لعملية الاتصال وبالتالي على السلوك ، وترتبط هذه العوامل بأنماط الحياة التي تنمو من خلال عضوية الجماعات ، والخلفيات الثقافية للأفراد وأنواع ومستويات التعليم ، ويأخذ من اهتمام الدارسين فئات عديدة تدخل تحت هذا التصنيف ، على رأسها علاقة الطفل بوسائل الإعلام وخاصة التلفزيون وكذلك فئة المراهقين والشباب كمرحلة أخيرة ، ويتعلق بكلّ شريحة خصائص نفسية عديدة تميزه عن الآخر و تستأثره بردود أفعال هامة . (2)

وهناك أيضا معيار درجات التبني للأفكار المستحدثة وهو المعيار الذي يتم على أساسه تقسيم الجمهور إلى فئات متنوعة طبقا لدرجة استجابتها للمستحدثات والتجديدات ، وقد أكدت معظم الدراسات التي أجريت في هذا المجال على وجود خمسة مستويات متنوعة من حيث قبول الأفكار والآراء الجديدة ، والتي هي على النحو التالي :

(1) أحمد المصري ، مرجع سابق ، ص 86-88.

(2) سمير محمد حسين ، مرجع سابق ، ص 131.

- فئة المجددين : وهم أوائل الذين يوافقون على الفكرة الجديدة ، وتمثل أهم خصائصهم في ميلهم إلى المغامرة واندماجهم اجتماعيًا في علاقات متسعة دوليًا ، وقدرتهم على استيعاب مخاطر التجديد ، وعلى فهم وتطبيق الأساليب التكنولوجية المتقدمة .⁽¹⁾
- فئة المتبنون : وهم أكثر ميلا إلى التفاعل مع النظام الاجتماعي المحلي ، وإلى تولي وظائف وأوضاع قيادية ، ولديهم معرفة بضرورة الحرص على قبول الأفكار الجديدة .
- فئة الأغلبية المبكرة : وهم أكثر حرصا على اتخاذ القرارات وقبول القيادة .
- فئة الأغلبية المتأخرة : وهم أكثر قبولاً للمخاطرة ، ويحتاجون إلى موافقة جماعية على السلوك الجديد والأفكار المستحدثة قبل الاقتناع بها وممارستها .
- فئة المتكثرون أو المتخلفون : لا يوجد بينهم قادة رأي ، يفضلون الحياة في الماضي ويتفاعلون مع ذوي القيم التقليدية ، ويشككون في كل الأفكار المستحدثة والتجديدات وفي آراء دعاة التغيير .⁽²⁾
- وبملاحظة هذه المعايير يتأكد لنا أن التصنيفات الجزئية للجمهور يمكن لها أن تتداخل فيما بينها وتتشرك في تضمّن فئات عديدة ومهمّة ، وليست هذه الأنواع من الجمهور هي كلّ الأنواع بل أنواع أخرى عديدة تختلف من مجتمع لآخر ومن مدينة لأخرى أو بلاد الشرق عن بلاد الغرب ، ويمكن تقسيم الجمهور على حسب الانتماء أو على حسب الاشتراك في عمل معيّن ، أو في شراء سلعة معيّنّة أو مشجعي رأي معيّن ، أو على حسب الجنس : إناثا وذكورا ، أو حسب السنّ : شبوخ ، نضوج ، شباب وأطفال ، أو على حسب مستوى الثقافة والعلم : جمهور المثقفين أو أنصاف المتعلمين أو الأميين ، أو على حسب العقيدة والدين : فهناك المسلمون والمسيحيون واليهود ، أو حتّى حسب الوسيلة الإعلامية : جمهور التلفزيون وجمهور الراديو وجمهور الصحف ، وغير ذلك من التصنيفات والتقسيمات .⁽³⁾

(1) المرجع السابق ، الصّفحة نفسها .

(2) المرجع نفسه ، الصّفحة نفسها .

(3) أحمد مصري ، مرجع سابق ، ص 89 .

3- العلاقة بين الجمهور والتلفزيون

مضت أكثر من ستين سنة على اكتشاف التلفزيون ، مما يدفع البعض إلى تقسيم التاريخ البشري على أساس ما قبل التلفزيون وما بعده ، فقد غير هذا الجهاز الخطير الكثير من الأمور ، إذ أعاد صوغ علاقاتنا بالمنزل وبالأصدقاء والأشياء والمدن وكل شيء تقريبا ، ويذهب البعض إلى اعتبار المراحل التي مرت بها علاقة الجمهور - كمتلقٍ وكمستهلك للبت والبرامج - بالتلفزيون جزءا مهماً من تاريخ المجتمعات الحديثة وتطورها . (1)

إن العلاقة المتبادلة بين التكنولوجيا عامة والإنسان تولد أشكالاً من الاستبدال الوظيفي ، وبمعزل عن نوع الوظائف التي تؤديها التقنيات المتكثرة حديثاً أو تلك التي تم تطوير أدائها ، فإن التكنولوجيا وبكونها تحل مكان نشاط إنساني فإنها ما تلبث أن تصبح جزءاً لا يتجزأ من البيئة الإنسانية ، لا يمكن التنازل عنها في مرحلة ما لتفرض بالمقابل تبديلاً في الماهية الإنسانية ، على اعتبار أنها تصبح مفهومة ضمناً ومسألة لا يمكن التنازل عنها ، وهي في كل الحالات تحدث تقطعات في شبكة العلاقات الإنسانية وتحدث خللاً في مفهوم الجماعة ، فالتكنولوجيا ليست محايدة لدرجة أنها ترتب الأحاسيس والمشاعر رغم أنها لا تملكها ، وتنظم علاقة الحواس مع البيئة من جديد ، وتعطي معاني جديد للحيز الإنساني ، والأهم أنها تعيد ترتيب العلاقات بين الأفراد داخل العائلة وداخل المجتمع وبين الدول ، وفي هذا السياق استحق التلفزيون كتنقية أولاً ووسيلة اتصال جماهيرية ثانياً الانتباه الكبير لما أحدثته من انقلاب في التعامل مع البيئة والأحداث ، والحديث هنا لا يدور حول المضامين بالدرجة الأولى ، بل حول التلفزيون كأداة وكوسيلة وكوسيط مع البيئة والعالم الخارجي ، فقد كتب الكثيرون عن تأثير التلفزيون وتحديد المضامين التي يبثها وحول التمثيل والقولبة (ستريوتيب) لكن قلة هي الأبحاث التي تطرقت إلى النتائج المترتبة على العلاقة بين التلفزيون كتنقية بغض النظر عن مضمونها وبين البيئة الإنسانية (2) ، ولأنه لا يمكن صنع تاريخ لوسيلة إعلام ما دون أن نصنع معه تاريخاً لعلاقتها بالجمهور ، هذا الجمهور الذي يكون قد تكوّن خلال النشاط الإعلامي المتعاقب ، فقد اهتم الدارسون بتعقب علاقة

(1) الإعلام العربي الرسمي يهتم بالتلفزيون من خلال ثقافة الوصاية ، جريدة الحياة ، الرياض. www.daralhayat.com

(تاريخ نذحول: 28 نوفمبر 2007م).

(2) ولد في التلفزيون ، نما وترعرع ومات بالبت المباشر ، موقع أدب الأطفال العربي www. Adabatfal.com (تاريخ

نذحول: 05 جوان 2007م) .

الجمهور بالتلفزيون ، ورأوا أنها تبدأ خلال الثلاثين سنة الأولى ما بين 1950 - 1980 ، حيث تميّزت هذه الفترة بتطور لبنية جماهير التلفزيون على مرحلتين : الأولى (1965 - 1970) والتي شهدت نوعاً من البطء في دخول التلفزيون إلى البيوت ، ومنه بطء في سيطرة هذا الجهاز الكبير على السّاحة الإعلامية ، إذ لم يكن بالإمكان أن تشمل التّلفزة كلّ الجماهير ؛ واقتصارها على الفئة التي كان بمقدورها امتلاك هذا الجهاز أدّى إلى تقدم نوعيّة من البرامج تتناسب والكميّة المحدودة للمتلقّين ممّا يتلاءم والسياسة الإعلامية المنتهجة حينها ؛ أمّا المرحلة الثانية فكانت سنوات الثمانينات والموافقة لظهور النظام السلّكي في أوروبا والتي تولّت تمويله الحكومة بداية ، بحيث أنّ كلّ من يستفيد من الخدمة يقوم بدفع ضريبة مقابل مدّه بالكابل ، وهذا أيضاً خلق نوعاً من التفاضليّة في الاستفادة من هذا الجهاز ، وتحت هذه الظروف كانت العلاقة بين التلفزيون وجمهوره تشهد نقلات سريعة ، ليس لكون التلفزيون كان يمارس دوره الاجتماعي فحسب ، وإنّما لكونه أصبح من الواجب عليه توفير ما يختاره الجمهور على شكل خدمة دسمة كون هذا الأخير يمثّل جزءاً مهمّاً من قاعدته التأسيسية .⁽¹⁾

وبعد هذا توضحّت الأمور أكثر وبرزت الاتجاهات التي أقرّت الاتصال الجماهيري والإعلام كعملية يتفاعل أطرافها ، ويؤثر كلّ منهم في الآخر و بالتالي لم يصبح الجمهور في إطار هذه العملية سلبياً في اتجاهاته وتأثيراته ، وإنّما أصبح في العملية الإعلامية عنصراً إيجابياً يؤثر في اتجاهات المصدر نحوه وفي اتجاهاته أيضاً نحو المحتوى ، ويؤثر في الوسيلة من خلال الاختيار المتبادل ، فالوسيلة تميل إلى اختيار جمهورها من خلال المحتوى والجمهور يميل إلى اختيار الوسيلة من خلال المحتوى أيضاً .⁽²⁾

ولكن في الآونة الأخيرة صار من الواضح أنّ العلاقة بين الجمهور والتلفزيون يغلب عليها طابع السيطرة والهيمنة من طرف هذه الوسيلة التي تزداد قوّة يوماً بعد يوم بمعرفتها لمتطلّبات الجمهور وخصائصه وأبعاده ، فليست لأيّ وسيلة إعلام أخرى المقدرة على الهيمنة والاحتكار مثلما يملكها التلفزيون ، ولا تجيد أداة القدرة على الإقناع مثلما يفعل التلفزيون بتقنيّات الصّوت والصّورة وما تملكه من إمكانيّات هائلة في التأثير على الحواس الإنسانية ، وقدرته على بناء واقع مغاير أحياناً للواقع الحقيقي تجعل منه أداة شبه سحرية ، بمقدورها ممارسة التّضليل والتلفيق متى تريد ،

⁽¹⁾ Bernard Lamizet , Ibid , P105

⁽²⁾ محمد عبد الحميد - دراسة الجمهور في بحوث الإعلام- ، ص 24.

إنّ ما يهمّ من كلّ هذا التعلّق الإنساني لحدّ التبعيّة مع هذا الجهاز ، لماذا نكرّر نفس الخطأ بكشف الكذب والتضليل لكننا ما نلبث أن نصدّقه في اليوم التالي ؟ لماذا نعود إلى نفس المكان وننتظر في نفس الزمان نشرة الأنباء التي تكررّ لنا نفس الرواية وتستضيف نفس المختصّين ؟ الجواب على هذا السؤال لم يعد يرتبط فقط برغبتنا في المعرفة بعد أن تحوّل التلفزيون إلى مصدر معلومات أساسي تقريبا وتحديدًا في عصر الفضائيات والبثّ المباشر ، المسألة مرتبطة بتطورّ العلاقة بيننا وبين التلفزيون والتي وصلت إلى حدّ التبعيّة ، بحيث أنّ البيئة الإعلامية الجديدة أصبحت جزءًا من العادات اليومية التي نمارسها ، المسألة نفسية والعلاقة أصبحت غير اعتيادية ، إنّها مثل العلاقة مع السيارة وأي تقنية فاعلة أخرى ، بحيث وصلنا إلى مرحلة نعتقد فيها أنّه من المستحيل التنازل عن السيارة ومثلها التلفزيون ، فاشاشة التلفزيون لم تعد مصدرا للمعلومات فحسب ولا البوابة مع العالم الخارجي كما يحلو للبعض تسميتها ، إنّما صارت المكان الذي تدور فيه الأحداث كلّها ، وعلى ذلك فإنّ أي انتصار أو هزيمة أو نجاح أو فشل يكون فيها بالدرجة الأولى . (1)

لقد وصف أحدهم ارتباطه بالتلفزيون - حين تعطلّ لأيام - بقوله : « إنّني أنظر الآن إلى ما مضى ولا أكاد أصدّق أنّنا عشنا كذلك ، وأشعر بأنّ عقلي كان محطّطًا تمامًا طوال تلك السنوات ، كنت ملتصقا بالغراء إلى ذلك الجهاز دون أن أستطيع الفكّك بطريقة ما ، إنّ التفكير فيه يخيفني حقًا ، نعم أنا أخاف التلفزيون حاليًا ، ولست أظنّ أنّ بوسعي التّحكّم فيه إذا صار لدينا جهاز في البيت مرّة أخرى (بعدها تعطلّ الجهاز الأوّل) ، وأتصوّر أنّ الغلبة ستكون له مهما فعلت » . (2)

عندما نضمن علاقة التبعيّة بين الجمهور والتلفزيون تصبح مسألة تمرير السياسات في غاية السهولة ، والجمهور في العادة لا يلتفت إلى الكذب والتدليس بدون ذاكرة تحفظ له الأمس وبدون تساؤلات تثير الشبهة ، مع أنّ هذه العلاقة التبادلية بين التلفزيون والجمهور ليست علاقة دائمة ، وليست قدرًا محتومًا لا يمكن الإفلات منه ، وبغضّ النظر عن المضامين فإنّه كلّما زادت العلاقة الإنسانية - التلفزيونية تغيّرت العلاقة مع الأشياء ومع الواقع والحقيقة ، وإعادة صياغة كلّ الأحداث من جديد ، و يتمّ التّظر إليها بنظرة تلفزيونية ؛ لقد خلق التلفزيون بعلاقته مع الجمهور

(1) ولد في التلفزيون ، نما وترعرع ومات بالبثّ المباشر ، موقع سابق .

(2) ماري وين - الأطفال والإدمان التلفزيوني - ، تر: عبد الفّتاح الصّبحي ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، الكويت

1999م ، ص 41 .

جيلا جديدا لا يؤمن إلا بالصورة والكلمة ، جيلا منقطعاً عن الحياة الحقيقية ، وهذا الجيل أصبح لا يعرف الحياة إلا من على الشاشة ، ولا يقدر الأشخاص إلا كما يظهرون هناك ، أشخاصا ولدوا في التلفزيون وعاشوا وترعرعوا هناك ويموتون أيضا بالث مباشر .⁽¹⁾

ثانيا : سيكولوجية المراهق

صار من المعروف أن التلفزيون يجتذب جمهورا واسعا على اختلاف فئاته ، ولعل ما يهم في هذا البحث فئة محددة تتمثل في المراهقين ، وفي سياق الحديث عن العلاقة بين المراهق والتلفزيون يظهر أن ما يتحكم في هذه الأخيرة بالدرجة الأولى ما يعرف بسيكولوجية المراهق ، فعلى ما يقف وراء هذا المصطلح الواسع من تفاصيل تنتج عدّة مؤثرات و سلوكيات يبنى عليها المتغيّر الحيّ تصوراته وأفكاره ومعتقداته ، ومنه سلوكياته سواء كان ذلك إراديا أو لا إراديا ، وعليه اهتم هذا البحث بالتطرق لهذه النقطة كمدخل يسهّل بعده تفسير أبعاد آية علاقة يمكن أن تجمع بين المراهق والتلفزيون .

تمّ التطرق لتعريف المراهقة في الإطار المنهجي لهذا البحث ، لذلك يكفي القول باختصار أن هذه المرحلة تعتبر مرحلة انتقالية من الطفولة إلى الشباب ، وتتمّس بأنها فترة معقدة من التحوّل والنمو تحدث فيها تغيّرات عضوية ونفسية وذهنية واضحة تقلب الطفل الصّغير عضوا في مجتمع الرّاشدين ، وهذه المرحلة لا ترتبط بفترة زمنية محدّدة البداية والنهاية بدقّة ، إلا أن بدايتها تنطلق مع أوّل ظهور رموز البلوغ وتستمر معها وتنتهي باكمال نضج الفرد وبلوغ قامته أقصى طولها ، وطاقاته العقلية أعلى درجاتها .⁽²⁾

ولعلّ وصف هذه الظاهرة بالحضارية يرجع إلى طبيعة الاهتمام بها اهتماما اتّخذ طابع التركيز والتخصيص ، لفهمها وفق منطلقات جديدة وعلى ضوء معايير لم تكن مألوفة في القرون الخالية⁽³⁾ ، فقد حذر كلّ من أفلاطون وأرسطو منذ أكثر من ثلاثة قرون قبل الميلاد ، من مشاكل التّعامل مع المراهقين الذين هم - على حدّ وصف أرسطو- يغلبهم الهوى على أمرهم

⁽¹⁾ ولد في التلفزيون ، نما وترعرع ومات بالث مباشر ، موقع سابق .

⁽²⁾ ميخائيل إبراهيم أسعد - مشكلات الطفولة والمراهقة - ، ط2 ، دار الآفاق الجديدة ، بيروت 1991م ، ص 225-229 .

⁽³⁾ عبد العلي الجسماني ، مرجع سابق ، ص 170 .

وأقرب إلى أن يفهم أهواؤهم ونزعاتهم ، كما شكوا أفلاطون من أنهم عرضة للجدل والخلاف مجرد الجادلة والمناظرة ، مع أن فترة المراهقة لم يُعترف بأنها مرحلة معقدة سيكولوجيًا من مراحل النمو وجديرة بالدراسة العلمية إلا منذ نهاية القرن التاسع عشر فقط ، لتصبح بذلك فترة تغيرات كبيرة ذات أهمية ، كما نظر إليها كثير من الكتاب والمعالجين التفسيين ومنهم ج. ستانلي هول وهو أول من درس المراهقة دراسة علمية في أوائل القرن العشرين ، بوصفها فترة فيها الكثير من الشدائد والأزمات ⁽¹⁾ ، والكثير من التوتر والانفعالات على الرغم من أن هذا الرأي قد تعرّض بعد ذلك إلى الكثير من النقد ، ليذكر كوهلن أن التوتر إبان المراهقة وتقلبات المراهق ما هي إلا انعكاس لضغوط الوالدين ، وعندما يتعرّض المراهقون إلى وجهات نظر متناقضة وما يبدو من تذبذب وتأرجح عندهم قد لا يفوق ما يبدو لدى من هم أكبر سنًا منهم فيما لو تعرّضوا لنفس تلك الضغوط ، إن المراهقة كغيرها من مراحل النمو تحدث بشكل كلي وتدرجي معقد لا بصورة فجائية مجردة بسيطة . ⁽²⁾

1- الاتجاهات المختلفة في دراسة المراهقة

إن الاختلاف في الحكم على فترة المراهقة قد أفرز اتجاهات مختلفة في دراستها :

أ- الاتجاه البيولوجي

مؤسس هذا الاتجاه هو ستانلي هول G . Stanley Hall الذي وضع مؤلفين كبيرين عن المراهقة سنة 1904 ، هذا الاتجاه في صورته المتطرفة يذهب إلى القول بأن التغيرات السلوكية التي تحدث خلال المراهقة تخضع كلية لسلسلة من العوامل الفيزيولوجية التي تنتج عن إفرازات الغدد ، ويمكن تلخيص نظرية هول على النحو التالي :

- إن هناك فروقا ملحوظة بين سلوك المراهق ، وسلوك طفل المرحلة السابقة وسلوك أبناء المرحلة التالية ، ومن هنا يمكن النظر إلى مرحلة المراهقة على أنها ميلاد جديد يطرأ على شخصية الفرد ، فهناك التغيرات السريعة الملحوظة التي تظهر في ذلك الوقت والتي تحوّل شخصية الطفل إلى

⁽¹⁾ بول مسن وآخرون - أسس سيكولوجية الطفولة و المراهقة - تر: أحمد عبد العزيز سلامة، مكتبة الفلاح، الكويت 1986م ، ص 441.

⁽²⁾ ه.س.ن مكفارلن - علم النفس و التعليم - تر: عبد العلي الجسماني و آخرون، الدار العربية للعلوم، بيروت- لبنان 1994م ، ص 214 .

شخصية جديدة كلَّ الجدَّة مختلفة كلَّ الاختلاف⁽¹⁾ ، إلاَّ أنَّه بالرَّغم من ذلك يجب ألاَّ يغيب عن الذَّهن أنَّ الخبرات الأولى وما تحدِّثه من آثار تلعب دورا هاما في تكييف سلوك الفرد خلال المراحل اللاحقة .⁽²⁾

- هذه التَّغيرات تعتبر نتيجة النَّضج والتَّغيرات الفيزيولوجية التي تطرأ على الغدد ، لذلك فنتائجها التَّفسيَّة تكون متشابهة وعمامة عند الكثير من المراهقين .

- ولما كانت هذه الفترة بمثابة ميل جديد للمراهق ، فإنَّ التَّغيرات التي تحدِّث تكون غير مستقرَّة ولا يمكن التنبؤ بها وبسلوكه ، كما تكون الفترة كلَّها فترة ضغط وتوتر أو فترة عاصفة ، وشدة Storm and Stress نتيجة السَّرعَة في التَّغيرات والطَّبيعة الضَّاغطة لناحية التوافق في هذه المرحلة .⁽³⁾

ب- الاتجاه الاجتماعي

إنَّ بناء رأي ستانلي هول على أنَّ سيكولوجية المراهق قائمة بشكل كامل على الاتجاه البيولوجي يشفَّ عن مدى تأثره بنظرية دارون في تأكيدها على الخصائص البيولوجية في نمو الفرد ، الذي يمثَّل في أدوار حياته المتعاقبة مراحل النُّمو المتفاوتة التي قطعها الجنس البشري ، إذ أنَّ هول يرى بأنَّ الطَّفل ينمو رغم المتاعب التي تصدر عنه ورغم المصاعب التي يتعرَّض لها ، لكنَّ المراهقة التي تعقب تلك الطَّفولة إنما هي وثيقة الصَّلة بتلك الفترة وهي إلى جانب هذا تتطلَّب ظروفًا صالحة وتستلزم جواً يتيح للمراهق التَّعبير عن ذاته وفق توجيه سليم .⁽⁴⁾

ومن هنا ظهرت أهمية البيئة والثَّقافة في تنوع دوافع السلوك المحدَّدة تحديداً بيولوجياً في ميدان الدِّراسات الأنتروبولوجية ، ففي الدِّراسات التي قامت بها مرجريت ميد سنة 1925 على قبائل السَّامو Samoa أوضحت أنَّ المشكلات التي تواجه المراهقين تختلف من ثقافة إلى أخرى بشكل يجعل الانتقال إلى مرحلة الشَّباب والرَّجولة يتمُّ بصورة أكثر أو أقلَّ تعقيدا وأكثر أو أقلَّ صراعا ، ففي هذه الشَّعوب تعتبر الفترة الواقعة بين النَّضج والدَّخول في مستويات الرِّجال قصيرة ومتقاربة ، فليس على المراهق أن ينتظر سنوات طويلة كي يصبح أهلا لتحمل مسؤوليات الكبار

(1) محمَّد مصطفى زيدان ، مرجع سابق ، ص 157 .

(2) مصطفى فهسي - سيكولوجية الطَّفولة و المراهقة - دار مصر للطباعة والنشر ، مكتبة مصر ، ص 183 .

(3) المرجع السابق ، ص 157 .

(4) عبد العلي الجسماني ، مرجع سابق ، ص 193 .

وحقوقهم وواجباتهم⁽¹⁾، وقد لاحظ مصطفى فهمي أنه هناك في الوقت الحاضر مجموعة من الأبحاث الجديدة أحرقت في كثير من البيئات والثقافات ، إن دلت على شيء فهي تدل على أن المراهقة تتأثر بخصائص المجتمع الذي تنمو فيه ، بحيث تعكس ما يحدث في الكثير من الحضارات وخاصة الحضارات التي تسيطر عليها سمات العصر الحاضر ، مما يخرج من التصور أن المراهقة عبارة عن أزمة ، هذه الأزمة كما يتصورها القدامى من رجال علم النفس ترجع إلى الفكرة الخاطئة التي كان يعتقدونها بعض علماء النفس الألمان ، حيث كانوا يصفون هذه الفترة من فترات النمو بالعواصف الهوجاء التي لا يمكن تلقيها إلا بإقامة الحواجز المضادة⁽²⁾، وإزاء هذه الحقائق ضعفت وجهة نظر الاتجاه البيولوجي وأصبح من الواضح أن بعض مظاهر المراهقة ليس من الضروري أن تتصف بالعمومية ، وأن درجة الضغط والصراع التي يتعرض لها المراهق ترجع في ناحية منها إلى الفروق الثقافية في المعايير ، والقيود المفروضة على سلوك المراهق ومستوى طموح المراهقين بالنسبة لوضعهم ككبار ناضجين⁽³⁾.

ج- التفاعل المتبادل بين العوامل البيولوجية والاجتماعية

لقد بين الاتجاه الثقافي الأثر القوي الذي تحدثه العوامل الاجتماعية والثقافية ، كما بين أن العوامل البيولوجية لا يمكنها أن تفسر المحتوى الخاص لسلوك المراهق ، لكن هل معنى ذلك أن التغيرات البيولوجية لا قيمة لها أو لا تأثير لها على سلوك المراهق ؟ إن هذا الجزم يلغي كل التجارب والخبرات المشاهدة في هذا المجال ، فالعوامل البيولوجية تساهم بنصيب كبير في نمو وتطور السلوك البشري بما فيها المراهقة⁽⁴⁾ ، حيث تطرأ في فترة المراهقة تغيرات سريعة في الوظائف الفيزيولوجية ينشأ عنها خلل في عمل الغدد الصم وتوازنها ، فيحدث ما يسمى بالاضطراب المزاجي *Temperamental instability* ، ذلك أن المزاج في الواقع إنما هو تأثير الوظائف الفيزيولوجية على الحياة العقلية والجوانب الانفعالية ، يضاف إلى هذا فإن الاضطراب يمكن حصوله متى كان النمو الجسمي أسرع من النمو العقلي ، أو حينما يكون النمو

(1) المرجع السابق ، ص 158.

(2) مصطفى فهمي ، مرجع سابق ، ص 226.

(3) محمد مصطفى زيلان ، مرجع سابق ، ص 159.

(4) المرجع نفسه ، ص 160.

الجسمي غير طبيعي ، ففي كلتا الحالتين يكون الاضطراب قد هيئت له الأسباب (1) ، وهذا الاتجاه عبّر عنه بوضوح سولنبرجر **Sollenberger** في مقالة نشرها سنة 1939 بعنوان " مفاهيم عن المراهقة " ، حيث يقول : « أما هؤلاء الذين يهتمون بتوافق المراهق مع الدور الاجتماعي الذي يفرضه المجتمع مع إغفال ذلك بحالة الفرد الفيزيولوجية ، فإننا نقترح لهم تسمية جديدة لموضوع بحثهم هي علم النفس الاجتماعي للمراهق » ؛ وباختصار يمكن القول بأن المجتمع نفسه لا يعطي المراهق فرصا كافية للقيام بالدور الذي يتفق ومستويات نضجه الجسمي والعقلي ونزعتة إلى التحرر والاستقلال ، ومن هنا ينشأ الإحباط والصراع الذي تتسم به المراهقة إلا أن هذه المشكلات وهذا الصراع ليس وليد الثقافة وحدها ، بل هو نتيجة التفاعل المتبادل بين العوامل البيولوجية والعوامل الاجتماعية التي يعيش فيها الفرد. (2)

2- أنماط المراهقة

في دراسة قام بها صمويل مغاريوس على المراهقين في الإقليم المصري ، تبين له أن هناك تعدادا واسعا في الأشكال والصور التي اتخذتها مراهقة الأطفال المختلفين ، وتتوافق نتائجه مع ما توصلت إليه مارجريت ميد حيث أوضحت جليا ذلك في كتابها " الجنس والمزاج في مجتمعات أولية ثلاثة " ، فشخصية المراهق في قبيلة الأرايش شخصية هادئة متعاونة ، لأن هذا المراهق عندما كان طفلا لقي من العطف والرعاية والشعور بالأمن ، ما خلق منه في مراهقته إنسانا متكيفا عليه واجبات نحو غيره ، يساعد والده وعمومته ويربّي زوجته الصغيرة التي لم تراهق بعد ، وعلى العكس من ذلك ما لاحظته ميد على الشباب في قبيلة منداهمور ، فهم من النوع العدواني الخشن بسبب ما لاقوه في طفولتهم من ألوان القسوة والإهمال ، بيد أن ميد صورت لنا نموذجاً ثالثاً من المراهقة في قبيلة تشمبولي ، مراهقة منطوية سلبية ذلك لأن السيادة في هذا المجتمع البدائي للمرأة ، ونظرة المرأة للرجل تنتقل إلى الأبناء فتخلق لنا مراهقا منطويا ، مترويا في البيت ، سلبيا في معاملاته ، يقوم بدور التابع معتمدا على الأمن الذي يعطى له من النساء. (3)

(1) عبد العلي الجسماني ، مرجع سابق ، ص 199.

(2) محمد مصطفى زيدان ، مرجع سابق ، ص 160.

(3) مصطفى فهمي ، مرجع سابق ، ص 227.

ومن هذا كله خرج صمويل مغاريوس أن هناك أربعة أنماط عامّة للمراهقة ، يمكن تلخيصها فيما يلي :

أ- المراهقة المتكيفة

وهي المراهقة الهادئة نسبيًا والتي تميل إلى الاستقرار العاطفي وتكاد تخلو من التوتّرات الانفعاليّة الحادّة وغالبًا ما تكون علاقة المراهق بالمحيطين به علاقة طيّبة ، كما يشعر المراهق بتقدير المجتمع له وتوافقه معه ، ولا يسرف المراهق في هذا الشّكل في أحلام اليقظة أو الخيال أو الاتّجاهات السّلبية ، أي أن المراهقة هنا أميل إلى الاعتدال . (1)

ب- المراهقة الانسحابيّة المنطويّة

هي صورة مكتئبة تميل إلى الانطواء والعزلة والسّلبية والتّرّد والخجل والشّعور بالتّقص وعدم التّوافق الاجتماعي ، ومجالات المراهق الخارجيّة الاجتماعيّة ضيّقة محدودة ، وينصرف جانب كبير من تفكير المراهق إلى نفسه وحلّ مشكلات حياته ، أو إلى التّفكير الدّيني والتّأمل في القيم الرّويّة والأخلاقيّة ، كما يسرف في الاستغراق في الهواجس وأحلام اليقظة وتصل أحلام اليقظة في بعض الحالات حدّ الأوهام والخيالات المرضيّة ، وإلى مطابقة المراهق بين نفسه وبين أشخاص الرّوايات التي يقرؤها . (2)

ج- المراهقة العدوانيّة المتمرّدة

ويكون فيها المراهق ثائرا متمرّدا على السّلطة سواء سلطة الوالدين أو سلطة المدرسة أو المجتمع الخارجي ، كما يميل المراهق إلى توليد ذاته والتّشبه بالرجال ومجاراتهم في سلوكهم كالتدخين وإطلاق الشّارب واللّحية ، والسلوك العدواني عند هذه المجموعة قد يكون صريحًا مباشرًا يتمثّل في الإيذاء ، أو قد يكون بصورة غير مباشرة يتّخذ صورة العناد ، وبعض المراهقين من هذا النوع الثالث قد يتعلّق بالأوهام والخيال وأحلام اليقظة ولكن بصورة أقلّ ممّا سبقها . (3)

(1) محمّد مصطفى زيدان ، مرجع سابق ، ص 161.

(2) المرجع نفسه ، ص 162.

(3) المرجع نفسه : الصّفحة نفسها .

د- المراهقة المنحرفة

حالات هذا النوع تمثل الصورة المتطرفة للشكلين المنسحب والعدواني ، فمع أن الصورتين السابقتين غير متوافقة أو غير متكيفة إلا أن مدى الانحراف لا يصل في خطورته إلى الصورة البادية في الشكل الرابع ، حيث نجد الانحلال الخلقي والاهيار النفسي ، وحيث يقوم المراهق بتصرفات تروّع المجتمع ويدخلها البعض أحيانا في عداد الجريمة أو المرض النفسي والمرض العقلي . (1)

3- مظاهر التمرق في المراهقة

من أهم مظاهر النمو في المراهقة الآتي :

أ- النمو الجسمي

يعني مصطلح مراهق حالة التحوّل إلى بالغ ، حيث تظهر التغيرات الجسدية لتمكّن الوظيفة الفيزيولوجية كلّ فرد من أن يأخذ الشكل والوظيفة الملائمة لجنسه ، وتحدث هذه التغيرات جرّاء نشاط هرموني غير معتاد في الجسم ، وتعني هذه المرحلة لكلا الجنسين ازدياد نسبة الطّول ونمو الشعر بمناطق عديدة من الجسم ، إضافة إلى تغيّرات خاصة على مستوى الجهاز التناسلي لكلّ جنس . (2)

و يُفاجأ المراهق بارتفاع مطرد في قامته ، واتّساع لمنكبيه ، واشتداد في عضلاته ، واستطالة ليديه وقدميه ، و اجتراح وتكسرّ في صوته... ، إلى الطلائع الأولى للحية والشّارب والشعر الذي حطّ في مواضع مختلفة من جسمه ، وإلى بثور الشّبّاب التي تتناثر على الوجه ، علاوة على التّشاط الجديد لغدد التّناسل وغيرها... ، والنمو لا يكون متساويا أو متناظرا في الأجزاء المختلفة للجسم ، بل تسبق أجزاء منها أجزاء أخرى إلى التّمور فإذا بالأنف مثلا بادي الكبر ، والوجه غير متناسق والجسم لا يتناسب طولاً وعرضاً ، ويترتّب عليه اختلاف التّوافق الحركي و فقد المراهق لاتزان الحركة ونعومتها والتحكّم فيها ، وهناك تغيّرات أخرى فيزيولوجية منها : التّغير في معدّل النبض الذي ينخفض بعد البلوغ بمعدّل 8 مرّات في الدّقيقة ، والتّغيرات في ضغط الدّم الذي

(1) المرجع السابق ، الصّفحة نفسها .

(2) مصطفى فهمي ، مرجع سابق ، ص 577.

يرتفع تدريجياً ، و في نسبة استهلاك الجسم الأوكسجين والتي تنخفض عمّا قبل ، وتسبب هذه التغيرات في شعور المراهق بالتعب والتخاذل وعدم القدرة على بذل الجهود البدني الشاق . (1)

من هنا ، فإنّ المراهق الذي يبدو بمظهر الرّاشد في بنيته وقامته يواجه العديد من المطالب الجديدة ، ويتوقّع له تبعاً لذلك أن يسلك كالرّاشدين بصرف النظر عن تمكّنه من معرفة دوره الجديد ، أو قدرته على أدائه ، وقد تتفاوت ردود فعل الناشئ من تغيراته الجسميّة بين الاعتزاز والجزع ، وتتعمّد مشكلة تكيف المراهق مع تغيراته الجسميّة لعجزه عن توقّع سرعة نضجه وعمق التغيرات الجسميّة وشدّتها ، خاصّة عندما يختلف الناشئ ويتباينون في بدء تلك التغيرات ، فالصبي الذي يجد نفسه فجأة ومن دون سائر أقرانه قد تضخّم صوته و ثخن جسمه وطالت قامته ونبت شاربه لا يستطيع مغالبة مشاعر الخوف أو الإحساس بالإثم خلافاً لباقي أقرانه . (2)

ب- التّمور العقلي

بلغت الدّراسات الخاصّة بالتّمور العقلي وتطوّر القدرات عند المراهقين عامّة نصيباً أوفر من الدّقة ، لما تيسّر لها من أحكام في القياس ولما تهيأ لها من دراسات إحصائيّة ، ورغم اختلافها في وجهة النظر إلّا أنّها تتفق في نهاية المطاف لتؤكد على أنّ هناك عوامل تقضي بتمايز القدرة العقليّة العامّة، وازدياد أهميّة العوامل المؤثّرة في هذا التّمايز والتي في أغلبها وراثيّة وفيزيولوجيّة، ومن العوامل المؤثّرة في نمو القدرات الموروثة إنّما يكون مصدرها المحيط وما يتعرّض له المراهق من تربية، وما يكتسبه من اتّجاهات وعواطف تؤدّي إلى تنمية هذه القدرات، وتوجيهها على نحو متكامل . (3)

* الذّكاء

يعبر عن القدرة العامّة باسم الذّكاء Intelligence الذي يمكن تعريفه أحيانا بأنّه الكفاءة العقليّة الموروثة الشّاملة (4) ، كما أنّه يعبر عن محصّلة النّشاط العقلي كلّهُ أو هو القدرة العقليّة

(1) عمّد مصطفى زيدان ، مرجع سابق ، ص 162-163.

(2) بول مسن و آخرون ، مرجع سابق ، ص 241.

(3) عبد العلي الجسmani ، مرجع سابق ، ص 179.

(4) المرجع نفسه ، ص 287.

العامة التي تبيّن المستوى العام للفرد ، أو هو كما عرفه بيرت القدرة العقلية المعرفية العامة ، ويقصد بالقدرة العقلية عدم تأثره بالتواحي الجسدية ، ويقصد بالقدرة المعرفية أنه يعمل في التواحي الإدراكية ولا يتأثر بالحالات المزاجية ، ومعنى أنه قدرة عامة أي يظهر في جميع سلوكيات الفرد وتصرفاته ، وبهذا تكون مرحلة المراهقة هي مرحلة الاهتمام الجدي بالقدرة العقلية لأنها مرحلة الاستدلال والقياس والاستنتاج والتعليل ، أي أنها مرحلة بداية التعمق الدراسي ، كما أنها المرحلة التي يجب فيها استخدام اختبارات الذكاء والقدرات والاستعدادات لتجديد مستوى العمل المدرسي من جهة ، واكتشاف إمكانيات وقدرات المراهقين من جهة أخرى ، وهذا ما يضمن لهم التوافق الدراسي الجيد . (1)

وينمو الذكاء وهو القدرة العقلية المعرفية العامة نموًا مضطربًا حتى الثانية عشر ، ثم يتعثر في أوائل فترة المراهقة نظراً لحالة الاضطراب النفسي السائدة في هذه المرحلة ، وتظهر الفروق الفردية بشكل واضح ويقصد بها أن توزيع الذكاء يختلف من شخص لآخر ، وفترة المراهقة هي فترة ظهور القدرات الخاصة وذلك لأن النمو العام يسمح بالكشف عن ميوله التي غالباً ما ترتبط بقدرة خاصة ، ويمكن الكشف بشيء من الدقة عن قدرات المراهق الخاصة في حوالي سن الرابعة عشر ، وبالتالي يمكن توجيهه تعليمياً ومهنياً حسب ما تسمح به استعداداته الخاصة . (2)

* الانتباه

برغم الأزمة التي يمر بها المراهق فإن انتباهه يزداد بشكل واضح في مدها ومدته ومستواه ، وعليه يستطيع المراهق استيعاب مشكلات طويلة ومعقدة في يسر وسهولة بعكس الطفل حيث مقدرته على الانتباه محدودة ، والسبب في هذا أن نمو القدرة على الانتباه هام جداً بالنسبة للطلبة في مرحلة التعليم الثانوي حيث أصبح الطالب يتمكن من أن يتلقى الحقائق العلمية بسهولة ويسر ، كما أصبح يستطيع أن يدرس لمدة أطول موضوعاً معقداً نسبياً دون ملل . (3)

(1) إبراهيم طيب - أثر مشكلات المراهقين في التحصيل الدراسي - ، رسالة ماجستير غير منشورة ، معهد علم النفس وعلوم التربية ، جامعة الجزائر 1989-1990م ، ص 38.

(2) محمد مصطفى زيدان ، مرجع سابق ، ص 163 .

(3) معروف زريق - خفايا المراهقة - ، ط2 ، دار الفكر العربي للطباعة والنشر والتوزيع ، دمشق-سوريا 1986 ، ص 35.

* التذكّر

تنمو عملية التذكّر في المراهقة وتنمو معها قدرة الفرد على الاستدعاء والتعرّف كما تقوى الحافظة (الذاكرة) ، ويتسع المدى الزمني الذي يكون بين التعلّم والتذكّر فتزداد تبعاً لذلك فاعلية الذاكرة في نوعها ومداهما (1) ، وتذكّر المراهق يبني ويؤسس على الفهم والميل فتعتمد عملية التذكّر على القدرة على استنتاج العلاقات الجديدة بين الموضوعات المتذكّرة ، ولا يتذكّر موضوعاً إلا إذا فهمه تماماً وربطه بغيره مما سبق أن مرّ به في خبرته السابقة. (2)

* الإدراك

يختلف إدراك الطفل عن إدراك المراهق في أنّ إدراك الطفل يتميّز ويتبلور حول الأمور الحسيّة الماديّة التي يعيش بينها ويشاهدها في بيئته ، فإذا قلنا للطفل كلمات (عيب ، حرام ، إنسانيّة... الخ...) فإنه لا يفهمها إلا إذا عرضت له بأسلوب يقرّبها من الأمور الماديّة التي يفهمها ، أمّا المراهق فيتأثر النمو العقلي الذي يلعبه ، وبتأثير الآفاق الجديدة التي اكتشفها وعرفها يستطيع أن يدرك الأمور المجرّدة والمعنويّة... ، بمعنى آخر فإن إدراك المراهق يتخذ آفاقاً واسعة من الماضي والحاضر والمستقبل ، ويحاول أن يتعمّق في إدراكه ليدرك الأسباب المباشرة والأسباب غير المباشرة والنتائج القريبة والنتائج البعيدة بينما لا يتعدّى نطاق إدراك الطفل الزمن الحاضر الذي يعيشه. (3)

* التفكير

يمتاز تفكير المراهق بالتجريد والمنطق واتّخاذ أسلوب الاستدلال والاستنتاج والتحليل والتركيب ، كما يظهر لديه التفكير الإبتكاري وتزداد قدرته على الفهم ، كما يمتاز تفكيره بالعمق وإدراك المفاهيم المعنويّة المجرّدة كالحق والعدالة والفضيلة... وغيرها. (4)

(1) إبراهيم طهي، مرجع سابق ، ص 38.

(2) محمّد مصطفى زيدان ، مرجع سابق ، ص 164.

(3) معروف زريق، مرجع سابق ، ص 35-36.

(4) إبراهيم طهي ، مرجع سابق ، ص 38 / عبد العلي الجسmani ، مرجع سابق ، ص 179 / ميخائيل إبراهيم أسعد ، مرجع

سابق ، ص 263.

* الخيال

يرتبط التخيل بالتفكير ارتباطاً قوياً خلال مرحلة النمو المختلفة ، ويزداد هذا الارتباط كلما اقترب الفرد من مرحلة الرشد ، وبمقارنة خيال الطفل بخيال المراهق نجد أن الطفل مخلوق واقعي يعتمد على المخيلة الواقعية ، فهو يتخيل الكرسي صديقاً يواسيه ، وهو يتحدث إلى الطاولة كأنها زميلة له بينما أفراحه وأحزانه ، أما المراهق فإن خياله يتجه نحو الخيال المجرد المبني على الألفاظ ، ويبدو ذلك واضحاً من كتاباته بعكس ما نلاحظ على كتابات الأطفال الساذجة ، فالمراهق يتمتع بخيال خصب وروح رومانتيكية والتي تظهر بقوة عند المراهقات أكثر ، لرقه شعورهن ودقة إحساسهن وقوة العاطفة التي يحملنها بين جوانحنهن . (1)

ويستطيع المراهق عبر تخيلاته شأن الصغير تجاوز حدود الزمان والمكان وحواجز قواه الخاصة وتحقيق كل ما يعجز عن بلوغه في واقع الأشياء ، فهو هروب من الواقع الذي يرفضه المراهق ، وهو عزاء له في كل متاعبه الحياتية وهو ضرب من التفكير في الماضي والحاضر والمستقبل ، وكذلك وسيلة لحل المشكلات المستعصية ، إن الخيال هو حياة أخرى بالنسبة للمراهق رغم أنها لا تحتل أبداً أن تأخذ التقييم الإيجابي في كل نواحيها ومضامينها . (2)

* الأحلام

الأحلام هي امتداد لخيال المراهق ، ولعل ما يميز به المراهق عن سواه ما سمي بأحلام اليقظة ، وأحلام اليقظة ظاهرة عقلية توجد في جميع الأفراد ، إلا أنها تكون واضحة في مرحلة المراهقة ، كما أن الموضوعات التي تدور عليها هذه الأحلام في هذه المرحلة تختلف عنها في المراحل السابقة أو اللاحقة لها ، وهي لا تعتبر ظاهرة مرضية إنما هي ظاهرة طبيعية ، أو خاصية من خصائص النمو العقلي في هذا الدور ، وقد قسّمت بریت **Pruette** أحلام اليقظة عند المراهقين والمراهقات إلى طائفتين :

- أحلام يقظة تدل على الشعور بالعظمة والقوة والسيادة .
- أحلام يقظة تعبر عن الشعور بالتقص . (3)

(1) معروف زريق، مرجع سابق ، ص 43.

(2) ميخائيل إبراهيم أسعد ، مرجع سابق ، ص 285.

(3) مصطفى فهمي ، مرجع سابق ، ص 218 .

وانطلاقاً من هذا التقسيم تصبح أحلام اليقظة سلاحاً ذو حدين ، وسيلة للابتكار والتجّاح وأخرى لتضييع الوقت . (1)

أما أحلام المراهق الليلية فهي لا تختلف عن النهارية أو يقظته من حيث أنّ لها جذوراً عميقة في تجربة المراهق الماضية ، وفي مجريات حياته العادية ، وعلى الرّغم من أنّ أحلام المراهق الليلية شأن أحلام الطّفل والرّاشد ، تبنى على الانطباعات والانفعالات ، و محاولات الكفّاح في الحياة اليومية ، فإنّها غالباً ما تبدو وكأنّها تنتمي إلى وجود آخر وترجع إلى شخصيّة تختلف عن شخصيّة صاحبها ، لهذا غالباً ما يشير المراهق لأحلامه كشيء غريب عنه ، إلّا أنّ أحلام المراهق التي فهمت طبيعتها كانت نافعة في فهم المراهق لنفسه وفهم الآخرين له ، الحقيقة الثابتة بصدد أحلام المراهق هي أنّها تعكس زخم حياته هو بالذات وتشكّل جزءاً لا يتجزأ من كيانه الشّخصي وتجربته الانفعالية ، وتبعاً لذلك فإنّ الأحلام وبما تنطوي عليه من رغبات وبما تتضمنه من صور وحوادث تعدّ استمراراً طبيعياً لحياة المراهق الواقعيّة ومعاناته لقضياه الحيويّة وصعوباته في التّكيف . (2)

ج- النمو الانفعالي والعاطفي

للعواطف أثر بليغ في توجيه التّفكير والسّلوك ، ويتجلّى هذا التأثير في عمليّات الإدراك والتّدكّر و تداعي المعاني ، وفي تكوين معتقداتنا وتعديلها ، فهي تؤثر في تسيير أفكارنا سواء أكانت تلقائية شاردة كما في أحلام اليقظة ، أو موجّهة مفيدة كما في التأمّل والتّفكير ، ويكون تأثير العوامل الوجدانية واضحاً فعّالاً في عملية استرجاع بعض الذّكريات دون غيرها ، وفي توجيه نشاط الذاكرة ، ويكون التأثير الوجداني السائد بمثابة المركز الذي يجذب إليه الإحساسات والعواطف المجانسة له وهذا ما يعرف بتبلور العواطف . (3)

إنّ وجهة النظر السائدة بصدد النّضج العاطفي هو أنّه مؤشّر على قدرة الفرد على التّمع بمصادره الانفعالية وممارسة التجربة الانفعالية بكلّ أبعادها (4) ، و يعترف المراهقون بأهميّة الجانب الانفعالي من حياتهم وخطورته وأثره الكبير على الحياة الأخرى ، فقد لاحظ جهر سيلد 1952 أنّ الناشئة

(1) معروف زريق ، مرجع سابق ، ص 44 .

(2) ميخائيل إبراهيم أسعد ، مرجع سابق ، ص 295-296 .

(3) محمد السيد، محمد الزّحلاوي - المراهق المسلم- ، مكتبة التوبة، مؤسسة الكتب الثقافية، الرياض 1998م ، ص 53 .

(4) المرجع السابق ، ص 355 .

عند قيامهم بعملية التقييم الذاتي وتقييم الآخرين يعولون على التجربة الانفعالية وانعكاساتها ودورها في حياة المرء عموماً ، وعلى السمات ذات الطبيعة الانفعالية في الشخصية بصورة خاصة. (1)

* الخصائص الانفعالية في مرحلة المراهقة

إنّ انفعالات المراهق تختلف في نواح كثيرة عن انفعالات الطفل وكذلك الشباب ، ويشمل هذا الاختلاف التواحي الآتية :

- تمتاز الفترة الأولى من مرحلة المراهقة بأنها فترة انفعالات عنيفة ، إذ نجد المراهق في هذه السنوات يثور لأتفه الأسباب ، شأنه في ذلك شأن الأطفال الصغار ، ومرجع هذه الظاهرة إلى النمو الجسمي السريع والتغيرات المفاجئة التي تصحب البلوغ .
- هناك ميزة أخرى تتصل بانفعالات المراهق في أوائل مرحلة المراهقة ، وهي أنّه إذا أثير أو أغضب لا يستطيع التحكم في المظاهر الخارجية لحالته الانفعالية ، فهو يصرخ ويرفس ويدفع الأشياء ، ويلقي بأطباق الطعام وأكواب الماء على الأرض... الخ... ، ونفس الظاهرة تبدو عليه عندما يشعر بالفرح ، فإنّه يقوم بحركات لا تدل على الأثران الانفعالي ، حيث نجده أثناء حالة سروره يشدّ رباط الرقبة في حركات هستيرية ، أو يقف على ساق واحدة أو يجذب أذن من أمامه ، أو يقوم ببعض الأمور التي تدل على حركات عصبية .
- يتعرّض بعض المراهقين لحالات من اليأس والقنوط والحزن والآلام النفسية ، نتيجة لما يلاقونه من إحباط بسبب تقاليد المجتمع التي تحول بينهم وبين تحقيق أمانهم ، و ينشأ عن هذا الإحباط انفعالات متضاربة وعواطف جامحة تدفع بعضهم إلى التفكير في الانتحار .
- تتميز هذه المرحلة في الوقت ذاته بتكوين بعض العواطف الشخصية ، عواطف نحو الذات تأخذ المظاهر الآتية : الاعتداد بالنفس ، والعناية بالملبس وطريقة الكلام ، إذ يبدأ المراهق يشعر بأنّه لم يعد بعد الطفل الذي يطيع دون أن يكون له حقّ إبداء الرأى . (2)
- هذا ويبدو أنّ المراهق في الدّور الأخير لهذه المرحلة يبدأ في تكوين عواطف نحو الأشياء الجميلة ، إذ تجده يحبّ الطبيعة ويعشقها ، ويعبر عن تلك الظاهرة بالرومانسية ، وبجانب ذلك فإنّه يبدأ في

(1) المرجع السابق ، ص 302.

(2) مصطفى فهمي ، مرجع سابق ، ص 176-177 / عمّد مصطفى زيدان ، مرجع سابق ، ص 170-171.

تكوين بعض العواطف المجردة التي تدور حول موضوعات معنوية كالتضحية ، والدفاع عن الضعيف والمحروم . (1)

* بعض المظاهر الانفعالية للمراهق

من أهم المظاهر الانفعالية التي تميز المراهق :

- الحب والتعاطف

إن السمة الأساسية للنمو الانفعالي في المراهقة هي زيادة الرغبة في العطف على الآخرين وكسب عطفهم في الوقت نفسه ، ولا شك أن عملية الأخذ والعطاء العاطفي هذه ضرورة لتأمين الاستقرار العاطفي في حياة المراهق ، و يغدو التمييز بين عطاء العطف وأخذه صعبا عندما يتحقق التضح للناشي ، فينغمس في الحياة البناءة التي تتعارض مع وجود قوائم الدائن والمدين المتمثلة في عزل الأخذ عن العطاء على حدّ تعبير غولد فارف 1943 ، لقد أكدّ قدماء الكتاب وعلماء النفس المعاصرين حاجة الناشئ إلى أخذ العطف وإعطائه. (2)

- الشك

كلما كبر الفرد وبدأ يستقلّ زاد شكّه فيما كان يعدّه فيما مضى قضايا مسلّم بها ، ثم يبدأ يسأل نفسه عن مدى صحّة مثل هذه القضايا ، وإلى أي مدى توافق العقل السليم والمنطق الصحيح ، وإلى أي مدى تتفق مع الواقع الذي يعيش فيه ، وتبدأ بذور الشك تتفاعل في نفس المراهق ، وذلك لأنه يبدأ يشعر باستقلاله النسبي عن سلطة والديه وفضامه النفسي ، أي أنّه يشعر بوجوب تصريف أموره بنفسه دون مساعدة أحد ، فالاستقلال عن السّلطة أو الرّغبة في هذه المرحلة من الأمور التي تساعد على هذا الشكّ فيما يتلقاه من أوامر ونواه وحقائق نقلتها إليه السّلطة المحيطة به . (3)

(1) المرجعين السابقين ، الصفحات نفسها .

(2) ميخائيل إبراهيم أسعد ، مرجع سابق ، ص 306.

(3) معروف زريق ، مرجع سابق ، ص 40-41.

- القلق والخوف

تتأثر مخاوف النّاشئ لكونها جانبا من حياته الانفعاليّة بالكثير من محرّضات النّمو وعقباته ، وتختفي في مرحلة المراهقة بعض المخاوف وتظهر مخاوف أخرى ، تظهر المخاوف الجديدة بسبب التّهديد الذي تطلّقه طبيعة النّمو ذاتها ، فجميع المراهقين يتعرّضون لدرجة من الخوف في فترة ما ، ويعاني بعضهم من مخاوف مزمنة تتفجّر بملامستها لبعض حوادث الحياة اليوميّة أو الأحلام أو السيّاقات الفكرية الشّخصيّة ، وقد تبقّيتهم تحت تجربة الرّعب أيّما أو أسابيع ، إلى جانب حالة الخوف هذه هناك حالة القلق ، ومن الباحثين من عرفّ القلق بأنّه ضرب من عدم استقرار الفكر ، ومن التّوجس والضيق المنبعث من اضطراب الحياة الدّاخلية ، حيث ينبعث التّوجس في حالة القلق من إحساس المرء بأنّه مهدّد أو من توقّعه للخطر أو تعثّر الحظ ، ووصف القلق بأنّه حالة تنبعث من الفكر والشّعور والتّصورات المتعارضة مع توقّعات المرء عن نفسه أو مع الصّورة المثاليّة التي رسمها لنفسه أو التي رسمها الآخرون له . (1)

- الكآبة

ورد على لسان فتاة ما يلي : « لا أستطيع التّعبير عن شيء ما سوى الاختناق التّفسي ، أصبحت قريبة لفقدان الدّأكرة وكثيرة القلق والتّفكير ، عديمة الثّقة بنفسي ، أيّ عمل أقدم عليه أخاف نتائجه وأتردّد في القيام به... دائمة الحزن والدّمة رفيقتي منذ الطّفولة ، لا أدري ما هو السّبب في فشل كلّ خطوة أخطوها حتّى في حياتي الخاصّة... ، عندما أنظر إلى وجهي في المرآة أجدّه بشعا فأكره نفسي وأتمنّى لو لم أخلق » . (2)

قد يواجه المراهقون مشاعر الاكتئاب بدرجات متفاوتة ، ولو أنّهم يخفون هذه المشاعر وراء عدم الاستقرار أو الرّفص أو الملل ، أو الشّكاوى المرضيّة المتوهّمة أو سلوك الانطلاق والاندفاع من قبيل أفعال الجنوح ، والأرجح أن يتخذ اكتئاب المراهق صورة من اثنين : أمّا في الصّورة الأولى فقد يشكو المراهق من افتقاره إلى المشاعر وإحساسه بالفراغ ، ويصبح الأمر وكأنّه قد خلف من ورائه ذاته التي كانت له في الطّفولة من غير أن تحلّ محلّها ذات راشدة نامية ، وهذا النوع من الاكتئاب يمكن في العادة علاجه بنجاح عند استخدام النّوع الملائم من العلاج ، ولكن هناك نوع

(1) ميخائيل إبراهيم أسعد ، مرجع سابق ، ص 332-336.

(2) عبد العليّ الجسmani ، مرجع سابق ، ص 198.

آخر من الاكتئاب تجده يستعصى بدرجة أكبر على العلاج ، وهذا النوع تجد أساسه يعود إلى خبرات متكررة بالانهزام والفشل على امتداد فترة طويلة من الزمن ، وهؤلاء المراهقون قد يشعرون أنهم لن يتمكنوا أبدا من حل مشكلاتهم ، وإن كثيرا - أو ربما كانت الغالبية - من محاولات الانتحار التي يقوم بها المراهقون لتنتج لا عن واقعة واحدة حرجة حاسمة وإنما نتيجة سلسلة طويلة من المحاولات غير الناجحة للتوصل إلى حلول بديلة للمشكلات ، وكثيرا ما تكون القشة الأخيرة في هذا النوع من الاكتئاب هي فقدان علاقة ذات أهمية ومعنى بالنسبة للمراهق ، علاقة بينه وبين أحد الوالدين ، أو بينه وبين صديق ، أو بينه وبين شخص كان يحبه .⁽¹⁾

- الغضب والعدوان

يرتبط الغضب منذ تفجيره في مرحلة الرضاعة بسعي الفرد لتأكيد نفسه كذات مستقلة ، ويعتد من الانفعالات التي تلعب دورا كبيرا في نمو الشخصية الإنسانية ، فهو يساعد الفرد على تحقيق مطالبه وتأكيد اهتماماته ، وخاصة منها الاهتمامات المشتركة مع الآخرين ؛ قد يكون الناشئ ببلوغه المراهقة قد عبر عددا من مراحل النمو التي تتشكل خلالها طريقته الخاصة بالغضب ، وتحدد فيها بدرجة ما الشروط والأسباب التي تثير غضبه ، ويؤكد تايلور 1957 على أن غضب المراهق يستأثر بضروب الغبن النازلة بالاهتمامات والخطط والأفعال التي اتخذت صيغا جديدة في المراهقة أو برزت خلالها⁽²⁾ ، وليس من السهل على الملاحظ الخارجي إدراك غضب المراهق أو كراهيته بصورة دائمة ، فقد يعمد المراهق إلى تقنيع غضبه وإخفائه أو التعبير عنه بطريق مضللة ، وقد يتجلى الغضب بصورة مباشرة ، كما هو الحال في الضرب والعض والصراخ ، وبصورة غير مباشرة كما هو الحال في الممازحة والتهمية وغيرها من الأساليب اللغوية .⁽³⁾

(1) بول مسن و آخرون ، مرجع سابق ، ص 511-512 .

(2) ميخائيل إبراهيم أسعد ، مرجع سابق ، ص 318 .

(3) المرجع نفسه ، ص 321 .

- الانطلاق

يندفع المراهق أحيانا وراء انفعالاته حتى يسمّى متهورا يركب رأسه ، فيقدم على الأمر ثم يتراجع عنه في ضعف وتردد ، و يرجع باللوم على نفسه ولذلك سرعان ما يستجيب لسلوك الجمهرة الصّاحبة الثّائرة في طيش قد يرمي به إلى التّهلكة . (1)

د- التّمو الاجتماعي

يتأثر التّمو الاجتماعي السّوي الصّحيح في المراهقة بالتّنشئة الاجتماعيّة من جهة وعلى النّضج من جهة أخرى ، وكلّما كانت بيئة الطّفل ملائمة كلّما ساعد ذلك على أن يكون علاقات اجتماعيّة ملائمة عندما تتّسع دائرة معاملاته ، ويتّصف التّمو الاجتماعي في المراهقة بمظاهر رئيسيّة وخصائص أساسيّة ، وتبدو هذه المظاهر في تآلف المراهق مع الأفراد الآخرين أو في نفوره منهم وعزوفه عنهم ، ويتّضح تآلف المراهق فيما يأتي :

* الميل إلى الجنس الآخر

و يؤثّر هذا الميل على نمط سلوكه ونشاطه بحيث يحاول أن يجذب انتباه الجنس الآخر بطرق مختلفة . (2)

* الثّقة وتأكيد الذات

لقد عبّر سورنسون **Sorenson** عن المراهقة بأنّها فترة من العمر التي تقع ما بين الحرّيّة المطلقة التي اكتسبت في مرحلة الطّفولة ، والمسؤوليّة والقيود التي تفرض على الفرد في مرحلة النّضج والتّكامل والرّشد ، ولذا تتوقّع أن تكون حالة الفرد الذي يمرّ بهذه الفترة غامضة وغير واضحة ويكون متردّدا في كلّ ما يقوم به من أعمال غير واثق من نفسه ومن الآخرين ، غير راض عن الدّور الذي يقوم به وغير ملئم بما يتوقّع الآخرون منه القيام به ، فهو في نظر نفسه ليس براشد ، كما أنّه ليس بطفل ، فإذا ما قام بدور طفل طلب منه الكبار أن يراعي مظهره التّامّي وضخامة

(1) محمّد مصطفى زيلان ، مرجع سابق ، ص 171.

(2) المرجع نفسه ، ص 166.

جسمه ، وإذا ما حاول ممارسة أدوار الكبار طلبوا منه التزام حدود عمره كطفل غير ناضج عقلياً أو فكرياً . (1)

وبذلك يسعى المراهق في تأكيد ذاته لأن تعترف جماعته بشخصيته ، فتراه يميل إلى القيام بأعمال تلفت النظر إليه ، ووسائله في ذلك متعددة ، فهو تارة يظهرها في طريقة لبسه ، كما يحاول التصنع في طريقة كلامه وضحكه ومشيته أو يقحم نفسه في مناقشات تكون فوق مستواه وغير ذلك ، وهو لا يفعل ذلك عن عقيدة ، بل حباً في المجادلة والتشدد بالألفاظ الرنانة رغبة في الظهور وتأكيد ذاته وسط جماعته . (2)

* إدراك العلاقات القائمة بينه وبين الأفراد الآخرين

يصبح بإمكان المراهق أن يدرك العلاقات القائمة بينه وبين غيره من الأفراد ، كما يصبح بإمكانه أن يلمس آثار تفاعله مع الناس ، فينفذ ببصيرته إلى أعماق السلوك ويلاءم بين الناس وبين نفسه . (3)

* الخضوع لجماعة النظائر

يميل المراهق في السنوات الأولى من المراهقة إلى مساندة المجموعة التي ينتمي إليها ، فهو يحاول جاهداً أن يظهر بمظهرهم ، كما أنه يتصرف كما يتصرفون ويفعل كما يفعلون ، وتتميز هذه المساندة بالصراحة التامة والإخلاص ثم نلاحظ بالتدرج أن الرغبة في الاندماج مع المجموعة ومساندة أفرادها مساندة عمياء تقل شيئاً فشيئاً ، ويحل محل هذا الشعور اتجاه آخر يقوم على أساس من تأكيد الذات ، والرغبة في الاعتراف به كفرد يعمل وسط جماعة ويرجع ذلك إلى وعيه الاجتماعي ونضجه العقلي ، وما يصاحب ذلك من زيادة في خبراته ، والسبب الذي يدعو المراهق إلى الانسجام مع الجماعة التي ينتمي إليها في أول مرحلة المراهقة ، محاولته تجنّب كل ما يؤدي إلى إثارة النزاع بينه وبين أفراد الجماعة ، وهو إن يفعل ذلك يرى أن أيّ نزاع بينه وبينهم يعتبر في منزلة ثانوية للنزاع الأكبر الذي يقوم بينه وبين السلطة المدرسية والوالدين ،

(1) سعدية محمد علي مهادر - سيكولوجية المراهقة - ، دار البحوث العلمية، الكويت 1980م ، ص 31.

(2) مصطفى فهمي، مرجع سابق ، ص 184.

(3) محمد مصطفى زيدان ، مرجع سابق ، ص 160 .

ومن ثمّ يكون في احترامه لرأي (شلتته) وإخلاصه لهم وخضوعه لأفكارهم ، نوع من تخفيف الشعور بالإثم الناجم عن عدم طاعته لوالديه ومدرّسيه . (1)

* اتّساع دائرة التفاعل الاجتماعي

يشعر المراهق في السّنوات الأخيرة لمرحلة المراهقة أنّ عليه مسؤوليّات نحو الجماعة أو الجماعات التي ينتمي إليها ، وهو كذلك يحاول قدر استطاعته أن يقوم ببعض الخدمات والإصلاحات بغية التّهوض بأفراد تلك الجماعة ، إلّا أنّه في الوقت ذاته لا يجد تقديراً من الجماعة لآرائه ، وهنا يأخذ في الاعتقاد أنّ الجماعة إنّما تريد أن تحطّم عبقريته ، إنّ تكرار هذه الصّدّامات وما يصاحبها من شعور بالفشل يجعله لا يرغب في القيام بأيّ محاولات جديدة للتّهوض بذلك المجتمع الصّغير الذي يتعامل معه ، ثمّ بالتدرّج نلاحظ أنّ هذا الشعور يزداد شدّة حتّى ينتقل من المجتمعات الصّغيرة إلى المجتمع العام . (2)

ويتّضح نفور المراهق من خلال ما يلي :

* التمرّد

يمتاز سلوك المراهق بالرغبة في مقاومة السّلطة ، وهناك من الأسباب ما يدعو إلى الثّورة ضدّ السّلطة ممثلة في الأسرة والمدرسة أو المجتمع العام ، وتكون الثّورة ضدّ السّلطة الوالديّة واضحة لأنّ المراهق يتشوّق إلى أن يجد نفسه في عالم آخر خارج البيئة المترليّة ، عالم مليء بالأصدقاء و الزّملاء ، عالم مليء باتّجاهات جديدة ، وبالحرية والاستقلال والتحرّر من التّبعية الطّفليّة ، وهو إذ يتطلّع إلى كلّ ذلك يرى والديه ومدرّسيه عقبة في سبيل تحقيق أمنيته ، إنّ رغبة المراهق والمراهقة في التحرّر من التّبعية الطّفلية تصطدم عادة بالمقاومة من الوالدين ، أوّلاً لأنّه يصعب عليهما التخلّص من الفكرة السّائدة من أنّهما المسؤولان عن سلوك ابنها أو ابنتهما ، فهو أو هي في نظرهما مازال الطّفل الصّغير الذي يجب أن يطيع أوامرهما ، ويعتبر المراهق كلّ تدخل من والديه في شؤونه الخاصّة أو إهمال مطالبه نوعاً من السيّطرة ، ومن ثمّ فهو يقابل هذه السيّطرة بالثّورة أو العصيان أو الشعور بالغيظ وعدم الطّمأنينة ، وغالباً ما يخرج المراهق أثناء ثورات غضبه

(1) مصطفى فهمي ، مرجع سابق ، ص 184.

(2) المرجع نفسه ، الصّفحة نفسها .

عن المؤلف في سلوكه نحوهم ، وكلّما زادت رغبة والديه في الحدّ من حرّيته وإهماله زاد المراهق عنادا و نفورا منهما . (1)

* السّخرية

المعروف أنّ لكلّ مراهق مثله الأعلى في الحياة عن نفسه وعائلته وأصدقائه ومجمّعه ، ولكن من التّادر أن يصل أيّ من هؤلاء في نظر المراهق إلى المستوى الذي يكون قد حدّده هو له ، ووضعه في اعتباره وتوقّعه منه ، ممّا يجعل المراهق يثور ويغضب ويفقد الثّقة في نفسه وفي غيره ، وهذا بالطبع يجرمه من الشّعور بالسّعادة في حياته ، ويجعله على العكس من ذلك يعاني من التّوتر والثّورة والصّراع (2) ، وقبل أن يفقد الثّقة في هذه المثل العليا فإنّ إيمانه بها يتطوّر تطوّرا ينحو به أحيانا نحو السّخرية من الحياة الواقعية المحيطة به ، لبعدها عن هذه المثل التي يؤمن بها ويدعو إليها ، ولكنّه يقترب شيئا فشيئا من الواقع كلّما اقترب من الرّشد واكتمال النّضج . (3)

* التّعصّب

تتشكّل لدى أغلب النّاشئة في مرحلة المراهقة اتّجاهاتهم من مختلف فئات المجتمع الذي يعيشون فيه ، والواقع أنّ المراهق يكتسب خلال نموه العادي شعورا قويا بالانتماء للفئة التي نشأ فيها ، في حين أنّه يبقى نفسه على مسافة من أبناء سائر الفئات الأخرى ، ويمكن اعتبار تميّز النّاشئ عن سائر الأعضاء في الفئات الأخرى نوعا من التّعصّب ، وهناك ثلاثة عناصر أساسية بارزة في التّعصّب ، أو ثلاثة مقومات أساسية : هي المقوم الانفعالي ، و المقوم الذّهني الإدراكي ، و المقوم الفعل .

- أمّا المقوم الانفعالي فهو الإحساس بالكراهية والعدوانية والخوف ، ويتدرّج بين اللامبالاة الباردة والحقد المرّ العنيف المدمّر .

- المقوم الذّهني الإدراكي ويتمثّل في المعتقدات والآراء التعصّبية التي تتشكّل من القوالب السائدة في فئة الانتماء ، ولا تخضع لأيّ ضرب من الخبرات المباشرة مع الفئة المضادة .

(1) المرجع السابق ، الصّفحة نفسها .

(2) سعدية محمد علي بهادر ، مرجع سابق ، ص 37 .

(3) عمّد مصطفى زيدان ، مرجع سابق ، ص 167 .

- مقومّ الفعل ، أي ما يتوجّب على المتعصّب أن يفعله إزاء عضو الفئة المضادّة ، ويتراوح بين تجنّب عضو الفئة وبين الإساءة إليه والعمل على تدميره . (1)

* المنافسة

يؤكد المراهق مكانته بمنافسته أحيانا لزملائه في ألعابهم وتحصيلهم ونشاطهم (2) ، والتنافس باعتباره تأكيد للذات في عالم الآخرين أمر لا مناص منه إذا كان للطفل أن يُبقي على جذوره الاجتماعية ويحافظ على وجوده مع الآخرين ، وإنه لمن المفيد للناشئ أن يخوض تجارب جديدة تجرّه إلى اكتشاف الإمكانيات الدفينة فيه (3) ، إنّ في حياة المراهقين اليومية الكثير ممّا يدفعهم قسرا إلى التنافس ، فالمدرسة والبيت والحيّ تشبّع بالاتجاهات التنافسيّة التي يغرق فيها الكبار والصغار من كلّ الأجناس والطبقات ، وأنّ الأهل والمعلمين أنفسهم غالبا ما يجدون أنّهم مسوقون بتيّار كاسح من التنافس لجذب انتباه الناشئة ، من الطبيعي أخيرا أن يعدّ التنافس في مجتمع تنافسيّ ديمقراطي - ضمن الحدود التي يرسمها المجتمع - سلوكا تكيفيّا مناسباً ودليلاً على الاستواء . (4)

* اتجاهات المراهق الاجتماعيّة

أجريت الكثير من الأبحاث لدراسة اتجاهات المراهقين الاجتماعيّة ، فكانت كما يلي :

- ميل المراهق إلى التّقد ورغبته في الإصلاح

من الشائع في دور المراهقة أن تجد المراهق يبحث في أخطاء الآخرين مع ميله إلى نقد تصرفات الغير ، ولا يتخذ هذا التّقد شكلا سلبيا كما نجده لا يتردّد في الإفصاح عمّا يشعر به ، و يكون هذا التّقد في بعض الأحيان مصحوبا باقتراحات عمليّة في الإصلاح ، ولا يقتصر هذا الميل على جماعة معيّنة من الناس أو هيئة من الهيئات التي يتعامل معها بل نجد أنّ روح التّقد شاملة ، فهي ضدّ الأسرة والمدرسة والمجتمع بصفة عامّة ، إنّ هذه الهيئات جميعا تكون مصدر ضيق للمراهق ،

(1) ميخائيل إبراهيم أسعد ، مرجع سابق ، ص 377.

(2) المرجع نفسه ، الصّفحة نفسها .

(3) ميخائيل إبراهيم أسعد ، مرجع سابق ، ص 367.

(4) المرجع نفسه ، ص 369 .

فهو لذلك لا يتوانى عن تقديمها لعلّه يصل إلى إصلاحها ، وفي حالة ما إذا تعذّر عليه ذلك يزداد ضيقه ، وقد يشتدّ بعد ذلك نقده ، وقد ينطوي على نفسه يائسا من الوصول إلى مآربه . (1)

- الاستقلالية

من أهمّ المطالب التي يواجهها المراهق اكتساب الاستقلال ، ولو أنّ المراهق أحقق في ذلك لازدادت صعوبة المطالب الأخرى من إنشاء علاقات ناجحة فيما بينه وبين أقرانه واكتساب شعور بالهوية أو الذاتية ، لكنّه يصعب على المراهقين في كثير من الأحيان أن يكتسبوا الاستقلال الحقيقي عن الآباء ، وتصبح العمليّة أقرب إلى الشدّ والجذب ، وإذا بالأطفال يثابون على الاستقلال وعلى استمرار الاعتماد على الأسرة في نفس الوقت وعلى السّواء . (2)

وعلى العموم هناك نوعان لتزعات الاستقلالية لدى المراهق :

- استقلالية اجتماعية : من حيث تطلّعه إلى أن يتولّى بعض المسؤوليات وأن يقوم بالوظائف والمهام التي يضطلع بها الرّاشدون الكبار ، لذا كان لا بد من العناية بإتاحة الفرص للمراهقين - خلال سنين الدّراسة - لممارسة المسؤوليات الاجتماعية ، والمشاركة في خدمة البيئة بما يشعرهم بالمواطنة وبمكانيّاتهم في المجتمع .

- استقلالية وجدائية : يسعى المراهق إلى التخلّص من ربطة التعلّق الطفلي بالديه ، ويرغب في التحرّر منها عاطفياً ، وفي تكوين شخصيته المستقلة والبث بنفسه فيما يهّمه من أمور ، ولا بدّ أن يتمّ هذا الفطام النفسي من الأبوين حتى يمكن للمراهق أن يوطّد صداقته في الخارج ويعزّز مكانته مع الرفاق و التّظراء ، وحتى يحقق رجولته ويشقّ طريقه مستقلاً في الحياة . (3)

- اختيار الأصدقاء

يختار المراهق من يريد من أصدقائه بنفسه ، ويرفض أيّ تدخل من والديه في هذا الموضوع ، بعكس الطّفل الذي لا يمانع مطلقاً في أن يختار له الوالدان بعض الأصدقاء أو أن يشار عليه بقطع علاقته بهم ، ومعنى ذلك أنّ موقف الطّفل من والديه - بالنسبة إلى اختيار الأصدقاء - إنّما هو موقف سلبى بعكس المراهق الذي يقوم بدور إيجابي عند اختيارهم ، إنّ أوّل ما يتطلّبه المراهق في

(1) مصطفى فهمي، مرجع سابق ، ص 189.

(2) بول مسن و آخرون ، مرجع سابق ، ص 465.

(3) عمّد مصطفى زيدان ، مرجع سابق ، ص 168.

صديقه هو أن يكون قادرا على فهمه ، ويظهر له من الودّ والحنان ما يساعده على التعلّب على حالات الضيق وعدم الاستقرار التي تؤرقه من وقت لآخر ، وقد يحدث في بعض الأحيان أن يكون هذا الصديق أكبر منه سناً (أحد مدرّسيه أو أقربائه مثلا) ، ويشترط في أمثال هؤلاء الأشخاص ألا يكون لهم عليه سلطة مباشرة ، وتكون علاقة المراهق بهم قائمة على الودّ والاحترام ومن ثمّة يجد جواً طليقا حرّاً ، يتحدّث فيه عن متاعبه ورغباته دون تكلف . (1)

- الرّغبة في مساعدة الآخرين

كلّما زادت خبرة المراهق زاد وعيه لمشكلات المجتمع الاجتماعيّة بسوء توزيع الثروة ، الفقر والضعف على الضّعفاء ، ونتيجة لكلّ ذلك فإنّ اتجاهه نحو الآخرين يصبح اتّجاهاً إنسانياً ، ويتدرج شعوره هذا إلى المجتمع ونظمه فينظر إليه نظرة فاحصة ، ولا يصل المراهق إلى هذه الدرجة إلاّ في مرحلة متأخرة من المراهقة ، حيث يكون حقّق قدراً من النّضج العقلي وبلغ قسطاً من الثقافة ، إنّ عدم رضا المراهق عن النّظم السّائدة في الدّول يجعله يقوم بدور إيجابي في مساعدة الآخرين دون النّظر إلى أنّ هؤلاء تربطهم به رابطة صداقة أو معرفة ، وقد يحدث في كثير من الأحيان أن يفترض نفسه في مركزهم ، فيتخيّل أنّه يعاني من نفس الأسباب التي تسبّب لهم الشّقاء ، ليشعر - نتيجة لذلك - بشعورهم ويتألّم لألمهم ، وهذا الشّعور يدفعه إلى الاشتراك في أعمال البرّ وفي المؤسسات الاجتماعيّة التي ترعى الفقراء والمحتاجين والمرضى . (2)

- التّقصص

يتقمّص الفرد في العادة مع عائلته في مرحلة الطّفولة ، ويغلب أن يكون ذلك مع أحد والديه أو شخص من نفس جنسه ، إنّ هذا التّقصص يعطي للطفل الشّعور بالأمن والاطمئنان ، ويتعلّم منه كميّة القيام بالدور الجنسي المناسب له ، ويضعه أساس تعامله الاجتماعي ، فإذا حدث هذا التّقصص بطريقة جيّدة فإنّه قد يساعد المراهق على أن يكون شخصيته الذاتيّة ويفتح أمامه الطّريق للقيام بدوره المناسب ، وإن كان اتّساع عالمه الاجتماعي والضعف المختلفة التي تقع عليه قد تجعله مرتبكاً ، أمّا إذا تأخّر حدوث التّقصص لسبب أو لآخر ، أو لم يحدث بطريقة صحيحة فإنّ ذلك قد يضع المراهق في مشكلة وصراعات كثيرة ، خاصّة وأنّه في هذه المرحلة ينذر أن يتقمّص

(1) سعديّة محمد على مهادر ، مرجع سابق ، ص 191 .

(2) المرجع نفسه ، ص 190 .

الشباب مع والديهم ، بل على العكس إنهم يتمردون ضد سيطرتهم وتدخلهم في حياتهم الخاصة ، وعموماً فإن المراهق عندما يتسع أفقه الاجتماعي والعقلي يتفتح أمامه المجال الذي يقوده إلى تقمص شخصيات بعيدة من عالم الخيال ، بعكس الطفل الذي يتقمص مع أشخاص حقيقيين في بيئته القريبة ، وكذلك بدلا من أن يتقمص أشخاصا تحيطهم الهالة كنجوم التلفزيون وهو ما يميز الطفل الصغير ، فإن المراهق يميل لأن يربط نفسه مع راشدين ناجحين وذوي جاذبية خاصة ممن يقرأ عنهم أو يعرفهم ، وهو يضع مثلا لبعض الخصائص المجردة أكثر من الأشخاص الحقيقيين ، وإن كان ذلك كثيرا ما يقود إلى طموحات قد تكون غير واقعية أو مناسبة لاستعدادات بعض المراهقين . (1)

- الميل إلى الزعامة

إن الزعيم أو القائد هو ذلك الشخص الذي يستطيع أن يكون له أتباع ومريدون نتيجة تأثيره عليهم ، ولما كانت أنواع النشاط والميول في مرحلة المراهقة مختلفة ومتعددة ، ولما كانت كل ناحية من هذه النواحي تحتاج إلى زعيم تتوفر فيه شروط خاصة وجب أن توجد أنواعا مختلفة من الزعامات في هذه المرحلة : زعامة اجتماعية ، زعامة ذهنية ، زعامة رياضية... ، ولقد أثبتت أبحاث بارترديج وودنكري أن الخصائص الآتية - بصفة عامة - لازمة لتكوين الزعيم في مرحلة المراهقة : (2)

- خصائص جسمية تتصل بالوزن والطول والصوت والقوة البدنية .
- خصائص جسمية تتصل بالملبس والمظهر الخارجي ، وليس معنى ذلك أنه يشترط في الزعيم أن يكون جميل الوجه يستعمل المساحيق ويمشط شعره ويصففه بطريقة خاصة ويرتدي أحدث (الموديلات) ، بل أن يكون هندامه نظيفا مرتبا ويكون شكله غير قبيح .
- أن يكون ذكاه فوق متوسط المجموعة وإصدار القرارات ، ودرجة الذكاء اللازمة للزعيم
- لا شك - تختلف نوع الزعامة على أساسها ، فزعيم فريق رياضي لا يحتاج إلى نسبة عالية من الذكاء كرئيس جماعة ثقافية مثلا .

(1) سعدية محمد علي ماهر ، مرجع سابق ، ص 97-99.

(2) مصطفى فهمي ، مرجع سابق ، ص 192 .

- المركز الاجتماعي له أثر كبير في اختيار الزعماء ، فأمثال هؤلاء يعيشون في عائلات لها من المسائل ما يمكنهم من اكتساب خبرات لا تتوفر في كل بيئة ، وتكون أمثال هذه الخبرات من العوامل التي تساعد على ظهورهم .
- خصائص تتصل بالشخصية ، ومن أهم السمات التي تجعل شخصية الزعيم محبوبة ما يلي :
فرديته واعتماده على نفسه ، وقدرته على الابتكار وعلى إصدار الأحكام . (1)

4- بعض الجوانب الهامة في حياة المراهق

ترتبط المراهق علاقات عديدة بجوانب مهمة من حياته ، وقد اهتم الدارسون والمختصون في علم النفس من الوقوف عندها ، ولعل أهم ما حدده هؤلاء ثلاثة جوانب : الأسرة ، المدرسة ، المجتمع .

أ- المراهق والأسرة

تشغل مسألة إقامة علاقات سليمة مع الأهل والراشدين مكانا بارزا بين المهمات التماثية الأساسية للمراهق ، وليس من السهل على المراهق - الذي اعتاد طيلة حياته السابقة أن يكون اتكالياً واستغرق مع أهله في علاقات أعطته دورا ثانويا - أن يتحول إلى ذات مستقلة قادرة على تحريك الأشياء بإرادته ، ولا بد للمراهق من أجل ذلك أن يحقق أولا استقلالته عن والديه وعن الراشدين وأن يقيم تقييمه المتكامل لذاته ، و عليه بلغة مجازية هجر أرض والده والبحث لنفسه عن أرض جديدة يبني عليها وجوده الخاص ، و يعني فطام المراهق عن والديه بلوغه مكانة يقف فيها على قدميه ، ويختار ولاءه وقيمه بنفسه وينساق مع أفكاره الفردية ، ويبني نظريته الخاصة عن الحياة ، وإذا ما مشت الأمور في مساراتها الطبيعية وتمكن المراهق من إثبات وجوده في عالم الراشدين ، فإنه سيكون قادرا على ممارسة اختياراته الخاصة ، وستفتح أمامه فرص كبيرة لتحقيق ذاته ومجاهمة سلسلة لا متناهية تنتظره على درب حياته الطويل . (2)

ومن هنا فالفرد يتأثر في نموه الاجتماعي بالجو النفسي المهيمن على أسرته و بالعلاقات القائمة بين أهله ، و يكتسب اتجاهاته النفسية بتقليده لأبيه وأهله وذويه ، فالأسرة المستقرة الثابتة

(1) المرجع السابق ، ص 193 .

(2) ميخائيل إبراهيم أسعد ، مرجع سابق ، ص 381 .

المهارة المطمئنة تعكس هذه الثقة وذلك الاطمئنان على حياة المراهق ، فتشبع بذلك حاجته إلى الطمأنينة وهيأ له جوًا مثاليًا لنموه ، أما الأسرة التي تثور غاضبة لأسباب تافهة وكبعض الناس ويميل إلى الانتقام والغيرة لا تشكل إلا مراهقين مرضى يعيشون في حياتهم المقبلة تحت وطأة الصراع الحاد والاضطراب الشديد (1) ، ولعل السؤال الآن هو : ماذا ينتظر المراهق من أبويه ؟

يرغب المراهق من والديه أشد الرغبة في :

- أن يكون الأبوان موضع ثقته .
- أن يعبرا له عن مدى ثقتهما به .
- أن يتركا له التصرف ضمن حدود معقولة ، وأن يتوصل إلى قرارات خاصة به نابعة عن تفكيره .
- ألا يتدخل الأبوان في صغائر أمره .
- أن تتصف تصرفات الأبوان وأقوالهما بحسن السياق ، وألا تكون متناقضة لأن الأبوان له خير قدوة تحتدا .
- لا ينتظر المراهق من أبويه أن يجعلاه موضوع شك و ريبة ، فهو يرغب رغبة متناهية في أن يلمس لديهما النظرة الإيجابية إزاءه . (2)
- يطمح المراهق كذلك وهو في جو الأسرة إلى الاختلاء بنفسه ويميل إلى العزلة المؤقتة ، وهو بهذا لا يريد من يتدخل في شؤونه الخاصة به من أفراد أسرته .
- فالعوامل الآتية مجتمعة إنما تعكس مدى نموه ونضجه وتكشف عن حاجاته النفسية والطبيعية التي ينشدها ويصبو إليها ، ففي هذه العناصر كافة يجد ما يعوض عليه رغبته في الانفصال التام عن الأسرة والابتعاد عن جوها الذي يقدم عليه مكرها في أغلب الأحيان ، كما أن توافر تلك العناصر المذكورة تنطوي على السماح له بتأكيد الذات التي تؤلف بالنسبة إليه مشكلة عملية ، فهو لا يكف عن التنقيب عن تعريف مطمأن يحدد له معالم ذاته كفرد راشد (كما يرى هو) ، يتمتع بمختلف الامتيازات التي يتمتع بها الراشدون من أفراد أسرته وسواهم . (3)

(1) محمد مصطفى زيدان ، مرجع سابق ، ص 167.

(2) عبد العلي الجسماني ، مرجع سابق ، ص 233 .

(3) المرجع نفسه ، ص 234.

وخلصة القول ، إن علاقة المراهقين بوالديهم أو الكبار الذين يحيطون بهم قد تبدو متعارضة ومتناقضة ، فمن ناحية يذكر هؤلاء المراهقون أنهم يودّون أن يتخلّصوا من سيطرة آبائهم ، ومن ناحية أخرى يعبرون عن حاجتهم إلى توجيه وإرشاد أكثر من جانب آبائهم ، وفي الواقع إنهم يريدون الأمرين معا : الحرية وتوجيه الآخرين لهم ، إنهم يودّون لو عوملوا كما يعامل الكبار وليس كما يعامل الأطفال ، وفي الوقت نفسه يودّون الاحتفاظ بعلاقة وثيقة مع أسرهم ، وهذا أمر طبيعي في هذه الفترة التي ينتقلون فيها من مرحلة الطفولة إلى مرحلة الرجولة أو الأنوثة .⁽¹⁾

ب- المراهق والمدرسة

منذ وقت ليس ببعيد كانت حياة التلميذ في المدرسة وميوله أمورا منفصلة تماما عن حياتهم المتريّة ، كان الآباء يشعرون أنّ مسؤوليتهم نحو أبنائهم تنتهي بمجرد إلحاقهم بالمدرسة ، وعلى المدرسة والمدرّسين تقع بقية العبء في تربية الأبناء ، وفي الوقت نفسه كانت المدرسة والمدرّسون تستبعد الآباء من برامجها التعلّيمية ، إلاّ إذا ظهر أنّ التلميذ عاجز أو غير متقبّل لنظام المدرسة ، أمّا الآن فهناك اتّجاه جديد يهدف إلى إيجاد تعاون أكبر بين التلميذ و آباءه ومدرّسيه ، وقد أثبتت تجربة مجالس الآباء نجاحتها في هذا السبيل ، ذلك أنّه عن طريق هذه المنظمات تمكّن الآباء وأعضاء هيئة التدريس من دراسة حاجات الصّغار ، ومن وضع الطّريقة والوسيلة اللاّزمة لإشباع هذه الحاجات ، وهكذا تصبح حاجات التلميذ وقدراته وميوله أمورا مدروسة بالتعاون بين المدرسة والمتزل ، إنّ هذا التّمط من العلاقة التي تنشأ بين المدرسة والبيت من شأنها أن تمهّد السبيل للمسؤولين لكي يفهموا الفرد المراهق فهما صائبا في سبيل مساعدته على التّكيف ، أكثر ممّا لو سار كلّ من المدرّسين والوالدين والتلميذ في اتّجاهات مختلفة متعارضة كل مستقل عن الآخر⁽²⁾ ، فإذا كان للمتزل والوالدين تأثير واضح على حياة المراهقين فإنّ للمدرسة والمدرّسين دور لا يقلّ أهمية عن دور المتزل والوالدين ، فمشكلات الفشل في الدّراسة وسوء العلاقة بين المدرّس والمراهق ، وعدم التّكيف النّاجح مع الجوّ المدرسي والزّملاء لها صداها في توافق المراهق مع نفسه ومع المجتمع الخارجى ، وللمدرسة آثار مباشرة على المراهقين ، فمن الوظائف العامّة لها :⁽³⁾

(1) مصطفى فهمي ، مرجع سابق ، ص 281.

(2) عبد العليّ الجسماني ، مرجع سابق ، ص 268-269.

(3) محمّد مصطفى زيدان ، مرجع سابق ، ص 179.

- نقل الحقائق العلميّة للتلاميذ وتنمية عقولهم باعتبارها مؤسسة تثقيفيّة تربويّة هدفها الأوّل هو نقل الثّقافة والعمل على استمرار تحسينها .
- تعمل المدرسة على تنمية شخصيّة المراهق ، فعن طريق ما تقدّمه المدرسة من تسهيلات اتّصال المراهق بغيره من الأفراد و بالكبار المحيطين به فإنّها تنمّي شخصيّة وتعمل على تكوينها .
- للمدرسة أثر واضح في تحرّر المراهق واستقلاله نسبيًا عن الوالدين ، فالمدرّس يقوم عادة مقام الأب ممّا يسهل عمليّة التحرّر من الرّباط الانفعالي الوثيق بالمتزل والوالدين ، ويجعل التحرّر يتمّ بصورة تدريجيّة ، والمدرسة تحلّ تدريجيًا محلّ المتزل باعتبارها المصدر الاجتماعي الكبير الذي يستمدّ منه المراهق معايير وقيمه ، ومن هنا تحفّ حدة نظر المراهقين إلى الأويين على أنّهما مصدر لكلّ معرفة وأنّهما مصدر لكلّ سلطة ، وبذلك تعدّل نظرة المراهق لوالديه وتصبح أكثر موضوعيّة ، وهذا بالإضافة إلى ما تقوم به المدرسة في بعض الأحيان من تخفيف حدة التوتّر القائم بين الآباء والأبناء ، وهذا التوتّر الناشئ عادة من رغبة المراهق في التحرّر من السّلطة والتّمرّد والخروج عليها ، فعن طريق ما تقوم به المدرسة من توضيح موقف كلّ منهما للآخر يمكن أن تحلّ كثيرًا من ألوان الصّراع الناشئة عن سوء فهم كلّ من الطّرفين أحدهما للآخر .
- تعمل المدرسة على منح المراهق استقلالًا وتكسيبه الخبرة في معاملته مع الكبار من حوله ، فالمدرسة تكسب المراهق اتّجاهات جديدة نحو الكبار ، وتعلّمه كيف يستجيب إليهم باعتبارهم أعوانًا له بدلًا من التّنظر إليهم على أنّهم أعداء⁽¹⁾ ، فباستطاعة المدرسة أن تعوّض المراهق ما يكون قد فقده من حنان البيت وتوجيهه ، و غالبًا ما ينشد المراهق فردًا يسدي إليه النّصح والإرشاد بشأن الجوانب الجسميّة والانفعاليّة ويوجّهه توجيهًا صائبًا يتّصل بالتّموا الاجتماعي والتّطبيع على خير وجه ، ويرجو إلى جانب هذا أن يجد من ينصحه عمّا يمكنه أن ينتهج في الحياة ، وماذا ينتظر منه وماذا ينبغي عليه أن يفعل ، فالمراهق وهو في مبتدأ رحلته على درب الحياة يقف حائرًا في معظم الأحيان فكيف به إذا كان في مفترق طرق ، فإنّه كثيرًا ما يتطلّع إلى دليل يهديه السّبيل الأحب ، وقد اتّضح أنّ 56% من المراهقين يتساءلون عمّا يصلحون له من أعمال توافقهم وأنّ 52% منهم لم يكونوا واثقين ممّا يمكنهم انتهاجه في الحياة ، وأنّ 40% منهم كانوا يتساءلون بلهفة عمّا هم عليه من قابليّات ، فإذا كان المراهق متشككًا فيما لديه من

(1) المرجع السابق ، ص 180 .

قابليات غير واثق من نفسه ، فيجدد به أن يجد من يغرس في نفسه الثقة ويعيدها إلى ذاته التائهة المضطربة . (1)

إنّ مشكل انعدام الثقة ليس هو المشكل الوحيد للمراهق ، ولعلّ أكبر ما قد تواجهه المدرسة من مراهقها ظاهرة التسرّب المدرسي ، و يشير الكثير من الباحثين إلى ارتباط ظاهرة التسرّب المدرسي باخطاط القدرة العقلية العامة ، و يعولون على معامل الذكاء المنخفض بوصفه واحدا من العوامل الهامة في ترك المراهق للمدرسة قبل تحرّجه منها ، غير أنّ انخفاض معامل الذكاء بالرغم من أهميته الظاهرية لا يشكّل العامل الحاسم في هجر المراهق للمدرسة ، فالكثير من المراهقين يهجرون المدرسة للعمل ، أو لعجزهم عن توفير المال اللازم لإكمال المدرسة أو لإعانة أسرهم ، ومن هنا تعددت نتائج الدارسين في احتمال وضع أسباب للتسرّب المدرسي ، حيث يرجع سميت 1944 هذا الأمر إلى أنّ لأغلب تاركي المدرسة تاريخا طويلا من الفشل المتلاحق ، كما توحى سجلاتهم المدرسية بانعدام الحرّض للعمل المدرسي في المنزل ، و يلحّ هيكير 1953 على ارتباط ظاهرة التسرّب المدرسي بالأوضاع الاجتماعية والاقتصادية للتلاميذ ، على أساس أنّ أكثر تاركي المدرسة من الفقراء ، في حين وجد بيني 1956 أنّ كون المراهق ضعيفا في القراءة فإنّ هذا يجعله محطّ رفض معلميه مما يزيد في كراهيته للعمل المدرسي ويدفعه إلى ترك المدرسة ، ومع كلّ هذه النتائج يؤكّد الباحثون على دور الأسرة في الحدّ من ظاهرة التسرّب المدرسي ، فقد كان لاتجاهات الأسرة أثر كبير في استمرار الضّعفاء في القراءة في المدرسة وكانت أغلب أسر أولئك الضّعفاء على درجة متوسطة أو عالية من الثقافة ، وعلى قدر لا بأس به من الاستقرار النفسي والمالي ، وفي موقع يمكنها من توفير التشجيع والدعم الخلقى للأبناء ، من جهة ثانية فإنّ تفهّم معلمي الصّف للذين أهوا دراستهم لعب دورا حاسما ، فلقد ساعد تقبّل المعلمين لأولئك الناشئين على مجابهة نقاط ضعفهم وتطوير ما لديهم من إمكانيات متواضعة ، وكان الدعم الودّي من جانب المعلمين أو الزملاء عاملا حاسما في حياة العديد من المراهقين الذين صمدوا بالرغم من مصاعبهم الخطيرة . (2)

(1) عبد العلي الجسmani ، مرجع سابق ، ص 235 .

(2) المرجع نفسه ، ص 263 .

ج- المراهق والمجتمع

إن المراهقة بقدر ما هي فترة حرجة في حياة الفرد فهي في الوقت ذاته مرحلة تطوّر اجتماعي وتكيف للحياة ، وما يجب الالتفات إليه بوجه خاص لدى العناية بالمراهقين هو أنهم يكونون قد حلفوا وراءهم طفولة تتصف بالانكاثية على الآخرين ويريدون التخلص منها ، فهم لهذا لا يأبهون لقانون التطوّر فيرغبون أشدّ الرغبة في ولوج عالم الراشدين قبل أن يسايروا سنة التطوّر ، وقبل التزوّد بالخبرة لمواجهة مواقف الحياة التي تتطلب منهم استعدادا كافيا قبل دخولهم إياها ، فالمراهق خلال مرحلة حياته هذه يعي جيّدا أنه تحت وطأة عوامل شعورية تلحّ عليه لإدراك معنى القيم التي تستند إليها العلاقات الاجتماعية . (1)

* المراهق والرّفاق

تزداد أهمية الرّفاق و تكوين علاقات وطيدة معهم في مرحلة المراهقة أكثر من أيّ مرحلة أخرى ، فمن الصّعب على المراهق أن يتخلّى عن أصدقائه وزملائه الذين يضع فيهم ثقته التامة ، فيفضي إليهم بما يعتزم في نفسه من خواطر وأفكار ومشاعر ، ويعبّر لهم بكلّ حرية عن خططه وآماله ونزعاته ، وهو في كلّ هذا يلقي آذانا صاغية لكلّ ما يقول ، وقلوبا متفتحة للتّوحد معه ، إن المراهق في هذه المرحلة يعتقد أنه لا يجد فهما كافيا من الكبار الذين يحيطون به ، وأن هناك فجوة ثقافية ونفسية واجتماعية بينه وبينهم ، وتقف حائلا دون أن يفهموه فهما حسنا . (2)

يشعر المراهق بالسعادة حين يكون وسط رفاقة يكلمهم ويلاعبهم ويأكل معهم دونما حرج ، وبما ذكرته هارلوك يمكن استنتاج عدّة نقاط تشبع في المراهق أهدافا متنوّعة عندما يكون ضمن هذا الإطار الاجتماعي ، فالجماعة توفر له شعورا بالأمان والارتياح والمتعة ، ومجموعة الرّفاق تساعده على تعلّم فنّ التعامل مع الآخرين كما أنه يستطيع عن طريق تفاعله في وسط مجموعة أن يصبح أكثر تساهلا ومرونة ومنها يكتسب المهارات الاجتماعية والولاء الاجتماعي . (3)

فالفئة التي ينتمي إليها الناشئ تؤثر تأثيرا كبيرا في تشكيل صورته عن ذاته ونظرته العامة إلى العالم ، يشير لافين 1954 في هذا الصدد إلى أثر فئة الأقران في تشكيل فكرة الناشئ عن العدل والظلم ، وفي تحديد ما يجب عليه لبسه أو فعله أثناء فراغه ، فقد يتحمّل المراهق إزعاج الثياب

(1) مصطفى فهمي، مرجع سابق ، ص 293.

(2) المرجع نفسه ، الصّفحة نفسها .

(3) هـ.س.ن مكفارلن ، مرجع سابق ، ص 214.

التي يلبسها بسبب خضوعه لضغوط فئة الأقران ، وإذا تعرّض للرفض من قبل تلك الفئة تحوّل إلى انسحابي أو معاكس يمارس الكثير من ضروب السلوك غير السوي أحيانا ، إنّ صحبة القرين للفرد مسرّة بذاتها ، وإنّ الاستحسان الفتوي يعطيه تأكيدا بقيمته وأهميته ممّا يدفع بعض الناشئة للتّضحية بكلّ شيء في سبيل كسب الاستحسان الفتوي و المحافظة عليه . (1)

* المرهق واختيار المهنة

إنّ مشكلة اختيار مهنة والاستعداد لها تمثل مطلباً من مطالب النّمو الهامّة في المراهقة ، ولكنّ هذه العمليّة ليست من نوع المهام التي يتلقى المرهق فيها كثيرا من المساعدة والتّوجيه ، على أنّ معظم المراهقين يبدوون في التّفكير لحياتهم العمليّة ومستقبلهم المهني منذ لحظة مبكرة من المراهقة ، ثمّ يزداد اتّجاههم إلى الواقعيّة كلّما اقترب موعد انخراطهم في الحياة العمليّة المهنيّة ، ومعنى هذا أنّهم يبدوون أوّل الأمر في التّفكير فيما عندهم من الميول والولوع ، ثمّ يتخيرون مهنة على هذا الأساس . (2)

ومن هنا يتّضح أنّ غالبيّة المراهقين يكثرّون من التّفكير في مستقبلهم المهني وهم ما زالوا في المدرسة الثانويّة ، وكذلك في المدرسة الإعداديّة في بعض الأحيان ، غير أنّ اتّخاذ قرار بشأن اختيار مهنة المستقبل لا يصبح ضرورياً إلاّ في المراهقة المتأخّرة ، وإنّ كان الكثير من المراهقين في هذه المرحلة غير مستعدّين بعد لاتّخاذ مثل هذا القرار ، كما أنّ اللّذين يكونون قد دخلوا فعلا ميدان العمل منهم لا يكونون متحقّقين من سلامة اختيارهم لنوع المهنة التي يمارسونها ، وتدّل كثرة الانتقال من مهنة لأخرى في هذه السنّ على أنّ الكثير منهم مازالوا يتحسّسون طريقهم المهني . (3)

وفي مرحلة لاحقة يتأكّد للمرهق أنّ الأموال التي يجنيها الإنسان مقابل الوظيفة مهمّة من أجل البقاء ، ورغم أنّها طريقة اقتصادية إلاّ أنّ لها مدلول نفسي ، وهناك علاقة مبدئيّة ولكنّها متطابقة إلى حدّ ما بين الوضع المهني والدّخل المالي ، وهكذا فإنّه من سوء الحظّ أنّ يرتبط تقرير الذات والدّخل المالي مع بعضهم البعض ، ولذلك يرفض الكثير من الشّباب الوظائف الرّخيصة رغم استقرارها ، ويلحقون بوظائف مرتفعة الأجر رغم عدم استقرارها وثباتها مثل مهنة الطّب

(1) ميخائيل إبراهيم أسعد ، مرجع سابق ، ص 361.

(2) بول مسن وآخرون ، مرجع سابق ، ص 488-489.

(3) مصطفى فهمي ، مرجع سابق ، ص 307 .

والمحامة ، وحتى إذا كان الأمل ضعيفا في التأهل للطب أو المحامة فإن هؤلاء الشباب يفتخرون بأن مثل هذه الوظائف هي أهدافهم العظيمة .⁽¹⁾

* المراهق والمعتقدات الدينية

قد تعرّض العقائد الدينية للتغيير الشديد خلال فترة المراهقة ، وبعض هذه التغييرات يعكس ازدياد النمو المعرفي عند المراهق ، فمن ذلك مثلا أن العقائد الدينية قد تصبح أكثر حطا من التجريد وأقل حرقية فيما بين سن الثانية عشرة والثامنة عشرة ، وإذا بالإله يتحوّل في نظر المراهقين إلى قوة مجردة مرّهة عن التشخيص بعد أن كانوا يتصوّرونه وهم أطفال في صورة إنسان ضخم هائل .⁽²⁾

إنّ للدين أثر واضح على النمو النفسي والصحة النفسية ، والعقيدة حين تتغلغل في النفس تدفعها إلى سلوك إيجابي ، ويساعد الدين الفرد على الاستقرار ، وقد وجد بعض علماء النفس أن حوالي 50% منهم يكونون متحمسين ، وأن 24% منهم يساورهم الشك ، وأن منهم يكونون ملحدين ، أما الفتيات فحوالي 61% منهم يكون إيمانهم تقليديا ، وأن 26% منهن يكنّ متحمسات ، وأن 13% منهن يراودهنّ الشك ولا يلاحظ الالحاد بينهن⁽³⁾ ، ويحلّ الحماس الديني عند كثير من المراهقين محلّ الاتجاه التقليدي ، ويتلوّن الحماس الديني بالسّمات الغالبة على شخصية المراهق ، فهناك التّحمّس المصحوب بالتحرّر من البدع وقد يصاحب هذا نقد لاذع ، وهناك الاندفاع إلى النشاط الخارجي والاجتماعي والديني والانضمام إلى جماعات البرّ والإحسان (الشخصية المبسّطة) ، أو الاتّساع في حماسة بالاقصر على المستوى الشخصي والتّصوّف الزائف (الشخصية المنطوية) ، وقد يشعر المراهق بالذنب المرتبط بانبعث الدافع الجنسي ، فيتعلّق بالدين ويتوجّه إلى الله يتضرّع إليه ليعينه على دوافعه (غرائزه) ويخلّصه من عذاب نفسه حتى يتجنّب

⁽¹⁾ روبرت واطسون و آخرون - سيكولوجية الطفل و المراهق - ، تر: داليا عزت مومن ، مكتبة مدبولي ، 2004م ، ص 629 .

⁽²⁾ بول مسن و آخرون ، مرجع سابق ، ص 502 .

⁽³⁾ محمّد مصطفى زبدان ، مرجع سابق ، ص 284 - 285 .

العقاب الداخلي المعنوي ، وكلما اشتدَّ الشعور بالذنب أقبل المراهق على الله متعبدا لا يترك فرضا ولا نافلة ليظهر من الذنب ، وإذا هدأ هذا الشعور بالذنب تراخى وقلت ضراسته وتوسلاته . (1)

* المراهق وبناء فلسفة للحياة

من المظاهر التي ترتبط ارتباطا وثيقا بنواحي النمو السابقة وتعتمد عليها ، محاولة المراهق أن يستخلص وجهة نظر تفسر له معنى الحياة ، وتظهر محاولاته تلك من خلال تقمصه الشخصيات الملفتة للنظر في البيئة و من الاهتمام بالأدب و تحسين أسلوب الحديث ، ومن الأسئلة التي يلقيها على الكبار ومن تعاليم الدين أو الفلسفة أو السياسة ، فكل من الولد والبنت يود أن يعرف من يكون ، وكيف يرتبط بماضيه وبالمستقبل الذي يزداد شعورا به ، وهو يجاهد في سبيل إقامة بناء متماسك من العادات الاجتماعية والآراء التي كوَّنها في طفولته . (2)

ويكون المراهق عادة مفاهيم خاطئة وغير واقعية عن مستوى طموحه الذاتي وتوقعاته الخاصة وأهدافه في الحياة ، وهذا يبعده كثيرا عن مستوى توقعاته وطموحاته بما يجعله يشعر بالتقص وعدم القدرة على القيام بالأعمال المختلفة إذا ما ابتعد عن تحقيق الأهداف التي يكون قد رسمها لنفسه في الحياة ، ويؤدي فشل المراهق في الوصول إلى المستويات التي حددها لنفسه إلى معاناته و إلى الإحباط المستمر ، مما يجعله قلقا متوترا غير واثق من نفسه ، كما أنه يشعر بالتقص في قدراته واستعداداته مما يدفعه دائما إلى الاعتقاد بالفشل في تحقيق مطالبه ومستقبله وحياته . (3)

ومن هنا لا يتوقع منه أن يفسح مكانا في حياته لأية مبادئ يترتب عليها أن يصبح غير محبوب ، أو تؤدي إلى سلوك يختلف عن سلوك غالبية أقرانه ، فالمراهق يعتبر خارجا على الجماعة إذا ما كان سلوكه يتعارض مع مطالب سنّه ولو كان هذا السلوك يتمشى مع اتجاهات الكبار وقيمهم ، وأغلب الشباب مثاليون في نظرهم إلى الحياة ، وإن كنا نجد بينهم بعض المستهترين وغالبا ما تصطدم هذه المثالية مع الواقع ، وعندما يعجز بعضهم عن أن يدرك أن هذا الصراع أمر محتوم وطويل المدى فإنهم يصابون بالاضطراب ، بينما يصبح بعض آخر متشككا إلى حين ، وقليلون منهم من يصطنعون الاستهتار ظنا منهم بأنه علامة على الأملية والذكاء ، ولكنهم لا يلبثون أن يعودوا إلى طبيعتهم عندما يكبرون ، وعلى كل حال فإن المراهق حينما ينجح في أن

(1) المرجع السابق ، الصفحة نفسها .

(2) مصطفى فهمي ، مرجع سابق ، ص 309.

(3) سعدية محمد على بهادر ، مرجع سابق ، ص 37

يبني لنفسه فلسفة واضحة للحياة فإنّ هذا يكون مقياساً حقيقياً للتّضح الاجتماعي والتّفسي ، ولعلّ جوهر التّضح الاجتماعي هو القدرة على تبيّن حاجات الآخرين و إدراك أهميّة إشباعها ، فالشّخص التّاضح من التّاحيّة الاجتماعيّة هو الذي يدرك أنّ سعاداته وثيقة الارتباط بسعادة غيره من التّاس ، كما أنّ الشّخص التّاضح من التّاحيّة التّفسيّة هو الذي لا يتركز اهتمامه حول " ذاته " وإشباعها ، أو الذي لا تستأثر " الأنا " عنده بكلّ طاقته ، وإنّما يراعي في كلّ أفعاله مصلحة الجماعة التي هو عضو فيها . (1)

ثالثاً : مشاهدة التلفزيون وتأثيرها على المراهق

لقد جاء التلفزيون ليأخذ من وقت المراهق جزءاً يزداد و يقلّ حسب طبيعة كلّ فرد ، و حسب الظروف و نمط الحياة المحيطة بهذا الفرد ، فالمراهق واحد من الجمهور الذي يهتمّ التلفزيون - كوسيلة إعلاميّة فعّالة و مؤثّرة - بكسبه و المزاحمة عليه نظير العديد من الانشغالات الحياتيّة الأخرى بما فيها وسائل الاتّصال المتعدّدة ، وانطلاقاً من كلّ ما ذكر سابقاً يمكن القول أنّ طبيعة المراهق السّيكولوجيّة تتحكّم وتوجّه أيّ علاقة يمكن أن تربط بين المراهق و التلفزيون ، و أيضاً الآثار التي يمكن أن تنتج عن هذه العلاقة ؛ إنّ لتركيبه المراهق التّفسيّة دور فاعل في تحقيق أيّ أثر للتلفزيون على هذه الفئة الاجتماعيّة ، حتى و إن كان الأثر عرضياً .

1- المراهق و وقت الفراغ

إنّ كلمة حرّ free التي تقترن بالوقت في حديثنا عن الوقت الحرّ أو وقت الفراغ تقبل غالباً كوصف للزّمن كما لو أنّه شيء حقيقيّ له خصائصه المميّزة بصرف النظر عن التّاس و الأشياء ، و كما لو أنّ بعض أنواعه يحمل صفات معيّنة للحرّيّة ، في حين أنّ أنواعاً أخرى منه ليست حرّة ، لكنّ الوقت بالطبع ليس شيئاً مادياً ، إنّ حقيقته الوحيدة تكمن في علاقته بالشّخص الذي يعيشه ، و لذلك فإنّ وقت الفراغ لا بدّ أن يفهم كوصف للشّخص الذي يعيشه و ليس لذاته ، بمعنى أنّ وقت الفراغ هو الزّمن الذي يتحرّر المرء فيه من قيود معيّنة مفروضة من نواحٍ أخرى

(1) مصطفى فهمي ، مرجع سابق ، ص 310-311 .

عليه ، و هو الذي يستطع المرء فيه أن يتصرف بمحض اختياره و إرادته ، بسرعته الخاصة طليقا من جميع الضغوط و المطالب باستثناء تلك التي يضعها المرء بنفسه . (1)

و في الواقع إن الوقت الذي نستطيع فيه أن نكون أكثر حرية مع أنفسنا هو وقت فراغنا ، ذلك أننا نستطيع عندما نكون في فراغ حقيقي أن نختار ما نقوم به من ألوان النشاط اختيارا حرا ، و يحتاج الفرد أثناء فترة المراهقة أن نتيج له فرصة ممارسة هذا الاختيار أكثر من أي وقت آخر ، ذلك أن أحد أهدافه الرئيسية هو أن يكون نفسه ، و المقصود بذلك أنه يريد أن يكشف ذاته الخاصة به المتميزة عن أسرته ، فإذا كان الوالدان يسعيان دائما إلى التحكم في نشاطه أو يشاركانه العمل دائما أو يرغبان في العمل على تسليته رغما عنه ، فإنهما يحبطان جهوده التي يبذلها في سبيل اكتشاف نفسه ، إن المراهقين في حاجة إلى الراحة و إلى النشاط سواء بسواء ، و هم كذلك في حاجة إلى وقت فراغ يقضونه كيفما شاءوا حتى و لو كان ذلك في خمول ، و إلى فترات من العمل النظامي الجاد أيضا ، فرديا كان أم جماعيا ، فالمراهق السوي يحتاج إلى زيادة الوقت الذي يقضيه في العمل و اللعب مع فتيان و فتيات في مثل سنه كلما تدرج في النمو ، وبالتالي يقل الوقت الذي يقضيه مع أسرته . (2)

لم تعد حياة الأطفال اليوم بما فيهم المراهقين مشحونة فحسب بعدد من الأعمال النظامية ، كالمدرسة ولوازمها وممارسة المستلزمات اليومية من تناول الطعام ومواعيد النوم وغيرها ، بل إن جميع الفجوات المحتملة من الوقت الخالي ، والذي يبرز على نحو غير متوقع بين هذه النشاطات يمتلئ بدوي التلفزيون ، بحيث صار هذا الوقت والمسماى بوقت الفراغ و بحضور التلفزيون غير وارد بالكامل تقريبا من حياة الأطفال ، ولعل أي برنامج روتيني يومي لحياة الأطفال المراهقين لا بد أن يتضمن : الذهاب إلى المدرسة ، اللقاء بالأصدقاء ، الاجتماع بالأسرة على طاولة العشاء ، مشاهدة التلفزيون متى سمح الوقت ، ومهما اختلفت مواضع هذه الأساسيات فإنه لا بد أن يتفق عليها عدد كبير من المراهقين . (3)

(1) ماري وين - الأطفال والإدمان التلفزيوني - ، تر: عبد الفتاح الصبحي ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، الكويت 1999م . ص 19 .

(2) مصطفى فهمي ، مرجع سابق ، ص 300 .

(3) المرجع السابق ، ص 184 - 185 .

ويتحدث العلماء عن تزايد مشاهدة التلفزيون بإطراد خلال فترة ما قبل سنّ الدّراسة وأثناء المرحلة الابتدائية إلى أن تصل إلى أعلى مستوى لها ما بين سنّ العاشرة والثانية عشرة ، ثم تبدأ بالانخفاض أثناء فترة المراهقة حيث يصل الأطفال إلى مستوى النمو العقلي والمعرفي بحيث يتوقّف التلفزيون عن كونه مصدر إهمام وإثارة لهم⁽¹⁾ ، و لقد كان للآباء دور رئيسي في علاقة الطفل بالتلفزيون منذ سنواته الأولى ، على أساس أنّ التلفزيون وسيلة تربويّة وأمّ ثالثة يمكن لها أن تساعد الوالدين في الاهتمام بالطفل ، لذلك فمن الطبيعي أن يستمر هذا الدور وهذا التّدخل مع نمو الطفل شيئاً فشيئاً ، وكما يقول ديفيد انجلاند : « وعلى الرّغم من أن لدينا آباء وأمّهات أهملوا أولادهم وتركوهم كليّة لمشاهدة التلفزيون ، إلا أنّ صناعة التلفزيون ليست حرّة على الإطلاق في مقابلة مسؤولياتها الاجتماعيّة بشكل واف وكامل ، ولكن لا يزال الأمر في غايته النهائيّة في أيدي الآباء والأمّهات إذا ما سيطروا على أوقات أبنائهم التي يقضونها في مشاهدة التلفزيون ، بعض النّظر عمّا تقرّر محطات التلفزيون الرئيسيّة وشبكاته أن تبثّه من برامج ومنوعات » ، فالأمر عنده هو أنّ السيطرة تبقى في أيدي الأولياء بالدرجة الأولى⁽²⁾ ، ونجد من الآباء في كثير من الأسر من يملأ وقت فراغ أطفالهم كنتيجة للمنافسة التي نشأت مع جهاز التلفزيون ، ويتخوف الآباء من أنّهم إذا لم يفعلوا شيئاً فإنّ الأطفال سيتحوّلون إلى جهاز التلفزيون من أجل سدّ الفراغ المتوقّف لديهم ، كحلّ أسهل بعيد عن أي جهد أو آية مشقّة ، ويجد هؤلاء الآباء كحلّ لهذا الأمر أن يوفّروا كمّاً من النشاطات المثيرة لحرف اهتمام أطفالهم عن التلفزيون ، كتنظيم زيارات خارجيّة أو شراء كمبيوتر أو إرغام الأطفال على مطالعة بعض الكتب أو حتى الذّهاب إلى التّوم مبكّراً ، وحين يفتر النّشاط أو تشغلهم واجبات أخرى ، يلجأ الآباء إلى التلفزيون في يأس يكشف عن خسارة موقعهم في صراع القوّة الذي يخوضونه ضدّ المنافس الآلي⁽³⁾ ، ومن هنا يبدو دور التلفزيون مؤثراً في ضياع وقت الفراغ من حياة الأطفال ، ومع ذلك أليست مشاهدة التلفزيون نفسها نشاطاً من نشاطات وقت الفراغ⁽⁴⁾ ؟

(1) محمد عبد الحليم مرسي ، مرجع سابق ، ص 132-133 .

(2) المرجع نفسه ، ص 133 .

(3) ماري وين ، مرجع سابق ، ص 186 .

(4) المرجع نفسه ، ص 190 .

يعدّ تقرير تنمية المرأة العربيّة الثاني حول " الفتاة العربيّة المراهقة : الواقع والآفاق " من بين الإصدارات النادرة في المنطقة من حيث جمعها لسبعة بلدان عربيّة وارتكازها على شهادات المراهقات والمراهقين أنفسهم ، وتبيّن من خلال التقرير أنّ متابعة وسائل الإعلام وخاصة منها التلفزيون تعدّ من الأنشطة الرئيسيّة لدى المراهقات والمراهقين ، ويبحث أغلبهم في هذه الوسائل عن التسلية والترفيه ، فيتابعون المسلسلات والأفلام العربيّة والأجنبيّة وأفلام الكرتون والمغامرات و المسابقات و الموسيقى ، ولا يولون في المقابل اهتماما لمتابعة الأخبار مثلا أو البرامج التربوية والوثائيّة والعلميّة ، كما تبيّن من خلال التقرير أنّ الموسيقى على اختلافها تعدّ اهتماما أساسيا في كلّ البلدان التي شملتها الدراسة و مع كلّ الفئات الاجتماعيّة . (1)

لقد اختزل التلفزيون مع تطوّره لكثير من المراهقين العديد من النشاطات التي يمكن أن تشغل وقت فراغهم ، فاكتمب بذلك ثقتهم من خلال ما يقدمه لهم ، وأقنعهم أنّ ما يمكن أن يطلبوه بعيدا يمكن أن يجوده دون عناء من خلال متابعة برامج التلفزيون .

2- عادة المشاهدة لدى المراهق

من الضّروري الحديث عن مشاهدة المراهق للتلفزيون قبل الحديث عن آية آثار يمكن أن يخلفها هذا الأخير في المراهق ، ذلك أنّ أيّ نوع من التأثيرات لا يمكن أن تحدث قبل التعرض أوّلا للعامل المؤثّر والذي هو جهاز التلفزيون ومضامينه - هذا من جهة - ، من جهة أخرى فإنّ عملية تعرّض أو مشاهدة المراهق للتلفزيون تأخذ في بعض المرات خصوصيّة نتيجة اعتبارات عدّة تميّز شخصيّة المراهق نفسها ؛ فكثير من الدارسين يؤكّدون أنّ التلفزيون يكون أقلّ أهميّة عند سنّ المراهقة ، ولا يرجع سبب ذلك إلى أنّ مضمون البرامج لم يعد ذات أهميّة ولكنّه يرجع إلى أنّ المشاهدة تتمّ في جوّ عائلي بالمتزل الأمر الذي يؤدي إلى فشلها في مواجهة الحاجات الاجتماعيّة للمراهقين ، ولذلك فإنّ السينما بما هيته من فرص لمقابلة الأصدقاء من جهة والترفيه من جهة أخرى لطالما حظيت بشعبية أكثر لدى المراهقين . (2)

وهناك من يذكر أيضا أنّ التلفزيون يلعب دورا غير ذي دلالة بالمقارنة بالمذياع ، فصحيح أنّ المراهقين يشاهدون التلفزيون ولكنّه يميل لأن يكون في صورة استاتيكيّة بالنسبة للفرد الذي لديه

(1) إحتفال مجري ، مرجع سابق ، ص 596 - 597

(2) غريب محمد سيّد أحمد - علم اجتماع الاتصال و الإعلام - ، دار المعرفة الجامعيّة 1996م ، ص 283

العديد من الأشياء للقيام بها كالمراهق ، فالتلفزيون يتطلب انتباها ويبدو أن المراهقين غير راغبين في الجلوس أمام أجهزته لفترة طويلة ، فيما عدا بالطبع خلال الأيام الأولى من شراء جهاز جديد أو جهاز ملون ، وهذا عدا عن هشاشة وتفاهة ما يقدم فيه في بعض المرات⁽¹⁾ ؛ ومع انضمام الانترنت إلى أسرة تكنولوجيا الاتصال زادت السبل لتحقيق المتطلبات الاجتماعية والنفسية للمراهق بعيدا عن التلفزيون .

ومن معرفة حفايا المراهقة يمكن إيعاز هذه النتائج إلى عدة عوامل نفسية تتحكم في هذا التوجه ، منها على سبيل المثال لا الحصر روح الانطوائية لدى بعض الأفراد ، والرغبة في الاستقلالية ، محاولة إثبات الذات بعيدا عن سلطة الأسرة ، الرغبة في توسيع دائرة التفاعل الاجتماعي ، الخضوع لجماعة النظائر... وغيرها من العوامل ، فأمام هذه المتطلبات المرحلية يمكن أن يبتعد المراهق عن البيت وعن الأسرة وعن مشاهدة التلفزيون أيضا ، أما إذا تحقق للمراهق داخل البيت ومع الأسرة ما يطلبه فإنه يعود لممارسة نشاطاته داخل مجتمعه المصغر بما فيها مشاهدة التلفزيون . إن مشاهدة التلفزيون مسألة لا تتصل فقط بالمعنى النصي بل أيضا بموقع التلفزيون داخل إيقاع وروتين الحياة المترلية اليومية ، وعلى وجه الخصوص تمثل مشاهدة التلفزيون شيئا يفعله معظمنا في أماكن محددة في المنزل مثل غرفة المعيشة ، ومع أشخاص آخرين تربطنا بهم علاقة أسرية في الغالب ، وقد يكون بإمكان المراهق أن ينال بعض الحرية في مشاهدة التلفزيون لوحده ، أو حتى قد يكون له جهاز مستقل يضعه في غرفته الخاصة والتي يمكن أن يظل فيها وحيدا كما يمكنه أن يحضر إليها أصدقاءه ، وهكذا فقد اهتمت المدارس بالأماكن المترلية التي يُشاهد فيها التلفزيون والظروف التي تتم من خلالها المشاهدة ، ويذهبون إلى وجود صلة بين الأماكن والأنشطة و بناء الهويات .⁽²⁾

كما تلعب العادة دورا كبيرا في السلوك الإنساني بصفة عامة و في سلوك المراهق بصفة خاصة ، ذلك أن المراهق تزداد خبراته منذ بداية هذه المرحلة ، و يتميز سلوكه عنه في مرحلة الصبا ، كما تزداد دائرة تفاعله و بذلك تبرز مجموعة جديدة من السلوكيات الاجتماعية والنفسية منذ بداية هذه المرحلة ، و يجد المراهق ميلا نحو موضوعات معينة من السلوك ، فإذا تكرّر هذا السلوك صار

(1) سعدية محمد علي هادر ، مرجع سابق ، ص 131

(2) كاريس باركر ، مرجع سابق ، ص 192 .

عادة⁽¹⁾ ، و تدخل مشاهدة التلفزيون في هذا الإطار إذا ما اعتبرت امتدادا من طفولة المراهق ، و لعلّ أكثر ما يدهش الدارسين في هذا الموضوع جملة الوقت الذي يقضيه الطّفل أمام التلفزيون ، فالطّفل الاعتيادي في سنّ (6-16 سنة) يقضي ما بين 500-1000 ساعة في السنّة الواحدة أمام التلفزيون ، و هذا يعني أنّ ما يقضيه الطّفل خلال سنوات الدّراسة 12 سنة يساوي 6000-12000 ساعة تقريبا ، و إذا طرحنا من الأيام المدرسيّة العطل والأعياد يكون ما يقضيه الطّفل أمام التلفزيون أكثر ممّا يقضيه في المدرسة .⁽²⁾

و نجد علاوة على العادة عنصرا آخر من عناصر الجاذبيّة القويّة التي تستهوي الأطفال الذين هم في سنّ المراهقة لمشاهدة التلفزيون ، والذي يتمثّل في عرض المواد التي تثير جدلا و نقاشا واسعا بين التلاميذ في المدرسة في اليوم التّالي (مثل مباريات كرة القدم و المصارعة و برامج المسابقات و غيرها) ، و ذلك لأنّ من يتخلّف عن المشاركة في المناقشة يشعر بأنّه متخلّف عن نظائره في هذا المجال .⁽³⁾

و على العموم تبقى الأحكام المتعلّقة بمشاهدة التلفزيون لدى المراهق ترتبط باعتبارات عدّة نفسيّة و اجتماعيّة ، تُجمع في الغالب على أنّ الاهتمام بالتلفزيون ينخفض كثيرا في مرحلة الدّراسة الثّانوية بينما يزيد الاهتمام بالصّحف و الكتب الخفيفة ، أمّا بخصوص البرامج التي يفضلها المراهقون فإنّ الفتيات منهم يفضلن البرامج الرّومانسيّة مثل الموسيقى و الأغاني و التّمثيلات التي تدور أحداثها حول الأسرة و الحبّ... ، أمّا الفتيان فيميلون إلى برامج الرّجولة المشحونة بالمغامرات و الإثارة ، كما أنّ الأطفال التّاهمين حين يبلغون سنّ المراهقة يتحوّلون عن التلفزيون و يكتشفون أنّ القراءة و الاستماع للأغاني و الموسيقى من الرّاديو أفضل ، أمّا الأقلّ ذكاء من الأطفال فيقبلون على التلفزيون أكثر و يهتمّون بالقراءة أقلّ من غيرهم .⁽⁴⁾

(1) محمد السيد، محمد الزّحبلاري ، مرجع سابق ، ص 82

(2) محمد عبد الحلّيم مرسي، مرجع سابق ، ص 136.

(3) كرم شلبي - فن الكتابة للراديو و التلفزيون - ، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة- مصر ، ص 357.

(4) محمد كامل عبد الصمد، مرجع سابق ، ص 103.

أ- المراهق بين برامج الواقع والخيال

نظرا إلى أن المراهقة مرحلة زمنية متوسطة بين الطفولة المتأخرة والشباب المبكر ، وحيث أن لكل من مراحل العمر خصائصها النفسية و متطلباتها المنبثقة عن هذه الخصائص فإن أهم ما تتميز به هذه المرحلة أنها سنّ الخيال الواسع الجامح و مرحلة الأحلام الوردية اللذيذة و التطلعات النفسية المتنوعة ، حيث يبدأ المراهق في الوقوف على أعتاب الحياة الاجتماعية و ما تحمله من مثيرات و مغريات و تناقضات محيرة ، والمراهق لا يبدأ في الاعتراف من هذه المثيرات و المغريات و لكنّه يستكمل الأهبة لأخذ الدور الاجتماعي المناسب له . (1)

و يمكن القول أنّه كلما ارتفع السنّ يتحوّل الاهتمام من الخيال الخفيف إلى الموضوعات غير الخيالية ، و كلما تطوّر العمر و تقدّم فإنّ وسائل الإعلام تساهم من جهتها في عملية نضج ذوق و اهتمامات الصبي و المراهق حتّى يصل إلى مرحلة الشباب ثمّ مرحلة الرّجولة و الاكتمال (2) ، و آيا كانت الأسباب التي تدفع الطّفل إلى الجلوس مع الرّاديو أو أمام شاشة التلفزيون ، و سواء كانت بحثا عن شيء معيّن أو هروبا من مشاكله فإنّه يجد نفسه أمام نوعين من المواد و البرامج يختلف كلّ منهما عن الآخر تمام الاختلاف ، و نقصد بهما البرامج الخيالية أو المواد الخيالية ، و المواد الواقعية ، فأى هذين النوعين يختار؟ و ما الذي يدعوه للاستماع أو مشاهدة مادّة دون الأخرى ، و لماذا يفضل برنامجا على آخر؟ (3)

في السّنات الأولى من عمر الطّفل لا يكون هناك ما يفصل بين عالم الواقع و عالم الخيال ، فتبدو له الحوادث التي يراها على الشّاشة و القصص التي تحكى له قبل النّوم كأنّها حقيقة بعينها دون زيادة أو نقصان ، و عندما يصبح الطّفل في مرحلة المراهقة فإنّ نظرتّه إلى الوسيلة تتغيّر ، و يصبح بإمكانه أن يفرّق بين الخيال و الواقع و يرى في البرامج و التمثيليات نوعا من التّعبير الفنيّ أكثر منه حقيقة واقعة (4) ؛ و يتوقّع المراهقون من خلال ما يشاهدونه في التلفزيون أن يشاركوا الكبار

(1) منى حداد - أبناؤنا بين وسائل الإعلام و أخلاق الإسلام - ط2، مؤسسة الرّسالة للطباعة و النشر و التوزيع ، بيروت 1983م ، ص 56.

(2) جبارة عطية جبارة - علم اجتماع الإعلام -، دار عالم الكتب للنشر و التوزيع، الرّياض 1985م ، ص 136.

(3) كرم شلبي - فن الكتابة للراديو و التلفزيون - ، ص 358.

(4) المرجع نفسه ، ص 361 .

تصوّرهم للعالم ، و بالتالي فإنّهم سيفهمون من الأفلام بفعالية كالكبار ، و نظرا لأنهم رفضوا عالم " هنا و الآن " الطفولي فإنّ الطفل الذي هو في سنّ الثانية عشر و خاصة إذا كان ينتمي إلى الطبقة المتوسطة يصبح مهتماً بمستقبله و بتحسين وضعه ، و في هذه الحالة يمكن توقع أن يرفض مثل هؤلاء المراهقين هذه البرامج الخيالية و الشائعة جداً في أوساط الأطفال الأصغر سنّاً ، ليتوجّهوا بالتالي إلى المواد الواقعية التي يمكن أن تكون مفيدة للحياة العملية المستقبلية ، فقبل الرابعة أو الخامسة عشر و هو السنّ الذي تظهر ساعات مشاهدة التلفزيون أوّل انخفاض لها خلال فترة الطفولة و الشباب يجب أن نتوقع أن يبحث المراهقون الصغار عن تلك البرامج التي سوف تمكّنهم من رؤية أنفسهم في الأدوار التي سيقومون بها في المستقبل (1) ، و فوق هذا تتميز هذه السنّ أيضاً بالرغبة الشديدة في المسلسلات الضاحكة المنعشة التي تدغدغ حواس المراهق و تحاطب أحلامه ، و العنصر الجذّاب في هذه البرامج هو الفكاهة لكونها تنفّس عنه كثيراً من مكبوتاته ، كما يميل المراهق أيضاً في هذه المرحلة من العمر إلى المواد الإعلامية ذات الصّفة الغامضة التي تحرك ذكائه أو تثير في نفسه التساؤلات الكثيرة عن الأسباب و النتائج ، فهو يشغل كثيراً بأعمدة الذكاء و الكلمات المتقاطعة في الصّحف و برامج الألغاز و أخبار الحوادث المثيرة و أفلام الكوبوي . (2)

و يتدرّج الباحثون في تتبّع الطفل خلال هذه المرحلة بدءاً بسنّ الحادية عشرة ، حيث لاحظ شرام و ليلي و باركر أنّه هناك انعطاف في تلك السنّ عندما يبدأ المرشّحون ليكونوا مراهقين برفض الخيال المتلفز لصالح الخيال المطبوع ، و قد وجدت الأبحاث أنّ الأطفال الذين يبلغون الثانية عشر من عمرهم هم أكثر من يميّز و بدقّة بين الواقع و الخيال على الشّاشة التلفزيونية ، كما وُجدت في المراهق الذي ينتمي إلى الطبقة الوسطى تناقضات ما قبل مرحلة التفكير العملي ، فواحد يرفض الخيال و الآخر يعتقد أنّ الخيال حقيقة ، واحد يستجيب بطريقة " كلّ شيء أو لا شيء " و آخر يزن الحجج و الآراء و حينما لا يحبّ شيئاً ما فإنّه يستطيع أن يقدر مزاياه في فكرة ، واحد ليس لديه أيّ فهم للقصة أو لأهداف الشخصيات و آخر لديه فهم واضح للقصة و يستطيع أن يضع جميع المتغيرات و التبدلات في حبكة أساسية واحدة ، كما يستطيع أن يصل إليها من خلال التركيز في دوافع الشخصية ، واحد يعكس أسلوب مشاهدته للتلفزيون البراءة ، و الثاني يعكس

(1) مجموعة من الباحثين ، مرجع سابق ، ص 29.

(2) مني حداد ، مرجع سابق ، ص 57.

التّضح الذي سيأخذ شكله النهائي في حياته المستقبلية ، ووفقا لكيلها يكر و فوغ سوف لن يتقبّل الأطفال تلك الحلول العرضية بالمصادفة للمشاكل التي تعرضها وتقدّمها الأفلام ، والتي يأخذها الأطفال الأصغر سنا منهم كحقيقة مسلّم بها ، ويفضّل المراهقون البرامج التي تظهر الاستمرارية المنطقية للحبكة ، وفي الوقت التي يظهر فيه المراهقون مقدرة على التمييز والتفريق بين البرامج أكثر من الأطفال الأصغر سنا فإنهم يرفضون المبالغة في مسرحة الأحداث ، والمبالغة في التمثيل والمبالغة في الشكلية و الأسلوبية التي تمكّن الأطفال الأصغر سنا من فهم الخطّ العام للقصة ، كذلك فإنّ المراهقين يفضلون القصص التي تدور حول العلاقات الإنسانية والمفهوم الذاتي والهوية الذاتية ، و إذا ما كانوا يفضلون التصوير الواقعي على التصوير الفني فإنّ هذا لا يعني أنّهم يفضلون البرامج التي تهتمّ بالشكل الفني بقدر ما يعني أنّهم يفضلون الدراما التي تبدو واقعية قدر الإمكان . (1)

3 - تأثير التلفزيون على المراهق

في كتاب صدر لجيري ماندر **Jerry Mander** طالب فيه التخلص من التلفزيون وكتب يقول : « إذا قرّرت مشاهدة التلفزيون فليس لديك خيار آخر سوى قبول سيل الصور الإلكترونية التي تأتيك ، و أوّل تأثير لها أنّها تخلق موقفا عقليا سلبيا ، إذ ليس هناك من سبيل لإيقاف هذه الصور ، وثاني تأثير يظهر في أنّ المعلومات يتمّ استقبالها في مناطق اللاوعي في الدماغ أكثر من مناطق الوعي التي يحتمل التفكير فيها » ، وكما وصف جاك السون **Jack Elson** مشاعره نحوها بأنّ الصور تنفذ من خلاله وأنّها تذهب بعيدا داخله تعبر وعيه في مستوى عميق من دماغه كما لو أنّها كانت أحلاما ، وكما يرى **Mander** فإنّ مشاهدة التلفزيون يمكن أن تصنّف كنوع من حلم اليقظة باستثناء أنّه حلم غريب من مكان بعيد ، وهكذا فالمشاهدة تلعب دورا ضدّ شاشة عقل الإنسان . (2)

لقد شعر الكثيرون لما للتلفزيون من تأثير كبير على مشاهديه ، والذي يزداد عمقا و اتساعا بمرور الوقت ، حتّى أنّ بعض خبراء وسائل الاتصال الجمعي يرون أنّ التلفزيون شئنا أم لم نشأ سيبليغ مدى أوسع في التأثير على حياتنا و حياة مجتمعنا وأمتنا والعالم أجمع ، والسبب في ذلك واضح

(1) مجموعة من الباحثين ، مرجع سابق ، ص 29.

(2) صالح خليل أبو أصيب ، مرجع سابق ، ص 208.

وهو أن التلفزيون مجال من مجالات الاتصال بال جماهير يتجاوز في فعاليته كل ما عرفته حضارتنا على الإطلاق ، وقد أثرت مناقشات كثيرة حول التلفزيون كأداة من أدوات الاتصال الجمعي ، تؤثر فيمن يقبل على مشاهدتها من الأفراد من مختلف الأعمار و المستويات الاجتماعية والثقافية تأثيرا كبيرا ، حيث يتخوف البعض من آثاره وخاصة على النشء ، ويرى البعض الآخر أنه أداة عظيمة النفع في التوعية والتثقيف والتسلية ، في حين يقف فريق ثالث حائرا كونه يرى أنه قد يفيد وقد يضر ، ولكنه على غير بينة من طرق الإفادة منه ، وقد دفع هذا الخلاف المسؤولين عن الإعلام وإدارات التلفزيون في أنحاء العالم إلى الاستعانة بالخبراء لإجراء بحوث ودراسات للتحقق من بعض ما يثيره التلفزيون من مشاكل ومخاوف . (1)

أ- حول تأثير وسائل الإعلام

يعرف إبراهيم إمام التأثير بأنه : « ذلك التغيير الذي يطرأ على سلوك مستقبل الرسالة الإعلامية ، فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها ، وقد يتعلم منها شيئا كما قد يغير من اتجاهه النفسي ويكون اتجاهها جديدا ، وقد يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل من سلوكه القديم » . (2)

صار من الحقائق الثابتة أن وسائل الإعلام تؤثر في مجرى تطور البشر ، و أن هناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك البشري ، وذلك على الرغم من صعوبة الإثبات الدقيق للعلاقة بين السبب والأثر لدى الأفراد ، وبوجه عام فقد ركزت بحوث تأثير وسائل الإعلام على ثلاثة مجالات أساسية هي :

* تأثير وسائل الإعلام على المعرفة والإدراك والفهم

تبدأ عملية الاتصال بجذب اهتمام الجمهور لتوليد الوعي (المعرفة) حتى تصل إلى الإدراك أو الفهم ، فأعضاء الجمهور يعرضون أنفسهم بشكل انتقائي لمحتوى الرسالة (الوسائل) ، وتستطيع هذه الوسيلة من خلال تكرار التعرض وتجانسه من إحداث أي نوع من التغييرات في المستقبل ، وقد يتأثر احتفاظ الشخص بالمعلومات المقدمة في وسائل الإعلام بدرجة اهتمامه الشخصي بتلك المعلومات ، ويحدث الإدراك أو الفهم نتيجة التفاعل بين محتوى الرسالة مع

(1) غروب محمد سيد أحمد ، مرجع سابق ، ص 161- 162 .

(2) إبراهيم إمام - الإعلام الإذاعي و التلفزيون- ، ص 128 .

الخبرات الشخصية المباشرة لأعضاء الجمهور^١ ، وتعتمد قابلية الفرد للاستجابة للمعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام على تكرار التعرض لنفس المثير ، وبعض التدعيم من خلال العلاقات الشخصية . (1)

و تبقى عملية الإدراك و الفهم تختلف حسب الأفراد و الوسط الاجتماعي ، وهذا ما تؤكد نظريات التأثير الاختياري و الانتقائي ، و التي تعتمد على :

- نظرية الفروق الفردية : و التي تؤكد على أن الفروق الفردية المكتسبة في البنية النفسية أو الإدراكية لأفراد الجمهور هي مفاتيح تشكيل اهتمامهم بوسائل الإعلام و مضمونها .

- نظرية الفروق الاجتماعية : إن عوامل كالطبقة الاجتماعية ، المهنة ، الانتماء الفئوي أو الطائفي أو الثقافي، ... الخ ، هي التي تحدد تباين الاستجابات و بالتالي السلوكيات ، نظرا لوجود جماعات ذات أنماط سلوكية خاصة .

- نظرية العلاقات الاجتماعية : و تبرز هذه النظرية تأثير قادة الرأي على الاتصال الشخصي المواجهي ، كما تؤكد على أن العلاقات الاجتماعية غير الرسمية تمثل عوامل متداخلة هامة شكّلت وحددت أسلوب اختيار الناس للمضمون الإعلامي و تفسيرهم له و سلوكهم بناء عليه . (2)

* تأثير وسائل الإعلام على الاتجاهات

الاتجاه هو استعداد ذهني وعصبي ناتج عن التجربة و الخبرات المنتظمة ، للتأثير في استجابات الأفراد نحو الموضوعات والمواقف ذات العلاقة ، أو هو نظام ثابت من عناصر المعرفة والشعور و الميل السلوكي نحو الموضوعات أو الأفكار أو الآراء ، ويجب أن نفرّق بين الاتجاهات و الآراء الظاهرة *expressed opinions* التي تجسدها الروايات اللفظية ، ذلك أن الاتجاهات تشير

^١ كان أصحاب نظريات المعرفة الإدراكية *perceptualcognitive theories* يرون أن الفرد يتأثر في سلوكه بالنظام الإدراكي والمعرفي الذي كونه عن العالم المحيط به ، فالأفراد ينظّمون إدراكهم ومعتقداتهم وأفكارهم في أشكال ذات معنى أو مغزى معين ، وتؤثر كلها بالتالي في استجابة الفرد إلى ما يتعرض له من مواقف أو موضوعات أو قضايا أو أعمال إلى آخره . (محمد عبد الحميد- الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري- ، عالم الكتب ، القاهرة 1993م ، ص 165-166)

(1) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق ، ص 396 - 39.

(2) أديب خضور - دور الإعلام التربوي في مكافحة المخدرات - ، الجزائر 1999م ، ص 09 .

إلى عناصر الاستعداد لإنشاء الروايات اللفظية بينما أنّ هذه الآراء ربّما تتأثر بمتغيرات أخرى بخلاف الاتجاهات ، مثل المعايير ومتطلبات الدور الاجتماعي ، ولذلك فإنّها في بعض الأحوال لا تقدّم مقياساً صادقاً للسلوك ، ويعتبر عنصر المعرفة cognitive أحد العناصر الأساسية في تحديد الاتجاه حيث يشمل الأفكار والمعتقدات والمعلومات التي تشكّل في مجموعها الخبرات المتراكمة التي تؤثر في وصف موضوع الاتجاه . (1)

كما يمكن النظر للقيمة على أنّها الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهتدياً بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه ، والذي يحدّد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك ، ويقول كلاكون : « والقيمة تتضمّن قانوناً أو مقياساً له شيء من الثبات على مرّ من الزمن أو بعبارة أعمّ تتضمّن دستوراً ينضمّ نسق الأفعال والسلوك » . (2)

و ضمن هذه المفاهيم صار هناك اتفاق عام على أنّ وسائل الإعلام تحدث تأثيراً على الاتجاهات والقيم ، أمّا الفترة اللازمة لإحداث ذلك فمازالت محلّ جدال وتباين ، وتشير معظم الدراسات السابقة إلى أنّ وسائل الإعلام تقوم بدور ملموس في تكوين الآراء ، أكثر ممّا تساهم في تغيير الآراء ، وأحد أسباب قيام وسائل الإعلام بتدعيم المعتقدات الموجودة بالفعل اتجاه البشر الطبيعي لحماية أنفسهم من خلال مبادئ أربعة هامة : (3)

- مبدأ الاهتمام الانتقائي : فالأفراد يميلون إلى أن يعرضوا أنفسهم أو يهتموا بالرسائل الإعلامية التي يشعرون أنّها تتفق مع اتجاهاتهم و ميولاتهم ، و بذلك فإنّهم يتجنبون عدم التوازن و الاختلال الناتج عن التعرّض للمواضيع و الأفكار التي لا تتفق مع معارفهم و معتقداتهم و قيمهم ، ذلك أنّ الفرد لا يمكن أن يتعرّض إلى الرسائل التي تبثّها أو تديعها كلّ وسائل الإعلام في جميع الأوقات ، لذلك فإنّه يقوم بتصفية هذه الرسائل و الاختيار بناءً على اتّفاقها مع الإطار المعرفي لديه . (4)

(1) محمّد عبد الحميد- الاتصال في مجالات الإبداع الفنى الجماهيري- ، ص175

(2) فوزية دباب- القيم و العادات الاجتماعية- ، ط2، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت 1980م ، ص52.

(3) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق، ص398

(4) محمّد عبد الحميد - نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير - ، ط2 ، عالم الكتب ، القاهرة 2000م ، ص 188 .

- مبدأ الإدراك الانتقائي : بسبب الفوارق في العوامل المحيطة بالأفراد و المتصلة بالمعرفة مثل الاهتمامات و العقائد و المعارف السابقة و الحاجات و القيم الاجتماعية ... ، فإن عملية إدراك مضامين وسائل الإعلام تخضع في مرحلة ثانية لكل هذه الاعتبارات ، مما يخلق إدراكا انتقائيا خارج عن سلطة وسائل الإعلام .⁽¹⁾

- مبدأ التذكر الانتقائي : و هي العملية التي تحدّد ميل الفرد إلى أن يتذكّر بسرعة و لفترة طويلة المعلومات التي تتفق مع البناء المعرفي و اتجاهاته و اهتماماته ، و ينسى ما عدى ذلك حماية له من أن يسبّب التذكّر ألما أو تأثيرا ناجما عن عدم الاتساق المعرفي .⁽²⁾

- مبدأ التعرف الانتقائي : إنّ كلّ فرد لن يتصرّف بنفس الأسلوب نتيجة لتعرضه لرسالة إعلامية معينة و التصرف هو الحلقة الأخيرة في السلسلة ، و قبل أن يحدث فإنّ أحد أفراد الجمهور يجب أن يهتمّ بالعرض الإعلامي و يدرك معناه و يتذكّر مضمونه ، و كلّ هذه الاستجابات ستكون معتمدة على التأثيرات المتداخلة للمتغيرات المعروفة .⁽³⁾

إذا فنحن نميل إلى تعريض أنفسنا للرسائل التي تتفق مع أفكارنا و معتقداتنا و اتجاهاتنا ، وكذلك تجنب الرسائل التي لا تتفق مع توجهاتنا المسبقة ، وحتّى حين نتعرض لرسائل لا تتفق مع أفكارنا فإنّنا نحاول إدراك عناصر الرسالة التي تناسب مفاهيمنا المسبقة .

* تأثير وسائل الإعلام على تغيير السلوك

ظهرت نماذج رئيسية عديدة لدراسة السلوك ، نماذج سيكولوجية الحافز والاستجابة ، ونموذج التحليل النفسي ثمّ النموذج المعرفي الإدراكي وهو الأكثر اهتماما في الدراسات الاتصالية باعتباره مدخلا معرفيا يسعى إلى فهم كيفية استيعاب الرسائل الإعلامية وكيف يمكن تعلّم نماذج السلوك من الصّور التي تنقلها وسائل الإعلام ، وكيف يمكن تغيير المواقف والمعارف والقيم والاحتمالات

(1) ملفين . ل . ديفلور ، سانديرا بول روكش - نظريات وسائل الإعلام - تر: كمال عبد الرؤوف ، الدار الدولية للنشر و التوزيع ، القاهرة 1993م ، ص 277 .

(2) محمّد عبد الحميد - نظريات الإعلام و اتجاهات القارئ - ، ص 188 .

(3) أديب حضور - دور الإعلام التربوي في مكافحة المخدرات - ، ص 10 .

السُّلوكية عن طريق الحث والإقناع (1) ، وانطلاقاً من تعدد هذه التماذج تعددت النظريات التي اهتمت بشرح طبيعة تأثير وسائل الإعلام على السلوك فظهرت :

- نظرية التأثير المباشر أو القذيفة السحرية : حيث ساد الاعتقاد زمناً أنه لا توجد حواجز بين وسائل الإعلام و الجماهير ، فعندما تطلق وسائل الإعلام رسائلها يتلقاها مباشرة الجمهور على الجانب الآخر فيظهر بوضوح تأثيرها على سلوكياتهم ، من هنا جاءت هذه النظرية التي ترى قوة وسائل الإعلام غير المحدودة ، و التي يطلق عليها نظرية الطلقة في كتابات ويلبور شرام أو الحقنة تحت الجلد في كتابات دافيد بيرلو أو القذيفة السحرية أو المثير و الاستجابة في كتابات ميلفين ديفلير . (2)

- نظريات التأثير غير المباشر : نمة من رأى أن الأهمية الحقيقية لوسائل الإعلام تكمن في تأثيرها غير المباشر على المدى البعيد ، حيث قامت نظريات عدة على أساس الدراسات النفسية التي أكدت وجود مجموعة من العوامل التي تتمثل في إدراك المثير (المحرض) و اختيار الشخص الاستجابة التي يراها ملائمة لهذا التأثير ، ومن أهم نظريات التأثير غير المباشر :

نظرية التوقعات الاجتماعية : تقوم الفكرة على آلية تأثير وسائل الإعلام على عملية تلقي المعلومات ، و تذكر الفرد لها بطريقة تشكل لديه قوى داخلية مثل المواقف و الآراء لتتفق و تنسجم مع بعضها إلى حد كبير ، ليعمل كلاهما في الأخير على تحريك و توجيه السلوك العلني. إذا فهذه النظرية تقوم على فكرة أن وسائل الإعلام تقوم بنقل المعلومات المتعلقة بقواعد السلوك الاجتماعية التي يتذكرها عضو جماعة ، وهذه العملية تؤثر في السلوك العلني و شكله . (3)

نظرية بناء المعاني : تقوم هذه النظرية على أساس حقيقة أن تصرفات الناس تشكلها المعاني التي يحملونها عن العالم المادي و الاجتماعي ، وقد أظهرت نتائج علم النفس الاجتماعي أن المعاني التي

(1) أدب حضور - سوسولوجيا الترفيه في التلفزيون - ، دار الأيام للطباعة و النشر و التوزيع ، الجزائر 1999م ، ص 9

- 10 .

(2) ملفين . ل . ديفلير ، سانديرا بول روكش ، مرجع سابق ، ص 172 .

(3) أدب حضور - دور الإعلام التربوي في مكافحة المعتدرات - ، ص 10 .

يتذكرها الإنسان هي أساس المعرفة ، وأن هذه المعاني هي التي تم تصنيفها و الاتفاق عليها على أساس النظام الاجتماعي .

نظرية النموذج : قامت هذه النظرية كجزء من نظرية التعلم الاجتماعي أو الملاحظة الاجتماعية و مفادها أنه إذا كان هناك نموذج معين من السلوك بحيث ينظر إليه على أنه حل لمشكلة أو يؤدي إلى تحقيق مكسب معين أو كان بطريقة أو بأخرى مرغوب فيه فإن الاحتمال الأقوى أن يتبنى الشخص الذي يراقب هذا السلوك هذا النموذج . (1)

ورغم نجاح هذه النظريات في إعطاء العديد من التفسيرات إلا أن الباحثين وصفوها بأنها غير متكاملة و غير حاسمة ، كونها لم تستطع الوصول إلى قوانين ثابتة صالحة لكل زمان ومكان بسبب الطبيعة المعقدة والمتغيرة لكل من وسائل الإعلام و المجتمع ، كما أنها قامت على أسس مفاهيم الفرد أو المجتمع التي تم تكوينها عن طريق العلوم الاجتماعية المختلفة ، فهي إذن نظريات متأثرة بنماذج فكرية وفلسفية و أنثروبولوجية مختلفة. (2)

وتبقى دراسة السلوك الذي يحدث نتيجة الاتصال ليس ممكنا بشكل دقيق وحاسم ، كونه ينطوي على معرفة كافة الاتجاهات التي تحكم المستقبل والشعور الداخلي بالإضافة إلى نوعية الجماعات التي ينتمي إليها و مدى تأثيرها عليه و غير ذلك مما يصعب معه تحديد مدى التأثير الذي يتم نتيجة الاتصال ، و الطريقة الوحيدة لدراسة التأثير من خلال اتجاهات المستقبل تتم عن طريق دراسة السلوك اللفظي الذي يعتبر انعكاسا لاتجاهات معينة نحو المادة الإعلامية و مع هذا لا بد من توخي الدقة التامة من ناحية ، أو عدم التعويل على الاستنتاجات التي يتم التوصل إليها بهدف قياس السلوك و تحديده (3) ، و رغم هذا تحاول مراكز البحث توفير الشروط الضرورية لتحقيق النتائج المطلوبة في هذا المجال ، نظرا لأهمية تتبع تأثير وسائل الإعلام على تغير سلوك الأفراد ، و غالبا ما يتم دراسة تأثير وسائل الإعلام على السلوك في سياق أوقات الفراغ ، حيث

(1) المرجع السابق ، ص 11 .

(2) أديب حضور - سوسولوجيا الترفيه في التلفزيون - ، ص 8.

(3) جبارة عطية جبارة ، مرجع سابق ، ص 198

يزداد التعرض لوسائل الإعلام و خاصة الوسائل التي لا تحتاج إلى مهارات معينة مثل مشاهدة التلفزيون (1).

تبقى الإشارة إلى نقطة مهمة في هذا الخصوص و هي التركيز في المرحلة التقييمية على اعتبارات السلوك السوي ، حيث أن هذا الأخير يختلف من ثقافة إلى أخرى ، فما يكون سلوكا سويا في ثقافة ما قد يكون انحرافا في ثقافة أخرى ، لذلك يقول المثل الانجليزي : « إن رذائل بيكادلي هي فضائل بيرو » ، فالحرية الجنسية التي عرف بها حي بيكادلي في لندن و سمي من أجلها حي الرذيلة هي السلوك الشائع المعياري الذي يكثر إتباعه في جمهورية بيرو بأمريكا الجنوبية ، و هكذا نجد كل مجتمع يضع لنفسه معايير لسلوكه ، وتصرفات الأفراد في هذا المجتمع تعكس هذه المعايير التي تقوم عليها ، لذلك فالشخصية السوية لا يمكن أن تعرف و لا يمكن أن يحكم عليها إلا بعلاقتها بالحيث الثقافي الذي تعيش فيه ، فالسلوك إذن يكون سويا أو منحرفا على أساس مطابقته لمعايير الثقافة في زمن معين و مكان معين ، و قدما قال نيتشه **Nietshe** : « ليست الفضيلة شيئا سوى الطاعة لعادات الجماعة من أي نوع كانت هذه العادات » ، و يقول سمنر : « أن الرذيلة هي السلوك المنافي لعرف الجماعة في زمن معين و مكان معين » (2) ؛ و لعل أكثر الدراسات التي اهتمت بالسلوك كان الهدف منها حماية السلوك السوي من الانحطاط ، أو الارتقاء و إصلاح السلوك الشائع و الغير سوي ، و ذلك باستغلال قوة و فعالية وسائل الإعلام المنتشرة في وقتنا الحالي .

إن الحقيقة في عملية تأثير وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها تؤكد على أن المستقبل ليس المتأثر بوسائل الإعلام و ما تثبته من مواد إعلامية مختلفة كشخصية مستقلة أو كفرد له كيانه الذاتي و حسب ، بل أن ذلك التأثير يتم على أساس عضوية المستقبل الفرد في الجماعات التي ينتمي إليها و يتصل بها ، بمعنى أن المستقبل كفرد يتعرض للعملية الإعلامية من خلال المواد المختلفة في إطار اجتماعي ، و بالتالي يتأثر في اختياره و مدى اقتناعه وتأثره بوسيلة إعلامية معينة أو مادة إعلامية بعينها إن سلبا أو إيجابا بالجماعات التي ينتمي إليها ، مثلا مشاهدة التلفزيون فالفرد فيها لا يجلس هكذا وحيدا يحاكي ما يسمع و يشاهد بصفة ذاتية و إنما تتم هذه العملية في أغلب الأحوال في

(1) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 400

(2) فوزية دهاب، مرجع سابق ، ص 55-56.

إطار العائلة ، أو صحبة من الأقران الأصدقاء يتبادلون التأثير فيما بينهم ، حتى أن طابع الجماعة هو الذي ينعكس في النهاية على مؤشر هذا التأثير والإقناع إن صعودا أو هبوطا ، و يمكن أن يقال نفس الشيء على بقية وسائل الإعلام الأخرى . (1)

فعملية التأثير الإعلامي - إذن - ليست ذات بعد واحد من حيث التأثير ، و إنما هي عملية متعددة الأبعاد ، لذلك فمن الخطأ القول بأن منبها معيناً يؤدي إلى استجابة ما ، أو أن مثيراً ما يفضي إلى سلوك معين ، فالباحث في مجال التأثير الإعلامي يجد نفسه في مواجهة متغيرات متداخلة و عوامل متشابكة ، و معنى ذلك أن مضمون وسائل الإعلام يعمل في نطاق من العوامل الكثيرة المتشابكة و المعقدة ، و مع ذلك فقد حاول علماء الإعلام تقسيم تلك المتغيرات المتداخلة و تصنيفها إلى أربع فئات عريضة يمكن بمقتضاها الوصول إلى تحليل تأثير المضمون ، و الفئات الأربع هي : (2)

- الاستعدادات السابقة

و هي خصائص العمر و الجنس و الذكاء و الطبقة الاجتماعية و الخلفية التربوية ، بمعنى أن خصائص المراهق مثلا متصلة بالمستوى الاجتماعي و الثقافي و استقرار العائلة و تآلفها و علاقاتها العاطفية و الوجدانية ، كل ذلك يشكل خصائص فردية يضاف إليها الخبرة السابقة في استخدام وسائل الإعلام المختلفة (الكتب و الصحف و المجلات و الإذاعة و السينما وغيرها) ، و كذلك عادات المشاهدة و البرامج المفضلة ، و باختصار جميع السمات النفسية و الاجتماعية التي تكون صورة متكاملة للاستعدادات السابقة ، و لا شك أن القيم و العادات و الاتجاهات الفنية و الآمال و التوقعات تدخل في إطار تلك الاستعدادات .

- المضمون

و يمثل المضمون فئة أخرى من فئات التأثير و مضمون البرنامج يحتوي على القصة أو الموضوع و الشخصيات و المكان أو الموقع و الزمان أو العصر و الأحداث التي تصور ، و القيم التي تقدم و الانطباعات التي تتكوّن نتيجة البرنامج هذا ، فضلا عن عوامل أخرى كمكان النشر أو موعد الإذاعة و طريقة التقديم و أسلوب الإعلان عن البرنامج وطريقة الاهتمام به و تكراره .

(1) جبارة عطية جبارة ، مرجع سابق ، ص 139

(2) إبراهيم إمام - الإعلام الإذاعي و التلفزيوني - ، ص 130

- التأثير

هو طريقة إدراك برنامج التلفزيون و أسلوب الاستجابة له من خلال المشاهدة ، و الأساس في دراسة التأثير هي الملاحظة كتغير تعبيرات الوجه مثلا ، و تقلص العضلات أو انبساطها و غير ذلك من الإجراءات السيكولوجية مثل تحرك حدة العين و غيرها من أساليب دراسة المشاهدة

- النتيجة

تؤدي هذه العوامل جميعا إلى نتيجة معينة هي إحداث تغير في الاتجاهات النفسية أو في المزاج و ذلك بالإضافة إلى السلوك العلني بطبيعة الحال ، و لا شك أن ذلك يمكن الباحثين من متابعة الصراع بين القيم ، سواء في المتلقي أو في المضمون التلفزيوني أو في الظروف المحيطة به . (1)

إن التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام يتمثل الهدف الأساسي منه في المساعدة على تكوين تصور واضح للظروف المحيطة ، عن طريق زيادة المعلومات التي تكتنف العصر الذي يعيشونه ، فقد ازداد في العصر الحديث وقت الفراغ لدى الأفراد مما جعلهم يبحثون عن أشياء يقضون معها هذه الأوقات ، و تتمتع وسائل الإعلام المختلفة بحركة جذب شديدة للجماهير لقضاء أغلب أوقات فراغهم معها ، مما يجعلهم تبعا لذلك عرضة لتأثير ما تقدمه هذه الوسائل و ما ترسله لهم ، و يحصلون من خلاله على مزيد من المعلومات و الآراء ، كما أن أغلبية من يقضون أوقاتهم حول وسائل الإعلام المختلفة تشدهم ما تبثه هذه الوسائل بدرجات متفاوتة ، فبالإضافة إلى اهتمامهم بالأخبار فقد ازدادت معرفة الجمهور لكل أنشطة العصر من سياسة و فن و اقتصاد و رياضة و غير ذلك مما تهتم به و إرساله تلك الوسائل ، و في هذا المجال فإن معظم مستقبلية الإعلام يعرفون موضوعات و معلومات وافية عن شخصيات كثيرة لها شهرة من نوع آخر ، كالصحفيين و المذيعين و الممثلين و المطربين و الوزراء و لاعبي كرة القدم ، و غيرهم من التحوم التي تطفو على سطح الشهرة من خلال وسائل الإعلام التي ترسل معلومات وافية عنهم بين حين و آخر . (2)

و في الأخير يمكن النظر إلى تأثيرات وسائل الإعلام من عدة زوايا ، فهناك تأثيرات فردية و تأثيرات مجتمعية ، فعلى المستوى الفردي يمكن أن تؤثر وسائل الإعلام في زيادة عدوانية الأفراد

(1) المرجع السابق ، الصفحة نفسها .

(2) جارة عطية جارة ، مرجع سابق ، ص 141 .

ومعارفهم و اتجاهاتهم و أنواع المنتجات التي يشترونها و أسلوب استخدامهم للوقت ؛ أما على المستوى المجتمعي فإن وسائل الإعلام يمكن أن تعيد رسم النظم السياسيّة و الفضائيّة و الرياضيّة و الاقتصاديّة و الثقافيّة العامّة ، وعند الأخذ في الاعتبار تأثير وسائل الإعلام فلا بدّ أن نتميّز بين الآثار قصيرة المدى و الآثار طويلة المدى ، فالأولى مرتبطة برّدّة فعل المستقبل السريعة مثل الضحك في المواقف الكوميديّة... الخ... ، أما طويلة المدى فترتبط بتغيّرات بعد وقت طويل تحتاج إلى تكرار التعرض لبعض أنواع المحتوى ، و يمكن بسهولة ملاحظة و قياس الآثار قصيرة المدى ، أما الآثار طويلة المدى ، فلا يمكن ملاحظتها بسهولة و من الصّعب تحديدها بشكل مؤكّد . (1)

ب- مظاهر تأثير التلفزيون على المراهق

على الرّغم من اشتراك جميع وسائل الاتصال الحديثة في فاعليّتها و تأثيرها على الناس إلا أنّ التلفزيون يعتبر من أقوى وسائل الاتصال و الإعلام تأثيراً ، لأنّه يضع المشاهد في مواقف شبيهة جدّاً بالموقف الطّبيعي من حيث الاتّصال الشّخصي ، فهو يتوجّه إليه بالصّوت والصّورة معا ، إلى جانب المؤثرات والمعينات الكثيرة التي يستخدمها القائمون عليه ، من صوت وإمكانيّة تحريك الكادر والحيل والإضاءة و المكياج... الخ... ، هذا فضلا عن مضمون ما يقدمه من برامج متنوّعة ومثيرة ومؤثّرة في حدّ ذاتها ، فهذا الجهاز يتميّز بجاذبيّة تستقطب جميع فئات الأعمار والمستويات ، وعليه فإنّه شديد الخطورة ويستطيع التأثير على جمهوره ، وهذا التأثير هو الهدف التّهايي من الرّسالة الإعلاميّة أيّا كانت وسيلة توصيلها . (2)

ويتعرّض المراهق كفرد من الجمهور للتلفزيون ، وتختلف أسبابه التي من أجلها قد يقضي سويّعات أو ساعات أمام هذه الوسيلة الإعلاميّة ، ولأنّ الموقف من هذه الوسيلة يختلف وفقا للسّن ، فاهتمام المراهقين بالتلفزيون يكون أقلّ من اهتمام الأطفال به ، كما أنّ مشاهدتهم له تكون انتقاديّة و انتقائيّة حتى بالنسبة للمشاهدين الكبار ، ومع ذلك فمتى بلغ هذه المرحلة يكون قد أمضى وهو طفل مالا يقل عن 6000 إلى 9000 ساعة أمام شاشة التلفزيون وقبل أن يبلغ سنّ النّضج (3) ، لهذا فإنّ أحدا لا يستبعد أن تترك مثل هذه الوسيلة الفعّالة أيّ نوع من الأثر على المراهق .

(1) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 404.

(2) يحيى بسيوني مصطفى ، عادل الصّوري، مرجع سابق ، ص 81

(3) مجموعة من الباحثين ، مرجع سابق ، ص 124

مع أن تأثير التلفزيون في هذه الحالة لن يكون معزولا عن التأثير الذي تمارسه المؤسسات التعليمية الأخرى ، كما أنه يمارس تأثيره من خلال كلفة برامجهما كانت متنوعة ومعقدة (1) ، يقول جوزيف كلاهر : « ما يحقّقه التلفزيون من تأثيرات عادة ما يكون بطرق وأشكال غير مباشرة ، ومن خلال عوامل أخرى غير مباشرة فالتلفزيون لا يوجد آراء جديدة واتجاهات متغيرة في السلوك إلا من خلال عوامل اجتماعية وسياسية واقتصادية كثيرة » (2) ، و كما لاحظ هالوران فإنه تسترعي انتباهنا واهتمامنا دوما الجوانب السلبية للتلفزيون أكثر من الجوانب الإيجابية ، خاصة إذا تعلق الأمر بالتنشئة الاجتماعية ، من ثمة نستمع دوما إلى اتهامات عديدة لهذه الوسيلة بأنها تعمل على هدم القيم والتعود على الكسل وتسهم في عملية زيادة التوقعات وما يستتبعها من إحباطات ، على الرغم من أن المبالغة في إلقاء تبعة كثير من الأمراض الاجتماعية على التلفزيون ليس في حقيقة الأمر سوى مشجب نعلق عليه مشاكلنا (3) ، وتبقى وجهة النظر الإيجابية تقول بالقيم التربوية والمعرفية العظيمة والوسائل الترفيهية المختلفة التي أدخلتها تلك الأجهزة لكل منزل ، فلقد أشير بأن التلفاز قد ساعد على جعل المنزل أكثر أهمية كمركز ترويجي ، و بالتالي فقد ساعد على التغلب على تأثير العديد من العوامل في الحياة الحديثة التي جعلت المنزل أقل أهمية ، ولم يجعله أكثر من مكان للطعام والنوم ، أما وجهة النظر السلبية فتشير إلى

(1) يحيى بسيوني مصطفى ، عادل الصوّري، مرجع سابق ، ص 81

(2) عبد الله بوجلال- آثار التلفزيون على المشاهدين - ، ص 82

تطوّرت وسائل الاتصال الحديثة وأتسع انتشارها في أرجاء العالم وشكّلت عنصرا محوريا في عولمة الاقتصاد ، ونتيجة لهذه التطورات تغيرت خارطة المعرفة وبشكل كلي ، وانعكست آثارها سلبيا و إيجابيا على الأنماط الاجتماعية والأدوار الوظيفية والثقافات السائدة ، فكان من نتائجها الإيجابية :

- وفرة المعلومات بشكل لم تشهده الإنسانية من قبل.

- تقلص عامل القرب الضاغط للحصول على المعرفة.

- بروز وسائل متعددة لإنتاج المعرفة بشكل واسع.

- تشكيل منظومة مركزية ضخمة لتجميع المعلومات.

- خلق بنية تحتية للعمل الجماعي.

- قدرة عالية على الاستفادة لكل الشرائع الاجتماعية.

- تطبيقات فعلية وعملية تسهل وتطور أبرز الأنشطة (التعليم- التكوين- التثقيف- التسلية- الأخبار).

(فتحى التوزري - تأهيل و تمكين الطفل و المراهق من الاستفادة من تكنولوجيا الإعلام و المعلومات المتطورة - مجلة الإذاعات

العربية ، عدد 01 ، اتحاد إذاعات الدّول العربية، تونس 2006م ، ص 34)

(3) صالح خليل أبو أصعب ، مرجع سابق، ص 205

القيمة التربوية و الثقافية المنخفضة للبرامج و لزيادة الإعلانات ، و لعدم رغبة تلك الوسائل بالقيام بدور ثقافي رفيع ، و هم يدعون أيضا أن تلك الوسائط قد تسببت في أن الناس قد أصبحوا أكثر اعتمادا على وسائل الترويج الاصطناعية من اعتمادهم على طرقهم الخاصة و ابتكاراتهم ، و مع كل ذلك فإنه يبدو عدم وجود أية شواهد موضوعية للإشارة إلى تأثيرها السيئ حقيقة . (1)

فالصحيح إذن أن الطفل و المراهق يستفيدان من هذه الوسائل للتعليم و التسلية ، و صحيح أيضا أن هذه الوسائل تفتح للشباب أبواب العالم على مصراعيه و تعطيه فرصا له لم تكن متاحة من قبل ، لكن هذه الوسائل تغرس أيضا في الناشئة مضامين و معاني و قيما سلبية متعددة ، فقد أبرزت الأبحاث عن الطفل و المراهق أن مجالات التأثير تتركز في النواحي التالية :

- السلوك العدواني و العنف

- الانحراف و الإجرام

- استهلاك الكحول و المخدرات

- السلوك الجنسي

- السلوك الاستهلاكي (2)

كما أن لتأثير التلفزيون نصيبا من الثقافة بمعناها العام و التي تشمل القيم و المواقف والاتجاهات و أنماط السلوك و ألوان التطلعات غير الملائمة ، و هذه الثقافة لا يمكن تغييرها أو تعديلها أو تأكيدها إلا على فترات من الزمن تطول أو تقصر وفق طبيعتها ومدى تغلغلها في نفس الفرد و الجماعة ووفق قوى التأثير الأخرى في هذا المجال التي أصبحت تضم في الوقت الحالي المحطات التلفزيونية الفضائية ، و يقال أن الثقافة تتأثر أساسا بالأفلام و المضمون الترفيهي و الدراما و الأغاني و الرقصات و الأزياء فضلا عن عادات التغذية و أنماط الاحترام و اللياقة في المعاملة بين الأفراد التي تعد من العوامل المؤثرة في الثقافة الموضوعية . (3)

و يمكن التأكيد على أن المراهق عرضة لأن يتأثر كأني فرد آخر بما يقدمه التلفزيون من برامج ، و لكن تبقى طبيعة هذا التأثير و أسبابه المباشرة أو غير المباشرة و درجة استحكامه مرهونة كلها

(1) سعدية محمد على هادر ، مرجع سابق ، ص 132.

(2) فتحي التوزري ، مرجع سابق ، ص 34.

(3) إِيَاد شَاكِر الْبَكْرِي، مرجع سابق ، ص 247.

باعتبارات نفسية و اجتماعية غير ثابتة و غير حاسمة لدى المراهق ، و مع هذا تبقى أهمّ السلوكيات الواضحة لدى الكثير من المراهقين هي السمة البارزة لحدوث التأثير التلفزيوني ، و التي يمكن تلخيصها في الآتي :

* الإدمان على المشاهدة

لعلّ أوّل تأثير قد يظهر على المتعرّض لجهاز التلفزيون عامّة و المراهق بشكل خاص حالة الإدمان على المشاهدة ، و أيا كانت أهداف المراهق من مشاهدة التلفزيون فإنّه قد يدخل في حالة من الإدمان تدفعه إلى البقاء ساعات أمام التلفزيون أو حتى تحيّن أيّ فرصة للجلوس أمامه ، و يعتقد كثير من الناس اليوم أنّ مشاهدة التلفزيون يمكن أن يدمنها الشخص ، و لفظ الإدمان هذا قد يغري كثيرا من الناس على استخدامه ليشيروا به إلى الأفراد الذين لا يستطيعون الاستغناء عن مشاهدة التلفزيون ، أو الذين لا تقلّ ساعات مشاهدتهم له على 60 ساعة كلّ أسبوع ، و على الرغم من أنّ البعض يعتبر مصطلح الإدمان التلفزيوني تنقصه الدقة العلمية ، إلاّ أنّه الأنسب للتعبير عن الملازمة الشديدة و التعلق بالتلفزيون⁽¹⁾ ، فقد أوضحت دراسة أجرتها جمعية علم النفس العقلي في أوروبا مؤخرا أنّ مشاهدة التلفزيون تعدّ نوعا من الإدمان النفسي ، فلقد أعطى لـ 184 مشاهد مداوم نقودا لكي يكفّوا عن مشاهدة التلفزيون لمدة عام ، فلم يستطع أيّ منهم أن يصمد لأكثر من خمسة أشهر ، و ذلك بسبب " مواطن الانسحاب " ، فقد زاد التوتر والمشاجرة ، و الاعتداء البدني في العائلات التي تأثرت خلافاتها بالمشاهدة المستديمة .⁽²⁾

تقول إحدى المراهقات : « إنّ أسوأ شيء في التلفزيون هو البرامج الكثيرة التي تأتي متأخرة و لا أستطيع السهر لمشاهدتها » ، هذه المراهقة تهوى أن تكون نجمة سينمائية أو مذبة تلفزيونية ، فتقول في ذلك : « أعتقد أنّه إحساس رائع أن يتصوّر المرء أنّه يتحدّث إلى ملايين الناس في وقت واحد و هو لا يستطيع أن يراهم » ، و هي تفتقد التلفزيون كثيرا إن غاب عليها فتقول في هذا : « لقد بدا البيت كحميا و حاويا في الفترات التي كان التلفزيون فيها تحت الإصلاح » ، إنّ هذه المراهقة مثال للإدمان على مشاهدة التلفزيون .⁽³⁾

(1) عزّ الدين جميل عطية - التلفزيون و الصحة النفسية-، عالم الكتب، 2001م ، ص 132.

(2) صالح خليل أبو أصبح ، مرجع سابق ، ص 213.

(3) محمد كامل عبد الصمد، مرجع سابق ، ص 107 ، 135.

لقد دلت الأبحاث التقنية و الاجتماعية على أن الإدمان ينتشر بين قلبي الذكاء عنه بين الأذكاء. و أن المدمنين من الطبقات العامة أكثر من الطبقات المتوسطة ، و وجد أن المدمن هو في الغالب الطفل الوحيد أو الطفل الذي لا يشعر بالأمان الأسري .⁽¹⁾

و من جهة أخرى فقد أتضح من بعض الدراسات أن المراهقين الذين يشاهدون البرامج التلفزيونية كثيرا هم أكثر سمنة من المشاهدين المعتدلين ، كما أن حالة إدمانهم على المشاهدة تحد من علاقاتهم الاجتماعية و ممارسة النشاطات الأخرى ، و أمام هذا الوضع فقد اقترح بعض الخبراء جملة من الإجراءات يمكن أن تساهم في الحد من اعتماد المراهقين الزائد على مشاهدة التلفزيون ، و تحتاج هذه الإجراءات أيضا إلى بعض الجهد المصحوب بالإرادة من أجل تحقيقها ، و يمكن إنجازها في الآتي :

- أن يحاول الفرد أن يغير من المجرى الروتيني لعادة المشاهدة ، فإذا كان قد اعتاد مثلا أن يتوجه بعد تناوله العشاء إلى الجلوس أمام التلفزيون فيمكنه التوجه بدلا من ذلك إلى أنشطة أخرى ، مثل : اللعب مع الأصدقاء ، أو التحدث إليهم ، ألعاب الكمبيوتر، أداء الواجبات المدرسية... الخ...

- الاضطلاع على صفحة البرامج التلفزيونية بالجرائد اليومية و اختيار البرامج المفضلة ، بحيث لا يتم تشغيل الجهاز إلا وقت حلول هذه البرامج بدلا من الاستغراق في مشاهدة كل البرامج التلفزيونية ، و أن يحاول الشخص أيضا أن يؤدي أية نشاطات أخرى مفضلة لديه فيما بين هذه البرامج .

- أن يقلل الآباء أنفسهم من ساعات المشاهدة ، و يندمجون في أعمال مفيدة كالرياضة أو المطالعة كي يقتدي بهم أبنائهم .⁽²⁾

و لكن تبقى هذه الحلول متعلقة بدرجة إدمان المراهق و مدى وعيه الشديد بضرورة التخلص من تلك الرابطة القوية ، و إلا فإن هذه الحلول لن تكون ذات فاعلية و سيعود المراهق طواعية لموقعه أمام الجهاز ، لتكون الغلبة في الأخير للجهاز الآلي .

(1) المرجع السابق ، الصفحة نفسها .

(2) عز الدين جميل عطية ، مرجع سابق ، ص 132-135

* الهروب من الواقع والعيش في الخيال

هناك نوعان من الهروب يمكن أن يعيشهما المراهق: الأول هروب واقعي حقيقي، بحيث يرغب الفتى عادة بالهرب من المنزل في سنّ بين (12-18)، وهو تعبير عن شعوره بالضيق ورغبته في التحرر من هذا الضيق، وفي هذه الحالة فإنّ كثيرا من الأبناء الشديدي الجراءة يتلمّسون خبرات جديدة خارج بيئاتهم، تحدوهم إلى هذا روح المغامرة والولع بالتحوّل، وهؤلاء الأبناء أقلّ اهتماما بأمنهم من الأبناء الذين في سنّهم، ويبدو أنّ لديهم ظمأ ملحا إلى التنقيب عن كلّ ما هو جديد وغريب، وهؤلاء الأفراد قد تكون شخصيتهم هادئة ولا تتأب نفوسهم صراعات شديدة، والهروب في هذه الحالة ليس إلا استجابة لرغبة ملحة شديدة لإشباع رغبة ما ترتبط بحبّ الاستطلاع.⁽¹⁾

أمّا النوع الثاني من الهروب فهو الذهني والذي يكون بالابتعاد عن الواقع والعيش في الخيال، بحيث يصنع لنفسه عالما آخر لا يدركه سواه، ويمكنه من خلال هذا العالم أن يحقق كلّ ما يرغب فيه أو يعجز عنه دون تدخل أو سلطة من الآخرين.

وتهيئ صناعة التلفزيون للمراهق أن يعيش أيّ نوع من الهروب، بحيث نجد المسؤول عن عمليّة الإعداد لكثير من البرامج التلفزيونيّة يتحرّر تماما بل يتعد عن العلاقات بالزمن الواقعي، وذلك عندما يقوم بعملية التآليف، ومع هذا فإنّ المحيط بالسّينما وكثير من البرامج الأخرى يجعل الجمهور لا يهتمّ بهذا الاعتبار أو لا يبالي به، فعندما يكون الخيال واسعا وتكون المؤثرات الصوتيّة شديدة القوّة والفعاليّة لا يمكن أن تقاس النتائج أو الآثار تبعاً لمدى مطابقتها للواقع.⁽²⁾

ورغم هذا يبني المراهق كثيرا من تطلّعاته على كثير من المضامين التي يتعرّض إليها عبر التلفزيون، فقد قام كيللر ببحث غاية في الأهميّة حول الأطر المختلفة لبناء الشخصية بين طلاب المدارس المتوسطة في مدينة نيويورك، وقد فحص فيشر كيللر الطلاب من خلال ما يقدّم من عروض تلفزيونيّة وخاصة تلك التي تتميز بطبيعة خاصّة في بناء ودعم شخصياتهم، مع التركيز على الطّرق التي تستخدم فيها ثقافة التلفزيون من حيث ارتباطها مع الثقافات المحليّة بما في ذلك ثقافة المنزل والجيران والمدرسة والأصدقاء، وتوصّل الباحث إلى أنّ الدروس المأخوذة من هذه

(1) معروف زريق، مرجع سابق، ص 61.

(2) سامية محمد جابر - الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث النظرية والتطبيق - دار المعرفة الجامعية - الإسكندرية 1996م، ص 141.

المصادر المختلفة تكمل بعضها البعض بصفة عامة و خاصة فيما يتعلق بمعالجتها للقوى الاجتماعية و للكليات المتعلقة بالجنس و العرق و الطبقة ، و لكن الأسلوب الذي يتعلم به المراهقون من التلفزيون يختلف ، بحيث يكتسب هؤلاء الشباب ما يسمى بالدوافع الموجهة من ثقافتهم المحلية ، و التي تساعدهم على تعريف تطلعاتهم و يقومون بطريقة تبادلية باستخراج الاستراتيجيات الخيالية من التلفزيون من أجل الحصول على تلك التطلعات .⁽¹⁾

و قد لخص ب.ألدريتش (P.Aldrich 1975) أربعة أنماط من التأثيرات السلبية للتلفزيون في سلوك الشباب و الصغار فشملت :

- الأفكار المحرّفة عن الواقع : و قد رأى أنّ هذه التأثيرات تشكّل الدافع الرئيسي لمعظم ما تقدّمه وسائل الإعلام ، و قد تبين ذلك من خلال استجابة المرء للمسلسل المفضّل لديه ، فمن ناحية عاطفية يعجب بالمثلين و يضحك على النكات و يشعر بالغضب لحظة الظلم ، و يفرح في لحظة إنقاذ و يشعر بالرضا عند الحلّ ، و يترقّب الحلقة التالية بلهفة ، و من ثمة فإنّ التعرض المستمر للواقع المحرّف يجعل الناس يشبّون على اتجاهات ، و قيم و معتقدات غير حقيقية ، و التي يحاولون العيش بها ، و حيث أنّ السلوك البشري محكوم عادة بالاتجاهات و القيم و المعتقدات فإنّ السلوك يعكس أساسا نظام الصواب أو الخطأ .⁽²⁾

و يتمثل دور وسائل الإعلام بخصوص تشويه الواقع فيما يلي :

- تشويه الواقع بتبسيطه أو تضخيمه ، أو تجاهل القضايا المثيرة للجدل حول التّغير الاجتماعي .
- تلعب دورا محافظا بخصوص الاتجاهات و القيم ، و المعتقدات لتتعامل معها بطريقة مسطّحة .
- تزويد الإنسان بعالم خيالي حيث تصبح أحلام المرء كأنها حقيقية .
- مرض الثلاثين دقيقة : و يقوم هذا التأثير على فكرة تستند إلى حلّ المشاكل بمدة بسيطة ، سواء أكانت هذه المشاكل شخصية أو وطنية أو دولية ، حيث يوجد دائما حلّ لكلّ مشكلة معقّدة ، و من ثمة فإنّ التّغير النفسي (السيكولوجي) يمكن أن يتم بسهولة و بمحاولة واحدة ، ففي الأعمال الدرامية ترى كيف أنّ الحلّ يأتي دائما في الدقائق الأخيرة ، و بدون بذل الجهود يتم ذلك و يتغيّر الناس ؛ و من أسوأ التأثيرات المتراكمة لـ (مرض الـ 30 دقيقة) تعزيز فكرة التّجّاح الفوري .

⁽¹⁾ سارة ديكي - علم الأجناس الأنتروبولوجي وإسهاماته في دراسات وسائل الإعلام - المجلة الدولية ، ع153 ، ص177

⁽²⁾ صالح خليل أبو أصعب ، مرجع سابق ، ص 210 .

ومن ثمَّ تصبح المعادلة النظرية لهذه المسألة كالتالي : مشكلة واحدة + محاولة واحدة = نجاح فوري ، و تصبح معضلة الثلاثين دقيقة مأساوية ، عندما ينمو الصغار مع وسائل الإعلام ويوظفون هذه الأفكار السطحية دون أن يعرفوا عمق عواطفهم ، و يعملون على العيش بناء عليها ، و مثل هؤلاء لن ينجحوا بسبب مشكلاتهم العاطفية ، لأنها تخضع للتغير السريع ، ولأنَّ حلَّ المشكلات المعقدة ليس سهلاً تحقيقه .

- تأثير البيت الساخن : و يعني دفع الصغار إلى عالم النضج بشكل أكبر مما يمكن أن يتحمّله نموهم العاطفي ، ذلك أنَّ المشاعر ليست كالكهرباء يمكنها أن تسري في ثوان قليلة ، و لا يعني حصولهم على معلومات عن عالم النضج (عالم الكبار) مقدرتهم على استخدامها بحكمة ، و لذا فإنَّ تعلّم الفرق بين التفكير و العاطفة هو أفضل السبل للسيطرة على تأثير البيت الساخن ، بحيث لا يسيطر هذا التأثير على المرء ، و اكتساب هذا النوع من السيطرة يعطي المرء الحرية الحقيقية للاختيار .

- توقع الترفيه المحترف باستمرار في الحياة : يتدفق يومياً الترفيه المحترف إلى حياتنا ، و آخر المخترعات أشرطة الفيديو و المحطّات التلفزيونية الفضائية والانترنت ، ممّا يزيد المقدرة على تقسيم الأداء في المعروض ، و مع مرور الوقت فإنَّ المرء لا يتوقع فحسب أن يجد دائماً الترفيه ، بل يتوقعه ترفيها احترافياً ذا مستوى عال ، ولذا فإنَّ الطفل عندما يشاهد البرامج التعليمية مثل " افتح يا سمسم " و " المناهل " أو غيرها ، فإنَّ هذه البرامج تقوم بوظيفة تعليمية هيبّئ الطفل إلى المدرسة وهو يتوقع الترفيه فيها ، وهذا يدعو إلى التساؤل حول تأثيرها السلبي في تعامله مع المدرسة .⁽¹⁾

إنَّ هذه التأثيرات البارزة تبتعد بالمراهق تدريجياً عن الواقع المعاش ، كما أنّها تزيد من ميله و تفضيله للعيش في الخيال و الهروب من الواقع الذي لا يتطلّب جهداً أو مالاً ، خاصّة إذا لم تساعد الظروف على الهروب من البيت حقيقة ؛ إنَّ التصور الذهني و خصوبة الخيال في سنّ المراهقة يساعد كثيراً المراهق على أن يجسّد تطلّعات كثيرة قد يعجز عن مقاربتها في الواقع ، و قد يدرك حقيقة الأمر كلّ كما قد يسعى إلى تجسيد ما أمكنه في برنامج حياته ، و متى عجز عن

(1) المرجع السابق ، ص 111-112 .

ذلك عاد إلى غرفته الخاصة و جهاز التلفزيون من أجل أن يرسم له المزيد من التفاصيل البعيدة عن الواقع .

* استشارة العواطف و الميولات الجنسية

إذا قسّمنا مقدار الوقت و المساحة المستغلّة في وسائل الإعلام و في التلفزيون على الخصوص فإن البرامج التي تتعرض للمواضيع العاطفية و الميولات الجنسية ستحظى بالنصيب الأوفر ، و في الوقت الذي يكتسب فيه المراهق نشاطه الجنسي نتيجة التغيرات الفزيولوجية التي تطرأ عليه ، فإنه يكون أكثر فضولا و أكثر تطلّعا لمعرفة استخدامات هذه الوظائف الجديدة أو حتّى التأكيد عمّا يصاحبها من نضج جنسي يؤهّله - حسب تصوّره - لتحمل المسؤولية و بناء نموذج مصغّر للعائلة ، و مع هذه الاعتبارات يجد المراهق نفسه أمام مضامين التلفزيون ، و التي تطرح الكثير من القضايا و المواضيع و المواد التي تثير عاطفته المرهفة أوّلا و نزعتة الجنسية ثانيا ، و تبلغ درجة تأثير هذه المواد في هذه الحالة درجة كبيرة مهما كان تحفّظ الفرد في مواجهتها ؛ و يعتبر المجتمع و الوسط الذي يعيش فيه المراهق من الاعتبارات الواجب الأخذ بها ، نظرا لما تشهده من اختلافات كبيرة بناء على دين و عادات و تقاليد كلّ منها ، فما يمكن أن نجده منتشرا في المجتمعات الغربية المتحرّرة قد لا نجده بذات الحدة في المجتمعات المحافظة و المسلمة ، مهما بلغت درجة الغزو الثقافي و الفكري .

و قد ساعد انتشار القنوات الفضائية و تكاثرها على زيادة التفاعل بين هذه المجتمعات و التّعرض للكثير من المواضيع المحظورة أخلاقيا و دينيا و عرفيا حتّى ، ممّا سمح بتبني العديد من السلوكات الدّخيلة ، كما أوهم المراهق أنّ من الخصائص المميزة للدّخول في عالم الكبار بامتيازاته و لذّاته جملة من السلوكات تبدأ بالتّدخين و تنتهي عند الزّواج .⁽¹⁾

ويبقى السّبب في اختلافات الاستجابة مع المسائل الجنسية راجع إلى اختلاف المعاني التي يمثّلها السلوك الجنسي للذكور و الإناث ، فعندما يراقب كلّ شريك الآخر على أساس أنّه موضوع جنسي أكثر منه كشخص ، لا يصبح الجنس فائدة متبادلة بل طريقة لتكوين الهوية ، حيث

(1) هـ.س.ن مكفارلن ، مرجع سابق ، ص 214 .

تستخدم الفتاة شتى الوسائل لتأكيد نفسها بأنها قادرة على جذب الشباب ، والشباب - من جهته - يستعمل الفتاة لينشئ هويته الذكورية .⁽¹⁾

و مع ما يقدمه التلفزيون فإن المراهق شابا كان أم فتاة سيجد وسائل عديدة و أفكارا يمكن أن يتبناها لتحقيق غاياته في إثبات هويته الجنسية ، كما أنه يعمل على استثارة عواطفهم من خلال النماذج التي يطرحها حول الشريك ، لتجد الفتاة نفسها تحلم بفارس أحلامها صاحب المواصفات الخاصة ، و الفتى يرى نفسه مثار إعجاب فتاة أحلامه والتي تحمل أيضا مواصفاته الخاصة .

إنّ تعلق كثير من المراهقين بنماذج ظهرت على الشاشة الصغيرة يعقد من مشكلاتهم العاطفية ، فقد يدفعهم هذا التعلق و الإعجاب للبحث عن تلك النماذج في الواقع ، أو حتى طرح مواصفاتها كشرط ثابتة في الشريك ، و قد يدفع هذا الأمر الكثيرين لربط علاقات عديدة مع الجنس الآخر ، قد تنتهي إحداها بإقامة علاقة جنسية .

و طبقا لأبحاث ميللر و سايمون فإن المراهقين الأكثر احتمالا لأن يرتبطوا بمثل هذه العلاقات هم :

- إما أن يكون طموحهم التعليمي منخفضا .
- نادرا ما يقومون بالواجبات الدينية .
- أو أنهم معزولون عن أولياء أمورهم .
- كانوا متورطين في نشاطات منحرفة .⁽²⁾

لقد صار من الواضح أنّ كثيرا من مضامين التلفزيون تعتمد استثارة العواطف و التزعات الجنسية ، و لعلّ هذا ما يزيد من خطورة تأثير الجهاز خاصة على المراهقين ، على اعتبار أنّهم حديثي عهد بأيّ نشاط جنسي ، مما يدفعهم جرّاء فضولهم أو إثبات ذاتهم إلى استقاء نماذج سهلة المنال و بعيدة عن المراقبة في بعض المرات ، وهذه قد توقعهم في كثير من الأخطاء السلوكية و الأخلاقية .

⁽¹⁾ روبرت واطسون و آخرون ، مرجع سابق ، ص 639 .

⁽²⁾ المرجع نفسه ، ص 635 .

* المحاكاة و التقليد

التلفزيون يمثل قوة و في بعض الحالات يكون قوة هامة يعتد بها و يحسب حسابها ، و لكنه عادة ما يكون مجرد قوة واحدة فقط بين العديد من القوى التي تعمل معا ، و بطريقة معقدة من أجل تنمية و تنشئة الطفل ، إن تأكيد هذه النقاط لا يعني إطلاقا محاولة رفض أو إنكار أن للتلفزيون تأثيره الخاص بل على العكس تماما ، إن مشاهدي التلفزيون يحاولون مشاهدة و مطابقة أنفسهم مع النماذج التي يقدمها بشكل مباشر أو غير مباشر ، و ذلك على مستويات متعددة تماما كما يتعلمون من مصادر أخرى . (1)

و طبقا لنظرية النموذج فإن الأفراد غالبا ما يكتسبون السلوك الاجتماعي من خلال ملاحظة المركز أو الشخصيات أو القائمين بدور داخل الجماعات ، مثل الطفل الذي يكتسب الكثير من العادات السلوكية من خلال ملاحظة والده داخل الأسرة ، و المحاكاة لا تحتاج إلى تدعيم أو تعزيز خارجي للتعلم أو اكتساب السلوك ، و إن كان هناك من يميلون إلى تفسير المحاكاة في إطار التعزيز أو التدعيم ، على أساس أن الفرد يلجأ إلى المحاكاة لأنه يرضيه أن يتصرف بنفس الطريقة التي يتصرف بها أصحاب المراكز أو الشخصيات . (2)

و لعل أهم مظاهر التقليد و المحاكاة لدى المراهق تكون في المظهر الخارجي ، و يحتل الاهتمام بالمظهر الخارجي منزلة كبيرة عند الجنسين ، و الحصول على المظهر الصحي المتناسق الجذاب يساعد كثيرا على إقامة علاقات اجتماعية ، و العكس صحيح فإن أي نقص أو شعور بالنقص في الذات من هذه الناحية يولد تأثيرات نفسية واضحة ، و يتنبه المراهقون تدريجيا إلى وجود سمات غير المظهر الخارجي يمكن أن تغير من نظرهم إلى أنفسهم أو إلى الآخرين ، و لكن المظهر و قوة الهيئة تبقى الشغل الشاغل لهم ، و المراهق الذي يتمتع بمظهر خارجي ناضج في وقت مبكر ينال عادة مركزا مرموقا أكثر من الآخر الذي يبقى حجمه صغيرا و ينقصه التضح المتكامل . (3)

و لعل هذا ما يدفع المراهق إلى محاكاة و تقليد كثير من شخصيات الشاشة الصغيرة كونها النموذج المحبب للجميع ؛ قال أحد المراهقين في إحدى المقابلات الخاصة ما نصه :

- أريد أن يجي الآخرون .
- أريد أن أحب نفسي .

(1) مجموعة من الباحثين ، مرجع سابق ، ص 9 .

(2) محمد عبد الحميد - الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري- ، ص 168-169 .

(3) ه.س.ن مكفارلن ، مرجع سابق ، ص 213 .

- أريد أن أكون مثل الآخرين . - أريد أن أحب الآخرين حبًا صحيحًا وعميقًا.

- أريد أن أكون نفسي و لست صورة من الآخرين .

إنَّ المراهق يريد أن يكون محبوبًا من الآخرين ، وهذه العبارة " أريد أن يحبني الآخرون " على سذاجتها تنبع من حاجته الملحة إلى رغبات تتفاعل في أعماق نفسه ، ولعلَّ التلفزيون أقدر الوسائل على تقديم النماذج المحببة لدى الأفراد ، فنجوم السينما والفن و مشاهير البرامج التلفزيونية هم وسيلة المراهق لكسب اهتمام و حبّ من حوله إذا أمكنه أن يكون صورة عنهم ، و هو يفعل ذلك دون وعي منه و قناعة إلى أنّه يحاكي و يقلّد شخصية غير شخصيته ، و هناك شيء آخر يكافح المراهق في سبيله ، قريب الصلة برغبته في أن يكون محبوبًا من الآخرين ، و لو أتيج له أن يعبر عن هذا الشيء الغالي لقال : « أريد أن أكون كالآخرين و أودّ بصفة خاصّة أن أثبت شخصيتي مع الذين في مثل سنّي » ، فحين يبدأ المراهق في الانفصال عن أسرته في أوائل سنّ المراهقة يصبح في مقدّمة رغباته أن يكون كأولئك الذين من جنسه و سنّه ، فنراه يميل إلى أن يلبس مثلهم و يتحدث مثلهم و يسير و يأكل مثلهم ، و أنّه ليعارض بشدّة إذا ما أثقلنا كاهله بمطالب و أوامر لا يكلف بها الآخرون .⁽¹⁾

هذه النزعات التي تقود المراهق و توجه سلوكه تجرد الكثير من الوسائل و الحلول من خلال التلفزيون ، لذلك صار هذا الأخير شديد التأثير عليه .

هذه أهمّ التأثيرات التي يمكن أن تظهر على المراهق ، و التي يسهل ملاحظتها من خلال مراقبة بسيطة لسلوكاته ، و رغم التأكيد تبقى هذه النقاط خاضعة دوما لطبيعة المراهق والتي قد تختلف من فرد للآخر و من طور مراهقة لآخر ، فما يصدق على ابن الاثني عشرة قد لا يصدق على ابن العشرين ، كما أنّ ما يمكن الجزم به لدى الصبيان قد لا نجده لدى الفتيات ، لذلك تبقى كثير من النتائج نسبية و تحتاج إلى كثير من الضبط خاصّة و أنّها متعلّقة بكثير من المتغيّرات و الاعتبارات .

(1) مصطفى فهمي ، مرجع سابق ، ص 248-249

خلاصة الفصل

تضمّن هذا الفصل - بداية - الحديث عن جمهور التلفزيون ، فالجمهور يتنوّع حسب عدده و سماته إلى فئات مختلفة ، كما أنّه يتنوّع حسب اهتماماته و درجة تقبّله للأراء و الأفكار المقدّمة له ، حتّى أنّه يتنوّع حسب الوسيلة الإعلامية التي يستعملها ، و المعروف أنّ العلاقة بين التلفزيون و جمهوره بدأت منذ اختراع هذا الجهاز الذي حاز على اهتمام كبير ، و تطوّرت هذه العلاقة حتّى بلغت درجة لم يعد بالإمكان فيها تحيّل بيت دون تلفزيون ، مع أنّ مفهوم هذه العلاقة قد تعدّى واقع التّعايش المجرّد إلى مرحلة تحقيق تأثير فعّال ، حيث تأكّد لنا أنّ للتلفزيون تأثير على مشاهديه على اختلاف فئاتهم .

و لأنّ الدّراسة هتّم بفتة محدّدة هي فتة المراهقين المتدرسين فقد كان من الضّروري التّعرف أوّلا على خصائص هذه الشّريحة الاجتماعية ؛ و قد اهتمّت جميع الدّراسات التي تناولت فتة المراهقين بالبحث أوّلا فيما يسمّى بـسيكولوجية المراهق ، ذلك أنّ هذه المرحلة هي مرحلة انتقالية من عمر الإنسان ممّا يعني عدم الاستقرار و الاضطراب ، وهذا يستوجب الكثير من الحذر في التّعامل معها. وعلى العموم فقد حاولت هذه الدّراسة الإحاطة بأهمّ خصائص هذه المرحلة من خلال تقديم الاتجاهات المختلفة في دراستها ثمّ أنماطها ، وكذا مظاهر التّموّ خلالها و التي يمكن أن تفسّر كثيرا من مواقف و سلوكات المراهقين .

كما اهتمّت الدّراسة في آخر هذا الفصل بمحاولة تحديد نوع العلاقة التي يمكن أن تجمع بين المراهق و التلفزيون ، بدءا بعادات المشاهدة وصولا إلى إحداث تأثير ، حيث أجمعت أغلب الدّراسات على أنّ اهتمام المراهق بالتلفزيون يقلّ في هذه المرحلة مقارنة بسابقتها (الطفولة) ، ومع هذا فإنّ التّعايش مع جهاز التلفزيون قد يحدث جملة من التّأثيرات على بعضهم : كالإدمان على المشاهدة و استغلال بعض مضامين التلفزيون في محاولة الهروب من الواقع و العيش في الخيال ، و أيضا استثارة العواطف و الميولات الجنسية ، و أخيرا المحاكاة و التّقليد .

- توزيع عينة الدراسة حسب السن

النسبة (%)	التكرارات	السن	
0,83	2	14	مراهقة وسطي [18 - 14]
1,25	3	15	
19,17	46	16	
33,33	80	17	
29,17	70	18	مراهقة متأخرة [21 - 19]
10	24	19	
5.42	13	20	
0,83	2	21	
100	240	المجموع	

جدول رقم (2)

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أكثرية أفراد العينة هم في مرحلة المراهقة الوسطى [18 - 14] ، حيث بلغ إجمالي نسبة هذه الفئة 83.75% أغلبها من ذوي السن الـ 17 و 18 ، أما بالنسبة للمراهقة المتأخرة [21 - 19] فقد مثلت السن 19 نسبة 10% و سن 20 الـ 5.42% ، كما شملت العينة بعضا من الأفراد الذين بلغ سنهم الـ 21 سنة ، رغم أن نسبة هؤلاء لم تتجاوز 0.83% من إجمالي الباحثين .

- توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

النسبة (%)	التكرارات	المستوى الدراسي
24,58	59	أولى ثانوي
57,08	137	ثانية ثانوي
18.34	44	ثالثة ثانوي
100	240	المجموع

جدول رقم (3)

الفصل الرابع :

عادات وأنماط مشاهدة المراهق لبرامج التلفزيون

أولاً : خصائص العينة

ثانياً : علاقة المراهق بالتلفزيون

ثالثاً : كثافة المشاهدة أمام التلفزيون

جامعة القادسية
الدراسات والبحوث
العلوم الإسلامية

توضّح بيانات الجدول أعلاه توزيع عيّنة الدّراسة حسب المستوى الدّراسي ، و رغم أنّ توزيع الاستمارات على المبحوثين كان عشوائياً إلا أنّ مستوى الثّانية ثانوي أخذ النّصيب الأوفر من أفراد العيّنة بنسبة 57.08% ، يليه مستوى أولى ثانوي بنسبة 24.58% ، أمّا مستوى الثّالثة ثانوي فقد احتلّ المركز الأخير بنسبة 18.34% من إجمالي العيّنة .

- توزيع عيّنة الدّراسة حسب التّخصّص

التّخصّص	التكرارات	النسبة(%)
أدبي	99	41,25
علمي	98	40,83
رياضي	27	11,25
علوم إسلاميّة	16	6,67
المجموع	240	100

جدول رقم (4)

من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أنّ غالبية التّلاميذ - أفراد العيّنة - من تخصّص أدب وعلوم طبيعة و حياة ، حيث بلغت نسبة تخصّص الآداب 41.25% ونسبة علوم الطّبيعة والحياة 40.33% ، في حين تلاميذ التّخصّص الرّياضي مثلوا ما نسبته 11.25%، وهناك أيضا تخصّص العلوم الإسلاميّة 6.67% ؛ ولعلّ هذا التنوّع يعكس تعدّد الأقسام الدّراسيّة الموجودة في المؤسّسات التّربوية من جهة ، و عدم توازنها من جهة أخرى حيث نجد أنّه تكثّر أقسام تخصّص علوم الطّبيعة و الحياة وكذا تخصّص الآداب على حساب باقي التّخصّصات .

- توزيع عيّنة الدّراسة حسب مكان السّكن

مكان السّكن	التكرارات	النسبة(%)
ريف	96	40
مدينة	144	60
المجموع	240	100

جدول رقم (5)

تحتل عادات المشاهدة وأنماطها أهمية حيوية في هذه الدراسة ، فهي تساعد على معرفة سلوك واتجاهات المراهقين نحو مختلف برامج التلفزيون .
وتتمثل عادات المشاهدة في كثافة اقبال المراهقين على البرامج والفقرات المختلفة من حيث: عدد أيام المشاهدة ، الأيام المفضلة للمتابعة ، الفترات التي تناسب المراهقين ، حجم المشاهدة للبرامج في اليوم ، ظروف المشاهدة جماعية أم فردية ، القنوات الفضائية التي يرغب المراهق في مشاهدتها . وبصفة عامة هي السمات العامة التي تميز جماهير التلفزيون . اذ من خلالها نتمكن من معرفة درجات التأثير المختلفة التي قد تتركها في ما بعد على سلوكيات واتجاهات وعادات المراهق .

أولاً: خصائص العينة

شملت عينة الدراسة فئة المراهقين المتمدرسين من تلاميذ المرحلة الثانوية بولاية عنابة ، وقد بلغ العدد النهائي المعتمد في هذا البحث 240 تلميذا وتلميذة موزعون كما يلي :

أ- توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة(%)
أنثى	148	61,67
ذكر	92	38,33
المجموع	240	100

جدول رقم (1)

يوضح هذا الجدول توزيع عينة الدراسة حسب الجنس ، و من خلال بياناته يتبين أن أفراد العينة غلب عليها الجنس الأنثوي بنسبة 61.67 % مقابل 38.33 % للذكور ، وهذا يعكس تركيبة المجتمع على العموم ، كما قد يفسر في بعض الحالات بالتسرب المدرسي لدى الذكور و اتجاههم مباشرة للعمل ، عكس الإناث اللواتي تفضّلن تحقيق المكانة الاجتماعية عن طريق الدراسة .

يوضّح هذا الجدول أنّ أغلب أفراد العيّنة هم من أهل المدينة حيث مثلت نسبة هؤلاء 60% ، في حين قدّرت نسبة التلاميذ القاطنين في منطقة ريفيّة بـ 40% من مجموع العيّنة .

- توزيع عيّنة الدّراسة حسب المستوى المادي

النسبة(%)	التكرارات	المستوى المادي
5	12	عالي
90	216	متوسّط
5	12	دون الوسط
100	240	المجموع

جدول رقم (6)

من خلال بيانات الجدول يتّضح أنّ أفراد العيّنة هم من ذوي المستوى المادي المتوسّط في الغالب و بنسبة 90% ، و في مقابل هذا تساوت باقي الطبقات حيث مثلت نسبة التلاميذ من ذوي المستوى العالي و ما دون المتوسّط ما قيمته 5% .
و تفسّر هذه النتائج المستوى المعيشي الغالب للأسرة الجزائرية ، حيث يمكن وصفه بالمتوسّط على العموم رغم وجود بعض الفئات الميسورة الحال و أخرى ضعيفة الدّخل ، إلا أنّ هذه الأخيرة يمكن لها أن تمتلك بعض أساسيات و متطلبات الحياة .

* علاقة المراهق بالتلفزيون

1- توزيع عيّنة الدّراسة حسب الوسيلة الإعلاميّة المستخدمة
في سؤال عن الوسيلة الإعلاميّة المستخدمة ، أجاب أفراد العيّنة كما هو مبين في الجدول التالي :

الترتيب العام	النسبة (%)	التكرارات	الوسيلة الإعلامية المستخدمة
3	18,90	165	الجريدة
1	23.83	208	التلفزيون
4	16,95	148	المجلات والمطبوعات
2	22,22	194	الانترنت
5	18.1	158	الراديو
/	100	873	المجموع

جدول رقم (7)

تبين من خلال بيانات الجدول أعلاه أن أفراد العينة يفضلون مشاهدة التلفزيون بالدرجة الأولى ، فقد حاز هذا الأخير على المرتبة الأولى من ترتيب اختيارات أفراد العينة بنسبة 23.83% ، كما احتلت الانترنت المرتبة الثانية بنسبة 22.22% ، ثم تأتي في الاختيار الثالث الجريدة 18.90% ، أما المجلات والمطبوعات فقد حازت على المركز الرابع بنسبة 18.90% ، و جاء في الأخير الراديو بنسبة 18.11% .

أ- توزيع عينة الدراسة حسب الوسيلة الإعلامية المستخدمة و طبقا للجنس

الوسيلة الإعلامية المستخدمة	الجنس			ذكر			أنثى			المجموع		
	ك	(%)	تج	ك	(%)	تج	ك	(%)	تج	ك	(%)	تج
الجريدة	104	18,77	3	61	19,12	3	165	18,90	3	165	18,90	3
التلفزيون	137	24,73	1	71	22,26	2	208	23,83	1	208	23,83	1
المجلات والمطبوعات	94	16,97	5	54	16,93	5	148	16,95	4	148	16,95	4
الانترنت	118	21,3	2	76	23,82	1	194	22,22	2	194	22,22	2
الراديو	101	18,23	4	57	17,87	4	158	18,1	5	158	18,1	5
المجموع	554	100	/	319	100	/	873	100	/	873	100	/

كافة المحسوبة - 1.13 بدرجة حرية 4 .
كافة الجدولية - 18.46 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و اختيار الوسيلة الإعلامية المستخدمة .
r = 0.9 .
النتيجة : هناك درجة من الارتباط طردية عالية و قوية بين المتغيرين .

جدول رقم (8)

يوضح هذا الجدول أن الإناث تفضّلن مشاهدة التلفزيون كاختيار أوّل بنسبة 24.73% ، أمّا الانترنت فقد احتلت المرتبة الثانية بنسبة 21.3% ، وهذا عكس الذكور الذين يفضّلون الانترنت على التلفزيون ، فقد حاز هذا الأخير على المرتبة الثانية لديهم بنسبة 22.26% مقابل 23.23% للانترنت ، أمّا الجريدة فقد جاءت في المركز الثالث لدى الجنسين (18.77% للإناث و 19.12% للذكور) ، وتتفق اختيارات الجنسين في اعتبار الرّاديو رابع وسيلة إعلاميّة يمكن استعمالها ، وكذا المجالات والمطبوعات التي احتلت المركز الأخير بنسبة 16.97% للإناث و 16.93% للذكور .

ويمكن تفسير هذه النتائج كون الإناث أكثر مكوّنا بالمتزل من الذكور ممّا يعني استعمالا أكثر للتلفزيون و اهتماما أكبر ببرامجه ، مقابل تردّد الذكور على مقاهي الانترنت خاصّة و أنّها توفّر حرّية أكبر لمستعملها في التفاعل مع مضمونها دون شريك أو رقيب .

كما أن اهتمامات الإناث المتعدّدة في المنزل لا تفسح المجال لاستخدام وسيلة أخرى غير التلفزيون ، فقد أشارت دراسة ميدانيّة أجريت على الفتيات المراهقات في منطقتي المنيا و أسبوط في الصّعيد المصري عام 2000 ، إلى أن الفتيات الملتحقات بالتعليم يوزّعن وقتهنّ اليومي في موسم الدّراسة بين المدرسة و المذاكرة في البيت و مشاهدة التلفزيون و المساعدة في أعمال المنزل و الخروج لتلقي الدّروس الخصوصيّة ، و زيارة الصّديقات و الجيران ، و في الصّيف ينشغلن بالأعمال المنزليّة و مشاهدة التلفزيون و الزّيارات .

من جهة أخرى أشارت بعض الدّراسات إلى أن الذكور أكثر عرضة لوسائل الإعلام على الرّغم من افتراض عدم وجود فروق في نسب المشاهدة بين المراهقين و المراهقات ، فالراهقون الذكور الملتحقون بالتعليم أكثر عرضة سواء كان تلفزيونيّا أو إذاعيّا أو صحفيا أو مجلّات ، أكثر من المراهقين غير الملتحقين بالمدارس و الجامعات ، و قد يكون ذلك بسبب أشغال الفئة الأخيرة في أعمال تتطلّب ساعات طويلة لا تترك لهم وقتا كافيا يشاهدون فيه التلفزيون .⁽¹⁾

(1) ما يشاهده المراهقون ، www.islam web.com (تاريخ الدّخول 10 أبريل 2007) .

ب- توزيع عينة الدراسة حسب الوسيلة الإعلامية المستخدمة و طبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة			ريف			مكان السكن
ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	الوسيلة الإعلامية المستخدمة	
3	18,90	165	18,63	87	19,21	78	الجريدة	
1	23,83	208	25,48	119	21,92	89	التلفزيون	
4	16,95	148	15,63	73	18,47	75	المجلات والمطبوعات	
2	22,22	194	22,91	107	21,43	87	الانترنت	
5	18,1	158	17,35	81	18,97	77	الراديو	
/	100	873	100	467	100	406	المجموع	

ك² المحسوبة - 2.76 بدرجة حرية 4 .
ك² الجدولية - 18.46 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و اختيار الوسيلة الإعلامية المستخدمة .
ر - 1 .
النتيجة : هناك درجة من الارتباط طردية عالية و قوية بين المتغيرين .

جدول رقم (9)

من خلال نتائج الجدول يتبين أن تلاميذ الريف والمدينة لا يختلفان في ترتيب الوسائل الإعلامية المستخدمة حسب الأفضلية ، فقد احتل التلفزيون المرتبة الأولى لدى الفئتين بنسبة 21.92% لسكان الريف و 25.48% لسكان المدينة ، كما احتلت الانترنت المرتبة الثانية لدى سكان الريف بنسبة 21.43% و بنسبة 22.91% لسكان المدينة ، وتتفق اختيارات المنطقتين أيضا في اعتبار الجريدة ثالث اختيار من ضمن الوسائل الإعلامية المتوفرة ، وعلى الرغم من أن المجلات و المطبوعات قد جاءت في المركز الأخير إلا أن نسبة اختيارها تتقارب مع باقي النتائج في كلا المنطقتين .

وتتوافق هذه النتائج مع نتائج دراسات سابقة أكدت على أن التلفزيون الوسيلة المفضلة لدى المراهقين من بين الوسائل الإعلامية الأخرى ، ففي دراسة أجرتها منظمة " اليونيسيف " على النشء المصري في الريف و الحضر بين سن 10 و 19 عاما ، تبين أن الغالبية العظمى منهم مشاهدون دائمون لشاشة التلفزيون على عكس الجرائد و المجلات و الكتب ، و لاحظت الدراسة التي أجرتها سعد الطويلة أنه كلما ابتعدنا عن القاهرة حيث تقل فرص الترفيه و وسائل ترفيهية وقت

الفراغ زادت نسبة مشاهدة التلفزيون بين المراهقين و المراهقات ، و كان السبب الأبرز الذي ذكره معظم الشباب لعدم إقبالهم على القراءة هو أنهم مشغولون في المذاكرة ، و أنه في حال وجود وقت فراغ فإنهم يفضلون تمشيته أمام التلفزيون . (1)

ج- توزيع عينة الدراسة حسب الوسيلة الإعلامية المستخدمة و طبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادي		الوسيلة الإعلامية المستخدمة
ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	
3	18,90	165	17,95	7	18,93	149	19,15	9	19,15	الجريدة
1	23,83	208	25,65	10	23,64	186	25,53	12	25,53	التلفزيون
4	16,95	148	15,38	6	17,15	135	14,89	7	14,89	المجلات و المطبوعات
2	22,22	194	20,51	8	22,24	175	23,41	11	23,41	الانترنت
5	18,1	158	20,51	8	18,04	142	17,02	8	17,02	الراديو
/	100	873	100	39	100	787	100	47	100	المجموع

ك² المحسوبة = 0.57 بدرجة حرية 8 .
ك² الجدولية = 18.46 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و اختيار الوسيلة الإعلامية المستخدمة .

جدول رقم (10)

لا تختلف بيانات هذا الجدول عن سابقه ، حيث يظهر أن ذوو المستوى المادي العالي يفضلون التلفزيون أكثر من أية وسيلة أخرى بنسبة 25.53% ، ثم الانترنت في المرتبة الثانية بنسبة 23.44% ، و الجريدة في المرتبة الثالثة 19.15% ، وفي المرتبة الرابعة الراديو بنسبة 17.02% ، وفي المرتبة الأخيرة المجلات و المطبوعات بنسبة 14.89% ؛ كذلك الحال بالنسبة للتلاميذ ذوي الدخل المتوسط و ما دونه حيث كان التلفزيون في الصدارة لكلا الفئتين بنسبة 23.64% و 25.65% ، بعده الانترنت (22.24% و 20.51%) ، و الجريدة في المرتبة الثالثة ثم الراديو وفي الأخير المجلات و المطبوعات .

(1) ما يشاهده المراهقون ، موقع سابق.

2- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مبرر اختيار الوسيلة الإعلامية

التكرارات	النسبة (%)	مبرر اختيار الوسيلة الإعلامية
14	5,83	توفر الوسيلة وسعة انتشارها
15	6,25	وسيلة للتواصل مع الآخرين
25	10.42	ما تقدمه متنوع وشامل
4	1,67	استغلالها في الدراسة
19	7.92	للحصول على المعلومات
24	10	عادات خاصة بالمراهق (سماع الأغاني، حبّ المطالعة ،...)
13	5,41	الوسيلة تثقيفية
7	2.92	وسيلة ترفيه وتسلية
26	10,83	وسيلة حديثة
4	1,67	وسيلة مشوقة
89	37,08	لا إجابة
240	100	المجموع

جدول رقم (11)

في محاولة لمعرفة مبررات اختيار الوسيلة الإعلامية المفضلة امتنع 37.08% من التلاميذ عن الإجابة ، في حين أجابت البقية بـ 10.83% لحدثة الوسيلة و 10.42% لكون ما تقدمه متنوع وشامل ، كما برّر البعض اختياره على أساس اهتماماته الخاصة كسماع الأغاني وحب المطالعة بنسبة 10% .

و أجاب المبحوثون أيضا بأسباب عديدة منها أنها سبيل للحصول على المعلومات بنسبة 7.92% ، و أنها وسيلة للتواصل مع الآخرين بـ 6.25%، وكونها متوفرة ومنتشرة بنسبة 5.83% ، ووسيلة تثقيفية بـ 5.41% في حين ذكر 2.92% أنها وسيلة ترفيهية وتسلية وأخيرا كانت نسبة من اعتبرها وسيلة مشوقة عدا عن كونها أداة يمكن استغلالها في الدراسة بنسبة 1.67%.

أ- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مبرر اختيار الوسيلة الإعلامية و طبقاً للجنس

الجنس	أنثى		ذكر		المجموع	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
مبرر اختيار الوسيلة الإعلامية						
توفر الوسيلة وسعة انتشارها	8	5,40	6	6,52	14	5,83
وسيلة للتواصل مع الآخرين	5	3,38	10	10,87	15	6,25
ما تقدمه متنوع وشامل	17	11,49	8	8,7	25	10,42
استغلالها في الدراسة	2	1,35	2	2,17	4	1,67
للحصول على المعلومات	14	9,64	5	5,43	19	7,92
عادات خاصة بالمرهق (سماع الأغاني، حبّ المطالعة، ...)	17	11,49	7	17,6	24	10
الوسيلة تثقيفية	6	4,05	7	17,6	13	5,41
وسيلة ترفيه وتسلية	4	2,70	3	3,26	7	2,92
وسيلة حديثة	12	8,11	14	15,22	26	10,83
وسيلة مشوقة	3	2,03	1	1,09	4	1,67
لا إجابة	60	40,54	29	31,52	89	37,08
المجموع	148	100	92	100	240	100
كأ ² المحسوبة - 13.45 بدرجة حرية 10 .						
كأ ² الجدولية - 29.59 بدرجة ثقة 99% .						
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و مبرر اختيار الوسيلة الإعلامية المستخدمة .						

جدول رقم (12)

يتبين من خلال متابعة نتائج الجدول أعلاه أن الإناث لم يجبن على مبرر اختيار الوسيلة الإعلامية بنسبة 40.54% و الذكور 31.52%، في حين بررت الإناث اختيارهن للتلفزيون على أن ما تقدمه متنوع وشامل وأن هنّ عادات خاصة بهن كالسماع للأغاني و مطالعة الكتب و المجلات بنسبة 11.49%، أما الذكور فكانت نسبة مبرر أن ما تقدمه الوسيلة الإعلامية متنوع وشامل 8.7%، و سماع الأغاني وحبّ المطالعة 7.61% غير أنهم اعتبروا مبرر اختيارهم للانترنت أنها وسيلة حديثة 15.22% مقابل 8.11% للإناث، كما حصل مبرر توفر الوسيلة وسعة انتشارها لدى الإناث على 5.40% و للذكور 6.52%، و ارتفعت نسبة مبرر أنها وسيلة للتواصل مع الآخرين 10.87% لدى الذكور عن الإناث 3.38%، وتأتي نسب باقي

الاحتمالات متفاوتة بعد هذه الاختيارات ، حيث لم يلغى أيّ من الجنسين أن يكون سبب تفضيله لبعض الوسائل أنّها تثقيفية أو مسلية أو مساعدة على الدّراسة أو حتى مشوّقة من خلال مضمونها .

ب- توزيع أفراد العيّنة حسب مبرّر اختيار الوسيلة الإعلاميّة وطبقا لمكان السّكن

مجموع		مدينة		ريف		مكان السّكن	مبرّر اختيار الوسيلة الإعلاميّة
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
5,83	14	4,86	7	7,29	7	توفّر الوسيلة وسعة انتشارها	
6,25	15	4,17	6	9,37	9	وسيلة للتواصل مع الآخرين	
10,42	25	10,42	15	10,42	10	ما تقدّمه متنوّع وشامل	
1,67	4	0,69	1	3,12	3	استغلالها في الدّراسة	
7,92	19	9,72	14	25,2	5	للحصول على المعلومات	
10	24	5,56	8	16,67	16	عادات خاصّة بالمرهق (سماع الأغاني، حبّ المطالعة، ...)	
5,41	13	3,47	5	8,33	8	الوسيلة تثقيفيّة	
2,92	7	2,08	3	4,17	4	وسيلة ترفيه وتسلية	
10,83	26	10,42	15	11,46	11	وسيلة حديثة	
1,67	4	1,39	2	2,08	2	وسيلة مشوّقة	
37,08	89	47,22	68	21,87	21	لا إجابة	
100	240	100	144	100	96	المجموع	
كآ ² المحسوبة - 32.52 بدرجة حرية 10 . كآ ² الجدوليّة - 29.59 بدرجة ثقة 99% . النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغيّر مكان السّكن و مبرّر اختيار الوسيلة الإعلاميّة المستخدمة .							

جدول رقم (13)

لم يجب تلاميذ الرّيف على مبرّر اختيار الوسيلة الإعلاميّة بنسبة 21.87%، و تلاميذ المدينة بنسبة 47.22%، أمّا من أجاب من تلاميذ الرّيف فيجدون في تفضيلهم للوسيلة الإعلاميّة مبرّرات خاصّة بعادات تعودوا عليها كسماع الأغاني المتنوّعة أو أنّهم يحبّون المطالعة ، حيث نال هذا الاختيار أعلى نسبة 16.67% ، أمّا كون ما تقدّمه متنوع وشامل فمثّل 10.42%،

و باعتبارها وسيلة حديثة 11.96%، و أنها وسيلة للتواصل مع الآخرين بنسبة 9.37% و أنها وسيلة تثقيفية 8.33%، و كونها متوفرة و واسعة الانتشار 7.29%، كما يحصلون من خلالها على المعلومات و التي قد تفيدهم في الدراسة بنسبة 3.12%، أما مبرر اعتبارها وسيلة ترفيهية و مسلية فكانت نسبتها 4.17% .

و تختلف هذه النسب عند تلاميذ المدينة ، فقد قدّم هؤلاء مبرر كون ما تقدّمه الوسيلة متنوع و شامل ، وأيضا أنها وسيلة حديثة بنسبة 10.42%، و أنها وسيلة للحصول على المعلومات 9.72%، ثم يجيء مبرر أنّ لهم عادات خاصّة كالاستماع للأغاني وحب المطالعة 5.56%، ثم تنخفض النسب بعد ذلك في المبررات الآتية : كونها وسيلة متوفرة ومنتشرة 4.86%، و أنها وسيلة للتواصل مع الآخرين 4.17%، و أنها وسيلة للتثقيف 3.47% و وسيلة مشوّقة 1.37%.

و الملاحظ أنّ مكان السكن عامل مهمّ في اختيار الوسيلة ، فإذا كان سكان الريف قد تعودوا على هوايات المطالعة و سماع الأغاني فإنّ سكّان المدينة يهتمّون بكلّ ما هو جديد و حديث ، و من خلال حساب كاس² فإنّ قيمته 32.52 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدوليّة المقدّرة بـ 29.59 بدرجة ثقة بلغت 99% ، تدلّ على احتمال وجود علاقة بين المتغيّرين (مكان السكن و مبرر تفضيل الوسيلة الإعلاميّة) ؛ و بحساب معامل التوافق ق من كاس² نجد أنّ قيمته المقدّرة بـ 0.35 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدّا بين الظاهرتين ، بمعنى أنّهما يختلفان معا أو أنّ هناك فروقا بينهما .

ج- توزيع أفراد العينة حسب مبرر اختيار الوسيلة الإعلامية و طبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	مبرر اختيار الوسيلة الإعلامية
5,83	14	0	0	5,09	11	25	3	توفّر الوسيلة وسعة انتشارها
6,25	15	8,33	1	6,02	13	8,33	1	وسيلة للتواصل مع الآخرين
10,42	25	8,33	1	10,65	23	8,33	1	ما تقدّمه متنوع وشامل
1,67	4	8,33	1	1,39	3	0	0	استغلالها في الدراسة
7,92	19	0	0	8,79	19	0	0	للحصول على المعلومات
10	24	8,33	1	10,18	22	8,34	1	عادات خاصة بالمرهق (سماع الأغاني، حبّ المطالعة،...)
5,41	13	8,33	1	5,56	12	0	0	الوسيلة تثقيفية
2,92	7	8,33	1	2,78	6	0	0	وسيلة ترفيه وتسلية
10,83	26	8,34	1	10,65	23	16,67	2	وسيلة حديثة
1,67	4	0	0	1,85	4	0	0	وسيلة مشوقة
37,08	89	41,68	5	37,04	80	33,33	4	لا إجابة
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع

كاً المحسوبة - 17.75 بدرجة حرية 20 .
 كاً الجدولية - 45.32 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادّي و مبرر اختيار الوسيلة الإعلامية المستخدمة .

جدول رقم (14)

يتضح من خلال الجدول أنّ ذوو المستوى المادّي العالي لم يجيبوا على مبرر الوسيلة بنسبة 33.33% ، أمّا من دخل عائلتهم متوسط فقد امتنعوا بنسبة 37.04% ، في حين بلغت نسبة من دخل عائلتهم دون المتوسط 41.68%، ونجد أيضاً أنّ بيانات هذا الجدول تباينت عند كلّ مستوى فالذين لهم دخل عالي اعتبروا أنّ توفّر الوسيلة وسعة انتشارها هو المبرر الأساسي لاختيارهم فبلغ 25% ، غير أنّه عند ما دون المتوسط منعدم وعند متوسطي الدّخل بلغ 15.09% من مجموع التكرارات ، ثم كان مبرر أنّ الوسيلة حديثة في المرتبة الثانية عند ذوي الدّخل العالي 16.67%، ثم انخفضت النسب في باقي المبررات : وسيلة للتواصل ، وأنّ ما تقدّمه متنوع وشامل ، و أنّها عادات خاصة بالمرهق بنسبة 8.39% ، ثم انعدمت في المبررات الأخرى كونها وسيلة مسلية ومشوقة، ومثقفة...

أما التلاميذ الذين دخلت عائلاتهم متوسط فلاحظ أن أعلى نسبة كون ما تقدّمه متنوع وشامل وكذلك أنّها وسيلة حديثة 10.65% و وسيلة يحصلون من خلالها على المعلومات 8.79% ، وهي وسيلة للتواصل مع الآخرين بنسبة 6.02% ، وتكاد تنعدم النسب في المبررات التالية : استغلالها في الدراسة 1.39% ، وأنّها وسيلة ترفيه وتسلية 2.78% ووسيلة مشوّقة 1.85% ؛ أمّا من كان دخل عائلتهم دون المتوسط فقد اعتبروا أنّ تفضيلهم للوسيلة الإعلامية راجع إلى مجموعة من المبررات وكلّها بنسب مماثلة : كونها وسيلة للتواصل وأنّها تقدّم برامج متنوعة وشاملة وهي وسيلة مسلية ومثقفة وحديثة بنسبة 08.33% ، ولم يعتبروا توفرها وسعة انتشارها وما تقدّمه مشوق ، وأنّها وسيلة للمعلومات كمبررات لتفضيل اختيارهم الوسيلة .

3- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد التلفزيونات التي تملكها أسرهم

عدد التلفزيونات	التكرارات	النسبة(%)
واحد	65	27,08
اثنان	110	45,83
ثلاثة	45	18,75
أربعة	20	8.34
المجموع	240	100

جدول رقم (15)

يوضح هذا الجدول توزيع عينة الدراسة حسب عدد التلفزيونات ، حيث نجد أن معظم أفراد العينة هم من أسر تمتلك تلفزيونين اثنين بنسبة 45.83% ، ثم تأتي نسبة التلاميذ الذين تمتلك أسرهم جهازا واحدا 27.08% ، وأمّا من تمتلك أسرهم ثلاثة أجهزة فقدّرت نسبتهم بـ 18.74% ، ثم تنخفض إلى 08.34% لدى التلاميذ الذين تمتلك أسرهم أربعة أجهزة .

و تؤكد هذه النتائج ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة كدراسة صديقي رشيد " أثر التلفزيون في تكوين ثقافة المراهقين " من أنّ التلفزيون يشهد انتشارا واسعا في أوساط الأسرة الجزائرية ، وذلك لسدّ الفراغ الثقافي و الترفيهي الذي يعاني منه المواطنون .

أ- توزيع أفراد العينة حسب عدد التلفزيونات التي تملكها أسرهم و طبقا للجنس في سؤال عن عدد التلفزيونات التي تملكها أسر الباحثين أجاب أفراد العينة بدلالة الجنس كالآتي:

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس	عدد التلفزيونات
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
27,08	65	21,74	20	30,41	45	واحد	
45,83	110	47,83	44	44,59	66	اثنان	
18,75	45	16,30	15	20,27	30	ثلاثة	
8,34	20	14,13	13	4,73	7	أربعة	
100	240	100	92	100	148	المجموع	

ك² المحسوبة - 8.19 بدرجة حرية 3 .
ك² الجدولية - 16.27 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و عدد التلفزيونات التي يملكها أفراد العينة .

جدول رقم (16)

حسب بيانات هذا الجدول فإنَّ الجنسين (إناث ، ذكور) يمتلكون جهازان اثنان في المنزل على الغالب ، فقد بلغت إجابة الإناث على هذا الاختيار 44.59% و الذكور 47.83% ، تلتها نسبة من تمتلك أسرهم جهازا واحدا (30.41% ، 21.74%) ، ثم نسبة من تمتلك أسرهم ثلاثة أجهزة (20.27% ، 16.30%) ، و في الأخير جاءت نسبة من تملك أسرهم أربعة أجهزة والتي كانت مرتفعة لدى الذكور مقارنة بالإناث (14.13% ، 4.73%) .
ب- توزيع أفراد العينة حسب عدد التلفزيونات التي تملكها أسرهم وطبقا للسكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	عدد التلفزيونات
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
27,08	65	27,08	39	27,08	26	واحد	
45,83	110	43,06	62	50	48	اثنان	
18,75	45	18,75	27	18,75	18	ثلاثة	
8,34	20	11,11	16	4,17	4	أربعة	
100	240	100	144	100	96	المجموع	

ك² المحسوبة - 3.94 بدرجة حرية 3 .
ك² الجدولية - 16.27 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و عدد التلفزيونات التي يملكها أفراد العينة

جدول رقم (17)

تتفق نتائج هذا الجدول على أن التلاميذ الذين يقطنون في الريف تمتلك أسرهم جهازان اثنان بنسبة أكبر من كل النسب الأخرى قيمتها 50%، كذلك بالنسبة للتلاميذ الذين يقطنون في المدينة 43.06%، قبل أن تأتي في المرتبة الثانية نسبة من يمتلكون جهازا واحدا في كلتا المنطقتين و بنفس النسبة 27.08%، أما المرتبة الثالثة فكانت لمن يمتلكون ثلاثة أجهزة حيث بلغت في الريف 18.75% وفي المدينة 18.75%، كما تدل النسب الأخيرة (4.17%، 11.11%) على أنه توجد بعض الأسر التي تملك حتى أربعة تلفزيونات و لو كان ذلك في منطقة ريفية .

ج- توزيع أفراد العينة حسب عدد التلفزيونات التي تملكها أسرهم وطبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		عدد التلفزيونات
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	
27,08	65	33,33	4	27,31	59	16,67	2	واحد
45,83	110	41,67	5	46, 3	100	41,66	5	اثنان
18,75	45	25	3	18,06	39	25	3	ثلاثة
8.3	20	0	0	8,33	18	16,67	2	أربعة
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع

ك² المحسوبة = 3.31 بدرجة حرية 6 .
ك² الجدولية = 22.46 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و عدد التلفزيونات التي يملكها أفراد العينة .

جدول رقم (18)

من خلال بيانات الجدول يتبين أن التلاميذ الذين مستوى عائلتهم المادي عالي يمتلكون جهازان اثنان بأكبر نسبة 41.66%، ثم تأتي نسبة من تمتلك أسرهم ثلاثة أجهزة بـ 25%، من جهة أخرى تساوت نسبة من يمتلكون أربعة أجهزة مع من يمتلكون جهازا واحدا وقدّرت هذه النسبة بـ 16.67%، أما بخصوص التلاميذ الذي مستوى دخل عائلتهم متوسط فإنهم يمتلكون جهازا تلفزيون بنسبة 46.3% و جهازا واحدا بنسبة 27.31%، وكانت نسبة 18.06% من

نصيب من يملكون ثلاثة أجهزة ، في حين حازت على النسبة الضعيفة 8.33% من تملك أسرهم أربعة أجهزة .

في المقابل نجد التلاميذ الذين مستوى عائلتهم المادي دون المتوسط يملكون جهازان اثنان بنسبة 41.67% ، و جهازا واحدا بنسبة 33.33%، ثم ثلاثة أجهزة 25% ، في حين تنعدم نسبة من يملكون أربعة أجهزة .

و لعلّه من الواضح أنّ المستوى المادي للأسرة يتحكّم في عدد أجهزة التلفزيون الموجودة في المنزل، فإذا كان ذوو المستوى المادي العالي يمتلكون حتى أربعة أجهزة فإنّ ضعيفي الدخل مهما تعدّدت لديهم التلفزيونات فإنّها لن تتجاوز ثلاثة أجهزة .

4- توزيع أفراد عيّنة الدراسة حسب نوع البرابول المستخدم

نوع البرابول	التكرارات	النسبة(%)
جماعي	48	20
فردى	91	37.92
لا جواب	101	42,08
المجموع	240	100
رقمي	199	82.92
عادي	22	9,17
لا جواب	19	7,91
المجموع	240	100

جدول رقم (19)

و لمعرفة نوع جهاز الاستقبال الذي يتمّ من خلاله التقاط برامج الفضائيات لدى عيّنة الدراسة ، هل هو من النوع الفردي أو الجماعي أو هو الرقمي أو العادي ؟ فإنّ إجابة معظم أفراد العيّنة تدلّ على أنّهم يعتمدون في التقاط برامج الفضائيات على النظام الفردي بنسبة 37.92% ، أمّا الجماعي فكانت نسبته 20% ، كما يتّضح أيضا أنّ أفراد العينة اندمجوا مع النظام الرقمي فكانت أكبر نسبة لهذه الخدمة مقدّرة بـ 82.92%، في حين لم يتجاوز النظام العادي 9.17% ، هذه

النتائج إن دلت على شيء إنما تدلّ على مدى انتشار التلفزيونات المزوّدة بنظام استقبال رقمي وفردى ، بسبب انخفاض تكلفة أجهزة الاستقبال التلفزيونية ، مما يساعد على التقاط الكثير من القنوات الفضائية التفاعلية التي تربط بين الجمهور والوسيلة ، إضافة إلى تحسين الخدمة التلفزيونية المقدّمة و المتمثلة أساسا في وضوح الصورة والصّوت... إلخ...

أ- توزيع أفراد العينة حسب نوع البرابول المستخدم و طبقا للجنس

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس	نوع البرابول
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
20	48	23,91	22	17.57	26	جماعي	
37.92	91	50	46	30,40	45	فردى	
42,08	101	26.09	24	52.03	77	لا جواب	
100	240	100	92	100	148	المجموع	
82.92	199	88,04	81	79.73	118	رقمي	
9,17	22	54,3	4	12,16	18	عادي	
7,91	19	17,6	7	8,11	12	لا جواب	
100	240	100	92	100	148	المجموع	

كآء المحسوبة - 12.96 و 4.27 بدرجة حرية 2 .
 كآء الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و نوع البرابول الذي يملكه أفراد العينة .

جدول رقم (20)

يظهر من خلال بيانات هذا الجدول أنّ النظام الفردي لجهاز الاستقبال لدى الذكور أخذ أكبر نسبة 50 % مقارنة بـ 30.40 % لدى الإناث ، و كذلك أخذ النظام الجماعي عند الذكور أعلى نسبة 23.91 % مقابل 17.57 % عند الإناث مما يدلّ على أنّ الذكر يحبّ الاستقلالية و تعدّد الاختيارات في المشاهدة أكثر من الأنثى ، التي قد ترضخ لما هو متوفّر في البيت ، من جهة أخرى نجد اختيارات النظام الرقمي متقاربة لدى الإناث والذكور (88.04 % و 79.73 %) ، أمّا النظام العادي فهو ضعيف النسبة لدى الذكور 4.35 % ، و معتبر لدى الإناث

12.16 % ، ويمكن تفسير هذه النتائج على أنه لا اختلاف بين الجنسين في التطلع إلى امتلاك خدمة تلفزيونية متنوّعة و شاملة وذات كفاءة عالية أيضا .

ب- توزيع أفراد العينة حسب نوع البرابول المستخدم وطبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن / نوع البرابول
		(%)	ك	(%)	ك	
20	48	22.92	33	15,62	15	جماعي
37.92	91	35,41	51	41,67	40	فردى
42,08	101	41,67	60	42.71	41	لا جواب
100	240	100	144	100	96	المجموع
82.92	199	81,94	118	84,37	81	رقسى
9,17	22	47,6	11	11.46	11	عادي
7,91	19	10.42	15	4,17	4	لا جواب
100	240	100	144	100	96	المجموع

كأ² المحسوبة - 2.14 و 3.8 بدرجة حرية 2 .
 كأ² الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و نوع البرابول الذي يملكه أفراد العينة .

جدول رقم (21)

من خلال هذا الجدول يتبين أن نسبة 41.67% من سكان الريف لم يتمكنوا من تحديد نوع الاستقبال المتصل بجهاز التلفزيون (جماعي أم فردي) ، ومع هذا ارتفعت نسبة من أجابوا بالاستقبال الفردي لدى هذه الفئة حيث بلغت 42.71% مقابل 15.62% فقط للاستقبال الجماعي ، أما سكان المدينة فقد بلغت نسبة استقبالهم الفردي 35.41% مقابل 22.92% للاستقبال الجماعي ، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الاستقبال الجماعي يكثر في المدينة و لدى سكان البنايات بشكل أساسي ، فعلى الرغم من تواجد هذا النظام في المناطق الريفية إلا أنه ليس بالدرجة التي تعرفها التجمعات السكنية العمرانية .

و بخصوص النظام الرقمي فإن سكان الريف يفضلون استخدامه بدل العادي ، وهذا ما دلت عليه نسبة 84.37% التي حصل عليها من خلال أجوبة المبحوثين ، و الأمر ذاته بالنسبة لسكان المدينة مع أن النظام العادي لديهم يأخذ نسبة معتبرة 47.6% ، رغم أن ذلك لا يعني أنه بديل عن الرقمي بل هو إضافي في كثير من المرات ، خاصة مع تعدد أجهزة التلفزيون في المنزل .

ج- توزيع أفراد العينة حسب نوع البرابول المستخدم وطبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادي	نوع البرابول
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
20	48	25	3	18,98	41	33,33	4	جماعي	
37.92	91	41,67	5	36,57	79	58,33	7	فردى	
42,08	101	33,33	4	44.45	96	48,3	1	لا جواب	
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع	
82.92	199	91,67	11	82.41	178	83,33	10	رقمي	
9,17	22	8,33	1	9,72	21	0	0	عادي	
7,91	19	0	0	7,87	17	16,67	2	لا جواب	
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع	

كأ² المحسوبة - 6.55 و 3.41 بدرجة حرية 4 .
 كأ² الجلووية - 18.46 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و نوع البرابول الذي يملكه أفراد العينة .

جدول رقم (22)

حسب إجابات المبحوثين يظهر أن ذوي المستوى المادي العالي يمتلكون نظام استقبال فردي بنسبة عالية 58.33% ، وكذلك الأمر لدى ذوي الدخل دون المتوسط بنسبة 41.67% ، في حين لم تحدّد نسبة 44.45% من متوسطي الدخل نوع الاستقبال ، على الرغم من أن 36.57% منهم أجابوا بالنوع الفردي مقابل 33.33% للاستقبال الجماعي ، وهذه نسبة مرتفعة مقارنة بما لدى ذوي الدخل العالي 8.34% ، أما بالنسبة للنظام الرقمي و العادي فإن ذوي المستوى العالي ممن أجابوا يملكون النظام الرقمي فقط ، في حين ترتفع النسب لدى متوسطي الدخل

و ما دون ذلك عند هذا الاختيار (82.41% و 91.67%) ، وهناك نسبة أخرى من هؤلاء تملك بالإضافة إلى النظام الرقمي النظام العادي .

5- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب درجة مشاهدتها للتلفزيون

يلعب الحجم الزمني للمشاهدة دورا هاما في التأثير الإعلامي على المشاهدين ، فكلما كان حجم المشاهدة واسعا كلما كان التأثير عميقا ، حيث يتنقص هذا الحجم من اهتمامات و عادات أخرى ، و الملاحظ من بيانات هذه الدراسة أنه يقبل على مشاهدة برامج التلفزيون حوالي 233 تلميذا و تلميذة من المجموع الكلي وهي نسبة كبيرة تتفق مع نتائج العديد من الدراسات الميدانية التي أجريت في العديد من الدول العربية منها الجزائر[☆] ، و التي توضح حجم انتشار عادة مشاهدة التلفزيون بين التلاميذ و مكانته في حياتهم ، حتى صار بالإمكان القول أن مشاهدة التلفزيون أصبحت ظاهرة اتصالية شائعة بينهم .

التسبة(%)	التكرارات	مشاهدة التلفزيون
32,08	77	دائما
25.84	62	غالبا
34,58	83	أحيانا
4,58	11	نادرا
2.92	7	أبدا
100	240	المجموع

جدول رقم (23)

و تختلف درجات مشاهدة التلاميذ - عينة الدراسة - حيث يُظهر الجدول أن معظم التلاميذ يشاهدون التلفزيون في بعض الأحيان بنسبة 34.58% ، و بصفة دائمة بنسبة 32.08% ،

[☆] على سبيل المثال : عبد الله بوجلال - الأطفال و التلفزيون في الجزائر " دراسة ميدانية " - ، ص 128 و عاطف عدلي العبد - برامج الأطفال التلفزيونية - ، ص 185 و السعيد دراجي - عادات و أنماط المشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية " دراسة ميدانية باكماليات مدينة قسنطينة " - ، ص 123 .

و تنخفض هذه النسبة قليلا عند غالبية المشاهدة لتبلغ 25.84 % ، ومقابل هذه النسب المرتفعة تتضاءل نسبة احتمال عدم المشاهدة لنجدها لا تتعدى 2.92 % .

أ- توزيع أفراد العينة حسب درجة مشاهدتها للتلفزيون وطبقا للجنس

الجنس	أنثى		ذكر		المجموع		مشاهدة التلفزيون
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	
دائما	57	38,51	20	21,74	77	32,08	
غالبا	38	25,68	24	26,09	62	25,84	
أحيانا	45	30,41	38	41,30	83	34,58	
نادرا	4	2,70	7	17,6	11	4,58	
أبدا	4	2,70	3	3,26	7	2,92	
المجموع	148	100	92	100	240	100	

ك² المحسوبة - 9.97 بدرجة حرية 4 . $q = 0.2$
ك² الجدولية - 9.49 بدرجة ثقة 95% .
النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس ومدى مشاهدة التلفزيون .

جدول رقم (24)

تعكس نتائج هذا الجدول حجم مشاهدة التلفزيون عند كلا الجنسين ، و الملاحظ أن مشاهدة التلفزيون بصفة دائمة أخذت النسبة الأكبر عند الإناث بـ 38.51 % مقابل 21.68 % لدى الذكور ، و هذا يعكس طبيعة الأنثى في حب المتابعة لبرامج التلفزيون بحكم مكوثها في البيت ، كذلك ليس لديها اختيارات كثيرة عكس الذكر القادر على ممارسة نشاطات عديدة خارج المنزل كالانترنت أو مجالسة الأصدقاء أو الذهاب إلى السينما ، و تتقارب نسبة مشاهدة التلفزيون على الغالب عند كلا الجنسين لتبلغ 25.68% عند الإناث و 26.09 % عند الذكور ، و الصفة الغالبة لدى الذكور هي مشاهدتهم للتلفزيون أحيانا حيث تقدّر بـ 41.80 % ، كما أجاب 2.70 % من الإناث بأنهم نادرا ما يشاهدون التلفزيون ، و زادت نسبة الذكور عن هذه النسبة لتبلغ 7.61 % ، مما يعني أن للذكور أنشطة عديدة أخرى يمكن لها أن تؤثر على عادة مشاهدة التلفزيون .

وتؤكد هذه العلاقة قيمة χ^2 المحسوبة والتي قدرت بـ 9.79 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدولية المقدرة بـ 9.49 بدرجة ثقة بلغت 95% ، مما يدل على احتمال وجود علاقة بين المتغيرين (الجنس و درجة مشاهدة التلفزيون) ؛ وبحساب معامل التوافق Q من χ^2 نجد أن قيمته المقدرة بـ 0.2 تدل على وجود توافق ضعيف جدًا بين الظاهرتين ، بمعنى أنهما يختلفان معاً أو أن هناك فروقا بينهما .

ب- توزيع أفراد العينة حسب درجة مشاهدتها للتلفزيون وطبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن / مشاهدة التلفزيون
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	
32,08	77	41,67	60	17,71	17	دائما
25,84	62	25,69	37	26,04	25	غالبا
34,58	83	28,47	41	43,75	42	أحيانا
4,58	11	4,17	6	15,2	5	نادرا
2,92	7	0	0	7,29	7	أبدا
100	240	100	144	100	96	المجموع

χ^2 المحسوبة - 24.83 بدرجة حرية 4 .
 $Q = 0.3$
 χ^2 الجدولية - 18.46 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن ومدى مشاهدة التلفزيون .

جدول رقم (25)

يتبين من خلال نتائج هذا الجدول أن مشاهدة التلفزيون لدى التلاميذ الذين يقطنون في الريف أخذت النسبة الأكبر في بعض الأحيان بـ 43.75% ، في المقابل تنخفض القيمة عند القاطنين في المدينة لتبلغ 28.47% ، كما نجد أن المشاهدة بصفة غالبا هي متقاربة النسب لدى كلا من سكان الريف و المدينة 26.04% و 25.69% ، كما تبين أن تلاميذ المدينة دائمو المشاهدة بنسبة تقدر بـ 41.67% على عكس تلاميذ الريف إذ تنخفض بـ 17.71% ، كما تقاربت نسب احتمال ندرة المشاهدة بقيمة أقل فكانت في الريف 5.21% و 4.17% في

المدينة ، أمّا عن انعدام المشاهدة فقد قدرّت بـ 7.29 % عند تلاميذ الرّيف فيما انعدمت لدى تلاميذ المدينة .

وتؤكّد قيمة χ^2 المحسوبة و التي قدرّت بـ 24.83 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدوليّة المقدّرة بـ 18.46 بدرجة ثقة بلغت 99% ، على احتمال وجود علاقة بين المتغيّرين (مكان السّكن و درجة مشاهدة التّلفزيون) ؛ وبحساب معامل التّوافق χ من χ^2 نجد أنّ قيمته المقدّرة بـ 0.3 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدّا بين الظّاهرتين ، بمعنى أنّهما يختلفان معا أو أنّ هناك فروقا بينهما .

ج- توزيع أفراد العيّنة حسب درجة مشاهدتها للتّلفزيون وطبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	
32,08	77	0	0	33,33	72	41,67	5	دائما
25.84	62	41,67	5	24.08	52	41,67	5	غالبا
34,58	83	50	6	34,72	75	16,66	2	أحيانا
4,58	11	8,33	1	4,63	10	0	0	نادرا
22,9	7	0	0	3,24	7	0	0	أبدا
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع

χ^2 المحسوبة - 10.52 بدرجة حريّة 8 .
 χ^2 الجدوليّة - 26.12 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر المستوى المادّي و مدى مشاهدة التّلفزيون .

جدول رقم (26)

عند ملاحظة بيانات هذا الجدول يتبين أنّ أكبر النّسب كانت لدرجة المشاهدة أحيانا فلدى أصحاب الدّخل ما دون المتوسط بلغت نسبة هذا الاحتمال 50 % ، ثمّ انخفضت قليلا مع متوسطي الدّخل 34.72% ، إلى أن بلغت 16.66 % عند ذوي الدّخل العالي ، و بنفس القيمة 41.67% أجاب ذوو الدّخل العالي و ما دون المتوسط بالمشاهدة غالبا ، في حين قدرّت لدى متوسطو الدّخل بـ 24.08% ، و فيما تنعدم الدّرجات السّلبية للمشاهدة لدى أصحاب

الدّخل العالي و ما دون المتوسط نجد بعضا من متوسطي الدّخل قد أجابوا بعدم المشاهدة ، حيث مثلت نسبة هؤلاء 3.24% .

د- توزيع أفراد العينة حسب درجة مشاهدتها للتلفزيون وطبقا للمستوى الدّراسي

المجموع		ثالثة ثانوي		ثانية ثانوي		أولى ثانوي		المستوى الدّراسي	مشاهدة التلفزيون
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
32,08	77	13.64	6	38.69	53	30.51	18	دائما	
25.84	62	31.82	14	22.62	31	28,81	17	غالبا	
34,58	83	52,27	23	29,93	41	32.21	19	أحيانا	
4,58	11	0	0	6,57	9	93,3	2	نادرا	
2.92	7	2,27	1	92,1	3	5,08	3	أبدا	
100	240	100	44	100	137	100	59	المجموع	

ك² المحسوبة = 17.51 بدرجة حرية 8 . $F = 0.26$
ك² الجدولية = 15.51 بدرجة ثقة 95% .
النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى الدّراسي و مدى مشاهدة التلفزيون .

جدول رقم (27)

في محاولة لمعرفة العلاقة بين متغير المستوى الدّراسي و درجات المشاهدة تبين من خلال الجدول أعلاه أنّ تلاميذ السنة الأولى و الثالثة يشاهدون التلفزيون أحيانا (32.21% و 52.27%) ، أمّا تلاميذ السنة الثانية فيشاهدونه دائما بنسبة 38.69% ، ويمكن تفسير هذه النتائج على حسب متطلبات كلّ سنة دراسية فالأولى تعني مرحلة انتقالية جديدة كانت من المتوسط إلى الثانوي ، و الثالثة تعني مرحلة حساسة (شهادة البكالوريا) ممّا يتطلّب اهتماما أكبر بالدراسة على حساب مشاهدة التلفزيون ، أمّا السنة الثانية فهي تعني الاستقرار ، ممّا يسمح بمشاهدة دائمة للتلفزيون ، ومع أنّ العينة لم تعطي نسبا معتبرة لعدم المشاهدة إلاّ أنّه يمكن القول بدلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى الدّراسي و درجة المشاهدة ، وهذا ما كشفت عنه قيمة ك² المحسوبة و التي قدرّت بـ 17.51 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدولية المقدّرة بـ 15.51 بدرجة ثقة بلغت 95% ، ممّا يدل على احتمال وجود علاقة بين المتغيرين (المستوى الدّراسي و درجة

مشاهدة التلفزيون) ؛ وبحساب معامل التوافق ق من K^2 نجد أن قيمته المقدرة بـ 0.26 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدًا بين الظاهرتين ، بمعنى أنّهما يختلفان معا أو أنّ هناك فروقا بينهما .

6- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب أيام مشاهدتها للتلفزيون

أيام المشاهدة	التكرارات	النسبة(%)
السبت	34	7,93
الأحد	19	4,43
الاثنين	63	14,68
الثلاثاء	21	4.9
الأربعاء	20	4,66
الخميس	91	21,21
الجمعة	95	22,14
كلّ أيام الأسبوع	86	20.05
المجموع	429	100

جدول رقم(28)

من أجل استكمال البحث في عادات مشاهدة المراهقين للتلفزيون تمّ سؤال أفراد العينة عن أيام المشاهدة ، والتي يمكن من خلالها معرفة كثافة المشاهدة على مدى أسبوع كامل ، وقد بيّنت الإجابات المتحصّل عليها أنّ مشاهدة التلفزيون أصبحت عادة يومية عند تلاميذ الثانويات ، حيث ظهر أنّ أفراد العينة يشاهدون البرامج كلّ أيام الأسبوع بنسبة 20.05% مع أنّ كثافة المشاهدة تعرف درجتها العليا نهاية الأسبوع (الخميس و الجمعة) حيث عرف هذان اليومان نسبا عالية (21.21% ، 22.14%) ، كما تعرف كثافة المشاهدة درجة متوسطة يوم الاثنين 14.68% على أساس أنّ المؤسسات التربوية تتفق في أغلبها على اتّخاذ مساء يوم الاثنين عطلة مدرسية ، أمّا باقي أيام الأسبوع فهي تعرف كثافة مشاهدة دنيا (7,93% ، 4.43% ، 4.9% ، 4.66%) .

أ- توزيع أفراد العينة حسب أيام مشاهدتها للتلفزيون وطبقا للجنس

الجنس	أنثى		ذكر		المجموع	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
أيام المشاهدة						
السبت	13	45,1	21	11,93	34	7,93
الأحد	5	1,98	14	7,95	19	4,43
الاثنين	42	16,60	21	11,93	63	14,68
الثلاثاء	12	4,74	9	5,11	21	4,9
الأربعاء	7	2,77	13	7,39	20	4,66
الخميس	59	23,32	32	18,18	91	21,21
الجمعة	65	25,69	30	17,05	95	22,14
كل أيام الأسبوع	50	19,76	36	20,46	86	20,05
المجموع	253	100	176	100	429	100

ك² المحسوبة = 25.56 بدرجة حرية 7 .
ك² الجدولية - 24.32 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و أيام مشاهدة التلفزيون .

جدول رقم (29)

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن نسب المشاهدة متوافقة على العموم بين الذكور والإناث ، حيث نجد أن نسبة 25.69% من الإناث تشاهد التلفزيون يوم الجمعة ، ونسبة أخرى بلغت 23.32% تشاهده يوم الخميس ، أما الذكور فترتفع نسبة المشاهدة يوم الخميس عنها يوم الجمعة (18.18% ، 17.05%) ، ويمكن تفسير ذلك بتوجه الذكور إلى بعض النشاطات يوم الجمعة على اعتبار أنه يوم عطلة كامل ، وعليه يمكن ملاحظة أن كثافة المشاهدة تعرف ارتفاعا كبيرا نهاية الأسبوع لكلا الجنسين ، ويتفق الجنسان أيضا على أن المشاهدة اليومية تحظى باهتمامهم بنسبة 19.76% للإناث و 20.46% للذكور ، فيما تعرف كثافة المشاهدة درجة وسطى لدى الإناث يوم الاثنين بنسبة 16.6% ، ولدى الذكور يومي الاثنين و السبت بنسبة 11.93% ، أما باقي الأيام فهي ضعيفة الكثافة لدى الإناث و الذكور .

وقد تأكد وجود علاقة بين متغير الجنس و أيام المشاهدة من خلال إخضاع الجدول أعلاه لاختبار كاي مربع ، حيث بلغت قيمته المحسوبة **25,56** وهي أكبر من القيمة الجدولية **24,32** بدرجة حرية **7** و بثقة **99/** ويمكن أن نستنتج في حدود هذه الدراسة أن التلاميذ يختلفون عن التلميذات في درجة الإقبال على المشاهدة خلال أيام الأسبوع .

ب- توزيع أفراد العينة حسب أيام مشاهدتها للتلفزيون وطبقا لمكان السكن

مجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	أيام المشاهدة
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
7,93	34	7.97	20	77,8	14	السبت	
4,43	19	2.79	7	6.73	12	الأحد	
14,68	63	13.95	35	15,73	28	الاثنين	
4.9	21	5.81	13	4,49	8	الثلاثاء	
4,66	20	3,98	10	5.62	10	الأربعاء	
21,21	91	21,11	53	21.35	38	الخميس	
22,14	95	23.11	58	20,79	37	الجمعة	
20.05	86	21,91	55	17.42	31	كل أيام الأسبوع	
100	429	100	251	100	178	المجموع	

ك² المحسوبة = 5.9 بدرجة حرية 7 .
ك² الجدولية = 24.32 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و أيام مشاهدة التلفزيون .

جدول رقم (30)

يبدو من خلال ملاحظة الجدول أن هناك تجانسا إلى حد ما بين نتائج كلاً من سكان الريف و المدينة ، حيث تظهر كثافة المشاهدة متمركزة في نهاية الأسبوع و بقيمة أكبر يوم الجمعة (20.79% و 23.11%) ، أما الكثافة المتوسطة فكانت يوم الاثنين (15.73%) ، (13.95%) ، كما عرفت باقي الأيام (السبت ، الأحد ، الثلاثاء ، الأربعاء) كثافة مشاهدة دنيا ، و نلاحظ أيضا أن نسبة 17.42% من سكان الريف و 21.91% من سكان

ج- توزيع أفراد العينة حسب أيام مشاهدتهم للتلفزيون وطبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	أيام المشاهدة
7,93	34	10.53	2	7.35	28	13,79	4	السبت
4,43	19	15.79	3	3,67	14	6.9	2	الأحد
14,68	63	10.53	2	14,96	57	13,79	4	الاثنين
4.9	21	0	0	5.25	20	3.45	1	الثلاثاء
4,66	20	0	0	4.2	16	13,79	4	الأربعاء
21,21	91	21,05	4	20,99	80	24.14	7	الخميس
22,14	95	21,05	4	22.84	87	13,79	4	الجمعة
20.05	86	21,05	4	20.74	79	10.53	3	كل أيام الأسبوع
100	429	100	19	100	381	100	29	المجموع

ك² المحسوبة - 18.26 بدرجة حرية 14 .
ك² الجدولية - 36.12 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و أيام مشاهدة التلفزيون .

جدول رقم (31)

هذا الجدول يظهر أيام المشاهدة بدلالة المستوى المادي ، و الظاهر أنّ ذوي المستوى المادي العالي يشاهدون التلفزيون يوم الخميس أكثر من أيّ يوم آخر بنسبة 24.14% ، أمّا متوسط الدخل و ما دونه فتوزّع كثافة المشاهدة العالية على كلّ من الخميس و الجمعة بنسب متقاربة ، كما أنّ نسبة المشاهدة اليومية لدى هاتين الفئتين هي عالية (20.74% و 21.05%) ، و تتقارب نسب بعض أيام المشاهدة وفق هذا التصنيف ، و يمكن تفسير ذلك بنظام كلّ فرد من أفراد العينة و الذي تدخل فيه اعتبارات عدّة كأوقات الدراسة و غيرها ، ولكن الواضح أنّه ليست هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و أيام المشاهدة .

7- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سبب اختيار أيام المشاهدة

التسبة(%)	التكرارات	سبب اختيار أيام المشاهدة
27.12	96	لأنها أيام عطل مدرسيّة
18.93	67	لأنها أيام توجد فيها برامج ترفيهية
16,95	60	لأنها أيام تقدّم أفلام ومسلسلات متنوّعة
14.69	52	لأنها أيام تقدّم برامج مثيرة
22,31	79	لأنه أيام تقدّم برامج مفيدة
100	354	المجموع

جدول رقم (32)

أجاب أفراد البحث عن أسباب اختيار أيام المشاهدة فكانت النسبة العالية 27.12% لكون الأيام المختارة هي أيام عطل مدرسيّة ، كما برّرت العينة اختيارها أيضا بأنّ في هذه الأيام تعرض برامج مفيدة بنسبة 22.31% ، و في المركز الثالث جاء مررّ تواجد البرامج الترفيهية بنسبة 18.93% ، أمّا في المركز الرابع فقد كان مررّ عرض الأفلام و المسلسلات بنسبة 16.95% ، و أخيرا جاء سبب أنّها أيام تقدّم فيها برامج مثيرة بنسبة 14.69%.

أ- توزيع أفراد العينة حسب سبب اختيار أيام المشاهدة وطبقا للجنس

المجموع		ذكر		أنثى		سبب اختيار أيام المشاهدة
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	
27.12	96	22.56	30	29,86	66	لأنها أيام عطل مدرسيّة
18.93	67	25,56	34	14,93	33	لأنها أيام توجد فيها برامج ترفيهية
16,95	60	15.79	21	17.65	39	لأنها أيام تقدّم أفلام ومسلسلات متنوّعة
14.69	52	15.79	21	14,03	31	لأنها أيام تقدّم برامج مثيرة
22,31	79	20,30	27	23.53	52	لأنه أيام تقدّم برامج مفيدة
100	354	100	133	100	221	المجموع

ك² المحسوبة - 7.32 بدرجة حرية 4 .
ك² الجدوليّة - 18.46 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و سبب اختيار أيام مشاهدة التلفزيون .

جدول رقم (33)

يرجع سبب اختيار أيام المشاهدة عند الإناث لكونها أيام عطلة مدرسية كسبب رئيسي بنسبة 29.86% مقابل 22.56% عند الذكور ، أما السبب الثاني و الذي بررت به الإناث اختيارها فهو أنه في تلك الأيام تقدّم برامج مفيدة بنسبة 23.53% ، هذا السبب الذي احتل المركز الثالث ضمن اختيارات الذكور بنسبة 20.30%، في حين أرجع هؤلاء سبب اختيارهم الرئيسي إلى أنه في هذه الأيام يتم عرض برامج ترفيهية بنسبة 25.56% ، كما جاء مبرر عرض الأفلام و المسلسلات في المركز الثالث ضمن اختيارات الإناث بنسبة 17.65% ، وهناك أيضا مبرر عرض البرامج المثيرة و الذي اعتبرته العينة ذكورا و إناثا آخر سبب تم لأجله تحديد أيام المشاهدة.

ب- توزيع أفراد العينة حسب سبب اختيار أيام المشاهدة وطبقا لمكان السكن

مجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	سبب اختيار أيام المشاهدة
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
27.12	96	30.35	61	22.87	35	لاكتها أيام عطلة مدرسية	
18.93	67	16.92	34	21.57	33	لاكتها أيام توجد فيها برامج ترفيهية	
16.95	60	17.41	35	16.34	25	لاكتها أيام تقدّم أفلام و مسلسلات متنوعة	
14.69	52	13.93	28	15.69	24	لاكتها أيام تقدّم برامج مثيرة	
22.31	79	21.39	43	23.53	36	لأنه أيام تقدّم برامج مفيدة	
100	354	100	201	100	153	المجموع	

كأ² المحسوبة - 3.20 بدرجة حرية 4 .
 كأ² الجدولية - 18.46 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و مبرر اختيار أيام مشاهدة التلفزيون .

جدول رقم (34)

يوضح الجدول أعلاه سبب اختيار التلاميذ أيام المشاهدة بدلالة مكان السكن ، و يظهر أن من يقطنون في الريف كان مبررهم تقلص برامج مفيدة بنسبة 23.53% ، و هو بذلك احتل المرتبة الأولى بين جميع الاختيارات ، مع أنه جاء في المرتبة الثانية لدى التلاميذ الذين يقطنون في المدينة بنسبة 21.39% ، أمام مبرر العطلة المدرسية الذي حصل على نسبة عالية قدرها 30.35% ، أما البرامج الترفيهية فقد استحوذت على المرتبة الثانية لدى تلاميذ الريف بنسبة 21.57%

و المرتبة الرابعة لتلاميذ المدينة 16.92% ، أما اختيار أيام المشاهدة بسبب عرض الأفلام و المسلسلات المتنوعة فقد تقاربت نسبته لدى تلاميذ الرّيف و المدينة (16.34% و 17.41%) و بقي سبب تقديم برامج مثيرة الأخر لكل المنطقتين 15.67% لتلاميذ الرّيف و 13.93% لتلاميذ المدينة .

ج- توزيع أفراد العيّنة حسب سبب اختيار أيام المشاهدة و طبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي	سبب اختيار أيام المشاهدة
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
27.12	96	25	4	27.19	87	27,78	5		لأنها أيام عطل مدرسيّة
18.93	67	31,25	5	18,43	59	16,67	3		لأنها أيام توجد فيها برامج ترفيهية
16,95	60	12,5	2	17,5	56	11,11	2		لأنها أيام تقدّم أفلام و مسلسلات متنوّعة
14.69	52	6,25	1	14.69	47	22,22	4		لأنها أيام تقدّم برامج مثيرة
22,31	79	25	4	22.19	71	22,22	4		لأنه أيام تقدّم برامج مفيدة
100	354	100	16	100	320	100	18		المجموع

كأ² المحسوبة - 3.53 بدرجة حرية 8 .
 كأ² الجدوليّة - 26.12 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر المستوى المادّي و سبب اختيار أيام مشاهدة التلفزيون .

جدول رقم (35)

أظهرت نتائج إجابات الباحثين من خلال أرقام الجدول أعلاه أنّ أغلب التلاميذ ذوي الدّخل العالي كان سبب اختيارهم لأيام المشاهدة أنّها أيام عطل مدرسيّة فاحتلت المرتبة الأولى بنسبة 27.78% ، و هي متماثلة في الرّتبة و النسبة مع ذوي الدّخل المتوسط بنسبة 27.19% ، أمّا ذوي الدّخل دون المتوسط فقد احتلّ مبرّر عرض برامج ترفيهية المرتبة الأولى بنسبة 31.25% ، و يأتي بعد هذه الأسباب كلّ من عرض البرامج المفيدة بنسبة 22.22% لدى ذوي الدّخل العالي و 22.19% لمتوسّطي الدّخل و 25% لما دون ذلك ، و يأتي عرض البرامج المثيرة كسبب أخير لدى متوسّطي الدّخل و ما دونه ، مع أنّه ليس الأخير بالنسبة لذوي

الدّخل العالي الذين اختارت إجاباتهم عرض الأفلام و المسلسلات كأخر مبرر لتحديد أيام المشاهدة .

8- توزيع أفراد عيّنة الدّراسة حسب فترة المشاهدة

التكرارات	النسبة(%)	فترة المشاهدة
16	5,03	الفترة الصّباحية (06:00 - 12:00 سا)
141	44.34	الفترة المسائيّة (13:00 - 18:00 سا)
137	43,08	الفترة الليليّة (12:00 - 19:00 سا)
24	7.55	فترة ما بعد الهزيع (01:00 - 06:00 سا)
318	100	المجموع

جدول رقم (36)

خلصت دراسة صديقي رشيد " أثر التلفزيون في تكوين ثقافة المراهقين " المشار إليها في الفصل الأوّل من هذه الدّراسة ، إلى أنّ المراهق يقضي وقتاً هاماً أمام الشّاشة الصّغيرة ، وغالبا ما يكون ذلك بعد خروجه من المدرسة .

و تتوافق هذه النتيجة مع بيانات هذا الجدول ، حيث يظهر لنا أنّ أكثر الفترات اليوميّة التي يشاهد خلالها التلاميذ التلفزيون هي فترة المساء (13:00-18:00) بنسبة 44.34% ، وكذلك الفترة الليلية (12:00-19:00) بنسبة 43.08 % ، وتتنفق هذه النتائج مع تحديد زمن الذّروة لدى الأفراد و الذي غالبا ما يكون في الفترة المسائيّة أو في السّهرة ، خاصّة وأنّ التلاميذ خلال الفترة الصّباحية يكونون منشغلين بالدّراسة ، أمّا إذا لم تكن الفترة الصّباحية مشغولة بالدّراسة فإنّ نسبة 5.03% تشاهد التلفزيون خلالها ، وتأخذ فترة المشاهدة ما بعد الهزيع (01:00 - 06:00) نسبة ضئيلة تقدّر بـ 7.55% قد تكون في الغالب أيام العطل المدرسيّة حيث يمكن للتلميذ السّهر حتى ذلك الوقت .

أ- توزيع أفراد العينة حسب فترة المشاهدة وطبقا للجنس

المجموع		ذكر		أنثى		فترة المشاهدة
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	
5,03	16	6,15	8	4,25	8	الفترة الصباحية (06:00 - 12:00 سا)
44.34	141	33.08	43	52.13	98	الفترة المسائية (13:00 - 18:00 سا)
43,08	137	50	65	38.3	72	الفترة الليلية (12:00 - 19:00 سا)
7.55	24	10.77	14	25,3	10	فترة ما بعد الهزيع (06:00 - 01:00 سا)
100	318	100	130	100	188	المجموع

ك² المحسوبة = 12.3 بدرجة حرية 3 .
 ك² الجدولية = 7.82 بدرجة ثقة 95% .
 النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و فترة مشاهدة التلفزيون .
 ق - 0.2

جدول رقم (37)

لا يختلف الذكور و الإناث في اختيار الفترة المسائية و الليلية كفترات مشاهدة بنسب عالية ، مع أنّ الإناث ترجحن الفترة المسائية 52.13% على الليلية 38.3% ، عكس الذكور الذين يرجحون الفترة الليلية بـ 50% مقابل 33.08% للفترة المسائية ، و قد تمتد سهرة الذكور مع البرامج إلى ما بعد الهزيع أي ما بعد منتصف الليل حيث نجد نسبة المشاهدة خلال هذه الفترة 10.77% وهي أعلى من نسبة الإناث ، أمّا المشاهدة الصباحية فهي ضعيفة لكلا الجنسين (4.25% للإناث و 6.15% للذكور) .

و الظاهر أنّه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و فترات المشاهدة ، كشف عنها اختبار معامل الارتباط ك² حيث بلغت قيمته المحسوبة 12.3 ، وهي أكبر من 7.82 الجدولية بدرجة ثقة 95% ، مما يؤكد هذه الدلالة الإحصائية ؛ وبحساب معامل التوافق ق من ك² نجد أنّ قيمته المقدرة بـ 0.2 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدًا بين الظاهرتين ، بمعنى أنّهما يختلفان معاً أو أنّ هناك فروقا بينهما .

ب- توزيع أفراد العينة حسب فترة المشاهدة وطبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	فترة المشاهدة
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
5,03	16	5,40	10	4,51	6		الفترة الصباحية (06:00 - 12:00 سا)
44.34	141	49.73	92	36,84	49		الفترة المسائية (13:00 - 18:00 سا)
43,08	137	37,3	69	51.13	68		الفترة الليلية (12:00 - 19:00 سا)
7.55	24	7,57	14	27,5	10		فترة ما بعد الهزيع (06:00 - 01:00 سا)
100	318	100	185	100	133		المجموع
<p>كأ² المحسوبة = 6.45 بدرجة حرية 3 .</p> <p>كأ² الجدولية = 16.27 بدرجة ثقة 99%.</p> <p>النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و فترة مشاهدة التلفزيون .</p>							

جدول رقم (38)

بدراسة العلاقة بين فترة المشاهدة و مكان السكن (ريف ، مدينة) نلاحظ أن المشاهدة تتركز في الفترة المسائية و الليلية ، حيث حصلت الفترة المسائية عند سكان المدينة على نسبة 49.39% و حصلت الفترة الليلية لدى نفس الفئة على نسبة 37.3% ، وعكس هذه النتائج جاءت نسبة الفترة الليلية عند سكان الريف مقدرة بـ 51.13% مقابل 37.3% للفترة المسائية ، كما تقل كثافة المشاهد في كلتا المنطقتين الفترة الصباحية و فترة ما بعد الهزيع ، أي أن أفراد العينة على اختلاف البيئة (ريف ، مدينة) تزداد كثافة مشاهدتهم لبرامج التلفزيون في الفترة المسائية و الفترة الليلية (السهرة) حيث تجتمع كل العائلة ، و تقل في الفترة الصباحية نتيجة الانشغالات اليومية المعتادة .

ج- توزيع أفراد العينة حسب فترة المشاهدة وطبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	فترة المشاهدة
5,03	16	0	0	5,57	16	0	0	الفترة الصباحية (06:00 - 12:00 سا)
44.34	141	33,33	5	44.95	129	43,75	7	الفترة المسائية (13:00 - 18:00 سا)
43,08	137	53,33	8	42,16	121	50	8	الفترة الليلية (12:00 - 19:00 سا)
7.55	24	13.34	2	27,3	21	6,25	1	فترة ما بعد الهزيع (01:00 - 06:00 سا)
100	318	100	15	100	287	100	16	المجموع

كا² المحسوبة = 3.48 بدرجة حرية 6 .
 كا² الجدولية = 22.46 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و فترة مشاهدة التلفزيون .

جدول رقم (39)

لم تختلف نتائج هذا الجدول عن سابقه ، حيث أنّ المستوى المادي لم يغيّر من تحديد الأفراد لفترات المشاهدة ، فكانت تتركز في مجملها خلال الفترة المسائية و الليلية ، حيث رجّح ذوو المستوى المادي العالي و ما دون المتوسط الفترة الليلية بنسبتي 50% و 53.33% مقابل 42.16% لمتوسطي الدخل ، في حين كانت نسب الفترة المسائية لدى هذه الفئات كالاتي : 43.75% لذوي الدخل العالي ، 44.95% للمتوسط ، 33.33% لدون المتوسط ، فيما نالت فترة ما بعد الهزيع نسبا ضعيفة لدى جميع المستويات ؛ و إذا كانت احتمالات المشاهدة الصباحية قد انعدمت لدى أصحاب الدخل العالي و ما دون المتوسط ، فقد جاءت نسبة هذا الاختيار ضعيفة لدى فئة متوسطي الدخل 5.75% .

9- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب حجم ساعات المشاهدة

التسبة(%)	التكرارات	حجم ساعات المشاهدة
7,08	17	أقل من ساعة
6,67	16	ساعة
29,17	70	ساعتان
20.42	49	ثلاث ساعات
15	36	أربع ساعات
4,58	11	خمس ساعات
2,08	5	ست ساعات
15	36	أكثر من ست ساعات
100	240	المجموع

جدول رقم (40)

يعتبر تحديد الحجم الساعي للمشاهدة عاملاً مهماً في معرفة مدى تأثير الوسيلة الإعلامية ، لأنّ حجم المشاهدة قد يؤثر على عادات أخرى كالمطالعة و النوم وغيرها ، و تُظهر بيانات هذا الجدول فيما يخصّ هذه النقطة أنّ معظم التلاميذ يشاهدون التلفزيون لمدة ساعتين بنسبة 29.17 % ، و يقضون ثلاثة ساعات في المشاهدة بنسبة 20.42% ، و تتساوى نسبة المشاهدة لمدة أربع ساعات مع المشاهدة أكثر من ستّ ساعات لتبلغ 15% ، ثمّ تنخفض نسبة الذين يشاهدون التلفزيون من ساعة إلى أقل من ساعة وكذا خمس ساعات و ست ساعات لتأخذ قيما ضعيفة لا تتعدّى 7.08% .

و بحساب المتوسط الحسابي يتبين أنّ مدة مشاهدة أفراد العينة اليومية للتلفزيون لا تقلّ عن 3 ساعات و 36 دقيقة ؛ وهذا نفس ما توصلت إليه دراسات سابقة في هذا المجال ، فمعدّل مشاهدة التلفزيون من قبل الطّفّل العربي يصل إلى أعلى مستوياته في المراحل الأولى من المراهقة ، و يفوق 3 ساعات يوميًا ، و يصل أحيانا إلى 4.4 ساعات يوميًا ، و في استطلاع للرأي قامت به وزارة الشّباب و الطّفولة و الرّياضة بتونس سنة 2000 شمل 10 آلاف شاب في سنّ ما بين

15-29 سنة تبين أن 33,3% من المستجوبين يخصصون بين 1 و 3 ساعات لمشاهدة التلفزيون ، أمّا في قطر فيخصّص 89% من الأطفال 4 ساعات في اليوم لمشاهدة التلفزيون (1) . و في دراسات أخرى كانت مدّة المشاهدة لأكثرية العينة من 3 إلى 6 ساعات في اليوم ، و التلفاز برأي الكلّ هو أفضل وسيلة لتمضية الوقت الضائع و التسلية . (2)

أ- توزيع أفراد العينة حسب حجم ساعات المشاهدة وطبقا للجنس

حجم ساعات المشاهدة	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	
أقل من ساعة	11	7,43	6	6,52	17	7,08	
ساعة	12	8,11	4	4,35	16	6,67	
ساعتان	43	29,05	27	29,35	70	29,17	
ثلاث ساعات	28	18,92	21	22,82	49	20,42	
أربع ساعات	17	11,49	19	20,65	36	15	
خمس ساعات	7	4,73	4	4,35	11	4,58	
ست ساعات	4	2,70	1	1,09	5	2,08	
أكثر من ست ساعات	26	17,57	10	10,87	36	15	
المجموع	148	100	92	100	240	100	
س	3 سا و 43 د		3 سا و 26 د		3 سا و 36 د		

كافة المحسوبة - 7.3 بدرجة حرية 7 .
كافة الجدولية - 24.32 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و حجم ساعات مشاهدة التلفزيون .

جدول رقم (41)

يأخذ حجم المشاهدة المقدّر بساعتين النسب المرتفعة لدى الذكور و الإناث (29.05% ، 29.35%) ، و من بعده يجيء الحجم المقدّر بثلاث ساعات (18.92% ، 22.82%) ،

(1) من سعيد الحديدي- الفضائيات العربية و متغيرات العصر - ، أعمال المؤتمر العلمي الأول الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ص 593- 594 .

(2) مي العبد الله - الشباب و برامج الفضائيات العربية - ، مجلّة " الإذاعات العربية " ، إتحاد إذاعات الدول العربية ، ع04 ، شركة فنون الرسم والنشر والصحافة، القصة- تونس 2006م ، ص 28 .

كما تأخذ الأحجام الزمنية أربع ساعات و أكثر من ستّ ساعات نسبيا معتبرة لدى الجنتين ، وهذا على حساب الأحجام الزمنية أقل من ساعة ، ساعة ، خمس ساعات و ست ساعات و التي لم تتعدى نسبتها 8.11% ؛ و بحساب المتوسط الحسابي يتبين أنّ حجم مشاهدة الإناث اليومية للتلفزيون هو أكبر من حجم مشاهدة الذكور ، حيث بلغ الأوّل 3 ساعات و 43 دقيقة أمّا الثاني فقد قدر بـ 3 ساعات و 26 دقيقة .

ب- توزيع أفراد العينة حسب حجم ساعات المشاهدة وطبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	حجم ساعات المشاهدة
7,08	17	6,94	10	7,29	7	أقل من ساعة
6,67	16	5,55	8	8,34	8	ساعة
29,17	70	30,56	44	27,08	26	ساعتان
20,42	49	18,75	27	22,92	22	ثلاث ساعات
15	36	11,81	17	19,79	19	أربع ساعات
4,58	11	4,17	6	5,21	5	خمس ساعات
2,08	5	2,08	3	2,08	2	ست ساعات
15	36	20,14	29	7,29	7	أكثر من ست ساعات
100	240	100	144	100	96	المجموع
	3سا و 36د		3سا و 53د		3سا و 11د	متّ
كأ ² المحسوبة = 10.33 بدرجة حرية 7.						
كأ ² الجدولية = 24.32 بدرجة ثقة 99%.						
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و حجم ساعات مشاهدة التلفزيون .						

جدول رقم(42)

أظهرت بيانات الجدول أنّ أعلى نسبة حجم ساعي للمشاهدة هي المقدّرة بساعتين ، وهي لدى سكّان المدينة أعلى من سكّان الرّيف (30.56% ، 27.08%) ، على عكس الحجم المقدّر بثلاث ساعات حيث بلغ لدى سكّان الرّيف 22.83% وعند سكّان المدينة 18.75% ، و ترتفع نسبة الحجم الساعي للمشاهدة و المقدّر بأكثر من ستّ ساعات لدى سكّان المدينة

حيث بلغت 20.14% ، في حين لا تتجاوز نسب الأحجام الساعية الأكثر من أربع ساعات 7.29% لدى سكان الريف .

و بحساب الوسط الحسابي في هذه الحالة يتبين أن الحجم الساعي للمشاهدة اليومية لأفراد العينة من سكان المدينة هو أكبر من الحجم الساعي للمشاهدة اليومية لأفراد العينة من سكان الريف ، حيث كانت قيمة الأوّل 3 ساعات و 53 دقيقة و كانت قيمة الثاني 3 ساعات و 11 دقيقة .

ج- توزيع أفراد العينة حسب حجم ساعات المشاهدة وطبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	
7,08	17	0	0	7,41	16	8,33	1	حجم ساعات المشاهدة
6,67	16	16,67	2	6,48	14	0	0	أقل من ساعة
29,17	70	50	6	27,31	59	41,67	5	ساعة
20,42	49	16,67	2	21, 3	46	8,33	1	ساعتان
15	36	8,33	1	14,35	31	33,34	4	ثلاث ساعات
4,58	11	0	0	5,09	11	0	0	أربع ساعات
2,08	5	0	0	2,31	5	0	0	خمس ساعات
15	36	8,33	1	15,75	34	8,33	1	ست ساعات
100	240	100	12	100	216	100	12	أكثر من ست ساعات
								المجموع
								من
								3 سا و 13 د
								3 سا و 40 د
								2 سا و 45 د
								3 سا و 36 د

كافة المحسوبة = 12.89 بدرجة حرية 14 .
كافة الجدولية = 36.12 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و حجم ساعات مشاهدة التلفزيون .

جدول رقم (43)

هذا الجدول يظهر الحجم الساعي لمشاهدة التلفزيون بدلالة المستوى المادي ، و الظاهر أن مقدار الساعتين يأخذ أعلى النسب لدى جميع الفئات (41.67% ، 27.31% ، 50%) ، كما أن بعض الأحجام الأخرى تأخذ أيضا نسبة مرتفعة ، فحجم الأربع ساعات يأخذ نسبة 33.34% لدى ذوي الدخل العالي ، و حجم الثلاث ساعات يأخذ نسبة 21.3% لدى

متوسّطي الدّخل ، و نفس الحجم السّاعي يأخذ نسبة 16.67% لدى ضعيفي الدّخل ، في حين تقلّ نسب الأحجام السّاعية الأخرى لتتعدم في بعض المرّات .

10- توزيع أفراد عيّنة الدّراسة حسب تحديدها وظيفة التّلفزيون

وظيفة التّلفزيون	التكرارات	النسبة(%)
وسيلة للأخبار	67	16,58
وسيلة للتثقيف	121	29,95
وسيلة للتّرفيه	149	36.89
وسيلة للإعلان	67	16,58
المجموع	404	100

جدول رقم (44)

من خلال بيانات هذا الجدول تعتبر عيّنة الدّراسة أنّ الوظيفة الأساسيّة للتّلفزيون هي التّرفيه بنسبة 36.89% ، و الوظيفة الثّانية هي الوظيفة التثقيفيّة بـ 29.95% ، بينما تتساوى نسبة كلّ من الوظيفة الإخباريّة والإعلانيّة بقيمة 16.58% ومن خلال هذه النتائج يظهر ميل أفراد العيّنة الواضح لعنصر التّرفيه التّلفزيوني .

و تتوافق هذه التّنتيجة مع ما ذكر سابقا من أنّ التّلفاز برأي غالبيّة الأفراد هو وسيلة لتمضية الوقت الضائع و التّسلية .⁽¹⁾

(1) مي العبد الله ، مرجع سابق ، ص 28 .

أ- توزيع أفراد العينة حسب تحديدها وظيفة التلفزيون و طبقا للجنس
كانت نتائج تحديد وظيفة التلفزيون بدلالة الجنس كما هو مبين في الجدول الموالي :

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس	وظيفة التلفزيون
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
16,58	67	20.13	31	14,4	36		وسيلة للأخبار
29,95	121	26,62	41	32	80		وسيلة للتثقيف
36,89	149	40.26	62	34,8	87		وسيلة للترفيه
16,58	67	12.99	20	18,8	47		وسيلة للإعلان
100	404	100	154	100	250		المجموع

كا² المحسوبة - 5.52 بدرجة حرية 3.
كا² الجدولية - 16.27 بدرجة ثقة 99%.
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و تحديد وظيفة التلفزيون .

جدول رقم (45)

يوضح الجدول أعلاه أن كلا الجنسين يعتبران التلفاز وسيلة للترفيه أولاً بنسبة 40.26 % لدى الذكور و 34.8 % لدى الإناث ، ثم تليه الوظيفة التثقيفية بنسبة 26.62 % للذكور و 32 % للإناث ، غير أنهما اختلفا في أن الوظيفة الثالثة للتلفزيون هي وظيفة إعلانية أم إخبارية حيث رجحت الإناث الوظيفة الإعلانية على الإخبارية بنسبة 18.8 % ، في حين رجح الذكور الوظيفة الإخبارية على الإعلانية بنسبة 20.13 % .

ب- توزيع أفراد العينة حسب تحديدها وظيفة التلفزيون و طبقا لمكان السكن
كان توزيع إجابات أفراد العينة حول تحديد وظيفة التلفزيون بدلالة مكان السكن كما هو موضَّح
في الجدول الآتي :

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	
16,58	67	18.52	45	13,66	22	وسيلة للأخبار
29,95	121	29.22	71	31.06	50	وسيلة للتثقيف
36.89	149	36,21	88	37.89	61	وسيلة للترفيه
16,58	67	16.05	39	17,39	28	وسيلة للإعلان
100	404	100	243	100	161	المجموع

ك² المحسوبة - 1.66 بدرجة حرية 3.
ك² الجدولية - 16.27 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و تحديد وظيفة التلفزيون .

جدول رقم (46)

نجد نتائج بيانات هذا الجدول مماثلة للجدول السابق ، حيث احتلت وظيفة الترفيه المرتبة الأولى
عند تلاميذ الريف والمدينة بنسب متقاربة 37.89 % في الريف و 36.21 % في المدينة ، كما
احتلت وظيفة التثقيف المرتبة الثانية بنسبة 31.06 % لسكان الريف و 29.22 % لسكان
المدينة ، في حين اختلفت التقديرات بعد ذلك ليرجع سكان الريف الوظيفة الإعلانية بنسبة
17.39 % و يرجح سكان المدينة الوظيفة الإخبارية بنسبة 18.52 % .

ج- توزيع أفراد العينة حسب تحديدها وظيفه التلفزيون و طبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	وظيفة التلفزيون
16,58	67	20	4	16,02	58	22,73	5	وسيلة للأخبار
29,95	121	35	7	29,83	108	27,27	6	وسيلة للتثقيف
36,89	149	30	6	37,29	135	36,36	8	وسيلة للترفيه
16,58	67	15	3	16,85	61	13,64	3	وسيلة للإعلان
100	404	100	20	100	362	100	22	المجموع

كأ² المحسوبة - 1.37 بدرجة حرية 6.
 كأ² الجدولية - 22.46 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادّي و تحديد وظيفة التلفزيون .

جدول رقم (47)

أعطت بيانات الجدول النتائج التالية : اتفقت نتائج ذوي الدخل العالي والمتوسط في رتب الوظائف فكانت في المرتبة الأولى الوظيفة الترفيهية (36.86 % ، 37.29 %) ، في حين اعتبرت هذه الوظيفة في المرتبة الثانية عند ذوي الدخل ما دون المتوسط بنسبة 30 % بعد وظيفة التثقيف التي بلغت نسبتها 35 % ، من جهة أخرى تقاربت نسبة الوظيفة التثقيفية كمرتبة ثانية لدى كل من ذوي الدخل العالي و المتوسط (27.27 % و 29.83 %) ، قبل كل من الوظيفة الإخبارية ثم الإعلانية اللتان اختلفتا نسبهما في كل فئة .

11- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب القنوات الأكثر مشاهدة

تبين نتائج الجدول أن أكثر القنوات تفضيلاً من قبل أفراد العينة هي القنوات الدينية بنسبة 21.50 % ثم تليها شبكة mbc بقنواتها المختلفة بنسبة 18.80 % ، ويمكن تفسير هذه النتائج إلى ميل المراهقين لاتخاذ مظهر التدين كأحد أساسيات بناء الشخصية التي تتميز به هذه المرحلة .

الترتيب العام	النسبة(%)	التكرارات	القنوات الأكثر مشاهدة ⁽¹⁾
2	18,80	160	MBC شبكة
3	11.52	98	الجزيرة
5	7.29	62	دبي
11	3,64	31	القنوات الوطنية
9	4,11	35	ميلودي
7	6.58	56	روتانا
13	1,29	11	.ART
10	3,76	32	.LBC
12	1,88	16	قنوات إخبارية
8	4,70	40	قنوات أطفال
1	21,50	183	قنوات دينية
4	7.64	65	قنوات عربية متنوعة
5	7.29	62	قنوات أجنبية
/	100	851	المجموع

جدول رقم (48)

(1) اختيارات العينة كانت تضم :

- شبكة MBC : 1، 2، 3، 4، 5، ACTION
- الجزيرة : أخبار، SPORT، أطفال، وثائقية
- دبي : دبي، رياضة، سما دبي
- القنوات الوطنية : الأرضية، A3
- ميلودي : أفلام، موسيقى
- روتانا : سينما، كليب
- ART : أفلام، موسيقى
- LBC
- قنوات إخبارية : العربية، الرأي، المحور، الحرة
- قنوات أطفال : ARTEENS، SPEACE TOON
- قنوات دينية : إقرأ، الناس، الرسالة، العفاسي، المجد، الفجر، الحقيقة، النجاح
- قنوات عربية متنوعة : أبوظبي، تونس، أفينيبي، المغرب، جرش، سوريا، اليمن، حنبعل، الفيحاء، ONE TV
- قنوات أجنبية : F2، F3، TF1، M6، TV5، TSR2، TPS، MTV

و جاءت في المرتبة الثالثة قنوات الجزيرة بنسبة 11.25 % ، بعدها تتوزع نسبة المشاهدة على مجموعة من القنوات العربية و الأجنبية و قنوات دبي و روتانا و قنوات الأطفال وغيرها ، و الملاحظ أن القنوات الإخبارية المختلفة عدا الجزيرة الإخبارية وكذا قنوات art قد حصلنا على أضعف النسب (1.88 % ، 1.29 %) ، وقد يفسر هذا بعدم اهتمام أفراد العينة بالأخبار أو اقتصرهم على الجزيرة كمصدر للأخبار ، إضافة إلى تشفير قنوات art مما حدّ من إمكانية التقاط برامجها دون اشتراك .

أ- توزيع أفراد العينة حسب القنوات الأكثر مشاهدة و طبقا للجنس

القنوات الأكثر مشاهدة	الجنس			ذكر			أنثى			المجموع
	ك	(%)	تج	ك	(%)	تج	ك	(%)	تج	
MBC شبكة	89	20,18	2	71	17,32	2	160	18,80	2	
الجزيرة	46	10,43	3	52	12,68	3	98	11,52	3	
دبي	29	6,58	6	33	8,05	6	62	7,29	5	
القنوات الوطنية	20	4,53	10	11	2,68	10	31	3,64	11	
ميلودي	25	5,67	7	10	2,44	11	35	4,11	9	
روتانا	32	7,26	4	24	5,85	7	56	6,58	7	
.ART	6	1,36	12	5	1,22	13	11	1,29	13	
.LBC	16	3,63	11	16	3,90	9	32	3,76	10	
قنوات إخبارية	6	1,36	12	10	2,44	11	16	1,88	12	
قنوات أطفال	22	4,99	8	18	4,39	8	40	4,70	8	
قنوات دينية	98	22,22	1	85	20,73	1	183	21,50	1	
قنوات عربية متنوعة	30	6,80	5	35	8,54	5	65	7,64	4	
قنوات أجنبية	22	4,99	8	40	9,76	4	62	7,29	5	
المجموع	441	100	/	410	100	/	851	100	/	

χ^2 المحسوبة = 39.51 بدرجة حرية 13 .
 χ^2 الجدولية = 34.53 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و القنوات الأكثر مشاهدة .
 ر = 0.85
 النتيجة : هناك درجة من الارتباط طردية عالية و قوية بين المتغيرين .

جدول رقم (49)

تماشت اختيارات الجنسين مع التّصنيف العام للقنوات الأكثر مشاهدة ، حيث أنّفق الإناث و الذّكور على تفضيل القنوات الدّينيّة كمرتبّة أولى (22.22% ، 20.73%) ، ثمّ شبكة قنوات mbc كمرتبّة ثانية (20.18% ، 17.32%) ، فقناة الجزيرة كمرتبّة ثالثة (12.68% ، 10.43%) ، و اختلفت الاختيارات بعد ذلك حيث توّجّهت الإناث إلى قنوات روتانا 7.26% في حين توّجّه الذّكور إلى القنوات الأجنبيّة 9.76% ، و الملاحظ ضمن هذا التّنوّع في القنوات المشاهدة أنّ هناك مواطن اتّفاق و اختلاف بين اهتمامات الذّكور و الإناث ، و قد دلّ اختبار كا² على احتمال وجود علاقة بين متغيّر الجنس و القنوات الأكثر مشاهدة ، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 39.51 و هي قيمة أكبر من الجدوليّة المقدّرة بـ 34.53 بدرجة ثقة 99% ممّا يعني أنّ هناك دلالة لوجود علاقة بين المتغيّرين ؛ و بحساب معامل التّوافق ق من كا² نجد أنّ قيمته المقدّرة بـ 0.2 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدّاً بين الظّاهرتين، بمعنى أنّهما يختلفان معاً أو أنّ هناك فروقا بينهما .

ب- توزيع أفراد العيّنة حسب القنوات الأكثر مشاهدة و طبقاً لمكان السّكن اختلفت بيانات هذا الجدول بدلالة مكان السّكن ، حيث أجاب سكّان الرّيف بتفضيلهم للقنوات الدّينيّة بنسبة 23.76% ، في حين يفضّل سكّان المدينة قنوات mbc كمركز أوّل بنسبة 21.36% ، و العكس بالنسبة للمرتبة الثّانية حيث اختار سكّان الرّيف قنوات mbc بنسبة 16.24% ، مقابل اختيار سكّان المدينة للقنوات الدّينيّة بنسبة 19.25% ، و اتّفقت الفئتان على ترتيب قناة الجزيرة ثالثاً بنسبة 10.35% لسكّان الرّيف و 12.68% لسكّان المدينة ، بعدها اختار سكّان الرّيف كلّ من قناة دبي ، قنوات عربيّة متنوّعة ، روتانا ، قنوات أجنبيّة ، قنوات أطفال ، القنوات الوطنيّة ، ميلودي ، LBC ، قنوات إخباريّة ، ART . بينما كان اختيار سكّان المدينة كالآتي : قنوات أجنبيّة ، قنوات عربيّة متنوّعة ، روتانا ، دبي ، قنوات أطفال ، LBC ، ميلودي ، القنوات الوطنيّة ، ART .

المجموع		مدينة			ريف			مكان السكن	
		ك	تج	(%)	ك	تج	(%)		
2	18,80	160	1	21,36	91	2	16.24	69	MBC شبكة
3	11.52	98	3	12.68	54	3	10,35	44	الجزيرة
5	7.29	62	7	4.93	21	4	9.65	41	دبي
11	3,64	31	11	2,58	11	9	4.71	20	القنوات الوطنية
9	4,11	35	10	3,99	17	10	4.24	18	ميلودي
7	6.58	56	6	6.34	27	6	6,82	29	روتانا
13	1,29	11	13	1,64	7	13	0,94	4	.ART
10	3,76	32	8	4,46	19	11	3.06	13	.LBC
12	1,88	16	12	1.88	8	12	1,88	8	قنوات إخبارية
8	4,70	40	8	4.46	19	8	4,94	21	قنوات أطفال
1	21,50	183	2	19.25	82	1	23,76	101	قنوات دينية
4	7.64	65	5	7.75	33	5	7.53	32	قنوات عربية متنوعة
5	7.29	62	4	8.68	37	7	5,88	25	قنوات أجنبية
/	100	851	/	100	426	/	100	425	المجموع

χ^2 المحسوبة - 39.12 بدرجة حرية 13 . $q = 0.2$
 χ^2 الجدولية - 34.53 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و القنوات الأكثر مشاهدة .
 $r = 0.92$
 النتيجة : هناك درجة من الارتباط طردية عالية و قوية بين المتغيرين .

جدول رقم (50)

و قد دلّ اختبار χ^2 على احتمال وجود علاقة بين متغير مكان السكن و القنوات الأكثر مشاهدة ، حيث بلغت قيمة χ^2 المحسوبة 39.12 و هي قيمة أكبر من الجدولية المقدرّة بـ 34.53 بدرجة ثقة 99% مما يعني أنّ هناك دلالة لوجود علاقة بين المتغيرين ؛ وبحساب معامل التوافق q من χ^2 نجد أنّ قيمته المقدرّة بـ 0.2 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدًا بين الظاهرتين ، بمعنى أنّهما يختلفان معا أو أنّ هناك فروقا بينهما .

ج- توزيع أفراد العينة حسب القنوات الأكثر مشاهدة و طبقا للمستوى المادي

المجموع			دون المتوسط			متوسط			عالي			المستوى المادي
ك	(%)	تج	ك	(%)	تج	ك	(%)	تج	ك	(%)	تج	القنوات الأكثر مشاهدة
160	18,80	2	38	23.9	1	77	17,34	2	45	18.15	2	MBC شبكة
98	11.52	3	18	11,32	4	50	11,26	3	30	12.1	3	الجزيرة
62	7.29	5	20	12.58	3	32	7,21	5	10	4,03	9	دي
31	3,64	11	6	3,77	11	20	4,50	10	5	2.02	11	القنوات الوطنية
35	4,11	9	9	5,66	7	15	3,38	12	11	4.44	7	ميلودي
56	6.58	7	12	7.55	5	29	6,53	6	15	6.04	6	روتانا
11	1,29	13	1	0.63	13	7	1,58	8	3	1.21	12	.ART
32	3,76	10	7	4,40	9	16	3,60	11	9	3.63	10	.LBC
16	1,88	12	2	1.26	12	10	2,25	8	4	1,61	12	قنوات إخبارية
40	4,70	8	7	4,40	9	22	4.96	12	11	4.44	7	قنوات أطفال
183	21,50	1	21	13.21	2	103	23.2	1	59	23,79	1	قنوات دينية
65	7.64	4	10	6.29	6	34	7,66	4	21	8.47	5	قنوات عربية متنوعة
62	7.29	5	8	5,03	8	29	6,53	6	25	10,08	4	قنوات أجنبية
851	100	/	159	100	/	444	100	/	248	100	/	المجموع

كاف المحسوبة - 30.12 بدرجة حرية 26 .
كاف الجدولية - 54.05 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و القنوات الأكثر مشاهدة .

جدول رقم (51)

جاءت اختيارات أفراد العينة بدلالة المستوى المادي على النحو التالي : يفضل ذوو المستوى العالي و المتوسط القنوات الدينية أولاً بنسب متقاربة (23.79% ، 23.2%) ، في حين يفضل ذوو الدخل ما دون المتوسط شبكة قنوات mbc أولاً بنسبة 23.9% ، ثم تتعكس الاختيارات في المرتبة الثانية ، كما اختار ذوو الدخل العالي و المتوسط قناة الجزيرة ثالثاً (12.1% ، 11.26%) ، مقابل اختيار ذوي المستوى ما دون المتوسط لقناة دي بنسبة 12.58% ، وتتنوع تفضيلات أفراد العينة بعد هذه الاختيارات كما تختلف نسب كل منها لترتب في الأخير

كلّ من القنوات الإخبارية ، قناة ART ، قنوات الأطفال ، ميلودي ، و بنسب ضئيلة مقارنة بباقي القنوات .

12- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سبب تفضيلها بعض القنوات

الترتيب العام	النسبة(%)	التكرارات	سبب تفضيل بعض القنوات
2	16.64	102	وضوح اللّغة المستخدمة
4	14,68	90	مصادقيتها
3	16,15	99	طريقة التّقديم
5	14.36	88	احترامها للتّوقيت
1	25,12	154	تطرح مواضيع مهمّة
6	13,05	80	الديكور
/	100	613	المجموع

جدول رقم (52)

الملاحظة من خلال نتائج الجدول أعلاه أنّ نسبة 25.12 % من أفراد العينة يرجعون سبب تفضيلهم لبعض القنوات دون الأخرى إلى أنّها تطرح مواضيع مهمّة ، إلى جانب وضوح اللّغة المستخدمة بنسبة 16.64 % ، أمّا السبب الثالث فيعود إلى طريقة تقديم البرامج التلفزيونية بنسبة 16.15 % ، كذلك نجد أنّ أفراد العينة يجعلون الدافع لتفضيلهم مصداقية هذه القنوات بنسبة 14.68 % واحترامها للتّوقيت 14.36 % ، وكأخر دافع للتّفضيل الديكور بنسبة 13.05 % .

أ- توزيع أفراد العينة حسب سبب تفضيلها بعض القنوات و طبقا للجنس

سبب تفضيل بعض القنوات	الجنس			ذكر			أنثى			المجموع		
	ك	(%)	تج	ك	(%)	تج	ك	(%)	تج	ك	(%)	تج
وضوح اللّغة المستخدمة	60	16.08	3	42	17,5	2	102	16.64	2	16.64	102	16.64
مصداقيتها	58	15.55	4	32	13,33	6	90	14,68	4	14,68	90	14,68
طريقة التّقديم	62	16,62	2	37	15.42	4	99	16,15	3	16,15	99	16,15
احترامها للتّوقيت	54	14,48	5	34	14,17	5	88	14,36	5	14,36	88	14,36
تطرح مواضيع مهمّة	97	26.01	1	57	23,75	1	154	25,12	1	25,12	154	25,12
الذّيکور	42	11,26	6	38	15,83	3	80	13,05	6	13,05	80	13,05
المجموع	373	100	/	240	100	/	613	100	/	100	613	100

ك² المحسوبة = 3.44 بدرجة حرية 5 .
ك² الجدوليّة = 20.52 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر الجنس و سبب تفضيل بعض القنوات .
ر = 0.48
النتيجة : هناك درجة من الارتباط طردية متوسطة بين المتغيرين

جدول رقم (53)

يُظهر هذا الجدول أنّ الإناث و الذّكور يتّفقون على ترتيب طرح المواضيع المهمّة كأوّل سبب لتفضيل القنوات (26.01% ، 23.75%) ، بعدها يختلف الجنسان حيث اختارت الإناث طريقة التّقديم 16.62% في حين اختار الذّكور وضوح اللّغة المستخدمة 17.5% ، ثمّ اختارت الإناث وضوح اللّغة 16.08% مقابل اختيار الذّكور للذّيکور كسبب 15.83% ، وفيما ربّبت الإناث باقي الأسباب على التّحو التالي : مصداقية القناة ، احترام التّوقيت ، الذّيکور ؛ كانت إجابات الذّكور كما يلي : طريقة التّقديم ، احترام التّوقيت ، المصداقية .

ب- توزيع أفراد العينة حسب سبب تفضيلها بعض القنوات و طبقا لمكان السكن

مجموع		مدينة			ريف			مكان السكن
ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	سبب تفضيل بعض القنوات	
48	15,48	54	17,82	2	16,64	102	وضوح اللّغة المستخدمة	
49	15,81	41	13,53	4	14,68	90	مصادقتها	
48	15,48	51	16,83	3	16,15	99	طريقة التّقديم	
47	15,16	41	13,53	4	14,36	88	احترامها للتوقيت	
73	23,55	81	26,74	1	25,12	154	تطرح مواضيع مهمّة	
45	14,52	35	11,55	6	13,05	80	الدّيكور	
310	100	303	100	/	100	613	المجموع	

χ^2 المحسوبة = 3.15 بدرجة حرية 5 .
 χ^2 الجدولية = 20.52 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر مكان السكن و سبب تفضيل بعض القنوات .
 ر = 0.74
 النتيجة : هناك درجة من الارتباط طردية متوسطة بين المتغيرين .

جدول رقم (54)

يتفق كلّ من سكّان المدينة و الريف على أنّ طرح المواضيع المهمّة هو السبب الأوّل الذي من أجله تفضّل قناة على أخرى (23.55% ، 26.74%) ، و يجب بعدها أفراد العينة من سكّان الريف على اعتبار المصادقية ثاني سبب 15.81% ، وطريقة التّقديم كالثالث سبب مع وضوح اللّغة المقدّمة 15.48% ، فيما يأتي بعد ذلك احترام التّوقيت و الدّيكور ، أمّا سكّان المدينة فيميلون إلى اعتبار وضوح اللّغة ثاني سبب 17.82% ، وطريقة التّقديم ثالث سبب 16.83% ، ثمّ يأتي احترام التّوقيت و المصادقية و أخيرا الدّيكور .

وقد تأكّد عدم وجود علاقة بين متغيّر مكان السكن و سبب تفضيل العينة لبعض القنوات من خلال اخضاع أرقام الجدول أعلاه لاختبار كا ، حيث بلغت قيمته المحسوبة 3،15 وهي أقل من قيمته الجدولية 20،52 بدرجة حرية 5 و بثقة 99 / ، وبحساب معامل ارتباط الرتب : $r=0,74$ وهو معامل ينبي عن وجود علاقة طردية بدرجة متوسطة بين المتغيرين .

ج- توزيع أفراد العينة حسب سبب تفضيلها بعض القنوات و طبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط			متوسط			عالي			المستوى المادي	
ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	سبب تفضيل بعض القنوات	
2	16.64	102	4	15	6	3	16,27	89	1	26,92	7	وضوح اللغة المستخدمة
4	14,68	90	2	17,5	7	4	14.62	80	4	11.54	3	مصادقتها
3	16,15	99	6	12,5	5	2	16.46	90	3	15.39	4	طريقة التقديم
5	14.36	88	4	15	6	4	14.62	80	6	7,69	2	احترامها للتوقيت
1	25,12	154	1	22,5	9	1	25.23	138	1	26,92	7	تطرح مواضيع مهمة
6	13,05	80	2	17,5	7	6	12.8	70	4	11.54	3	الديكور
/	100	613	/	100	40	/	100	547	/	100	26	المجموع

ك² المحسوبة = 4.19 بدرجة حرية 10 .
ك² الجدولية = 29.59 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و سبب تفضيل بعض القنوات .

جدول رقم (55)

من خلال البيانات الموضحة في الجدول أعلاه يظهر أن التلاميذ الذين مستوى عائلتهم المادي عالي يفضلون متابعة بعض القنوات الفضائية كونها تطرح مواضيع مهمة و لوضوح اللغة المستخدمة أيضا حيث حصل هذان المرران على نسبة واحدة قدرها 26.92% ، بعدها احتلت طريقة التقديم المرتبة الثالثة بنسبة 15.39% ، وهذه النتائج هي مشابهة إلى حد ما مع نتائج التلاميذ الذين مستوى عائلتهم المادي متوسط ، حيث أخذت نسبة طرح المواضيع المهمة أعلى قيمة 25.23% ، ثم يجيء مرر طريقة التقديم بنسبة 16.46% بينما كانت نسبة وضوح اللغة المستخدمة 16.27% ، في حين نجد بعض الاختلاف عند التلاميذ الذين دخل أولياتهم دون المتوسط فبعد اختيار طرح مواضيع مهمة بنسبة 22.5% ، يجيء مرر مصداقية القناة والديكور في المرتبة الثانية بنسبة 17.5% ثم يأتي دافع احترامها للتوقيت بنسبة 15% ، أما السبب الأخير حسب هذه الفئة فهو طريقة التقديم 11.5% على خلاف ما كان لدى تلاميذ المستوى العالي و المتوسط .

الفصل الخامس:

المراهق وبرامج تلفزيون الواقع

أولاً : البرامج الأكثر مشاهدة لدى المراهق

ثانياً: البرامج التي تنقل الواقع .

ثالثاً : مفهوم تلفزيون الواقع.

رابعاً : نظرة المراهق لبرامج الواقع .

خامساً : عوامل الجذب في برامج الواقع

أ- توزيع أفراد العينة حسب البرامج الأكثر مشاهدة و طبقا للجنس

البرامج الأكثر مشاهدة	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
البرامج السياسية	43	7,26	8	11,04	36	8,61	8	8,61
البرامج الاقتصادية	39	6,59	9	7,06	23	6,75	9	6,75
البرامج الرياضية	76	12,84	4	15,65	51	13,83	2	13,83
الأفلام والمسلسلات	87	14,7	1	15,03	49	14,81	1	14,81
البرامج الدينية	85	14,36	2	12,27	40	13,62	3	13,62
البرامج العلمية والثقافية	81	13,68	3	10,12	33	12,42	4	12,42
المنوعات الغنائية	76	12,84	4	9,51	31	11,66	5	11,66
برامج الأطفال	53	8,95	6	10,12	33	9,37	6	9,37
الألعاب والتسلية	52	8,78	7	9,20	30	8,93	7	8,93
المجموع	592	100	326	100	918	100	/	/

كأ² المحسوبة - 9.93 بدرجة حرية 8 .
كأ² الجدولية = 26.12 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و البرامج الأكثر مشاهدة .
ر - 0.65
النتيجة : هناك درجة من الارتباط طردية متوسطة بين المتغيرين .

جدول رقم (57)

إن اختيار القناة الفضائية التي يفضلها المشاهد تعتمد على دوافع لاختيار برامج معينة توجهها في ذلك ميولاته ورغباته ، وتختلف هذه الرغبات و الميولات من فرد إلى آخر وفقا لعوامل مختلفة ، مع أنه هناك فئات عديدة لا تزال تنظر إلى التلفزيون كوسيلة تسلية وترفيه ، و تجد في الأفلام والمسلسلات المادة الترفيهية الأكثر جاذبية ، وهذا ما يعبر عنه انجذاب الإناث لمثل هذه البرامج و بالطبع يختلف ما يشاهده المراهقون عما تشاهده المراهقات ، و تقول دراسة " اليونيسيف " إن المراهقات يقبلن على مشاهدة المسلسلات و برامج المنوعات و البرامج الدينية و تلك التي تحاظ المرأة ، في حين يقبل المراهقون على المسلسلات الأجنبية و الرياضة .⁽¹⁾

(1) ما يشاهده المراهقون ، موقع سابق .

و قد أكدت هذه النتائج أرقام هذه الدراسة فقد حظيت المسلسلات لدى إناث أفراد العينة بنسبة 14.7% لتحتل المركز الأول تتبعها البرامج الدينية و بنسبة غير بعيدة 14.36%، ثم البرامج العلمية و الثقافية بنسبة 13.68%، أما الذكور فهم يفضلون البرامج الرياضية بنسبة 15.65%، ثم الأفلام و المسلسلات بنسبة 15.03% فالبرامج الدينية بنسبة 12.27%، و فيما توجه الإناث إلى البرامج الغنائية و المنوعات إلى جانب البرامج الرياضية نجد المذكور مهتمين بالبرامج السياسية، بعدها العلمية و الثقافية و برامج الأطفال ثم المنوعات الغنائية فبرامج الألعاب و أخيرا البرامج الاقتصادية، و الملاحظ أن البرامج السياسية و كذا الاقتصادية هي آخر البرامج تفضيلا من طرف الإناث.

ب- توزيع أفراد العينة حسب البرامج الأكثر مشاهدة و طبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة			ريف			مكان السكن	
		ك	تج	(%)	ك	تج	(%)		
8	8,61	79	8	7.04	39	5	10.99	40	البرامج السياسية
9	6,75	62	9	4,87	27	9	9,62	35	البرامج الاقتصادية
2	13,83	127	2	14,80	82	2	12,36	45	البرامج الرياضية
1	14,81	136	1	16.43	91	2	12,36	45	الأفلام والمسلسلات
3	13,62	125	4	13.54	75	1	13.74	50	البرامج الدينية
4	12.42	114	3	14,44	80	8	9,34	34	البرامج العلمية والثقافية
5	11.66	107	5	12.82	71	7	9,89	36	المنوعات الغنائية
6	9.37	86	6	8,66	48	6	10,44	38	برامج الأطفال
7	8,93	82	7	7,40	41	4	11,26	41	الألعاب والتسلية
/	100	918	/	100	554	/	100	364	المجموع

ك² المحسوبة = 25.31 بدرجة حرية 8 .
ك² الجدولية - 26.12 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و البرامج الأكثر مشاهدة .
ر - 0.52
النتيجة : هناك درجة من الارتباط طردية متوسطة بين المتغيرين .

جدول رقم (58)

إنَّ اختلاف البيئات قد يؤثر على نوعية البرامج المفضَّلة ، و الملاحظ من خلال هذا الجدول أنَّ أفراد العينة من سكَّان الرِّيف يفضِّلون البرامج الدِّينية بنسبة 13.74% ، مقابل تفضيل سكَّان المدينة للأفلام و المسلسلات بنسبة 16.43% ، كما يفضِّل سكَّان الرِّيف الأفلام و المسلسلات و كذا البرامج الرِّياضية بنسبة 12.36% ، مقابل توجُّه سكَّان المدينة للبرامج الرِّياضية 14.8% ثمَّ البرامج العلميَّة و التثقيفيَّة 14.44% ، و الظَّاهر أيضا أنَّ سكَّان الرِّيف يفضِّلون برامج الألعاب أكثر من سكَّان المدينة ، و في المقابل يميل سكَّان المدينة للمنوعات الغنائيَّة أكثر من الفئة الأخرى ، ورغم الاختلافات بين اختيارات الفئتين إلاَّ أنَّهما تتفقان في الأخير على أنَّ البرامج الاقتصاديَّة هي الأقل تفضيلا بين مختلف البرامج (9.62% ، 9.87%) .

ج- توزيع أفراد العينة حسب البرامج الأكثر مشاهدة و طبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط			متوسط			عالي			المستوى المادي	البرامج الأكثر مشاهدة
		ك	(%)	تج	ك	(%)	تج	ك	(%)	تج		
8	8,61	79	2	12,5	7	8	8.16	66	6	11,32	6	البرامج السياسيَّة
9	6,75	62	9	5.36	3	9	6.8	55	8	7.55	4	البرامج الاقتصاديَّة
2	13,83	127	2	12,5	7	3	13.97	113	2	13,21	7	البرامج الرِّياضية
1	14,81	136	1	17,86	10	1	14.59	118	1	15,09	8	الأفلام و المسلسلات
3	13,62	125	7	8.93	5	2	14.21	115	7	9,43	5	البرامج الدِّينية
4	12.42	114	2	12,5	7	4	12,36	100	2	13,21	7	البرامج العلميَّة و الثقافيَّة
5	11.66	107	8	7,14	4	5	11.87	96	2	13,21	7	المنوعات الغنائيَّة
6	9.37	86	2	12,5	7	6	9.52	77	9	3.77	2	برامج الأطفال
7	8,93	82	6	10,71	6	7	8.52	69	2	13,21	7	الألعاب و التسلية
/	100	918	/	100	56	/	100	809	/	100	53	المجموع

كأ² المحسوبة = 9.07 بدرجة حريَّة 16 .
كأ² الجدوليَّة = 39.29 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيِّر المستوى المادي و البرامج الأكثر مشاهدة .

جدول رقم (59)

تتفق اختيارات تفضيل البرامج في ترتيب الأفلام و المسلسلات كمرتبة أولى بدلالة المستوى المادي (15.09% ، 14.59% ، 17.86%) ، غير أنها تختلف بعد ذلك ؛ فبالنسبة لذوي المستوى المادي العالي تتساوى مجموعة من الاختيارات لتحتل المركز الثاني (البرامج الرياضية ، البرامج العلمية ، المنوعات الغنائية ، الألعاب) ، في حين تسير اختيارات ذوي الدخل المتوسط باتجاه البرامج الدينية ثم البرامج الرياضية فالبرامج العلمية التثقيفية ، أما ذوو الدخل الضعيف فقد تساوت اهتمامهم بكل من : البرامج الرياضية ، البرامج السياسية ، البرامج العلمية و الثقافية ، برامج الأطفال ، كما لا تزال البرامج الاقتصادية لا تحظى بالاهتمام من طرف الباحثين ، ويضيف لها ذوو الدخل العالي برامج الأطفال ، حيث لم تتجاوز نسبة هذه البرامج 3.77% من إجابات هذه الفئة .

14- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب البرامج المفضلة لديها

البرامج المفضلة	التكرارات	النسبة(%)
برامج الواقع(سياسة،اقتصاد،منوعات،...)	107	44,58
برامج الخيال(أفلام ومسلسلات ، بعض برامج الأطفال،...)	133	55.42
المجموع	240	100

جدول رقم (60)

يُظهر هذا الجدول ميل أفراد العينة إلى البرامج الأكثر خيالا والبعيدة عن الواقع كالأفلام والمسلسلات... ، وقد عكست ذلك نسبة 55.42% المعطاة لهذا الاختيار ، أما البرامج الواقعية فقد حصلت على نسبة 44.85% من إجابات الباحثين .

أ- توزيع أفراد العينة حسب البرامج المفضلة لديها و طبقا للجنس

البرامج المفضلة	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
برامج الواقع (سياسة، اقتصاد، منوعات،...)	58	39,19	49	53,26	107	44,58		
برامج الخيال (أفلام ومسلسلات ، بعض برامج الأطفال،...)	90	60,81	43	46,74	133	55,42		
المجموع	148	100	92	100	240	100		
χ^2 المحسوبة - 4.55 بدرجة حرية 1 . χ^2 الجدولية - 3.84 بدرجة ثقة 95 % . النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و البرامج المفضلة . $F = 0.14$								

جدول رقم (61)

أظهرت النتائج السابقة تفضيل الإناث للأفلام و المسلسلات مقابل تفضيل الذكور البرامج الرياضية ، وعلى هذا جاء اختيار الإناث في هذا السؤال لبرامج الخيال على حساب البرامج الواقعية بنسبة 60.81% ، و اختيار الذكور للبرامج الواقعية أكثر من البرامج الخيالية بنسبة 53.26% .

و بتطبيق معامل الارتباط χ^2 على بيانات الجدول تتأكد لنا دلالة وجود علاقة بين متغير الجنس و نوعية البرامج المفضلة ، فقد بلغت قيمة χ^2 المحسوبة 4.55 و هي قيمة أكبر من الجدولية المقدرة بـ 3.84 بدرجة ثقة 99% مما يعني أن هناك دلالة لوجود علاقة بين المتغيرين ؛ وبحساب معامل التوافق F من χ^2 نجد أن قيمته المقدرة بـ 0.14 تدل على وجود توافق ضعيف جدًا بين الظاهرتين ، بمعنى أنهما يختلفان معا أو أن هناك فروقا بينهما .

ب- توزيع أفراد العينة حسب البرامج المفضلة لديها و طبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	البرامج المفضلة
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
44,58	107	40,97	59	50	48	برامج الواقع (سياسة، اقتصاد، منوعات، ...)	
55.42	133	59.03	85	50	48	برامج الخيال (أفلام ومسلسلات ، بعض برامج الأطفال، ...)	
100	240	100	144	100	96	المجموع	
كآء المحسوبة - 1.9 بدرجة حرية 1 . كآء الجدولية - 10.83 بدرجة ثقة 99% . النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و البرامج المفضلة .							

جدول رقم (62)

من خلال بيانات الجدول نلاحظ أن تلاميذ الريف يفضلون البرامج الخيالية و البرامج الواقعية بنفس الدرجة 50 % ، في حين يفضل سكان المدينة البرامج الخيالية على حساب البرامج الواقعية بنسبة 59.03% للأولى و 40.97% للثانية .

ج- توزيع أفراد العينة حسب البرامج المفضلة لديها و طبقا للمستوى المادى

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادى	البرامج المفضلة
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
44,58	107	50	6	43.52	94	58,33	7	برامج الواقع (سياسة، اقتصاد، منوعات، ...)	
55.42	133	50	6	56,48	122	41,67	5	برامج الخيال (أفلام ومسلسلات ، بعض برامج الأطفال، ...)	
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع	
كآء المحسوبة - 1.16 بدرجة حرية 2 . كآء الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99% . النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادى و البرامج المفضلة .									

جدول رقم (63)

تباين النتائج حسب المستوى المادى لنجد أن التلاميذ الذين دخل أوليائهم عالٍ يفضلون البرامج الواقعية بنسبة 58 % على عكس التلاميذ الذين دخل آباؤهم متوسط فهم يفضلون البرامج

الخيالية بنسبة 41.67 % ، أما التلاميذ الذين دخل آباؤهم دون المتوسط فلا يميزون بين البرامج الواقعية والبرامج الخيالية حيث أعطوا إجابات بنسبة 50% لكلا الاختيارين .

15- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مبررات تفضيلها برنامج على آخر في محاولة لمعرفة تفسير النتائج السابقة أعطى أفراد العينة مبررات لتفضيلهم نوعا على آخر ، و تشير الأرقام المبينة في الجدول تعدد التبريرات رغم أن نسبة عالية مقدرة بـ 44.15% لم تحدد مبررات اختيارها ، و فيما يخص أكثر التبريرات اختيارا فقد جاء سبب التسلية و الترفيه في مقدمة الاختيارات بنسبة 11.25 % ، ثم يليه دافع الاستفادة و التثقيف في المرتبة الثانية بنسبة 6.67 % ، كما حاز مبرر الهروب إلى الخيال على نسبة 6.25 % ، أما مبرر أنه برنامج يعرض الحياة اليومية فقد كانت نسبته 5.83 % ، وقدّرت نسبة مصداقية البرامج 4.17 % ، قبل أن يجيء مبرر كون الواقع صعب ومؤلم بنسبة 3.75 % ، و الاهتمام بإثارة البرامج بنسبة 3.75 % ، و قد احتلّ طلب الخبرة في الحياة اليومية المركز الأخير بنسبة لم تتجاوز 3.33 % .

مبررات تفضيل برنامج على آخر	التكرارات	النسبة(%)
هذه البرامج مثقفة ومفيدة	16	6,67
أكثر مصداقية وعفوية	10	4,17
تعرض الحياة اليومية وتقدم أخبار العالم وتطورات المجتمع	14	5,83
تعطي خبرة في الحياة	8	3,33
لأننا نعيش في الواقع	15	6,25
مسلية وممتعة ومرفهة	27	11,25
الواقع صعب ومؤلم	9	3,75
أحبّ الهروب إلى الخيال	15	6,25
لاحتوائها على الإثارة	9	3,75
بعض الطبائع الخاصة (حبّ الرياضة، عدم الاهتمام بالاقتصاد،...)	11	4,58
لا إجابة	106	44,17
المجموع	240	100

جدول رقم (64)

ومن خلال هذه المبررات يتأكد لنا ميل أفراد العينة لمتابعة البرامج الأكثر تسلية و ترفيهها وفي الوقت نفسه تفيد وتثقف ، لأجل ذلك فهم يعيشون الواقع و يحاولون الهروب إلى الخيال إن وجدوا ضرورة لذلك .

أ- توزيع أفراد العينة حسب مبررات تفضيلها برنامج على آخر وطبقا للجنس
أما بالنسبة للمبررات المقدمة من طرف أفراد العينة بدلالة الجنس ، فقد كانت النتائج كما هو مبين في الجدول الموالي :

المجموع	ذكر		أنثى		الجنس	مبررات تفضيل برنامج على آخر
	ك	(%)	ك	(%)		
6,67	16	8.7	8	5.41	8	هذه البرامج مثقفة ومفيدة
4,17	10	2,17	2	5.41	8	أكثر مصداقية وعفوية
5,83	14	3,26	3	7,43	11	تعرض الحياة اليومية وتقدم أخبار العالم وتطورات المجتمع
3,33	8	3,26	3	3.38	5	تعطي خبرة في الحياة
6,25	15	4.35	4	7,43	11	لأننا نعيش في الواقع
11,25	27	10.87	10	11.49	17	مسلية وممتعة ومرقحة
3,75	9	3.26	3	4,05	6	الواقع صعب وموالم
6,25	15	3,26	3	8.11	12	أحبّ الهروب إلى الخيال
3,75	9	5.44	5	2,70	4	لاحتوائها على الإثارة
4,58	11	4.35	4	4.73	7	بعض الطبائع الخاصة (حبّ الرياضة، عدم الاهتمام بالاقتصاد،...)
44,17	106	51.08	47	39,86	59	لا إجابة
100	240	100	92	100	148	المجموع

كأما المحسوبة - 9.91 بدرجة حرية 10 .
كأما الجدولية - 29.59 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و مبررات تفضيل برنامج على آخر .

جدول رقم (65)

بررت الإناث تفضيل البرامج الخيالية لكونهن يبحثن عن الترفيه و التسلية بنسبة 11.49% ، و بأنهن يرغبن في الهروب من الواقع بنسبة 8.11% ، أما الذكور فقد برروا تفضيلهم للبرامج الواقعية بالبحث عن الترفيه و التسلية بنسبة 10.87% ، و برغبتهم في التثقيف و الاستفادة

بنسبة 8.7% ، كما تفضّل الإناث البرامج الواقعيّة لكونهن جزءا من الواقع و يجب تتبّع أخباره و تطوّرات الأحداث فيه بنسبة 7.43% ، و أيضا بسبب المصدقيّة و العفويّة و طلب التثقيف و الاستفادة بنسبة 5.41% و غيرها من الأسباب ، و بالنسبة للذكور فقد يبرّرون توجّههم للبرامج الخياليّة ببحثهم عن الإثارة بنسبة 5.44% ، و ببعض الطبائع الخاصّة بهم كحبّ مشاهدة الأفلام وغير ذلك .

ب - توزيع أفراد العيّنة حسب ميّزات تفضيلها برنامج على آخر وطبقا لمكان السّكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السّكن
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	
6,67	16	7.64	11	5.21	5	ميّزات تفضيل برنامج على آخر
						هذه البرامج مثقّفة ومفيدة
4,17	10	3,47	5	5.21	5	أكثر مصدقيّة وعفويّة
5,83	14	7.64	11	3,12	3	تعرض الحياة اليوميّة وتقدّم أخبار العالم وتطوّرات المجتمع
3,33	8	2,08	3	5.21	5	تعطي خبرة في الحياة
6,25	15	6,25	9	6,25	6	لأننا نعيش في الواقع
11,25	27	6,94	10	17.71	17	مسلية وممتعة ومرفّهة
3,75	9	2,78	4	5.21	5	الواقع صعب ومؤلّم
6,25	15	5,56	8	7,29	7	أحبّ الهروب إلى الخيال
3,75	9	3,47	5	4,17	4	لاحتوائها على الإثارة
4,58	11	4,86	7	4,17	4	بعض الطبائع الخاصّة (حبّ الرّياضة، عدم الاهتمام بالاقتصاد،...)
44,17	106	49.31	71	36.45	35	لا إجابة
100	240	100	144	100	96	المجموع
كأ ² المحسوبة - 14.03 بدرجة حرّيّة 10 .						
كأ ² الجدوليّة - 29.59 بدرجة ثقة 99% .						
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر مكان السّكن و ميّزات تفضيل برنامج على آخر .						

جدول رقم (66)

يظهر من خلال الجدول أعلاه أنّ سكّان الرّيف يبرّرون تفضيلاتهم المتكافئة لكلا التّوعين من البرامج ببحثهم عن التّرفيه و التّسلية بالدرجة الأولى 17.71% ، و بعد هذه القيمة الكبيرة تجيء ميّزات عدّة أخرى كالرّغبة في الهروب من الواقع 7.29% ، و كوننا نعيش في الواقع

6.25% ، و أنّ الواقع صعب و مؤلم ، الرّغبة في التثقيف و الاستفادة ، البحث عن المصداقية و العفوية... الخ...

أما سكّان المدينة فقد برّروا تفضيلاتهم بطلبهم للتثقيف و الاستفادة و تتبّعهم للأخبار و المستجدات بنسبة 7.64% ، ثمّ طلب التّسليّة و التّرفيه و المتعة بنسبة 6.94% ، ثمّ تأتي بعد هذه الاختيارات باقي المبرّرات كالعيش في الواقع و الهروب إلى الخيال ، وبعض الطّبائع الخاصّة... الخ...

ج- توزيع أفراد العينة حسب مبرّرات تفضيلها برنامج على آخر وطبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	مبرّرات تفضيل برنامج على آخر
6,67	16	16,67	2	6,48	14	0	0	هذه البرامج مثقفة ومفيدة
4,17	10	0	0	4,17	9	8,33	1	أكثر مصداقية وعفوية
5,83	14	0	0	6,49	14	0	0	تعرض الحياة اليومية وتقدّم أخبار العالم وتطوّرات المجتمع
3,33	8	16,67	2	2,31	5	8,33	1	تعطي خبرة في الحياة
6,25	15	8,33	1	6,48	14	0	0	لأننا نعيش في الواقع
11,25	27	16,67	2	11,11	24	8,33	1	مسليّة وممتعة ومرقّبة
3,75	9	16,66	2	3,24	7	0	0	الواقع صعب ومؤلم
6,25	15	0	0	6,94	15	0	0	أحبّ الهروب إلى الخيال
3,75	9	0	0	4,17	9	0	0	لاحتوائها على الإثارة
4,58	11	0	0	4,63	10	8,33	1	بعض الطّبائع الخاصّة (حبّ الرياضة، عدم الاهتمام بالاقتصاد،...)
44,17	106	25	3	43,98	95	66,67	8	لا إجابة
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع
كأ ² المحسوبة - 26.30 بدرجة حرّية 20 .								
كأ ² الجدوليّة - 45.32 بدرجة ثقة 99% .								
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر المستوى المادّي و مبرّرات تفضيل برنامج على آخر .								

جدول رقم (67)

من خلال هذا الجدول نلاحظ أنّ ذوا المستوى المادّي العالي قد ركّزوا إجاباتهم على ثلاثة مبرّرات و بنسبة واحدة 8.33% ، هذه المبرّرات هي : المصدقيّة و العفويّة ، التّسليّة و التّرفيه و المتعة ، تعطي خيرة في الحياة ، بعض الطّبائع الخاصّة ؛ أمّا ذوا الدّخل المتوسّط فقد برّروا تفضيلاتهم بعدّة أسباب أوّلا التّسليّة و المتعة و التّرفيه 11.11% ، ثانيا الهروب إلى الخيال 6.94% ، ثالثا للتّشقيف و الاستفادة و أيضا لتتبع الأخبار و المستجّدات و لأننا نعيش في الواقع بنسبة 6.48% ، ثمّ بعض الطّبائع الخاصّة ، و المصدقيّة و العفويّة ، و الإثارة وغيرها ... في حين تركّزت مبرّراتهم ذوي المستوى ما دون المتوسّط على بعض فقط : التّشقيف و الاستفادة ، إعطاء الخبرة في الحياة ، التّسليّة و التّرفيه و المتعة ، الواقع الصّعب و المؤلم ، كلّ هذه المبرّرات بنسبة 16.67% ، وهناك إضافة إلى هذه المبرّرات مبرّر أنّنا نعيش في الواقع بنسبة 8.33% .

16- توزيع أفراد عيّنة الدّراسة حسب تحديدها للبرامج التي تنقل الواقع

النسبة(%)	التكرارات	البرامج التي تنقل الواقع
59.29	166	برامج البثّ المباشر
27,5	77	الأشرطة الوثائقيّة
13,21	37	الأفلام التّسجيليّة
100	280	المجموع

جدول رقم (68)

اعتبر أفراد العيّنة أنّ برامج البثّ المباشر هي البرامج الأكثر نقلا للواقع بنسبة كبيرة قدّرت بـ 59.29% ، أمّا الأشرطة الوثائقيّة فهي قريبة من الواقع بنسبة 27.5% ، في حين جاءت الأفلام التّسجيليّة في المرتبة الأخيرة بنسبة 13.21% فقط .

أ- توزيع أفراد العينة حسب تحديدها للبرامج التي تنقل الواقع و طبقا للجنس

البرامج التي تنقل الواقع		الجنس		الجموع	
		ك	(%)	ك	(%)
برامج البث المباشر	101	59,76	65	58,56	166
الأشرطة الوثائقية	43	25,45	34	30,63	77
الأفلام التسجيلية	25	14,79	12	10,81	37
المجموع	169	100	111	100	280

ك² المحسوبة - 1.47 بدرجة حرية 2 .
 ك² الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و رأي العينة في البرامج التي تنقل الواقع .

جدول رقم (69)

من خلال الجدول أعلاه نجد أن الإناث يعتبرون أن برامج البث المباشر هي الأكثر نقلا للواقع بنسبة 59.76% و هي نفس النتيجة التي عبر عنها الذكور بنسبة 58.56% ، أما الأفلام الوثائقية فكانت في المرتبة الثانية بنسبة 30.63% لدى الإناث و 25.45% لدى الذكور ، من جهة أخرى بقيت الأفلام التسجيلية في المركز الأخير لكلا الجنسين (14.79% و 10.81%) .

ب- توزيع أفراد العينة حسب تحديدها للبرامج التي تنقل الواقع و طبقا لمكان السكن

البرامج التي تنقل الواقع		مكان السكن		الجموع	
		ك	(%)	ك	(%)
برامج البث المباشر	67	57,26	99	60,74	166
الأشرطة الوثائقية	36	30,77	41	25,15	77
الأفلام التسجيلية	14	11,97	23	14,11	37
المجموع	117	100	163	100	280

ك² المحسوبة - 1.15 بدرجة حرية 2 .
 ك² الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و رأي العينة في البرامج التي تنقل الواقع

جدول رقم (70)

لم يؤثر مكان السكن على اختيارات أفراد العينة ، إذ لا نجد فرقا بين تلاميذ المدينة وتلاميذ الريف ، فقد كانت أكبر النسب لبرامج البث المباشر من حيث اعتبارها الأقرب لنقل الواقع (57.26% ، 60.74%) كما احتلت الأشرطة الوثائقية المرتبة الثانية بـ 25.15% لسكان المدينة و 30.77% لسكان الريف ، أما الأفلام التسجيلية و التي بلغت نسبتها 14.11% لدى سكان المدينة و 11.97% لدى سكان الريف فقد احتلت المرتبة الأخيرة .

ج- توزيع أفراد العينة حسب تحديدها للبرامج التي تنقل الواقع و طبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	البرامج التي تنقل الواقع
59.29	166	42,86	6	60,39	154	54.55	6	برامج البث المباشر
27,5	77	42,86	6	25,88	66	45,45	5	الأشرطة الوثائقية
13,21	37	14,28	2	13,73	35	0	0	الأفلام التسجيلية
100	280	100	14	100	255	100	11	المجموع

ك² المحسوبة - 4.98 بدرجة حرية 4.
ك² الجدولية - 18.46 بدرجة ثقة 99%.
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و رأي العينة في البرامج التي تنقل الواقع

جدول رقم (71)

من خلال الجدول يظهر أن ذوو المستوى المادي العالي يعتبرون البث المباشر و الأشرطة الوثائقية هما فقط من ينقلان الواقع (54.55% ، 45.45%) ، وهذا يعني أن هذه الفئة لم تفهم مصطلح الفيلم التسجيلي ، أما متوسطو الدخل فقد رجحوا البث المباشر بنسبة عالية 60.39% ، ثم الأشرطة الوثائقية 25.88% ، و أخيرا الأفلام التسجيلية بنسبة 13.73% ، و أجاب ذوو الدخل الضعيف بنسبة متساوية لكل من البث المباشر و الأشرطة الوثائقية 42.86% و بنسبة أقل منها للأفلام التسجيلية 14.28% .

17- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تعريفها لتلفزيون الواقع

التكرارات	النسبة (%)	تلفزيون الواقع هو
24	10	نقل الواقع والحقيقة دون ديكور أو تزييف
17	7,08	النقل المباشر والآتي للأحداث
12	5	كل ما هو بعيد عن الخيال
9	3,75	نقل واقع ويوميّات شخص أو مجموعة من الأشخاص بتفاصيلها
8	3,33	وجه جديد للتلفزيون
5	2,08	وسيلة للتثورة والتجوميّة
14	5.84	تجربة مفيدة ومسليّة ومرفهة عن النفس
22	9,17	نوع من البرامج لا معنى له، لا يراعي الأخلاق والدين ويعمل على زرع تقاليد غربيّة
9	3,75	لا وجود لتلفزيون الواقع
120	50	لا جواب
240	100	المجموع

جدول رقم (72)

يظهر من خلال هذا الجدول أنّ نسبة 50% من الباحثين لا تعرف مصطلح تلفزيون الواقع ، أما النسبة التي أجابت فقد أعطت عدّة تعريفات لهذا المصطلح حسبما فهمته ، وقد عرّف أغلب من أجابوا تلفزيون الواقع بأنه " نقل الواقع والحقيقة دون ديكور وتزييف " بنسبة 10% ، بينما اعتبرته مجموعة أخرى " نوعا من البرامج لا معنى له لا يراعي الأخلاق والدين ويعمل على زرع تقاليد غربيّة " وهو تعريف تقييمي يبين تمسك التلاميذ بتقاليد دينهم بنسبة 9.17% ، وهناك مجموعة أخرى تشبّهه ببرامج النقل المباشر والآتي للأحداث بنسبة 7.08% ، وهناك من عرّفه " بأنه تجربة مثيرة ومسلية ومرفهة عن النفس " بنسبة 5.84% ، وقليل من اعتبره برنامجا " بعيدا عن الخيال " بنسبة 5% .

أما من فهم المصطلح فهما أكاديميًا فقد أجابوا بأنه " نقل واقع و يوميّات شخص أو مجموعة من الأشخاص بتفاصيلها " وهذه الفئة قليلة لم تتجاوز 3.75% ، أما باقي النسب فمنها من يقول

أنه وجه جديد للتلفزيون و هناك من يقول أنه وسيلة لتحقيق الشهرة ، و هناك من يقول أن لا وجود أصلا لتلفزيون الواقع .

أ- توزيع أفراد العينة حسب تعريفها لتلفزيون الواقع و طبقا للجنس

الجنس		أنثى		ذكر		المجموع	
ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
19	12.84	5	5.43	24	10		
9	6.08	8	8.7	17	7.08		
7	4.73	5	5.43	12	5		
4	2.70	5	5.44	9	3.75		
2	1.35	6	6.52	8	3.33		
3	2.03	2	2.17	5	2.08		
9	6.08	5	5.44	14	5.84		
11	7.43	11	11.96	22	9.17		
3	2.03	6	6.52	9	3.75		
81	54.73	39	42.39	120	50		
148	100	92	100	240	100		
ك ² المحسوبة = 15.49 بدرجة حرية 9. ك ² الجدولية = 27.88 بدرجة ثقة 99%. النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و فهم العينة لتلفزيون الواقع .							

جدول رقم (73)

من خلال هذا الجدول يتضح أن 54.73% من الإناث لم يعرفن تلفزيون الواقع مقارنة بالذكور 42.39% ، أما من عرفنه فقد فهمنه بنسبة 12.84% على أنه نقل للواقع والحقيقة دون ديكور وتزييف ، وهناك نسبة أخرى معتبرة 7.43% ترى أن تلفزيون الواقع هو لا معنى له كونه لا يراعي الأخلاق و الدين و يعمل على زرع تقاليد غريبة ، وكتعريف ثالث ترى الإناث أن تلفزيون الواقع هو النقل المباشر والآني للأحداث و أيضا تجربة مفيدة ومسلية ومرفهة عن النفس بنسبة 6.08% ، وتتوزع النسب المتبقية على باقي التعريفات دون أن تأخذ قيما معتبرة ؛ أما الذكور فيعرفونه على أنه لا معنى له كونه لا يراعي الأخلاق و الدين و يعمل على زرع

تقاليد غربيةً بنسبة 11.96% ، و أنه التقل المباشر والآني للأحداث بنسبة 8.7% ، و أيضا كونه وجه جديد للتلفزيون بنسبة 6.52% ، و بنفس النسبة الأخيرة يرى الذكور أنه لا وجود لتلفزيون الواقع ، في حين تأتي نسب صغيرة بعد ذلك لتعطي تعريفات أخرى لتلفزيون الواقع .

ب- توزيع أفراد العينة حسب تعريفها لتلفزيون الواقع و طبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	تلفزيون الواقع هو
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
10	24	9,72	14	10,42	10	نقل الواقع والحقيقة دون ديكور أو تزييف	
7,08	17	9,72	14	3,12	3	التقل المباشر والآني للأحداث	
5	12	4,17	6	6,25	6	كل ما هو بعيد عن الخيال	
3,75	9	0,69	1	8,33	8	نقل واقع ويوميّات شخص أو مجموعة من الأشخاص بتفاصيلها	
3,33	8	2,78	4	4,17	4	وجه جديد للتلفزيون	
2,08	5	2,78	4	1,04	1	وسيلة للشهرة والتجوميّة	
5.84	14	4,17	6	8,33	8	تجربة مفيدة ومسليّة ومرقّهة عن النفس	
9,17	22	7.64	11	11.64	11	نوع من البرامج لا معنى له، لا يراعي الأخلاق والذين يعمل على زرع تقاليد غربية	
3,75	9	2,78	4	5.21	5	لا وجود لتلفزيون الواقع	
50	120	55,55	80	41.76	40	لا جواب	
100	240	100	144	100	96	المجموع	
ك ² المحسوبة = 19.96 بدرجة حرية 9. ق - 0.26 ك ² الجدوليّة = 16.92 بدرجة ثقة 95% . النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و فهم العينة لتلفزيون الواقع .							

جدول رقم (74)

يظهر من هذا الجدول أنّ سكّان الرّيف اهتمّوا بتعريف تلفزيون الواقع تعريف تقيميّا (لا معنى له ...) بلغت نسبته 11.46% ، قبل أن يعرفوه بأنّه نقل الواقع والحقيقة دون ديكور أو تزييف بنسبة 10.42% ، و هذا مقابل تعريف سكّان المدينة البرامج على أنّها نقل الواقع والحقيقة دون ديكور أو تزييف و أيضا التقل المباشر والآني للأحداث بنسبة 9.72% ، وجاء في المركز الثالث التعريف بأنّه نقل واقع ويوميّات شخص أو مجموعة من الأشخاص بتفاصيلها و أيضا أنّه تجربة مفيدة ومسليّة ومرقّهة عن النفس بنسبة 8.33% لكليهما لدى سكّان

الريف ، وهذا مقابل اختيار سكان المدينة للتعريف التقييمي بنسبة 7.64% ، و مهما اختلفت نسب التعريفات المتبقية فإنه يمكن القول أنه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و مفهوم تلفزيون الواقع ، و تأكد هذه الدلالة قيمة كا² المحسوبة ، و التي بلغت 19.96 و هي قيمة أكبر من الجدولية المقدرة بـ 16.92 بدرجة ثقة 95% ، مما يعني أن هناك دلالة لوجود علاقة بين المتغيرين ؛ وبحساب معامل التوافق ق من كا² نجد أن قيمته المقدرة بـ 0.26 تدل على وجود توافق ضعيف جداً بين الظاهرتين ، بمعنى أنهما يختلفان معا أو أن هناك فروقا بينهما .

ج- توزيع أفراد العينة حسب تعريفها لتلفزيون الواقع و طبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	
10	24	0	0	11,11	24	0	0	تلفزيون الواقع هو نقل الواقع والحقيقة دون ديكور أو تزييف
7,08	17	0	0	7.88	17	0	0	التقل المباشر والآني للأحداث
5	12	8,33	1	5,09	11	0	0	كل ما هو بعيد عن الخيال
3,75	9	8,33	1	3,70	8	0	0	نقل واقع ويوميات شخص أو مجموعة من الأشخاص بتفاصيلها
3,33	8	0	0	3,70	8	0	0	وجه جديد للتلفزيون
2,08	5	8,33	1	1,85	4	0	0	وسيلة للشهرة والتجوميّة
5.84	14	0	0	5,09	11	25	3	تجربة مفيدة ومسليّة ومرقّفة عن النفس
9,17	22	48,3	1	9,72	21	0	0	نوع من البرامج لا معنى له ، لا يراعي الأخلاق والدين ...
3,75	9	16,67	2	2,78	6	8,33	1	لا وجود لتلفزيون الواقع
50	120	50	6	49.08	106	66,67	8	لا جواب
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع

كا² المحسوبة - 26.89 بدرجة حرية 18 .
 كا² الجدولية - 42.31 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و فهم العينة لتلفزيون الواقع .

جدول رقم (75)

يعرف أفراد العينة لتلفزيون الواقع بدلالة مستواهم المادي على النحو التالي : 25% من ذوي المستوى العالي تعتبره تجربة مفيدة ومسليّة ومرقّفة عن النفس ، و 8.33% من نفس الفئة ترى أن لا وجود لتلفزيون الواقع ، أما بقية الفئة فلم تعرف المصطلح ، و بالنسبة لمتوسطي الدخل فقد

حصل تعريف نقل الواقع والحقيقة دون ديكور أو تزييف على أعلى نسبة 11.11% ، مقابل 9.72% للتعريف التقييمي (لا معنى له ...) ، وبنسبة 7.88% احتل تعريف تلفزيون الواقع على أنه النقل المباشر والآني للأحداث المرتبة الثالثة ، أما ذوو الدّخل ما دون المتوسط فقد رجّحوا الرّأي القائل بأنّه لا وجود لتلفزيون الواقع بنسبة 16.67% ، كما عرفه بعضهم على أنه كلّ ما هو بعيد عن الخيال ، نقل واقع و يوميات شخص أو مجموعة من الأشخاص بتفاصيلها ، وسيلة للشّهرة والتّجوميّة ، نوع من البرامج لا معنى له ، لا يراعي الأخلاق والدين ... ، كلّ هذه الاختيارات بنسبة 8.34% ، أمّا البقية فلم تعرّف المصطلح .

18- توزيع أفراد عيّنة الدّراسة حسب برامج الواقع الأكثر مشاهدة

الترتيب العام	النسبة(%)	التكرارات	برامج الواقع الأكثر مشاهدة
1	23.91	137	ستار أكاديمي
2	23.04	132	ستار أكاديمي المغربية
3	13,61	78	عيش براري
7	9,07	52	على الهوى سوى
5	9.6	55	ناس الواحة
5	9.6	55	شاعر المليون
4	11.17	64	.loft story
/	100	573	المجموع

جدول رقم (76)

من خلال نتائج الجدول نجد أفراد العينة يشاهدون بكثافة برنامج ستار أكاديمي اللّبنانيّة التي حازت على أعلى نسبة من المشاهدة 23.91% وبذلك احتلت المرتبة الأولى ، أمّا البرنامج الثاني الذي حاز على أعلى نسبة مشاهدة بعد ستار أكاديمي فهو برنامج ستار أكاديمي مغربية بنسبة 23.04% ، كما جاء في المرتبة الثالثة برنامج عيش براري 13.61% ، ثم يأتي بعده برنامج .loft story الفرنسي بنسبة 11.17% ، و كذلك على الهوى سوى بنسبة 9.07% ، وأخيرا ناس الواحة و شاعر المليون بنسبة 9.6% .

و تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة هبة بهجت السّمرى " الشّباب و برامج الواقع " - المذكورة ضمن الدّراسات السّابقة لهذا البحث - ، من أنّ برنامج ستار أكاديمي جاء في مقدّمة البرامج التي يتابعها الشّباب بكثافة .

أ- توزيع أفراد العيّنة حسب برامج الواقع الأكثر مشاهدة وطبقا للجنس

الجنس	أنثى			ذكر			المجموع		
	ك	(%)	تج	ك	(%)	تج	ك	(%)	تج
برامج الواقع الأكثر مشاهدة									
ستار أكاديمي	90	24.66	1	47	22.6	1	137	23.91	1
ستار أكاديمي المغربية	85	23.29	2	47	22.6	1	132	23.04	2
عيش براري	48	13,15	3	30	14,42	3	78	13,61	3
على الهوى سوى	32	8.77	6	20	9,62	5	52	9,07	7
ناس الواحة	30	8.22	7	25	12.01	4	55	9.6	5
شاعر المليون	36	9,86	5	19	9,13	7	55	9.6	5
loft story	44	12,05	4	20	9,62	5	64	11.17	4
المجموع	365	100	/	208	100	/	573	100	/

ك² المحسوبة - 3.29 بدرجة حرية 6 .
ك² الجدولية - 22.46 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و برامج الواقع الأكثر مشاهدة .
ر - 0.71
النتيجة : هناك درجة من الارتباط طردية عالية و قوية بين المتغيرين .

جدول رقم (77)

و يفضّل الجنسان في هذه الدّراسة مشاهدة برامج الواقع خاصّة ستار أكاديمي اللّبنانيّة و ستار أكاديمي المغربية ، فقد حاز هذين البرنامجين على المرتبة الأولى لدى الذّكور بنسبة 22.6% ، و الأولى و الثانية لدى الإناث بنسبتي (24.66% و 23.29%) ، كما احتل برنامج عيش براري المرتبة الثالثة من اختيارات الفئتين (13.15% و 14.42%) و تختلف الاختيارات بعد ذلك فالإناث فضّلن **loft story** ، شاعر المليون ، على الهوى سوى ، ناس الواحة ، في حين كانت هذه البرامج لدى الذّكور على هذا التّرتيب : ناس الواحة ، على الهوى سوى ، **loft story** ، شاعر المليون .

ب- توزيع أفراد العينة حسب برامج الواقع الأكثر مشاهدة وطبقا لمكان السكن

مجموع		مدينة			ريف			مكان السكن
ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	برامج الواقع الأكثر مشاهدة	
1	23.91	137	30,15	98	15.72	39	ستار أكاديمي	
2	23.04	132	22,46	73	23,79	59	ستار أكاديمي المغربية	
3	13,61	78	13.85	45	13.31	33	عيش براري	
7	9,07	52	8,62	28	9.68	24	على الهوى سوى	
5	9.6	55	6,77	22	13,30	33	ناس الواحة	
5	9.6	55	7,69	25	12.1	30	شاعر المليون	
4	11.17	64	10,46	34	12.1	30	.loft story	
/	100	573	100	325	100	248	المجموع	

ك² المحسوبة = 22 بدرجة حرية 6 .
ك² الجدولية = 22.46 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و برامج الواقع الأكثر مشاهدة .
ر = 0.62
النتيجة : هناك درجة من الارتباط طردية متوسطة بين المتغيرين .

جدول رقم (78)

لم تختلف اختيارات البرامج الثلاثة الأولى بدلالة مكان السكن مع أنها عرفت بعض التغيير ،
يتمثل في أن ستار أكاديمي المغربية احتلت المركز الأول لدى سكان الريف بنسبة 23.79% ،
في حين احتلت ستار أكاديمي اللبنانية هذه المرتبة لدى سكان المدينة بنسبة 30.15% ، و فيما
احتلت ناس الواحة المركز الثالث أيضا من اختيارات سكان الريف بنسبة 13.3% ، اختار
سكان المدينة برنامج **loft story** ليحتل المركز الرابع بنسبة 10.46% ، وتأتي باقي
الاختيارات بعد ذلك و بنسب متفاوتة لدى الفئتين لكنها لا تحمل في الأخير أية دلالة .

ج- توزيع أفراد العينة حسب برامج الواقع الأكثر مشاهدة وطبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط			متوسط			عالي			المستوى المادّي	
ك	(%)	ك	تج	(%)	ك	تج	(%)	ك	تج	(%)	ك	
1	23.91	137	1	20.59	7	1	23.98	123	1	26,92	7	ستار أكاديمي
2	23.04	132	1	20.59	7	2	23.2	119	2	23.08	6	ستار أكاديمي المغربية
3	13,61	78	4	14.71	5	3	13.64	70	4	11.54	3	عيش براري
7	9,07	52	5	8,82	3	7	9.16	47	6	7,69	2	على الهوى سوى
5	9.6	55	3	17.65	6	6	9.36	48	7	3.87	1	ناس الواحة
5	9.6	55	5	8,82	3	5	9,55	49	4	11.54	3	شاعر المليون
4	11.17	64	5	8,82	3	4	11,11	57	3	15,38	4	.loft story
/	100	573	/	100	34	/	100	513	/	100	26	المجموع

كافة المحسوبة - 4.45 بدرجة حرية 12.
كافة الجدولية - 32.91 بدرجة ثقة 99%.
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادّي و برامج الواقع الأكثر مشاهدة .

جدول رقم (79)

اتّفقت المستويات الثلاثة على اختيار كلّ من ستار أكاديمي اللّبنانيّة و ستار أكاديمي المغربية في المرتبتين الأولى و الثانية ، أمّا بخصوص الاختيارات اللاحقة فقد أجاب ذوو المستوى المادّي العالي بتفضيلهم لبرنامج **loft story** كمرتبة ثالثة بنسبة 15.38% ، و شاعر المليون و عيش براري في المرتبة الرابعة بنسبة 11.54% ، في حين احتلّ برنامج عيش براري المرتبة الثالثة لدى ذوي المستوى المادّي المتوسط بنسبة 13.64% ، ونفس المرتبة كانت من نصيب برنامج ناس الواحة لدى ضعيفي الدّخل بنسبة 17.65% ، وهذا قبل أن تتربّب باقي الاختيارات بنسب مختلفة لدى كلّ فئات .

19- توزيع أفراد عينة الدراسة طبقاً للأشخاص الذين تتمّ معهم مشاهدة برامج الواقع

التسبة (%)	التكرارات	تكون المشاهدة
26,25	89	مع الأسرة
7.97	27	مع الوالدين
15,63	53	مع الإخوة
8.56	29	مع الأصدقاء
14,45	49	مع الأخوات
27.14	92	على انفراد
100	339	المجموع

جدول رقم (80)

لم يعد الحال مثل ما كان عليه سابقاً ، وجود جهاز تلفزيون واحد في غرفة الاستقبال ومشاهدته في زمن محدد (زمن بث المادة التلفزيونية) ، بل اتجه الوضع إلى تعددية وفردية المشاهدة بدلاً من المشاهدة الجماعية والمركزية ، فقد صار في المنزل الواحد بالإضافة إلى جهاز تلفزيون في غرفة الاستقبال جهاز تلفزيون آخر في غرفة نوم الوالدين (الزوج ، الزوجة) ، وربما أجهزة أخرى في غرفة نوم كل ابن أو بنت بلغ مرحلة الشباب ، مما أدى إلى التوجه إلى فردية المشاهدة و كأنها القراءة أو الاستماع إلى الراديو .

و الملاحظ من خلال نتائج الجدول أن أفراد العينة توجهوا إلى فردية المشاهدة التلفزيونية بنسبة عالية بلغت 27.14 % مقارنة بمشاهدة التلفزيون بشكل جماعي مع الأسرة و الذي مثل نسبة 26.15 % ، ثم تأتي المشاهدة مع الجنس نفسه مع الإخوة 15.63 % و مع الأخوات 14.45 % ، لتقلّ المشاهدة مع الأصدقاء بنسبة 07.95 % ، مما يدلّ على انتقال المشاهدة إلى الخصوصية الفردية من الجماعية .

أ- توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص الذين تتمّ معهم مشاهدة برامج الواقع وطبقا للجنس

الجنس	أنثى		ذكر		المجموع	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
مع الأسرة	54	25	35	28.46	89	26,25
مع الوالدين	20	9,26	7	5,69	27	7.97
مع الإخوة	34	15,74	19	15.45	53	15,63
مع الأصدقاء	19	8.8	10	8,13	29	8.56
مع الأخوات	42	19,44	7	5,69	49	14,45
على انفراد	47	21.76	45	36,58	92	27.14
المجموع	216	100	123	100	339	100

K^2 المحسوبة = 18.26 بدرجة حرية 5. $q = 0.22$
 K^2 الجدولية - 11.07 بدرجة ثقة 95%.
 النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و من تشاهد معه العينة برامج الواقع .

جدول رقم (81)

تدلّ أرقام الجدول على أنّ الذكور يشاهدون برامج الواقع على انفراد أكثر من الإناث بنسبة 36.58% مقابل 21.76%، بينما تفضّل الإناث المشاهدة التلفزيونية لبرامج الواقع مع الأسرة بنسبة 25% مقارنة مع الذكور 28.46%، كما أنّ الإناث تشاهدن هذه البرامج مع الأخوات بنسبة 15.74% بينما الذكور تقلّ مشاهدتهم مع الأخوات بنسبة 05.69%، أمّا المشاهدة مع الإخوة فبلغت عند الذكور 15.45% بينما لدى الإناث 15.75%، في حين تقلّ المشاهدة مع الأصدقاء بالنسبة للجنسين معا (08.08%، 08.13%)، كما تقلّ المشاهدة مع الوالدين خاصّة عند الذكور 5.69% مقابل 09.26% لدى الإناث . و باختبار معامل الارتباط K^2 نجد أنّ قيمته المحسوبة هي 18.26، وهي قيمة أكبر من الجدولية المقدّرة بـ 11.07 بدرجة ثقة 95%، ممّا يعني وجود دلالة لعلاقة بين الجنس و معيّة مشاهدة برامج الواقع؛ وبحساب معامل التوافق q من K^2 نجد أنّ قيمته المقدّرة بـ 0.22 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدًا بين الظاهرتين، بمعنى أنّهما يختلفان معا أو أنّ هناك فروقا بينهما .

ب- توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص الذين تتم معهم مشاهدة برامج الواقع وطبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن تكون المشاهدة
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	
26,25	89	27	54	25.18	35	مع الأسرة
7.97	27	9	18	6,47	9	مع الوالدين
15,63	53	16,5	33	14.39	20	مع الإخوة
8.56	29	8,5	17	8,63	12	مع الأصدقاء
14,45	49	15	30	13.67	19	مع الأخوات
27.14	92	24	48	31.66	44	على انفراد
100	339	100	200	100	139	المجموع
كاتمة المحسوبة - 2.86 بدرجة حرية 5. كاتمة الجدولية - 20.52 بدرجة ثقة 99%. النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و من تشاهد معه العينة برامج الواقع.						

جدول رقم (82)

نلاحظ من هذا الجدول أنّ تلاميذ الريف يشاهدون برامج الواقع بمفردهم عكس تلاميذ المدينة الذين تتم مشاهدتهم لهذه البرامج بمعيرة الأسرة بنسبة 27% ، وترتفع نسب المشاهدة لدى سكان المدينة مع الإخوة و الأخوات عنها لدى سكان الريف ، مع أنّها تأخذ نسباً معتبرة لكلا الفئتين وتبقى المشاهدة الأضعف مع الوالدين - بعد الأصدقاء - حيث لم تتجاوز 6.47% لسكان الريف و 9% لسكان المدينة .

ج- توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص الذين تتمّ معهم مشاهدة برامج الواقع وطبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	تكون المشاهدة
26,25	89	24	6	26.28	77	28,57	6	مع الأسرة
7.97	27	12	3	7.85	23	4,76	1	مع الوالدين
15,63	53	16	4	16,04	47	9,52	2	مع الإخوة
8.56	29	12	3	17,5	22	19.05	4	مع الأصدقاء
14,45	49	8	2	15.02	44	14.29	3	مع الأخوات
27.14	92	28	7	27,30	80	23.81	5	على انفراد
100	339	100	25	100	293	100	21	المجموع

كأ² المحسوبة = 5.72 بدرجة حرية 10 .
 كأ² الجدوليّة = 29.59 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر المستوى المادّي و من تشاهد معه العينة برامج الواقع.

جدول رقم (83)

أجاب التلاميذ ذوو الدّخل العالي بمشاهدة برامج الواقع مع الأسرة أوّلا بنسبة 28.57% ، و على انفراد ثانيا بنسبة 23.81% ثمّ مع الأصدقاء 19.05% و بعدها مع الأخوات 14.29% و أخيرا مع الوالدين 4.76% ، في حين يختلف ذلك عند التلاميذ ذوو الدّخل المتوسط و دون المتوسط فهم يشاهدون أولا برامج الواقع على انفراد بنسبة 27.30% لذوي الدّخل المتوسط و 28% لذوي الدّخل دون المتوسط ، و في المرتبة الثانية بمعية الأسرة بنسبة 26.28% لذوي الدّخل المتوسط و 24% لذوي الدّخل دون المتوسط ، ثمّ مع الإخوة و بعدها مع الأخوات ثمّ مع الأصدقاء و أخيرا مع الوالدين .

20- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تحديدها طبيعة برنامج الواقع

الترتيب العام	النسبة(%)	التكرارات	طبيعة برنامج الواقع
2	32,08	77	برنامج ترفيهي
3	10.42	25	برنامج تجاري
4	7,08	17	برنامج للشهرة والتجوميّة
4	7,08	17	برنامج إثارة
1	43.34	104	لا جواب
/	100	240	المجموع

جدول رقم (84)

لم تجب على طبيعة برامج الواقع نسبة معتبرة من أفراد العينة قيمتها 43.34% ، أما البقية فقد أجابت بأنّ برنامج الواقع هي ترفيهيّة بالدرجة الأولى و بنسبة 32.08% ، ثمّ تجاريّة بنسبة 10.42% وأخيرا هي برنامج للشهرة و التجوميّة و الإثارة بنسبة 7.08% .

أ- توزيع أفراد العينة حسب تحديدها طبيعة برنامج الواقع وطبقا للجنس

الجنس	أنثى		ذكر		المجموع	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
طبيعة برنامج الواقع	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
برنامج ترفيهي	35	38,04	42	28.38	77	32,08
برنامج تجاري	10	10.87	15	10.14	25	10.24
برنامج للشهرة والتجوميّة	4	4.35	13	8,78	17	7,08
برنامج إثارة	3	3,26	14	9.46	17	7,08
لا جواب	40	43.48	64	43,24	104	43.34
المجموع	92	100	148	100	240	100

ك² المحسوبة - 6.33 بدرجة حريّة 4 .
ك² الجدوليّة - 18.46 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر الجنس و تحديد طبيعة برامج الواقع .
ر - 0.4
النتيجة : هناك درجة ارتباط طردية منخفضة و ضعيفة بين المتغيّرين .

جدول رقم (85)

تماثلت نسب عدم إجابة المبحوثين عند كلا الجنسين (أنثى وذكر) بنسبة لا تقل عن 43% ، كما اعتبر الاثنان أن برامج الواقع هي برامج ترفيهية بالدرجة الأولى بتسبة 38.08% للإناث و 28.38% للذكور ، و هو برنامج تجاري بالدرجة الثانية 10.87% إناث و 10.41% ذكور ، غير أنهم اختلفوا بعد ذلك حيث اعتبرته الإناث برنامجا للشهرة و التجميية قبل أن يكون برنامج إثارة ، و العكس بالنسبة لاختيارات الذكور .

ب- توزيع أفراد العينة حسب تحديدها طبيعة برنامج الواقع وطبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة			ريف			مكان السكن	
		ك	(%)	نح	ك	(%)	نح	ك	طبيعة برنامج الواقع
2	32,08	77	2	27,08	39	2	39,58	38	برنامج ترفيهي
3	10.42	25	4	6,25	9	3	16,67	16	برنامج تجاري
4	7,08	17	3	7.64	11	5	6,25	6	برنامج للشهرة والتجميية
4	7,08	17	5	3,47	5	4	12,5	12	برنامج إثارة
1	43.34	104	1	55.56	80	1	25	24	لا جواب
/	100	240	/	100	144	/	100	96	المجموع

كاسم المحسوبة - 27.99 بدرجة حرية 4 .
 كاسم الجدولوية - 18.46 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و تحديد طبيعة برامج الواقع .
 ر - 0.56
 النتيجة : هناك درجة ارتباط طردية متوسطة بين المتغيرين .

جدول رقم (86)

اعتبر أفراد العينة ممن أجابوا على هذا السؤال برامج الواقع ترفيهية بنسبة كبيرة (27% لسكان المدينة و 39.58% لسكان الريف) ، كما رجح سكان الريف اعتبارهم بأنه برنامج تجاري بنسبة 16.67% مقابل ترجيح سكان المدينة لاختيار الشهرة و التجميية بنسبة 7.64% ، ويرى هؤلاء أيضا أن برامج الواقع هي برامج إثارة كأخر احتمال ، في حين يراها سكان الريف برامج للشهرة و التجميية كأخر احتمال .

وتشير قيمة χ^2 المحسوبة إلى أنه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و تصنيف برامج الواقع ، حيث بلغت القيمة المحسوبة 27.99 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدولية المقدرة بـ 18.46 بدرجة ثقة 99% ، مما يعني وجود هذه الدلالة الإحصائية ؛ وبحساب معامل التوافق χ^2 نجد أن قيمته المقدرة بـ 0.32 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدًا بين الظاهرتين ، بمعنى أنهما يختلفان معا أو أن هناك فروقا بينهما .

ج- توزيع أفراد العينة حسب تحديدها طبيعة برنامج الواقع وطبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي		طبيعة برنامج الواقع	
ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)		
2	32,08	77	25	3	31,48	68	50	1	50	6	برنامج ترفيهي
3	10.42	25	25	3	9,72	21	8,33	3	8,33	1	برنامج تجاري
4	7,08	17	0	0	7.41	16	8,33	3	8,33	1	برنامج للشهرة والتجوميّة
4	7,08	17	0	0	7,87	17	0	5	0	0	برنامج إثارة
1	43.34	104	50	6	43.52	94	33.34	2	33.34	4	لا جواب
/	100	240	100	12	100	216	100	/	100	12	المجموع

χ^2 المحسوبة = 7.21 بدرجة حرية 8 .
 χ^2 الجدولية = 26.12 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادّي و تحديد طبيعة برامج الواقع .

جدول رقم (87)

تشير نتائج هذا الجدول إلى مجموعة من المعطيات ، منها أنه لم يجب التلاميذ ذوى الدّخل العالي بنسبة 33.34% و متوسطي الدّخل بنسبة 43.52% و دون المتوسط بنسبة 50% ، أما باقي من أحبوا فقد كانت إجاباتهم على النحو التالي : برامج الواقع هي برامج ترفيهية أولاً لدى جميع الفئات ، ثم هي تجارية وبرامج للشهرة بنفس النسبة حسب ذوى الدّخل العالي 8.33% ، وهي تجارية ثم برامج للشهرة و التجوميّة و الإثارة لدى كلّ من ذوى الدّخل المتوسط وما دونه .

21- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدى منافسة برامج الواقع لبرامج أخرى

هل هذه البرامج منافسة لبرامج أخرى (أفلام، أخبار،...)	التكرارات	النسبة (%)
نعم	143	59,58
لا	97	40.42
المجموع	240	100

جدول رقم (88)

في سؤال حول ما إذا كانت هذه البرامج منافسة لأخرى أم لا ، أجابت عينة الدراسة على أن برامج الواقع تنافس برامج أخرى بنسبة 59.58 % ، أما الذين لم يعتبروا برامج الواقع منافسة للبرامج الأخرى (أفلام ومسلسلات ، أخبار...) فقد قدرت نسبتهم بـ 40.92 % .

أ- توزيع أفراد العينة حسب مدى منافسة برامج الواقع لبرامج أخرى وطبقا للجنس

الجنس	أنثى		ذكر		المجموع	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
هل هذه البرامج منافسة لبرامج أخرى						
نعم	93	62.84	50	54.35	143	59,58
لا	55	37,16	42	45,65	97	40.42
المجموع	148	100	92	100	240	100

ك² المحسوبة - 1.69 بدرجة حرية 1 .
ك² الجدولية - 10.83 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و مدى منافسة برامج الواقع لبرامج أخرى .

جدول رقم (89)

من خلال نتائج الجدول أعلاه يتبين أن أغلب الإناث والذكور أجابوا بأن برامج الواقع هي منافسة للبرامج الأخرى ، فكانت إجابة الإناث بنسبة 62.84 % و إجابة الذكور بنسبة 54.35 % ، في حين نجد الذين لا يعتبرون تلفزيون الواقع منافسا للبرامج الأخرى (أفلام ومسلسلات،....) أقل من ذلك لدى الإناث أو الذكور (37.16 % ، 45.64 %) .

ب- توزيع أفراد العينة حسب مدى منافسة برامج الواقع لبرامج أخرى وطبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	هل هذه البرامج منافسة لبرامج أخرى	
59,58	143	55,56	80	65,63	63	نعم	
4,042	97	44,44	64	34,37	33	لا	
100	240	100	144	100	96	المجموع	

ك² المحسوبة - 2.42 بدرجة حرية 1.
ك² الجدولية - 10.83 بدرجة ثقة 99%.
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و مدى منافسة برامج الواقع لبرامج أخرى .

جدول رقم (90)

لم تختلف إجابات أفراد العينة بدلالة مكان السكن في اعتبار تلفزيون الواقع منافسا لبرامج أخرى ، حيث أجاب التلاميذ الذين يقطنون الريف على هذا الاختيار بنسبة 65.63 % مقابل 55.56 % أجاب بها التلاميذ الذين يقطنون المدينة ، في حين بلغت نسبة الذين لا يعتبرون تلفزيون الواقع منافسا للبرامج الأخرى 34.37 % لدى سكان الريف و 44.44 % لدى سكان المدينة .

ج- توزيع العينة حسب مدى منافسة برامج الواقع لبرامج أخرى وطبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادي	
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	هل هذه البرامج منافسة لبرامج أخرى	
59,58	143	75	9	57,87	125	75	9	نعم	
40,42	97	25	3	42,13	91	25	3	لا	
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع	

ك² المحسوبة - 2.63 بدرجة حرية 2.
ك² الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99%.
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و مدى منافسة برامج الواقع لبرامج أخرى .

جدول رقم (91)

يتبين من نتائج الجدول أعلاه أنه مهما اختلف المستوى المادي لعائلة التلاميذ فإنهم يعتبرون أن برامج الواقع منافسة للبرامج الأخرى (75% ، 57.87% ، 75%) ، بينما كانت الإجابات على الاحتمال الآخر كما يلي (25% ، 42.13% ، 25%) للمستوى العالي والمتوسط و ما دونه على التوالي .

* تأثير تلفزيون الواقع على المراهق

أثبتت نتائج دراسة نصير بوعلي " التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر " - الواردة في الفصل الأول من هذه الدراسة - على أن مضمون الرسالة الإعلامية والثقافية ، أو محتوى ما يرد من برامج عبر الفضائيات يعمل في التأثير على الأنشطة الأخرى التي يمارسها المتلقي (سماع الراديو ، الذهاب إلى السينما ، القراءة والمطالعة ...) من خلال عناصر ومؤثرات وسيطة . وعليه فقد حاولت هذه الدراسة معرفة مؤثرات متابعة برامج الواقع الفضائية على بعض عادات و سلوكيات أفراد عينتها من خلال الحوار القادمة .

22- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تحديدها عوامل الجذب في برامج الواقع :

أ- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلقة بالتنشيط (المقدم)

عوامل الجذب من حيث التنشيط	التكرارات	النسبة(%)
شخصية المنشط	124	20.43
الصورة المثيرة لمقدم البرنامج	42	26,9
تحكمه في الموضوع	78	12,85
لغته	71	11.7
شكله	87	14,33
طريقة تقديمه للمواضيع	97	15,98
ثقافته وسعة اطلاعه	108	17,79
المجموع	607	100

جدول رقم (92)

أجاب أفراد العينة من خلال بيانات هذا الجدول على عوامل الجذب في برامج الواقع والتي تتجسد في المنشط ، فكانت النسبة الأعلى لاختيار شخصية المنشط بنسبة 20.43% ، بعده

ثقافته وسعة اطلاعه بنسبة 17.79% ، ثم طريقة تقديمه للمواضيع بنسبة 15.98% ، فشكله و تحكّمه في الموضوع وكذا لغته وأخيرا الصّورة المثيرة التي يبدو عليها بنسبة 6.92% .

* توزيع أفراد العينة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلقة بالتنشيط و طبقا للجنس

عوامل الجذب من حيث التنشيط	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	
شخصية المنشط	82	21.41	42	18,75	124	20.43	
الصورة المثيرة لمقدّم البرنامج	22	5.75	20	8.93	42	26,9	
تحكّمه في الموضوع	49	12,79	29	12.95	78	12,85	
لغته	39	10,18	32	14.29	71	11.7	
شكله	57	14,88	30	13,39	87	14,33	
طريقة تقديمه للمواضيع	62	16.19	35	15,62	97	15,98	
ثقافته وسعة اطلاعه	72	18.8	36	16,07	108	17,79	
المجموع	383	100	224	100	607	100	

كأ² المحسوبة - 5.43 بدرجة حرية 6.
 كأ² الجدولية - 22.46 بدرجة ثقة 99%.
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر الجنس و تحديد عوامل الجذب في برامج الواقع (التنشيط) .

جدول رقم (93)

لم تختلف بيانات هذا الجدول عن سابقه ، فقد اتفق كل من الذكور و الإناث على أن من أهمّ عوامل الجذب لدى منشطي برامج الواقع الشّخصي (18.75% ، 21.41%) ، ثمّ ثقافته وسعة اطلاعه (16.07% ، 18.8%) ، و ثالثا طريقة تقديمه للمواضيع (15.62% ، 16.19%) ، و يأتي بعد هذه الاختيارات الشكل و اللّغة و التّحكّم في الموضوع و أخيرا الصّورة المثيرة التي يبدو عليها المنشط .

* توزيع أفراد العينة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلقة بالتنشيط و طبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	عوامل الجذب من حيث التنشيط
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
20.43	124	22.54	78	17.62	46	شخصية المنشط	
26,9	42	6.36	22	7,66	20	الصورة المثيرة لمقدم البرنامج	
12,85	78	13,29	46	12,26	32	تحكمه في الموضوع	
11.7	71	11.85	41	11.5	30	لغته	
14,33	87	14,45	50	14.18	37	شكله	
15,98	97	13,87	48	18,77	49	طريقة تقديمه للمواضيع	
17,79	108	17,63	61	18.01	47	ثقافته وسعة اطلاعه	
100	607	100	346	100	261	المجموع	

كأ² المحسوبة - 4.52 بدرجة حرية 6.
 كأ² الجدولية - 22.46 بدرجة ثقة 99%.
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و تحديد عوامل الجذب في برامج الواقع (التنشيط).

جدول رقم (94)

اختلفت بيانات هذا الجدول عن سابقه حيث رجح سكان الريف عامل طريقة تقديم المواضيع على باقي العوامل بنسبة 18.77% ، في حين رجح سكان المدينة شخصية المنشط بنسبة 22.54% ، وجاء بعد ذلك - وحسب إجابات سكان الريف - ثقافته وسعة اطلاعه 18.01% ، شخصية المنشط 17.62% ، شكله ، تحكمه في المواضيع ، لغته ، وأخيرا صورته المثيرة ؛ أما حسب سكان المدينة فتأتي الثقافة في المركز الثاني 17.63% ، ثم الشكل 14.45% ، و طريقة تقديم المواضيع و تحكمه فيها ثم لغته ، و أخيرا الصورة التي يظهر عليها المنشط .

* توزيع أفراد العينة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلقة بالتنشيط و طبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	عوامل الجذب من حيث التنشيط
20.43	124	17,14	6	20,37	110	25	8	شخصية المنشط
26,9	42	5,71	2	6,85	37	9.38	3	الصورة المثيرة لمقدم البرنامج
12,85	78	11,43	4	13,33	72	6,25	2	تحكمه في الموضوع
11.7	71	14,29	5	11,85	64	6,25	2	لغته
14,33	87	11,43	4	14.45	78	15.62	5	شكله
15,98	97	20	7	15,37	83	21.88	7	طريقة تقديمه للمواضيع
17,79	108	20	7	17,78	96	15.62	5	ثقافته وسعة اطلاعه
100	607	100	35	100	540	100	32	المجموع

ك² المحسوبة = 4.73 بدرجة حرية 12 .
ك² الجدولية = 32.91 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادّي و تحديد عوامل الجذب في برامج الواقع (التنشيط).

جدول رقم (95)

يركز أفراد العينة حسب هذا الجدول إجاباتهم على عامل شخصية المنشط لدى ذوي الدّخل العالي و المتوسط (25% ، 20.37%) ، مقابل طريقة تقديم المواضيع و الثقافة الواسعة لدى ضعيفي الدّخل بنسبة 20% ، بعده اختار ذوو الدّخل العالي طريقة التّقديم بنسبة 21.88% و الشّكل و الثقافة بنسبة 15.62% ، و اختار متوسطو الدّخل الثقافة 17.78% ثمّ طريقة التّقديم 15.37% ، أمّا ذوو الدّخل الضّعيف فأجابوا بشخصية المنشط ثمّ اللّغة، و تتفق جميع الفئات على اعتبار عامل الصّورة المثير كأخر عوامل الجذب في هذه البرامج .

ب- توزيع أفراد عينة الدّراسة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلقة بالموضوع
أكدت الدّراسات الأجنبيّة أنّ الشّباب ينجذب لبرامج الواقع لأنّ مواضيعها مسليّة، مثيرة ، مضحكة ، مفيدة معرفيًا و سلوكيًا و تشبع الفضول لدى الشّباب في معرفة كيف يتصرّف

الآخرون في مواقف الحياة اليومية ، بل وتتميز عن الدراما بإبرازها جانب السلوك الخفي في شخصية الأفراد الذي يظهر بوضوح عند التعرض للأزمات أو الضغوط العصبي . (1)

عوامل الجذب من حيث الموضوع	التكرارات	النسبة (%)
جدة الموضوع	53	15,82
دقة الموضوع	60	17,91
التنوع في المواضيع	93	27,76
أهمية الموضوع	129	38.51
المجموع	335	100

جدول رقم (96)

في حين حدّد أفراد عينة هذه الدراسة عوامل الجذب المتعلقة بالموضوع من خلال هذه البيانات ، فأظهرت أنّ النسبة المرتفعة كانت لعامل الأهمية 38.51% ، ثم لعامل التنوع 27.76% ، وبعده الدقة 17.91% ، وأخيرا جدة الموضوع بنسبة 15.82% .

* توزيع أفراد العينة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلقة بالموضوع وطبقا للجنس

عوامل الجذب من حيث الموضوع	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	
جدة الموضوع	34	16.51	19	14.73	53	15.82	
دقة الموضوع	33	16.02	27	20.93	60	17.91	
التنوع في المواضيع	61	29.61	32	24.81	93	27.76	
أهمية الموضوع	78	37.86	51	39.53	129	38.51	
المجموع	206	100	129	100	335	100	

ك² المحسوبة - 1.94 بدرجة حرية 3 .
ك² الجدولية - 16.27 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و تحديد عوامل الجذب في برامج الواقع (الموضوع) .

جدول رقم (97)

(1) هبة الله بمحت السّمري ، مرجع سابق ، ص 94 .

تتفق الإناث مع الذكور في اعتبار عامل الأهمية أول العوامل جذبا في برامج الواقع (37.86% ، 39.53%) حيث نجد توجُّها كبيرا من طرف المراهقين للبرامج التي تتضمن موضوع الزواج ، أو الشهرة و التجميعة وغيرها ، كما يرجح الجنسان أيضا عامل التنوع (29.61% ، 24.81%) قبل أن تأتي دقة الموضوع و جدته في مراتب لاحقة .

* توزيع أفراد العينة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلقة بالموضوع وطبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	عوامل الجذب من حيث الموضوع	
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك			
15,82	53	18.72	38	11,36	15	جدّة الموضوع		
17,91	60	18.72	38	16,67	22	دقة الموضوع		
27,76	93	27.58	56	28,03	37	التنوع في المواضيع		
38.51	129	34.98	71	43.94	58	أهمية الموضوع		
100	335	100	203	100	132	المجموع		
							ك ² المحسوبة - 4.59 بدرجة حرية 3.	
							ك ² الجدولية - 16.27 بدرجة ثقة 99%.	
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و تحديد عوامل الجذب في برامج الواقع (الموضوع).								

جدول رقم (98)

من خلال البيانات الظاهرة في الجدول يتفق أفراد العينة (سكان ريف ومدينة) على اعتبار أهمية الموضوع عاملا أساسيا و أول في عملية جذب الجمهور والتي تمارسها برامج الواقع وتؤكد هذا الاختيار النسب العالية في كل منها 58% و 71% ، وهذا يتوافق مع توجهات واهتمامات المراهقين خاصة إذا علمنا أن برامج الواقع تركز في مضمونها على الشهرة والتجميعة و حتى الزواج ، وتتفق باقي الاختيارات أيضا لدى أفراد العينة ليأتي بعد أهمية الموضوع - على التوالي - كل من : التنوع في المواضيع ، دقة الموضوع ، جدّة الموضوع .

* توزيع أفراد العينة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلقة بالموضوع وطبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	عوامل الجذب من حيث الموضوع
15,82	53	6,25	1	16,23	49	17,65	3	جدة الموضوع
17,91	60	12,5	2	18,54	56	11,76	2	دقة الموضوع
27,76	93	31,25	5	28,48	86	11,76	2	التنوع في المواضيع
38,51	129	50	8	36,75	111	58,83	10	أهمية الموضوع
100	335	100	16	100	302	100	17	المجموع

ك² المحسوبة - 5.98 بدرجة حرية 6.
 ك² الجدولية - 22.46 بدرجة ثقة 99%.
 النتيجة: لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و تحديد عوامل الجذب في برامج الواقع (الموضوع).

جدول رقم (99)

من الجدول أعلاه أيضا يظهر أن أهمية الموضوع تأخذ أولويتها في التصنيف على أساس المستوى المادي ، في حين تختلف باقي الاختيارات بعد ذلك حيث يرجح أصحاب الدخل المتوسط وما دونه التنوع في المواضيع كعامل جذب أساسي بعد الأهمية ، وهذا مقابل جودة الموضوع لدى الأفراد ذوي الدخل العالي ، في الوقت الذي يأخذ فيه هذا الاختيار النسب الأقل لدى الأفراد الباقين 16.23% لدى متوسطي الدخل و 6.25% لدى ضعيفي الدخل .

ج- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلقة بالجو العام للبرنامج

التكرارات	النسبة(%)	عوامل الجذب من حيث الجو العام للبرنامج
59	12,24	الجمهور المشارك(طلاب،حضور)
35	7,26	الإعلانات المقدمة خلال البرنامج
62	12,86	الموسيقى والمؤثرات الصوتية
44	9.13	توقيت البث
72	14.94	الضيوف المشاركين
85	17,63	حكايات الطلبة ونمط عيشهم
65	13.49	استخدام تقنيات متطورة
60	12.45	الصّور المثيرة المرافقة لحياة الطلبة في البرنامج
482	100	المجموع

جدول رقم (100)

من خلال الجوّ العام للبرنامج حدّدت العينة المدروسة عوامل الجذب في برامج الواقع كالتالي :
 حكايات الطلبة ونمط عيشهم بنسبة عالية 17.63% ، بعدها الضيوف المشاركين 14.94% ،
 ثمّ التقنيات المتطورة والمستخدم في البرنامج 13.49% ، قبل أن يأتي كلّ من الموسيقى
 والمؤثرات الصوتية ، الصّور المثيرة ... ، الجمهور المشارك ، وتوقيت البثّ وأخيرا الإعلانات
 المقدمة كآخر ما يمكن أن يبنى عليه اهتمام الجمهور بالبرنامج .

* توزيع أفراد العينة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلقة بالجو العام للبرنامج وطبقا للجنس

عوامل الجذب من حيث الجو العام للبرنامج	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
الجمهور المشارك (طلاب، حضور)	36	12,04	23	12.57	59	12,24		
الإعلانات المقدمة خلال البرنامج	20	6.69	15	8.2	35	7,26		
الموسيقى والمؤثرات الصوتية	33	11.04	29	15.85	62	12,86		
توقيت البث	25	8,36	19	10,38	44	9.13		
الضيوف المشاركين	45	15,05	27	14,75	72	14.94		
حكايات الطلبة ونمط عيشهم	62	20.73	23	12.57	85	17,63		
استخدام تقنيات متطورة	42	14.05	23	12.57	65	13.49		
الصور المثيرة المرافقة لحياة الطلبة في البرنامج	36	12,04	24	13,11	60	12.45		
المجموع	299	100	183	100	482	100		
كافة المحسوبة - 7.52 بدرجة حرية 7.								
كافة الجدولية - 24.32 بدرجة ثقة 99%.								
النتيجة: لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و تحديد عوامل الجذب في برامج الواقع (الجو العام).								

جدول رقم (101)

يظهر الاختلاف واضحاً بين اهتمامات الإناث والذكور بالجو العام للبرنامج ، حيث يفضل الذكور حكايات الطلبة ونمط عيشهم والتي حازت أعلى نسبة في اختيارهم 20.73% مقابل اهتمام الإناث بالمؤثرات الصوتية و الموسيقى 15.85% ، ويتوافق اهتمام أفراد العينة بالضيوف المشاركين من خلال المركز الثاني الذي احتله هذا الاختيار لدى كل من الإناث والذكور ، في حين تهتم الإناث بالصور المثيرة على عكس الذكور الذين ظهر اهتمامهم بالتقنيات المتطورة المستخدمة في البرنامج كمركز ثالث ، وأمام هذه التفضيلات تحتل الإعلانات المركز الأخير ضمن عوامل الجذب المختارة لدى الإناث ، وفي المقابل لا يولي الذكور اهتماماً بتوقيت البث ليحتل هو الآخر المركز الأخير بنسبة تقلد بـ 8.36% .

* توزيع أفراد العينة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلقة بالجو العام للبرنامج وطبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	عوامل الجذب من حيث الجو العام للبرنامج
12,24	59	14,13	39	19,7	20	الجمهور المشارك (طلاب، حضور)
7,26	35	6,88	19	7,77	16	الإعلانات المقدمة خلال البرنامج
12,86	62	12,32	34	13,59	28	الموسيقى والمؤثرات الصوتية
9,13	44	10,15	28	7,77	16	توقيت البث
14,94	72	15,94	44	13,59	28	الضيوف المشاركين
17,63	85	15,94	44	19,90	41	حكايات الطلبة وغط عيشهم
13,49	65	13,77	38	13,11	27	استخدام تقنيات متطورة
12,45	60	10,87	30	14,56	30	الصّور المثيرة المرافقة لحياة الطلبة في البرنامج
100	482	100	276	100	206	المجموع
<p>كأ² المحسوبة - 5.7 بدرجة حرية 7.</p> <p>كأ² الجدولية - 24.32 بدرجة ثقة 99%.</p> <p>النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و تحديد عوامل الجذب في برامج الواقع (الجو العام).</p>						

جدول رقم (102)

عوامل الجذب في برامج الواقع من خلال جوها العام هي لدى سكان الريف كالاتي : حكايات الطلبة وغط عيشهم 19.90% ، الصّور المثيرة المرافقة ... 14.56% ، الموسيقى والضيوف المشاركين 13.59% ، استخدام تقنيات متطورة ، الجمهور المشارك ، وأخيرا الإعلانات وتوقيت البث 7.77% .

أما عند سكّان المدينة فهي تبدأ عند حكايات الطلبة وغط عيشهم وكذا الضيوف المشاركين بنسبة تقدّر بـ 15.94% ، لتصل إلى الإعلانات كأخر عامل بنسبة تقدّر بـ 6.88% .

* توزيع أفراد العينة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلقة بالجوّ العام للبرنامج و طبقاً للمستوى المادّي

المستوى المادّي		عالي		متوسط		دون المتوسط		المجموع	
عوامل الجذب من حيث الجو العام للبرنامج		(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك
الجمهور المشارك (طلاب، حضور)		12,90	4	12,65	54	4,17	1	12,24	59
الإعلانات المقدّمة خلال البرنامج		6,45	2	7,26	31	8,33	2	7,26	35
الموسيقى والمؤثرات الصوتيّة		3,23	1	14,05	60	4,17	1	12,86	62
توقيت البث		12,90	4	8,9	38	8,33	2	9,13	44
الضيوف المشاركين		22,58	7	14,29	61	16,67	4	14,94	72
حكايات الطلّبة ونمط عيشهم		16,13	5	18,03	77	12,5	3	17,63	85
استخدام تقنيّات متطورة		16,13	5	12,88	55	20,83	5	13,49	65
الصّور المثيرة المرافقة لحياة الطلّبة في البرنامج		9,68	3	11,94	51	25	6	12,45	60
المجموع		100	31	100	427	100	24	100	482

كأ² المحسوبة = 12.43 بدرجة حرية 14 .
 كأ² الجدوليّة = 36.12 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر المستوى المادّي و تحديد عوامل الجذب في برامج الواقع (الجو العام) .

جدول رقم (103)

تثير حكايات الطلّبة ونمط عيشهم وكذا الضيوف المشاركين اهتمام العينة من ذوي الدّخل العالي والمتوسّط ، في حين تشدّد الصّور المثيرة المرافقة لحياة الطلّبة اهتمام ضعيفي الدّخل لتحظى بنسبة 25% من مجموع الاختيارات ، و تبقى - كما سبق - الإعلانات غير ذي دلالة لدى الأفراد في اعتبار أنّها عامل من عوامل الجذب في برامج الواقع وربّما آية برامج أخرى .

د- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلقة بالإخراج

عوامل الجذب من حيث الإخراج	التكرارات	النسبة (%)
أساليب وتقنيات التصوير	126	31,34
الذيكور	117	29,10
الملابس	92	22,89
الماكياج و الاكسسوارات	67	16,67
المجموع	402	100

جدول رقم (104)

بالنسبة للإخراج ، يرى أفراد العينة من خلال إجاباتهم أن أساليب وتقنيات التصوير هي الأكثر جذبا مقارنة بالذيكور و الملابس و الماكياج ... ، لهذا كانت النسبة العالية من نصيب العامل الأول 31.34% ، ثم الذيكور بـ 29.10% ، فالملابس 22.89% ، وأخيرا الماكياج و الإكسسوارات 16.67% ، وهذا طبيعي كون العوامل الأخيرة تشترك في كثير من البرامج التلفزيونية ، في حين تعتمد برامج الواقع أو تلفزيون الواقع على فنيات التصوير بدرجة كبيرة ، لهذا حازت هذه الأخيرة على تزكية أفراد العينة بإجمالها .

* توزيع أفراد العينة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلقة بالإخراج و طبقا للجنس

عوامل الجذب من حيث الإخراج	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع (%)
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	
أساليب وتقنيات التصوير	68	25.47	58	42,96	126	31,34	
الذيكور	79	29.59	38	28.15	117	29,10	
الملابس	68	25.47	24	17,78	92	22,89	
الماكياج و الاكسسوارات	52	19.47	15	11,11	67	16,67	
المجموع	267	100	135	100	402	100	

ك² المحسوبة - 14.9 بدرجة حرية 3. ق - 0.2
ك² الجفتوية - 7.82 بدرجة ثقة 95%.

النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و تحديد عوامل الجذب في برامج الواقع (الإخراج).

جدول رقم (105)

من خلال الجدول أعلاه تحدّد الإناث عوامل الجذب الإخراجيّة باختيارها للذكور 29.59% كأبرز عامل على حساب كلّ من أساليب و تقنيّات التصوير و الملابس اللتان حازتا على المرتبة الثانية بنسبة 25.47% ، قبل أن تضعن الماكياج و الاكسسوارات في المركز الأخير 19.47% ، في حين اختار الذكور أساليب و تقنيّات التصوير لتكون في المقدّمة بنسبة عالية قدرت بـ 42.96% ، أمّا الذكور فيأتي بعدها بنسبة 28.15% قبل أن تلحق الملابس و الماكياج و الاكسسوارات بعد ذلك .

وتشير قيمة ك² المحسوبة إلى أنّه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغيّر الجنس و تحديد عوامل الجذب الإخراجيّة، حيث بلغت القيمة المحسوبة 14.9 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدوليّة المقدّرة بـ 7.82 بدرجة ثقة 95% ، مما يعني وجود هذه الدلالة الإحصائيّة ؛ وبحساب معامل التوافق ق من ك² نجد أنّ قيمته المقدّرة بـ 0.2 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدّاً بين الظاهرتين ، بمعنى أنّهما يختلفان معاً أو أنّ هناك فروقا بينهما .

* توزيع أفراد العيّنة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلّقة بالإخراج و طبقاً لمكان السكّن

مجموع		مدينة		ريف		مكان السكّن
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	
31,34	126	33,19	76	28,90	50	عوامل الجذب من حيث الإخراج
29,10	117	29,69	68	28,32	49	أساليب و تقنيّات التصوير
22,89	92	22,27	51	23,7	41	الذكور
16,67	67	14,85	34	19,08	33	الملابس
100	402	100	229	100	173	الماكياج و الاكسسوارات
						المجموع

ك² المحسوبة = 1.78 بدرجة حريّة 3.
ك² الجدوليّة = 16.27 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر مكان السكّن و تحديد عوامل الجذب في برامج الواقع (الإخراج) .

جدول رقم (106)

يتفق أهل الرّيف و المدينة على أنّ تقنيّات التصوير و أساليبه هي العنصر الأهمّ في برامج الواقع فكانت النسب لدى الاثنتين عالية 28.90% و 33.19% ، ويظهر من الجدول أيضاً نفس

المواقف فيما يتعلق بباقي الاختيارات ، حيث كان الذكور ثاني عامل مختار من طرف العينة (ريف ، مدينة) ، ومن بعده الملابس وفي الأخير الماكياج و الأكسسوارات بنسب ضعيفة للطرفين 19.08% للأولى و 14.85% للثانية .

* توزيع أفراد العينة حسب تحديدها عوامل الجذب المتعلقة بالإخراج و طبقا للمستوى المادي

المستوى المادي		عالي		متوسط		دون المتوسط		المجموع	
ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
عوامل الجذب من حيث الإخراج									
6	31.58	112	30.77	8	42.11	126	31.34	6	31.58
أساليب وتقنيات التصوير									
7	36.84	103	28.3	7	36.84	117	29.10	7	36.84
الذكور									
3	15.79	86	23.62	3	15.79	92	22.89	3	15.79
الملابس									
3	15.79	63	17.31	1	5.26	67	16.67	3	15.79
الماكياج و الأكسسوارات									
19	100	364	100	19	100	402	100	19	100
المجموع									
كاف المحسوبة - 4.11 بدرجة حرية 6.									
كاف الجدولية - 22.46 بدرجة ثقة 99%.									
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و تحديد عوامل الجذب في برامج الواقع (الإخراج).									

جدول رقم (107)

هذا الجدول يبحث في عوامل الجذب الإخراجية بدلالة المستوى المادي لأفراد العينة ، و الظاهر من ملاحظته أن الاهتمام يتركز لدى الفئات الثلاث على أساليب وتقنيات التصوير وكذا الذكور ، كما تؤكد النسب المعطاة (42.11% ، 31.58% ، 36.84% ، ...) ، في حين تبقى الملابس و الماكياج و الأكسسوارات آخر العوامل ترجيحاً للجذب في تلفزيون الواقع ، وهذا ما تدل عليه نسبهم بدلالة المتغير المادي (15.79% ، 5.26%) .

23- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدى إعجابها ببرامج الواقع

الإعجاب بهذا النوع من البرامج	التكرارات	النسبة (%)
نعم	186	77,5
لا	54	22,5
المجموع	240	100

جدول رقم (108)

من الجدول يظهر أن إعجاب المراهقين بهذا النوع من البرامج هو الاختيار الأكبر و تعبر نسبة 77.5% على هذا التفضيل ، مقابل 22.5% فقط ليسوا معجبين ببرامج الواقع ، وتدلل هذه النتيجة على مدى شعبية و انتشار برامج الواقع ، كما تعكس النجاح الذي حققته في كسب الجمهور عموماً .

أ- توزيع أفراد العينة حسب مدى إعجابها ببرامج الواقع و طبقاً للجنس

الإعجاب بهذا النوع من البرامج	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	
نعم	116	78.38	70	76.1	186	77,5	186
لا	32	21,62	22	23,9	54	22,5	54
المجموع	148	100	92	100	240	100	240

ك² المحسوبة - 0.17 بدرجة حرية 1 .
ك² الجدولية - 10.83 بدرجة ثقة 99 % .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و مدى الإعجاب ببرامج الواقع .

جدول رقم (109)

تبقى النسبة العالية في تقييم الإعجاب ببرامج الواقع راجحة للطرف الإيجابي، ويظهر هذا بوضوح من خلال الجدول أعلاه والذي يفصل في مدى الإعجاب ببرامج الواقع بدلالة الجنس ، حيث أن 78.38% من الإناث و 76.1% من الذكور قد أجابوا بنعم ، و 21.62% من الإناث

و 23.9% من الذكور فقط قد أجابوا بلا ، وهذا يؤكد على أنّ برامج تلفزيون الواقع تحظى بشعبية لدى المراهقين من كلا الجنسين ، إذ نجحت باستقطابهم أولاً وكسب اهتمامهم ثانياً .

ب- توزيع أفراد العينة حسب مدى إعجابها ببرامج الواقع و طبقاً لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	الإعجاب بهذا النوع من البرامج
77,5	186	79,17	114	75	72	نعم
22,5	54	20,83	30	25	24	لا
100	240	100	144	100	96	المجموع
كآ ² المحسوبة - 0.57 بدرجة حرية 1 . كآ ² الجدولية - 10.83 بدرجة ثقة 99 % . النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و مدى الإعجاب ببرامج الواقع .						

جدول رقم (110)

لم تتغير درجة الإعجاب بالبرنامج بدلالة مكان السكن حيث أنّ نسب من أجابوا بنعم هي دوماً عالية كما نراها في الجدول 75% لسكان الريف و 79.17% لسكان المدينة ، أمّا من أجابوا بلا فلم تتجاوز نسبهم لـ 25% ، أي أنّ الإعجاب بالبرنامج قد شمل سكان الريف والمدينة ، إنّ تحقيق هذه البرامج لمثل هذه النتائج خاصة في الوسط الريفي يعتبر تطفلاً على عادات وتقاليده مجتمع كثيراً ما كان يوصف بالمحافظ ، و بلوغه مثل هذا النجاح في شدّ اهتمام المراهقين ينذر بخطورة الموقف .

ج- توزيع أفراد العينة حسب مدى إعجابها ببرامج الواقع و طبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	الإعجاب بهذا النوع من البرامج
77,5	186	91,67	11	76,85	166	75	9	نعم
22,5	54	8,33	1	23,15	50	25	3	لا
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع

كافة المحسوبة - 1.48 بدرجة حرية 2.
كافة الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99%.

النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و مدى الإعجاب ببرامج الواقع.

جدول رقم (111)

لم يتأثر إعجاب عينة الدراسة بمتغير المستوى المادي فأصحاب الدخل العالي معجبون بالبرنامج بنسبة 75% ، وأصحاب الدخل المتوسط أيضا معجبون به بنسبة 76% ، وكذلك ذوي الدخل الضعيف الذين بلغت نسبة إعجابهم 91.67% ، و أمام هذه النسب المرتفعة تتضاءل نسب الغير معجبين لتصل إلى أدنى الدرجات من إجمالي العينة ، مما يعني أن برامج الواقع قد وُحِدت الاختلافات و جمعت مختلف الطبقات لمشاهدتها .

24 - توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نتيجة إعجابها ببرامج الواقع

نتيجة الإعجاب بالبرنامج	التكرارات	النسبة (%)
الرغبة في المشاركة فيه	89	25,72
التغني بما اشتهر به من أغنيات	56	16,18
تقليد طريقة اللبس	47	13,59
المشاركة في البرنامج (التصويت، الاتصال بالطلاب،...)	44	12,72
التعلق بشخصيات من البرنامج	73	21,1
تقليد سلوكيات بعض أفراد البرنامج	37	10,69
المجموع	346	100

جدول رقم (112)

أجاب أفراد العينة على مدى إعجابهم ببرامج تلفزيون الواقع عن طريق التصريح بالرغبة في المشاركة في هذا النوع من البرامج وهذا ما بيّته نسبة 25.72% التي حاز عليها هذا الاختيار ، كما أنّ 21.1% من أفراد العينة قد أجابوا بأنّ إعجابهم بالبرنامج أدى إلى التعلّق بشخصيات منه و من بعده التّعني بما اشتهر به من أغنيات ، وهناك من أدّى به هذا الإعجاب إلى تقليد طريقة اللبس وكذلك المشاركة في البرنامج عن طريق التصويت أو الاتصال بالطلاب وغير ذلك ، في حين جاء احتمال تقليد سلوكيات بعض أفراد العينة في الأخير بنسبة 10.69% . إنّ هذه النتائج تشير بوضوح إلى مدى التأثير الذي خلّفته مثل هذه البرامج على فئة المراهقين ، حيث تباينت أشكال هذا التأثير بين الرغبة في حوض التجربة والتقليد و التفاعل المستمر مع البرنامج .

أ- توزيع أفراد العينة حسب نتيجة إعجابهم ببرامج الواقع و طبقا للجنس

أكّد الباحث 2004Quim من خلال دراسته التي أجراها على الفتيات الأستراليات أنّ إقبالهنّ الشّديد على متابعة تلك البرامج دفعهنّ إلى فتح مواقع تلك البرامج على الانترنت بشكل مستمر، وفي هونج كونج دفع إقبال الشّباب الشّديد على متابعة برامج تلفزيون الواقع الأمريكيّة القائمين على البرامج إلى محاولة إنتاج برامج من نفس النّوعيّة محليًا ، لكنّ التّجربة باءت بالفشل لأنّ الشّباب الصّيني كان أدأؤه أمام الكاميرا مفتعلا إلى حدّ كبير فعادت و انتشرت في الأسواق البرامج الأمريكيّة التي أصبحت هوس الشّباب (1) .

وفي سؤال عن مدى ما خلّفته متابعة برامج الواقع من ردود أفعال سريعة على مراهقيننا المتدربين ، أجاب أفراد عينة هذه الدّراسة من كلا الجنسين بالأجوبة التي أفرزت البيانات الموضّحة في الجدول الموالي :

(1) هبة الله محبت السّمري ، مرجع سابق ، ص 94 .

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس	نتيجة الإعجاب بالبرنامج
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
25,72	89	26,24	37	25,37	52		الرغبة في المشاركة فيه
16,18	56	17,02	24	15,61	32		التعني بما اشتهر به من أغنيات
13,59	47	18,44	26	10,24	21		تقليد طريقة اللبس
12,72	44	11,35	16	13,66	28		المشاركة في البرنامج (التصويت، الاتصال بالطلاب، ...)
21,1	73	14,89	21	25,36	52		التعلق بشخصيات من البرنامج
10,69	37	12,06	17	9,76	20		تقليد سلوكيات بعض أفراد البرنامج
100	346	100	141	100	205		المجموع
<p>ك² المحسوبة - 9.36 بدرجة حرية 5.</p> <p>ك² الجدولية - 20.52 بدرجة ثقة 99 %.</p> <p>النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و نتيجة الإعجاب ببرامج الواقع.</p>							

جدول رقم (113)

نلاحظ من خلال بيانات هذا الجدول أن كلاً من الإناث والذكور لديه الرغبة في المشاركة في برامج الواقع حيث بلغت نسبة من أجابوا بهذا من الإناث بـ 25.37% مقابل 26.24% من الذكور ، كما كانت نتيجة الإعجاب لدى الإناث التعلق بشخصيات من البرنامج والأرجح أن تكون هذه الشخصيات من الجنس الآخر حيث تعجب كثير من الفتيات المراهقات بنجوم التلفزيون و المشاهير ، في حين فضل بعض الذكور تقليد طريقة اللبس والاهتمام بالمظهر بنسبة 18.44% ، وإذا كانت المشاركة في البرنامج قد احتلت المرتبة الأخيرة في سلم اختيارات الذكور فإن الإناث قد أعطين النسبة الأدنى 9.76% لتقليد سلوكيات بعض أفراد البرنامج ، ولعل ذلك راجع بالدرجة الأولى إلى التحفظ على كثير من التفاصيل التي تجري في البرنامج رغم ما يناله من إعجاب في عمومه .

ب- توزيع أفراد العينة حسب نتيجة إعجابها ببرامج الواقع و طبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	نتيجة الإعجاب بالبرنامج
25,72	89	26.29	51	25	38	الرغبة في المشاركة فيه
16,18	56	16,49	32	15,79	24	التعني بما اشتهر به من أغنيات
13,59	47	13,92	27	13,16	20	تقليد طريقة اللبس
12,72	44	11,34	22	14,47	22	المشاركة في البرنامج (التصويت، الاتصال بالطلاب،...)
21,1	73	23,2	45	18,42	28	التعلق بشخصيات من البرنامج
10,69	37	8,76	17	13,16	20	تقليد سلوكيات بعض أفراد البرنامج
100	346	100	194	100	152	المجموع
كافة المحسوبة - 3.23 بدرجة حرية 5.						
كافة الجدولية - 20.52 بدرجة ثقة 99 %.						
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و نتيجة الإعجاب ببرامج الواقع.						

جدول رقم (114)

لم تختلف نتائج هذا الجدول عن سابقه ، إذ يظهر أن الإعجاب بالبرنامج قد أدى بسكان الريف و المدينة للرغبة في المشاركة فيه حيث كانت النسبة الأولى 25% والثانية 26.29% ، و جاء التعلق بأفراد من البرنامج في المركز الثاني سواء لدى التلاميذ الساكنين في الريف 18.42% أو في المدينة 23.2% ، ثم التعني بما اشتهر من أغاني 15.79% و 16.49% ، في حين احتل تقليد السلوك المركز الأخير لدى الفئتين بأقل النسب 13.16% و 8.76% .

ج- توزيع أفراد العينة حسب نتيجة إعجابها ببرامج الواقع و طبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	
25,72	89	5	1	27.69	85	15.79	3	نتيجة الإعجاب بالبرنامج الرغبة في المشاركة فيه
16,18	56	5	1	16.94	52	15.79	3	التغني بما اشتهر به من أغنيات
13,59	47	15	3	13.03	40	21,05	4	تقليد طريقة اللبس
12,72	44	15	3	12.38	38	15.79	3	المشاركة في البرنامج (التصويت، الاتصال بالطلاب، ...)
21.1	73	30	6	20,19	62	26.32	5	التعلق بشخصيات من البرنامج
10,69	37	30	6	9,77	30	5,26	1	تقليد سلوكيات بعض أفراد البرنامج
100	346	100	20	100	307	100	19	المجموع

كاً المحسوبة - 16.17 بدرجة حرية 10 .
كاً الجدولية - 29.59 بدرجة ثقة 99 % .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و نتيجة الإعجاب ببرامج الواقع .

جدول رقم (115)

بيانات هذا الجدول تؤكد على أن ذوي الدخل العالي يتعلقون بشخصيات من برامج تلفزيون الواقع و يظهر هذا من خلال نسبة 26.32% ، ومن بعدها يأتي تقليد طريقة اللبس بـ 21.05% ، أما متوسط الدخل فكانت نتيجة إعجابهم الرغبة في المشاركة في البرنامج و الذي حصل على 27.69% ، وكذلك التعلق بشخصيات من البرنامج بنسبة 20.19% ، في حين يحتل كل من التعلق بشخصيات من البرنامج و كذا تقليد سلوكيات بعض الأفراد المركز الأول لدى ضعيفي الدخل 30% ، وإذا كانت النتائج التي في الجدول تشير إلى أن تقليد سلوكيات الأفراد هو آخر ما يمكن أن يكون نتيجة إعجاب بالبرنامج لدى ذوي الدخل العالي والمتوسط فإن ما يستبعده أصحاب الدخل الضعيف هو الرغبة في المشاركة و كذا التغني بما اشتهر من أغنيات في البرنامج وهذا من خلال الـ 5% التي أعطاها هؤلاء لهذين الاحتمالين .

الفصل السادس :

تأثير تلفزيون الواقع على المراهق

أولاً : تأثير تلفزيون الواقع على مراجعة الدروس

ثانياً : تأثير تلفزيون الواقع على النتائج الدراسية

ثالثاً : تأثير تلفزيون الواقع على أوقات النوم

رابعاً : تأثير تلفزيون الواقع على التجمع مع العائلة

خامساً : تأثير تلفزيون الواقع على العلاقة بزملاء الدراسة

يبين الجدول أعلاه أن برامج الواقع لم تؤثر على مراجعة الدروس لدى كل من الإناث والذكور معا ، حيث أجاب الذكور على ذلك بنسبة 41.3% و أجابت الإناث بـ 50% ، و إذا كانت نسبة من أجابوا بالإيجاب أي بالتأثير لدى الذكور غير بعيدة عن الأولى 33.7% ، فإنها لدى الإناث بعيدة بعض الشيء 30.41% ، في حين كانت نسبة من أجابوا بلا رأي لي 25% ذكور و 19.59% إناث .

ب- توزيع أفراد العينة حسب مدى تأثير برامج الواقع على عادة مراجعة الدروس و طبقا لمكان السكن

مكان السكن		ريف		مدينة		المجموع	
ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
37	38,54	39	27,08	76	31,67		
48	50	64	44,45	112	46,66		
11	11,46	41	28,47	52	21,67		
96	100	144	100	240	100		

التأثير على مراجعة الدروس

أثرت

لم تؤثر

لا رأي لي

المجموع

ك² المحسوبة = 10.46 بدرجة حرية 2. ق = 0.2

ك² الجدولية = 5.99 بدرجة ثقة 95%.

النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و تأثير برامج الواقع على مراجعة الدروس.

جدول رقم (118)

تؤكد نتائج هذا الجدول نتائج الجدول السابق حيث كانت نسبة عدم التأثير على مراجعة الدروس هي العالية ولكن هذه المرة بدلالة مكان السكن ، حيث بلغت النسبة 50% لدى سكان الريف و 44.45% لدى سكان المدينة ، في حين تأثرت مراجعة الدروس لدى سكان الريف أكثر من تأثرها لدى سكان المدينة ، وتبين هذه الفروقات نسبة 38.54% للأولى و 27.08% للثانية، على الرغم من أن نسبة من أجابوا بلا رأي لي من سكان المدينة كانت عالية 28.47% .

وتشير قيمة ك² المحسوبة إلى أنه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و مدى التأثير على مراجعة الدروس ، حيث بلغت القيمة المحسوبة 10.46 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدولية المقدرة بـ 5.99 بدرجة ثقة 95% ، مما يعني وجود هذه الدلالة الإحصائية .

وبحساب معامل التوافق ق من ك² نجد أن قيمته المقدرة بـ 0.2 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدًا بين الظاهرتين ، بمعنى أنهما يختلفان معا أو أن هناك فروقا بينهما .

ج- توزيع أفراد العينة حسب مدى تأثير برامج الواقع على عادة مراجعة الدروس و طبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي	التأثير على مراجعة الدروس
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
31,67	76	50	6	31.02	67	25	3	أثرت	
46.66	112	41,67	5	46.3	100	58,33	7	لم تؤثر	
21,67	52	8,33	1	22,68	49	16,67	2	لا رأي لي	
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع	

ك² المحسوبة - 39.19 بدرجة حرية 4. ق = 0.37
ك² الجدولية - 18.46 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادّي و تأثير برامج الواقع على مراجعة الدروس.

جدول رقم (119)

تظهر نتائج هذا الجدول أنّ ذوي الدّخل العالي لم تتأثر مراجعتهم للدروس بسبب مشاهدة برامج الواقع بنسبة 58.33% أمام 25% للتأثير ، و نفس الشيء بالنسبة لمتوسطي الدّخل 46.3% لمن لم تتأثر مراجعة دروسهم و 31.02% للذين تأثروا بمتابعة البرنامج ، في حين تأثرت مراجعة الدروس لدى ضعيفي الدّخل بنسبة 50% ، ولم تتأثر بنسبة 41.67% ، وتبقى قيم من أجابوا بلا رأي لي هي الأقل مع جميع الفئات .

وتشير قيمة ك² المحسوبة إلى أنّه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادّي و مدى التأثير على مراجعة الدروس ، حيث بلغت القيمة المحسوبة 39.19 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدولية المقدرة بـ 18.46 بدرجة ثقة 99% ، مما يعني وجود هذه الدلالة الإحصائية .
وبحساب معامل التوافق ق من ك² نجد أن قيمته المقدرة بـ 0.37 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدًا بين الظاهرتين ، بمعنى أنهما يختلفان معا أو أن هناك فروقا بينهما .

26- توزيع أفراد العينة حسب كَيْفِيَّة تأثير برامج الواقع على عادة مراجعة الدُّروس في دراسة أجريت على حوالي 2500 طفل ثبت أن الأطفال الذين يقضون ساعتين على الأقل يوميًا أمام التلفزيون يصابون بمشاكل في التركيز بحلول سنِّ السَّابعة ، و تصل نسبة ضعف التركيز عندهم إلى 20% وكلِّ ساعة تزيد في المشاهدة يزيد الخطر أمامها بنسبة 10% ، وفي دراسة أخرى ثبت أن تأثير التلفزيون لا يقتصر على الأطفال فحسب بل يتعدى إلى الشَّباب و الكبار ، وقد أجريت الدِّراسة بواسطة باحثين متخصصين في علم النَّفس بجامعة كولومبيا وتمَّ إجراؤها على حوالي 707 أسرة بها شرائح عمرية مختلفة ، وجد أن التلفزيون له أثر على الكبار مسيِّباً لهم اضطرابات نفسيَّة و في كثير من الأحيان يصابون بأمراض عضويَّة ، ونصحت الدِّراسة بعدم مشاهدة التلفزيون إلا بشكل متقطع .⁽¹⁾

و لأنَّ برامج الواقع صارت من عوامل الجذب لمشاهدة التلفزيون بشكل مستمر فقد كانت لها تأثيراتها على الشَّرِيحة المتعدِّسة كما هو مبين في الجدول التالي :

التكرارات	النسبة(%)	كيفية التأثير
13	17.11	الزيادة في مراجعة الدروس
0	0	ثبات عادة مراجعة الدروس
63	82.89	التقصان في مراجعة الدروس
76	100	المجموع

جدول رقم (120)

أجاب 82.89% بأنَّ التأثير كان بالتقصان في مراجعة الدروس ، أي أنَّ التأثير كان سلبياً ، كما أجاب 17.11% من أفراد العينة التي أكَّدت على وجود تأثير أنَّ هذا التأثير كان إيجابياً من خلال الزيادة في مراجعة الدروس ، ويمكن أن تفسَّر هذه النتيجة بالاهتمام الزائد بمتابعة برامج الواقع حيث أنه بالإمكان الاستغناء عن الدِّراسة في سبيل مشاهدة البرنامج ، كما يمكن استغلال مراجعة الدروس كذريعة أو حجة يمكن من خلالها للأهل أن يسمحوا بالبقاء مع التلفاز أطول مدَّة ، والسَّهر حيث يتواجد .

(1) التلفزيون يؤثر على المراهقين و الشباب www.RORO 44.com (تاريخ الدَّخول 16 ماي 2007 م)

أ- توزيع العينة حسب كفاءة تأثير برامج الواقع على عادة مراجعة الدروس و طبقا للجنس

المجموع	ذكر		أنثى		الجنس		كفاءة التأثير
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	
17.11	13	21,21	7	13,95	6	13,95	الزيادة في مراجعة الدروس
0	0	0	0	0	0	0	ثبات عادة مراجعة الدروس
82,89	63	78,79	26	86,05	37	86,05	التقصان في مراجعة الدروس
100	76	100	33	100	43	100	المجموع

ك² المحسوبة - 1.69 بدرجة حرية 2.
ك² الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و كفاءة تأثير برامج الواقع على مراجعة الدروس.

جدول رقم (121)

حسب بيانات الجدول كان تأثير تلفزيون الواقع سلبياً على الإناث بنسبة 86.05% ، وعلى الذكور بنسبة 78.79% ، حيث تراجمت مراجعتهم للدروس بسبب المشاهدة ، أما التأثير الإيجابي فقد كان الذكور فيه أوفر حظاً بنسبة 21.21% مقابل 13.95% للإناث.

ب- توزيع أفراد العينة حسب كفاءة تأثير برامج الواقع على عادة مراجعة الدروس و طبقا لمكان السكن

المجموع	مدينة		ريف		مكان السكن		كفاءة التأثير
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	
17.11	13	13,16	5	21,05	8	21,05	الزيادة في مراجعة الدروس
0	0	0	0	0	0	0	ثبات عادة مراجعة الدروس
82,89	63	86,84	33	78,95	30	78,95	التقصان في مراجعة الدروس
100	76	100	38	100	38	100	المجموع

ك² المحسوبة - 4.32 بدرجة حرية 2.
ك² الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و كفاءة تأثير برامج الواقع على مراجعة الدروس.

جدول رقم (122)

بيّن الجدول أنّ متابعة برامج الواقع قد أثّرت بالسلب على مراجعة سكان المدينة لدروسهم بدرجة أكبر مقارنة بسكان الريف ، وقد بلغ تأثر سكان المدينة نسبة 86.84% مقابل 78.95% لسكان الريف ، وتؤكد نسبة 21.05% التأثير الإيجابي على سكان الريف من خلال الزيادة في مراجعة الدّروس مقارنة بسكان المدينة 13.16% ، وعلى العموم فإنّ العامل البارز هو أنّ برامج الواقع تحقّق في الغالب التأثير السلبي و المتمثّل في تراجع عادة مراجعة الدّروس متى كان هناك تأثير على الأفراد من المراهقين مهما اختلفت أماكن سكنهم.

ج- توزيع أفراد العينة حسب كفيّة تأثير برامج الواقع على عادة مراجعة الدّروس و طبقا للمستوى المادّي

المجموع	دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي	كفيّة التأثير
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)		
17.11	13	33,33	2	16.42	11	0	0	الزيادة في مراجعة الدّروس
0	0	0	0	0	0	0	0	ثبات عادة مراجعة الدّروس
82,89	63	66,67	4	83,58	56	100	3	التقصان في مراجعة الدّروس
100	76	100	6	100	67	100	3	المجموع
<p>ك² المحسوبة = 16.47 بدرجة حريّة 4. $\chi = 0.42$</p> <p>ك² الجدوليّة - 9.49 بدرجة ثقة 95 % .</p> <p>النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغيّر المستوى المادّي و كفيّة تأثير برامج الواقع على مراجعة الدّروس.</p>								

جدول رقم (123)

من هذا الجدول نلاحظ أنّ طبيعة التأثير على مراجعة الدّروس كانت في مجملها سلبية على ذوي الدّخل العالي 100% ، وكانت غالبية بالنسبة لمتوسّطي الدّخل 83.58% وكذا بالنسبة لضعيفي الدّخل 66.67% ، ويمكن تفسير هذه النتائج بإمكانية توفّر الظروف و الإمكانيّات لذوي الدّخل العالي و منه حريّة أكبر في المشاهدة التّلفزيونيّة و متابعة برامج تلفزيون الواقع ، ممّا يحقّق تأثيراً سلبياً أكثر على مراجعة الدّروس .

وتشير قيمة ك² المحسوبة إلى أنّه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغيّر المستوى المادّي و طبيعة التأثير على مراجعة الدّروس ، حيث بلغت القيمة المحسوبة 16.47 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدوليّة

المقدّرة بـ 9.49 بدرجة ثقة 95% ، مما يعني وجود هذه الدلالة الإحصائية ؛ وبحساب معامل التوافق Q من كاي² نجد أنّ قيمته المقدّرة بـ 0.42 تدلّ على وجود توافق متوسط بين الظاهرتين .

27- توزيع أفراد عيّنة الدّراسة حسب مدى تأثير برامج الواقع على نتائجها المدرسيّة

التأثير على النتائج المدرسيّة	التكرارات	النسبة(%)
أثرت	62	25,83
لم تؤثر	117	48,75
لا رأي لي	61	25.42
المجموع	240	100

جدول رقم (124)

من أجل محاولة معرفة مدى تأثير مشاهدة برامج الواقع على النتائج المدرسيّة أحاب أفراد العيّنة على أنّه لم تتأثر نتائجهم المدرسيّة بنسبة 48.75% ، وتأثرت بنسبة 25.83% ، في حين لم تستطع 25.42% من إجمالي العيّنة تحديد مدى التأثير على نتائجهم المدرسيّة ؛ وتتوافق هذه البيانات مع ما سبقها على اعتبار أنّ مشاهدة برامج الواقع لم تؤثر على عادة مراجعة الدّروس ومنه على النتائج المدرسيّة إذ أنّ الاهتمام بالدّراسة يعود بالدرجة الأولى لشخصيّة كلّ فرد ومدى اهتمامه ببناء مستقبله مهما اعترضته اهتمامات أخرى ، وهذا على العموم من الأمور التي يلقي لها المراهق بالا .

أ- توزيع أفراد العينة حسب مدى تأثير برامج الواقع على نتائجها المدرسية وطبقا للجنس

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس	التأثير على النتائج المدرسية
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
25,83	62	29.35	27	23.65	35		أثرت
48,75	117	446,7	43	50	74		لم تؤثر
25.42	61	23,91	22	26,35	39		لا رأي لي
100	240	100	92	100	148		المجموع

ك² المحسوبة - 0.97 بدرجة حرية 2.
 ك² الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و مدى تأثير برامج الواقع على النتائج المدرسية .

جدول رقم (125)

من خلال هذا الجدول يظهر أن كلا الجنسين لم تؤثر مشاهدتهم لتلفزيون الواقع على نتائجهم المدرسية حيث أحاب الإناث على هذا الاختيار بـ 50% و أحاب الذكور بـ 46.74% ، وهي نسب عالية مقارنة بكل من إجابة لا رأي لي و إجابة التأثير ، فقد امتنع الإناث عن التحديد بنسبة 26.35% والذكور بنسبة 23.91% ، كما أثبت الذكور التأثير بنسبة 29.35% مقابل 23.65% فقط للإناث .

ب- توزيع العينة حسب مدى تأثير برامج الواقع على نتائجها المدرسية وطبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	التأثير على النتائج المدرسية
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
25,83	62	20.14	29	34,37	33		أثرت
48,75	117	49.31	71	47.92	46		لم تؤثر
25.42	61	30.55	44	17.71	17		لا رأي لي
100	240	100	144	100	96		المجموع

ك² المحسوبة - 8.87 بدرجة حرية 2.
 ك² الجدولية - 5.99 بدرجة ثقة 95% .
 النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و مدى تأثير برامج الواقع على النتائج المدرسية .

جدول رقم (126)

لم تتأثر النتائج المدرسية أيضا جرّاء متابعة برامج الواقع وذلك بدلالة مكان السّكن ، ف 49.31% من سكان المدينة قالوا بعدم التأثير وكذلك 47.96% من سكان الرّيف ، في حين ترتفع نسبة التأثير لدى سكان الرّيف 34.37% مقارنة بنسبة سكان المدينة 20.14% ، كما بلغت نسبة من لم يستطيعوا التّحديد من سكان المدينة 30.55% ، ولم تتجاوز عند سكان الرّيف 17.71% .

وتشير قيمة ك² المحسوبة إلى أنّه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغيّر مكان السّكن و مدى التأثير على النتائج المدرسية ، حيث بلغت القيمة المحسوبة 8.28 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدوليّة المقدّرة بـ 5.99 بدرجة ثقة 95% ، ممّا يعني وجود هذه الدّلالة الإحصائيّة ؛ وبحساب معامل التّوافق في من ك² نجد أنّ قيمته المقدّرة بـ 0.57 تدلّ على وجود توافق فوق المتوسّط بين الظّاهرتين .

ج- توزيع أفراد العيّنة حسب مدى تأثير برامج الواقع على نتائجها المدرسيّة وطبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسّط		متوسّط		عالي		المستوى المادّي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	التأثير على النتائج المدرسيّة
25,83	62	16,67	2	26,85	58	16,67	2	أثرت
48,75	117	75	9	45,83	99	75	9	لم تؤثر
25,42	61	8,33	1	27,32	59	8,33	1	لا رأي لي
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع

ك² المحسوبة - 7.69 بدرجة حرية 4 .
ك² الجدوليّة - 18.46 بدرجة ثقة 99% .
التّيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر المستوى المادّي و مدى تأثير برامج الواقع على النتائج المدرسيّة.

جدول رقم (127)

تطابقت النتائج في هذا الجدول عند ذوي المستوى المادّي العالي و المستوى الضعيف حيث كانت النسبة عالية جدًا عند الاختيار الثاني (لم تؤثر) 75% ، ثمّ كانت بنسبة 16.67% عند الجواب بالتأثير ، ونالت الإجابة الأخيرة أقل نسبة 8.33% ، ومع هذه الأرقام صرّح متوسّطو الدّخل بأنّ نتائجهم المدرسيّة لم تتأثر بنسبة 45.83% ، وتأثرت بنسبة أقل 26.85% ، في حين اكتفى الباقي بعدم التّحديد .

28- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب كيفية تأثير برامج الواقع على نتائجها المدرسية

التسبة (%)	التكرارات	كيفية التأثير
8,06	5	الحصول على نتائج جيدة
14.52	9	الحصول على نتائج متوسطة
43.55	27	الحصول على نتائج حسنة
33,87	21	الحصول على نتائج ضعيفة
100	62	المجموع

جدول رقم (128)

في محاولة لمعرفة كيفية التأثير الذي تحدثت عنه نسبة العينة 25.83% ، أجاب 43.55% بأن نتائجهم المدرسية كانت حسنة ، كما حصل 33.87% على نتائج ضعيفة ، و 14.52% كانت نتائجهم خلال فترة المشاهدة متوسطة ، وقلة قليلة - تمثلت في نسبة 8.06% - هي من حصلت على نتائج جيدة ، وهذا يبين أن الفئة التي تأثرت دراستها بمتابعة برامج الواقع قد حققت نتائج حسنة فما تحت أي أن تقييم عملها المدرسي كان يسير بالاتجاه السالب ، مما يعني أن هذه البرامج ذات تأثير سيء على جمهورها المتعلمين ، وبخاصة المراهقين منهم .

أ- توزيع أفراد العينة حسب كيفية تأثير برامج الواقع على نتائجها المدرسية و طبقاً للجنس

المجموع (%)	ذكر		أنثى		الجنس	كيفية التأثير
	ك (%)	(%)	ك (%)	ك (%)		
8,06	5	10	3	6,25	2	الحصول على نتائج جيدة
14.52	9	13,33	4	15.62	5	الحصول على نتائج متوسطة
43.55	27	46,67	14	40.63	13	الحصول على نتائج حسنة
33,87	21	30	9	37,5	12	الحصول على نتائج ضعيفة
100	62	100	30	100	32	المجموع

كاف المحسوبة - 0.71 بدرجة حرية 3.
كاف الجدولية - 16.27 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و كيفية تأثير برامج الواقع على النتائج المدرسية.

جدول رقم (129)

إن محاولة معرفة طبيعة التأثير بدلالة الجنس قد قدّم بيانات الجدول أعلاه ، و الظاهر أن النتائج المفصلة تتوافق تماما مع النتائج العامة للجدول السابق دون تفرقة إناث عن ذكور ، حيث كانت بيانات التأثير في الاتجاه السالب (نتائج حسنة ، نتائج ضعيفة) ، وهي متقاربة بين الجنسين فالنتائج الحسنة كانت بنسبة 40.63% إناث و 46.67% ذكور ، و الضعيفة 37.5% إناث و 30% ذكور ، و تبقى نسب من أجابوا بالتأثير الإيجابي هي الأقل حيث بلغت 6.25% إناث و 10% ذكور .

ب- توزيع أفراد العينة حسب كيفية تأثير برامج الواقع على نتائجها المدرسية و طبقا لمكان السكن

المجموع	مدينة		ريف		مكان السكن	كيفية التأثير
	ك	(%)	ك	(%)		
8,06	5	3,33	1	12,5	4	الحصول على نتائج جيّدة
14.52	9	20	6	9,37	3	الحصول على نتائج متوسطة
43.55	27	43.34	13	43,75	14	الحصول على نتائج حسنة
33,87	21	33,33	10	34.38	11	الحصول على نتائج ضعيفة
100	62	100	30	100	32	المجموع

كا² المحسوبة - 2.82 بدرجة حرية 3.
 كا² الجدولية - 16.27 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و كيفية تأثير برامج الواقع على النتائج المدرسية.

جدول رقم (130)

من الجدول أعلاه نلاحظ أنه تبقى طبيعة التأثير حسنة لدى أفراد العينة و لكن هذه المرة بدلالة مكان السكن ، فنسبة إجابات سكان الريف كانت مماثلة لإجابات سكان المدينة 43.75% و 43.34% ، و تأتي بعد ذلك نسب النتائج الضعيفة 34.38% للريفيين و 33.33% للمدنيين ، و تختلف اختيارات التأثير بعد ذلك ، بحيث تسبق النتائج الجيدة النتائج المتوسطة بالنسبة لسكان الريف ، في حين احتلت النتائج الجيدة المركز الأخير ضمن إجابات سكان المدينة .

ج- توزيع أفراد العينة حسب كيفية تأثير برامج الواقع على نتائجها المدرسية و طبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي	كيفية التأثير
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
8,06	5	0	0	9,80	5	0	0	الحصول على نتائج جيّدة	
14.52	9	33,33	2	11,76	6	20	1	الحصول على نتائج متوسطة	
43.55	27	50	3	41.18	21	60	3	الحصول على نتائج حسنة	
33,87	21	16,67	1	37.26	19	20	1	الحصول على نتائج ضعيفة	
100	62	100	6	100	51	100	5	المجموع	

كا² المحسوبة - 4.32 بدرجة حرية 6.
 كا² الجدولية = 22.46 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادّي و كيفية تأثير برامج الواقع على النتائج المدرسية.

جدول رقم (131)

نتائج هذا الجدول هي بدلالة المستوى المادّي و رغم ذلك تبقى طبيعة التأثير عند النتائج الحسنة بالإجمال (عالي ، متوسط ، دون المتوسط) ، و إذا كانت النتائج الجيدة تنعدم عند كلّ من المستوى المادّي العالي و دون المتوسط فإنّها تأخذ نسبة بسيطة جدّا 9.8% من مجموع إجابات ذوي الدّخل المتوسط ، لتتوزّع الإجابات بعد ذلك على باقي الاحتمالات بنسب متفاوتة وبسيطة .

29- توزيع أفراد عينة الدّراسة حسب مدى تأثير برامج الواقع على أوقات النّوم

التأثير على أوقات النوم	التكرارات	النسبة(%)
أثرت	85	35.42
لم تؤثر	108	45
لا رأي لي	47	19,58
المجموع	240	100

جدول رقم (132)

أرادت الدراسة معرفة مدى تأثير متابعة برامج الواقع على عادة النوم ، فوجدت - كما تبينته نتائج هذا الجدول - أن الغالبية لا تجد أن عادات نومها قد تأثرت وهذا تؤكدته نسبة 45% من إجمالي العينة ، في حين تجيب نسبة أخرى وهي 35.42% بأن عادة النوم لديها قد تأثرت ، من جهة أخرى تجيب مجموعة بأنها غير قادرة على التحديد من خلال إعطاء نسبة 19.58% للجواب لا رأي لي .

ويمكن تفسير هذه النتائج على أن أفراد العينة مرتبطون أولاً بالتزامات عديدة منها الدراسة و عادة مراجعة الدروس والتي لم تتأثر بمتابعة برامج الواقع كما تبين سابقا ، من جهة أخرى فالمرافق المتمدرس يخضع لنظام ثابت على العموم ، حيث يضطر للنوم في وقت محدد من أجل ضمان الاستيقاظ الباكر للذهاب إلى المدرسة في اليوم الموالي ، كما أنه يركز سهراته على أيام العطل المدرسية ، وقد ساعدت على ترسيخ هذا النظام كثير من العادات الأسرية في هذا الجانب وفي مجتمعنا بشكل خاص .

أ- توزيع أفراد العينة حسب مدى تأثير برامج الواقع على أوقات النوم و طبقا للجنس

التأثير على أوقات النوم	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	
أثرت	42	28.38	43	46.74	85	35.42	
لم تؤثر	79	53.38	29	31.52	108	45	
لا رأي لي	27	18.24	20	21.74	47	19.58	
المجموع	148	100	92	100	240	100	
ك ² المحسوبة - 11.78 بدرجة حرية 2. χ^2 - 0.22 ك ² الجدولية = 5.99 بدرجة ثقة 95%. النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و مدى تأثير برامج الواقع على أوقات النوم.							

جدول رقم (133)

من ملاحظة بيانات هذا الجدول يظهر الاختلاف بين الجنسين ، حيث أن الإناث أجابوا بتسوية 53.38% لعدم تأثر عادات نومهم بمشاهدتهم لبرامج الواقع مقابل 31.52% فقط للذكور ، في حين كانت نسبة الإجابات العالية 46.74% هي للاختيار الأول الذي يشير إلى وجود تأثير

على عادات النوم لدى الذكور ، و في الأخير تتقارب نسب من أجابوا بلا رأي لي 18.24% إناث و 21.74% ذكور .

يمكن إرجاع التباين في معطيات هذا الجدول إلى احتمال بعض الحرية يتمتع بها الذكور زيادة عن الإناث في مشاهدة التلفزيون عموما و برامج الواقع على الخصوص ، وكذلك ميل الذكور إلى السهر أكثر من الإناث سواء خارج المنزل أو مع التلفزيون .

وتشير قيمة χ^2 المحسوبة إلى أنه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و مدى التأثير على عادة النوم ، حيث بلغت القيمة المحسوبة 11.78 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدولية المقدرة بـ 5.99 بدرجة ثقة 95% ، مما يعني وجود هذه الدلالة الإحصائية .

وبحساب معامل التوافق Q من χ^2 نجد أن قيمته المقدرة بـ 0.22 تدل على وجود توافق ضعيف جدًا بين الظاهرتين ، بمعنى أنهما يختلفان معا أو أن هناك فروقا بينهما .

ب- توزيع أفراد العينة حسب مدى تأثير برامج الواقع على أوقات النوم و طبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	التأثير على أوقات النوم
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
35.42	85	32.64	47	39.58	38	أثرت	
45	108	41.67	60	50	48	لم تؤثر	
19.58	47	25.69	37	10.42	10	لا رأي لي	
100	240	100	144	100	96	المجموع	
χ^2 المحسوبة - 8.54 بدرجة حرية 2. Q - 0.17							
χ^2 الجدولية = 5.99 بدرجة ثقة 95%.							
النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و مدى تأثير برامج الواقع على أوقات النوم.							

جدول رقم (134)

تشير نتائج الجدول إلى أن عادة النوم لدى سكان الريف وكذا سكان المدينة لم تتأثر بمشاهدة برامج الواقع ، فنسب الإجابة لدى الطرفين عالية مقارنة بالباقي ، فهي 50% لسكان الريف و 41.67% لسكان المدينة ، في حين كانت نسبة التأثير 39.58% لسكان الريف

و 32.64% لسكان المدينة ، وترتفع نسبة من لا رأي لهم في فئة سكان المدينة حيث بلغت 25.69% أمام نسبة 10.42% فقط لسكان الريف .

وتشير قيمة ك² المحسوبة إلى أنه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن مدى التأثير على عادة النوم ، حيث بلغت القيمة المحسوبة 8.54 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدولية المقدرة بـ 5.99 بدرجة ثقة 95% ، مما يعني وجود هذه الدلالة الإحصائية ؛ وبحساب معامل التوافق من ك² نجد أن قيمته المقدرة بـ 0.17 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدًا بين الظاهرتين ، بمعنى أنهما يختلفان معا أو أن هناك فروقا بينهما .

ج- توزيع أفراد العينة حسب مدى تأثير برامج الواقع على أوقات النوم و طبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	التأثير على أوقات النوم
35.42	85	58.33	7	34.72	75	25	3	أثرت
45	108	41.67	5	44.45	96	58.33	7	لم تتأثر
19.58	47	0	0	20.83	45	16.67	2	لا رأي لي
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع

ك² المحسوبة - 5.27 بدرجة حرية 4 .
 ك² الجدولية - 18.46 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و مدى تأثير برامج الواقع على أوقات النوم.

جدول رقم (135)

بيانات هذا الجدول مختلفة فذوو الدخل العالي والمتوسط قد أجابوا بتأثير مشاهدة برامج الواقع على أوقات نومهم (58.33% و 44.45%) ، عكس ما ذكره أصحاب المستوى المادي دون المتوسط الذين أجابوا بأنها أثرت على أوقات نومهم بنسبة 58.33% ، في حين أجابت مجموعة أخرى بأن عادة نومهم لم تتأثر فكانت نسبتهم 41.67% ، وتنعدم الإجابة في هذه الفئة للاختيار الأخير ، كما تأخذ نسبا ضعيفة بالنسبة لكل من عالى المستوى و متوسط المستوى المادي (16.67% للأول و 20.83% للثاني) .

30- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب كفاءة تأثير برامج الواقع على أوقات النوم

النسبة (%)	التكرارات	كفاءة التأثير
5,88	5	النوم مبكراً
94.12	80	النوم متأخراً
0	0	ثبات عادة النوم
100	85	المجموع

جدول رقم (136)

أما عن إجابات أفراد العينة التي أكدت وجود تأثير على عادة النوم لديها فقد اتفقت نسبة كبيرة منهم 94.12% على النوم المتأخر ، وكانت نسبة من أجابوا بالنوم المبكر 5.88% فقط من مجموع الإجابات ، أي أنّ متابعة برامج الواقع قد أدت إلى تأخير وقت النوم عن عادته لدى أفراد العينة ، خاصة وأنّ الفترة التي يمكن من خلالها للمتمدرسين متابعة برامج التلفزيون عموماً هي الفترة المسائية أي بعد انتهاء الدوام في المدرسة ، مما يدفعهم إلى تأخير وقت النوم المعتاد من أجل إشباع حاجاتهم في المشاهدة .

أ- توزيع أفراد العينة حسب كفاءة تأثير برامج الواقع على أوقات النوم وطبقاً للجنس

كفاءة التأثير	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
النوم مبكراً	3	7,14	2	4,65	5	5,88		
النوم متأخراً	39	92.86	41	95.35	80	94.12		
ثبات عادة النوم	0	0	0	0	0	0		
المجموع	42	100	43	100	85	100		

ك² المحسوبة - 0.24 بدرجة حرية 2.
ك² الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و كفاءة تأثير برامج الواقع على أوقات النوم.

جدول رقم (137)

تأخذ إجابات الأفراد من الجنسين النسبة الأعلى في اختيار النوم المتأخر ، فالإناث أجن بنسبة 92.86% على أن وقت نومهم قد تأخر عن المعتاد أثناء متابعة برامج الواقع ، و أيضا الذكور أجابوا على هذا الاختيار بنسبة 95.35% ، في حين مثلت الإجابات الإيجابية نسبة جد ضعيفة 7.14% للإناث و 4.65% للذكور ، مما يعني أن برامج الواقع ونظرا للروتين الذي تتضمنه من يوميات الطلبة كما تعرضها بعض نسخ البرنامج ، قد دفعت بعض الأفراد للذهاب إلى الفراش باكرا على غير العادة .

ب- توزيع أفراد العينة حسب كيفية تأثير برامج الواقع على أوقات النوم وطبقا لمكان السكن

كيفية التأثير	مكان السكن		ريف		مدينة		المجموع	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
النوم مبكرا	1	3,03	4	7,69	5	5,88		
النوم متأخرا	32	96,97	48	92,31	80	94,12		
نبات عادة النوم	0	0	0	0	0	0		
المجموع	33	100	52	100	85	100		

ك² المحسوبة - 0.79 بدرجة حرية 2.
ك² الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقه بين متغير مكان السكن و كيفية تأثير برامج الواقع على أوقات النوم.

جدول رقم (138)

ترتفع نسبة النوم المتأخر لدى سكان الريف عن سكان المدينة بنسبة بسيطة ، حيث كانت في الأولى 96.97% و في الثانية 92.31% ، في حين يظهر أن نسبة النوم المبكر هي الأكبر لدى سكان المدينة مقارنة بسكان الريف ، وعلى العموم يوضح هذا الجدول أن التأثير الغالب لمشاهدة برامج الواقع على عادات النوم هي للاختيار المتأخر مهما اختلف مكان السكن .

ج- توزيع أفراد العينة حسب كيفية تأثير برامج الواقع على أوقات النوم وطبقا للمستوى المادي

المستوى المادي	عالي		متوسط		دون المتوسط		المجموع
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	
التوم مبكراً	1	25	2	2,78	2	22,22	5,88
التوم متأخراً	3	75	7	97,22	7	77,78	94,12
ثبات عادة التوم	0	0	0	0	0	0	0
المجموع	4	100	9	72	9	100	85

ك² المحسوبة = 8.23 بدرجة حرية 4.
ك² الجدولية = 18.46 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و كيفية تأثير برامج الواقع على أوقات التوم.

جدول رقم (139)

كانت طبيعة التأثير بدلالة المستوى المادي مماثلة للنتائج السابقة حيث أجاب أفراد العينة بأن أوقات نومهم قد تأخرت عن ذي قبل سواء كان مستواهم المادي عال أو متوسط أو دون المتوسط ، فالملاحظ أن نسب 75% و 97.22% و 77.78% هي نسب عالية مقارنة بمن أجابوا بالتوم المبكر ، مما يعني أن المستوى المادي ليس عاملاً فاعلاً في تحديد طبيعة تأثير مشاهدة برامج الواقع على عادة التوم .

31- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدى تأثير برامج الواقع على عادة التجمع مع العائلة

التأثير على التجمع مع العائلة	التكرارات	النسبة(%)
أثرت	60	25
لم تؤثر	119	49,58
لا رأي لي	61	25.42
المجموع	240	100

جدول رقم (140)

هناك جانب آخر يمكن من خلاله ملاحظة تأثير مشاهدة برامج الواقع وهو عادة التّجمّع مع العائلة ، فإجابات المبحوثين تشير إلى أنّ نسبة 49.58% منهم لم تتأثّر عادة بتجمّعهم مع العائلة، وهذا قد يفهم على أنّه بإمكانهم متابعة هذه البرامج رفقة العائلة ، من جهة أخرى تتقارب باقي النتائج حيث بلغت نسبة من أجابوا بلا رأي لي 25.42% و من أجابوا بأنّ التّجمّع مع العائلة قد تأثّر بنسبة 25% .

إنّ هذه التّوعية من البرامج يمكن لها أن تعزّز الترابط الأسري كما يمكن لها أن تخلق نوعا من الفردية والتّفكك داخل الأسرة الواحدة ولكن بنسب مختلفة .

أ- توزيع أفراد العينة حسب مدى تأثير برامج الواقع على عادة التّجمّع مع العائلة وطبقا للجنس

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس	التأثير على التّجمّع مع العائلة
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
25	60	34,78	32	18.92	28		أثرت
49,58	119	42,39	39	54,05	80		لم تتأثر
25.42	61	22.83	21	27.03	40		لا رأي لي
100	240	100	92	100	148		المجموع
0.17 - ق							ك ² المحسوبة - 7.66 بدرجة حرية 2.
ق ² الجدولية - 5.99 بدرجة ثقة 95 %.							
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و مدى تأثير برامج الواقع على التّجمّع مع العائلة .							

جدول رقم (141)

لم يتأثّر التّجمّع مع العائلة حسب الجنس على الرّغم من أنّ نسبة إجابات الإناث أعلى من نسبة إجابات الذّكور ؛ 54.05% مقابل 42.39% ، وعلى العكس بالنسبة لمن أجابوا بالتأثير فقد تقدّمت نسبة الذّكور 34.78% عن نسبة الإناث 18.92% ، ونلاحظ أيضا أنّ إجابة لا رأي لي قد حازت على نسبة معتبرة لدى الإناث ممثلة في 27.03% .

وتشير قيمة K^2 المحسوبة إلى أنه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و مدى التأثير على عادة التّجمّع مع العائلة ، حيث بلغت القيمة المحسوبة 7.66 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدوليّة المقدّرة بـ 5.99 بدرجة ثقة 95% ، مما يعني وجود هذه الدّلالة الإحصائيّة .
وبحساب معامل التّوافق ق من K^2 نجد أن قيمته المقدّرة بـ 0.17 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدًا بين الظّاهرتين ، بمعنى أنّهما يختلفان معا أو أنّ هناك فروقا بينهما .

ب- توزيع أفراد العيّنة حسب مدى تأثير برامج الواقع على عادة التّجمّع مع العائلة وطبقا لمكان السّكن

مجموع		مدينة		ريف		مكان السّكن	التأثير على التّجمّع مع العائلة
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
25	60	22,22	32	29,17	28	أثرت	
49,58	119	54.14	65	56,25	54	لم تتأثر	
25.42	61	32.64	47	14,58	14	لا رأي لي	
100	240	100	144	100	96	المجموع	
ق - 0.2							K^2 المحسوبة - 9.93 بدرجة حرية 2.
							K^2 الجدوليّة = 5.99 بدرجة ثقة 95% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السّكن و مدى تأثير برامج الواقع على التّجمّع مع العائلة.							

جدول رقم (142)

من الجدول يظهر أنّ سكّان الرّيف لم تتأثر عادة تجمّعهم مع العائلة بنسبة 56.25% ، على الرّغم من أنّ 29.17% منهم قد تأثرت عادة تجمّعهم العائلي ، ومقابل هذه النتائج فإنّ سكان المدينة بدورهم لم تتأثر عادة تجمّعهم مع العائلة ، لذلك حازت إجابتهم أعلى نسبة 45.14% ، في حين تتبع هذه القيمة قيمة أخرى أجاب فيها هؤلاء بلا رأي لي بنسبة 32.64% ، مع أنّ عددا من سكان المدينة قد أجابوا بأنّ متابعتهم برامج الواقع قد أثرت على تجمّعهم مع العائلة .
وتشير قيمة K^2 المحسوبة إلى أنه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السّكن و مدى التأثير على عادة التّجمّع مع العائلة ، حيث بلغت القيمة المحسوبة 9.93 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدوليّة المقدّرة بـ 5.99 بدرجة ثقة 95% ، مما يعني وجود هذه الدّلالة الإحصائيّة .

وبحساب معامل التوافق ق من ك² نجد أن قيمته المقدرة بـ 0.2 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدًا بين الظاهرتين ، بمعنى أنهما يختلفان معا أو أن هناك فروقا بينهما .

ج- توزيع أفراد العينة حسب مدى تأثير برامج الواقع على عادة التجمّع مع العائلة وطبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي	التأثير على التجمّع مع العائلة
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
25	60	50	6	24.54	53	8,33	1	أثرت	
49,58	119	33,33	4	50	108	58.34	7	لم تؤثر	
25.42	61	16,67	2	25,46	55	33,33	4	لا رأي لي	
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع	

ك² المحسوبة - 5.84 بدرجة حرية 4.
 ك² الجدوليّة - 18.46 بدرجة ثقة 99 % .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادّي و كَيْفِيَّة تأثير برامج الواقع على التجمّع مع العائلة.

جدول رقم (143)

توضّح نتائج الجدول أعلاه أنّ عادة التجمّع مع العائلة لم تتأثر لدى ذوي الدخل العالي و المتوسط وهذا ما أكّده نسب كلّ من الفئتين (58.34% و 50%) ، في حين أجاب أصحاب المستوى المادّي دون المتوسط بأنّ التجمّع مع العائلة قد تأثر جرّاء متابعة برامج الواقع بنسبة 50% ، لتتوزّع باقي العينة على الاحتمالات الأخرى وبنسب أقل .

32- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب كَيْفِيَّة تأثير برامج الواقع على عادة التجمّع مع العائلة

التكرارات	النسبة(%)	كَيْفِيَّة التأثير
15	25	زيادة التجمّع مع العائلة
18	30	ثبات عادة التجمّع مع العائلة
27	45	نقصان التجمّع مع العائلة
60	100	المجموع

جدول رقم (144)

فيما يخص طبيعة التأثير فقد أجابت نسبة 45% بأن التأثير كان سلبياً ، أي أن التّجمّع مع العائلة قد عرف تراجعاً مقارنة مع السّابق ، كما مثلت نسبة 30% ثباتاً في العادة ، ومن جهة ثالثة مثلت الزيادة في التّجمّع مع العائلة نسبة قدرها 25% .

أي أنّ هناك أفراد من العيّنة يتابعون برامج الواقع مع العائلة إمّا لكونهم قد تعودوا المشاهدة الجماعيّة للتلفزيون أو أنّ هذا النوع من البرامج يحمل خصوصيّة جذب العائلة ككل لمتابعته دون تحفّظات ، في حين هناك مجموعة أخرى - وهي الأكثر حسب بيانات الجدول المقدّمة - تراجعت معها عادة التّجمّع العائلي إمّا لأنّ هذه البرامج لا يمكن لها أن تجمع العائلة ، أو أنّها أظهرت اختلاف الأذواق مما يدفع البعض لمشاهدة التلفزيون في الوقت الذي يغيب فيه الآخرون.

أ- توزيع أفراد العيّنة حسب كميّة تأثير برامج الواقع على عادة التّجمّع مع العائلة وطبقاً للجنس

المجموع	ذكر		أنثى		الجنس	كميّة التأثير
	ك (%)	ك (%)	ك (%)	ك (%)		
25	15	23.08	6	26.47	9	زيادة التّجمّع مع العائلة
30	18	26.92	7	32.35	11	ثبات عادة التّجمّع مع العائلة
45	27	50	13	41.18	14	نقصان التّجمّع مع العائلة
100	60	100	26	100	34	المجموع

كا² المحسوبة - 0.47 بدرجة حريّة 2.
 كا² الجدوليّة - 13.82 بدرجة ثقة 99% .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر الجنس و كميّة تأثير برامج الواقع على التّجمّع مع العائلة.

جدول رقم (145)

أخذ نقصان التّجمّع مع العائلة نسبة أكبر في هذا الجدول ، إمّا بالنسبة للإناث 41.18% أو بالنسبة للذكور 50% ، وقد أجاب أفراد العيّنة بثبات عادة التّجمّع العائلي كاختيار ثان ذكورا وإناثا ، في حين تجيب قلة من كلا الجنسين بأنّ التأثير كان موجبا على عادة التّجمّع ، أي أنّ برامج الواقع قد نجحت في جمع العائلة بنسبة 26.47% فقط للإناث و 23.08% للذكور .

ب- توزيع العينة حسب كفيّة تأثير برامج الواقع على التّجمّع العائلي وطبقا لمكان السّكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السّكن		كفيّة التأثير
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	
25	15	25	8	25	7	زيادة التّجمّع مع العائلة		
30	18	25	8	35,71	10	ثبات عادة التّجمّع مع العائلة		
45	27	50	16	39.29	11	نقصان التّجمّع مع العائلة		
100	60	100	32	100	28	المجموع		
<p>كا² المحسوبة - 0.95 بدرجة حرية 2. كا² الجدوليّة - 13.82 بدرجة ثقة 99% . النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر مكان السّكن و كفيّة تأثير برامج الواقع على التّجمّع مع العائلة.</p>								

جدول رقم (146)

فيما يخصّ كفيّة التأثير على عادة التّجمّع مع العائلة بدلالة مكان السّكن ، فالنتائج المبيّنة في الجدول تشير إلى أنّ النسبة الأكبر تبقى للاختيار السّليبي ، مع أنّ القيمة المعطاة لسكان المدينة كانت أكثر ارتفاعا من تلك المعطاة لسكان الرّيف (50% و 39.29%) ، وإذا كانت نسبة من أجابوا بثبات العادة لدى سكّان المدينة تتساوى مع نسبة الإجابة بزيادة التّجمّع و المقدّرة بـ 25% فإنّ الأوّل يرجح على الثاني بالنسبة لسكان الرّيف.

ج- توزيع العينة حسب كفيّة تأثير برامج الواقع على التّجمّع العائلي وطبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادي		كفيّة التأثير
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	
25	15	44,44	4	19,44	7	26,67	4	زيادة التّجمّع مع العائلة		
30	18	33,33	3	25	9	40	6	ثبات عادة التّجمّع مع العائلة		
45	27	22.23	2	55,56	20	33,33	5	نقصان التّجمّع مع العائلة		
100	60	100	9	100	36	100	15	المجموع		
<p>كا² المحسوبة - 5.04 بدرجة حرية 4 . كا² الجدوليّة - 18.46 بدرجة ثقة 99% . النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر المستوى المادي و كفيّة تأثير برامج الواقع على التّجمّع مع العائلة.</p>										

تظهر نتائج هذا الجدول ثبات عادة التجمّع مع العائلة لذوي المستوى العالي بنسبة 40% و نقصانها مع متوسطي الدخل بنسبة 55.56% ، مقابل 25% للثبات و 19.44% للزيادة، و زيادتها لذوي الدخل الضعيف حيث بلغت نسبة اختيار هذا الاحتمال 44.44% .
و انطلاقا من هذه النتائج يمكن القول أنّ برامج الواقع قد نجحت في تحقيق تأثير إيجابي على مستوى بعض الأفراد من ذوي الدخل الضعيف في حين أثرت سلبا على الكثيرين من ذوي الدخل المتوسط ، أمّا أصحاب المستوى المادي العالي فيعرفون ثباتا في عادة التجمّع مع العائلة .

33- توزيع أفراد العينة حسب مدى تأثير برامج الواقع على علاقتهم بزملاء الدراسة

التأثير على العلاقة بزملاء الدراسة	التكرارات	النسبة(%)
أثرت	124	51,67
لم تؤثر	84	35
لا رأي لي	32	13,33
المجموع	240	100

جدول رقم (148)

من خلال هذا الجدول يظهر أنّ هناك تأثيرا على علاقة أفراد العينة بزملاء الدراسة ، حيث مثلت نسبة هذا التأثير أعلى نسبة قدرت بـ 51% من إجمالي العينة ، أمّا من أجابوا بعدم التأثير فقد مثلت إجاباتهم نسبة 35% ، في حين لم تتجاوز نسبة من لم يستطيعوا تحديد إجاباتهم الـ 13.33% .

أ- توزيع العينة حسب مدى تأثير برامج الواقع على علاقتها بزملاء الدراسة وطبقا للجنس

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس	التأثير على العلاقة بزملاء الدراسة
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
51,67	124	46.74	43	54.73	81		أثرت
35	84	3.73	31	35,81	53		لم تؤثر
13,33	32	19,56	18	9,46	14		لا رأي لي
100	240	100	92	100	148		المجموع

ك² المحسوبة - 5.12 بدرجة حرية 2 .
ك² الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و مدى تأثير برامج الواقع على العلاقة بزملاء الدراسة .

جدول رقم (149)

توزعت نتائج تأثير متابعة برامج الواقع على الجنسين إناثا و ذكورا لتتوافق معطيها العامة ، حيث أجابت 54.73% من الإناث بأن متابعتهم لبرامج الواقع قد أثرت على العلاقة بزملاء الدراسة ، و قد بلغت نسبة إجابات الذكور عند هذا الاختيار 46.74% ، أما من أجاب بعدم وجود تأثير على العلاقة بزملاء فقد مثل من صنف الإناث 35.81% ومن صنف الذكور 33.7% ، لتأخذ بعد ذلك إجابة لا رأي لي أقل النسب من كلا الجنسين .

ب- توزيع العينة حسب مدى تأثير برامج الواقع على علاقتها بزملاء وطبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	التأثير على العلاقة بزملاء الدراسة
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
51,67	124	59.03	85	40,62	39		أثرت
35	84	25,69	37	48.96	47		لم تؤثر
13,33	32	15,28	22	10.42	10		لا رأي لي
100	240	100	144	100	96		المجموع

ك² المحسوبة - 13.7 بدرجة حرية 2 .
ك² الجدولية - 9.49 بدرجة ثقة 95% .
النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و مدى تأثير برامج الواقع على العلاقة بزملاء الدراسة .

جدول رقم (150)

اختلفت بيانات هذا الجدول ، حيث أجاب أفراد العينة من سكان الرّيف أنّ مشاهدتهم لتلفزيون الواقع لم تؤثر على علاقتهم مع زملاء الدّراسة بنسبة أكبر قدرت به **48.96%** من مجموع أفراد هذه الفئة ، في حين أجاب التلاميذ السّاكنون في المدينة بأنّه هناك تأثير واضح على علاقتهم بالزملاء مثلته نسبة **59.03%** ، كما أجاب تلاميذ الرّيف وبنسبة معتبرة **40.62%** أنّ هناك تأثير على علاقتهم ، ونسبة أخرى أخيرة **10.42%** مثلت مجموعة من الأفراد لا رأي لهم ، أمام **15.28%** لسكان المدينة .

وتشير قيمة χ^2 المحسوبة إلى أنّه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغيّر مكان السّكن و مدى التّأثير على العلاقة بالزملاء ، حيث بلغت القيمة المحسوبة **13.7** وهي قيمة أكبر من القيمة الجدوليّة المقدّرة بـ **5.99** بدرجة ثقة **95%** ، ممّا يعنى وجود هذه الدّلالة الإحصائيّة .
وبحساب معامل التّوافق ق من χ^2 نجد أنّ قيمته المقدّرة بـ **0.22** تدلّ على وجود توافق ضعيف جدّا بين الظّاهرتين ، بمعنى أنّهما يختلفان معا أو أنّ هناك فروقا بينهما .

ج- توزيع أفراد العينة حسب مدى تأثير برامج الواقع على علاقتهم بزملاء الدّراسة وطبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	التأثير على العلاقة بزملاء الدّراسة
51,67	124	66,67	8	50	108	66,67	8	أثرت
35	84	25	3	36,11	78	25	3	لم تؤثر
13,33	32	8,33	1	13,89	30	8,33	1	لا رأي لي
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع

χ^2 المحسوبة - **2.42** بدرجة حريّة 2 .
 χ^2 الجدوليّة - **18.46** بدرجة ثقة **99%** .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر المستوى المادّي و مدى تأثير برامج الواقع على العلاقة بزملاء الدّراسة .

جدول رقم (151)

نلاحظ من هذا الجدول تطابق بيانات ذوي المستوى العالي مع دون المتوسط ، والتي تشير أكثريتها إلى وجود تأثير على العلاقة بالزملاء بنسبة **66.67%** ، مقابل **25%** لمن أجابوا بأنّها لم تتأثر ، في حين لم تتعدّى نسبة من لم يستطيعوا التّحديد **8.33%** ، أمّا أصحاب الدّخل

المتوسّط فقد اختلفت بياناتهم رغم أنّها سارت في نفس الاتجاه ، حيث رجّحوا التأثير بنسبة 50% على عدم التأثير 36.11% ، كما حازت الإجابات الغير محدّدة المركز الأخير في سلّم اختيارهم بنسبة 13.89% .

34- توزيع أفراد العينة حسب كَيْفِيَّة تأثير برامج الواقع على علاقتهم بزملاء الدراسة

التكرارات	النسبة(%)	كيفية التأثير
44	25,73	الإكثار من الاختلاط بالجنس الآخر
86	50,29	الاستفاضة في مناقشة يوميات البرنامج مع الزملاء
26	15.21	إقامة علاقة حميمة مع الجنس الآخر
15	8,77	اعتزال الزملاء
171	100	المجموع

جدول رقم (152)

أرادت الدراسة معرفة طبيعة التأثير على العلاقة بزملاء الدراسة فكانت أكثر إجابات أفراد العينة تتمحور حول الاستفاضة في مناقشة يوميات البرنامج مع الزملاء ، حيث أعطيت نسبة 50.89% لهذا الاختيار ، و تعتبر هذه العادة من أهمّ مظاهر التأثير ، إذ أنّ أول ما يذهب إليه المشاهد بعد متابعة أيّ برنامج يشدّ انتباهه واهتمامه هو الحديث عنه مع أشخاص آخرين ، ويزداد التفاعل ويتحوّل الحديث إلى مناقشة كلّما اتّسعت دائرة المتابعة و الاهتمام بالبرنامج ، و يجد المراهق على العموم الأقرب إليه و الأولى بتلك المناقشات مجموعة الأصدقاء ، فإذا كان متمدرسا ناقش تفاصيل البرنامج مع زملاء الدراسة .

من ناحية أخرى أجاب البعض 25.73% على أنّ التأثير كان على شكل إكثار من الاختلاط بالجنس الآخر ، وهذا يناسب وخصائص المراهق الذي يحاول إثبات شخصيته مع الجنس الآخر ، و يتأكّد ذلك من خلال الاستفاضة في التحليل و التّقاش لجذب الطرف الآخر وإثارة إعجابيه ، أمّا النسبة التي أقرت إقامة علاقة حميمة مع الجنس الآخر وهي 15.21% ، فإنّ برامج الواقع قد شجّعت هذه الفئة على الاختلاط و تفعيل الخصائص الفيزيولوجية للأفراد ، و نلاحظ أيضا أنّ برامج الواقع قد قلّلت من اعتزال الزملاء حيث لم تتجاوز نسبة هذا الاختيار 8.77% .

أ- توزيع أفراد العينة حسب كيفة تأثير برامج الواقع على علاقتهم بزملاء
الدراسة و طبقا للجنس

كيفة التأثير	الجنس		ذكور		انثى		المجموع	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
الإكثار من الاختلاط بالجنس الآخر	22	20,56	22	34,37	44	25,73		
الاستفاضة في مناقشة يوميات البرنامج مع الزملاء	65	60,75	21	32,81	86	50,29		
إقامة علاقة حميمة مع الجنس الآخر	12	11,21	14	21,88	26	15,21		
اعتزال الزملاء	8	87,4	7	10,94	15	8,77		
المجموع	107	100	64	100	171	100		
كا ² المحسوبة - 12.72		بدرجة حرية 3 .		ف - 0.26				
كا ² الجدولية - 7.82		بدرجة ثقة 95 % .						
النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و كيفة تأثير برامج الواقع على العلاقة بزملاء الدراسة.								

جدول رقم (153)

يظهر من هذا الجدول أن 60.75% من الإناث تأثرن ببرامج الواقع وظهر هذا التأثير على شكل استفاضة في مناقشة يوميات البرنامج مع الزملاء ، في حين مال الذكور إلى الإكثار من الاختلاط بالجنس الآخر 34.37% ، من أجل ذلك ارتفعت نسبة الذكور الذين يقيمون علاقات حميمة مقارنة بنسبتها عند الإناث (21.88% و 11.21%) ، كما يظهر أن بعض الإناث تفضلن اعتزال الزملاء بنسبة أقل مما يفضله الذكور ، وهذا راجع بطبيعة الحال إلى اختلاف طبائع الإناث عن الذكور ، حيث نجد الذكور أكثر تعاملًا مع الآخرين من الإناث .

وتشير قيمة كا² المحسوبة إلى أنه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و طبيعة التأثير على العلاقة مع الزملاء ، حيث بلغت القيمة المحسوبة 12.72 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدولية المقدرة بـ 7.82 بدرجة ثقة 95% ، مما يعني وجود هذه الدلالة الإحصائية ؛ وبحساب معامل التوافق في من كا² نجد أن قيمته المقدرة بـ 0.26 تدل على وجود توافق ضعيف جدًا بين الظاهرتين ، بمعنى أنهما يختلفان معا أو أن هناك فروقا بينهما .

ب- توزيع أفراد العينة حسب كَيْفِيَّة تأثير برامج الواقع على علاقاتهم بزملاء
الدراسة و طبقا لمكان السّكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السّكن	كيفية التأثير
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
25,73	44	20,75	22	33.84	22	الإكثار من الاختلاط بالجنس الآخر	
50,29	86	54.72	58	43.08	28	الاستفاضة في مناقشة يوميات البرنامج مع الزّملاء	
15.21	26	16.04	17	13.85	9	إقامة علاقة حميمة مع الجنس الآخر	
8,77	15	8,49	9	9,23	6	اعتزال الزّملاء	
100	171	100	106	100	65	المجموع	
كافة المحسوبة - 3.92 بدرجة حرية 3 .							
كافة الجدولية - 16.27 بدرجة ثقة 99 % .							
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السّكن و مدى تأثير برامج الواقع على العلاقة بزملاء الدراسة .							

جدول رقم (154)

أرادت الدّراسة معرفة طبيعة التّأثير بدلالة مكان السّكن ، فتبيّن من إجابات المبحوثين أنّ كلاً من سكّان الرّيف و المدينة يستفيضون في مناقشة يوميات البرنامج مع الزّملاء بنسبة 43.08% و 54.72% ، كما جاء احتمال الإكثار من الاختلاط بالجنس الآخر كثاني اختيار لكليهما ، على الرّغم من أنّ نسبة إقامة العلاقات الحميمة كانت مرتفعة لدى سكان المدينة أكثر من سكان الرّيف (16.04% ، 13.85%) ، من جهة أخرى يفضّل سكان الرّيف اعتزال الزّملاء أكثر من سكان المدينة حيث مثلت النسبة الأولى قيمة 9.23% في حين قدّرت الثانية بـ 8.49% .

ج- توزيع أفراد العينة حسب كَيْفِيَّة تأثير برامج الواقع على علاقتهم بزملاء الدِّراسة وطبقا للمستوى المادِّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادِّي	كيفية التأثير
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
25,73	44	45.46	5	23.81	35	30.77	4	الإكثار من الاختلاط بالجنس الآخر	
50,29	86	27,27	3	53,06	78	38,46	5	الاستفاضة في مناقشة يوميات البرنامج مع الزملاء	
15.21	26	18,18	2	13.61	20	30.77	4	إقامة علاقة حميمة مع الجنس الآخر	
8,77	15	9,09	1	9,52	14	0	0	اعتزال الزملاء	
100	171	100	11	100	147	100	13	المجموع	

كأ² المحسوبة = 7.36 بدرجة حرية 6.
 كأ² الجدولية = 22.46 بدرجة ثقة 99 %.

النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادِّي ومدى تأثير برامج الواقع على العلاقة بزملاء الدِّراسة.

جدول رقم (155)

من خلال هذا الجدول يجيب ذوو المستوى المادِّي العالي والمتوسط على أنهم استفاضوا في مناقشة يوميات البرنامج مع الزملاء بعد متابعة برامج الواقع بنسب هي الأعلى ضمن اختياراتهم (38.46% ، 53.06%) ، وإذا كانت النسب قد تساوت بين الاختلاط بالجنس الآخر وإقامة علاقات حميمة معه في حالة المستوى المادِّي العالي فإنها قد اختلفت بالنسبة لمتوسطي الدِّخل ، أما ضعيفي الدِّخل فقد أجابوا بالإكثار من الاختلاط بنسبة 45.46% قبل الاستفاضة في المناقشة 27.27% ، إضافة إلى أن الفئة الأولى قد ألغت احتمال اعتزال الزملاء والذي أخذ نسبا ضعيفة لدى الفئتين الأخيرتين .

35- توزيع أفراد عينة الدِّراسة حسب مدى معارضة أهاليهم لمتابعة برامج الواقع

معارضة الأهل متابعة البرنامج	التكرارات	النسبة(%)
نعم	113	47,08
لا	127	52.92
المجموع	240	100

جدول رقم (156)

في سؤال حول مدى معارضة الأهل متابعة برامج الواقع تباينت إجابات أفراد العينة ، فمنهم من أجاب بلا كنسبة أعلى 52.92% ومنهم من أحاب بنعم بنسبة 47.08% ، وهذا يعكس تباين المواقف و الآراء حول تقييم برامج الواقع ، كما قد يعكس حرية بعض الأبناء أو سلطة بعض الآباء في تعاملهم مع أبنائهم المراهقين .

أ- توزيع أفراد العينة حسب مدى معارضة أهاليهم لمتابعة برامج الواقع و طبقا للجنس

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس	معارضة الأهل متابعة البرنامج
		ك	(%)	ك	(%)		
47,08	113	38,04	35	52,70	78	نعم	
52.92	127	61.96	57	47.30	70	لا	
100	240	100	92	100	148	المجموع	
<p>ك² المحسوبة - 4.89 بدرجة حرية 1 . ق - 0.14 ك² الجدولية - 3.84 بدرجة ثقة 95 % . النتيجة : هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و مدى معارضة الأهل متابعة البرنامج .</p>							

جدول رقم (157)

من خلال الأرقام الموجودة في هذا الجدول يظهر أن الإناث هم أكثر تعرّضا لمعارضة أهاليهم متابعة البرنامج وتمثل هذا الرأي نسبة 52.70% ، في حين لا يجد الذكور هذه المعارضة بنسبة 61.96% ، وهذه النتيجة قد تفسّر بطبيعة تعامل الأهل مع الإناث و تعاملهم مع الذكور في مجتمعنا ، حيث يمكن أن يجد الذكور حرية أكبر مقارنة بالإناث ، رغم أن هذا لا يعني الحرية المطلقة إذ نجد بعض أجوبة الذكور تتضمن معارضة الأهل 38.04% ، مقابل موافقة معتبرة من أهل الإناث على متابعة هذه البرامج 47.30% .

وتشير قيمة ك² المحسوبة إلى أنه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و مدى معارضة الأهل مشاهدة برامج الواقع ، حيث بلغت القيمة المحسوبة 4.89 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدولية المقترنة بـ 3.84 بدرجة ثقة 95% ، مما يعني وجود هذه الدلالة الإحصائية ؛ وبحساب معامل التوافق ق من ك² نجد أن قيمته المقدرة بـ 0.14 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدًا بين الظاهرتين ، بمعنى أنهما يختلفان معا أو أن هناك فروقا بينهما .

ب- توزيع أفراد العينة حسب مدى معارضة أهاليهم متابعة برامج الواقع وطبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	معارضة الأهل متابعة البرنامج	
47,08	113	47,22	68	46,87	45	نعم	
52.92	127	52,78	76	53.13	51	لا	
100	240	100	144	100	96	المجموع	

ك² المحسوبة - 0.02 بدرجة حرية 1.
ك² الجدولية - 10.83 بدرجة ثقة 99 %.
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و مدى معارضة الأهل متابعة البرنامج .

جدول رقم (158)

يتفق الباحثون من سكان الريف والمدينة على أنهم لا يتعرضون لمعارضة أهاليهم على متابعة البرنامج ولكن تبقى النسب مختلفة (53.13% و 52.78%) ، وعلى العموم فإن هذه النسب لا تبعد كثيرا عن نسب من أجابوا بنعم أي بوجود معارضة من الأهل على متابعة البرنامج (46.87% و 47.22%) ، ويمكن تفسير هذه النتائج أيضا باختلاف المواقف حول برامج الواقع ومضمون ما تقدمه للمراهق .

ج- توزيع العينة حسب مدى معارضة أهاليهم متابعة برامج الواقع وطبقا للمستوى المادي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادي	
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	معارضة الأهل متابعة البرنامج	
47,08	113	33,33	4	48.15	104	41,67	5	نعم	
52.92	127	66,67	8	51,85	112	58,33	7	لا	
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع	

ك² المحسوبة - 1.15 بدرجة حرية 2.
ك² الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99 %.
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و مدى معارضة الأهل متابعة البرنامج .

جدول رقم (159)

تتفق بيانات هذا الجدول مع ما سبقها ، حيث تتقارب آراء الأهل حول برامج الواقع لتتقارب مواقفهم الرافضة والموافقة لمتابعة أبنائهم هذه البرامج ، على الرغم من أن القيم الأعلى تبقى لغير المعارضين ، فتظهر إجابات الباحثين بدلالة المستوى المادي متقاربة (58.33% ، 51.85% ، 66.67%) ، ونفس الشيء مع من أجابوا بمعارضة الأهل (41.67% ، 48.15% ، 33.33%) .

36- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تصرفها عند معارضة الأهل متابعة برامج الواقع

التصرف عند معارضة الأهل	التكرارات	النسبة(%)
الامتناع عن المتابعة	50	44.25
الغضب ومحاولة إقناعهم	40	35.4
المتابعة سرًا	23	20,35
المجموع	113	100

جدول رقم (160)

حاولت الدراسة معرفة ردود أفعال الباحثين في حالة رفض أهاليهم متابعة هذه البرامج ، فكانت إجاباتهم كالآتي : 44.25% امتنعوا عن المتابعة ، 35.4% غضبوا و حاولوا إقناع أهاليهم ، 20.35% توجهوا للمتابعة السرية .

و تفسر هذه النتائج ما توصلت إليه الدراسات النفسية حول علاقة المراهقين بالوالدين أو الكبار الذين يحيطون بهم حيث تبدو متعارضة و متناقضة ، فمن جهة يود المراهقون التخلص من سيطرة آبائهم و من ناحية أخرى نجدهم يعبرون عن حاجتهم إلى التوجيه و الإرشاد ، فهم في هذه الفترة ينتقلون من مرحلة الطفولة إلى مرحلة الرجولة أو الأنوثة ، أو مرحلة التضج مما يجعلهم غير مستقرين انفعاليًا ، كما أنهم كثيرا ما يتعرضون إلى المشاكل في محاولة لإثبات الذات و تحقيق المكانة في المجتمع .⁽¹⁾

(1) مصطفى فهمي ، مرجع سابق ، ص 374 .

أ- توزيع العينة حسب تصرفها عند معارضة الأهل متابعة برامج الواقع و طبقا للجنس

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس	التصرف عند معارضة الأهل
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
44.25	50	34.21	13	49.33	37		الامتناع عن المتابعة
35.4	40	44.74	17	30.67	23		الغضب ومحاولة إقناعهم
20.35	23	21.05	8	20	15		المتابعة سرًا
100	113	100	38	100	75		المجموع
ك ² المحسوبة - 2.73 بدرجة حرية 2. ك ² الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99%. النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و كيفية التصرف عند معارضة الأهل متابعة البرنامج .							

جدول رقم (161)

هذا الجدول يظهر أن الإناث أكثر خضوعا لرفض الأهل متابعة برامج الواقع بنسبة 49.33%، عكس الذكور الذين يغضبون و يحاولون إقناع أهاليهم بنسبة 44.74% ، و تتفق هذه النتائج مع الطبيعة التي تميز الذكور عن الإناث خاصة في مرحلة المراهقة ، والتي تدفعهم إلى التمرد على سلطة الآباء بأية وسيلة ، ويتأكد هذا من خلال المتابعة السرية لبعض الأفراد من الذكور أكثر من الإناث (21.05% ، 20%) .

ب- توزيع العينة حسب تصرفها عند معارضة الأهل متابعة برامج الواقع وطبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	التصرف عند معارضة الأهل
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
44.25	50	42.25	30	47.62	20		الامتناع عن المتابعة
35.4	40	39.44	28	28.57	12		الغضب ومحاولة إقناعهم
20.35	23	18.31	13	23.81	10		المتابعة سرًا
100	113	100	71	100	42		المجموع
ك ² المحسوبة - 1.44 بدرجة حرية 2. ك ² الجدولية - 13.82 بدرجة ثقة 99%. النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و كيفية التصرف عند معارضة الأهل متابعة البرنامج .							

جدول رقم (162)

هذا الجدول يبيّن أن سكان الرّيف من المبحوثين قد امتنعوا عن متابعة تلفزيون الواقع بنسبة أكبر بلغت 47.62% مقابل 28.57% فقط لمن غضبوا و حاولوا إقناع أهاليهم ، بينما كانت نسبة المتابعين سرّاً لا تتجاوز 23.81% من مجموع إجابات هذه الفئة .
أمّا سكان المدينة فإنّ نسبة امتناعهم و غضبهم من الأهل هي متقاربة حيث بلغت الأولى 42.25% و الثانية 39.44% ، وهذا قلل من احتمال المتابعة السريّة لتكون 18.31% .

ج- توزيع العيّنة حسب تصرفها عند معارضة الأهل متابعة برامج الواقع و طبقاً للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي	التصرف عند معارضة الأهل
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
44.25	50	71.44	5	44	44	16,67	1	الامتناع عن المتابعة	
35.4	40	14,28	1	34	34	83,33	5	الغضب ومحاولة إقناعهم	
20,35	23	14,28	1	22	22	0	0	المتابعة سرّاً	
100	113	100	7	100	100	100	6	المجموع	

كأ² المحسوبة = 8.51 بدرجة حرية 4 .
كأ² الجدوليّة = 18.46 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر المستوى المادّي و كفيّة التصرف عند معارضة الأهل متابعة البرنامج .

جدول رقم (163)

نتائج الجدول أعلاه تبيّن أنّ ذوي المستوى المادّي العالي هم أكثر ميلاً للغضب من الأهل ومحاولة إقناعهم برأيهم بنسبة عالية بلغت 83.33% ، أمّا باقي أفراد هذه الفئة فقد امتنعوا عن المتابعة بنسبة بسيطة قدرت بـ 16.67% ، في حين وجدت الدراسة أنّ ذوي المستوى المادّي المتوسط وما دونه يفضلون الامتناع مباشرة عن متابعة البرنامج ، فكانت النسب كالاتي 44% للمتوسّطين و 71.44% لدون المتوسط ، كما يلجأ بعض الأفراد من هاتين الفئتين للمتابعة السريّة حتى وإن مثلت نسب هذه الاختيارات أقلّ القيم (22% و 14.28%) .

37- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الأشخاص الذين تتمّ معهم مناقشة وقائع برامج الواقع

التسبة (%)	التكرارات	مناقشة وقائع البرنامج
23,94	85	مع الأسرة
9,01	32	مع الوالدين
9.86	35	مع الإخوة
38.03	135	مع الأصدقاء
12.4	44	مع الأخوات
6,76	24	مع الأساتذة
100	355	المجموع

جدول رقم (164)

في سؤال عمّن يناقش معه المراهق المتمدرس وقائع البرنامج أكثر أجابت العينة بنسبة عالية للأصدقاء 38.03% بعد ذلك هناك الأسرة 23.94% ثم الأخوات 12.4% ، فالإخوة 9.86% و الوالدين 9.01% وأخيرا الأساتذة 6.76% ، و الواضح أنّ المراهق يميل في هذه المرحلة إلى مجموعة الرفاق و الأصدقاء ليحاول إشراكهم أفكاره وآراءه بعيدا عن سلطة الكبار خاصة الوالدين ، إضافة إلى أنّ مضامين هذه البرنامج قد تتحكّم في تحديد الأطراف المشاركة في المناقشة فكون البرامج شبائية بالدرجة الأولى فهذا يعطي الأولوية للمهتمين بها و المتابعين لها أن يناقشوا وقائعها معا .

أ- توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص الذين تتمّ معهم مناقشة وقائع برامج الواقع وطبقاً للجنس

مناقشة وقائع البرنامج	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
مع الأسرة	53	23.25	32	25.2	85	23.94		
مع الوالدين	19	8.33	13	10.24	32	9.01		
مع الإخوة	21	9.21	14	11.02	35	69.8		
مع الأصدقاء	82	35.96	53	41.73	135	38.03		
مع الأخوات	37	16.23	7	5.51	44	12.4		
مع الأساتذة	16	7.02	8	6.3	24	6.76		
المجموع	228	100	127	100	355	100		

كاً² المحسوبة - 9.06 بدرجة حرية 5 .
كاً² الجدولية - 20.52 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و من يناقش معه أفراد العينة وقائع البرنامج .

جدول رقم (165)

يتفق الجنسان إنثاء و ذكورا على أن الأصدقاء هم أكثر من يناقشون معهم وقائع البرنامج ، مع أن النسبة الغالبة هي نسبة 41.73% الخاصة بالذكور ، على اعتبار أن الذكور هم أكثر احتكاكا زمنياً بالأصدقاء ، و يناقش الجنسان وقائع البرنامج أيضا مع الأسرة بنسبة 23.25% للإناث و 25.2% للذكور ، كما ترتفع نسبة مناقشة الإناث مع الأخوات بـ 16.23% عنها بالنسبة للذكور 5.51% ، وبالمقابل ترتفع نسبة مناقشة الذكور مع الإخوة مقارنة بها لدى الإناث ، وهذا أمر طبيعي بحكم ميل كل جنس لمثله داخل الأسرة ، في حين تبقى رتبة الوالدان والأساتذة الذين يمثلون سلطة الكبار في المراكز الأخيرة و بنسب ضئيلة ضمن هذا الاختيار .

ب- توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص الذين تتمّ معهم مناقشة وقائع برامج الواقع و طبقاً لمكان السكن

الجموع		مدينة		ريف		مكان السكن
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	مناقشة وقائع البرنامج
23,94	85	26,41	56	20,28	29	مع الأسرة
9,01	32	19,9	21	7,69	11	مع الوالدين
9,86	35	19,9	21	9,79	14	مع الإخوة
38,03	135	35,85	76	41,26	59	مع الأصدقاء
12,4	44	9,43	20	16,78	24	مع الأخوات
6,76	24	8,49	18	4,2	6	مع الأساتذة
100	355	100	212	100	143	الجموع

كاً المحسوبة = 8.52 بدرجة حرية 5 .
كاً الجدولية = 20.52 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و من يناقش معه أفراد العينة وقائع البرنامج .

جدول رقم (166)

من خلال الجدول أعلاه تتأكد النتائج السابقة ، حيث أنّ أفراد العينة لا يزالون يقرّون على أنّ الأصدقاء هم أكثر من يناقشون معهم وقائع برامج الواقع مهما اختلفت أماكن سكنهم ، فقد أجاب سكان الريف بنسبة 41.26% عن هذا الاختيار مقابل 35.85% لسكان المدينة ، مع أنّ الفارق البسيط بين النسب يوحي بأنّ سكان الريف أكثر احتكاكاً بالأصدقاء من سكان المدينة ، أمّا بالنسبة للمناقشة الأسرية فإنّ النتائج تظهر أنّ سكان المدينة هم أكثر مناقشة للبرامج من سكان الريف (26.41% ، 20.28%) ، وقد يعود ذلك لطبيعة الحياة الأسرية المختلفة بين هذه المناطق ، حيث يكون هناك نوع من التفاعل بين سكان المدينة أكثر منه لدى سكان الريف ، في حين يعوّض هذا النقص لدى سكان الريف بمناقشة الأخوات بنسبة 16.78% ، والإخوة بنسبة 9.79% ، وأخيراً الوالدين 7.69% ، والأساتذة 4.2% ، أمّا سكان المدينة فقد تقاربت إجاباتهم على الاحتمالات الباقية حيث بلغت مناقشتهم مع الأخوات 9.43% ، ومع الإخوة والوالدين 9.91% ، وأخيراً الأساتذة 8.49% ، مما يشير إلى تنوع في الأطراف المشاركة في مناقشة مضامين برامج الواقع .

ج- توزيع أفراد العينة حسب الأشخاص الذين تتمّ معهم مناقشة وقائع برامج الواقع و طبقاً للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	مناقشة وقائع البرنامج
23,94	85	28,12	9	23,70	73	20	3	مع الأسرة
9,01	32	15,63	5	8,12	25	13,33	2	مع الوالدين
9,86	35	9,37	3	9,74	30	13,33	2	مع الإخوة
38,03	135	28,13	9	38,96	120	40	6	مع الأصدقاء
12,4	44	2,51	4	12,66	39	6,67	1	مع الأخوات
6,76	24	6,25	2	6,82	21	6,67	1	مع الأساتذة
100	355	100	32	100	308	100	15	المجموع

كاً² المحسوبة = 4.01 بدرجة حرّية 10 .
كاً² الجدوليّة = 18.46 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغيّر المستوى المادّي و من يناقش معه أفراد العينة وقائع البرنامج .

جدول رقم (167)

هذا الجدول يبيّن أنّ الأصدقاء هم دوماً من يناقش معهم المراهق مضمون برامج الواقع ، فذوو المستوى العالي يناقشون بنسبة 40% ، و المتوسط بنسبة 38.96% ، و ما دون المتوسط بنسبة 28.13% ، ثمّ يجيء اختيار الأسرة في المركز الثاني مع جميع المستويات ، عالي 20% ، متوسط 23.7% ، دون المتوسط 28.12% ، لتختلف الاختيارات بعد ذلك ، حيث يختار أصحاب المستوى العالي الوالدين و الإخوة كمركز ثالث بـ 13.33% ، و الأخوات و الأساتذة كمركز أخير بنسبة 6.67% ، في حين يناقش أصحاب المستوى المتوسط كمركز ثالث مع الأخوات بنسبة 12.66% ، فالإخوة 9.74% ، فالوالدين ثمّ الأساتذة بنسب أقل ، أمّا أصحاب المستوى الضعيف فقد اختاروا الوالدين في المركز الثالث 15.63% ، ثمّ الأخوات 12.5% ، ثمّ الإخوة و الأساتذة في الأخير .

38- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تقييمها برامج الواقع

التقييم لهذا النوع من البرامج	التكرارات	النسبة (%)
إيجابي	176	64.71
سلي	96	35.29
المجموع	272	100

جدول رقم (168)

في سؤال حول تقييم هذا النوع من البرامج أجابت نسبة كبيرة و المقدرة بـ 64.71% من العينة على أن برامج الواقع هي إيجابية ، في حين لم تتجاوز نسبة من أجابوا بأنها سلبية الـ 35.29% ؛ و الظاهر أن المراهق له رأي خاص بخصوص تقييم برامج أثارت جدلا كبيرا بين أوساط المختصين ، كما يمكن أن تكون الآراء المقدمة مبنية على اعتبارات خاصة بطبيعة كل مراهق .

أ- توزيع أفراد العينة حسب تقييمها برامج الواقع و طبقا للجنس

التقييم لهذا النوع من البرامج	الجنس		ذكر		المجموع	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
إيجابي	103	61.31	73	70.19	176	64.71
سلي	65	38.69	31	29.81	96	35.29
المجموع	168	100	104	100	272	100

كاف المحسوبة = 2.22 بدرجة حرية 1 .
كاف الجدولية = 10.83 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و تقييم برامج الواقع .

جدول رقم (169)

يتفق الجنسان على أن برامج الواقع في غالبيتها إيجابية ، حيث أجابت الإناث بنسبة 61.31% على هذا الاختيار و أجاب الذكور بنسبة أكبر 70.19% ، في حين ارتفعت نسبة الإناث في الاحتمال السلبي عنها لدى الذكور لتقدر في الأولى بـ 38.69% و في الثانية بـ 29.81%

ب- توزيع أفراد العينة حسب تقييمها برامج الواقع و طبقا لمكان السكن

مجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	تقييم هذا النوع من البرامج	
64.71	176	65.22	105	63.96	71	إيجابي	
35.29	96	34.78	56	36.04	40	سلي	
100	272	100	161	100	111	المجموع	

ك² المحسوبة = 0.04 بدرجة حرية 1 .
ك² الجدولية = 10.83 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و تقييم برامج الواقع .

جدول رقم (170)

بخصوص تقييم برامج الواقع بدلالة مكان السكن تتقارب نسبي سكان الريف و المدينة في اعتبار برامج الواقع إيجابية ، حيث كانت في الأولى 63.96% و في الثانية 65.22% ، أما بالنسبة للتقييم السلبي فإن نسبة اختيار سكان الريف قد ارتفعت عن سكان المدينة و لو أن الفارق كان بسيطاً (36.04% و 34.78%) ، و تتوافق هذه النتائج مع التركيبة الاجتماعية لسكان الريف و المدينة ، حيث أن تحرر سكان المدينة و تأثر سكان الريف هو ما يمكن أن يبرر التقييم الإيجابي ، في حين أن محافظة الوسط الريفي و أصالة كثير من سكان المدينة هو ما يمكن أن يفسر النتائج .

ج- توزيع أفراد العينة حسب تقييمها برامج الواقع و طبقا للمستوى المادي

مجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادي	
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	تقييم هذا النوع من البرامج	
64.71	176	71.43	10	63.67	156	76.92	10	إيجابي	
35.29	96	28.57	4	36.33	89	23.08	3	سلي	
100	272	100	14	100	245	100	13	المجموع	

ك² المحسوبة = 1.24 بدرجة حرية 2 .
ك² الجدولية = 13.82 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادي و تقييم برامج الواقع .

جدول رقم (171)

يظهر من هذا الجدول أنّ تقييم برامج الواقع يبقى إيجابياً في الغالب وذلك مع جميع درجات المستوى المادّي ، فقد أجاب ذوو المستوى المادّي العالي بنسبة 76.92% ، و أجاب ذوو المستوى المتوسّط بـ 63.67% ، كما أجاب ما دون ذلك بـ 71.43% ، أمّا بالنسبة لمن أجابوا بأنّ هذه البرامج سلبية فقد جاءت نسبة إجابات ذوي المستوى المتوسّط في المركز الأوّل بـ 36.33% ، ثمّ ذوي المستوى ما دون المتوسّط في المركز الثاني بقيمة 28.57% ، وأخيراً أصحاب المستوى المادّي العالي بـ 23.08% .

ويمكن تفسير هذه النتائج بمدى مقدرة هؤلاء الأفراد على التفاعل مع هذه البرامج من خلال التواصل الهاتفي ، كما أنّ تنوّع اهتمامات الطّلبة المسورة الحال هو ما قد يزيد من توجيهها لهذا النوع من البرامج ومنه رضاها عليه وتقييمها تقييماً إيجابياً أكثر من الآخرين ، ليبقى شغف الطّلبة الأخرى هو ما يدفعها أكثر للتقييم الإيجابي رغم أنّ عجزها عن تحقيق التفاعل المطلوب هو ما يحوّل اهتمامها في بعض المرّات عن هذه البرامج ليعطي تقييماً سلبياً .

39- توزيع أفراد عيّنة الدّراسة حسب أسباب التّقييم الإيجابي لبرامج الواقع

النسبة(%)	التكرارات	هذا النوع من البرامج إيجابي لأنه يعمل على
20.33	111	التعريف بثقافة الآخرين
7,69	42	تنمية روح المنافسة بين المشاركين
14.29	78	التسلية والترفيه
10.44	57	الاقتراب من واقع الأشخاص وحياتهم اليومية
6.78	37	فسح المجال لمشاركة الجمهور في البرنامج(اتصال،SMS،...)
10.81	59	التقريب من الشعوب
12.09	66	الإصرار على النجاح
12.63	69	إبراز المهارات و المواهب وتنميتها
4,94	27	إشباع حاجات المشاهد
100	546	المجموع

جدول رقم (172)

من خلال هذا الجدول يبرّر أفراد العينة تقييمهم برامج الواقع بالإيجابية كونها تعرّف على ثقافة الآخرين بالدرجة الأولى و بنسبة تقدّر بـ 20.33% من مجموع الاختيارات ، كما تعمل هذه البرامج أيضا على التسلية والترفيه فأعطوا لهذا الاختيار نسبة 14.29% ، ويرجع السبب الثالث إلى أنّ هذه البرامج وسيلة لإبراز المهارات و المواهب و تمتيتها بنسبة 12.63% ، و بنسبة مقارنة لهذه الأخيرة أجاب المبحوثون على أنّها تعكس قيمة الإصرار على النجاح 12.09% ، وتابعت أسباب التقييم الإيجابي لبرامج الواقع بعد ذلك فكانت على النحو التالي : التقريب من الشعوب 10.81% ، الاقتراب من واقع الأشخاص و حياتهم اليومية 10.44% ، تنمية روح المنافسة بين المشاركين 7.69% ، فسح المجال لمشاركة الجمهور في البرنامج 6.78% ، وأخيرا إشباع حاجات المشاهد 4.94% .

و لعلّ هذه النتائج تعكس رغبة المراهق في الاطلاع على ثقافة الآخرين من أجل بناء شخصية مستقلة يمكن أن توصف بالمتقفة ، هذا إضافة إلى رغبته في الترفيه و التسلية ، وكذلك محاولة إثبات الذات من خلال إبراز المواهب و المهارات الفردية .

أ- توزيع أفراد العينة حسب أسباب التقييم الإيجابي لبرامج الواقع و طبقاً للجنس

المجموع	ذكر		أنثى		الجنس	هذا النوع من البرامج إيجابي لأنه يعمل على
	ك	(%)	ك	(%)		
20.33	111	18,75	45	21.57	66	التعريف بثقافة الآخرين
7,69	42	8,75	21	6,86	21	تنمية روح المنافسة بين المشاركين
14.29	78	15.42	37	3.41	41	التسلية والترفيه
10.44	57	11,25	27	9,80	30	الاقتراب من واقع الأشخاص وحياتهم اليومية
6.78	37	6,67	16	6,86	21	فسح المجال لمشاركة الجمهور في البرنامج (اتصال، SMS، ...)
10.81	59	8,75	21	12.42	38	التقريب من الشعوب
12.09	66	11,25	27	12.75	39	الإصرار على النجاح
12.63	69	12,08	29	13,07	40	إبراز المهارات و المواهب وتنميتها
4,94	27	7,08	17	3.27	10	إشباع حاجات المشاهد
100	546	100	240	100	306	المجموع
<p>ك² المحسوبة = 7.79 بدرجة حرية 8 .</p> <p>ك² الجدولية - 26.12 بدرجة ثقة 99 % .</p> <p>النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و أسباب التقييم الإيجابي لبرامج الواقع .</p>						

جدول رقم (173)

يميل كل من الذكور و الإناث إلى أن برامج الواقع تعمل على التعريف بثقافة الآخرين مع أن الإناث ترجحن ذلك أكثر بنسبة 21.57% مقابل 18.75% للذكور ، وقد يرجع هذا التباين إلى الفرص المتاحة للذكور في الإطلاع الواسع على توسيع ثقافتهم بحكم نشاطهم الخارجية عكس الإناث ، كما يتفق الاثنان على أن هذه البرامج هي وسيلة للترفيه و التسلية بالدرجة الثانية و وسيلة أيضا لإبراز المهارات و المواهب ، كما تحوي البرامج أيضا على قيم عديدة كالإصرار على النجاح ، و التقريب بين الشعوب و تنمية روح المنافسة بين المشاركين وكذا فهي تفسح المجال لمشاركة الجمهور ، أما أن تكون سبيلا لإشباع حاجات المشاهد فقد اتفق كل من الجنسين على اعتباره آخر ما يمكن أن توفره هذه البرامج .

ب- توزيع أفراد العينة حسب أسباب التقييم الإيجابي لبرامج الواقع و طبقاً لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	
20.33	111	20,06	63	20.69	48	هذا النوع من البرامج إيجابي لأنه يعمل على التعريف بثقافة الآخرين
7,69	42	8.6	27	6.47	15	تنمية روح المنافسة بين المشاركين
14.29	78	14,33	45	14,22	33	التسلية والترفيه
10.44	57	11.15	35	9,48	22	الاقتراب من واقع الأشخاص وحياتهم اليومية
6.78	37	6.37	20	7.33	17	فسح المجال لمشاركة الجمهور في البرنامج (اتصال، SMS،...)
10.81	59	12,42	39	8,62	20	التقريب من الشعوب
12.09	66	9.56	30	15.52	36	الإصرار على التّحاج
12.63	69	13,69	43	11.21	26	إبراز المهارات و المواهب وتنميتها
4,94	27	3,82	12	6.46	15	إشباع حاجات المشاهد
100	546	100	314	100	232	المجموع
ك ² المحسوبة - 9.59 بدرجة حرية 8.						
ك ² الجدولية - 26.12 بدرجة ثقة 99 %.						
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و أسباب التقييم الإيجابي لبرامج الواقع .						

جدول رقم (174)

جاءت أسباب التقييم الإيجابي لبرامج الواقع بدلالة مكان السكن متقاربة في بدايتها بين إجابات كل فئة ، فقد اختار سكان الريف و المدينة إجابة التعريف بثقافة الآخرين كأول اختيار (20.69% ، 20.06%) ، و اختلفت بعد ذلك الاختيارات حيث رجح سكان الريف قيمة الإصرار على التّحاج مقابل اعتبار البرامج وسيلة للترفيه و التسلية (15.52% ، 14.22%) ، في حين اختارت إجابات سكان المدينة احتمال التسلية و الترفيه في المركز الثاني بنسبة 14.33% ، قبل أن تجيء نسبة إبراز المهارات و المواهب وتنميتها في المركز الثالث بـ 13.69% ، و تباينت النتائج بعد ذلك لتوزع على باقي الاختيارات ولكنها أجمعت في الأخير على أن إشباع حاجات المشاهد هي آخر ما يمكن أن تحقّقه هذه البرامج ، حيث كانت نسب هذا الاحتمال 6.46% لسكان الريف و 3.82% لسكان المدينة .

ج- توزيع أفراد العينة حسب أسباب التقييم الإيجابي لبرامج الواقع و طبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	هذا النوع من البرامج إيجابي لأنه يعمل على
20.33	111	25	8	20.21	97	17.65	6	التعريف بثقافة الآخرين
7.69	42	6.25	2	7.71	37	8.83	3	تنمية روح المنافسة بين المشاركين
14.29	78	18.75	6	14.17	68	11.76	4	التسلية والترفيه
10.44	57	12.5	4	10.21	49	11.76	4	الاقتراب من واقع الأشخاص وحياتهم اليومية
6.78	37	3.12	1	7.08	34	5.88	2	فسح المجال لمشاركة الجمهور في البرنامج (أصّال، SMS، ...)
10.81	59	6.25	2	11.25	54	8.82	3	التقريب من الشعوب
12.09	66	12.5	4	11.87	57	14.71	5	الإصرار على التّحاح
12.63	69	9.38	3	12.29	59	20.59	7	إبراز المهارات و المواهب وتنميتها
4.94	27	6.25	2	5.21	25	0	0	إشباع حاجات المشاهد
100	546	100	32	100	480	100	34	المجموع
كأ ² المحسوبة = 7.08 بدرجة حرية 16.								
كأ ² الجدولية = 39.29 بدرجة ثقة 99 %.								
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادّي و أسباب التقييم الإيجابي لبرامج الواقع .								

جدول رقم (175)

أمّا إجابة الباحثين عن إيجابيات برامج الواقع بدلالة المستوى المادّي فقد أسفرت عن :
 20.59% لإبراز المهارات و المواهب و تنميتها بالنسبة لذوي المستوى المادّي العالي ،
 و 20.21% للتعريف بثقافة الآخرين حسب متوسطي الدّخل ، أمّا ما دون ذلك فقد أجاب
 بنسبة 25% للتعريف بثقافة الآخرين ، و يمكن تفسير هذه النتائج على أن ميسوري الحال
 يتطلّعون لتنمية مواهبهم و مهاراتهم خاصّة مع توفّر الإمكانيات ممّا يدفعهم للتّركيز على البرامج
 التي تعكس هذا المفهوم ، وذلك ما لا يصدق على محدودي الدّخل .
 كما أجاب ذوو المستوى العالي بأنّ هذه البرامج تعرّف بثقافة الآخرين بنسبة 17.65% ،
 وهي - من جهة أخرى- تعكس قيمة الإصرار على التّحاح 14.71% ، وهذا مقابل اختيارات
 باقي الفئات والتي تمثّلت في ترجيح التسلية و الترفيه على باقي الإجابات (14.17% لمتوسطي

الدّخل و 18.75% لضعيفي الدّخل) ، وفيما تنعدم إجابات ذوي الدّخل العالي بخصوص إشباع حاجات المشاهد ، فإنها تأخذ قيمة لا تزيد عن 5.21% لمتوسّطي الدّخل بينما أدّى ضعف إمكانيّات ذوي الدّخل الضّعيف إلى ترتيب احتمال فسح المجال لمشاركة الجمهور في البرنامج كأخر احتمال و ذلك ما دلّت عليه نسبة 3.12% .

40- توزيع أفراد عيّنة الدّراسة حسب أسباب التّقييم السّلبّي لبرامج الواقع

التّسبة(%)	التكرارات	هذا النوع من البرامج سلبي لآته
17.68	70	لا يعبر عن ثقافتنا الإسلاميّة
9.6	38	إعطاء مفاهيم خاطئة للنّجاح واعتباره ضربة حظ
17.93	71	تشجّع على القيم السّلبيّة كالعري والاختلاط
11,11	44	تسبّب في إدمان الأفراد على المشاهدة
10.61	42	تشجّع على تقليد مظهر وسلوك المشاركين في البرنامج
8,33	33	لا تنقل الواقع أبدا رغم ما تدّعيه
12,37	49	تعمل على زرع عادات و تقاليد دخيلة
12,37	49	تحصر الاهتمام في الرّقص والغناء والتّمثيل
100	396	المجموع

جدول رقم (176)

هذا الجدول يظهر نسب الاحتمالات التي من أجلها قيّم بعض الأفراد برامج الواقع على أنّها سلبية ، فكانت أعلى نسبة 17.93% لكون هذه البرامج تشجّع على القيم السّلبيّة كالعري والاختلاط ، و جاء في المركز الثاني و بنسبة قريبة من السّابقة 17.68% أنّ هذه البرامج لا تعبر عن ثقافتنا الإسلاميّة ، ثم تساوت الإجابات من أنّها تعمل على زرع عادات و تقاليد دخيلة و أنّها تحصر الاهتمام في الرّقص و الغناء و التّمثيل بنسبة 12.37% ، كما أنّه هناك أسباب عديدة أخرى منها أنّها تسبّب في إدمان الأفراد على المشاهدة 11.11% ، و أنّها تشجّع على تقليد مظهر و سلوك المشاركين في البرنامج 10.61% ، وكذا إعطاء مفاهيم خاطئة للنّجاح و اعتباره ضربة حظ 9.6% ، وهناك سبب أخير وهو أنّ هذه البرامج لا تنقل الواقع أبدا رغم ما تدّعيه 8.33% .

أ- توزيع أفراد العينة حسب أسباب التقييم السلبي لبرامج الواقع وطبقا للجنس

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس	هذا النوع من البرامج سلبى لأنه
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
17.68	70	18.98	26	16.99	44		لا يعبر عن ثقافتنا الإسلامية
9.6	38	10.95	15	8.88	23		إعطاء مفاهيم خاطئة للنجاح واعتباره ضربة حظ
17.93	71	18.25	25	17.76	46		تشجع على القيم السلبية كالعري والاختلاط
11.11	44	10.95	15	11.2	29		تنسب في إدمان الأفراد على المشاهدة
10.61	42	8.76	12	11.58	30		تشجع على تقليد مظهر وسلوك المشاركين في البرنامج
8.33	33	10.95	15	6.95	18		لا تنقل الواقع أبدا رغم ما تدعيه
12.37	49	11.67	16	12.74	33		تعمل على زرع عادات و تقاليد دخيلة
12.37	49	9.49	13	13.9	36		تخصر الاهتمام في الرقص والغناء والتمثيل
100	396	100	137	100	259		المجموع
كافة المحسوبة - 4.5 بدرجة حرية 7.							
كافة الجدولية - 24.32 بدرجة ثقة 99%.							
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و أسباب التقييم السلبي لبرامج الواقع .							

جدول رقم (177)

تركزت إجابات الذكور و الإناث في أسباب اعتبار برامج الواقع سلبية حول الثقافة الإسلامية و القيم السلبية التي تقدمها ، حيث رجحت الإناث السبب الأول بنسبة 17.76% مقابل 16.99% للثاني ، أما الذكور فقد أعطوا 18.98% للثقافة الإسلامية مقابل 18.25% للقيم السلبية ، كما أجابت الإناث بأن البرامج تخصر الاهتمام في الرقص والغناء و التمثيل 13.9% ، وتعمل على زرع عادات و تقاليد دخيلة 12.74% ، كما تشجع على التقليد و إدمان المشاهدة و إعطاء مفاهيم خاطئة للنجاح هذا عدى عن كونها لا تنقل الواقع أبدا رغم ما تدعيه ، أما الذكور فقد ترتبت باقي إجاباتهم كالآتي : زرع عادات و تقاليد دخيلة 11.67% ، إعطاء مفاهيم خاطئة عن النجاح و إدمان المشاهدة و عدم نقلها للواقع بنسبة 10.95% ، وكذا حصر الاهتمام في الرقص و الغناء و التمثيل ، و في الأخير التشجيع على تقليد الآخرين .

ب- توزيع أفراد العينة حسب أسباب التقييم السلبي لبرامج الواقع وطبقا لمكان السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	هذا النوع من البرامج سلبي لأنه
17.68	70	16.96	39	18.67	31	لا يعبر عن ثقافتنا الإسلامية
9.6	38	10.87	25	7.83	13	إعطاء مفاهيم خاطئة للنجاح واعتباره ضربة حظ
17.93	71	16.87	39	19.28	32	تشجع على القيم السلبية كالعري والاختلاط
11,11	44	12.6	29	9.04	15	تسبب في إدمان الأفراد على المشاهدة
10.61	42	10	23	11.45	19	تشجع على تقليد مظهر وسلوك المشاركين في البرنامج
8,33	33	8,26	19	8,43	14	لا تنقل الواقع أبدا رغم ما تدعيه
12,37	49	11,30	26	13,85	23	تعمل على زرع عادات و تقاليد دخيلة
12,37	49	13,04	30	11,45	19	تخصر الاهتمام في الرقص والغناء والتمثيل
100	396	100	230	100	166	المجموع
ك ² المحسوبة - 3.38 بدرجة حرية 7.						
ك ² الجدولية - 24.32 بدرجة ثقة 99 %.						
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و أسباب التقييم السلبي لبرامج الواقع .						

جدول رقم (178)

نلاحظ من خلال الجدول أن سكان الريف والمدينة يتفقون على أن التقييم السلبي لبرامج الواقع هو راجع إلى أن هذه البرامج تشجع على القيم السلبية كالعري و الاختلاط رغم الفارق بين النسبتين (19.28% ، 16.97%) ، و السبب الثاني هو أنها لا تعبر عن ثقافتنا الإسلامية بنسبة 18.67% لسكان الريف و 16.96% لسكان المدينة ، و تختلف ترتيبات الاختيارات و النسب بعد ذلك إلا أنها تصل في الأخير إلى اعتبار عدم نقل الواقع آخر الاحتمالات التي يمكن أن يبني عليه التقييم السلبي لبرامج الواقع ، فهناك العديد من البرامج التلفزيونية التي تبعد عن الواقع إلا أنها لا تحظى بكل ذلك النقد .

ج- توزيع أفراد العينة حسب أسباب التقييم السلبي لبرامج الواقع وطبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	هذا النوع من البرامج سلبي لآفته
17.68	70	25	3	17.79	66	7,69	1	لا يعبر عن ثقافتنا الإسلامية
9.6	38	0	0	9,70	36	15,38	2	إعطاء مفاهيم خاطئة للنجاح واعتباره ضربة حظ
17.93	71	25	3	17,52	65	23.08	3	تشجّع على القيم السلبية كالعري والاختلاط
11,11	44	16,67	2	11,05	41	7,69	1	تسبّب في إدمان الأفراد على المشاهدة
10.61	42	8,33	1	10.52	39	15,38	2	تشجّع على تقليد مظهر وسلوك المشاركين في البرنامج
8,33	33	0	0	8,89	33	0	0	لا تنقل الواقع أبدا رغم ما تدّعيه
12,37	49	16,67	2	12.13	45	15.39	2	تعمل على زرع عادات و تقاليد دخيلة
12,37	49	8,33	1	12.4	46	15.39	2	تخصر الاهتمام في الرقص والغناء والتّمثيل
100	396	100	12	100	371	100	13	المجموع
كاف المحسوبة - 6.85 بدرجة حرية 14 .								
كاف الجدولية - 36.12 بدرجة ثقة 99 %.								
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادّي و أسباب التقييم السلبي لبرامج الواقع .								

جدول رقم (179)

نلاحظ في الجدول أعلاه أنّ ذوي المستوى المادّي العالي يعتبرون برامج الواقع سلبية لأنها تشجّع على القيم السلبية كالعري و الاختلاط بنسبة 23.08% ، إضافة إلى أنّها تعمل على زرع عادات وتقاليد دخيلة و تخصر الاهتمام في الرقص و الغناء و التّمثيل ، كما تشجّع على التقليد و إعطاء مفاهيم خاطئة للنجاح و اعتباره ضربة حظّ ، وقد أجاب هؤلاء أيضا ولكن بنسبة ضعيفة 7.69% بأنّ هذه البرامج لا تعبر عن ثقافتنا الإسلامية وتتسبّب في الإدمان على المشاهدة ، أمّا متوسطي الدّخل فيعتبرون هذه البرامج لا تعبر عن ثقافتنا الإسلامية بالدرجة الأولى 17.79% ، وبنسبة مقارنة فإنّها تشجّع على القيم السلبية كالعري و الاختلاط 17.52% ، لتأتي بعد ذلك باقي الأسباب و بنسب متفاوتة ؛ وتتفق اختيارات ذوي الدّخل ما دون المتوسط مع اختيارات الفئة السابقة في اعتبار السبب الرئيسي للتقييم السلبي لهذه البرامج أنّها لا تعبر عن ثقافتنا الإسلامية و أيضا هي تشجّع على القيم السلبية كالعري و الاختلاط وذلك من خلال

نسبة 25% التي أعطيت لهذه الأسباب ، إضافة إلى أنها تتسبب في إدمان المشاهدة و تعمل على زرع عادات و تقاليد دخيلة ، و في الأخير هي تحصر الاهتمام في الرقص و الغناء و التمثيل كما تشجع على التقليد .

41- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدى رغبتها في المشاركة في برامج الواقع

النسبة(%)	التكرارات	الرغبة في المشاركة في هذا البرنامج
32.92	79	نعم
67,08	161	لا
100	240	المجموع

جدول رقم (180)

في سؤال حول مدى رغبة أفراد العينة المشاركة في برامج الواقع أجابت نسبة كبيرة منها أنها لا ترغب في المشاركة ، وقد مثلت هذه النسبة ما قيمته 67.08% ، ورغم هذه القيمة المرتفعة إلا أنه هناك نسبة أخرى أجابت بأنها ترغب في المشاركة في هذا النوع من البرامج وقد قدرت بـ 32.92% .

أ- توزيع أفراد العينة حسب مدى رغبتها في المشاركة في برامج الواقع وطبقا للجنس

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	الرغبة في المشاركة في هذا البرنامج
32.92	79	36.96	34	30.41	45	نعم
67,08	161	63,04	58	69,59	103	لا
100	240	100	92	100	148	المجموع

ك² المحسوبة = 1.1 بدرجة حرية 1 .
ك² الجدولية = 10.83 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و مدى الرغبة في المشاركة في برامج الواقع .

جدول رقم (181)

من خلال توزيع بيانات الجدول السابق على الجنسين ظهر أن الإناث هم أكثر رفضاً للمشاركة في برامج الواقع من الذكور (69.59% مقابل 63.04%) ، من جهة أخرى ارتفعت نسبة الراغبين في المشاركة من الذكور عنها لدى الإناث (36.96% مقابل 30.41%).

ب- توزيع أفراد العينة حسب مدى رغبتهم في المشاركة في برامج الواقع و طبقاً لمكان السكن

مكان السكن		ريف		مدينة		المجموع	
الرغبة في المشاركة في هذا البرنامج		ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
نعم		37	38,54	42	29,17	79	32,92
لا		59	61,46	102	70,83	161	67,08
المجموع		96	100	144	100	240	100

ك² المحسوبة = 2.29 بدرجة حرية 1 .
ك² الجدولية - 10.83 بدرجة ثقة 99% .
النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و مدى الرغبة في المشاركة في برامج الواقع .

جدول رقم (182)

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن إجابات الباحثين حول مدى الرغبة في المشاركة في برامج الواقع بدلالة مكان السكن تتوزع كالاتي : 61.46% لغير الراغبين في المشاركة من سكان الريف مقابل 70.83% من سكان المدينة ، مما يدل على أن أفراد العينة لا ترغب في المشاركة بنسبة كبيرة مهما اختلف مكان سكنهم ، من جهة أخرى فإن نسبة الراغبين في المشاركة من سكان الريف هي أكبر من تلك الخاصة بسكان المدينة (38.54% و 29.17%) ، وهذا قد يفسر بالرغبة الشديدة لدى سكان الريف في خوض مثل هذه التجارب الكثيرة ، في فرصة لتجاوز حدود منطقتهم السكنية القليلة المرافق و الامتيازات مقارنة بالمدينة .

ج- توزيع أفراد العينة حسب مدى رغبتها في المشاركة في برامج الواقع و طبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	الرغبة في المشاركة في هذا البرنامج
32.92	79	33.33	4	32.41	70	41.67	5	نعم
67.08	161	66.67	8	67.59	146	58.33	7	لا
100	240	100	12	100	216	100	12	المجموع

كأ² المحسوبة - 0.44 بدرجة حرية 2.
 كأ² الجدوليّة - 13.82 بدرجة ثقة 99 % .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادّي و مدى الرّغبة في المشاركة في برامج الواقع .

جدول رقم (183)

يبين هذا الجدول توزيع إجابات المبحوثين حول مدى الرّغبة في المشاركة في برامج الواقع بدلالة المستوى المادّي ، و الواضح من خلال الأرقام الموجودة في الجدول أن نسبي متوسّطي الدّخل وما دون ذلك متقاربة على العموم فهي ترجّح عدم الرّغبة في المشاركة بنسبي 67.59% للفئة الأولى و 66.67% للفئة الثانية ، كما تشير إلى وجود نسبة أخرى ترغب في المشاركة متمثلة في 32.41% لمتوسّطي الدّخل و 33.33% لدون المتوسط ، أمّا ذوو المستوى العالي فرغم أنّ اتجاه إجاباتهم لم يختلف عنه بالنسبة للفئتين الأخرتين إلّا أنّها تبقى أقل في عدم الرّغبة في المشاركة 58.33% و أكثر في الرّغبة في المشاركة 41.67% ، ويمكن تفسير ذلك إلى أن تسوّفر الإمكانيّات المادّيّة يمكن له أن يشجّع على خوض مثل هذه التجارب .

42- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مبررات المشاركة في برامج الواقع

التكرارات	التسبة(%)	مبررات المشاركة في البرنامج	
16	20,25	تحقيق الشهرة والتجوميّة	مبررات المشاركة في البرنامج
10	12.66	حبّ استطلاع ورغبة في حوض التجربة	
15	18.99	من أجل المتعة والتسلية والترفيه	
11	13.93	لإبراز المواهب الفردية والطاقات	
6	7,59	لاستغلال المكاسب المادّية التي يوفرها البرنامج	
14	17,72	فرصة لا يجب تضييعها	
7	8,86	البرنامج نفسه مثير	
79	100	المجموع	
15	9.32	لا رغبة في تحقيق الشهرة والتجوميّة	مبررات عدم المشاركة في البرنامج
65	40,37	التمسك بالعقيدة والدين و الأخلاق والعادات	
29	18,01	موقف الأهل الرافض	
6	3.73	الافتقار للموهبة	
14	8.7	الانشغال باهتمامات أخرى(الدراسة،الرياضة،...)	
13	8,07	الخوف من مواجهة الكاميرا والأضواء والجمهور	
19	11,80	عدم الاهتمام بالبرنامج واعتباره مضيعة للوقت	
161	100	المجموع	

جدول رقم (184)

في محاولة لتفسير النتائج السابقة من خلال معرفة الأسباب التي من أجلها يرفض أو يقبل أفراد العينة المشاركة في برامج الواقع أجاب هؤلاء بعدة أسباب أمكن حصرها في ما يلي : بالنسبة لمبررات المشاركة فقد أجاب المبحوثون أنّ تحقيق التجوميّة و الشهرة هو هدفهم الأول من المشاركة في البرنامج ، وقد نال هذا الاختيار نسبة 20% من مجموع الاختيارات ، مما يعني أنّ بعض هؤلاء المراهقين يبحثون عن فرص للظهور وشدّ انتباه الآخرين إليهم ، و لعلّ التلفزيون هو أكثر الوسائل مقدرة على تحقيق ذلك ؛ كما برّر هؤلاء أيضا رغبتهم بالمشاركة و كاختيار نال المركز الثاني بنسبة قدرت بـ 18.99% أنّهم يبحثون عن المتعة و التسلية و الترفيه ، وأيضا هم

يعتبرون مثل هذه المشاركات فرصة لا يجب تضييعها وهم أكثر من يمكنه استغلال الفرص بنسبة 17.72% ، كما أعطى أفراد العينة مبررات عديدة أخرى ترتبت حسب اختيارهم كما يلي : إبراز المواهب الفردية و الطاقات 13.93% ، حب الاستطلاع و الرغبة في خوض التجربة 12.66% ، كون البرنامج نفسه مثير 8.86% ، وأخيرا لاستغلال المكاسب المادية التي يوفرها البرنامج 7.59% .

أما بالنسبة لمبررات غير الراغبين في المشاركة فقد توزعت كالآتي : جاء في المركز الأول مبرر التمسك بالعقيدة و الدين و الأخلاق و العادات بنسبة كبيرة قدرت بـ 40.37% ، تلاه موقف الأهل الرافض و الذي أجابت به 18.01% من أفراد العينة ، ثم عدم الاهتمام بالبرنامج و اعتباره مضيعة للوقت بنسبة 11.80% ، وهناك أيضا عدم الرغبة في تحقيق الشهرة و النجومية 9.32% ، الانشغال باهتمامات أخرى كالدراسة وغيرها 8.7% ، الخوف من مواجهة الكاميرا و الأضواء و الجمهور 8.07% ، و أخيرا الافتقار للموهبة و التي مثلت أقل نسبة 3.73% ؛ و الملاحظ اختلاف مبررات المشاركة لدى العينة المبحوثة ، و التي يمكن أن تفسر باختلاف مواقف و آراء و شخصيات كل فرد من هؤلاء خاصة و أنهم ينتمون إلى فئة المراهقين .

أ- توزيع أفراد العينة حسب مبررات المشاركة في برامج الواقع وطبقا للجنس
هذا الجدول يوزع مبررات المشاركة لدى أفراد العينة بدلالة الجنس ، و الظاهر من خلال البيانات أن الإناث أكثر بحثا عن الشهرة من الذكور فنسبة 20.93% التي أعطتها الإناث لهذا الاختيار تضعه في مركز أول بين بقية الاختيارات ، في حين تتساوى لدى الذكور العديد من الأسباب كمركز أول حيث أحابوا بالرغبة في تحقيق الشهرة و النجومية و كذا المتعة و التسلية و الترفيه ، و أيضا هم يعتبرونها فرصة لا يجب تضييعها ، و قد مثلت هذه الاختيارات نسبة قدرها 19.44% ، و تتوافق اختيارات الإناث على العموم مع توجهات الذكور رغم اختلاف النسب المعطاة حيث يظهر أن المتعة و التسلية و الترفيه عامل مهم لدى الإناث ، و كذا اعتبار البرنامج فرصة لا يجب تضييعها بالإضافة إلى أنها مجال لإبراز المواهب و الطاقات الفردية ، و يعتبر الجنسان في الأخير إثارة البرنامج آخر سبب يمكن أن يدفع للرغبة في المشاركة (9.30% للإناث و 8.34% للذكور).

المجموع		ذكر		أنثى		الجنس	مميزات المشاركة في البرنامج
(%)	ك	(%)		(%)	ك		
20,25	16	19,44	7	20,93	9		تحقيق الشهرة والتجوميّة
12,66	10	16,67	6	9,30	4		حبّ استطلاع ورغبة في خوض التجربة
18,99	15	19,44	7	18,61	8		من أجل المتعة والتسلية والترفيه
13,93	11	11,11	4	16,28	7		لإبراز المواهب الفردية والطّاقات
7,59	6	5,56	2	9,30	4		لاستغلال المكاسب المادّية التي يوفّرها البرنامج
17,72	14	19,44	7	16,28	7		فرصة لا يجب تضييعها
8,86	7	8,34	3	9,30	4		البرنامج نفسه مثير
100	79	100	36	100	43		المجموع
9,32	15	12,12	8	7,37	7		لا رغبة في تحقيق الشهرة والتجوميّة
40,37	65	37,88	25	42,11	40		التمسك بالعقيدة والدين والأخلاق والعادات
18,01	29	15,15	10	20	19		موقف الأهل الرّافض
3,73	6	6,06	4	2,1	2		الافتقار للمهبة
8,7	14	13,64	9	5,26	5		الانشغال باهتمامات أخرى (الدراسة، الرياضة،...)
8,07	13	4,55	3	10,53	10		الخوف من مواجهة الكاميرا والأضواء والجمهور
11,80	19	10,61	7	12,63	12		عدم الاهتمام بالبرنامج واعتباره مضيعة للوقت
100	161	100	66	100	95		المجموع
<p>ك² المحسوبة - 1.74 و 8.26 بدرجة حرية 6 .</p> <p>ك² الجدولية - 22.46 بدرجة ثقة 99 % .</p> <p>النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و مميزات المشاركة في برامج الواقع .</p>							

جدول رقم (185)

أما بالنسبة لمميزات عدم المشاركة في البرنامج فقد كانت تتفق على اعتبار التمسك بالعقيدة والدين والأخلاق والعادات كأهم سبب - حسب رأي الجنسين - (42.11% و 37.88%) ، و أيضا هناك موقف الأهل الرافض كسبب ثاني ، و ترجّح الإناث عدم الاهتمام بالبرنامج و اعتباره مضيعة للوقت وأيضا الخوف من مواجهة الكاميرا والأضواء والجمهور ، في الوقت الذي يميل فيه الذكور إلى الانشغال باهتمامات أخرى كالرياضة وغيرها ،

وهم أيضا لا يرغبون في تحقيق الشهرة و التَّجوميَّة ؛ و تختلف نسب الإجابات لدى كلِّ جنس و تختلف أيضا المواقف حيث ترى الإناث أنَّ الافتقار للموهبة هو آخر الأسباب التي تبعد عن المشاركة ، في حين يرى الذكور أنَّ آخر تلك الأسباب هو الخوف من مواجهة الكاميرا و الأضواء و الجمهور .

ب- توزيع أفراد العينة حسب ميّرات المشاركة في برامج الواقع وطبقا لمكان

السكن

المجموع		مدينة		ريف		مكان السكن	ميّرات المشاركة في البرنامج
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
20,25	16	16,67	7	24,32	9	تحقيق الشهرة و التَّجوميَّة	ميّرات المشاركة في البرنامج
12,66	10	9,52	4	16,22	6	حبّ استطلاع ورغبة في حوض التجربة	
18,99	15	21,43	9	16,22	6	من أجل المتعة و التسلية و الترفيه	
13,93	11	11,91	5	16,22	6	لإبراز المواهب الفردية و الطاقات	
7,59	6	7,14	3	8,11	3	لاستغلال المكاسب المادية التي يوفرها البرنامج	
17,72	14	23,81	10	10,81	4	فرصة لا يجب تضييعها	
8,86	7	9,52	4	8,10	3	البرنامج نفسه مثير	
100	79	100	42	100	37	المجموع	
9,32	15	11	11	6,56	4	لا رغبة في تحقيق الشهرة و التَّجوميَّة	ميّرات عدم المشاركة في البرنامج
40,37	65	36	36	47,54	29	التمسك بالعقيدة و الدين و الأخلاق و العادات	
18,01	29	15	15	22,95	14	موقف الأهل الرافض	
3,73	6	3	3	4,92	3	الافتقار للموهبة	
8,7	14	8	8	9,83	6	الانشغال باهتمامات أخرى (الدراسة، الرياضة،...)	
8,07	13	10	10	4,92	3	الخوف من مواجهة الكاميرا و الأضواء و الجمهور	
11,80	19	17	17	3,28	2	عدم الاهتمام بالبرنامج و اعتباره مضيعة للوقت	
100	161	100	100	100	61	المجموع	
<p>ك² المحسوبة - 3.75 و 11.16 بدرجة حرية 6 .</p> <p>ك² الجدولية = 22.46 بدرجة ثقة 99 %.</p> <p>النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و ميّرات المشاركة في برامج الواقع .</p>							

جدول رقم (186)

يلاحظ من خلال هذا الجدول أنّ سكّان الرّيف يرغبون في المشاركة في برامج الواقع من أجل تحقيق الشّهرة و التّحوميّة 24.32% ، و أيضا هم ميّالون للمتعة و التّرفيه و كذا حب الاستطلاع و الرّغبة في إبراز المواهب كلّ هذا بنسبة 16.22% لكلّ احتمال ، أمّا سكّان المدينة فهم يعتبرون البرنامج فرصة لا يجب تضييعها 23.81% ، و وسيلة للمتعة و التّرفيه و لتحقيق الشّهرة و التّحوميّة (21.43% ، 16.67%) ، و فيما يبرّر - أخيرا - سكّان الرّيف رغبتهم في مشاركتهم بإثارة البرنامج نفسه 8.1% ، يبرّر سكّان المدينة ذلك باستغلال المكاسب الماديّة التي يوفّرها البرنامج 7.14% ؛ من جهة أخرى يظهر أنّ مبرّرات الفئة الغير راغبة في المشاركة قد توزّعت بدلالة مكان السّكن فكانت كالآتي :

التّمسك بالعقيدة و الدّين و الأخلاق و العادات بنسبة أكبر للرّيفيين ممثلة في 47.54% مقابل 36% لسكان المدينة ؛ موقف الأهل الرّافض لمشاركة أهل الرّيف بنسبة 22.95% مقابل 17% لعدم الاهتمام بالبرنامج و اعتباره مضيعة للوقت وهذا حسب إجابات أهل المدينة ، انشغال أهل الرّيف باهتمامات أخرى بنسبة 9.83% أمام موقف الأهل الرّافض بالنسبة لسكّان المدينة 15% .

و رغم اختلاف نتائج الجدول على العموم بالنسبة لكلّ من سكّان الرّيف و المدينة - و التي يمكن أن تفسّر باختلاف طبائع كلّ مجتمع - إلاّ أنّها تتفق في الأخير على اعتبار الافتقار للموهبة آخر مبرّرات رفض المشاركة في برامج الواقع .

ج- توزيع أفراد العينة حسب مبررات المشاركة في برامج الواقع و طبقا للمستوى المادّي

المجموع		دون المتوسط		متوسط		عالي		المستوى المادّي	مبررات المشاركة في البرنامج
(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)	ك		
20,25	16	12,5	1	20,59	14	33,33	1	تحقيق الشهرة والتجوميّة	مبررات المشاركة في البرنامج
12,66	10	12,5	1	10,29	7	66,67	2	حبّ استطلاع ورغبة في حوض التجربة	
18,99	15	25	2	19,12	13	0	0	من أجل المتعة والتسلية والترفيه	
13,93	11	12,5	1	14,71	10	0	0	لإبراز المواهب الفردية والطّاقات	
7,59	6	0	0	8,82	6	0	0	لاستغلال المكاسب المادّية التي يوفرها البرنامج	
17,72	14	37,5	3	16,18	11	0	0	فرصة لا يجب تضييعها	
8,86	7	0	0	10,29	7	0	0	البرنامج نفسه مثير	مبررات عدم المشاركة في البرنامج
100	79	100	8	100	68	100	3	المجموع	
9,32	15	15,79	3	7,35	10	33,33	2	لا رغبة في تحقيق الشهرة والتجوميّة	
40,37	65	10,53	2	44,85	61	33,33	2	التمسك بالعقيدة والدين والأخلاق والعادات	
18,01	29	47,37	9	14,71	20	0	0	موقف الأهل الرافض	
3,73	6	0	0	4,42	6	0	0	الافتقار للموهبة	
8,7	14	5,26	1	8,82	12	16,67	1	الانشغال باهتمامات أخرى (الدراسة، الرياضة، ...)	
8,07	13	0	0	8,82	12	16,67	1	الخوف من مراجعة الكلميرا والأضواء والجمهور	
11,80	19	21,05	4	11,03	15	0	0	عدم الاهتمام بالبرنامج واعتباره مضيق للوقت	
100	161	100	19	100	136	100	6	المجموع	

كآء المحسوبة = 13.38 و 27.2 بدرجة حرية 12 .
 كآء الجدولية = 21.03 بدرجة ثقة 95 % .
 النتيجة : لا دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادّي و مبررات المشاركة في برامج الواقع .
 هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى المادّي و مبررات عدم المشاركة في برامج الواقع .

جدول رقم (187)

في محاولة لمعرفة توزيع إجابات الباحثين حول مبررات الرغبة في المشاركة في برامج الواقع من عدمها ، وذلك بدلالة متغير المستوى المادّي تبين أنّ دور المستوى المادّي العالي يحدّد أسباب رغبتهم في المشاركة في سببين فقط ، الأوّل حبّ الاستطلاع و الرغبة في حوض التجربة بنسبة 66.67% ، و الثّاني تحقيق الشهرة و التجوميّة بنسبة 33.33% ، في حين تتعدّد مبررات كبر

من ذوى المستوى المادّي المتوسّط و ما دونه ، حيث أجاب متوسّطو الدّخل بأنّهم يرغبون في تحقيق الشّهرة و التّجوميّة بنسبة 20.59% ، وأيضا هم يعتبرون البرنامج وسيلة للتّرفيه و التّسلية بنسبة 19.12% ، وهو يمثّل أيضا فرصة لا يجب تضييعها 16.18% ، أمّا استغلال المكاسب الماديّة فهي آخر ما يُرجع إليه هؤلاء رغبتهم في المشاركة في البرنامج ؛ بينما ترجع أسباب رغبة المشاركة لدى ذوى المستوى المادّي الضّعيف إلى اعتبار البرنامج فرصة بالدّرجة الأولى و هذا ما تؤكّده نسبة 37.5% ، قبل حتى المتعة و التّرفيه التي حازت على نسبة قدرها 25% ، أمّا كلّ من تحقيق الشّهرة و حبّ الاستطلاع و إبراز المواهب فقد جاءت في المركز الأخير بـ 12.5% .

من جهة أخرى تبرز هذه الفئات عدم رغبتها المشاركة في البرنامج بإعطاء 33.33% للرغبة في التّجوميّة و الشّهرة وكذا التمسك بالعقيدة و الدّين و الأخلاق و العادات بالنسبة لذوى المستوى المادّي العالي ، و 44.85% للتمسك بالعقيدة و الدّين ... و 14.71% لرفض الأهل بالنسبة لمتوسّطي الدّخل ، و 47.37% لرفض الأهل و 21.05% لعدم الاهتمام بالبرنامج و اعتباره مضیعة للوقت بالنسبة لما دون المتوسّط .

ومع إلغاء بعض الاحتمالات لذا فتبيّ المستوى المادّي و ما دون المتوسّط تتفق هاتين الفئتين على أنّ الانشغال باهتمامات أخرى كاللّراسة و غيرها يبقى آخر سبب من أجله جاء رفض المشاركة في البرنامج ، في حين كان الافتقار للموهبة هو السّبب الأقل ترجيحاً من طرف متوسّطي الدّخل. وتشير قيمة كاسم² المحسوبة إلى أنّه هناك دلالة لوجود علاقة بين متغيّر المستوى المادّي و مبررات عدم الرّغبة في المشاركة في برامج الواقع ، حيث بلغت القيمة المحسوبة 27.2 وهي قيمة أكبر من القيمة الجدوليّة المقدّرة بـ 21.03 بدرجة ثقة 95% ، ممّا يعنى وجود هذه الدّلالة الإحصائيّة. وبحساب معامل التّوافق ق من كاسم² نجد أنّ قيمته المقدّرة بـ 0.37 تدلّ على وجود توافق ضعيف جدّاً بين الظّاهرتين ، بمعنى أنّهما يختلفان معا أو أنّ هناك فروقا بينهما .

ثالثا : نتائج الدراسة الميدانية

توصّلت الدراسة الميدانية لهذا البحث إلى عدّة نتائج هي :

-يفضل أفراد العينة من المراهقين المتمدربين مشاهدة التلفزيون بالدرجة الأولى ، كما أنّهم يختارون الانترنت كوسيلة مفضّلة أيضا ولكن في مرتبة بعد التلفزيون ، وهذا قبل أن تجيء باقي الوسائل الإعلامية الأخرى (جريدة ، راديو ، مجلات و مطبوعات) .

- تفضّل الإناث التلفزيون على باقي الوسائل الإعلامية على اعتبار أنّهنّ ماكنّات بالبيت ، وهذا عكس الذكور الذين يمكنهم التردّد على مقاهي الانترنت ، واستغلال هذه الوسيلة أكثر من التلفزيون .

-لا يختلف تلاميذ الريف والمدينة في ترتيب الوسائل الإعلامية المستخدمة حسب الأفضلية، فقد احتلّ التلفزيون المرتبة الأولى لدى الفئتين ، كما احتلّت الانترنت المرتبة الثانية و جاءت الجريدة كالثالث اختيار ، وعلى الرّغم من أنّ المجلات و المطبوعات قد جاءت في المركز الأخير إلاّ أنّ نسبة اختيارها تتقارب مع باقي النتائج لكلا المنطقتين .

- لم يتغيّر اختيار أفراد العينة بخصوص تفضيلها للوسائل الإعلامية بدلالة المستوى المادّي ، حيث أكّدت النتائج المتحصّل عليها أنّ التلفزيون لا يزال يحظى بشعبية كبيرة على الرّغم من ظهور وسائل أخرى بعده ، كالانترنت و التي تحتلّ أمام هذا العملاق المركز الثاني .

- اختلفت مبررات عينة البحث حول أسباب تفضيل بعض الوسائل الإعلامية دون الأخرى ، فكان التقييم مبني على أساس حداثة الوسيلة بالدرجة الأولى ، و تنوّع ما يقدّم من برامج و مضمون ، كذلك و جهت الاهتمامات الخاصة اختيار الأفراد فكان ميلهم لسماع الأغاني مثلا سببا في تفضيل الرّاديو ... ، وهناك أيضا مبرر توفير المعلومات و سعة انتشار الوسيلة الإعلامية حيث أنّ وسائل الإعلام غير متكافئة الفرص ، فإذا كان التلفزيون متوفّرا في كلّ بيت فإنّ الانترنت قليلة الانتشار ، كما أنّ الجرائد لا تزال عاجزة عن الوصول إلى بعض المناطق ، إضافة إلى ذلك هناك مبررات عديدة منها : التثقيف ، التسلية ، وسيلة للتواصل مع الآخرين ، استغلال الوسيلة من أجل الدراسة .

- تهتمّ الإناث بالوسائل التي تناسب و متطلّباتهم الخاصة ، فبحكم مكوثهنّ - أطول وقت - بالبيت فهنّ ميّلات للتلفزيون أكثر و كلّ وسيلة توفّر لهنّ التنوّع و الشّمولية في المضامين ،

كما أنّ جبهنّ لسماع الأغاني و المطالعة في بعض المرّات هو ما يدفعهن لاستغلال بعض الوسائل الإعلامية ، أمّا الذكور فيستهويهم ما هو جديد ، و تسترعي اهتمامهم الوسائل التي تزيد من تواصلهم مع الآخرين لذلك فهم يتوجّهون للانترنت أكثر .

- هناك دلالة لوجود علاقة بين متغيّر مكان السّكن و ميّز اختيار الوسيلة الإعلامية لدى أفراد العيّنة ، حيث يهتمّ سكّان الرّيف بالعادات الخاصّة و البحث عن الوسيلة الأكثر حداثة نظرا لافتقار بعض المناطق الرّيفيّة لمتطلّبات عديدة ، في حين يطلب سكان المدينة إضافة إلى الحدّثة التّنوّع و الشّموليّة في المضامين المقدّمة .

- إنّ توفّر الوسيلة وسعة انتشارها هو ميّز التّفصيل لدى ذوي المستوى المادّي العالي ، في حين كان ميّز المستوى المتوسّط هو التّنوّع و الشّموليّة وكذا حداثة الوسيلة الإعلامية ، في حين برّر ذوو المستوى الضّعيف تفضيلاتهم بميّرات عديدة لا ترجّح إحداها على الأخرى .

- أغلب الأسر الجزائريّة صارت تملك على الأقلّ جهازا تلفزيون في المنزل الواحد ممّا يؤكّد المكانة التي صارت تحتلّها هذه الوسيلة داخل الأسرة .

- تبيّن من خلال الدّراسة الميدانيّة أنّ المستوى المادّي للأسرة يمكن له أن يتحكّم في عدد أجهزة التلفزيون الموجودة في المنزل ، فإذا كان ذوو المستوى المادّي العالي يمتلكون حتى أربعة أجهزة فإنّ ضعيفي الدّخل مهما تعدّدت لديهم التلفزيونات فإنّها لن تتجاوز ثلاثة أجهزة .

- دلّت بيانات الباحثين على مدى انتشار التلفزيونات المزوّدة بنظام استقبال رقمي و فردي ، و يرجع ذلك إلى انخفاض تكلفة أجهزة الاستقبال التّلفزيونيّة ، ممّا يساعد على التقاط الكثير من القنوات الفضائيّة التّفاعليّة التي تربط بين الجمهور و الوسيلة ، إضافة إلى تحسين الخدمة التّلفزيونيّة المقدّمة و المتمثّلة أساسا في وضوح الصّورة والصّوت... إلخ...

- يقبل على مشاهدة برامج التلفزيون حوالي 233 تلميذا و تلميذة من المجموع الكلّي وهي نسبة كبيرة تتفق مع نتائج العديد من الدّراسات الميدانيّة التي أجريت في العديد من الدّول العربيّة منها الجزائر ، و تختلف درجات مشاهدة التّلاميذ للتلفزيون (دائما ، غالبا ، أحيانا ، نادرا) ، ولكن يبقى الاتّفاق على سعة انتشار عادة مشاهدة التلفزيون بين التّلاميذ و مكانته المهمّة في حياتهم ، حتى صار بالإمكان القول أنّ مشاهدة التلفزيون أصبحت ظاهرة اتّصاليّة شائعة بينهم .

- هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و درجات مشاهدة التلفزيون ، حيث أن الإناث هم أكثر مشاهدة من الذكور ، مما يفسر بأن الذكور يهتمون بأنشطة أخرى خارجية على حساب مشاهدة التلفزيون ، كلقاء الأصدقاء ، و الذهاب إلى مقاهي الانترنت أو السينما و غير ذلك .
- هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير مكان السكن و درجة مشاهدة التلفزيون ، حيث أن سكان المدينة دائمو المشاهدة أكثر من سكان الريف ، و هذا أدى إلى انعدام احتمال عدم المشاهدة المطلقة لدى سكان المدينة مقابل نسبة ضئيلة لسكان الريف ، فيما تفاوتت التقديرات الوسطية و التي مالت في أغلبها باتجاه كثافة المشاهدة .
- لم تتأثر درجات مشاهدة التلفزيون بالمستوى المادي للأفراد حيث تظل المشاهدة تحتفظ باتجاهها الإيجابي ، على الرغم من أننا نجد أصحاب المستوى المادي العالي هم دائمو المشاهدة بنسبة أكبر ، أما متوسطو الدخل و ما دونه فالدرجة الغالبة لديهم هي المشاهدة أحيانا .
- في محاولة لمعرفة العلاقة بين متغير المستوى الدراسي و درجات المشاهدة تبين أن تلاميذ السنة الأولى و الثالثة يشاهدون التلفزيون أحيانا ، أما تلاميذ السنة الثانية فيشاهدونه دائما بنسبة عالية ، ويمكن تفسير هذه النتائج على حسب متطلبات كل سنة دراسية فالأولى تعني مرحلة انتقالية جديدة كانت من المتوسط إلى الثانوي ، و الثالثة تعني مرحلة حساسة (شهادة البكالوريا) مما يتطلب اهتماما أكبر بالدراسة على حساب مشاهدة التلفزيون ، أما السنة الثانية فهي تعني الاستقرار مما يسمح بمشاهدة دائمة للتلفزيون ، ومع أن العينة لم تعطي نسبة معتبرة لعدم المشاهدة إلا أنه يمكن القول بدلالة لوجود علاقة بين متغير المستوى الدراسي و درجة المشاهدة ، وهذا ما كشف عنه اختيار معامل الارتباط كا² .
- بينت الإجابات المتحصّل عليها أن مشاهدة التلفزيون هي عادة يومية عند تلاميذ الثانويات ، حيث ظهر أن أفراد العينة يشاهدون البرامج كل أيام الأسبوع ، مع أن كثافة المشاهدة تعرف درجتها العليا نهاية الأسبوع (الخميس و الجمعة) حيث عرف هذان اليومان نسبا عالية ، كما تعرف كثافة المشاهدة درجة متوسطة يوم الاثنين على أساس أن المؤسسات التربوية تتفق في أغلبها على اتخاذ مساء يوم الاثنين عطلة مدرسية ، أما باقي أيام الأسبوع فهي تعرف كثافة مشاهدة دنيا على اعتبار أنها أيام دراسة متواصلة .

- اتفق كل من الإناث و الذكور على أنّ نهاية الأسبوع (الخميس و الجمعة) هي أكثر كثافة مشاهدة بين باقي الأيام ، و أنّ يوم الاثنين يعرف كثافة متوسطة إضافة ليوم السبت لدى الذكور ، في حين تبقى الأيام المتبقية تعرف درجة كثافة دنيا لمشاهدة التلفزيون .
- لم يؤثر مكان السكن (ريف ، مدينة) على كثافة المشاهدة ، حيث بقيت عالية نهاية الأسبوع في كلتا المنطقتين ، و متوسطة وسط الأسبوع و دنيا في باقي أيام الأسبوع ، وهذا رغم أنّ نسبة معتبرة من المبحوثين تؤكد على أنّ مشاهدة التلفزيون هي عادة يومية .
- أجاب أفراد البحث عن أسباب اختيار أيام المشاهدة فكانت النسبة العالية لكون الأيام المختارة هي أيام عطل مدرسية ، كما بررت العينة اختيارها أيضا بأنه في هذه الأيام تعرض برامج مفيدة ، و في المركز الثالث جاء مبرر تواجد البرامج الترفيهية ، أمّا في المركز الرابع فقد كان مبرر عرض الأفلام و المسلسلات ، و أخيرا جاء سبب أنّها أيام تقدّم فيها برامج مثيرة .
- تبرّر الإناث تحديد أيام المشاهدة بكونها أيام عطل ، في حين يبرّر الذكور اختيارهم بعرض البرامج الترفيهية كسبب رئيسي .
- يميل سكان الريف إلى البرامج المفيدة كسبب رئيسي في تحديد كثافة المشاهدة ، في حين يبرّر سكان المدينة أيام المشاهدة بكونها أيام عطل .
- إنّ أكثر الفترات استغلالا من طرف أفراد العينة لمشاهدة التلفزيون هي الفترة المسائية و فترة السهرة ، خاصة أيام الدراسة ، أمّا المشاهدة الصباحية و ما بعد الهزيع فلا تكون في الغالب إلا أيام العطل .
- هناك دلالة لوجود علاقة بين متغير الجنس و فترات المشاهدة أكدها اختبار كا²، فالإناث تفضّلن مشاهدة التلفزيون مساء ، في حين يفضّل الذكور المشاهدة الليلية و التي قد تستمر أحيانا إلى ما بعد الهزيع ، أمّا المشاهدة الصباحية فهي ضعيفة لكلا الجنسين خاصة في أيام الدراسة .
- تزداد كثافة مشاهدة أفراد العينة على اختلاف البيئة (ريف ، مدينة) لبرامج التلفزيون في الفترة المسائية و الفترة الليلية (السهرة) حيث تجتمع كلّ العائلة ، و تقلّ في الفترة الصباحية نتيجة الانشغالات اليومية المعتادة ، كما ترتفع نسبة المشاهدة الليلية .
- يقدر متوسط الحجم الساعي للمشاهدة اليومية لأفراد العينة بـ 3 ساء و 36د ، كما ترتفع نسب الحجم المقدر بساعتين و ثلاث ساعات و أربع ساعات و أكثر من ست ساعات وذلك على حساب الساعة و الأقل من ساعة و الخمس ساعات و الست ساعات .

- بلغ متوسط حجم مشاهدة الإناث اليومية للتلفزيون بـ 3 ساعات و 43 دقيقة ، كما بلغ متوسط حجم مشاهدة الذكور 3 ساعات و 26 دقيقة .
- بحساب الوسط الحسابي اتضح أن الحجم الساعي للمشاهدة اليومية لأفراد العينة من سكان المدينة هو أكبر من الحجم الساعي للمشاهدة اليومية لأفراد العينة من سكان الريف ، حيث كانت قيمة الأول 3 ساعات و 53 دقيقة و كانت قيمة الثاني 3 ساعات و 11 دقيقة .
- تبين من خلال هذه الدراسة أن العينة تعتبر الوظيفة الأساسية للتلفزيون هي الترفيه ثم التثقيف ، قبل أن تكون وظيفته الإخبار والإعلان ، ومن خلال هذه النتائج يظهر ميل أفراد العينة الواضح لعنصر الترفيه التلفزيوني .
- اتفق كلا الجنسين (إناث ، ذكور) على أن وظيفة التلفزيون هي الترفيه بالدرجة الأولى ثم التثقيف قبل أن تأتي باقي الوظائف .
- اتفق أفراد العينة بدلالة مكان السكن و كذا المستوى المادي على أن وظيفة التلفزيون هي الترفيه ثم التثقيف بعدها الإخبار وأخيرا الإعلان .
- أظهرت هذه الدراسة أن أكثر القنوات تفضيلا من قبل أفراد العينة هي القنوات الدينية ثم تليها شبكة mbc بقنواتها المختلفة ، ويمكن تفسير هذه النتائج إلى ميل المراهقين لالتخاذ مظهر التدين كأحد أساسيات بناء الشخصية التي تتميز به هذه المرحلة ؛ كما جاءت في المرتبة الثالثة قنوات الجزيرة ، قبل أن تتوزع نسبة المشاهدة على مجموعة من القنوات العربية و الأجنبية و قنوات دبي و روتانا وقنوات الأطفال وغيرها ، و الملاحظ أن القنوات الإخبارية المختلفة عدا الجزيرة الإخبارية وكذا قنوات art قد حصلنا على أضعف النسب ، وقد يفسر هذا بعدم اهتمام أفراد العينة بالأخبار أو اقتصرهم على الجزيرة كمصدر للأخبار ، إضافة إلى تشفير قنوات art مما حدّ من إمكانية التقاط برامجها دون اشتراك .
- دلّت اختبارات معامل الارتباط كا² على احتمال وجود علاقة بين متغير الجنس و اختيار القنوات الأكثر مشاهدة ، كما أنه هناك دلالة لوجود علاقة أيضا بين متغير مكان السكن و اختيار القنوات الأكثر مشاهدة .
- يرجع سبب تفضيل أفراد العينة لبعض القنوات دون الأخرى إلى أنها تطرح مواضيع مهمة ، إلى جانب وضوح اللغة المستخدمة ، أما السبب الثالث فيعود إلى طريقة تقديم البرامج التلفزيونية،

كذلك نجد أن أفراد العينة يجعلون الدافع لتفضيلهم مصداقية هذه القنوات واحترامها للتوقيت ، في حين جاء الديكور كآخر سبب يتم على أساسه اختيار القنوات الفضائية .

- يرجح كل من الذكور و الإناث طرح المواضيع المهمة كأهم سبب لتفضيل بعض القنوات ، مهما اختلف ترتيبهم لباقي الأسباب بعد ذلك .

- تبين من خلال البحث أن أفراد العينة يفضلون متابعة القنوات الفضائية من أجل برامج معينة وهي الأكثر مشاهدة ، و قد حظيت الأفلام والمسلسلات بالتصنيف الأكبر وبالمرتبة الأولى بين مختلف البرامج ، وهذا ما أكدته إجابات بعض الباحثين خلال المقابلة فهم يفضلون هذا النوع من البرامج لأنهم يجدون فيه نوعا من الراحة من خلال معالجة كثير من القضايا الاجتماعية ، و يلي هذا الاختيار البرامج الرياضية كمرتبة ثانية ثم البرامج الدينية ، ثم البرامج العلمية والثقافية فالمنوعات الغنائية ثم برامج الألعاب ، بعدها البرامج السياسية وأخيرا البرامج الاقتصادية .

- تتحكم طبيعة الإناث و الذكور في تفضيلهم لبرامج دون أخرى ، فالإناث - حسب هذه الدراسة - يفضلن الأفلام والمسلسلات ، ثم البرامج الدينية ، و البرامج العلمية والثقافية ، في حين يهتم الذكور أولا بالبرامج الرياضية ثم الأفلام والمسلسلات وكذا البرامج الدينية ، كما تبين أيضا من خلال البحث أن الذكور أكثر اهتماما من الإناث بالبرامج السياسية ، على الرغم من أن الجنسين يتفقان على أن البرامج الاقتصادية هي آخر البرامج جذبا لاهتمامهم .

- إن اختلاف البيئات قد يؤثر على نوعية البرامج المفضلة ، فقد تبين من خلال هذه الدراسة أن أفراد العينة من سكان الريف يفضلون البرامج الدينية بالدرجة الأولى ، مقابل تفضيل سكان المدينة للأفلام والمسلسلات ، كما يفضل سكان الريف الأفلام والمسلسلات و كذا البرامج الرياضية بنسب متساوية ، مقابل توجه سكان المدينة للبرامج الرياضية ثم البرامج العلمية والثقافية ؛ والظاهر أيضا أن سكان الريف يفضلون برامج الألعاب أكثر من سكان المدينة ، و في المقابل يميل سكان المدينة للمنوعات الغنائية أكثر من الفئة الأخرى ، ورغم الاختلافات بين اختيارات الفئتين إلا أنهما تتفقان في الأخير على أن البرامج الاقتصادية هي الأقل تفضيلا بين مختلف البرامج .

- يميل أفراد العينة من المراهقين إلى برامج الخيال (أفلام و مسلسلات ، بعض برامج الأطفال ، ...) أكثر من ميلهم للبرامج الواقعية (سياسة ، اقتصاد ، ...) .

- تفضّل الإناث برامج الخيال أكثر من البرامج الواقعية ، وذلك عكس الذكور الذين يفضلون البرامج الواقعية أكثر من برامج الخيال ، وقد تأكد وجود دلالة للعلاقة بين متغير الجنس و نوعية البرامج المفضّلة من خلال حساب معامل الارتباط كا² .
- تلاميذ الرّيف يفضلون البرامج الخياليّة و البرامج الواقعيّة بنفس الدّرجة ، في حين يفضّل سكان المدينة البرامج الخياليّة على حساب البرامج الواقعيّة .
- يفسّر أفراد العينة اختيارهم لنوع من البرامج دون الآخر بعدّة تبريرات منها : بحثهم بالدّرجة الأولى على التّرفيه و التّسلية ، التّثقيف و الاستفادة ، الهروب من الواقع إلى الخيال ، الاهتمام بالمستجدّات و تطوّرات المجتمع ، بعض الطّبائع الخاصّة بالأفراد ، الاهتمام بالمصدقيّة و العفويّة ، كون الواقع صعب و مؤلم ، البحث عمّا هو مثير ، و أخيرا البحث عن الخبرة .
- برّرت الإناث تفضيل البرامج الخياليّة لكونهن يبحثن عن التّرفيه و التّسلية ، و بأنهنّ يرغبن في الهروب من الواقع ، أمّا الذّكور فقد برّروا تفضيلهم للبرامج الواقعيّة بالبحث عن التّرفيه و التّسلية ، و برغبتهم في التّثقيف و الاستفادة ، كما تفضّل الإناث البرامج الواقعيّة لكونهن جزءا من الواقع و يجب تتبّع أخباره و تطوّرات الأحداث فيه ، و أيضا بسبب المصدقيّة و العفويّة و طلب التّثقيف و الاستفادة ، وبالتّسبة للذّكور فقد برّروا توجّههم للبرامج الخياليّة أحيانا ببحثهم عن الإثارة و ببعض الطّبائع الخاصّة بهم كحبّ مشاهدة الأفلام و غير ذلك .
- اعتبر أفراد العينة أنّ برامج البثّ المباشر هي البرامج الأكثر نقلا للواقع بنسبة كبيرة ، أمّا الأشرطة الوثائقيّة فهي قريبة من الواقع ، في حين جاءت الأفلام التّسجيليّة في المرتبة الأخيرة على سلّم الواقعيّة .
- اتّفق الإناث و الذّكور على ترتيب البرامج على سلّم الواقعيّة ، حيث جاء البثّ المباشر أوّلا ثمّ الأشرطة الوثائقيّة ثانيا ، و أخيرا الأفلام التّسجيليّة .
- اعتبر ذوو المستوى المادّي العالي البثّ المباشر و الأشرطة الوثائقيّة هما فقط من ينقلان الواقع ، وهذا يعني أنّ هذه الفئة لم تفهم مصطلح الفيلم التّسجيلي ، أمّا متوسّطو الدّخل فقد رجّحوا البثّ المباشر بنسبة عالية ، ثمّ الأشرطة الوثائقيّة و أخيرا الأفلام التّسجيليّة ، و أجاب ذوو الدّخل الضّعيف بنسبة متساوية لكلّ من البثّ المباشر و الأشرطة الوثائقيّة وبنسبة أقلّ منها للأفلام التّسجيليّة .

- لم يستطع نصف من أفراد العينة إعطاء تعريف لتلفزيون الواقع ، في حين أعطى نصف آخر مجموعة تعريفات كانت كالاتي :
- * نقل الواقع والحقيقة دون ديكور أو تزييف .
 - * النقل المباشر والآني للأحداث .
 - * كل ما هو بعيد عن الخيال .
 - * نقل واقع ويوميّات شخص أو مجموعة من الأشخاص بتفاصيلها .
 - * وجه جديد للتلفزيون .
 - * وسيلة للشهرة والتجوميّة .
 - * تجربة مفيدة ومسليّة ومرفهة عن النفس .
 - * نوع من البرامج لا معنى له ، لا يراعي الأخلاق والدين ويعمل على زرع تقاليد غربيّة .
 - * لا وجود لتلفزيون الواقع .
- يميل الجنسان إلى تعريف تلفزيون الواقع تعريفا تقيميّا ، حيث أظهرت النتائج قيما عالية للتعريف القائل بأنّ : " تلفزيون الواقع هو نوع من البرامج لا معنى له ، لا يراعي الأخلاق والدين ويعمل على زرع تقاليد غربيّة " .
- هناك دلالة لوجود علاقة بين متغيّر مكان السكّن و تعريف تلفزيون الواقع ، حيث تبين أنّ سكّان الرّيف يركّزون على التعريف التّقيمي ، في حين يعرف سكّان المدينة تلفزيون الواقع انطلاقا من فهمهم العام للمصطلح.
- يشاهد أفراد العينة بكثافة برنامج ستار أكاديمي اللّبنانيّة التي احتلت المرتبة الأولى ، أمّا البرنامج الثاني الذي حاز على أعلى نسبة مشاهدة بعد ستار أكاديمي فهو برنامج ستار أكاديمي مغربية ، كما جاء في المرتبة الثالثة برنامج عيش براري ثم برنامج **loft story** الفرنسي و كذلك على الهوى سوى ، و أخيرا ناس الواحة و شاعر المليون ؛ و الملاحظ على هذه التّائج أنّها مرتبطة أساسا بشهرة هذه البرامج ، حيث تأخذ هذه الأسماء نفس تسلسل اختياراتها إذا ما رتبت حسب شهرتها في مجتمعنا .
- تبين من خلال التّائج أنّ أفراد العينة توجّهوا إلى فردية مشاهدة التلفزيونيّة بنسبة عالية مقارنة بمشاهدة التلفزيون بشكل جماعي مع الأسرة ، ثم تأتي مشاهدة مع الجنس نفسه الإخوة

و الأخوات لتقلّ المشاهدة مع الأصدقاء ، وهذا يدلّ على انتقال المشاهدة إلى الخصوصية الفردية من الجماعية .

- الذكور يشاهدون برامج الواقع على انفراد أكثر من الإناث ، بينما تفضّل الإناث المشاهدة التلفزيونية لبرامج الواقع مع الأسرة مقارنة مع الذكور ، كما تقل المشاهدة مع الوالدين خاصة عند الذكور و باختبار معامل الارتباط كما نجد أنّه هناك دلالة لعلاقة بين الجنس و معيّة مشاهدة برامج الواقع .

- برامج الواقع حسب إجابات الباحثين هي برامج ترفيهية بالدرجة الأولى ثم تجارية قبل أن تكون برامج للشهرة و التحويمية و الإثارة .

- أجاب أفراد العينة بأنّ برامج الواقع هي منافسة لبرامج أخرى بنسبة أعلى ممن لا يعتبرها منافسة .

- عوامل الجذب في برامج الواقع و التي تتجسّد في المنشط حسب إجابات الباحثين هي شخصية المنشط أولاً، ثم ثقافته وسعة اطلاعه ثانياً ، و طريقة تقديمه للمواضيع بعد ذلك ، فشكله و تحكّمه في الموضوع و كذا لغته وأخيرا الصورة المثيرة التي يبدو عليها .

- عوامل الجذب المتعلقة بالموضوع هي الأهمية بالدرجة الأولى ، ثم التنوع وبعده الدقة 17.91% و أخيرا جدّة الموضوع .

- من خلال الجوّ العام للبرنامج حدّدت العينة المدروسة عوامل الجذب في برامج الواقع كالآتي : حكايات الطلبة و نمط عيشهم ، بعدها الضيوف المشاركين ، ثم التقنيات المتطورة و المستخدمة في البرنامج ، قبل أن يأتي كلّ من الموسيقى و المؤثرات الصوتية ، الصور المثيرة ... ، الجمهور المشارك ، و توقيت البثّ و أخيرا الإعلانات المقدّمة كآخر احتمال يمكن أن يبني عليه اهتمام الجمهور بالبرنامج .

- بالنسبة للإخراج ، يرى أفراد العينة من خلال إجاباتهم أنّ أساليب و تقنيات التصوير هي الأكثر جذبا مقارنة بالديكور و الملابس و الماكياج ...

- أظهرت البيانات أنّ أفراد العينة معجبون ببرامج الواقع بنسبة كبيرة ، سواء بدلالة الجنس أو مكان السكّن .

- أجاب أفراد العينة على مدى إعجابهم ببرامج تلفزيون الواقع عن طريق التصريح بالرغبة في المشاركة في هذا النوع من البرامج ، كما أدى إعجابهم بالبرنامج إلى التعلّق بشخصيات منه و من

- بعده التّعني بما اشتهر به من أغنيات ، وهناك من أدى به هذا الإعجاب إلى تقليد طريقة اللبس وكذلك المشاركة في البرنامج عن طريق التصويت أو الاتصال بالطلاب وغير ذلك ، في حين جاء احتمال تقليد سلوكيات بعض أفراد العينة في الأخير .
- أثبتت نتائج الدراسة ثباتا في مراجعة الدّروس لدى أفراد العينة ، حيث لم تؤثر مشاهدتهم لتلفزيون الواقع على مراجعة الدّروس حسبما أجابوا به .
- بالنسبة للفئة المتأثرة ببرامج الواقع فإنّ التأثير كان بالتقصان في مراجعة الدّروس ، أي أنّ التأثير كان سلبيا .
- لم تتأثر النتائج المدرسية لأفراد العينة بنسبة عالية ، ولكن ذلك لا ينفي وجود ففة معتبرة قد تأثرت نتائجها المدرسية بمتابعة برامج الواقع .
- كانت بيانات التأثير على النتائج المدرسية تتجه في الاتجاه السّالب (نتائج حسنة ، نتائج ضعيفة) على الغالب لدى الفئة المتأثرة .
- أرادت الدراسة معرفة مدى تأثير متابعة برامج الواقع على عادة التّوم ، فوجدت أنّ الغالبية لا تجد أنّ عادات نومها قد تأثرت .
- أمّا عن إجابات أفراد العينة التي أكّدت وجود تأثير على عادة التّوم لديها فقد اتّفقت نسبة كبيرة منهم على التّوم المتأخر ، أي أنّ متابعة برامج الواقع قد أدّت إلى تأخير وقت التّوم عن عاداته لدى أفراد العينة ، خاصّة وأنّ الفترة التي يمكن من خلالها للمتمدرسين متابعة برامج التلفزيون عموما هي الفترة المسائية أي بعد انتهاء الدّوام في المدرسة ، ممّا يدفعهم إلى تأخير وقت التّوم المعتاد من أجل إشباع حاجاتهم في المشاهدة .
- هناك جانب آخر يمكن من خلاله ملاحظة تأثير مشاهدة برامج الواقع وهو عادة التّجمّع مع العائلة ، وإجابات الباحثين تشير إلى أنّ النسبة الغالبة منهم لم تتأثر عادة تجمّعها مع العائلة .
- هناك دلالة لوجود علاقة بين متغيّر مكان السّكن ومدى التأثير على عادة التّجمّع مع العائلة .
- كان التأثير سلبيا على عادة التّجمّع مع العائلة ، حيث قلّت نسبة هذه العادة لدى بعض الأفراد مقارنة بما كانت عليه .
- تأثر متابعة برامج الواقع أيضا على علاقة بعض الأفراد بزملاء الدراسة .
- أرادت الدراسة معرفة طبيعة التأثير على العلاقة بزملاء الدراسة فكانت أكثر إجابات أفراد العينة تتمحور حول الاستفاضة في مناقشة يوميّات البرنامج مع الزملاء ، و تعتبر هذه العادة من

أهمّ مظاهر التأثير ، إذ أنّ أوّل ما يذهب إليه المشاهد بعد متابعة أيّ برنامج يشدّ انتباهه واهتمامه هو الحديث عنه مع أشخاص آخرين ، ويزداد التفاعل ويتحوّل الحديث إلى مناقشة كلما اتّسعت دائرة المتابعة و الاهتمام بالبرنامج ، ويجد المراهق على العموم الأقرب إليه و الأولى بتلك المناقشات مجموعة الأصدقاء ، فإذا كان متمدرسا ناقش تفاصيل البرنامج مع زملاء الدراسة .

من ناحية أخرى أجاب البعض بأنّ التأثير كان على شكل إكثار من الاختلاط بالجنس الآخر ، وهذا يتناسب وخصائص المراهق الذي يحاول إثبات شخصيته مع الجنس الآخر ، أمّا النسبة التي أقرّت إقامة علاقة حميمة مع الجنس الآخر فإنّ برامج الواقع قد شجّعت هذه الفئة على الاختلاط و تفعيل الخصائص الفيزيولوجية للأفراد، كما تبين أيضا أنّ برامج الواقع قد قللت من اعتزال الزملاء .

- في سؤال حول مدى معارضة الأهل متابعة برامج الواقع أجابت نسبة كبيرة من العينة بأنّها لا تجد معارضة من طرف الأهل .

- هناك دلالة لوجود علاقة بين متغيّر الجنس و مدى معارضة الأهل مشاهدة برامج الواقع ، حيث وجدت الإناث معرضة أكبر من طرف الأهل مقارنة بالذكور .

- حاولت الدراسة معرفة ردود أفعال المبحوثين في حالة رفض أهاليهم متابعة هذه البرامج ، فكانت إجاباتهم أنّهم امتنعوا عن المتابعة بنسبة كبيرة ، و غضبوا و حاولوا إقناع أهاليهم بنسبة ثانية ، و توجّهوا للمتابعة السريّة بنسبة أقل .

- كانت الإناث أكثر خضوعا لرفض الأهل متابعة برامج الواقع عكس الذكور الذين يغضبون و يحاولون إقناع أهاليهم ، و تتفق هذه النتائج مع الطّبيعة التي تميّز الذكور عن الإناث خاصّة في مرحلة المراهقة .

- المراهق يميل في هذه المرحلة إلى مجموعة الرّفاق و الأصدقاء ليحاول إشراكهم أفكاره وآراءه بعيدا عن سلطة الكبار خاصّة الوالدين ، إضافة إلى أنّ مضامين هذه البرنامج قد تتحكّم في تحديد الأطراف المشاركة في المناقشة فكون البرامج شبائية بالدرجة الأولى فهذا يعطي الأولوية للمهتمين بها و المتابعين لها أن يناقشوا وقائعها معا .

- في سؤال حول تقييم هذا النوع من البرامج أجابت نسبة كبيرة من العينة على أنّ برامج الواقع هي إيجابية ، و أجابت نسبة أقلّ بأنّها برامج سلبية .

- برّر أفراد العينة تقييمهم برامج الواقع بالإيجابية كونها تعرّف على ثقافة الآخرين بالدرجة الأولى ، كما تعمل هذه البرامج أيضا على التسلية والترفيه ، ويرجع السبب الثالث إلى أن هذه البرامج وسيلة لإبراز المهارات و المواهب و تنميتها ، و بنسبة مقارنة لهذه الأخيرة أجاب المبحوثون على أنها تعكس قيمة الإصرار على النجاح ، وتتابع أسباب التقييم الإيجابي لبرامج الواقع بعد ذلك فكانت على النحو التالي : التقريب من الشعوب، الاقتراب من واقع الأشخاص و حياتهم اليومية ، تنمية روح المنافسة بين المشاركين ، فسح المجال لمشاركة الجمهور في البرنامج ، وأخيرا إشباع حاجات المشاهد .

- كما قيم بعض الأفراد برامج الواقع على أنها سلبية ، كونها تشجّع على القيم السلبية كالعري و الاختلاط ، و جاء في المركز الثاني أن هذه البرامج لا تعبّر عن ثقافتنا الإسلامية ، ثم تساوت الإجابات من أنها تعمل على زرع عادات و تقاليد دخيلة و أنها تحصر الاهتمام في الرقص و الغناء و التمثيل ، كما أنّه هناك أسباب عديدة أخرى منها أنها تتسبّب في إدمان الأفراد على المشاهدة ، و أنها تشجّع على تقليد مظهر و سلوك المشاركين في البرنامج ، وكذا إعطاء مفاهيم خاطئة للنجاح و اعتباره ضربة حظ ، وهناك سبب أخير وهو أن هذه البرامج لا تنقل الواقع أبدا رغم ما تدّعيه .

- في سؤال حول مدى رغبة أفراد العينة المشاركة في برامج الواقع أجابت نسبة كبيرة منها أنها لا ترغب في المشاركة ، كما عبّرت نسبة أخرى تقل عن الأولى عن رغبتها في المشاركة في برامج الواقع .

- بالنسبة لمبررات الرغبة في المشاركة في برامج الواقع ، فقد أجاب المبحوثون أن تحقيق التجمّعة و الشهرة هو هدفهم الأوّل ، ممّا يعني أن بعض هؤلاء المراهقين يبحثون عن فرص للظهور وشدّ انتباه الآخرين إليهم ، و لعلّ التلفزيون هو أكثر الوسائل مقدرة على تحقيق ذلك ؛ كما برّر هؤلاء أيضا رغبتهم بالمشاركة و كاختيار نال المركز الثاني أنّهم يبحثون عن المتعة و التسلية و الترفيه ، وأيضا هم يعتبرون مثل هذه المشاركات فرصة لا يجب تضييعها وهم أكثر من يمكنه استغلال الفرص ، كما أعطى أفراد العينة مبررات عديدة أخرى ترتبت حسب اختياراتهم كما يلي : إبراز المواهب الفردية و الطاقات ، حبّ الاستطلاع و الرغبة في خوض التجربة ، كون البرنامج نفسه مثير ، وأخيرا لاستغلال المكاسب الماديّة التي يوفرها البرنامج .

- أمّا مبررات غير الراغبين في المشاركة فقد توزّعت كالآتي : جاء في المركز الأوّل مبرر التمسك بالعتيقة و الدّين و الأخلاق و العادات ، تلاه موقف الأهل الرافض ، ثمّ عدم الاهتمام بالبرنامج و اعتباره مضيعة للوقت ، وهناك أيضا عدم الرّغبة في تحقيق الشّهرة و النّجوميّة ، الانشغال باهتمامات أخرى كالدراسة وغيرها ، الخوف من مواجهة الكاميرا و الأضواء و الجمهور ، و أخيرا الافتقار للموهبة .

خاتمة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

وفي الأخير ، يمكن القول أنّ علاقة برامج الواقع بالواقع لا تتعدّى حدود التسمية ، على الرغم من أنّ المتابعة التاريخية لهذا المصطلح الإعلامي قد أكدت على أنّه أشمل من أن يكون مجرد نموذج مصغّر صاغه معدّو برامج الإثارة ، و مع ذلك تبقى شعبية برنامج الأخ الأكبر و لوفت ستوري و ستار أكاديمي من الحقائق التي لا يمكن تجاهلها ، و هذا ما دفع بالفضائيّات العربيّة إلى استنساخ هذا النوع من برامج الإثارة غير المألوفة ، و التي أكسبت التلفزيونات العربيّة أرباحاً طائلة من خلال التّواصل الهاتفي .

ومع أنّ المجتمع العربي يحوي بعض الخصوصيّة في العادات و التقاليد إلّا أنّ الفضائيّات العربيّة خضعت لمتطلّبات سوق المشاهدة ، و تماشت مع إيقاع العصر رغبة في كسب جمهورها العربي - على الأقل - ، في خضم المنافسة الشرسة التي فرضتها عليها التلفزيونات العربيّة ، و لعلّ هذا كان أحد سببّات تكنولوجيا الاتصالات الفضائيّة ، و مع أنّها حاولت إصلاح ما يمكن إصلاحه حتى يتقبّل المشاهد العربي هذا النوع من الإثارة إلّا أنّها بقيت دخيلة على مجتمعاتنا العربيّة المسلمة ، خاصّة و أنّها تعمل على ترسيخ ثقافة غير ثقافتنا و عادات غير عاداتنا و تقاليد لا تتماشى و طابعنا العام المحافظ .

و لأنّ التجربة لا تُقيّم قبل أن تُختبر ، فقد تمكّنت برامج الواقع من التأثير على شبابنا العربي ، حيث أظهرت هذه الدّراسة أنّ أقل ما يمكن أن تخلفه متابعة برامج الواقع على مراهقين المتدربين ، التذبذب في بعض العادات كمراجعة الدّروس و أوقات التّوم و التّجمع مع العائلة ، في حين كان للبعض رأيه التّقدي لهذه البرامج ، و الذي يبنى في غالبيّته على المرجعيّة الدّينيّة و الرّغبة في تأكيد الشّخصيّة المستقلّة للفرد التّاضح من خلال المناقشة و إبداء الرّأي و التّقد .

وفي مقابل خطورة مثل هذه البرامج على شبابنا المراهق ، يمكن ملاحظة القيمة الإيجابيّة لمثل هذه التّجارب ، إذا ما أمكن تبنيّ الفكرة و إصلاح المضمون ، و لعلّ هذا ما سعت إلى تجسيده بعض الفضائيّات العربيّة من خلال تقديم نسخ لتلفزيون الواقع بأهداف تخدم المجتمع العربي و الفرد المسلم ، وذلك باستغلال غريزة فضول الأفراد و تطلّهم على حياة الآخرين ، و التي كانت على الدّوام سرّاً نجاح و شهرة برامج الواقع أو تلفزيون الواقع .

قائمة المصادر والمراجع

جامعة الأمير
القادر للعلوم الإسلامية

الكتب

- 1- الأخصر إيديروج - ذكاء الإعلام في عصر المعلوماتية -، مكتبة الرياض، تونس 1999م .
- 2- انشراح الشال- بثّ وافد على شاشات التلفزيون - دار الفكر العربي، القاهرة 1994م.
- 3- إبراهيم إمام- الإعلام و الاتصال بالجماهير- ط2، مكتبة الأنجلو مصريّة، القاهرة 1975م .
- 4- إبراهيم إمام - الإعلام الإذاعي و التلفزيوني-، دار الفكر العربي ، القاهرة .
- 5- أحمد عادل راشد - الإعلان- دار النهضة العربيّة للطباعة والنشر، بيروت 1981م .
- 6- أحمد عبادة سرحان - الإحصاء الاجتماعي - ، الدار القوميّة للطباعة و النشر القاهرة 1993م .
- 7- أحمد محمد المصري - العلاقات العامّة-، مؤسّسة شباب الجامعة ، الإسكندرية 1995م .
- 8- أديب خنّوز - سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون - ، دار الأيّام للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر 1999م .
- 9- إياد شاعر البكري - عام 2000 حرب المخطّات الفضائيّة - ، دار الشروق ، عمّان- الأردن 1999م .
- 10- بول مسن و آخرون - أسس سيكولوجية الطفولة و المراهقة - تر: أحمد عبد العزيز سلامة، مكتبة الفلاح، الكويت 1986م .
- 11- جان ميشيل و آخرون - الإعلام العربي الأوروبي حوار من أجل المستقبل - ، مركز الدراسات العربي الأوروبي ، بيروت 1998م .
- 12- جبّارة عطية جبّارة - علم اجتماع الإعلام -، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، الرياض 1985م .
- 13- جلال عبد الوهاب - العلاقات الإنسانية و الإعلامية - ، ذات السلاسل ، الكويت .
- 14- جوستاف لوبون - روح الاجتماع - ، تر: أحمد فتحي زغلول ، دار موفم للنشر رغبة- الجزائر 1988م .
- 15- جون ميرل ، رالف لونشتاين - الإعلام وسيلة ورسالة - تر: ساعد خضر العراي الحارثي ، دار المريخ للنشر ، الرياض- المملكة العربيّة السّعوديّة 1989م .

- 16- حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد - الاتصال و نظرياته المعاصرة - ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة 1998م .
- 17- حمدي حسن- مقدمة في دراسة وأساليب الاتصال- ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1971م .
- 18- خليل عبد الرحمن المعاينة- علم النفس الاجتماعي- ، دار الفكر للطباعة و النشر والتوزيع ، عمان - الأردن 2000م .
- 19- د.ا.بوريتسكي- الصحافة التلفزيونية- ، تر: أديب خضّور، المكتبة الإعلامية، دمشق 1990م .
- 20- دوقات عبيدات ، سهيلة أبو السّميد- البحث العلمي : البحث النوعي والبحث الكمي - دار الفكر ، عمان 2002م .
- 21- روبرت واطسون و آخرون - سيكولوجية الطّفل و المراهق- ، تر: داليا عزت مؤمن ، مكتبة مدبولي ، 2004م .
- 22- ريجي مصطفى عليان ، محمّد عبد الدّيس- وسائل الاتصال و تكنولوجيا التعليم- ط2 ، دار سناء للنشر و التوزيع ، عمان .
- 23- زهير إحدادن - مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال-، ديوان المطبوعات الجامعية ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر .
- 24- سامية محمد جابر - الاتصال الجماهيري و المجتمع الحديث التّظرية و التّطبيق- ، دار المعرفة الجامعية - الإسكندرية 1996م .
- 25- سعد الدّين أبو الفتوح الشّرنوبي - المفاهيم و المعالجات الأساسيّة في الإحصاء - ، مطبعة الإشعاع الفنيّة ، 2001م .
- 26- سعدية محمد علي بّادر - سيكولوجية المراهقة- ، دار البحوث العلميّة، الكويت 1980م .
- 27- سمير محمد حسين- الإعلام و الاتصال بالجماهير و الرّأي العام- ط2، عالم الكتب، القاهرة 1993م .
- 28- شون ماكبرايد و آخرون- أصوات متعددة و عالم واحد- الشركة الوطنيّة العالمية للنشر والتّوزيع ، الجزائر 1981م .

- 29- صالح خليل أبو أصيب - تحديات الإعلام العربي - دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999م .
- 30- عاطف عدلي العبد - الإعلام المرئي الموجه للطفل العربي - ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1989م .
- 31- عاطف عدلي العبد - الاتصال والرأي العام- ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1993م .
- 32- عاطف عدلي العبد ، زكي أحمد عزمي - الدراسة الميدانية و دورها في بحوث الإعلام و الرأي العام - ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1993م
- 33- عبد الحميد حيفري - التلفزيون الجزائري واقع و آفاق- ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر 1985م .
- 34- عبد العلي الجسماني- سايكولوجية الطفولة والمراهقة و حقائقهما الأساسية- ، الدار العربية للعلوم، بيروت 1994 .
- 35- عبد الفتاح أبو معال - أثر وسائل الإعلام على الطفل- ، دار الشروق ، عمان - الأردن 1990م .
- 36- عبد اللطيف حسين فرج - ماذا يريد التربويون من الإعلاميين- ، ج 3 ، مكتبة التربية لدول الخليج ، 1984م .
- 37- عبد المجيد شكري ، تكنولوجيا الاتصال: إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون - ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1996م .
- 38- عدلي سيد رضا- حول البناء الدرامي في الراديو و التلفزيون- دار الفكر العربي ، القاهرة .
- 39- عز الدين جميل عطية - ألتلفزيون و الصّحة ائتفسيّة-، عالم الكتب، 2001م .
- 40- عزّي عبد الرّحمان وآخرون - عالم الاتصال - ، سلسلة الدراسات الإعلامية ، الجزائر 1992م .
- 41- عواطف عبد الرّحمان- قضايا التبعيّة الإعلاميّة والثّقافيّة في العالم الثالث - ، ط 2 ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1987م .

- 42- غريب محمد سيّد أحمد - علم اجتماع الإتصال و الإعلام - ، دار المعرفة الجامعية 1996م .
- 43- غريب سيد أحمد- الإحصاء و القياس في البحث الاجتماعي (المعالجات الإحصائية)-، ج1 ، دار المعرفة الجامعية 1995 .
- 44- فارسي إشتي- الإعلام العالمي : مؤسّساته ، طريقة عمله وقضاياها- ، دار أمواج ، بيروت 1996م .
- 45- فاروق أبو زيد- فن الخبر الصحفي - ، ط 2 ، عالم الكتب ، القاهرة .
- 46- فتح الباب عبد الحليم، إبراهيم ميخائيل حفظ الله- وسائل لتعليم و الإعلان- ، عالم الكتب، القاهرة .
- 47- فوزية دياب- القيم و العادات الاجتماعية- ، ط2، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت 1980م .
- 48- كاريس باركر - التلفزيون و العولمة و الهويات الثقافية- ، تر: علا أحمد إصلاح، مجموعة النّيل العربية، القاهرة 2006م .
- 49- كرم شلبي - فن الكتابة للراديو و التلفزيون - ، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة - مصر .
- 50- كرم شلبي - الإنتاج التلفزيوني و فنون الإخراج- ، دار جيل للطباعة ، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة .
- 51- ماري وين- الأطفال والإدمان التلفزيوني - ، تر: عبد الفتّاح الصّبحي ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، الكويت 1999م .
- 52- مجموعة من الباحثين - اتّلفزيون و الأطفال - تر: أديب حضور ، المكتبة الإعلاميّة ، دمشق 1990م .
- 53 محمد السيّد، محمد الزّعبلاوي - المراهق المسلم ، مكتبة التوبة، مؤسسة الكتب الثقافية، الرياض 1998م .
- 54- محمد المقوسي - إمكانيات و استخدامات الشبكة العربيّة للاتصالات الفضائيّة - ، منتدى الفكر العربي ، عمّان- الأردن 1986م .

- 55- محمد بهجت كشك - مبادئ الإحصاء و استخداماته في مجالات الخدمة الاجتماعية - دار المعرفة الجامعية ، 1996م .
- 56- محمد زيان عمر - البحث العلمي : مناهجه ، و تقنياته - ، ط4 ، دار الشروق للنشر و التوزيع و الطباعة ، 1983م .
- 57- محمد شطّاح - قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الايديولوجيا- ، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع، عين مليلة- الجزائر 2006م.
- 58- محمد عبد الحليم مرسى- الطفل المسلم بين منافع التلفزيون و مضاره- مكتبة العبيكان، الرياض 1997م .
- 59- محمد عبد الحميد- دراسة الجمهور في بحوث وسائل الإعلام - ط2، عالم الكتب، القاهرة 1993م .
- 60- محمد عبد الحميد- الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري- ، عالم الكتب ، القاهرة 1993م.
- 61- محمد عبيدات وآخرون- منهجية البحث العلمي : القواعد و المراحل و التطبيقات - ط2 ، دار الأوتل للطباعة و النشر، عمّان- الأردن 1999م .
- 62- محمد كامل عبد الصمد- التلفزيون بين الهدم و البناء- ط2، دار الدعوة، الاسكندرية 1993م .
- 63- محمد مصطفى زيدان - التّمو التّفسي للطفّل و المراهق و نظريّات الشّخصيّة-، دار الشروق ، جدّة 1979م .
- 64- محمد معوض- الخبر التلفزيوني- ، دار الفكر العربي ، القاهرة .
- 65- محمد معوض- اندخل إلى فنون العمل التلفزيوني-، دار الفكر العربي، القاهرة .
- 66- محمد معوض ، بركات عبد العزيز - الخبر الإذاعي و التلفزيوني- ، دار الكتاب الحديث ، 1996م .
- 67- محمود أدهم- الصورة الإخبارية - ، القاهرة 1989م .
- 68- محمود أدهم- التحقيق الأعمدجي و صحافة الغد- ، دار الثقافة للطباعة و النشر ، القاهرة 1984م .

- 69- محمود عبد الحليم منسي - التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهق - ، شركة الجلال للطباعة، القاهرة 2002م .
- 70- محي الدين عبد الحليم- الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي - دار الفكر العربي ، القاهرة 1984م .
- 71- مصطفى حجازي- حصار الثقافة- ، ط2 ، المركز الثقافي العربي ، 2000م .
- 72- مصطفى فهمي - سيكولوجية الطفولة و المراهقة- دار مصر للطباعة والنشر، مكتبة مصر .
- 73- معروف زريق- خفايا المراهقة - ، ط2، دار الفكر العربي للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق-سوريا 1986م .
- 74- منى حداد - أبناؤنا بين وسائل الإعلام و أخلاق الإسلام - ط2، مؤسسة الرسالة للطباعة و النشر والتوزيع ، بيروت 1983م .
- 75- منى سعيد الحديدي- الفيلم التسجيلي- ، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة 1990م .
- 76- ميخائيل إبراهيم أسعد - مشكلات الطفولة والمراهقة - ، ط2 ، دار الآفاق الجديدة ، بيروت 1991م .
- 77- ميلفن ل، ديفلير، ساندرابول روكيش - نظريات وسائل الإعلام- ، تر: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر و التوزيع، القاهرة 1993م .
- 78- نبيل راغب - العمل الصحفي- دار نوبار للطباعة، الشركة المصرية العالمية للنشر " لوجمان" ، القاهرة 1999م .
- 79- نبيل عارف الجردي - مقدمة في علم الاتصال- ، مكتبة الإمارات، دمشق 1985م .
- 80- نصر الدين نعيصي- اتلفزيون دراسات و تجارب- دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الأبيار- الجزائر .
- 81- نصير بوعللي - التلفزيون الفضائي و أثره على الشباب في الجزائر- دار الهدى للطباعة والنشر و التوزيع ، عين مليلة- الجزائر 2005م .
- 82- نوال محمد عير - فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون - ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1993م .

- 83- هـ.س.ن مكفاران - علم النفس و التعليم - تر: عبد العلي الحسيني و آخرون، الدار العربية للعلوم، بيروت- لبنان 1994م .
- 84- هيلد . هيملوات و آخرون -التلفزيون و الطفل : دراسة تجريبية لأثر التلفزيون على التشء- مؤسسه سجل العرب، ج2 ، القاهرة 1967م .
- 85- ياسين الخطيب و آخرون- أثر وسائل الإعلام على الطفل- ، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن .
- 86- يحي بسيوي مصطفى، عادل الصيرفي- التلفزيون الإسلامي و دوره في التنمية- ، دار عالم الكتب للنشر و التوزيع ، الرياض 1985م.

المعاجم و القواميس

- 87- أبو الفضل جمال الدين بن مكرم بن منظور - لسان العرب المحيط- مج 6 ، دار الجيل ، بيروت ، 1988م .
- 88- أحمد زكي بدوي - معجم مصطلحات الإعلام ، إنجليزي ، عربي - ، ط2 ، دار الكتاب المصري ، القاهرة 1994م .
- 89- معجم مصطلحات الرعاية والتنمية الاجتماعية ، دار الكتاب المصري ، دار الكتاب اللبناني ، القاهرة- بيروت 1987م .

المذكرات و الرسائل الجامعية

- 90- إبراهيم طيبي- أثر مشكلات المراهقين في التحصيل الدراسي- ، رسالة ماجستير غير منشورة ، معهد علم النفس و علوم التربية، جامعة الجزائر 1989-1990م .
- 91- صدي رشيد - أثر التلفزيون في تكوين ثقافة المراهقين - مذكرة لنيل الدبلوم العالي في علم المكتبات ، معهد علم المكتبات والتوثيق ، الجزائر 1992/1993م

المجلات و الدوريات

- 92- اعتدال مجبري - المراهقون العرب و تلفزيون الواقع: آية علاقة؟ و هل من بديل؟ - أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2005 م .
- 93- أميرة إبراهيم التمر - أثر التعرض للقنوات الفضائية على التسق القيمي للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية- ، مجلة الفن الإذاعي ، إتحاد الإذاعة والتلفزيون ، معهد الإذاعة والتلفزيون، ع 179 ، القاهرة 2005 م .
- 94- جمال الزرن - عن تلفزيون الواقع وإليه: بداية الواقع أم نهاية الأسطورة...؟- ، مجلة " الإذاعات العربية " ، إتحاد إذاعات الدول العربية ، ع 01 ، شركة فنون الرسم والنشر والصحافة ، القصبة- تونس 2005 م .
- 95- سارة ديكي - علم الأجناس الأنتروبولوجي وإسهاماته في دراسات وسائل الإعلام- المجلة الدولية ، ع 153 ، القاهرة .
- 96- عبد الحفيظ هرفام - أي نظرة لتلفزيون الواقع - ، مجلة " الإذاعات العربية " ، إتحاد إذاعات الدول العربية ، ع 01، شركة فنون الرسم والنشر والصحافة،القصبة- تونس 2005 م .
- 97- عبد الله بوجلال - دور التلفزيون في تربية وتنشيف الأطفال- ، الخلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال ، الجزائر 1982م .
- 98- عبد الله بوجلال- آثار التلفزيون على الأطفال مجلة " بحوث "، ع 01 ، جامعة الجزائر 1992-1993 م .
- 99- عبد الله بوجلال - الأطفال و التلفزيون في الجزائر - المجلة الجزائرية للاتصال، ع 9، جامعة الجزائر 1992 م .
- 100- عبد الله بوجلال- آثار التلفزيون على المشاهدين- مجلة بحوث، جامعة الجزائر، ع 2، 1994 م .
- 101- عزى عبد الرحمن- الواقع والخيال في الثنائية الإعلامية: نحو تأسيس فكر إعلامي متميز- مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، السنة 16 ، العدد 182، 1994 .

102- عفاف طبّالة- حول الدّور الثقافيّ للتلفزيون- مجلة الإذاعات العربية ، اتّحاد الإذاعات العربية ، ع3، تونس 2001م .

103- فتحي التّوزري - تلفزيون الواقع مقارنة نفسية - ، مجلّة " الإذاعات العربيّة " ، اتّحاد إذاعات الدّول العربيّة ، ع01 ، شركة فنون الرّسم والنّشر والصّحافة ، القصبة- تونس 2005 .

104- فتحي التّوزري - تأهيل و تمكين الطّفل و المراهق من الاستفادة من تكنولوجيا الإعلام و المعلومات المتطوّرة - مجلة الإذاعات العربية، عدد 01، اتحاد إذاعات الدّول العربية، تونس 2006م .

105- محمود سامي عطا الله - الحركة - ، مجلّة " الإذاعات العربيّة " ، اتّحاد إذاعات الدّول العربيّة ، ع03 ، شركة فنون الرّسم والنّشر والصّحافة ، القصبة- تونس 2005م .

106- نسمة البطريق - القنوات الفضائية العربية - ، مجلة الإذاعات العربية ، عدد 03 ، اتحاد إذاعات الدّول العربية، تونس 2006م .

107- نصر الدين لعياضي- الإشكالية التّلفزيونية بين الاستثناء الوظيفي و الاستثناء الثقافيّ- مجلة الإذاعات العربية ، ع1، اتحاد الإذاعات العربية، تونس 2000م .

108- نصر الدين لعياضي- تلفزيون الواقع : رهانات التّسلية - ، مجلّة " الإذاعات العربية " ، اتّحاد إذاعات الدّول العربيّة ، ع01 ، شركة فنون الرّسم والنّشر والصّحافة ، القصبة- تونس 2005 .

مواقع انترنيت

109- أيمن الأمير- صوتنا الأعلى لا يسمعه أحد - مجلّة " الوطن " الإلكترونيّة ، السّنة الثّانية ، العدد724 ، 2002م ، www.alwatan.com (تاريخ الدّخول : 12 جوان 2007م)

110- زيد بن علي الفضيل - تلفزيون الواقع : القيمة والهدف - ، www.eleph.com (تاريخ الدّخول:05 أفريل 2007م)

- 111- عطف الشّمري - الفضائيات العربية، مالها و ما عليها-، جريدة الرياض اليومية، العدد 13815 ، أبريل 2006م، موقع www.alryadh.com (تاريخ الدّخول: 27 سبتمبر 2007م)
- 112- عبد الرّحمن العيسوي- سيكولوجيا المراهق المسلم المعاصر - ، www.islamweb.net (تاريخ الدّخول: 25 مارس 2007م)
- 113- عبد المالك سليمان- أزمة الإعلام العربي بين الإفلاس والتّغريب - ، www.arabrenwal.com (تاريخ الدّخول: 05 أبريل 2007م)
- 114- الإعلام العربي الرّسمي يهتم بالتلفزيون من خلال ثقافة الوصاية ، جريدة الحياة الرّياض www.daralhayat.com (تاريخ الدّخول: 28 نوفمبر 2007م)
- 115- تلفزيون الواقع في صيغته العربيّة ، www.rezgar.com (تاريخ الدّخول: 05 أبريل 2007م)
- 116- جريدة الشّرق الأوسط ، www.asharquelawsat.com (تاريخ الدّخول: 05 أبريل 2007م)
- 117- ظاهرة تلفزيون الواقع وترجمتها على الشاشات العربية www.asharquallawsat.com (تاريخ الدّخول: 05 أبريل 2007م)
- 118- وصف الوضع القائم للبتّ الفضائي العربي ، موقع الإذاعات العربيّة www.ASBU.net (تاريخ الدّخول: 27 سبتمبر 2007م)
- 119- ولد في التلفزيون ، فما وتعرّج ومات بالبتّ المباشر ، موقع أدب الأطفال العربي www.Adatfal.com (تاريخ الدّخول: 05 جوان 2007م)

مراجع باللّغة الأجنبيّة

120 - Bernard Lamizet - Histoire des Média Audio Visuels - , ellipses, édition Marketing S.A, paris 1999 .

**121- Emmanuel Derieux et des autres - Media :
introduction à la presse, la radio, et la télévision - ,
Deuxième édition, ellipses, édition Marketing S.A, paris
1999.**

**122 - Marshall Mc Luhn - Pour Comprendre les médias -
traduit de l'anglais par : Jean paré, Editions HMH, Ltée pour
l'édition française 1968.**

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

ملاحق

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية أصول الدين والشريعة والحضارة
قسم الدعوة والإعلام والاتصال

جامعة الأمير عبد القادر
الإسلامية للعلوم الإسلامية - قسنطينة

استمارة استبيان خاصة ببحث :

تلفزيون الواقع وتأثيره على المراهقين
(دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ الثانوي بعنابة)

- مذكرة مكتملة لنيل درجة الماجستير تخصص " إعلام " -

إشراف الدكتور
محمد شطّاح

إعداد الطالبة
هدى بوعبد الله

ملاحظة

- هذه المعلومات المسجلة في الاستمارة لن تستخدم إلا لغرض هذا البحث المذكور .
- ضع علامة (x) في الخانة المناسبة .
- شكرا على تعاونكم .

السنة الجامعية

2007 م - 2008 م

البيانات الشخصية :

- الجنس : ذكر أنثى
- السن :
- المستوى الدراسي : سنة أولى ثانوي ثانية ثانوي ثالثة ثانوي
- التخصص : أدبي علمي رياضي علوم إسلامية
- مكان السكن : ريف مدينة
- المستوى المادي للعائلة من حيث الدخل :
- عالي متوسط دون المتوسط

أولاً - علاقة المراهق بالتلفزيون

1- ما هي أفضل وسيلة إعلامية لديك ؟

- الجريدة المجلات و المطبوعات الراديو
- التلفزيون الانترنت

2- برّر اختيارك :

3- كم جهاز تلفزيون في بيتكم ؟

- واحد اثنان ثلاثة أكثر من ثلاثة

4- ما نوع البرابول المتصل به ؟

- أ- جماعي (Collectif) فردي
- ب- رقمي (Numerique) عادي (Analogique)

5- هل تشاهد التلفزيون ؟

- دائما غالبا أحيانا نادرا أبدا

6- حدّد أيام مشاهدتك للتلفزيون بكثرة .

- السبت الثلاثاء الجمعة
- الأحد الأربعاء كلّ أيام الأسبوع
- الاثنين الخميس

7- لماذا المشاهدة في هذه الأيام أكثر من غيرها ؟

- لأنها أيام عطلة مدرسية
 - لأنها أيام توجد فيها برامج ترفيهية
 - لأنها أيام تقدم أفلاما ومسلسلات متنوعة
 - لأنها أيام تقدم برامج مثيرة
 - لأنه أيام تقدم برامج مفيدة
- 8- حدّد فترة المشاهدة .

- الفترة الصباحية (06:00 - 12:00 سا)
- الفترة المسائية (13:00 - 18:00 سا)
- الفترة الليلية (19:00 - 12:00 سا)
- فترة ما بعد الهزيع (01:00 - 06:00 سا)

9- ما هو حجم ساعات المشاهدة ؟

- أقل من ساعة
- ساعة
- ساعتان
- ست ساعات
- ثلاث ساعات
- أربع ساعات
- خمس ساعات
- أكثر من ست ساعات

10- هل تعتبر التلفزيونيون :

- وسيلة للأخبار
- وسيلة للتثقيف
- وسيلة للترفيه
- وسيلة للإعلان

11- ما هي أهمّ الفضائيات و القنوات التي تشاهدها ؟

.....
.....

12- لماذا تفضّل مشاهدة هذه القنوات بالذات ؟

- وضوح اللّغة المستخدمة
- مصداقيّتها
- طريقة التّقديم
- احترامها للتّوقيت
- تطرح مواضيع مهمّة
- الدّيكور

ثانيا : المراهق و برامج تلفزيون الواقع

13- ما هي البرامج التي تحرص على مشاهدتها أكثر ؟

- البرامج السياسيّة
- البرامج الاقتصادية
- البرامج العلميّة والثقافيّة
- المنوعات الغنائيّة

- البرامج الرياضيّة
- الأفلام والمسلسلات
- البرامج الدينيّة
- برامج الأطفال
- الألعاب والتّسلية

14 - ما هي البرامج التي تفضّلها ؟

- برامج الواقع (سياسة ، اقتصاد ، منوعات ، ...)
- برامج الخيال (أفلام ومسلسلات ، بعض برامج الأطفال ، ...)

15 - برّر إجابتك

.....

16- في رأيك ما هي البرامج التي تنقل الواقع ؟

- برامج البثّ المباشر
- الأشربة الوثائقيّة
- الأفلام التّسجيليّة

17- ماذا تعرف عن تلفزيون الواقع ؟

.....

.....

18- ما هي برامج الواقع التي تشاهدها ؟

- ستار أكاديمي
- ستار أكاديمي المغربيّة
- عيش براري
- loft story
- على الهوى سوى
- ناس الواحة
- شاعر المليون

19- مع من تشاهد هذه البرامج ؟

- مع الأسرة
- مع الوالدين
- مع الإخوة
- مع الأصدقاء
- مع الأخوات
- على انفراد

20- ما هي طبيعة برنامج الواقع في نظرك ؟

- برنامج ترفيهي
- برنامج تجاري
- برنامج للشّهرة والتّحوميّة
- برنامج إثارة

21- هل تعتبر هذا النوع من البرامج منافسا لبرامج أخرى (مسلسلات ، أفلام ، أخبار ،...) ؟

نعم لا

ثالثا : تأثير تلفزيون الواقع على المراهق

22- ما هي عوامل الجذب في برامج الواقع حسب رأيك ؟

أ- من حيث التنشيط (المقدم)

- شخصية المنشط لغته شكله
الصورة المثيرة لمقدم البرنامج طريقة تقديمه للمواضيع
تحكمه في الموضوع ثقافته وسعة اطلاعه

ب- من حيث الموضوع (الرسالة الإعلامية)

- جدّة الموضوع التنوع في المواضيع
دقة الموضوع أهمية الموضوع
ج- من حيث الجو العام للبرنامج
الجمهور المشارك (طلاب، حضور) الضيوف المشاركين
الإعلانات المقدمة خلال البرنامج حكايات الطلبة وغط عيشهم
الموسيقى والمؤثرات الصوتية استخدام تقنيات متطورة
توقيت البث الصور المثيرة المرافقة لحياة الطلبة في البرنامج
د- من حيث الإخراج
أساليب وتقنيات التصوير الملابس
الديكور الماكياج و الاكسسوارات

23- هل يعجبك هذا النوع من البرامج ؟

نعم لا

24- إذا كان الجواب (نعم) فهل أدى إعجابك بالبرنامج إلى :

- الرغبة في المشاركة فيه المشاركة في البرنامج (التصويت،الاتصال بالطلاب،...)
التغني بما اشتهر به من أغنيات التعلّق بشخصيات من البرنامج
تقليد طريقة اللبس تقليد سلوكات بعض أفراد البرنامج

25- هل أثرت متابعتك لهذا البرنامج على مراجعة دروسك ؟

أثرت لم تأثر لا رأي لي

26- كيف كان هذا التأثير ؟

بالزيادة في مراجعة الدروس بالتقصان في مراجعة الدروس
ثبات عادة مراجعة الدروس

27- هل أثرت مشاهدتك لهذا البرنامج على نتائجك المدرسية ؟

أثرت لم تأثر لا رأي لي

28- كيف كان هذا التأثير ؟

الحصول على نتائج جيدة الحصول على نتائج حسنة
الحصول على نتائج متوسطة الحصول على نتائج ضعيفة

29- هل أثرت مشاهدتك لهذا البرنامج على أوقات نومك ؟

أثرت لم تأثر لا رأي لي

30- كيف كان هذا التأثير ؟

النوم مبكراً النوم متأخراً ثبات عادة النوم

31- هل أثرت مشاهدتك لهذا البرنامج على التجمّع مع العائلة ؟

أثرت لم تأثر لا رأي لي

32- كيف كان هذا التأثير ؟

زيادة التجمّع مع العائلة نقصان التجمّع مع العائلة
ثبات عادة التجمّع مع العائلة

33- هل أثرت مشاهدتك لهذا البرنامج على علاقتك بزملاء الدراسة ؟

أثرت لم تأثر لا رأي لي

34- كيف كان هذا التأثير ؟

الإكثار من الاختلاط بالجنس الآخر إقامة علاقة حميمة مع الجنس الآخر

الاستفاضة في مناقشة يوميات البرنامج مع الزملاء اعتزال الزملاء

35- هل تلقيت معارضة من الأهل على متابعة البرنامج ؟

نعم لا

36- إذا كان الجواب (نعم) فكيف كان تصرّفك ؟

- الامتناع عن المتابعة الغضب ومحاولة إقناعهم المتابعة سرّاً

37- هل تناقش وقائع البرنامج مع :

- الأسرة الإخوة الأخوات
 الوالدين الأصدقاء أساتذتك

38- هل تعتبر هذا النوع من البرامج ؟

- إيجابي سلبي

39- إذا كان الجواب (إيجابي) فلأنّه يعمل على :

- التعريف بثقافة الآخرين التقريب من الشعوب
 تنمية روح المنافسة بين المشاركين الإصرار على النّجاح
 التّسلية والترفيه إبراز المهارات و المواهب وتنميتها
 الاقتراب من واقع الأشخاص وحياتهم اليوميّة إشباع حاجات المشاهد
 فسح المجال لمشاركة الجمهور في البرنامج (اتصال ، SMS ، ...)

40- إذا كان الجواب (سلبي) فلأنّها :

- لا تعبّر عن ثقافتنا الإسلاميّة تشجّع على تقليد مظهر وسلوك المشاركين في البرنامج
 إعطاء مفاهيم خاطئة للنّجاح واعتباره ضربة حظ لا تنقل الواقع أبدا رغم ما تدّعيه
 تشجّع على القيم السّليبيّة كالعري والاختلاط تعمل على زرع عادات و تقاليد دخيلة
 تتسبّب في إدمان الأفراد على المشاهدة تحصر الاهتمام في الرّقص والغناء والتّمثيل

41- لو سمحت لك الفرصة في أن تشارك في البرنامج فهل تفعل ؟

- نعم لا

42- برّر إجابتك

.....

.....

شكرا على تعاونكم