

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر * بسكرة *

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - قطب شتمة -

قسم : العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الإعلام والاتصال



عنوان المذكرة :

القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الترفيهية الجزائرية
دراسة وصفية تحليلية لعينة من فقرات برنامج "vendredi ماشي
عادي" على قناة "الشروق tv" في الفترة الممتدة ما بين نوفمبر
2017م وفيفري 2018م

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

نجيب بخوش

إعداد الطالبة:

إيمان حمداني

السنة الجامعية: 2020/2019

الإهداء

إلى من قال فيهما الرحمن:

{ واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل ربني ارحمهما كما ربياني صغيرا }

إلى من دعائهما سر نجاحي وحنانهما بلسم جراحي

إلى الوالدين العزيزين أطال الله في عمرهما وجعلهما شمعة تنير حياتنا.

إلى أغلى ما أملك

إلى من كانوا سندا ودعما لي وتقاسموا معي حلاوة الأيام ومرارتها

إلى من بوجودهم أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها

إلى من بهم أكبر وعليهم أعتد

إخوتي " إبراهيم - يوسف - نوفل "

إلى جميع أفراد عائلة " حمداني "

بالإضافة إلى كل من عائلة "فكرون - عقون - بوطارفة - مانع"

إلى من رافقوني مشوار الجامعة

إلى من أسدوا لي بنصائحهم وكانت صداقتهم بصيص أمل حرك روعي عند الفتور

إلى " أنيسة - شافية - سلمى - صبرين - لينا - لميس - دارين "

إلى رفقاء الدرب الذين أسهموا في تشجيعي

إلى: "ابتسام - سهام"

إلى كل الصعاب والشدائد والمحن أهدي هذا العمل والنجاح وأحمد الله العلي القدير الذي

كان معي في كل لحظة صعبة مررت بها، راجية منه تعالى أن يوفقنا لما فيه خير لنا

وصلاح أمرنا واستقامة نهجنا إن شاء الله.

إيمان حمداني

شكر و عرفان

يقول الله تعالى في محكم تنزيله:

{ رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت عليّ وعلى والديّ وأن أعمل صالحا ترضاه

وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين }

صدق الله العظيم

وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم

{ من لم يشكر القليل لم يشكر الكثير، ومن لم يشكر الناس لم يشكر الله }

صدق نبينا الكريم

كل الشكر وكل الحمد لله تبارك وتعالى

أن أنعم علينا بنعمة العقل، وأرشدنا لطريق العلم والمعرفة، وأن منّ علينا بإتمام هذه الدراسة التي ما كنا لنحققها لولا توفيقه تعالى.

والشكر موصول إلى الأستاذ المشرف "نجيب بخوش" لتوجيهه وإرشاده العظيم الأثر في إنجاز هذا العمل وإنارته لي الطريق في كل أمر استصعبته فجزاه الله خير الجزاء.

ولا أنسى أن أوفي حق الشكر والامتنان إلى من ساهم في تحكيم أداة الدراسة، أتقدم بوافر

الشكر إلى الأستاذة "سعاد سراي"

وفي الأخير أتقدم بألف تحية شكر وامتنان إلى زملائي الذين ساعدوني في إنجاز هذه

المذكرة وعلى رأسهم صديقتي وأختي "لميس ميراد"

أشكركم جزيل الشكر

إيمان حمداني

التلخيص:

تعتبر البرامج الترفيهية المستنسخة أحد أهم البرامج التي دخلت الإعلام الجزائري الخاص حديثا، وتمكنت من استقطاب قطاع عريض من الجمهور، والتي جعلت المشاهد الجزائري اليوم يعيش بين عالمين متناقضين. حاملا في شخصيته ثقافتين متباعدتين وغير متكافئتين يصعب التقريب بينهما. ثقافة تراثية تحاكي القيم والعادات والتقاليد العربية الأصلية. وأخرى عولمية تغريبية، تسلبه الأولى وتدفعه نحو عصرنة فردية كوكبية مصطنعة. حيث تهدف هذه الدراسة للوقوف على معرفة ما تحاول أن تغرسه قناة الشروق الخاصة في الجمهور الجزائري من خلال استيرادها وإعادة بثها لمثل هذه المضامين الترفيهية، وذلك من خلال تحليل مضمون فقرات البرنامج الترفيهي المستنسخ "vendredi ماشي عادي" وذلك في الفترة الممتدة ما بين نوفمبر 2017م وفيفري 2018م.

وقد خلصت هذه الدراسة على الكثير من النتائج أهمها: أن البرنامج يحمل قيما ثقافية غربية بعيدة كل البعد عن القيم والثقافة العربية الجزائرية المحافظة والمسلمة بالدرجة الأولى، وذلك بحكم طبيعة البرنامج المستنسخ ذو الأصل الغربي، فبالتالي ما يحمله البرنامج مُعاد التصنيع من قيم ثقافية فاسدة "كالأخلاق اللقيطة تخاطب الأحاسيس والغرائز، حيث يغلب عليه الطابع الترفيهي الذي يقدم المرأة على أنها سلعة للعرض والجذب، وتروج لثقافة العُري والتهريج وإثارة الغرائز والشهوات لدى الشباب والمراهقين، كما أن هذا النوع من البرامج يختزن رسائل إعلامية مُوجهة وغير بريئة، هدفها الرئيسي كسر حاجز الحياء بين المرأة والرجل، والترويج إلى أن الرقص والغناء أمر عادي والخلاعة والتميع والتغزل أمر طبيعي، فيتسلل هذا الأمر تباعا وبشكل مستمر وناعم إلى اللاوعي وتسقط معه كل مقاومة..." فكل هذه القيم ما هي إلا اختراق لمنظومة العادات والتقاليد الوطنية المحلية بشكل سلبي، فمثل هذه الثقافة عاكسة ومتناقضة وهي تقريبا ثقافة تجارية نظرا لأن المتحكم في إنتاجها المؤسسات متعددة الجنسيات.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	شكر وعرفان
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ-د	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
7	أولاً- تحديد إشكالية الدراسة
9	ثانياً- أسباب اختيار موضوع الدراسة
10	ثالثاً- أهمية الدراسة
10	رابعاً- أهداف الدراسة
11	خامساً- تحديد مفاهيم الدراسة
15	سادساً- المقاربة النظرية للدراسة
23	سابعاً- منهج الدراسة
24	ثامناً- أدوات الدراسة
26	تاسعاً- فئات ووحدات تحليل المضمون
34	عاشراً- مجتمع البحث وعينة الدراسة
36	حادي عشر- الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
46	المبحث الأول: الثقافة والقيم
46	المطلب الأول: مفهوم الثقافة وأسسها
55	المطلب الثاني: مفهوم النسق القيمي وعلاقته بالثقافة
67	المطلب الثالث: الثقافة في التراث السوسيوثقافي

76	المبحث الثاني: الترفيه في البرامج التلفزيونية
76	المطلب الأول: أساسيات الإعلام التلفزيوني
84	المطلب الثاني: أبعاد الترفيه في البرامج التلفزيونية الأمريكية
91	المطلب الثالث: خصائص البرامج الترفيهية المستوردة
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي	
104	أ. بطاقة تقنية لبرنامج "vendredi ماشي عادي"
104	أولاً: التعريف بقناة الشروق tv
106	ثانياً: التعريف ببرنامج "vendredi ماشي عادي"
109	ثالثاً: التعريف بمقدم برنامج "vendredi ماشي عادي"
110	أ. نتائج الدراسة التحليلية لبرنامج "vendredi ماشي عادي" على قناة "الشروق tv"
110	أولاً: عرض وتحليل الجداول حسب الشكل والمضمون
125	ثانياً: نتائج الدراسة التحليلية
129	خاتمة
132	قائمة المراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجداول
36	الفقرات المختارة من حلقات برنامج فونغودي مش عادي الجزء 2	01
53	قام "جمال العيفة" بشرح أنواع الثقافات بناء على عناصر العملية الاتصالية بصفة إجمالية.	02
109	البرامج التلفزيونية التي أشرف على تقديمها	03
110	يوضح: توزيع العينة حسب القوالب الفنية	04
112	يوضح: توزيع العينة حسب أساليب اللغة المستخدمة	05
113	يوضح: توزيع العينة حسب الإخراج الفني	06
114	يوضح: توزيع العينة حسب فئة الفاعلين	07
115	يوضح: توزيع العينة حسب فئة القيم	08
117	يوضح: توزيع العينة حسب فئة القيم الثقافية	09
119	يوضح: العينة حسب فئة الوظائف	10
121	يوضح: توزيع العينة حسب فئة الخصائص الخلقية للشخصية	11
122	يوضح: توزيع العينة حسب فئة العناوين	12
123	يوضح: توزيع العينة حسب فئة تخصصات الضيوف	13

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
60	يوضح: المكونات والعناصر الأساسية للقيمة	01
111	يوضح: توزيع العينة حسب القوالب الفنية	02
112	يوضح: توزيع العينة حسب أساليب اللغة المستخدمة	03
114	يوضح: توزيع العينة حسب الإخراج الفني	04
115	يوضح: توزيع العينة حسب فئة الفاعلين	05
117	يوضح: توزيع العينة حسب فئة القيم	06
119	يوضح: توزيع العينة حسب فئة القيم الثقافية	07
120	يوضح: العينة حسب فئة الوظائف	08
122	يوضح: توزيع العينة حسب فئة الخصائص الخلقية للشخصية	09
123	يوضح: توزيع العينة حسب فئة العناوين	10
124	يوضح: توزيع العينة حسب فئة تخصصات الضيوف	11

مَقْدَمَةٌ

مقدمة:

يشهد العالم منذ بداية الربع الأخير من القرن العشرين، ثورة ثقافية / إعلامية كبيرة، اقترنت بالماديات الواسعة للبث التلفزيوني، أدت إلى إحداث تغيرات هامة وعميقة في مجالات الحياة الإنسانية المعاصرة.

فالانفجار المعرفي الكبير الذي أتى للعالم بكتل هائلة من المعارف والمعلومات، زاد من سرعة انتقالها بصفة فائقة عبر التقنيات الاتصالية الحديثة التي أفرزتها الثورة التكنولوجية، فألغت الأبعاد والمسافات واجتازت الحدود الجغرافية، فحملت أشكالاً ونماذج متعددة من الأفكار والعادات والقيم الاجتماعية، التي أدت إلى تقارب الشعوب وتلاقي الثقافات، ليتحول العالم بذلك إلى ما أسماه "ماكلوهان" بالقرية الواحدة أو "الكونية".

ويعتبر التلفزيون إحدى أكثر الوسائل الإعلامية الجماهيرية تأثيراً وأكثرها قبولاً من الجماهير لاستفادته من التطور التكنولوجي وبحكم سرعة انتشاره وسهولة استخدامه والمتعة التي يحملها والمصادقية المتصورة فيه لا بد أن يكون الأهم بين وسائل الإعلام الأخرى من خلال ازدياد عدد القنوات الفضائية وانتشارها المتزايد واتساع دائرة الجمهور الذي يتعرض لها تزداد أهمية تلك القنوات ويتعاظم تأثيرها على كافة فئات الجمهور، حيث أثبتت الدراسات عن مدى استطاعت تأثير تلك القنوات الفضائية في ظل المتغيرات المتلاحقة التي يعيشها العام العربي حالياً. ومن أهمها محاولة بعض الدول المتقدمة فرض نماذج جاهزة على الدول النامية وطمس هوية مجتمعاتها من خلال بث برامج مقلدة من الغرب لتقدم له نمط تنشئة غير مألوف وتقدم له ثقافة استهلاكية تتنافى مع الثقافة والهوية العربية على سبيل الترفيه كوظيفة مهمة من وظائف الاتصال الجماهيري ليمثل دافعا مهماً لأفراد الجماهير في متابعة وسائل الإعلام من أجل التحرر من ضغوط الحياة، حيث أصبح الترفيه سمة قوية من سماته وخصائصه التي ينطلق منها ويتفوق بها على سائر وسائل الإعلام الجماهيرية.

وقد ظهرت هذه البرامج في الغرب أولاً، ثم تطورت كثيراً حيث وصلت إلى شكلها الحالي في نهاية التسعينيات من القرن الماضي، وقد انتشر هذا النوع من البرامج في كل أنحاء العالم إلى غاية وصولها القنوات الفضائية العربية، التي قامت باستيرادها جاهدة من الغرب وأعدت بثها، أو اشترت حقوق إعادة إنتاجها محلياً، وتبرز أهمية تلك القنوات في ظل المتغيرات التي يعيشها العالم حالياً في محاولة تغيير نمط تفكير المجتمعات لمفهوم الهوية والعادات والتقاليد وأصبحوا ينظرون لما هو في الخارج من أنواع الفساد العصري.

والجزائر كغيرها من دول العالم لديها العديد من القنوات الفضائية، والتي ازداد عددها بعد صدور قانون الإعلام 2012 الذي سمح بفتح قنوات تلفزيونية خاصة.

وتمثل قناة "الشروق tv" الخاصة واحدة من هذه القنوات التي بدأ بثها بباقة برامج متنوعة موجهة لتلبي أذواق شرائح عديدة في المجتمع، فالهدف من إطلاقها هو تغطية جزء من النقص في مجال الترفيه التلفزيوني بالجزائر من خلال مجموعة من البرامج الترفيهية، إلا أن أغلب هذه البرامج الترفيهية في قناة "الشروق tv" الجزائرية أخذت طابعا مستسحا، وذلك من خلال استيراد ما هو موجود في الفضائيات الأجنبية، وتحويله إلى نسخ عربية، حيث تعتمد القناة على شراء برامج تحمل قيما غربية وتقوم بإعادة عرضها بنسخة عربية طبق الأصل على النسخة الأجنبية، والتي يعد برنامج "vendredi ماشي عادي" من بينها، هذا الأخير برنامج ترفيهي أجنبي لنموذج غربي يحمل قيما غربية، الذي تعود فكرته لمنتج إيرلندي، والذي قُدمت نسخته لأول مرة بالإنجليزية تحت عنوان "All Thing Goes"، إلا أن البرنامج اشتهر بين الجزائريين من خلال نسخته الفرنسية "vendredi tout permes" وتعد قناة الشروق الجزائرية البلد الـ 31 الذي يعيد تقديم البرنامج عالمياً، وثاني بلد عربي بعد لبنان الذي أنتجته تحت اسم " الليلة جنون".

ومن هنا جاءت دراستنا لتتناول موضوع "القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الترفيهية الجزائرية"، وتركز بالبحث على القيام بدراسة تحليلية لعينة من فقرات البرنامج الترفيهي المستسح "vendredi ماشي عادي" وهي بذلك تنطلق من التساؤل عن ما تحاول قناة الشروق الجزائرية الخاصة من أن تغرسه في المجتمع الجزائري المحافظ والمسلم بالدرجة الأولى من قيم عند بثها للبرنامج الترفيهي المستورد الذي يتضمن اتجاهات فكرية وجوانب

ثقافية وسلوكية، تخالف طبيعة المجتمع الجزائري من حيث العادات والتقاليد والقيم، والثقافة عامة. وهنا تكمن مشكلة البرامج المستوردة وانعكاساتها على المجتمعات العربية، بعدما انتشرت على نطاق واسع في الآونة الأخيرة.

ولإحاطة بجوانب هذا الموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول نلخص محتواها كالآتي:

الفصل الأول: اعتمدنا فيه على الإطار المنهجي للدراسة والذي يحتوي على: الإشكالية، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها، مفاهيم الدراسة، المقاربة النظرية للدراسة، منهج الدراسة وأدواتها، فئات ووحدات تحليل المضمون، مجتمع البحث وعينة الدراسة، وأخيرا الدراسات السابقة.

الفصل الثاني: اعتمدنا فيه على الإطار النظري للدراسة والذي يحتوي على مبحثان وهما كالتالي:

- حمل المبحث الأول عنوان: " الثقافة والقيم" و قد ركزنا فيه للبحث عن مفهوم الثقافة وأسسها، بالإضافة إلى مفهوم النسق القيمي وعلاقته بالثقافة لينتهي بنا المبحث في آخر مطلب وهو الثقافة في التراث السوسيوثقافي.
- فيما اهتم المبحث الثاني والأخير ب "الترفيه في البرامج التلفزيونية"، حيث حاولنا فيه بداية بتحديد أساسيات الإعلام التلفزيوني، ثم تطرقنا لأبعاد الترفيه في البرامج الأمريكية، لنصل بعد ذلك إلى خصائص البرامج الترفيهية المستوردة كآخر مطلب.

الفصل الثالث: اعتمدنا فيه على آخر جزء من الدراسة وهو الإطار التطبيقي للدراسة، حيث تضمن بطاقة تقنية لبرنامج "vendredi ماشي عادي" التي احتوت على: التعريف بقناة "الشروق tv"، التعريف ببرنامج "vendredi ماشي عادي"، والتعريف بمقدم برنامج "vendredi ماشي عادي".

بالإضافة إلى عرض نتائج الدراسة التحليلية لبرنامج "vendredi ماشي عادي" على قناة "الشروق tv"، وقد تم فيه: عرض وتحليل الجداول حسب الشكل، وعرض وتحليل الجداول حسب المضمون، وأخيرا عرض نتائج الدراسة التحليلية.

وقد تم الاستعانة باستمارة تحليل المضمون، بعد تحديد وحدات وفئات التحليل والتي تمثلت في ثمانية فئات رئيسية وهي: فئة القوالب الفنية، مستويات اللغة المستخدمة، الإخراج الفني، فئة الفاعلين، القِيم، فئة الوظائف، العناوين، وأخيرا فئة تخصصات الضيوف.

وقد شكلت هذه الفئات المحاور الرئيسية لتلك الاستمارة، بالتماشي مع إشكالية الدراسة ومفاهيمها وتساؤلاتها الرئيسية.

وقد تم فيه تحليل نتائج الدراسة عبر تقسيمها لشقين، الشق الأول لتحليل النتائج المتعلقة بالشكل وتضمن الفئات الخاصة بالقوالب الفنية، مستويات اللغة المستخدمة، والإخراج الفني، أما الشق الثاني فقد خصص لتحليل النتائج المتعلقة بالمضمون وهي الخاصة بالفاعلين، والقِيم المتضمنة في البرنامج، والوظائف ونمط صياغة العناوين المستخدمة، وأخيرا فئة تخصصات ضيوف البرنامج.

لنصل في الأخير إلى عرض أهم نتائج الدراسة، ثم الخاتمة والتي اشتملت على النتيجة العامة للدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: تحديد إشكالية الدراسة

ثانياً: أسباب اختيار موضوع الدراسة

ثالثاً: أهمية الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: تحديد مفاهيم الدراسة

سادساً: المقاربة النظرية للدراسة

سابعاً: منهج الدراسة

ثامناً: أدوات الدراسة

تاسعاً: فئات ووحدات تحليل المضمون

عاشراً: مجتمع البحث وعينة الدراسة

حادي عشر: الدراسات السابقة

أولاً: تحديد إشكالية الدراسة

إن انتشار وسائل الإعلام على نطاق واسع في القرن العشرين، وظهور وسائل جديدة تعتمد على السمع والبصر أو على كليهما، جعل الكثيرين يتساءلون على الدور الفعلي الذي تلعبه وسائل الإعلام في الحياة الاجتماعية ومدى تأثيرها على الأفكار والقيم والاتجاهات والسلوك.

وفي طليعة هذه الوسائل نجد التلفزيون الذي يعد من أقوى الوسائل التي فرضت نفسها في الساحة الإعلامية، لما تمتلكه هذه الوسيلة من قدرة في التأثير على وعي المتلقي ومشاركته في التكوين الثقافي للمجتمعات، بالإضافة إلى قدرته في تأدية الوظائف الإعلامية والتثقيفية والترفيهية.

وقد ازدادت أهميته بعد ظهور الأطباق الفضائية، عبر الأقمار الصناعية، حيث بات من أهم مظاهر التطور التكنولوجي في مجال الاتصال، إذ أصبح في جميع المنازل في الوقت الحاضر وباتت آثاره الإيجابية والسلبية واضحة في مظاهر الحياة المختلفة، كما أصبح عسبا للاتصالات الدولية بعد ما أدى إلى إسقاط الحواجز الثقافية والاتصالية بين شعوب العالم ليحول لذلك العالم إلى قرية كونية صغيرة.

حيث برزت على الساحة الإعلامية الجزائرية، بعد فتح مجال السمعي البصري العديد من الفضائيات الخاصة إلى جانب التلفزيون الجزائري بكل قنواته، والتي سعت منذ تأسيسها إلى الدخول في سياق إعلامي على مستوى البث والإنتاج، وذلك من أجل كسب أكبر شريحة من المشاهدين، إضافة إلى الأرباح المادية التي تحققها، بحيث لم تأخذ البرامج الترفيهية وقتاً طويلاً للتغلغل داخل الشبكة البرمجية لهذه القنوات الجزائرية الخاصة.

ويعد الترفيه من أبرز وظائف الإعلام والذي يعتبر دافعا مهماً لأفراد الجماهير في متابعة وسائل الإعلام، حيث نجد العديد من القنوات الجزائرية الخاصة بدأت تتنافس فيما بينها حول إنتاج مثل هذه البرامج وتتسابق لإرضاء الجمهور الجزائري واجتذابها له من ما تقدمه من مواد ترفيهية بعضها يتعارض مع التنشئة الاجتماعية ومقوماتها، ويعمل على إشاعة النماذج الغربية من خلال نسخ مقتبسة من برامج أمريكية و أوروبية.

وفي ظل تنامي هذا النوع من البرامج الترفيهية "المستنسخة" في القنوات الجزائرية الخاصة، واستقطابها لقطاع عريض من المشاهدين، والتي جعلت المشاهد الجزائري اليوم يعيش بين عالمين متناقضين. حاملا في شخصيته ثقافتين متباعدتين وغير متكافئتين، يصعب التقريب بينهما. ثقافة تراثية تحاكي القيم والعادات والتقاليد العربية الأصلية، وأخرى عولمية تغريبية، تسلبه الأولى وتدفعه نحو عصرنة فردية كوكبية مصطنعة. تأتي محاولتنا اليوم للوقوف على معرفة ما تحاول أن تغرسه قناة الشروق tv الخاصة في الجمهور الجزائري من خلال استيرادها وإعادة بثها لمثل هذه المضامين الترفيهية، وذلك من خلال تحليل مضمون البرنامج الترفيهي المستنسخ "vendredi ماشي عادي"، لنخلص للإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

ما طبيعة القيم التي ترمي قناة "الشروق tv" الخاصة لغرسها داخل المجتمع الجزائري من خلال بثها للبرنامج الترفيهي المستنسخ "vendredi ماشي عادي"؟

وتندرج تحت هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية:

1/ فيما تتمثل القوالب الفنية المعتمدة في برنامج "vendredi ماشي عادي" على قناة الشروق tv؟

2/ ماهي مستويات اللغة المستخدمة في عرض قيم برنامج "vendredi ماشي عادي"؟

3/ ماهي تقنيات التصوير المعتمدة في برنامج "vendredi ماشي عادي"؟

4/ فيما تتمثل فئة الشخصيات المؤكلون بالأدوار ضمن البرنامج؟

5/ فيما تتمثل القيم التي يعكسها برنامج "vendredi ماشي عادي" على الجمهور الجزائري؟

6/ ماهي الوظائف الظاهرة والكامنة التي يؤديها الغرض من هذا البرنامج؟

7/ ما هي الخصائص والسمات الخلقية للشخصيات المتواجدة في البرنامج؟

8/ ما الغرض من الاعتماد على التنوع في كيفية كتابة العناوين في البرنامج؟

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع

يمكن حصر الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع في:

الأسباب الذاتية:

1/ اهتمامنا بالبرامج التلفزيونية بصفة عامة و البرامج الترفيهية المستوردة بشكل خاص.

2/ معرفة ما إذا كان مضمون هذا البرنامج "vendredi" ماشي عادي" يراعي ثقافة وخصوصية المجتمع الجزائري.

3/ محاولة معرفة أهداف القنوات الجزائرية الخاصة من نقلها لهذه المضامين الترفيهية الغربية بنسختها العربية.

الأسباب الموضوعية:

1/ قلة الدراسات العلمية في المكتبات الجزائرية في مجال البرامج الترفيهية المستوردة من الغرب.

2/ انتشار البرامج الترفيهية في القنوات الجزائرية الخاصة و تزايد اهتمام المتلقين بهذا النوع من البرامج، خاصة و أن معظم ثقافة الفرد الحالي مأخوذة مما تبثه هذه المضامين المستوردة.

3/ أهمية الرسالة الإعلامية الترفيهية في تحقيق التسلية والتنفيس على المستوى الفردي و الاجتماعي.

4/ الفهم الخاطئ للحضارة و الرقي و حصرها في استنساخ برامج أجنبية بعيدة عن قيمنا ومعتقداتنا .

5/ أهمية هذا النوع من البرامج ودورها الفعال في غرس القيم الثقافية الغربية أواسط المجتمع الجزائري.

ثالثا: أهمية الدراسة

ليست البرامج الترفيهية مجرد أداة للتسلية و الترويح عن النفس كما يظن البعض، أو مصدرا من مصادر التنفيس من حقائق الحياة المكدر و الرتيبة التي يعيشها المواطن فحسب، ولكنها وفي ظل المتغيرات المتلاحقة التي يعيشها العالم حاليا، والتي من أهمها ظاهرة استنساخ الدول العربية لبعض البرامج التلفزيونية للدول الغربية، حيث نجد أن الوسط الإعلامي الجزائري هو الآخر يشهد نماذج ترفيهية جاهزة كوسيلة للهروب من الواقع ومصدرا للترفيه والتسلية، وجذب الجمهور، حيث قامت القنوات الجزائرية الخاصة باستنساخ بعض البرامج كما هي، دون أي تعديل، على الرغم من أن هذه البرامج قد صممت للمجتمع الذي استوردت فيه، هذا الأمر، ربما يعزز -بدوره- ظاهرة الاغتراب الثقافي التي تعد من المشكلات المهمة التي انتشرت -في الأساس- بين أواسط المجتمع الجزائري.

لم تتراجع أهمية البحث في تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية إلى يومنا هذا، بل تزداد أهميتها كلما تزايد الحديث عن دور وسائل الإعلام في المجتمع. وهي تطرح بإلحاح على الخبراء و الدارسين لفك إشكالية تأثيرها على الفرد. من هذا المنطلق تدخل أهمية دراستنا هذه على أنها جزء بسيط من محاولة فهم طبيعة عمل القنوات الجزائرية الخاصة و ذلك من خلال بثها لمضامين ترفيهية مستنسخة، والتي تحمل قيم غربية دخيلة على مجتمعنا الجزائري، الأمر الذي لم يحظى بعناية كافية، في اعتقادنا، خاصة وأن هذا النوع من البرامج المستنسخة يشهد انتشارا ملحوظا في القنوات الجزائرية الخاصة، كما يشهد أيضا نسبة متابعة عالية. بحيث لم يعد مقبولا أن لا يؤخذ هذا الجانب بالعناية اللازمة من طرف الباحثين الجزائريين، بينما أنجزت دراسات عدة حوله في المجتمعات العربية الأخرى.

رابعا: أهداف الدراسة

إن اختيار الباحث الإعلامي لمشكلته الإعلامية واعتبارها مشكلة تستحق الدراسة يعني أن هناك مجموعة من الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، من خلال التطرق لها في دراسته العلمية، و باعتبار دراستنا حول طبيعة البرامج الترفيهية في القنوات الجزائرية الخاصة، و ما تعكسه من قيم على المجتمع الجزائري - كونها برامج مستنسخة في الأصل -

مع الإشارة إلى أن عينة الدراسة هي برنامج "vendredi ماشي عادي" على قناة الشروق. وبالتالي سنوضح أهم الأهداف المرجو تحقيقها من خلال هذه الدراسة :

1/ التعرف على البرنامج التلفزيوني الترفيهي "vendredi ماشي عادي" وما يقدمه من موضوعات للجمهور الجزائري.

2/ محاولة الكشف عن مستويات اللغة والأساليب التي يستخدمها برنامج "vendredi ماشي عادي" في ترسيخه للقيم الوافدة في الجمهور الجزائري.

3/ التعرف على تقنيات التصوير المعتمدة في برنامج "vendredi ماشي عادي".

4/ الكشف عن أهم القيم المستوردة نتيجة التغلغل الثقافي و الاستهلاكي من قبل الجمهور الجزائري لهذه المضامين الترفيهية المستوردة (برنامج vendredi ماشي عادي).

5/ التعرف على كل من تخصصات الضيوف و الغرض من الوظائف التي تؤديها مثل هذه البرامج.

6/ محاولة معرفة الخصائص والسمات الخُلقية للشخصيات المتواجدة في البرنامج.

خامسا: تحديد مفاهيم الدراسة

احتوت دراستنا على المفاهيم التالية :

1/ القيم:

هي عبارة عن تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية معمقة نحو الأشخاص والأشياء والمعاني وأوجه الأشياء التي توجه رغباتنا واتجاهاتنا نحوها، والقيمة مفهوم مجرد ضمني غالبا يعبر عن الفضل أو الامتياز أو درجة الفضل الذي يرتبط بالأشخاص أو الأشياء أو المعاني أو أوجه النشاط.¹

¹ د. جابر عبد الحميد جابر، علم النفس الاجتماعي (القاهرة،: عالم الكتب، 1991) ص37.

التعريف الإجرائي للقيم: هي حصيلة للتجربة الجمعية للمجتمع، فبصورة تلقائية تقوم كل جماعة بترتيب قيمها حسب الأهمية التي تكمن وراء كل قيمة، مما يسهم في سيادة قيمة معينة في مجتمع ما وسيادة قيمة أخرى في مجتمع آخر.

2/ القيم الثقافية:

القيم الثقافية اصطلاحاً: هي مجموعة المبادئ المادية والروحية والاتجاهات والمعتقدات والتوجهات والافتراضات الأساسية التي تلبى حاجات الإنسان وتحكم تصرفاته وتشكل ركائز لكل ما هو سائد بين الناس داخل المجتمع، فتمنح قيمة لموضوع وتسلبها من موضوع آخر، تزين سلوك ما وتحث الناس عليه وتشين آخر وتمنع الناس منه.¹

تعتبر القيم الثقافية نتيجة تفاعل مجموعة عناصر من تاريخ ودين وسياسة نتيجة استقرارها وتفاعلها مع مختلف العناصر المحيطة.²

التعريف الإجرائي للقيم الثقافية: القيم هي لب الثقافة لأي مجتمع من المجتمعات حيث تمثل الرموز الثقافية التي تحدد ما هو مرغوب فيه، وبالإضافة إلى ذلك، فهي تعمل على تحديد السلوك السوي وغير السوي وتدعيم الاتجاهات والمعايير في مختلف مواقف الفعل الإنساني، ومنه فإن أي انحراف عن تلك القيم يعد انحرافاً عن ثقافة المجتمع.

3/ البرامج التلفزيونية:

البرنامج لغة: البرنامج خطة تنفيذ من طرف الفرد أو الجماعة في فترة زمنية لتحقيق أهداف معينة.³

البرنامج اصطلاحاً: البرنامج عبارة عن فكرة تجسد وتعالج تلفزيونياً باستخدامه كوسيلة تتوافر لها إمكانات الرسائل الإعلامي، و تعتمد على الصورة الإعلامية سواء كانت مباشرة

¹ - أحمد إبراهيم عبد الهادي، إدارة الحملات الإعلانية، مركز التعليم المفتوح، كلية التجارة، مصر، دط، 2007، ص35

² - مجلة الثقافة وتسيير أعمال الملتقى الدولي المنعقد بالجزائر 28-30 نوفمبر 1992، كاتب المقال بوفلجة غياث، اسم المقال: تناقض القيم داخل التنظيم، ص215

³ يوسف محمد البقاعي، قاموس الطلاب "عربي-عربي" مراجعة وتدقيق شهب الدين أبو عمرو، دار المعرفة، الدار البيضاء، المغرب (د.س.م)، ص107.

أو مسجلة على أفلام و شرائط و يتخذ قالباً واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة، وتتطور برامج التلفزيون باستمرار حيث يلاحظ ألواناً جديدة، وأشكالاً برامجية متميزة من أن إلى آخر، و ذلك لجذب المشاهدين و التأثير فيهم.¹

البرنامج التلفزيوني: هو فكرة أو مجموع من الأفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين باستخدام الصورة بكامل تفاصيلها الفنية لتحقيق هدف معين.²

التعريف الإجرائي للبرامج التلفزيونية: "رسالة من مرسل، عبر قناة (مجموع مشاهد مصورة يصاحبها صوت)، إلى مستقبل (مشاهد)، تريد أن تحقق أهدافاً محددة عبر معلومات عقلية ووجدانية تناسب ميول ورغبات المستقبل و قدراته العقلية، ترسل بأساليب وطرق تبتث الإمتاع والترويح فيه".³

4/ البرامج الترفيهية:

الترفيه لغة:

رقّه: يرقّه، ترفيهها، فهو مرقّعة، والمفعول مرقّه.

رقّه فلانا: نعّمه وأراحه، رقه الأب ابنه: أي زوّده بمتعة كبيرة.

رقّه عن نفسه: نقّس، خفّف، أزال عنها الضيق والتعب.⁴

الترفيه اصطلاحاً:

هو المضمون الإعلامي الذي يهدف إلى التنفيس عن الانفعال والتسلية والتخفيف من التوتر و الهموم، بإلهاء المتلقي أنياً عن مشكلاته الشخصية، وإعطائه برهة يشعر فيها

¹ محمد معوض، المدخل إل فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، (د.س.ن)، ص115.

² فهد عبد الرحمن الشميميري، التربية الإعلامية "كيف تتعامل مع الإعلام"، الطبعة الأولى، مكتبة فهد، الرياض، 2010، ص221.

³ فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني - كتاباته ومقومات نجاحه-، دار الفجر للطباعة والنشر ودار النفائس للنشر والتوزيع، بغداد، 2007، ص ص21-22.

⁴ أحمد مختار عمرو و آخرون، معجم اللغة العربية المعاصرة، المجلد الثاني، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص 221.

بالراحة والاسترخاء والترويح إحدى وظائف الإعلام الرئيسية المرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالفن الرفيع، وقد أصبح هذا اللون من الإعلام يملأ مساحات كبيرة من الجرائد والمجلات ومن برامج الإذاعة والرنات ومعظم الأقلدة الرناتية التي تنتج اليوم و في العالم باعتبارها مواد إعلامية ترويحية، لا ينطبق عليها حقيقة صفة الترويح، ذلك أنها تصور الحياة كلها على أنها لحظة جنس مسعورة. فالرسالة الترويحية رسالة فنية جمالية قريبة من الفطرة حبيبة إلى الشعور والفن هو الذي يرسم صورة الوجود الجميلة من زاوية التصور الإسلامي لهذا الوجود والجمال.¹

التعريف الاصطلاحي للبرامج الترفيهية:

هي البرامج التي تعمل إبعاد المشاهد عن مشكلات العالم الواقعي، وتلجأ إلى العاصمة وتقوي الخيال مثل: البرامج الكوميديّة، الألعاب الرياضية و برامج المنوعات و المسابقات وأفلام الكوميديا و أفلام الكرتون.²

5/ البرامج الترفيهية المستنسخة:

هي ذلك النوع من البرامج التي يتم نسخها عن برامج أجنبية تعتمد الطابع الترفيهي تنتجها وتبثها بعض القنوات العربية التي تمكنت من شراء أفكارها من أصحابها الأصليين.³

6/ القنوات الجزائرية الخاصة:

اصطلاحاً: هي عرض تلفزيوني مرئي يبث عبر شبكة الأقمار الصناعية تدور حول الأرض من مسارات محدودة معروفة، وتحدد بالزاوية والاتجاه عبر البوصلة لتحديد اتجاه النقاط كل مجموعة منها.⁴

¹ - خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام و الاتصال، ط1، دار اللسان العربي، الجزائر، 1422 هـ، ص43.

² - نورة نايلي: البرامج الترفيهية في القناة الجزائرية ووظائفها تجاه المراهقين الجزائريين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في

علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2013-2014 ص13

³ - حنان بوصوشة: اتجاهات الشباب الجامعي نحو برامج الترفيه المستنسخة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام

والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف -المسيلة- ص7.

⁴ - هبة شاهين: التلفزيون الفضائي العربي، دار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2006، ص102.

وعرفها هناء السيد: على أنها استقبال الإرسال التلفزيوني من الأقمار الصناعية مباشرة بأجهزة الاستقبال المنزلية دون التدخل في محطات الاستقبال الأرضي.¹

تعريف القنوات الجزائرية الخاصة:

تعد القنوات الجزائرية الخاصة التي تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال الجزائرية إحدى المعالم الحديثة للإعلام الجزائري، حيث برزت هذه القنوات كنتيجة للتغيرات السياسية في الوطن العربي، وكذا لثروة الاتصالات بعد عقود طويلة من احتكار الحكومات العربية للإعلام المرئي والمسموع، وقد شهدت السنوات القليلة الماضية تدفقا هائلا لرأس المال الجزائري الخاص في مجال إطلاق القنوات الفضائية الجزائرية، سواء من خارج الوطن أو من داخله، واستطاعت العديد من القنوات جذب اهتمام المشاهد الجزائري وحقق بعضها رغم قصر المدة فكرة الاستقلال التام لبعض المحطات الخاصة، مع ذلك فإن القنوات الفضائية الخاصة قد استطاعت تحريك المياه الراكدة في مجال الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي، وتمثل القنوات الفضائية الخاصة إحدى خطوات تطور الخطوات الاتصالية العالمية، والتي بدأت بمرحلة الصفوة التي تستهدف ملاقة اهتمامات جميع أفراد المجتمع، تسعى القنوات الفضائية الخاصة لمخاطبة جمهور محدد بتقديم مواد إعلامية بعينها.²

سادسا: المقاربة النظرية للدراسة

إن المقاربة النظرية هي عبارة عن وسيلة لممارسة الفكر. وتعد النظرية قالب فكري منظم، يبدأ بمجموعة من التخيلات العقلية والتي تسمى بالفروض العلمية، حيث تقوم بربط مجموعة من المتغيرات وتساعد الباحث على تفسير العلاقة بين هذه المتغيرات تفسيراً منهجياً.³

ونظرا لطبيعة الموضوع المبحوث "القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الترفيهية الجزائرية" فإننا تبني "نظرية الغرس الثقافي".

¹ - هناء السيد: الفضائيات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع، دار الفكر العربي، القاهرة 2005، ص12.

² - هبة شاهين: مرجع سابق، ص103.

³ - ناصر قاسمي: التحليل السيميولوجي نماذج تطبيقية، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2017، ص126.

1- مفهوم نظرية الغرس الثقافي: "Culturation Theory"

تعتبر نظرية الغرس الثقافي تصويراً تطبيقاً للأفكار الخاصة بعملية بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم، وذلك نتيجة تعرض المشاهدين لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون والسينما تأثير عمليات التكرار في المشاهدة والتشابه في المضامين المفروضة على إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعي الحقيقي والواقع التصويري الذي يقدمه الإعلام ووسائله.

نظرية الغرس من النظريات التي تقيس تأثيرات الرسالة الإعلامية على الجمهور بحيث تركز على دراسة دور التلفزيون وباقي وسائل الإعلام في غرس الثقافة عند الجمهور بشكل عام والفئات التي تجلس كثيراً أمامه.¹

أولاً مفهوم الغرس: يعني كثافة التعرض للتلفزيون والتعلم من خلال ملاحظة الصورة عبر الاستخدام الانتقائي للرسائل، والتي تقود المشاهد إلى الاعتقاد بأن العالم الذي سيشاهده على شاشة التلفزيون هو صورة من العالم الواقعي الذي يعيش فيه.

الغرس يحدث عبر النقل المكثف للصورة الرمزية للأحداث. فتتكون الثقافة التي هي ببساطة عبارة عن وعاء من الرموز والصور الذهنية التي تنظم العلاقات الاجتماعية والمواقف.²

ثانياً مفهوم الغرس الثقافي: هذه النظرية تتعلق بوسيلة التلفزيون لدراسة العنف والجريمة في المضامين التلفزيونية وتطورت ونتج عنها اكتشاف أن الفرد الذي يتعرض للتلفزيون انغرس فيه قيم وتصورات تجعله يتبناها، ويظن فعلاً أنها ما يحدث بالواقع وبالتالي تنغرس فيه لاشعورياً، فإذا سألناه عن ظاهرة ما يكون تفسيره ونظره حسب ما يتلقاه من التلفزيون ومغايرة تماماً للواقع.³

¹ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998م، القاهرة، مصر، ص213.

² - بسيوني إبراهيم حمادة: دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2008، ص111.

³ - عبد الحافظ عواجي صلوي، أسامة بن مساعد المحيا: نظريات التأثير الإعلامية، تم إعدادها بتاريخ 25-03-1433هـ، ص26.

والمتلقي يتقبل ما يبث له على أنه هو تعبير حقيقي للواقع لكونه غير واع بعملية صنع هذا القرار أو الواقع، بل أن وعيه لا يتعدى الشعور بالتسلية وذلك بقضاء الساعات الطويلة أمام شاشة التلفاز.¹



2- نشأة وتطور نظرية الغرس الثقافي:²

يرجع ملفين ديفلير "Melvin Deflir" بدايات وجذور نظرية الغرس الثقافي الأولى إلى مفهوم ولتر ليبمان "Walter Lipman" للصورة الذهنية التي تتشكل في أذهان الجماهير من خلال وسائل الإعلام سواء عن أنفسهم أو عن الآخرين، إذ رأى ليبمان أن هذه الصورة أحيانا تكون بعيدة عن الواقع نتيجة عدم وجود رقابة على المواد المعروضة في وسائل الإعلام مما يؤدي إلى غموض في الحقائق وتشويه المعلومات وسوء فهم الواقع.

إلا أن الباحث الأمريكي جورج جيربندر "George Gerbner" يعتبر من وضع هذه النظرية في أواخر الستينات من القرن الماضي عندما شهد المجتمع الأمريكي فترات الاضطرابات بسبب انتشار مظاهر العنف والجريمة في أعقاب اغتيال "مارتن لوتر كينج" والرئيس "جون كينيدي"، وتورط الولايات المتحدة الأمريكية في حرب الفيتنام، حيث تم سنة 1968 تشكيل لجنة قومية لبحث ودراسة أسباب تفشي العنف وسبل الوقاية منه وعلاقة التلفزيون خاصة بذلك، لهذا قام الباحثون بدراسات عديدة منذ تلك الفترة ركزت اغلبها على تأثير مضمون برامج التلفزيون خاصة التي تقدم وقت الذروة وعطلة نهاية الأسبوع على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي، وكان العنف هو الموضوع الرئيسي محل الدراسة.

¹ - حسن عماد المكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سبق ذكره، ص 214.

² - حسن عماد مكاوي: الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، لبنان، ط7، 2008، ص ص 313-314.

وقد توصل الباحث "جورج جيربندر" من خلال سلسلة أبحاثه في ذات الإطار إلى أن التلفزيون أصبح يسيطر أو قوة مسيطرة على كثير من الناس، ومصدرا رئيسيا لبناء تصوراتهم عن الواقع، وبالتالي فالعلاقة بين التعرض للتلفزيون والأفكار المكتسبة تكشف عن أهمية دور التلفزيون في بناء القيم والتصورات المدركة للواقع الاجتماعي، وبالتالي أصبح الواقع الإعلامي المدرك من التلفزيون هو ما يعتمد عليه الفرد في علاقته بالآخرين.

للإشارة جيربندر قام خلال دراسته بتصنيف مشاهدي التلفزيون في ثلاث فئات:

1- المشاهدون بمعدل بسيط أقل من 2 سا.

2- المشاهدون بمعدل متوسط (2-4) ساعات يوميا.

3- المشاهدون بمعدل غزير أكبر من 4 ساعات

وخلص إلى عدة نتائج أهمها أن المشاهدين بمعدل غزير تكون معتقداتهم وآراؤهم مماثلة لتلك التي صورت على التلفزيون بدلا من العالم الحقيقي مما يؤكد أن التلفزيون يضع لمشاهديه على المدى الطويل واقعا خاصا مختلفا عن الواقع الحقيقي وان المشاهدين بحكم متابعتهم المتواصلة لبرامجه يصدقون هذا الواقع ويتعاملون معه باعتباره حقيقة، ثم طور "جيربندر" مع زميله "لاري غروس" نظريته عبر مشاريع بحث عديدة بعنوان "المؤشرات الثقافية" لتتبع آثار التلفزيون المنغرس على المشاهدين خاصة ما تعلق ببرامج العنف والجريمة.¹

3- أسس ومبادئ النظرية:

ترتكز نظرية الغرس الثقافي على بعض الأسس والمبادئ وهي كالتالي:²

* التلفزيون وسيلة متميزة عن وسائل الإعلام الأخرى: فالتلفزيون هو الوسيلة التي تدخل إلى البيوت لمدة تزيد عن سبع ساعات يوميا، ويتميز بقدرته على جذب الكبار والصغار حوله مما يجعله بيئة للتعليم، وهو موزع أساسيا للصورة الذهنية، كما أنه يشكل

¹ - حسن عماد مكايي: مرجع سابق، ص 314.

² - بسيوني إبراهيم حمادة: مرجع سبق ذكره، ص ص 120 - 121.

الاتجاه السائد لثقافتنا الشعبية من ناحية أخرى، وما يميز التلفزيون أيضا هو قدرته على توحيد الأنماط الثقافية وتبسيطها وجعلها مشتركة بين جميع أعضاء المجتمع، ومن هنا فإن عملية الغرس تتفاعل فقط مع التلفزيون.

* رسائل التلفزيون تشكل نظاما متجانسا هو التيار السائد في ثقافتنا: إن الغرس باعتباره عملية ثقافية يرتبط بالإطار النظري للمعرفة، ويخضع للمفاهيم التي تتكشف في الإجابة على أسئلة محددة، وهذه المفاهيم يتم غرسها عن طريق التعرض للتلفزيون، حيث أن كثيفي المشاهدة يشاهدون خليط من البرامج والنتيجة هو أن يحدث التلفزيون والنص التلفزيون والنص التلفزيوني نوعا من التجانس بين الجماعات الاجتماعية المختلفة وهو ما يؤدي إلى ذوبان الاختلافات الاجتماعية التقليدية.

* مضمون هذه الرسائل يقدم مفاتيح الغرس: إن أسئلة المسح المستخدمة يجب أن تعكس المضامين المختلفة الموجودة في الرسائل التلفزيونية التي تقدم لمجموعات كبيرة من المشاهدين عبر فترة زمنية طويلة حيث لا تصلح الأسئلة الاستطلاعية والاستكشافية التقليدية في تحليل الغرس.

إن الأسئلة المستقاة من العالم الواقعي تمد الغرس بأنماط معلوماتية تستطيع تفسير المعلومات المقدمة في عالم التلفزيون وهو ما يؤدي إلى نتائج مثمرة.

تحليل الغرس يركز على إسهام التلفزيون ووسائل الإعلام في صياغة أفكار الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة.¹

إن المهمة الرئيسية لتحليل الغرس هي تحديد إلى أي مدى يمكن لرسالة معينة أن تسهم في تكوين معتقدات الواقع الاجتماعي لدى الأفراد، بطريقة تتفق مع القيم والأعراف المتكررة، وكذلك الصور الذهنية التي تتضمنها هذه الرسائل، فتحليل الغرس يركز على إسهامات التلفزيون في صياغة تفكير الغالبية العظمى وتحقيق الانسجام بين أفراد المجتمع ككل وتعمل وسائل الإعلام على تكوين تصورات الجمهور من خلال عملية التعرض التراكمي عبر فترة زمنية طويلة.

¹ - بسيوني إبراهيم حمادة: مرجع سابق، ص 121.

* تزيد المستحدثات التكنولوجية من وصول الرسائل التلفزيونية إلى الجمهور: يرى "جنبر" أن نظم التلفزيون والمحطات المستقلة والفيديو، قد أعطت للمشاهدين قدرا أكبر في التحكم في تلقي البرامج، وأن التعرض لهذه الرسائل قد يحل محل قراءة الجريدة أو الذهاب إلى السينما، ولا يمكن أن يحل محل التعرض للتلفزيون.¹

4- فرضيات نظرية الغرس الثقافي:²

* الفرضية الرئيسية للنظرية:

يشير الفرض الرئيسي للنظرية أن الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التلفزيون بدرجة كثيفة هم أكثر استعدادا لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصور الذهنية والأفكار والأنماط الثقافية التي يقدمها التلفزيون عن الواقع الفعلي للمجتمع أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة وبالتالي فإن نظرية الغرس الثقافي في أبسط أشكالها تشير إلى أن التعرض للتلفزيون يزرع بمهارة مع مرور الوقت مفاهيم المشاهدين للواقع بل ويؤثر على ثقافتهم كلها لان عملية الغرس كما يرى **جرينر** نوع من التعلم العرضي ، كما أن مداومة التعرض لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون ولفترات طويلة تنمي لدى المشاهد اعتقادا بان العالم الذي يراه في التلفزيون ما هو إلا صور مماثلة للعالم الواقعي الذي يعيش فيه.

* الفرضيات الفرعية للدراسة:

قامت نظرية الغرس الثقافي على جملة من الفرضيات نوجزها كما يلي:

أ- يعد التلفزيون وسيلة فريدة للغرس الثقافي مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى وذلك لشيوع وجوده في المنازل وسهولة استخدامه والتعرض له وخاصة بالنسبة لفئة الأطفال حيث يجد الطفل نفسه مستغرقا في بيئة التلفزيون منذ الصغر ولهذا يساهم التلفزيون في عملية تنشئة الأطفال (كما ذكرنا في نظرية الاستخدامات ودراسة **ولف** و**فسك** سنة 1949 وكيف يشكل التلفزيون العالم الخيالي والحقيقي للطفل)، وهذا طبعا لما يتميز به التلفزيون من خصائص غنية عن بقية الوسائل الإعلامية الأخرى من صورة وصوت وحركة وألوان زيادة

¹ - بسوني إبراهيم حمادة: مرجع سابق ذكره، ص 121.

² - عبد الحافظ عواجي صلوي: أسامة بن مساعد المحيا: مجع سبق ذكره، ص ص 30-31.

على قلة تكاليف الاستخدام ووقت ومكان الاستخدام مقارنة بالراديو والسينما والوسائل المطبوعة كل ذلك يجع من التلفزيون أهم وسائل الإعلام التي تترك آثارا على أفكار وقيم وشرائح وسلوكيات أفراد المجتمع.

ب- يقدم التلفزيون عالما متماثلا من الرسائل والصور الذهنية التي تعبر عن الاتجاه السائد إذ أن التلفزيون يقوم في حياة الأفراد بعكس الاتجاه السائد لثقافة المجتمع (مرآة) حيث يقلل أو يضيق الاختلاف من القيم والاتجاهات والسلوك بين المشاهدين إلى الحد الذي يعتقدون فيه أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة التي يعبر عنها العالم التلفزيون أي أن التلفزيون من خلال رسائله المتنوعة يعمل على ربط الفئات المختلفة للجمهور (الصفوة والجمهور العام) وذلك بتقديم العديد من الآراء والتصورات الذهنية والثقافات الفرعية التي تشاهدها كل الفئات والمستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلة للمجتمع.

ج- تحليل مضمون الرسائل الإعلامية يقدم علامات لعملية الغرس إذ يفترض جربنر أن أسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس تعكس ما يقدمه التلفزيون في الرسائل التلفزيونية لجماعات كبيرة من المشاهدين على فترات زمنية طويلة مع الاهتمام طبعا بالتركيز على قياس المشاهدة الكلية و أسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس يجب أن تتجه نحو اعتبارات العالم الواقعي كما توجه أهمية موازية للعالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون، (أي أن فهم سبل وطريق التلفزيون في عملية الغرس يقف على إجراءات تحليل المحتوى التلفزيوني لإجراء المقارنات بين الصور الذهنية والقيم التي تبثها الرسائل، هذا بالإضافة إلى تحديد حجم التعرض للتلفزيون من خلال إعداد صحيفة الاستبيان التي تقيس إدراك المبحوثين للواقع الحقيقي).¹

د- يركز تحليل الغرس على تدعيم استقرار المجتمع وتجانسه بحيث يعمل التلفزيون على تحقيق الاتجاهات الثقافية الثابتة كما يعمل على تنمية المفاهيم والسلوكيات المتناسكة في المجتمع ، أي أن مساهمة التلفزيون كوحدة للتنمية الاجتماعية وكأنها تحقق التجانس داخل الفئات الاجتماعية المختلفة و ويمكن ملاحظة هذا التماسك من خلال مقارنة كثيفة المشاهدة بقليل المشاهدة من نفس الجماعات وكيفية تفاعلها في الحياة اليومية ، (يعد العالم

¹ - عبد الحافظ عواجي صلوي، أسامة بن مساعد المحيا: مرجع سابق، ص ص30-31.

الرمزي الذي يقدمه التلفزيون من خلال الرسائل المتكررة المصدر المهم في التنشئة الاجتماعية وتنمية المفاهيم و السلوكيات في المجتمع).¹

علاقة الدراسة بالنظرية:

- وإذا أردنا أن نسقط "نظرية الغرس الثقافي" على موضوع دراستنا "القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الترفيهية الجزائرية" فإن الصورة الذهنية حول ما تقدمه وسائل الإعلام، أو القنوات التلفزيونية الجزائرية بوجه أدق، من قيم وأفكار عبر برامجها الترفيهية المستوردة من الغرب، تجعل الجمهور الجزائري يؤمن بأن ما تبثه هذه القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة من برامج ترفيهية ذات الطابع الغربي هو الواقع الفعلي الموازي للثقافة والهوية الوطنية.

- فالسؤال الذي يفرض نفسه في هذا المجال هو: هل يعكس الترفيه التلفزيوني الذي تبثه قناة الشروق tv من خلال البرنامج الترفيهي "vendredi ماشي عادي" الواقع الجزائري أم أنه يخلق واقعا جديدا عبر طروحات معينة. وبثها بأساليب معينة، وشحنها بمضامين معينة، وتقديمها بأشكال فنية معينة من أجل تحقيق أهداف معينة؟

- فمنذ عام 1923 أوضح أحد رواد الفكر الاتصالي "والتر ليبمان" في كتابه "الرأي العام" أن الصحافة تخلق صوراً في رؤوسنا، أو أوهاماً، وأن هذه الصور تقدم لنا معرفة الواقع الذي يشكل سلوكنا. وجاءت في السبعينيات "نظرية الغرس" لتؤكد أن وسائل الإعلام لا تعكس ما يحدث في العالم الخارجي، وإنما تغرس هذه الوسائل عالماً يبدو حقيقياً، أو يتحول إلى واقع بالنسبة للمشاهدين وقد يتقبل المتلقي هذا الواقع لكونه غير واع بالعمليات التي تحدث لخلق هذا الواقع، وإنما يشعر فقط بكونه يتعرض للتسلية، وبعد ذلك يصبح العالم الذي خلقته وسائل الإعلام حقيقياً في أذهاننا، وقد لا يستطيع البعض أن يميز بين هذا العالم المصطنع، والعالم الواقعي.

فالصورة الذهنية التي تعرضها قناة الشروق tv للمجتمع الجزائري من خلال برنامج "vendredi ماشي عادي" بنسخته الجزائرية وما يبضه من قيم ضمنية تجعل الجمهور يؤمن بأنه هذا هو الواقع الفعلي للمواطن الجزائري ويتمشى معه فيما بعد على ذلك الأساس .

¹ - عبد الحافظ عواجي صلوي، أسامة بن مساعد المحيا: مرجع سابق، ص 31.

حيث أن مشاهدة التلفزيون، ولفترات طويلة، تنمي لدى المشاهد اعتقاداً بأن العالم الذي يراه على الشاشة ما هو إلا صورة كاملة للعالم الواقعي الذي يعيش فيه.

- ويتضح الآن أكثر فأكثر أننا مثل الرجال في كهف أفلاطون (الذين لا يرون سوى الظلال وليس الواقع) نقوم فعلاً بتركيب معانٍ متفق عليها للواقع على أساس ما تقدمه وسائل الإعلام، وأتينا أصبحنا نشاهد بازدياد عالم تسوده وسائل الإعلام أكثر مما نشهد الحقيقة نفسها، وأتينا نرى تمثيلاً للواقع وليس الواقع نفسه. وتؤكد نتائج أبحاث "أوبنهايم وسميث ديلفر" المتعلقة بالمسلسلات الإذاعية والتلفزيونية: أن وسائل الإعلام تقدم للجمهور صورة عالم "معاد البناء" وأن المواد الترفيهية لا تضع متلقيها أمام إدراك صحيح للواقع. ويسمى "جيرنبر" العملية التي يستخدمها التلفزيون كي يعرض نسخة مفبركة وموحدة للواقع الاجتماعي (بناء الصورة المهيمنة) ... ويصبح العالم الذي يقدمه التلفزيون نتيجة هيمنة الصورة أولاً، وهذا النوع من الصورة ثانياً، عالماً وهمياً، ليس له إلا علاقة واهية مع الواقع الاجتماعي.

سابعاً: منهج الدراسة

- عرف أحمد بدر المنهج على أنه "العمود الفقري للبحث حسب أهداف البحث والدراسات والإشكاليات العلمية التي يطرحها".¹

- كما ذهب موريس أنجرس إلى أنه "مجموعة منظمة من العمليات التي تسعى لبلوغ هدف".²

- حيث تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تخضع لوصف الظاهرة التي تقوم على جمع البيانات، ومحاولة تفسيرها وتحليلها من أجل التعرف على أساليب تقديم البرامج الترفيهية في القنوات الجزائرية الخاصة وكذلك التعرف على الأفكار والاتجاهات والقيم والانطباعات التي تساهم هذه المضامين الترفيهية الوافدة من الغرب في

¹ - أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، وكالة المطبوعات، ط5، الكويت، ص 110.

² - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، ص 98.

ترسيخها في الجمهور الجزائري. لذا فإن المنهج الملائم لهذه الدراسة هو "منهج المسح الإعلامي" وذلك بأخذ عينة من حلقات برنامج "vendredi ماشي عادي" على القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة "الشروق".

- ويقصد بمنهج المسح "الطريقة العلمية التي تمكّن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات و البيانات المحققة لذلك".¹

- كما يعرف محمد شفيق منهج المسح الإعلامي على أنه "هو أحد المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث الاجتماعية والإعلامية لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة".²

ثامنًا: أدوات الدراسة

الأداة هي الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات وتصنيفها وجدولتها، وهي ترجمة الكلمة الفرنسية "technique". وهناك الكثير من الوسائل معا في البحث الواحد لتجنب عيوب إحداها ولدراسة الظاهرة من كافة الجوانب.³

- حيث اعتمدنا في دراستنا على أداتين بحثيتين وهما:

1/ الملاحظة:

- تعتمد هذه الدراسة على أداة الملاحظة التي من خلالها تم الانتباه إلى هذا البرنامج التلفزيوني ذو الطابع الترفيهي، حيث يشهد هذا النوع من البرامج انتشارا على مستوى القنوات

¹- أحمد بن مرسللي: "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 68.

²- محمد شفيق، البحث العلمي مع تطبيقات في مجال الدراسات الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث د، بلدن 2005، ص87.

³- محمد شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 109.

الجزائرية الخاصة إضافة إلى مساحته الزمنية التي تعتبر طويلة والتي تدل على أنه من إحدى الركائز الأساسية والهامة التي تعتمدها القنوات الخاصة. بالإضافة إلى وجوب الإشارة إلى الطابع الغربي الذي يشهده هذا البرنامج كونه برنامج مستورد من الغرب.

- وتعرف الملاحظة على أنها: "المشاهدة المركزة بكل اهتمام لشيء ما، لحدث ما، أو ظاهرة معينة من أجل دراستها واستخلاص النتائج منها".¹

- والملاحظة العلمية تعني أسلوب علمي يتبعه الباحث قصد الوصول إلى حقائق علمية سواء عن طريق الوصف، أو عبر تعميق ذلك من خلال عملية التفسيرات إذ تيسر الأمر، و ذلك بالكشف عن طبيعة الظواهر والعلاقات الخفية التي توجد بين عناصرها.²

2/ استمارة تحليل المضمون:

- ومن أدوات هذه الدراسة أيضا استمارة تحليل المضمون، وهي مجموعة مؤشرات يمكن عن طريقها استكشاف أبعاد موضوع الدراسة والتي تكمن في معرفة القيم المتضمنة في برنامج "vendredi ماشي عادي" التي يسعى القائم بالاتصال لترسيخها في المجتمع الجزائري، وذلك عن طريق تحليل محتوى بعض فقرات برنامج "جمعة ماشي عادي" على قناة الشروق tv.

- فاستمارة تحليل المحتوى تعد بمثابة إطار متكامل للرموز الكمية الخاصة بكل وثيقة من وثائق التحليل، وينبغي أن يصمم هيكلها العام بحيث تشمل الأقسام التالية:

- البيانات الأولية عن برنامج vendredi ماشي عادي.
- فئات التحليل.
- وحدات التحليل وهنا نستخدم وحدة الفكرة في سياقات مختلفة (الأركان)
- وحدات القياس، نستخدم الزمن لقياس المدة، و التكرار كوحدة للعد لحساب تكرارات الأفكار.

¹- محمد مسلم ، منهجية البحث العلمي، ط2، دار الغرب، الجزائر، 2004، ص41.

²- محمد شلبي، المنهجية في التحليل السياسي: لمفاهيم، المناهج، الاقترابات والأدوات، الجزائر، 1997، ص 236.

• ملاحظات يسجل فيها الباحث البيانات الكيفية التي لا يسمح تصميم الاستمارة بتسجيلها تسجيلًا كميًا، وتستخدم استمارة التحليل خلال عملية الملاحظة و رصد البيانات التي يتم عليها العد، وتعتبر بعد ذلك الجداول التفريغية جزءًا مكملًا لاستمارة التحليل.¹

تاسعا: فئات ووحدات تحليل المضمون

فئات التحليل:

- حيث تعد عملية التقيئة في الأساس هي عملية تجزئة المحتوى إلى وحدات قابلة للقياس والعد، انطلاقًا من جمع الخصائص أو الأوزان أو السمات المشتركة في المحتوى أو إعادة تصنيفها في عناوين جامعة ذات دلالة لها علاقة مباشرة بإشكالية الدراسة وتساؤلاتها.²

- لذلك يعرفها مادلين قرويتز (Grawitz Madeline)³ بأنها: "خانات ذات دلالة على أساسها يصنف و يكتم محتوى الاتصال"، ويرى يوسف تمار بأنها "عملية تقسيم المحتوى إلى منظمة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة بإشكالية و أهداف الدراسة"، وهذا التجميع عبارة عن عملية تقليص لنص الرسالة على أساس الاحتفاظ فقط بماله علاقة بفرضيات الدراسة و تساؤلاتها⁴. وعليه لا توجد فئات جاهزة صالحة لكل الموضوعات بل لكل موضوع فئاته الخاصة به، كما لكل طبيعة محتوى خصوصياته التي تميزه وتميز فئاته.

- وقد اعتمدنا في عملية التحليل على مجموعة من الفئات المرتبطة بشكل ومضمون البرنامج الترفيهي "vendredi ماشي عادي" على قناة الشروق tv الخاصة وهي كما يلي:

¹ - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار ومكتبة الهلال للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2009، ص234.

² محمد البشير بن طبة: "تحليل المحتوى في بحوث الاتصال"، -مقاربة في الإشكاليات والصعوبات- جامعة الأمير عبد القادر -قسنطينة- تاريخ نشر المقال 2015/12/01، ص321.

³ -Grawitz Madeline. Méthodes d'épistémologie Armand colim. Collection "U" paris 1972.

⁴ - تمار يوسف: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، الفسيلة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص9.

أولاً: الفئات الخاصة بالشكل (كيف قيل؟)

- وتهتم فئة الشكل برصد شكل عرض المادة الإعلامية، وعادة ما تحاول الإجابة عن السؤال (كيف قيل؟)، وتصدر أهمية هذه الفئة من قوة تأثير شكل التقديم والعرض أو الكتابة في قنوات المستقبلين، إذا كثيراً ما يميل المستقبلون إلى الرسالة الإعلامية من مجرد شكلها، بل هو النافذة الأولى التي يتعرفون من خلالها على الرسالة، ومعروف أن الشكل يحمل في ذاته دلالات معينة يقصدها القائم بالاتصال، فأسلوب الكلام، المؤثرات الصوتية، الألوان، الإيماءات... لا تستخدم عبثاً ولا صدفة بل بقصد وعناية كبيرين غالباً. وهو ما يسعى أسلوب تحليل المحتوى لرصده واكتشافه.¹

- حيث تهدف الفئات التالية إلى التعرف على النواحي المتصلة بالشكل الذي قدم به برنامج "vendredi" ماشي عادي":

- فئة القوالب الفنية:

وهي الأشكال التي يقدم من خلالها المضمون في الفقرات المختارة من حلقات البرنامج والتي صيغت من خلالها الرسالة الإعلامية المرسلة للجماهير المستهدفة وتتقسم هذه القوالب إلى:

* **الحوار:** وهو حديث يدور بين شخصين أو أكثر أو قد يكون خطاب للعامّة
مثال:فقرة العقبة.

* **الغناء:** هو إصدار صوت فني يدمج بين 3 عناصر رئيسية الموسيقي والكلمة والصوت وهو شكل من أشكال التعبير

مثال: فقرة كوينز داداي

* **الموسيقى:** فن من أنواع الفنون التي تهتم بتأليف وإيقاع وتوزيع الالحن

مثال: فقرة فوت بول.

¹ - محمد البشير بن طبة: مرجع سابق، ص 324.

* الرقص: فن من الأداء عن طريق سلسلة مختارة اراديا من حركات الجسد

مثال: فقرة كوزير داداي.

- فئة مستويات اللغة المستخدمة:

هي الفئة التي تكشف عن الوعاء الكلامي الذي يستخدمه المرسل للتعبير عن المشاهد المختارة للدراسة وتهدف هذه الفئة في دراستنا إلى التعرف على مستويات اللغة المستخدمة في عرض المضمون القيمي لبرنامج "vendredi ماشي عادي". وقد احتوت على الفئات التالية:

1. **اللهجة العامية:** فهي الكلام الذي ينطق به عامة الناس على غير الفصحى و يكون دائما في كلام الناس و أحاديثهم.

مثال: فقرة ضحكني تشوف

2. **اللغة المختلطة:** وهي اللغة التي تنشأ من خلال دمج لغتين أو أكثر أو لهجتين أو أكثر من خلال الكلام.

مثال: فقرة فوت بول.

- فئة الإخراج الفني:

الإخراج هو عملية لقيادة العمل الفني و تقرير العناصر الفنية التي تكون داخل تكوين الصورة من طرف المخرج. و المتمثلة في:

1. **المؤثرات الصوتية:** جميع الأصوات و المقاطع الموسيقية المستخدمة في المشاهد و قسمت كالتالي :

• **الموسيقى التصويرية:** نعني بها المعادلة المسموعة لمشهد بحيث يتم اشراك الأذن كما أنها الوسيلة الأقوى للاندماج مع المشهد.

مثال: فقرة فوت بول

• **الغناء:** نعني بها الكلمات التي تكون مصاحبة ل0 لإيقاع

مثال: فقرة كوز داداي

2. زوايا التصوير : الزوايا المقابلة لعدسة الكاميرا و التي تشمل المسافة وحدود الكادر للموضوع المصور كما لها تأثيرات وظيفية و نفسية في عملية الإخراج كما أنها تستعمل لتدل على المسافة و جهة النظر و قسمت كالتالي :

- زاوية مستوى العين : تحاول أن تعكس الواقع كما هو دون تأثير كما أنها تستخدم عندما نريد توضيح الفكرة مثال : فقرة ضحكني تشوف .
- زاوية منخفضة : هي الزاوية التي تكون بمستوى سطح الأرض هذه اللقطة تسهم في خلق الإثارة و الإبهار و في إعطاء المبالغة من منظور الأجسام مثال: ارتيكي لي مليح.

3. حركات الكاميرا: هي اللقطة التي تتحرك فيها الكاميرا و تتبدل اتجاهاتها لتظهر الصورة لتغير منظور المتفرج للأجزاء التي يريد المخرج لفت نظر المشاهد إليها و تتمثل في:

- حركة التنقل: تسمى أيضا بحركة التتبع و تتمثل في تحريك الكاميرا و تنقلها في الفضاء بغرض تصوير المنظور و كانت هذه الحركة في اغلب المشاهد قيد الدراسة ان لم تكن جميعها مثال : فقرة العقبة.
- الحركة الثابتة: و تثبت فيها الكاميرا على الحامل دون تحريكها مثال: فقرة ضحكني تشوف.

3. سلم اللقطات : هو الجزء الذي يظهر على الشاشة داخل إطار الصورة و هو ما يرى في البداية من خلال عدسة الكاميرا و قسمت كالتالي :

- اللقطة العامة : هي اللقطة التي تؤطر الديكور بكامله حيث أن الكاميرا توضع بعيدة عن الممثلين و بقية الأشياء وظيفتها الوصف أو إحداث و خلق تأثير جمالي

مثال: فقرة فوت بول

- اللقطة المتوسطة: تعرض هذه اللقطة الجسم من فوق الركبة إلى ما فوق تركز على الحدث و تحتويه مثال : فقرة ارتيكي لي مليح.

اللقطه المتوسطة القريبة : تحتوي راسي و كتفي اثنين من الناس و تكون بموقع بين اللقطه المتوسطة و اللقطه القريبة مثال : فقرة إعلان pause.

الفئات الخاصة بالمضمون (ماذا قيل؟)

- يدور هذا النوع من الفئات حول محتوى مادة الاتصال أو المعاني التي تنقلها في شكل سؤال وهو: " ماذا قيل؟"، حيث نهدف من خلالها إلى التعرف على الجوانب المتصلة بالمحتوى الذي قدم به برنامج "vendredi" ماشي عادي" والتي تشتمل على ما يلي:

(1) فئات الفاعلين:

هي الفئة التي تكشف عن الأشخاص الذي يمثلون الفقرات المختارة والذين ينقسمون إلى:

- الشباب: وهي الفئة العمرية التي قد تكون في ذروة الحيوية والنشاط والنضج على غرار الفئات العمرية الأخرى.
- المراهقين: وهي المرحلة التي تنقل الفرد من مرحلة الطفولة إلى مرحلة الرشد والبلوغ.

(2) فئات القيم:

ونعني بها التنظيمات المعقدة التي تشكلها القيم في جوهرها من أحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشخاص أو الأشياء أو المعاني سواء أكان التفضيل الناشئ عن هذه التقديرات المتفاوتة صريحا أو ضمنا، وأنه من الممكن التصور أن هذه التقديرات على أساس أنها امتداد يبدأ بالتقبل ويمر بالتوقف وينتهي بالرفض. وتتبع غالبا من التجربة الاجتماعية وتتوحد بها الشخصية، وهي عنصر مشترك في تكوين البناء الاجتماعي والشخصية الفردية، تكون أحيانا واضحة تحدد السلوك تحديدا قاطعا، وأحيانا أخرى غامضة متشابهة تجعل الموقف ملتبسا مختلطا¹. وتتمثل القيم المتضمنة في الفقرات قيد الدراسة إما بالتكرارات أو بالزمين و التي تمثلت في التالي:

- التسلية: نشاط يسمح للأشخاص بالترفيه على أنفسهم وقت الفراغ.

¹ عطية محمود هناء: "التوجيه التربوي والمهني"، مكتبة النهضة المصرية، 1959، ص126.

- روح المنافسة: وهو الأسلوب الذي يعزز روح الجماعة والابتعاد عن الفردية.
- التعاون: مشاركة شيء معين بين شخصين أو أكثر.
- السخرية: الاستهزاء والحط من قيمة الأشياء والأشخاص .
- ضعف الحس الأخلاقي: البعد عن الوازع الأخلاقي الذي يقره المجتمع والدين.
- اللامبالاة: عدم الاهتمام بالمواضيع بجدية.

3) فئة الوظائف:

- هي القاعدة التي تبنى على أساس من الخبرة والاختيارات المناسبة وهي تتطلب مهارات حيث رصدنا من خلال برنامج "vendredi ماشي عادي" مجموعة من الوظائف الظاهرة، ومجموعة أخرى ضمنية، ونظرا لكون البرنامج هو نسخة عربية لبرنامج أجنبي قمنا بتقسيم فئات الوظائف إلى فئتين وهما:

الوظائف الظاهرة: وهي مجموعة الوظائف التي تظهر مباشرة أو بالأحرى كما يجب أن يظهرها قانون البرنامج وسياسته.

- التسلية والترفيه.
- التثقيف.
- تحقيق التواصل الاجتماعي
- دعوة للاختلاط الاجتماعي.
- التحرر العاطفي والتنفيس من الملل.

الوظائف الكامنة: وهي مجموعة الوظائف الغير ظاهرة والتي تعتبر سلاح عقلي مثير

للمشاهد

- تخدير العقل عن التفكير في الأمور الجادة.
- التسويق لبعض الأفكار غير المألوفة في المجتمع.
- تقديم نماذج سلوكية سلبية للمجتمع.
- نشر الثقافة الغربية.

4) فئة العناوين:

وهي الفئة التي يتم من خلالها معرفة كيف تم صياغة عناوين فقرات البرنامج من ناحية اللغة المستخدمة سواء في الكتابة أو القراءة أو المعنى.

- عربية: وهي العناوين المكتوبة باللغة العربية مثال: العقبة.
- عربية وفرنسية: عناوين مكتوبة باللغة العربية والفرنسية لاكتمال المعنى مثال : pause اعلان.

- فرنسية وفرنسية بحروف عربية وهي مكونة من حروف فرنسية بمعنى فرنسي وحروف عربية بمعنى فرنسي مثال: فوت bull.

5) فئة تخصصات الضيوف:

وهي التي تقسم الضيوف حسب تخصصاتهم ومجالات نشاطاتهم وينقسم الضيوف إلى:

- ممثلون
- مغنيون
- ناشطون عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- إعلاميون

وحدات التحليل:

- إن نص الاتصال بكامله لا يحتوي بالضرورة على عناصر تحليل لها علاقة كلها بإشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وبالتالي الباحث مضطر إلى القيام بنوع من الانتقاء للبيانات التي لها علاقة، أي وكأنه يقوم بعملية تقطيع النص ليترك منه فقط ماله علاقة، تلك هي بالضبط عملية استخراج وحدات التحليل، فالباحث حين قام بالتنقيح السابقة يمكن القول أنه بوب نص الاتصال وفق خانات جامعة حسب مقتضيات المضمون والشكل، وهنا على الباحث أن يطرح السؤال الآتي: ماذا سأضع في هذه الخانات الجامعة أو ما يسمى بالفئات؟

- لذلك تعتبر الوحدات أصغر عناصر عملية التحليل، وهي التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة، ويعطي وجودها، أو غيابها وتكرارها، أو إبرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية، وهي الأخرى تتطلب تعريفا إجرائيا واضحا ودقيقا من السهل تمييزه.¹
- وعلى اعتبار أن الإشكاليات التي تتناولها مواضيع العلوم الإنسانية والاجتماعية كثيرة ومتنوعة، فإنه من المعقول أن تكون الوحدات المستعملة في تحليل المحتوى كثيرة هي أيضا ومتنوعة، وذلك تبعا لطبيعة كل مضمون والهدف من الدراسة.²

وحدات التحليل:

- وحدة الفكرة: "والفكرة هي عبارة عن جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل، وتكون عادة جملة مختصرة محددة تتضمن مجموعة من الأفكار التي يحتوي عليها موضوع التحليل."³
- بحيث تعد الفكرة من أكثر وحدات التحليل استعمالا في بحوث الإعلام التي تعتمد على أداة تحليل المحتوى لأنها تعطي أكثر دلالة لاتجاه المضمون وعن طريقها يمكن فهم المعاني المتضمنة فيه.⁴
- أما عن وحدة العد والقياس فتم الاعتماد على وحدة التكرار، حيث تشير إلى تسجيل عدد المرات التي تكررت فيها الأفكار في البرنامج الترفيهي "vendredi ماشي عادي"، وذلك للتعرف على مدى أهمية بعض القيم المضمنة فيه دون الأخرى وذلك من خلال التركيز عليها من خلال تقدير نسبتها المئوية.

¹ - محمد البشير بن طبة: مرجع سابق، ص 325.

² - شيماء ذو الفقار زغيب: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص 86.

³ - سمير محمد حسين: "تحليل المضمون تعريفاته ومفاهيمه ومحددته"، عالم الكتب، القاهرة، 1983، ص 79

⁴ - نفس المرجع: ص 82.

عاشرا: مجتمع البحث وعينة الدراسة

أولاً: مجتمع البحث:

- يعرف مجتمع البحث على أنه: "المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج البحث. ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث إلى دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته. إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات، والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها وتختار منه عينة البحث.¹

- وفي دراستنا مجتمع البحث هو الجزء الثاني من برنامج "vendredi ماشي عادي" على قناة الشروق tv.

ثانيا: عينة الدراسة

- توجد عوامل تحدد حجم العينة منها طبيعة المجتمع المدروس، أسلوب الدراسة موضوع الدراسة ومدى الدقة المطلوبة في النتائج. وتعتبر العينة مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها، ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل المجتمع الأصلي.²

وقد اعتمدنا في دراستنا التي يدور موضوعها حول "القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الترفيهية على قناة الشروق TV" الذي يُعنى بالبرنامج الترفيهي "vendredi ماشي عادي" على أسلوب العينة القصدية وهي العينة التي تُختار عن عمد بما يتناسب مع تحقيق هدف

¹- مروان عبد المجيد إبراهيم: "أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الورق، الطبعة الأولى، الأردن، 2000، ص130.

²- محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر، ط1، 1999، ص91

معين، حيث يقوم الباحث باختيار مفردات عينة المبحوثين في ضوء انطباق سمات أو خصائص معينة عليهم.¹

حيث تم اخذ عينة قصدية قوامها 6 حلقات من البرنامج لتكون ممثلة لمجتمع البحث ككل (وهو الجزء الثاني من برنامج "vendredi ماشي عادي") والتي تنحصر ضمن الإطار الزمني الذي يبدأ من 1017/11/03 وينتهي في 2018/02/09 لمدة 4 أشهر، وذلك نظرا لصعوبة مسح كل المجتمع، بالإضافة إلى عدم توفر جميع أعداد الجزء الثاني في المواقع الإلكترونية، والإمكانيات المادية المحدودة وأوضاع البلاد جراء الوباء "كورونا" حيث تعذر علينا زيارة مجمع قناة الشروق للحصول على كامل الأعداد.

وعليه تمثلت الأعداد المختارة من البرنامج قيد الدراسة كالتالي:

الحلقة 1 : artikili mlih

الحلقة 2: quiz داداي

الحلقة 2: ضحكني تشوف

الحلقة 5: فوت bulle

الحلقة 7: العقبة

الحلقة 15: إعلان pause

¹ - راسم محمد الجمال: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات العالمية، دار النشر مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، ط 1، القاهرة، 1995، ص 133

النسبة	زمن الفقرة	عنوان الفقرة	الحلقة
13.06%	6 دقائق	Artikili mlih	01
23.91%	11 دقيقة	Quiz داداي	02
1.08%	5 دقائق	ضحكني تشوف	02
17.39%	8 دقائق	فوت bulle	05
19.56%	9 دقائق	العقبة	07
15.21%	7 دقائق	إعلان pause	15
100%	46 دقيقة	المجموع	

جدول رقم (01): الفقرات المختارة من حلقات برنامج فونغودي مش عادي الجزء 2

حادي عشر: الدراسات المشابهة

تعتبر الدراسات السابقة أو المشابهة الخطوة التي يبدأ بها الباحث قبل الشروع في إنجاز بحثه، ويمكن النظر إليها على أنها تطبيق الأسلوب العلمي في معالجة المواضيع، فالطريقة العلمية تتضمن ضرورة اعتماد الباحث على المعلومات والبيانات ونتائج الأبحاث التي سبق التوصل إليها وجمعها لاختبارها وتأكيدها أو إثبات عكسها أو الاستفادة منها ومعالجة المشاكل الحالية.¹

وضمن صعوبات الدراسة، والتي تمثلت في قلة المراجع والدراسات الميدانية المتعلقة بموضوع: "القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الترفيهية الجزائرية" فقد اقتصر على ثلاث دراسات وهي كالاتي:

الدراسة الأولى:

دراسة برياح أميرة- حاج دولة نورية: "القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الجزائرية" وهي دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج "الجسور" على قناة الجزائرية الثالثة. مذكرة

¹- حمدان محمد زياد: البحث العلمي كنظام، سلسلة التربية الحديثة، دار التربية الحديثة، عمان-الأردن، 1989، ص119.

تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص "وسائل الإعلام والمجتمع" 2015-2016.¹

حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول معرفة مدى مساهمة البرامج الثقافية المبنوثة عبر قناة "الجزائرية الثالثة" في تكوين الوعي الثقافي لدى المشاهد.

واستندت الباحثتان إلى جملة من التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- هل يحتوي برنامج "الجسور" على قيم ثقافية فقط؟
- 2- ماهي طرق الإقناع التي اعتمدها برنامج الجسور في إيصال القيم الثقافية إلى المجتمع؟

وبالنسبة للمنهج فقد اعتمدتا الباحثتان على المنهج الوصفي باعتباره أكثر المناهج قدرة على تحقيق أهداف الدراسة وللإجابة عن تساؤلاتها، أما أداة البحث فقد تمثلت في تحليل المحتوى كونه يصف ظاهرة محل الدراسة. وفيما يخص عينة الدراسة فقد اعتمدتا الباحثتان على العينة القصدية لأن طبيعة الدراسة اقتضت أخذ ثمانية أعداد من برنامج "جسور" الخاص بتظاهرة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية 2015 الذي يبيث في القناة الفضائية الجزائرية الثالثة.²

وتمثلت أهم نتائج هذه الدراسة في:³

- 1- برنامج "الجسور" هو برنامج ثقافي بالدرجة الأولى.
- 2- برنامج "الجسور" يحمل أكثر من قيمة واحدة (قيم ثقافية، جمالية، إنسانية، تاريخية، دينية)
- 3- نقل تراث وثقافة المجتمع الجزائري من خلال إبراز عاداته وتقاليده للأجيال الصاعدة.

¹ - برياح أميرة-حاج دولة نورية : القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الجزائرية، بحث مقدم للحصول على درجة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص "وسائل الإعلام والمجتمع" جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم- 2015-2016م.

² - برياح أميرة- حاج دولة نورية: المرجع السابق ص13.

³ - المرجع نفسه: ص108.

- 4- الاهتمام بمختلف الثقافات الجزائرية، هذا ما يتيح للمشاهد فرصة التعرف على ما يجري في الساحة الثقافية.
- 5- التعريف بمختلف ولايات القطر الجزائري من خلال عرض معالمها الأثرية وما تسخر به من عادات وتقاليد.
- 6- تمرير الروابط الثقافية وفتح المجال للتعرف على الثقافات الجزائرية.
- 7- العمل على الحفاظ على خصوصية المجتمع الجزائري وهويته الثقافية.
- 8- إعادة إحياء التراث وتذكير المشاهد بمدى عمق الأصالة الجزائرية.
- 9- غرس قيم ثقافية لدى الأجيال الصاعدة وحثهم على المحافظة عليها.
- 10- الاعتناء بالثقافة الجزائرية وإبراز القيم الأصلية فيها.

الدراسة الثانية:

دراسة نورة نايلي: "البرامج الترفيهية في قناة الجزائرية ووظائفها تجاه المراهقين الجزائريين".¹ وهي دراسة تحليلية وميدانية على عينة من برنامج "قهوة الـ Gosto" والمراهقين الجزائريين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، بباتنة 2014.

حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول نظرية البنائية الوظيفية، فالبناء يعنى بشكل ومحتوى البرنامج الترفيهي "قهوة الـ Gosto" الذي تبثه قناة "الجزائرية" والوظيفية تتعلق بمختلف الوظائف التي يقوم بها هذا البرنامج تجاه شريحة حساسة من المجتمع الجزائري ألا وهي شريحة المراهقين.

واستندت الباحثة إلى جملة من التساؤلات والتي تتمحور حول متغيرين "البناء والوظائف" كما يلي:

أولاً: البناء

- 1- فيما يتمثل البناء الشكلي لبرنامج "قهوة الـ Gosto" في قناة الجزائرية؟
- 2- فيما يتمثل محتوى برنامج "قهوة الـ Gosto" في قناة الجزائرية؟

¹ نورة نايلي: البرامج الترفيهية في القناة الجزائرية ووظائفها تجاه المراهقين الجزائريين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2013-2014.

3- هل يمكن اعتبار برنامج "قهوة الـ Gosto" محتوى من محتويات الذوق الهابط استنادا لنظرية البنائية الوظيفية؟

ثانيا: الوظائف

4- ماهي عادات ودوافع متابعة المراهقين الجزائريين عينة الدراسة برنامج "قهوة الـ Gosto" ؟

5- ماهي الوظائف الظاهرة التي يؤديها البرنامج تجاه المبحوثين؟

6- ماهي الوظائف الكامنة التي يؤديها البرنامج تجاه المبحوثين؟

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

- وبالنسبة للمنهج فقد اعتمدت الباحثة على "المنهج المسحي" وذلك لأنه الأنسب لموضوع دراستها التي تدرس فيها برنامج "قهوة الـ Gosto" والمراهقين الجزائريين.

- أما أداة البحث فقد اعتمدت الباحثة على أداتين أساسيتين وهما: "أداة تحليل المحتوى" بالنسبة لمجال دراسة محتوى البرنامج الترفيهي "قهوة الـ Gosto" في قناة "الجزائرية" معتمدا في ذلك على وحدة الفكرة في عملية التحليل، أما الأداة الثانية فهي "استمارة الاستبيان" وذلك لدراسة "المراهقين الجزائريين".

- وفيما يخص العينة فقد تحصلت من خلال العينة العشوائية المنتظمة على 10 أعداد من مجموع 47 عدد من برنامج "قهوة الـ Gosto" على قناة "الجزائرية". وفيما يتعلق باختيار العينة بالنسبة للدراسة الميدانية على لمراهقين فقد تم الاعتماد على "العينة الطبقية" لتتحصل على 135 مفردة من المراهقين.

- وتمثلت أهم نتائج هذه الدراسة في:

1- قناة الجزائرية الخاصة هي قناة منوعات لكن معظم برامجها هي برامج ترفيهية، ويعتبر برنامج "قهوة الـ Gosto" أحدها.

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

3- إن الترفيه هو الهدف الرئيسي لبرنامج "قهوة الـ Gosto"

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

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

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

الدراسة الثالثة:

دراسة عزري أمال: "برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية وتأثيرها على قيم وسلوك المراهقين".² حيث عالجت هذه الدراسة موضوع البرامج التلفزيونية وقد ركزت الباحثة في إشكالياتها حول معرفة تأثير برنامج "ستار أكاديمي" في الفضائية اللبنانية LBC على قيم وسلوكيات المراهقين الجزائريين، ومحاولة فهم طبيعة التأثير الذي خلفه هذا البرنامج على جمهور المراهقين في منطقة سكيكدة وكيفية حدوثه وانطلقت الباحثة من جملة التساؤلات التالية:

1- ماهي القيم والسلوكيات التي تضمنها برنامج "ستار أكاديمي" في الفضائيات اللبنانية LBC؟

2- ماهي الأشكال والقوالب الفنية التي يعتمد عليها برنامج "ستار أكاديمي"؟

3- ماهي دوافع المراهقين لبرنامج "ستار أكاديمي" وما هي عادات وأنماط هذه المتابعة؟

4- ماهي مواقف وأراء المراهقين الجزائريين من برنامج "ستار أكاديمي"؟

¹ - نورة نايلي: المرجع السابق، ص ص 189-190.

² - عزري أمال: برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية وتأثيرها على قيم وسلوك المراهقين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 2009/2010م.

5- ماهو التأثير الذي تتركه متابعة فئة المراهقين لبرنامج "ستار أكاديمي" على قيمهم وسلوكياتهم؟¹

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

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

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

* تحليل المحتوى: سواء تعلق الأمر بتحليل فئات الشكل والمضمون المتعلقة ببرنامج "ستار أكاديمي".

* استمارة الاستبيان: الموجهة للمراهقين محل الدراسة وفيما يخص عينة الدراسة فقد اعتمدت الطالبة على نوعين من العينة: العينة العشوائية المنتظمة بالنسبة للحصص المدروسة، وشملت 21 حلقة من برنامج "ستار أكاديمي". والعينة متعددة المراحل بالنسبة للدراسة الميدانية وشملت 160 مفردة من المراهقين المتمدرسين في الطورين الثانوي والمتوسط بمنطقة سكيكدة.

وبالنسبة لنتائج الدراسة فكانت كالتالي:

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

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

¹- زري أمال: المرجع السابق، ص12

* تتابع المراهقات الجزائريات البرنامج أكثر من المراهقين الذكور، وكذلك ما بعد سكان المناطق الحضرية أكثر من الريفية، وقد كانت متابعة أغلبية المراهقين الجزائريين بهذا البرنامج نتيجة إعجابهم الشخصي به أولاً، وثانياً تأثير أصدقائهم.

* تعتبر الدوافع النفسية المحرك الرئيسي للمراهقين لمتابعة البرنامج.

* يتابع المراهقون الجزائريون من كل الجنسين ومن كلا المنطقتين مع بعض أفراد الأسرة خاصة من نفس الجنس وذلك لوجود الحواجز الاجتماعية الناتجة عن ثقافة المجتمع ووجود الحياء، حيث يؤكد أغلبية المراهقين وشعورهم بالإحراج عن متابعة البرنامج مع الأولياء خاصة سكان المناطق الريفية وأهم سبب الإحراج من (طريقة اللباس، الاختلاط بين الجنسين، والعلاقات الغرامية بين المشتركين).¹

جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

تمثلت الاستفادة من هذه الدراسات في النقاط التالية:

- ساعدت في ضبط وصياغة تساؤلات الدراسة.
- ساعدت في اختيار المنهج المناسب وفي تصميم استمارة البحث.
- الاستفادة منها في ضبط خطة البحث.
- الاستفادة منها في تحليل بيانات الدراسة ومقارنة هذه النتائج بنتائج دراستنا.

¹- عزري أمال: المرجع السابق، ص ص 268-269.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: الثقافة والقيم

المطلب الأول: مفهوم الثقافة وأسسها.

المطلب الثاني: مفهوم النسق القيمي وعلاقته بالثقافة.

المطلب الثالث: الثقافة في التراث السوسيوثقافي.

المبحث الثاني: الترفيه في البرامج التلفزيونية

المطلب الأول: أساسيات الإعلام التلفزيوني.

المطلب الثاني: أبعاد الترفيه في البرامج التلفزيونية الأمريكية.

المطلب الثالث: خصائص البرامج الترفيهية المستوردة.

المبحث الأول

الثقافة والقيم

المبحث الأول: ماهية الثقافة والقيم

تمهيد:

يقول العلماء والمصلحون، أن الثقافة الحقيقية والقيم الأصيلة في حالة تلازم دائم، لا يمكن الفصل بينهما، حتى عبّر كثير من العلماء عن ذلك بأن الثقافة والقيم وجهان لعملة واحدة، وهي بالفعل كذلك، فلا ثقافة مؤثرة من دون مساندة القيم لها، ولن تكون القيم مؤثرة في المجتمع ما لم تسندها ثقافة تمثل هوية المجتمع كونها مستمدة من جذوره المتميزة وليست الرديئة.

هكذا يؤكد العلماء والمعنيون بالثقافة أنها تدعم القيم الإنسانية، وتساعد على نشرها وترسيخها، فأينما تجد الثقافة الجيدة سوف تجد مجتمعا متمسكا بقيم ايجابية متميزة، وهذا هو الهدف الأساسي من أهداف الثقافة، يجري وفق طرائق وأساليب ثقافية متعددة، قد تختلف في المسارات والإجراءات، لكنها تلتقي بالنتيجة، في دعمها للقيم التي تقلل من العادات والتقاليد والقيم غير الجيدة في المجتمع، أي توجد هناك حالة من التضاد التام بين ما هو جيد وفاعل ومؤثر، وبين ما هو شكلي من القيم الفاعلة. ومنه سنعتمد في هذا الفصل النظري إلى التطرق لمبحث "ماهية الثقافة والقيم" بشيء من التفصيل بغية أن يتسنى لنا لاحقا إسقاطه على الواقع الفعلي.

المطلب الأول: مفهوم الثقافة وأسسها

1/ مفهوم الثقافة:

يعتبر مفهوم الثقافة من بين المفاهيم المثيرة للجدل والاختلاف وذلك يبدو جليا بين الأكاديميين والمفكرين على حد سواء؛ فقد استخدمت تخصصات الأنثروبولوجيا وعلم الاجتماع وعلوم الدراسات الإنسانية مجموعة كبيرة من التعريفات، ويرجع البعض تطور كثير من التعريفات إلى كونها لا تتميز بالوضوح بين المفهوم من ناحية، والأشياء التي يشير إليها من ناحية أخرى، لكن أغلب التعريفات العلمية تشير إلى التعليم والاكْتساب كوسيلة لتناقل الثقافة واعتبار الثقافة هي طرائق وأساليب الاستجابة للتحديات التي يواجهها الإنسان في

تفاعله مع الطبيعة، ويمكن فهم خصوصية الثقافية باعتبارها تمثل نظام القيم الأساسي للمجتمع.¹

1-1 المفهوم اللغوي:

جاء في لسان العرب: ثَقَّفَ الشيء ثَقْفًا وَثَقْفًا وَثَقُوفَةً: حَذَقَهُ، وَرَجُلٌ ثَقَفٌ وَثَقِيفٌ: حَازِقٌ الْفَهْمِ وَلَمْ يَرِدْ فِيهِ لَفْظٌ مَثَقَفٌ، أَمَا لَفْظُ "الثَّقَافَةِ" فَقَدْ وَرَدَ كَمَصْدَرٍ بِمَعْنَاهِ الْحَذَقُ: "وَتَقَفَّ الرَّجُلُ ثَقَافَةً؛ بِمَعْنَى صَارَ حَازِقًا حَفِيفًا".²

2-1 المفهوم الاصطلاحي:

يعد مفهوم الثقافة من أكثر المفاهيم تداولاً وشيوعاً. ومن أكثرها غموضاً وتعقيداً، وهو المفهوم الذي تساقطت أمامه جهود الباحثين الذين حاولوا تعريفه وتحديد ملامحه. ولقد وُقِعَ "كلكهون" على 160 تعريفاً للثقافة وذلك منذ خمسة وعشرين سنة، ولعل من أقدم التعريفات للثقافة وأكثرها ذيوعاً حتى الآن لقيمتها التاريخية تعريف "إدوارد تايلور" الذي قدمه في أواخر القرن الـ19 في كتابه "الثقافة البدائية" الذي ترجم إلى الفرنسية سنة 1876 بأن: "الثقافة والحضارة هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة، المعتقدات، الفن، الأخلاق، القانون، العادات، وكل القدرات والعادات التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع".

كما عرف "ميشان مان" الثقافة على أنها: "تتضمن على الأفكار، الممارسات، الأدوات الرموز، الفنون وكافة أنواع الإنتاجات البشرية... والتي تختلف في ذلك تبعاً لاختلاف الزمان والمكان، فهو يبرر العناصر اللامادية لحياة الناس في الجماعة، كالأخلاق، القانون، العرف والتي تنشأ نتيجة التفاعل الاجتماعي وتأخذ طابعاً إلزامياً إلى جانب العنصر المادي للثقافة علاوة على العلاقات بين الناس وبين العناصر المكونة للثقافة".³

¹ - حيدر إبراهيم : "العولمة وجدل الهوية الثقافية، العولمة ظاهرة العصر" مجلة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 02، الكويت، 1999، ص 98.

² - عبد الغني عماد: "سوسيولوجيا الثقافة"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2006، ص 28.

³ - صالح محمد علي أبو جادو: "سيكولوجية التنشئة الاجتماعية"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 1998، ص 118.

2/ أنواع الثقافة:

قبل التطرق لأنواع الثقافة بودي أن أعرج قليلا على الثقافة الأصلية العريقة ألا وهي الثقافة العربية الإسلامية التي تغطي على كل الثقافات مهما كانت أنواعها.

والتي يعرفها "عبد السلام المسدي": بأنها مناط الشخصية العربية ومستودع قيمها ووعاء حكمتها وحقيقة هويتها الحضارية، أنها ثقافة إنسانية أصلية شاملة لمظاهر المادة والروح ذات عراقة تاريخية تتميز بقيم فكرية عالية وقيم الحق والعدل والمساواة واحترام المعرفة، ثقافة تمثل الثقافات الأخرى دون إذابة أو ذوبان، تنفرد بجهاز لغوي ليس له مثل في السعة والمرونة، وأهم شيء في مفهوم الثقافة في الحضارة العربية الإسلامية، هو التلازم بين كل ما هو ثقافي قيمى، فضلا عن الارتقاء بالإنسان إلى أقصى الدرجات، ذلك أن موضوع الثقافة في أصله وجوهره هو لماذا نحيا؟ أي السؤال عن معنى الحياة عكس الحضارة والتي يغلب عليها الطابع المادي والتي تتمحور حول سؤال كيف نحيا؟ وبالتالي فهو سؤال عن كيفية الحياة.¹

ومن أهم أنواع الثقافة نذكر:

1-2 الثقافة النخبوية:

وهي الثقافة التي تحصلت عليها نخبة من المجتمع بواسطة عدة وسائل منها الكتاب وهي ثقافة مكتوبة لا يتحصل عليها إلا من يعرف القراءة والكتابة، وهي تعبر عن مواقف المجتمع عندما تكون نابعة منه، وهي التي يطلق عليها "محمد عابد الجابري" اسم "الثقافة العالمية" والتي تضم حسبه طريقة الحياة المادية والروحية لكي تمنح لكل أمة خصوصيتها، وهي معدن الهوية، حيث تمتد من طريقة الملابس والمأكل والضحك إلى مكونات الذاكرة الجماعية والخيال الاجتماعي والرأسمالي الرمزي.²

فهي تستعمل لتشير إلى المعطيات ذات الخصوصية المتميزة بدرجة عالية من الرقي فهي تعتبر من جانب الوسط الثقافي أعلى درجة الإبداع الإنساني؛ فالأعمال الفنية ذات

¹ - جمال العيفة: "الثقافة الجماهيرية" منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر 2003، ص 38.

² - المرجع نفسه، ص 42.

الحضور المستمر تعد مثالا عن الثقافة العالية، وتتضمن أعمالا مثل: الأوبرا والسمفونيات الكلاسيكية لـ "بيتهوفن" و"موزار" واللوحات الفنية مثل "ليوناردو دافنشي" وكذلك أعمال "شكسبير" و"جون ملتين" والعديد ممن يستعمل مصطلح الثقافة العالية، التي ينظر إليها كشكل أرقى من أشكال الثقافة الأخرى.¹

ومن أبرز صفات الثقافة النخبوية أنها تتحصر في طبقة دون باقي الطبقات المجتمعية، طبقة تعيش رخاء ورفي اجتماعي، لدرجة أنها لا تهتم بكل ما تهتم به الطبقات الأخرى والتي هي دون المستوى الاجتماعي والاقتصادي وحتى الثقافي، فهم في مكانة تسمح لهم بالاستمتاع بكل مترفات الحياة؛ في حين الذين لا يملكون وقت لهذا الرقي والبذخ المادي، يكونون في مراحل التفكير كيف يحسنون من مستواهم المادي، ومع ذلك يملكون ثقافة تميز مستواهم ومكانتهم بين باقي الثقافات وهي تسمى بالثقافة الشعبية.

2-2 الثقافة الشعبية:

إن إثارة مسألة ثقافة المجموعات المهيمن عليها تؤدي -لا محالة- إلى إثارة الجدل حول مفهوم "الثقافة الشعبية"؛ ففي فرنسا تدخلت العلوم الاجتماعية، متأخرة نسبيا في هذا النقاش الذي كان في البداية؛ أي في بداية القرن الـ19 من فعل المحللين الأدبيين خاصة إذا كان منحصرا في تفحص الأدب المسمى "شعبيا" وخاصة منه أدب البيع الجوال colportage*، لاحقا وسّع دارسو الفلكلور المنظور بأن اهتموا بالتقاليد الفلاحية، لم يقارب علماء الأنثروبولوجيا والاجتماع حقل الدراسة هذا إلا منذ أمد أقرب.²

ففي بعض الكتب والمراجع ينظر لها على أنها ثقافة الناس العاديين وخاصة أولئك الذين يعيشون في مجتمعات ما قبل الصناعة، فثقافة العامة تتكون ذاتيا وهي متجانسة وتعكس مباشرة حياة وتجارب الأفراد، حيث تبرز كما تبرز الأعشاب من الجذور، وكمثال على الثقافة العامة: الأغاني التقليدية والقصص المتنقلة من جيل لجيل، وينظر لها باعتبارها

¹ - هارلمبس وهولبورن: "سوسيولوجيا الثقافة والهوية"، ترجمة: حاتم حميد محسن، دار عيون للطباعة والنشر والتوزيع، 2010، ص12.

² - نيس كوش: "مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية" ترجمة: منير السعيداني، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2007، ص122

أقل قيمة من الثقافة العالية مع أنها تعتبر مهمة في بعض المجالات، وتوصف كونها لا تطمح أبدا لتكون فنا رغم أنها تحترم وتقبل كثافة أصلية وليست مفتعلة.¹

يرى "غراشمي" أن الثقافة الشعبية لا تقل أهمية عن باقي أنواع الثقافة الجماهيرية فهي تكمن في حل مشكلة التغيير والتنمية، ويؤكد على عدم النظر للفلكلور على أنه مجرد رقصات، وغناء وكلمات شعبية تعبر عن آراء ومعتقدات الطبقات المجتمعية الشعبية، بل أنه صورة أخرى للحياة بطريقة جادة وهو انعكاس للأفراد وطريقة معيشتهم. لكن بتدخل وتطور الثقافة ووسائل الاتصال الجماهيرية أثر على طبيعة هذا النوع مخلفا ما يسمى بـ "جمهرة الثقافة"؛ هذه الأخيرة التي تعبر عن طبقة لها إيديولوجية معينة، محاولة فرضها ليس على طبقة واحدة، وإنما على كل الطبقات المجتمعية لتخلق نمطا واحدا عالميا.

2-3 الثقافة الجماهيرية:

الثقافة الجماهيرية أو جمهرة الثقافة عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية، وما تحاول كسبه على حساب المادة الإعلامية التي تقدمها هذه التقنيات الحديثة، فهي تسعى إلى كسب عدد كبير جدا من الجماهير وبالمقابل التأثير عليهم ببنها مسلسلات، إشارات أغاني... معتمدة على الجانب المعياري الاستهلاكي القوي كقاعدة لتنفيذ أفكارها.

إن هذا النوع من الثقافة يختلف تماما عن النوعين السابقين، فإذا كان الإنسان هو العامل المحرك في الثقافة النخبوية وخاصة الشعبية؛ ففي الثقافة الجماهيرية تعتمد على الثقافة كعامل أساسي إلى جانب الفرد في توسيع أفكارها ومنتجياتها الاستهلاكية.

فهي إذن مفهوم جديد يختلف عن النوعين السابقين وهي مرتبطة بوسائل الاتصال وتنتقل بواسطتها، وهي تؤثر على أفراد المجتمع بالتكرار وطول الزمن، وبذلك فهي غالبا ما تصطدم بالنوعين السابقين.²

فإذا كانت الثقافة الشعبية هي ثقافة العامة التي ينظر إليها كصورة لما قبل الحداثة ولما قبل المجتمع الصناعي، فإن ثقافة الجماهير هي إفراز للمجتمعات الصناعية؛ وهي

¹ - هارلمبس وهولمبورن: مرجع سابق، ص 12.

² - جمال العيفة: مرجع سابق، ص 44.

بالضرورة إفرار للإعلام الواسع، مثال على ذلك الأفلام ذات الطابع الشعبي والمسلسلات التلفزيونية المحلية، وأشرطة موسيقى البوب، والمنتدين لهذه الثقافة يرون أنها تحط من قيمة الأفراد وتحطم النسيج الاجتماعي، وإذا كانت الثقافة العامة يصنعها الناس العاديون فإن الثقافة الجماهيرية تستهلك فقط جانب من جوانب الأفراد، وبناء على هذه النظرة يصبح المشاهدون أعضاء سلبيون في المجتمع الجماهيري ولا يستطيعون التفكير في أنفسهم.¹

وتدعيما لهذا الغرض المبسط حول الثقافة الجماهيرية نورد الجدول الآتي الذي يوضح مختلف أنواع الثقافة والتي تطرقنا لها أنفا باختصار.

نوع الثقافة	الثقافة النخبوية	الثقافة الشعبية	الثقافة الجماهيرية
المفهوم والخصائص	High culture	Popular culture	Mass culture
المفهوم	تتضمن الثقافة النخبوية الأعمال التي يقدمها المبدعون في مجالات الفنون المختلفة من أدب، شعر، مسرح، نحت ورسم، وهي تشمل طريقة الحياة المادية والروحية التي تمنح لكل أمة خصوصيتها.	يطلق عليها أيضا اسم الفلكلور وهي التي ينقلها المجتمع من جيل لآخر شفويا ك: الشعر الملحون، الحكايات، والأساطير، وهي ثقافة أصلية روحية ومباشرة تفرض منذ الصغر على الفرد.	هي المواقف الجديدة التي تنتشرها وسائل الإعلام والاتصال لدى الجماهير الواسعة وبصفة اصطناعية، وتمتاز بأنها ثقافة مصطنعة تخضع لمقاييس السوق وفق مبدأ العرض والطلب، وظهرت بظهور وسائل الاتصال الحديثة.

¹ - هارلمبس وهولبورن: مرجع سابق، ص12.

<p>المرسل في أغلب الحالات لا يرى جمهوره سواء كان كاتباً، صحفياً ومذيعاً أو مقدماً للأخبار في التلفزيون، وعادة ما يكون له مصدره الأصلي (جهة حكومية، مؤسسة خاصة).</p>	<p>(راوي القصة مثلاً) له جمهور مباشر يجالسه وجها لوجه ويتفاعل معه، كما أن الجمهور بكل أفراد الحاضرين هم مرسلون ومستقبلون في الوقت نفسه.</p>	<p>تلقن عن طريق العلماء والمتقنين والأكاديميين والأساتذة، أما عن طريق تأليف الكتب أو لإقامة الندوات والملتقيات والمناظرات أو التدريس بالمعاهد والجامعات والمدارس والأكاديميات المتخصصة، ولا تخضع في الإطار العام إلى الإشراف الرسمي.</p>	<p>المرسل</p>
<p>جمهورها عريض ومشتت وغير معروف ولا يستطيع الاجتماع في مكان واحد ولا يفترض أن تكون له ثقافة عالمية، بل هو من الأفراد العاديين، خاصة إذ تعلق الأمر بالراديو أو التلفزيون عكس الصحفية التي تحتاج إلى معرفة القراءة.</p>	<p>جمهور هذه الثقافة هم أفراد المجتمع المتفاعلون فيما بينهم مباشرة دون وسيط أي بعبارة أخرى هناك وحدة بين المبدع والمشاهد.</p>	<p>يشترط في من يتحصل على هذا النوع من الثقافة الوصول إلى مستوى ثقافي معين مصحوب بمعرفة جيدة بالقراءة والكتابة وحتى التفكير.</p>	<p>المستقبل</p>
<p>تنتج الثقافة الجماهيرية رسالة متسلسلة ومتشابهة تخضع لمقاييس التقنية الفنية، كما تعتمد الرسالة على البهرجة والأعمال الفنية المبتذلة التي تخضع للظروف الآنية.</p>	<p>الشفهية خاصة متأصلة في طبيعة النص الشعبي (الرسالة)، والمضمون خال من البهرجة والأعمال الأدبية والفنية الهابطة. الحكايات (الرسائل) في الثقافة الشعبية هادفة وذات مغزى تربوي واجتماعي كما أنها تحمل قيماً أخلاقية.</p>	<p>الرسالة في هذا النوع من الثقافة تكون إما شفهية عن طريق الإلقاء والتدريس في شكل محاضرات، أو مكتوبة أو منشورة، أو مذاعة ويتسم مضمونها بأنه جاد وهادف تعليمي وتربوي، تثقيفي وفكري ذو مستوى</p>	<p>الرسالة</p>

	عال.	
النص المذاع أو المنشور أو المرئي يصل إلى المتلقي من خلال وسائل بث إلكترونية وأدوات تقنية حديثة (الصحيفة، الراديو، التلفزيون، الإنترنت).	يعبر الفلكلور عن تفاعل مباشر بين الناس ويكون عن طريق اللقاءات والجلسات والتجمعات الشعبية والحكايات والأحاجي والألغاز والرقص الجماهيري.	وسائلها متعددة ولكن أبرزها المدارس والجامعات ودور العلم والأكاديميات والندوات والدوريات.
رجع الصدى والتفاعل على المباشر يكاد ينعدم في الثقافة الجماهيرية حيث تفصل المرسل على الجمهور حواجز لا يستطيع من خلالها أن يتفاعل معهم.	موجود عن طريق التفاعل المباشر والحي في المكان والزمان بين الأفراد عن طريق الحكايات والجلسات والمشاركة.	يكون بالمناقشات بين مختلف الكتاب والمبدعين والعلماء أو الردود في الكتب أو الصحف والمقالات المتخصصة.

الجدول رقم (02): قام "جمال العيفة" بشرح أنواع الثقافات بناء على عناصر العملية الاتصالية بصفة إجمالية.

3/ خصائص الثقافة:

تعتبر الثقافة مميزاً هاماً للإنسان عن بقية المخلوقات ولكنها تختلف من شعب ومن أمة إلى أمة، وهكذا فإن لكل مجتمع بشري ثقافة خاصة به. ولكن تلك الثقافة ليست متطابقة إذ أنها تختلف حتى بين الأفراد أنفسهم، ولكن هناك خصائص عامة توجد في كل ثقافة من الثقافات ومن خصائص الثقافة أنها:

- إنسانية: فهي ظاهرة تخص الإنسان فقط لأنها عبارة عن نتاج عقلي.
- مكتسبة: الثقافة لا يرثها الإنسان كما يرث لون عينيه أو بشرته، بل يكتسبها بطرق مقصودة أو عرضية عن طريق التعلم.
- تطويرية: أي أن الثقافة لا تبقى على حالها، بل إنها تتطور نحو الأحسن والأفضل.
- تكاملية: أي أنها تشعب الحاجات الإنسانية، وتريح النفس البشرية لأنها تجمع بين العناصر المادية والمعنوية.

- استمرارية: فهي ظاهرة تتبع من وجود الجماعة ورضاهم عنها وتمسكهم بها ونقلها إلى الأجيال اللاحقة.
- واقعية: اعتبر الكثير من العلماء الظواهر الثقافية كالظواهر الاجتماعية، وبالتالي فإنه ينبغي النظر إليها كأشياء واقعية مستقلة لا تتعلق بوجود أفراد معينين وبناء عليه يمكن دراستها كأشياء مدركة موضوعياً.
- انتقالية: أي أنها قابلة للانتقال من جيل الكبار إلى جيل الصغار، بواسطة عملية التثقيف أو التنشئة الاجتماعية.
- تنبؤية: بما أن الثقافة تحدد أسلوب الأفراد وسلوكياتهم في المجتمع، فإنه بالإمكان التنبؤ بما يمكن أن يتصرف به فرد معين ينهي مشكلة من المشاكل التي تقابله في حياته اليومية.
- تراكمية: وهذا يعني أن الثقافة ذات طابع تاريخي تراكمي عبر الزمن فهي تنتقل من جيل إلى الجيل الذي يليه، بحيث يبدأ الجيل التالي من حيث انتهى الجيل الذي قبله.¹

4/ وظائف الثقافة:

- يتكيف الإنسان مع الطبيعة ويغيرها ويتغير بفعلها، وهذا يعني أن الثقافة هي أدواته في عملية التواصل والتكيف والحياة، ويذكر "عبد الله الرشدان" خمس وظائف أساسية للثقافة وهي:
- تمد الأفراد بمجموعة من الأنماط السلوكية لتحقيق حاجاتهم البيولوجية وضمان استقرارهم.
 - تتيح للأفراد التعاون من خلال مجموعة من القوانين والنظم.
 - تؤدي إلى ظهور حاجات جديدة وتبدع وسائل إشباع هذه الاحتياجات والاهتمامات الثقافية والجمالية والدينية.
 - تمكن الإنسان من التنبؤ بالأحداث المتوقعة والمواقف الاجتماعية المشتملة، ومن التنبؤ بسلوك الآخرين في مواقف محددة؛ وفي هذا الصدد يقول "مالينوفسكي" أن الثقافة تلبي نظاماً متكاملًا من الاحتياجات الإنسانية البيولوجية وتضمن له غطاءً وظيفياً يسعى

¹ بلال خلف السكارنة: "أخلاقيات العمل"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص357.

إلى حماية الإنسان من المخاطر والكوارث الطبيعية والبيئية، والثقافة هي أداة الإنسان في إطار البيئة، وبالتالي فإن لكل عنصر من عناصرها غاية ووظيفة محددة.¹

المطلب الثاني: مفهوم النسق القيمي وعلاقته بالثقافة

أولاً: ماهية القيم

1/ مفهوم القيم:

تعتبر القيم من أكثر مفاهيم العلوم الاجتماعية غموضاً وارتباطاً بعدد كبير من المفاهيم الأخرى، ما جعل الاتفاق على تعريف موحد لها أمر صعب، لذا سنتطرق لمجموعة من التعاريف:

1-1 تعريف القيم لغة:

وردت بمعاني متعددة في اشتقاقاتها اللغوية، أشار إليها ابن منظور في لسان العرب، إذ ترجع إلى الفعل قوم وإدراجها على النحو التالي: جاء في مختار الصحاح: "القيمة واحدة (القيم) وقم السلعة (تقويماً) وأهل مكة يقولون (استقام) السلعة وهوما بمعنى واحد (الاستقامة والاعتدال)، يقال (استقام) له الأمر و (قوم) الشيء تقويماً وهو (قويم) أي مستقيم".² وتقوم الشيء "تعدل واستوى وتبينت قيمته"³

كلمة قيمة جمعها قيم ويقابلها في اللغة الفرنسية valeur وفي اللغة الإنجليزية values، فالقيمة مشتقة من الفعل قام بمعنى وقف، اعتدل، انتصب، استوى، بلغ.

ويعرفها المنجد في اللغة والإعلام بأنها جمع قيم وتدل أصلاً على اسم النوع من الفعل قام بمعنى الاستقامة فنقول قيم بمعنى مستقيم ويقول تعالى: "وذلك دين القيمة" (سورة البينة 05)، بينما يعرفها اللسان العربي: أن القيام بمعنى المحافظة والملازمة كما يأتي بمعنى

¹ -أسعد علي وطفة: "الثقافة والتربية"، مجلة الموقف الأدبي، العدد 259 و 260، تشرين وكانون الأول، سوريا، 1992، ص ص 7-8.

² - منى كشك: القيم الغائبة في الإعلام، دار الفرحة للنشر والتوزيع، مصر، بط، 2006، ص 60.

³ - إبراهيم أنس وآخرون: المعجم الوسيط، دار المعارف للنشر والتوزيع، مصر، ط2، 1973، ص 762.

الثبات والاستقامة فيقال: أقيمت الشيء وقومته بمعنى استقام والاستقامة هي اعتدال الشيء واستوائه.¹

1-2- تعريف القيم اصطلاحاً:

من الصعب إعطاء مفهوم مانع وجامع للقيم، لأنه لا يوجد اتفاق بين العلماء حول تعريف موحد لهذا المفهوم وهذا راجع إلى اختلاف منطلقاتهم الفكرية والدراسية.

- يمكن إدراج تعريفات حسب بعض المفكرين فيما يلي:

- **تعريف أميل دوركايم (1953):** إن القيم هي أحد آليات الضبط الاجتماعي المستقلة عن ذوات الأفراد الخارجة عن تجسدهم الفردية.

- **تعريف حليم بركات:** إن القيم هي المعتقدات حول الأمور والغايات وأشكال السلوك المفضلة لدى الناس، توجه مشاعرهم وتفكيرهم ومواقفهم وتصرفاتهم واختياراتهم، بالإضافة إلى أن القيم تنظم علاقاتهم بالآخرين وبأنفسهم، وتحدد مفاهيمهم وهوياتهم وتعطيهم المعنى الحقيقي لوجودهم.²

ويمكن تعريف القيم من بعض وجهات النظر التي ترى بأن القيم هي:

- مفاهيم الحق والخير والجمال عند الفلاسفة.
- أحكام على المواقف والأشياء والسلوك بوجه عام.
- افتراضات مجردة.
- شيء له محتوى من السهل الوصول إليه وهو ذات مغزى خاص ومعنى محدد.
- أشياء واحتياجات وأغراض ورغبات واهتمامات وتفضيلات.

¹ - شهرزاد صوفي: القيم المتضمنة في إعلانات التلفزيون الجزائري وأثارها على الجمهور الطلبة الجامعيين الجزائريين، ضمن مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة دورية أكاديمية حضارية محكمة، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، العدد03، المجلد الأول، 2012، ص42.

² - ماجد الزيود: الشباب والقيم في عالم متغير . ط1 . دار الشروق للنشر والتوزيع . الاردن . 2006 . ص . ص 22.

- الاعتقاد بأن بعض الأنشطة والعلاقات والمشاعر لها أهمية خاصة في توحيد المجتمع ورفاهيته.
- تفضيلات عامة دائمة تحكم السلوك والقرارات في الحياة.
- مجموعة التصورات الذهنية والأمور المرغوبة والتي تقيد السلوكيات الاختيارية.
- مجموعة الصفات الشخصية التي يفضلها الناس ويرغبون فيها داخل ثقافة معينة، إلا أنها ليست صفات مجردة بل تعتبر القيم أنماط للسلوك في الواقع.
- كما أنها صفات إنسانية يقوم بها الناس أو يتحلوا بها.
- اتجاهات الناس نحو قضايا معينة على حسب ميولاتهم واختياراتهم.¹
- ويمكن تعريف القيم بأنها:
- خاصية شيء يعتبر قابلاً للرجبة فيه إذا التفتنا إلى ناحية التجريد فيها.
- الشيء الذي يعتبر قابلاً للرجبة فيه من حيث هو قابل للرجبة فيه، إذا التفتنا إلى التعيين فيها.²

ومن خلال ما أوردناه من تعريفات مختلفة للقيم، يمكن القول بأن القيم هي مجموعة من المعايير والأحكام التي تتكون لدى الفرد أثناء تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية، بحيث تمكنه من اختيار أهداف الفرد وتوجهات لحياته، تعود عليه بالفضل في توظيف إمكاناته، وهذا يتجسد من خلال الاهتمامات والاتجاهات والسلوكيات العملية.³

2/ خصائص القيم:

تعتبر القيم أحد أهم العوامل المنظمة لحياة وسلوك الأفراد في المجتمع، والمفتاح الأساسي لفهم طبيعة المجتمع أو الجماعة، ومن ثم إمكانية بحث السبل التي يمكن من خلالها تنمية هذه القيم لدى الأفراد أو استبعادها، وفيما يلي نعرض الخصائص التي تمتاز بها القيم:

¹ - محمد سعد زغول ومكارم حلمي أبو هريرة . مناهج التربية الرياضية الموجهة قيمياً في مواجهة إنعكاسات عصر العولمة، ط1، مركز الكتاب للنشر. الاسكندرية، 2005، ص ص13. 14.

² - سامية حمريش: "القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري" رسالة ماجستير جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009، ص32.

³ - ماجد الزبيد: مرجع سبق ذكره، ص ص23. 24.

• **القيم لب الثقافة:** تشكل القيم لب الثقافة لأي مجتمع من المجتمعات حيث تمثل الرموز الثقافية التي تحدد ماهو مرغوب فيه. وبالإضافة إلى ذلك، فهي تعمل على تحديد السلوك السوي وغير السوي وتدعيم الاتجاهات والمعايير في مختلف مواقف الفعل الإنساني ومنه فإن أي انحراف عن تلك القيم يعد انحرافاً عن ثقافة المجتمع، فالقيم هي حلقة وصل بين الأنساق الثلاثة الكبرى للفعل الإنساني وهي نسق الشخصية، النسق الاجتماعي، النسق القيمي.

• **القيم متوارثة:** يشكل الإرث التاريخي للمجتمع أحد الروافد الأساسية لتشكيل نسق القيم حيث تنتقل تلك القيم من جيل لآخر عبر عملية التنشئة الاجتماعية، مما يساعد الأجيال المختلفة على الاستفادة منها في تنظيم واقعها الاجتماعي.

• **القيم حصيلة للتجربة الجمعية للمجتمع:** فالقيم ماهي إلا حصيلة للتجربة الجمعية للمجتمع، فبصورة تلقائية تقوم كل جماعة بترتيب قيمها حسب الأهمية التي تكمن وراء كل قيمة، مما يسهم في سيادة قيمة معينة في مجتمع ما وسيادة قيمة أخرى في مجتمع آخر.

• **القيم ظاهرة مجتمعية:** أكدت الدراسات الاجتماعية في كافة المجتمعات على أن القيم مثلها مثل كل الظواهر الاجتماعية تخضع للتغيير الذي يمكن إرجاعه إلى:

- تغيير التركيب للبناء المجتمعي، فطالما أن المجتمع في تغير مستمر ودائم، ولأن القيم ككافة الظواهر المجتمعية تمتد إليها يد التغير والتطور، مما يستتبعه تغير في الهرم القيمي للمجتمع ولسائر أفراد.

- ضغوط القوى الخارجية يؤدي إلى تغير التركيب الداخلي للبناء المجتمعي، فالتغيرات الاجتماعية والثقافية الحاصلة في أرجاء المعمورة، ومع الانفتاح على العالم الخارجي نتيجة لثورة الاتصالات التي بدورها أفرزت مصادر جديدة لتبادل المعرفة، هذه العوامل وغيرها لا بد لها من أن تفرض واقع اجتماعي جديد يحمل قيماً واتجاهات وافدة من العديد من المجتمعات. ذلك الوافد الجديد يمكن أن نطلق عليه قوى الضغط.

• **القيم مفاهيم:** القيم مفاهيم تصويرية إضافة إلى كونها مفاهيم عامة، فالأولى تعني أن القيم تتشكل في شكل ألفاظ، أما الثانية فتعني أنها تتضمن مجموعة من التعليمات التي يمكن من خلالها فهم فعل معين، فضلاً عن ذلك هي عبارة عن مفاهيم مرغوبة ومطلوبة

اجتماعيا، ترقى أحيانا لمستوى الشعور، كما يمكن أن تصل إلى مستوى الإدراك حيث تساهم في توجيه قرارات الفرد في مواقف مختلفة.

• **القيم موجودة لدى كافة المجتمعات:** القيم موجودة في كل المجتمعات إلا أنها تختلف في ترتيب أهميتها وألوية التمسك بها وتدعيمها من مجتمع لآخر حيث تمثل القيم أحد أهم مظاهر السلطة لما لها من قوة الإلزام الثقافي.¹

3/ مكونات القيم:

تتكون القيم من ثلاث مكونات رئيسية وهي:

• **المكون المعرفي:** ويشمل المعارف والمعلومات النظرية، ويتوصل الفرد إلى هذه الأخيرة عن طريق التعلم والتعليم والاحتكاك بالغير خلال مراحل حياته، وبدون هذا المكون المعرفي لا تكون هذه القيم جزء من شخصية الفرد.

• **المكون الوجداني:** ويشمل الانفعالات والمشاعر والأحاسيس الداخلية، وعن طريق هذا المكون يميل الفرد إلى قيم معينة دون سواها، ويتصل هذا المكون بتقدير القيم والاعتزاز بها وفي هذا الجانب يشعر الفرد بالسعادة لاختيار القيمة ويعلن الاستعداد للتمسك بالقيمة على الملأ، وما يدل على ذلك دفاعه عنها في النقاشات، ومقته لمن لا يلقي لها بالا.

• **المكون السلوكي:** وهذا الجانب هو الذي اظهر فيه القيمة بشكل قابل للملاحظة فالقيمة تترجم إلى سلوك ظاهري، ويتصل هذا الجانب بممارسة القيمة أو السلوك الفعلي وأداء النفس الحركي.²

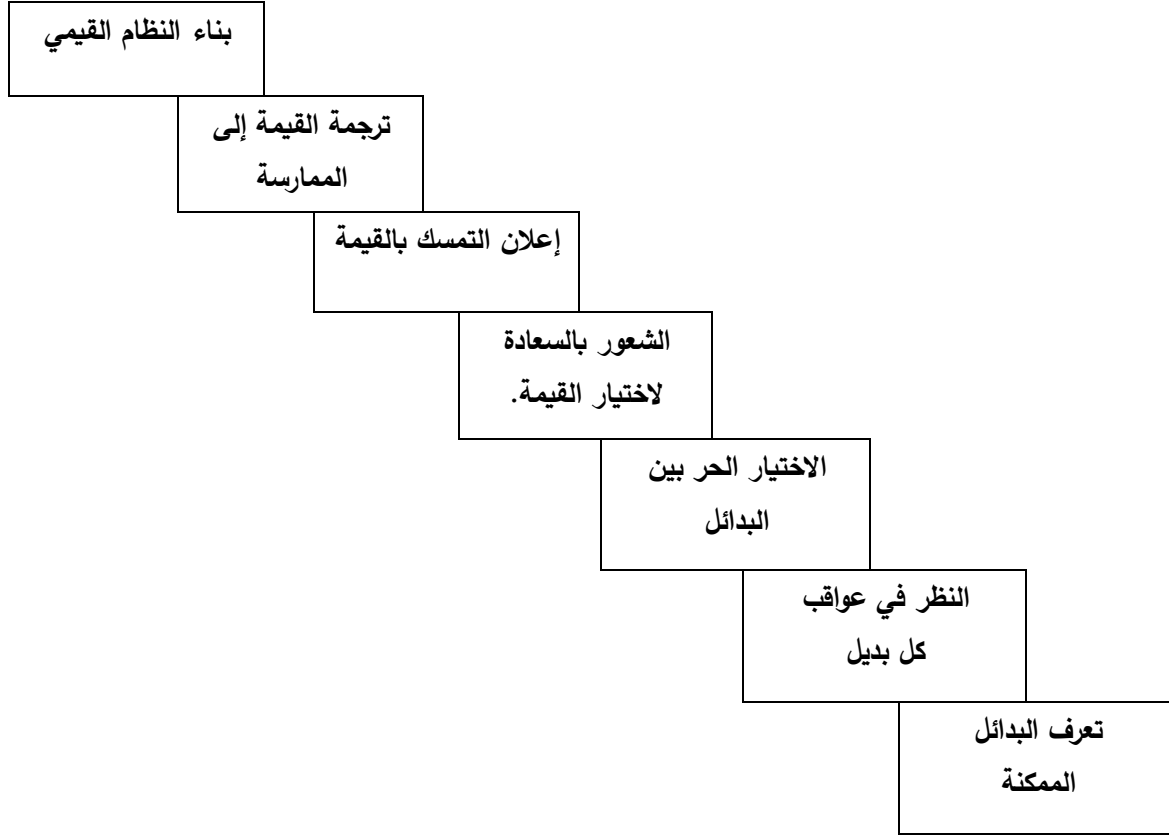
حيث نورد في الشكل التالي المكونات والعناصر الأساسية للقيمة، والذي سيبين لنا الثلاث مكونات للقيمة والمتمثلة في:

- التعرف والاختيار.
- تقدير القيمة والاعتزاز بها.
- ممارسة القيمة.³

¹ - عطاء الله النوعي: "القيم البدوية بين الثبات والتحضر" رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2008، ص39.

² د. نورهان منير حسن فهمي: "القيم الدينية للشباب" الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1999، ص39.

³ محمد أحمد بيومي: "علم اجتماع القيم"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية 2004، ص94.



الشكل رقم (01): يوضح المكونات والعناصر الأساسية للقيمة.

4/ وظائف القيم:

تعمل القيم على أداء عدة وظائف يمكن إجمالها في:

- تعمل كمعيار لتوجيه القول والفعل والسلوك الصادر عن الأفراد في مواقف مختلفة.
- الوصول إلى التكامل أو التضامن في المجتمع من خلال نسق القيم العامة التي تعطي شرعية لمصالح الأهداف الجماعية وتحدد المسؤولية.
- للقيم دور كبير في بناء الشخصية الفردية.
- تعمل على تنظيم المجتمع وضبطه واستمراره.
- تعمل على الحفاظ على هوية المجتمع وثقافته، فكل مجتمع هويته الثقافية المميزة التي تعمل القيم على الحفاظ عليها.
- المساعدة على التكيف مع الأوضاع المستجدة للفرد.

- تساعد على تحقيق التكامل في المجتمع من خلال النسق القيمي العام الذي يعطي الشرعية للأهداف والمصالح الاجتماعية ويحدد المسؤوليات.
- تساعد الأفراد في التكيف مع الأوضاع المستجدة عليهم.¹

ثانياً: النسق القيمي

1/ مفهوم النسق القيمي:

إن المقصود من النسق القيمي هو الترتيب الهرمي لمجموعة من القيم المترابطة التي تحكم وتنظم سلوك الفرد، وهذا الترتيب يكون حسب أهميتها بالنسبة للفرد وبالنسبة للجماعة وعليه إن النسق بمثابة بناء منظم في صورة شاملة للقيم، بحيث تظهر هذه القيم في صورة مترابطة، والنسق القيمي يمكننا من تحديد الأدوار، وهذا ما يسهل للفرد تطوير توقعاتهم الصحيحة من سلوكيات الآخرين، وأداء الالتزامات التي تفرضها هذه الأدوار، مما يسمح بالتنبؤ بالسلوك.²

2/ طبيعة وخصائص النسق القيمي:

إن النسق القيمي يبين لنا أن القيم ليست متساوية في الأهمية ففي المرتبة نجد القيم العظمى، وثم تليها القيم الأدنى منها، وهذا على حسب الترتيب الهرمي لهذه القيم، أي على حسب أفضاليتها وأهميتها، ومن هنا يتبين لنا أن الإطار القيمي لا يضل ثابتاً لأنه يتغير فيرتفع وينخفض ويدنو ويعلو، ومن أهم الوظائف التي يؤديها النسق القيمي ما يلي:

- إن النسق القيمي يمكننا من دراسة الثبات والتغير الذي يطرأ على اتساق القيم.
- إن النسق القيمي يسهم في خفض حدة الصراع والتوتر ويساعد على اتخاذ القرارات على أساس الاختيار.
- إن النسق القيمي بالتعبير عن الحاجات الأساسية بحكم أن القيم تطوي على عنصر واقعي قوي تماماً، بالإضافة إلى تضمينها عناصر معرفية وعاطفية وسلوكية.
- إن النسق القيمي يحقق التوافق واحترام الذات وتحقيقها لدى الفرد.³

¹ - ماجد المزيود: "الشباب والقيم في عالم متغير" دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2006، ص26.

² - محمد سعد زغول ومكارم حلمي أبو هرجة، مرجع سبق ذكره، ص22.

³ - نورهان منير حسن فهمي مرجع سبق ذكره، ص105.

3/ تشكيل النسق القيمي:

تبدأ عملية اكتساب نسق القيم منذ الصغر، ويتأثير من الوالدين لأن الفرد يعتمد في تكوين شخصيته وذاته على والديه، ومن هذا المنطلق يكتسب الأولاد قيما من آبائهم من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، بحيث أنه تختلف القيم المكتسبة باختلاف الطبقات الاجتماعية للأباء.

فالقيم تكتسب من خلال عملية التطبيع الاجتماعي للفرد منذ ولادته ومن خلال تفاعله الاجتماعي مع الآخرين في بيئته الاجتماعية، وهذا ما يسمى بالتكوين النفسي والاجتماعي للفرد.

وهذا النسق المكتسب يكون بفعل الخبرة المباشرة والاحتكاك بالغير ويتأثير عملية التنشئة الاجتماعية وإن كانت تختلف من جماعة لأخرى، داخل إطار الثقافة الواحدة.¹

- كما أن بث البرامج الإعلامية الغربية عن طريق القنوات الفضائية، كالأخبار والأفلام والموسيقى، وغيرها من البرامج التلفزيونية، يُراد بها تشكيل النسق القيمي للجمهور الذي يستقبل تلك القنوات في الدول النامية، إذ أن هناك الكثير من الشواهد التي تبرهن على ذلك، ومن هذه الشواهد نستعرض ما يلي:

- تتحكم الولايات المتحدة الأمريكية في 65 بالمائة من وسائل الاتصال السمعية والبصرية على مستوى العالم، ومن منطلق هذا التحكم تسعى لنشر قيمها ومبادئها.
- صدر للرئيس الأمريكي "تيكسون" أثناء ولايته كتاب بعنوان (1999 منصر بدون حرب) أشار فيه إلى ضرورة بث القيم الأمريكية إذا ما أرادت أمريكا أن تكون زعيمة العالم.
- أخذت الشركات الإعلامية الغربية تبث رسائل إقناعية تروج لإيديولوجية النظام الرأسمالي، وإشاعة أنماط استهلاكية، وتحاول إضعاف الأعراف والثقافات الأخرى، وهذا يكمن في تشكيل نسق قيمي على غرار ما هو موجود في الغرب.

¹ - نورهان منير حسن فهمي: مرجع سابق ، ص ص 107-108.

• في عام 1988م أصدرت السوق الأوروبية المشتركة بياناً تحذر فيه من التهميش الذي تتعرض له الثقافات الأوروبية من خلال الصور والرسائل الأمريكية، علماً بأن هذه

الصور والرسائل تتعرض لها أيضاً الدول العربية وبقية البلدان النامية.¹

ثالثاً: علاقة القيم بالثقافة

ليس من الصدفة أن يتزامن ميلاد "مبحث الثقافة" مع ميلاد "مبحث القيم"، فالقيم لم تُشكّل مبحثاً خاصاً عُرف فيما بعد بـ: "الأكسيولوجيا"² إلا في نهاية القرن الـ19، وهي ذات الفترة التي بدأ فيها حيّز معرفي مستقل يعتني بالثقافة من وجهة نظرية هي "سوسيوتاريخية المعرفة"؛ يوحي ذلك للوهلة الأولى أن قيمة الإنسان كقيمة ناشئة كانت تأذن بظهور قيم كثيرة، لعل أخطرها القيم الدينية وكأنه كان على المعرفة الإنسانية أن تبخس القيم الدينية حتى تستطيع قيمة الإنسان أن تستحق المجد اللازم، لذلك كانت الثقافة كمبحث مضطرة منذ نشأتها للمساهمة في هذا الجدل العنيف الذي بدأ يعصف بالعلوم الإنسانية والاجتماعية، والذي مازالت أثاره قائمة حتى الآن، ويبدو لنا وبشيء من التسرع أن الثقافة انحازت إلى قيمة الإنسان، فقد اشتغلت عليه كموضوع طويل كما بينا سلفاً، وساهمت في صنع قيمته على حساب قيم أخرى عطلت ميلاده وظلت ربما تتنافس إلى حد الآن، وإذا كانت الثقافة قد تناولت مباحث الدين والأخلاق، فعلى القيم كمباحث متمزقة تهزها صراعات حادة تعود في الأصل إلى الخلاف العميق في تحديد مصادرها.³

فالقيم الدينية المكونة للثقافة والهوية الوطنية هي الأكثر عرضة للتأثير من طرف وسائل الإعلام خاصة مع مساعيها الرامية لتغيير هذه القيم؛ إما بإدابتها وتعويضها بقيم استهلاكية غربية، أو جعلها قيم مجوفة لا تخدم المجتمع أو أفرادها.

¹ - مجذوب بخيت، محمد توم: "تأثير القنوات الفضائية العربية على اتجاهات الرأي العام العربي" - دراسة تطبيقية على قناة الجزيرة الفضائية - رسالة دكتوراه مقدمة لجامعة أم درمان الإسلامية، 2002م، ص 83.

*الإكسيولوجيا بالانجليزية (axiologie): وهو العلم الذي يدرس علم القيم، المثل العليا والقيم المطلقة، وحو أحد المحاور الرئيسية الثلاث في الفلسفة (وهي مبحث الوجود/الإنطولوجيا، ومبحث المعرفة/الإبستمولوجيا، ومبحث القيم/الأكسيولوجيا) والمراد به البحث في طبيعة القيم وأصنافها ومعاييرها. (نقلاً عن: <http://fas1.blogspot.com>).

³ - الطاهر لبيب: "موسوعة للمعرفة من أجل التنمية المستدامة"، المجلد الثالث، 2005، ص 231.

لقد بينت الأنثروبولوجيا الثقافية بمختلف مدارسها واتجاهاتها أن المجتمعات الإنسانية سواء كانت البدائية منها أو غيرها تبني خرائط رمزية معقدة وتوزيعها على أقاليم متعددة تتكفل بدورها بتوزيع المعاني و الدلالات على الأشياء والوقائع حتى يتم إدراك العالم على معنى من المعاني، وهذه الخرائط تتناضد على نحو يبيح بناء سلم أفضليات قيمية تحدد الحقيقة والحق والخير والجمال وغيرها من القيم الكبرى، وإذا كانت الفلسفة قد تحدثت عن المنعطف القيمي الخطير الذي تم في بداية القرن الـ20 لوصف الابتكارات العنيفة التي أنهكت القيم العلمية والدينية والجمالية والسياسية المثارة سابقا، فإن الثقافة محمولة على أنها التربية أو التنشئة حاولت بدورها أن ترصد حالة القيم وهي واقعة تحت ضغوط توسيع التحديث الاقتصادي للسوق وتفكك أشكال التضامن التقليدي وبداية استشعار القلق والرعب.¹ ذلك يبدو جليا خاصة من طرف الثقافة الجماهيرية التي كانت نتيجتها الثقافة الاستهلاكية، هذه الأخيرة أصابت القيم الأصلية السائدة في المجتمعات بالتفتت، في الوقت الذي تركز فيه منظومة جديدة في المعايير التي ترفع من القيم النفعية والفردية والأنانية والمنازع المادي للغرائز المجردة من أي محتوى إنساني، ولقد تمكنت هذه الثقافة الاستهلاكية من الوصول إلى قطاعات واسعة من الأفراد والشعوب وهي توجه بشكل خاص للشباب.² فمهما كانت منظومة القيم المجتمعية، فهي جزءا من المخزون الثقافي المتراكم عبر حقب زمنية متعددة؛ لذا فإن أي تغيير يطرأ على الثقافة ينعكس بالضرورة على منظومة القيم الثقافية كانت أم اجتماعية. وما نريد أن ننوه به هنا على أن أهم عامل مكون للثقافة والمجتمع وحتى القيم هي العلاقات الأسرية التي تأثرت بوسائل الإعلام، مما انعكس بالضرورة على القيم الدينية المكونة للثقافة والهوية معا، وهذا ما سيتم معالجته بإسهاب في الجانب الميداني الخاص بالدراسة الراهنة.

تعتبر الثقافة كهندسة رمزية معقدة ومركبة يعمد المجتمع إلى ابتكارها ويتعهدا بالصون والتعديل والترميز، والهدم كلما اقتضت الحاجة لذلك، وهي تعتمد على القيم التي تجعل من المجتمع عالما مشتركا بلغة الفلسفة يستطيع الأفراد العيش فيه سويا، فالقيم

¹ -الطاهر لبيب: مرجع سابق، ص232.

² -حسن إبراهيم عبد العال: "التربية الإبداعية"، دار الفكر، عمان، الأردن، 2005، ص27.

باعتبارها كائنات رمزية تنشأها الثقافة لن تكون التمثيلات للصيغ المثلى التي تسري بموجبها الصلات الاجتماعية القائمة بين أفراد المجتمع.¹

يكتسب أفراد المجتمع قيمهم بدءاً من الأسرة والمدرسة فجماعة الأقران ووسائل الإعلام والجامعة والمهنة والتخصص ووسائل فرعية أخرى ضمن المجتمع وكل هذه الوسائط تستقي قيمها من ثقافة المجتمع التي بدورها تلقح من ثقافات أخرى بحدود معينة ومن الأسس التي اعتمد عليها في تصنيف القيم ما يلي:

• **تصنيف القيم حسب المحتوى:** إذ تنقسم إلى قيم نظرية، اقتصادية، جمالية اجتماعية، سياسية، دينية.

• **تصنيفها حسب مقصدها:** إذ تنقسم إلى قيم وسائلية؛ أي تعتبر وسائل لغايات أبعد وقيم غائية أو نهائية.

• **تصنيفها حسب شدتها:** إذ تصنف القيم إلى قيم ملزمة؛ أي ما ينبغي أن يكون وقيم تفضيلية؛ أي يشجع المجتمع أفرادها على التمسك بها ولكن لا يلزمهم بها إلزاماً.²

والشباب الذي يُعتبر اللبنة الأساسية للمجتمع إذ صلح انعكست صلاحيته على باقي الجوانب المجتمعية، والعكس صحيح؛ فشبابنا اليوم يعاني من مشكلة تناقض القيم الخاصة مع الانفتاح الهائل على وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، فهو فعلاً يعيش أو يتواجد فيما يمكن أن نطلق عليه المكان الثالث؛ حيث لا هو راضي كلياً ولا جزئياً عن وضعه الحالي كما أنه لا يملك القدرة لتحقيق ما يحلم به، وهنا يظهر ما يُسمى بـ "صراع القيم"؛ هذا الأخير الذي يعتبر من المفاهيم الحديثة نسبياً؛ إذ تمت الإشارة إليه في ثنايا الأبحاث النفسية والاجتماعية وذلك عند الحديث عن ظاهرة الأنومي (اللامعيارية) في كتابات كل من "إيميل دوركايم" و "تالكوت بارسونز" و "روبرت ميرتون".

وعلى الرغم من الإشارات الضمنية لهذا المفهوم؛ إلا أن الدراسات السوسيولوجية لم تشر بصراحة إلى مفهوم الصراع القيمي كمفهوم جدير بالاهتمام والدراسة؛ فهناك من يعرف الصراع القيمي على أنه عدم اتساق وانسجام داخل نسق القيم، ينتج عن تباينها وتناقضها،

¹ - الطاهر لبيب: مرجع سابق، ص 232.

² - فيروز زرقاة: "التغير القيمي وصراع المرجعيات"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، عدد خاص بالملتقى الوطني الأول حول التغير القيمي في المجتمع الجزائري، يومي 4-5 ماي جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2009، ص 69.

ويقصد بتباين القيمّ تغاير واختلاف وظيفة كل منها وتعارضها مع الوظائف وغايات القيمّ الأخرى.

أما "تضاد القيم" فهو وجود اتجاهين متعارضين أو أكثر من اتجاهات القيمّ، وقد يكون هذا التعارض بين وسائل كل منهما أو أهدافه كوجود وسيلة تقليدية تستند إلى العرف في مقابل عقلية أخرى متحررة تميل إلى التحديد والموازنة العقلية.

إن ظاهرة صراع القيمّ ظاهرة دائمة سواء بين أنظمة مختلفة أو داخل نفس الجماعة، فصراع القيمّ لا يتوقف، وهو يلخص استمرار إشكالية القيمّ على أنه يعكس أشكال مختلفة بداية من الحياة اليومية (داخل الأسرة مثلا) ، أو صراع قيمّ أكثر تشكلا وتطورا، فعلى المستوى الميكروسوسولوجي وكما بيّن عالم الاجتماع الأمريكي ذي الأصل الكندي "غوفمان" ومن خلال نظريته "الفن المسرحي داخل وضعية وجهها لوجه" فإن المتحاورون يتبعون قيمّ من خلال إجراءات دقيقة؛ فالمتحاورون لا يتوقفون عن إظهار توجهاتهم نحو التوافق أو تأكيد ذاتهم من خلال الآخرين، وحسب "غوفمان" فإن المتحاورين لا يعكسون نفس القيمّ بشكل ظاهر ولكن يطبقون قيمّ ومعايير تجسد وتعكس القيمّ العالمية لاحترام الآخر.¹

عوامل تصدع القيمّ:

وهناك العديد من وجود هذه الأزمة الثقافية والتي يمكن أن نصيغها على النحو التالي:

أ- **عوامل خارجية:** وتتمثل في الهجمة الثقافية الغربية المنظمة التي تهدف إلى هدم

الثقافة العربية وتذويبها

ب- **عوامل داخلية:** وتتمثل في طبيعة الصراعات الثقافية الداخلية و انتشار القيمّ

المرضية مثل: العشائر والطائفية والإقليمية ويمكن تصنيف عوامل الأزمة وفقا لتاريخ مجتمعا الذي خضع لمراحل استعمارية متعددة كالتالي:

• عوامل التصدع السياسي والثقافي الذي عانته الأمة العربية في مرحلة الانحطاط والتي استمرت حوالي 400 سنة، انتشرت فيها السموم الثقافية الدخيلة وهزمت فيه القيمّ العربية الإسلامية ذات الطابع الإيجابي ويمكن ملاحظة أن أكثرية القيمّ المسموعة تعود إلى طبيعة هذه المرحلة التاريخية الطويلة.

¹-عبد العالي دبله: "مدخل إلى التحليل السوسولوجي"، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، صص 18-19

• التصدعات السياسية والثقافية التي عانتها الأمة العربية تحت تأثير الغزو الاستعماري الغربي للوطن العربي في بداية القرن الـ20 مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية.

خضوع الأمة العربية حالياً للتبعية الثقافية للغرب ويمكن التعبير عن ذلك بما يسمى بالاستعمار الحديث الذي يعمل دائماً على هدم القيم العربية وبناء قيم التبعية.¹

المطلب الثالث: الثقافة في التراث السوسيوثقافي

1/ التشخيص الفكري للاتصال بين الثقافات:

يعد "جورج بالنديه" من بين أهم العلماء الذين درّسوا أشكال الالتقاء أو الاتصال بين الثقافات؛ حيث وجّه اهتمامه في إطار علم "الاجتماع الدينامي" إلى دراسة التغيرات والتبادلات والحركات الاجتماعية وضرورة المجتمعات، وهو يميز بين الديناميكية الداخلية والديناميكية الخارجية على غرار الدراسات التنموية التي يؤكد بعضها على وحدة التحليل "المحلية"؛ في حيث يركز البعض الآخر على وحدة التحليل العالمية، وهو يرجع الفضل في تبيان أثر الأسباب الخارجية إلى الأعمال الأنثروبولوجية، وهي الأعمال التي تطرقت - ومن خلال مقارنة خاصة- إلى أثر الانتشار المعقد للعناصر الثقافية - بوصفة عامل تحول- على المجتمعات المستقبلية، وتوصلت إلى الكشف عن العلاقات الشاملة التي تتعقد بين ثقافات وحضارات متباينة.²

فدراسة التغيرات والتبادلات الاجتماعية وتتبع صيرورة تطور المجتمعات بالاعتماد على الثقافة، تشخص علاقة الاتصال بالثقافة المجتمعية لأي مجتمع، خاصة لما تنتج بعملية الانفتاح الثقافي، الذي يتحول في معظم الأحيان إلى غزو ثقافي بكل المقاييس نتيجة سوء فهم ما تحمله الكلمتين من معاني التزاوج الثقافي بإيجابياته، وهذا ما يُقصد به التفاعل الثقافي أو التثاقف، وهو الأخذ والعطاء من الثقافات المتنوعة وهو ما أكد عليه "عيسى الشماس" حين أشار إلى أن للتبادل الثقافي حدود تفصله عن الغزو الثقافي وذلك من خلال محافظة كل مجتمع على ثقافته وهويته القومية.

¹ جيهان سليم: الثقافة العربية، أسئلة التطور والمستقبل، مركز دراسات الوحدة العربية لبنان، بط، 2003، ص ص 27-28.

² نور الدين زمام: "عولمة الثقافة (المستحيل والممكن)"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، العدد الأول، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية والإنسانية، بسكرة، الجزائر، 2010، نقلا عن: www.webreview.dz

يقصد بالتثاقف: "عملية انتشار القيم والمقاييس والأحكام الاجتماعية إلى المجتمعات الأخرى مع تعرضها لعملية التبدل التي تجعلها منسجمة مع ظروف وأحوال المجتمعات التي دخلت إليها" كما يعني أيضا عملية تحويل ثقافة ما من خلال التقائها بثقافة أخرى.¹ ومما سبق نجد أنفسنا نتكلم عن الغزو الثقافي؛ الذي من نتائجه اغتراب بكل المقاييس وهذا ما تطرق له "حليم بركات" في كتابه "الاغتراب في الثقافة العربية"؛ حيث قال بأنه "نسق أو عملية صيرورة واحدة تكون عادة من ثلاث مراحل متماسكة ومتصلة ببعضها البعض اتصالا وثيقا وعضويا وهي: مصادر الاغتراب وتتكون من التجزئة والتفتت الاجتماعي وهيمنة الدولة على المجتمع وسط الأنظمة الاجتماعية القصرية (النظام الأبوي المؤسسات الدينية والتربية الاستظهارية) والاستغلال الطبقي والظلم والحرمان والقهر ووجود فجوات عميقة بين الضعفاء والفقراء من ناحية، والأقوياء والأغنياء من جهة أخرى؛ إضافة إلى التبعية والسيطرة الخارجية على الموارد العربية بالتحالف مع الحكام والطبقات...، ثم تجربة الإنسان على صعيد الوعي الذاتي، وفي علاقاته بالمجتمع ومؤسساته، أخيرا نتائج الاغتراب السلوكية كالانسحاب والعزلة والخضوع أو الثورة في سبيل تغيير الواقع المعاش.²

2/ الثقافة ووسائل الاتصال الجماهيرية:

هي الوسائل التي تتم بها عملية الاتصال والتواصل، من خلال إيصال رسائل معينة لأعداد ضخمة من الجماهير، فهي تتميز بالسرعة الهائلة لإيصال هذه المادة الإعلامية في ظرف قياسي جدا، وهو نتيجة التطور المتزايد والمتواتر دائما، مما انعكس إيجابيا على كل المواد السمعية والبصرية والسمعية البصرية.

فوسائل الإعلام تركز على التقنيات التكنولوجية التي من خلالها تجري العمليات الإعلامية دون أن يبهر الدور المهم والأساليب للتنظيم الاجتماعي الذي يدفع بهذه العمليات أو يقوم بإنجازها، وإن التقدم التكنولوجي الكبير في العقود الأخيرة جعل من العسير الفصل ما بين ثلاثة مفاهيم أو عناصر أساسية في العملية الإعلامية، ووسائل الإعلام التقنية، ووسائل الاتصال المتنوعة، ثم الإنسان بذاتيته الفردية والجماعية.³

¹ - المرجع نفسه، نقلا عن: www.webreview.dz

² - حليم بركات: "الاغتراب في الثقافة العربية، متاهات الإنسان بين الحلم والواقع"، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، سبتمبر، بيروت، لبنان، 2006، ص60.

³ - عزام أبو الحمام: "الإعلام الثقافي (جدليات وتحديات)"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص26.

أصبحت لوسائل الاتصال الجماهيرية أهمية كبيرة في الوقت الراهن؛ أضحت عاملاً أساسياً في تشكيل واقع الحياة اليومية الذي يعيشه الناس، وقد بدأ الحديث عن استخدام وسائل الإعلام كنظم ثقافية منذ أن أشار "جيمس كاري" عن أهمية نقل الثقافة في كتابه: "the interpretation of culture" وقد أعد هذا الكتاب تداخل العلوم الاجتماعية، وأصبح بعد ذلك مرجعاً كلاسيكياً للباحثين في مجال الاتصال، وكان بمثابة حجر زاوية ساهم بشكل بارز في تحول بحوث الاتصال إلى الجانب التفسيري، وقد استخدم نظام الرموز في تأدية الرسالة، وتميزه بأنه قوة مؤسساتية يستطيع تحريك الدوافع وتشكيل الاتجاهات، ولديه القدرة على صياغة المفاهيم للنظام القائم، وأخيراً لديه قدرة غير عادية في تحفيز المواطنين.¹

إضافة لدور وسائل الإعلام السابقة فإن دورها أيضاً مناط بتكوين الرأي العام في العالم الثالث وفي معظم المجتمعات الأخرى، شريطة أن يتم التخطيط له بعناية، فإذا كان الإعلام فوق مستوى الجماهير أو دون مستوى الجماهير فإن مصيره هو الفشل.²

وفي المجتمع الحداثي تزداد أهمية وسائل الاتصال والإعلام، وتبدو هذه الوسائل كفاعل اجتماعي كامل وليس كوسيط، وقناة للنقل، فقد راحت هذه الوسائل لتتعدى دور الناقل المحايد أو السلبي، بل إنها راحت تشارك بفاعلية في تصنيع الأحداث والأخبار والمعلومات.³

فهذه الوسائل صنعت جُل الأمور لتخدم سياستها وساساتها، بعدما صنعت سوقاً شاسعة بشساعة الرقعة الجغرافية وما تضمنه من أعداد هائلة من الجماهير المستهلكين فتكريسها لما بعد الصناعة وما بعد المجتمع الحداثي هو ثقافة مُعولمة أو عالمية الثقافة.

فبتطور وسائل الإعلام والاتصال اختفت العديد من أشكال الثقافة بأنواعها وأضحت هي الممول الرئيسي للحياة الاجتماعية ما تحمله من مدلولات، فغيّرت العديد من الأمور على مستوى الأفراد، فحتى العائلة بصورتها الكلاسيكية الممتدة العريقة استحدثت بالأسرة النووية، فقد غلب على الحياة الأسرية الجانب الإعلامي، وأصبح حاضر فيها بقوة، فاحتلت التلفزة اليومية، وقضت على ذلك الجو الذي كانت تخلقه القصص المرورية والحكايات

¹ - طه عبد العاطي نجم: "الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث" دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، مصر، 2005، ص ص 67-68.

² - عبد المنعم الميلادي: "الإعلام"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2007، ص 111.

³ - عزام أبو الحمام: مرجع سابق، ص 114.

الشفوية المليئة بالقيم والعادات والتقاليد والتي تحمل في طياتها معالم الثقافة الشعبية وما تكتنزه من موروث ثقافي خاص بالمجتمع، حتى نظرية المجتمع الجماهيري أوضحت أهم أفكارها أن هذه المستجدات التي استجبت على مستوى حياة الأفراد تنذر بالخطر لأننا سنصبح تابعين للثقافة الجماهيرية لا الثقافة النخبوية أو الصفوة.¹

وإذا حاولنا معرفة وضع وسائل الإعلام العربية تجاه الثقافة نجد أن هناك تباينا في الآراء، إذ ذهبت بعضها إلى تأكيد العامل الإيجابي الذي لعبته في نشر المعلومات وزيادة الاتصال والتواصل بين الشعوب والتصدي لعمليات الغزو التي تمارسها الدول المعادية، أما الرأي الآخر فيذهب إلى القول بأن وسائل الإعلام ساعدت على نشر الثقافة المبتذلة؛ بحيث تقدم مواد إعلامية تافهة وسطحية تعتمد على الإثارة والتشويق بدلا من التعمق والتفكير، كما ساعدت على نقل الثقافات الغربية المبتذلة التي تركز على الجنس والعنف.²

بمعنى صناعة الثقافة "سلعة الثقافة" وهو المفهوم الذي استعمله أول مرة سنة 1947 علمين من أعلام مدرسة فرانكفورت³ وهما "ثيودور أدورنو"⁴ و"ماكس هوركايمر"⁵، يشير إلى: "الأنشطة الصناعية التي تنتج وتسوق الخطابات، الأصوات، الصور، الفنون وكل القدرات الأخرى والعادات التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضو في

¹ - طه عبد العاطي نجم: مرجع سابق، ص 68.

² - طه عبد العاطي نجم: مرجع سابق، ص 29.

* مدرسة فرانكفورت: هي حركة فلسفية نشأت بمدينة فرانكفورت سنة 1923 بدأت الحركة في معهد الأبحاث الاجتماعية بالمدينة. وجمعت فلاسفة مثل: ماكس هوركايمر، والتر بنجامي، وهيربرت ماركوز، ويورغن هابرماس وهو الممثل الأكثر شهرة للجيل الثاني للمدرسة (نقلا عن www.marefa.org).

** ولد الفيلسوف الألماني وعالم الاجتماع ثيودور فيزنغند أدورنو سنة 1903 بفرانكفورت، وهو عضو بارز في مدرسة فرانكفورت، وكان شغوفا بدراسة الفن، وخاصة الموسيقى. اتجه نحو دراسة الفلسفة، متأثرا في البداية بكتابات كانط. تعرّف على ماكس هوركايمر وولتر بينيامين، وأنجز رسالة الدكتوراه سنة 1924. حول فينومينولوجيا هوسرل، قبل أن ينتقل إلى النمسا لدراسة الموسيقى سنة 1925. وبعودته إلى فرانكفورت، اتجه نحو الحصول على درجة التأهيل في الفلسفة، قرّر سنة 1936 قبول مقترح ماكس هوركايمر بالهجرة، ثم عاد مجددا إلى فرانكفورت. (نقلا عن:

<http://www.nominoun.com>)

*** ماكس هوركايمر: عالم اجتماع وفيلسوف ألماني، وهو أحد أهم أعضاء مدرسة فرانكفورت. ولد في شتوتجارب ودرس الفلسفة وعلم الاجتماع في الجامعات الألمانية، وحصل على درجة الدكتوراه عام 1922م من جامعة فرانكفورت عن فلسفة كانط الذي ترك أثرا عميقا في فكره، وتأثر هوركايمر بفكر كل من ماركس ونييتشة وبرجسون وديلثي وفرويد. اشتغل بالتدريس في جامعة فرانكفورت عام 1930م، وترأس معهد فرانكفورت للبحوث الاجتماعية سنة 1931م الذي كان يهتم في بداية تأسيسه بالدراسات العالمية. (نقلا عن: http://ar_ar.facebook.com).

المجتمع، والتي تمتلك وبدرجات مختلفة خصائص الثقافة"، فهي تمثل تهديداً معتبراً على الثقافات التقليدية، بفضل ما تتمتع به من قدرة على الانتشار والاختراق، ولذلك أصبحت بعض الدول الغربية تعبر عن خوفها من هذه الصناعة الثقافية، خاصة منها الأمريكية التي غزى أسواقها بحكم امتلاكها لإمكانيات هائلة، تجعلها تستبعد أي منافسة في الأجل المنظور، هذا نوع من الثقافة يعتمد لاستمالة العقول خاصة الشباب وتعويدهم على اختيار نمط الحياة والاستهلاك الغربي بشكل كبير يكرس الفردية والنفعية والنمطية والربح السريع، فهي تدفع بالإنسان إلى الابتعاد عن حاجاته الحقيقية ليتبع الأوهام والتفاهات والشكليات في الأكل والملبس.¹

كما أشار: "وايت ماك دونالد" أن "مستوى الثقافة الجماهيرية قد ارتفع بشكل كبير مع تطور وسائل الإعلام وازدياد قدرتها، ولكن التحسن الذي ظهر هو نفسه إفساد للثقافة العليا، فما من شيء أكثر فجاجة من الثقافة الجماهيرية المتطورة المصطنعة".²

وعليه تكون وسائل الإعلام العربية معنية بوظائف عديدة لحماية الهوية الثقافية العربية والإسلامية، وغرس الولاء والانتماء لدى الشعوب وزيادة التقارب بينهما، وتستطيع وسائل الإعلام تحقيق هذه المهام وغيرها بفضل تأثيراتها المتعددة وإمكانياتها الهائلة.³

3/ الثقافة والتنشئة الاجتماعية:

يعد الإعلام في العصر الحديث من المؤسسات الهامة في عملية التنشئة الاجتماعية والتطبيع الاجتماعي، ولاسيما بالنسبة للأطفال والشباب، فلم تعد وسائل الإعلام مجرد مساهم صغيرة في هذه العملية؛ بل أصبح لها دور كبير بالنظر لتنوعها وفعاليتها وتأثيراتها.

فنحن لا نعقل هنا عن أهمية هذه الوسائل ووظائفها المتشعبة في الترفيه والتثقيف والتربية والتعليم، إلا أن ما يجعلنا ندق ناقوس الخطر هو استغلال هذه الوظائف والأدوار من مجرد وظائف إيجابية إلى وظائف أكثر لتحقيق مآرب أخرى أكبر من مجرد التسلية وملء وقت الفراغ مستهدفة التنشئة الاجتماعية للشباب خاصة بضرب منظومة القيم

¹ - قزية الشوقي: "الثقافة الهدامة والإعلام الأسود في هيروشيفا إلى بغداد وفي خراب الروح إلى العالمية"، منشورات إتحاد الكتاب العربي، دمشق، سوريا، 2005، ص38.

² - سهير جاد، سامية أحمد وآخرون: "البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون" دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1999، ص15.

³ - طه عبد العاطي نجم: مرجع سابق، ص29.

والضوابط المجتمعية عرض الحائط، ليصبح متحررا بحجة "الديمقراطية وحرية التعبير" وما ينجر عنها.

يرى "شبل بدران" و "فاروق محفوظ" أن هناك مفهومي للتنشئة الاجتماعية؛ الأول مفهوم اجتماعي؛ إذ ينظر إليها من خلاله على أنها عملية اندماج الفرد في المجتمع واشتراكه في مختلف فعاليات المجتمع، وذلك عن طريق استيعابه لعناصر الثقافة والمعايير والقيم الاجتماعية التي تتكون على أساسها سمات الفرد ذات الأهمية الاجتماعية، والثاني مفهوم أنثروبولوجي، إذ ينظر إليها من خلاله بأنها عملية غرس المهارات والاتجاهات الضرورية لدى الناشئ ليلعب الأدوار الاجتماعية المطلوبة منه في جماعة أو مجتمع ما.¹ ففي المراحل الأولى من الطفولة، تبدأ مرحلة التعلم والتلقين للناشئة الصغار ليصبحوا شبابا مثقفين ومتعلمين بانتهاج تنشئة اجتماعية سليمة وفق ضوابط مجتمعهم خاصة، لتبقى الثقافة في حد ذاتها هي عملية اكتساب الفرد لكل ما يحمله هذا الإطار المجتمعي من معاني ورموز تدل على الثقافة والتنشئة الاجتماعية معا.

أساسا لقد عرّفت التنشئة الاجتماعية على أنها إعداد الفرد ليكون كائنا اجتماعيا وعضوا في مجتمع معين.²

وتعد الأسرة من أهم مؤسسات التنشئة الأسرية وأهم ناقل للثقافة بما لها من آثار قوية على تربية أولادها منذ الصغر، بتعليمهم دعائم الحياة بجوانبها المختلفة ثقافية، اجتماعية، نفسية... والأهم من كل ذلك هو كيفية المحافظة على الثقافة العربية وهويتها، لكن مع الاكتساح الكبير للوسائل الجماهيرية والتي تشكل أقوى منافس للأسرة؛ أشارت العديد من الدراسات إلى تراجع أدوار الأسرة وتنشئتها الاجتماعية بالمقارنة مع ما تقدمه الفضائيات على اختلافها سواء كانت عربية أم غربية من مواد إعلامية لا تمت بصلة لثقافة المجتمع وتساهم وبشكل كبير في طمس هويته من خلال ضرب التنشئة الاجتماعية في الصميم، فأضحت تبث إعلانات لمختلف ماركات العطور والألبسة وكذا المأكولات، وتشجع بشكل

¹ - عمر أحمد الهمشري: "التنشئة الاجتماعية للطفل، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص21.

² - ماجد ملحم أبو حمدان: " طرائق التنشئة الاجتماعية الأسرية وعلاقتها بمدى مشاركة الشباب في اتخاذ القرار داخل الأسرة"، دراسة ميدانية على عينة من شباب جامعة دمشق، كلية الآداب، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الثالث والرابع، دمشق، سوريا 2011، ص374.

كبير على مشاهدة أفلام العنف والجريمة والجنس بكل ما تحمله من سموم لتحقق بذلك ثقافة استهلاكية عالمية يتبعها الشباب دون أدنى تمييز.

وهنا لا يمكننا المرور دون الإشارة إلى مختلف الوسائل التكنولوجية التي اجتمعت هي الأخرى لتتنافس الأسرة في مسار تنشئتها الاجتماعية لأبنائها منها: الإنترنت، هذه الوسيلة التي أصبحت يوماً بعد يوم تستنزف وقت معظم الشباب؛ إذ يقضون معظم أوقاتهم أمام الشبة العنكبوتية، خاصة منها الصفحة الزرقاء (facebook) في عالم منعزل عن الأسرة برمتها دون رقيب، وهو ما من شأنه أن يدعم الفردية والاعترا ب الاجتماعي والثقافي على حد سواء.

إن العديد من هذه الوسائل التي أفرزتها العولمة وصارت تتبع سياستها أغلب الشعوب، وتدعمها ألغت بصفة قطعية الأسرة وما تغرسه من تنشئة اجتماعية أو ثقافية؛ إذ أضحي الشباب في هذه المرحلة يتجاذبهم تيارات أولهما تيار الآباء والأسرة والعادات والتقاليد الذي تكسوه حلة القيم والثقافة والهوية وهي في نظرهم ثقافة رجعية كلاسيكية، والثاني هو ثقافة جديدة مليئة بالأحلام الغربية البعيدة عن ثقافتهم الأصلية وهويتهم العريقة.¹

وفي ظل عجز وتبعية وسائل الإعلام عن إنتاج مادة إعلامية دسمة ببرامج ومضامين هادفة لمجتمعاتها العربية الطامحة لمثل هذه البرامج، يبقى التيار الجارف يعصف بالأفراد في أحوال وسائل الإعلام الغربية التي تدس ضمن برامجها ومضامينها السموم، وهذا يعد من أخطر التحديات، وهو ما من شأنه أن يضرب المكونات الأساسية للثقافة العربية في الصميم.

¹ - وائل فاضل علي: "العولمة وأثارها على التنشئة الاجتماعية"، دراسة ميدانية، 2013، نقلا عن: www.rooad.net ،

تاريخ الزيارة: 3 جوان 2020، على الساعة: 15.00

خلاصة:

القيم هي جزء من الثقافة وهي جوهرها وبالتالي لا يمكننا الفصل ما بين القيم والثقافة ووظيفتهما في المجتمع فإذا ظهرت أزمة أو مشكلة مست القيم فإن هذا سوف يشكل خطرا على الثقافة وهذا ما يعرف بمصطلح التصدع الثقافي الذي أصبحت تعاني منه العديد من المجتمعات العربية التي وقعت في دوامة أزمة ثقافية حادة بسبب الهجمات الثقافية ، الغربية والصراعات الثقافية الداخلية التي أصبحت تعشيها بسبب انتشار قيم دخيلة على هذه المجتمعات كالبعد عن الوازع الديني في مشاغل الحياة والطائفية والإقليمية و... ،كل هذه السموم الثقافية أصبحت تشكل خطرا على هذه الهوية العربية ووحدتها كما عملت على هزم القيم العربية الإسلامية.

المبحث الثاني

الترفيه في البرامج التلفزيونية

تمهيد:

قبل ظهور الثورة الصناعية كانت حقوق العامل مهضومة بشكل كلي، وكان رب العمل هو المهيمن في كل شيء، وصاحب الأمر الأول والأخير، ولا مجال للخروج عن طوعه، وبعد ظهور الثورة الصناعية في بريطانيا وما صاحبها من تسريح جماعي للعمال نتيجة حلول الآلة محل العامل وتطور تقنيات ومناهج العمل، ظهرت في المقابل النقابات العمالية التي أخذت على عاتقها مسؤولية الدفاع عن العمال، ومع مرور الزمن استطاعت هذه الأخيرة فتك العديد من المطالب والتي من أهمها تقليل ساعات العمل مما وسع دائرة الوقت الحر، وطراً إشكال جديد تمثل في كيفية تسيير أوقات الفراغ بالشكل الذي يخدم مصلحة الفرد والمجتمع على حد سواء من خلال عمليات الترفيه.

ومنذ وقت قريب أصبح الترفيه من بين النشاطات المهمة التي تلعب دوراً أساسياً في حياة الفرد والمجتمع، ولم يعد لمجرد تضيئة الوقت، بل أصبح يعتمد عليه كثيراً في بناء الفرد المواطن من خلال اعتباره وسيلة لزرع القيم والأفكار في نفوس الأفراد، ومنه سننعمد في هذا الفصل النظري إلى التطرق لمبحث "الترفيه في البرامج التلفزيونية" بشيء من التفصيل بغية أن يتسنى لنا لاحقاً إسقاطه على الواقع الفعلي.

المطلب الأول: أساسيات الإعلام التلفزيوني

- مفهوم الإعلام التلفزيوني:

يعتبر الإعلام فن من فنون الاتصال المؤثر عن طريق نشر الأخبار والمعلومات والحقائق بطريقة ديناميكية تساعد في توعية وتثقيف وتعليم وإقناع الجماهير، فالإعلام عملية اجتماعية تؤثر في الناس و وسيلة سريعة وهامة من وسائل الاتصال بواسطة الأخبار والأنباء باستخدام التعليم والترفيه والإقناع من أجل إشراك الناس في تحقيق الأهداف وإشباع الربات والوصول إلى غايات منشودة.¹

¹ - محمد أبو سمرة: "الإعلام السياسي"، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011/2012، ص15.

أما التلفزيون لغة مكون من مقطعين *télé* وتعني عن بعد، و *vision* وتعني الرؤية أي أن الكلمة تعني الرؤية عن بعد.¹

وعملها يعني طريقة إرسال واستقبال صورة المرئية المتحركة، والصوت المصاحب لها عن طريق موجات كهرومغناطيسية.²

حيث ينقل معلومات متعددة ومتنوعة عبر شاشته الصغيرة قاطعا بذلك مسافات طويلة وموفرا الكثير من الوقت والجهد.³

يمزج بين الواقع والخيال في صورة تمتاز بقيمة جمالية وفنية خاصة.⁴

ومن هنا يعرف "محمد شطاح" الإعلام التلفزيوني بأنه تقديم الأحداث والوقائع والآراء التي تهم أكبر قدر ممكن من الأفراد في أوقات هامة، مع الأخذ بعين الاعتبار حدود الوقت التي تفرضها طبيعة الوسيلة المستخدمة، ومدى قدرة الجمهور على تلقي هذا الكم من المعلومات والصور.⁵

ويعرف أيضا بأنه وسيلة من وسائل نقل الظواهر، أي نقل الظاهرة لمعرفة الواقع الاجتماعي أو السياسي أو الثقافي، فيمكن تعريف الظاهرة الاجتماعية كمقومة أساسية لتعبير من خلال الوسيلة، فبدون التعرف على الظاهرة أو القضية أو الحدث معرفة دقيقة ومدى ارتباطها بالنظام الاجتماعي لن تستطيع التعبير بتلك اللغة، ذلك لأن المضمون

¹ طارق سيد أحمد الخلفي: "فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية"، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008، ص24.

² سهام قواسمي: "تناول الإعلام التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر-بسكرة- 2014/2015، ص 20.

³ سكيمة خضرة، حبوسي صليحة: "مشاهدة البرامج التلفزيونية وعلاقتها بظهور العدوانية لدى تلاميذ السنة الأولى متوسط(9-12 سنة)"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة أكلي محند أولحاج، 2012/2013، ص09.

⁴ غسان عبد الوهاب الحسن: "الصحافة التلفزيونية"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص20.

⁵ محمد شطاح: "الإعلام التلفزيوني-نشرات الأخبار-المحتوى والجمهور"، دار الكتاب الحديث، عمان، الأردن، 2006/2007، ص12.

التلفزيوني هو محور التواصل الثقافي والمعرفي الذي يحمل مضمونا، فهو مضمون ونتاج فكر وثقافة وفن مجتمع له مواصفات وذاتية وشخصية محددة.¹

والإعلام التلفزيوني هو نشر الوقائع والآراء والأخبار عن طريق إرسال واستقبال الكابلات (الألياف البصرية مؤخرا والأقمار الصناعية بمحطاتها الأرضية في حالة البث الكبير).²

ويقصد به أيضا عملية بث تلفزيوني تضع بتصريف الجمهور أو بتصريف فئات معينة منه، إشارات أو صورا أو أصواتا أو كتابات من أي نوع كان لا تتصف بطابع المراسلات الخاصة، وذلك بواسطة القنوات والموجات وأجهزة البث والشبكات وغيرها من تقنيات ووسائل وأساليب البث أو النقل أو البث البصري.³

2- خصائص الإعلام التلفزيوني:

يتمتع الإعلام التلفزيوني بمجموعة من الخصائص التي تجعله متفوقا في التأثير والانتشار ويمكن ذكرها كالآتي:

*** البعد المرئي الحركي والسمعي:** فالإعلام التلفزيوني يتوفر على الصورة في عملية البث، والتي تعمل على استحواذ اهتمام الناس لما تحمله من مضامين ومحتويات تساهم في نقل الحقيقة المرئية للمشاهد، وتكوين العقلية البصرية له، إذ تكمن أهمية الصورة في جذب انتباه المشاهد ودفعه للتركيز والمتابعة كما توفر صورة البعد المرئي الذي يميل الأفراد إلى تصديقه أكثر من البعد اللفظي ثم إن البعد السمعي مكمل للصورة، وعامل مساعد في إيصال الموضوع، عن طريق تدعيم الصورة بالصوت الذي يوضح ويفسر أكثر، كما أن البعد الحركي هو الذي يعطي للمضامين حياة وفاعلية، ويشبعها ديناميكية التي تزيل طابع جمود وسكون، وأيضا استعمال الألوان في عملية البث أدى إلى زيادة نقل الأحداث والحقائق، وبالتالي زادت ثقة المشاهد فيما يشاهده.

¹ - سهام قواسمي: مرجع سابق، ص ص 20-21.

² - فضيل دليو: "تاريخ وسائل الإعلام والاتصال"، دار الخلدونية الجزائر، 2003، ص 96.

³ - القاضي أنطوان الناشف: "البث التلفزيوني والإذاعي والبث الفضائي"، منشورات المجلي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2003، ص 97.

* الآنية في نقل الأحداث: إذ استطاع الإعلام التلفزيوني وبفضل تكنولوجيا الاتصال الحديثة والأقمار الصناعية تقديم الأحداث لحظة وقوعها، حيث عمل على تحقيق التزامن بين وقوع الحدث وبين زمن العرض من خلال عملية البث المباشر.¹

* التثقيف: يعتبر الإعلام التلفزيوني من أهم مصادر الثقافة وترويجها، إذ يقدم سلع ثقافية عديدة من خلال الاحتكاك بالحضارات العالمية والاطلاع على معالم البلدان وأثارها وانجازاتها وتسعى البرامج الثقافية إلى تكامل المجتمع بتنمية الاتفاق العام ووحدة الفكر بين أفراد وجماعته، وتسعى إلى تثبيت القيم والعمل على صياغتها والمحافظة عليها، كما يحاول باتجاه معاكس أن يحمي الأفراد من تأثيرات المدمرة التي قد تهدد هويتهم القومية والخصوصية التي تميز مجتمعهم وتراثهم الحضاري.

* الواقعية: يتصف الإعلام التلفزيوني بالواقعية، فأذهان المشاهدين تكون دائما ملتصقة بالواقع ومرتبطة بحيز الحياة الواقعية، كما أن المسافة بين المشاهد والعرض تعتبر طبيعية ومباشرة في نفس الوقت الذي تعبر فيه علاقة بين شخص وشخص. ولهذا فإن المؤثرات تقاس دائما على الواقع الفعلي، وفي ظل هذا المناخ يشعر جمهور المشاهدين بواقعية ما هو واقعي، وبعدم واقعية غير الواقعي.²

* التكرار: إن الإنتاج التلفزيوني بمعظمه مسجل على أشرطة، وقابلية عرض البرامج بشكل متكرر وباستمرار، والتكرار يمثل حاجة جماهيرية في بعض جوانبه خاصة إذا كانت المادة معروضة قد لقيت نجاحا جماهيريا واسعا، والمؤسسات التلفزيونية التي تحرص على معرفة أذواق الجماهير لا تتردد في ما يحب الناس مشاهدته مرة أخرى.

أما من الناحية النفسية، فهناك إجماع على الإنسان يميل إلى حد كبير لظاهرة التكرار خاصة إذا حملت في مضمونها طابعا توجيهيا، ونظرا لغياب التوجيه المباشر في البرامج فإن المشاهد لا يلاحظ التكرار إلا في حالات نادرة، وهذا يعود إلى قدرة العمل التلفزيوني على تقديم الأفكار والمعاني المتشابهة في مواد متنوعة ومشبعة بالمؤثرات الصوتية واللقطات الجمالية والفنية المختلفة، وقد يجد التكرار ما يبرره كونه يفسح المجال أمام الأفراد

¹ - سهام قواسمي: مرجع سابق، ص ص 33-34.

² - فؤاد شعبان - عبيدة صبطي: "تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة"، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر،

من ذوي الثقافات البسيطة كالأطفال لاستيعاب ما يعرض عليهم من معلومات وأفكار على المستوى التعليمي، وكذا ترسيخها والاحتفاظ بها لمدة زمنية طويلة.

*** إمكانية مخاطبة الناس على اختلاف مستوياتهم العلمية والثقافية: إن الإطلاع**

على الصحف يوجب على الفرد أن يكون ملماً بالقراءة من أجل تصفحها، إذ لا يمكن أن تنشر الصحف ويتم توزيعها في مجتمع أمي، عكس الإعلام التلفزيوني الذي لا يفرض على مشاهديه التعلم والمعرفة ذلك لأنه يعتمد على بعد السمع البصري، ويعمل على مخاطبة الجمهور بطريقة مباشرة، وقد سعى رجال الإعلام إلى استغلال التلفزيون في عملية التوجيه الجماهيري واستخدام اللغة العامية في البرامج المحلية ودبلجة البرامج الأجنبية المستوردة فتنوع البرامج التلفزيونية المذاعة ساهم إلى حد كبير في إرضاء أذواق المشاهدين.¹

*** التشويق والإثارة: إن القدرات الفنية الهائلة التي يوفرها الإعلام التلفزيوني من حيث**

سرعة الإرسال، كثرة اللقطات وتنوع الألوان، والقدرة على التقاط المشاهد، وما توفره كاميرا التلفزيون من خدع، كل هذا يجعل الإعلام التلفزيوني مثيراً ومشوقاً.

*** الإعلام التلفزيوني أكثر استخداماً من طرف الزعماء والمسؤولين وكبار شخصيات**

السياسة والثقافة والفن وغيرهم، مما يعطي دافعا أكثر للمشاهدين لمتابعة الخطب والاجتماعات واللقاءات مما يجعله يحتل الصدارة.

*** إن التلفزيون يوصل رسالته للمشاهد مع الراحة والتامة، فهو لا يكلفه عناء الخروج**

من المنزل للمشاهدة أو تلقي المعلومات، كما هو حال كثير من وسائل الإعلام، كما أن الصوت والصورة فيه أيضا تتيحان لهذا المشاهد رفاهية عالية في الاستماع والرؤية من دون إجهاد سمعي أو بصري، وهذا ما جعل منه وسيلة تسيطر على ميدان الاتصالات الجماهيرية بشكل كبير.²

3- وظائف الإعلام التلفزيوني:

التلفزيون أحد أهم وسائل الاتصال لما يقدمه من برامج ومشاهد واقتتران ذلك بالمؤثرات الصوتية والألوان، فقام التلفزيون بوظيفة الترفيه الفنية، فقدمت الشاشة كافة الفنون ومنها

¹- سهام قواسمي: مرجع سابق، ص 35.

²- غسان عبد الوهاب الحسن: "الصحافة التلفزيونية"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013/2012، ص 40.

المسرح التلفزيوني والفيلم التلفزيوني مما رفع من مستوى الأعمال الفنية وبالتالي زاد من إقبال الجمهور لمتابعة هذه الأعمال.

يقوم التلفزيون بدور تعليمي، فهو ينقل كم هائل من المعلومات التي يقدمها للمشاهد، ويجعله قريب من مشهد الأحداث الجارية وشؤون الساعة.

ومن وظائف التلفزيون، التسلية والترفيه. ومن خلالها يتخلص الجمهور من الملل وأوقات الفراغ، فيقدم برامج المسابقات وغيرها من البرامج بهدف التعليم والمنافسة والتسلية والتنفيس على الجمهور.¹

وللتلفزيون وظائف تثقيفية وسياسية وتعليمية عدة:²

- يجذب إليه الصغار والكبار في مختلف الأماكن من خلال ما يعرض من معلومات ويساعد على نضج الشخصية.
- يحقق أهداف تربوية.³

ومن وظائفه أيضا: إخباري، تسويقي، مذهبي.⁴

ويرى كل من الباحثان "فؤاد شعبان" و"عبيدة صبطي" أن للتلفزيون خمسة وظائف في المجتمع نذكرها على النحو التالي:

أ/ التوجيه والإرشاد: ترتبط عملية التوجيه والإرشاد بتكوين الاتجاهات الفكرية المرغوبة عند الشباب والأطفال للتنسيق بين المسؤولين في التلفزيون والحكومة بمؤسساته المختلفة، وخاصة إذا كان المجتمع يمر بمرحلة إصلاح أو تغير واسع النطاق.

¹- قبان عبده قبان حرب: "اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني"، مذكرة مكملة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2008، ص31.

²- عبد الرزاق محمد الدليمي: "عولمة التلفزيون"، دار جوير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص27.

³- محمد صاحب سلطان: "وسائل الإعلام والاتصال"، دراسة النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص33.

⁴- شعباني مالك: "دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد7، جانفي، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر 2012، ص216.

ب/ الحوار والنقاش: يساعد التلفزيون في تبادل المعلومات والآراء، وتلاقى الأفكار في مختلف جوانب الحياة (فكرية وسياسية-اقتصادية وترفيهية) إلى غير ذلك من خلال عملية الحوار والجدل والمناقشة، وتوضيح وجهات النظر مما يزيد على القدرة المعرفية وتطور الوعي الاجتماعي في المجتمع.

ج/ التعاون الاجتماعي: يستطيع التلفزيون من خلال برامج المختلفة أن يسهم في زيارة الاحتكاك للجماهير، وذلك من خلال زيارات الأقارب والتجمع الأسري حول شاشته، ويزيد من التعاون والترابط الأسري وقلّة النزاع بين أفراد الأسرة من خلال عملية المشاهد الجماعية.

هـ/ الوظيفة الإعلامية: وتتمثل في الأنباء والصور والتعليقات، وبثها ومعالجتها ووضعها في الإطار الملائم لها، لفهم الظروف الشخصية والبيئية والدولية وتمكين متلقي الخبر من الوصول إلى وضع يسمح له باتخاذ القرار السليم.

و/ وظيفة الخدمات: وهذه الوظيفة تتمثل في النشرات الجوية ومعرفة أحوال الطقس ومعرفة الوقت، والاستشارة القانونية والطبية والتعارف على عادات وتقاليد الشعوب.

ج/ الوظيفة التنموية: يستطيع التلفزيون أن يؤدي دورا هاما في تحقيق التنمية الشاملة، فالتنمية ظاهرة متعددة الجوانب فهناك التنمية الثقافية والاقتصادية والإدارية والسياسية، وهذه الجوانب كلها تتأثر بوسائل الاتصال والإعلام، وخاصة التلفزيون.¹

4- دور الإعلام التلفزيوني:

إن مسؤولية التلفزيون لكبيرة في رفع مستوى المشاهد صغيرا وكبيراً، ويسهم في بناء الأسس الفكرية، فالشاشة الصغيرة تتحرك بسرعة إلى مختلف قطاعات المجتمع وفئاته، فهي تتجه إلى العامل في حقله، والمزارع في مزرعته، وتذهب إلى الجامعات والمدارس، إضافة إلى المنازل -بالطبع- ومع تنوع المادة التلفزيونية المعروضة فالمشاهد يطلب المزيد من الفائدة في الثقافة والمعرفة لإمكانية رفع مستواه الفكري.

ولأن التلفاز جامع للعديد من البرامج المتنوعة كما نعرف، فإن علماء الاجتماع يرونه

¹ - فؤاد شعبان، عبدة صبطي: مرجع سابق، ص ص 139-140.

عاملا من أهم العوامل الاجتماعية، لأن له دورا في تغيير السلوك الاجتماعي.¹

- ويرى الكاتب "محمد حميد الطائي" أن للتلفزيون ثلاث أدوار رئيسية وهي:

* دور التلفزيون في الإقناع السياسي:

التلفزيون أداة تقنية حديثة وخطيرة مقارنة بالتقنيات الصناعية الأخرى التي دخلت الحياة المعاصرة، استخدمت هذه الأداة كافة السلطات والمؤسسات الرسمية والأهلية في جميع بلدان العالم لمخاطبة الجماهير ومحاولة إقناعها بالبرامج السياسية الهادفة إلى ترسيخ معالم الأنظمة السياسية الحاكمة وإيصال رسالتها الفكرية والإيديولوجية إلى المجتمع، ولعل ذلك يفسر أسباب حرص أغلب الحكومات على فرض سيطرتها وإشرافها المباشر وغير المباشر على عموم وسائل الإعلام وبخاصة قنوات البث التلفزيوني.

* دور التلفزيون في الإقناع الثقافي:

دور التلفزيون هنا يتلخص في تعميق الوعي الثقافي في أذهان الجماهير تنظيرا وممارسة، يتم ذلك من خلال البرامج الثقافية المتنوعة التي ينشرها التلفزيون في المجتمع، هذه البرامج التي يجب أن تتناول كافة الأنشطة المتصلة بالأدب والدين والفنون التشكيلية والعلوم الإنسانية والأبحاث والدراسات الاجتماعية، وما إلى ذلك من النشاطات الإنسانية التي تصب في دائرة ثقافة الفرد.

* دور التلفزيون في الإقناع الاجتماعي:

يمكن اعتبار التلفزيون أداة اجتماعية تسهم في توحيد المجتمعات من خلال توحيد الأفكار والمشاعر الإنسانية بين الناس وتوحيد عاداتهم وتقاليدهم وقيمهم وأنماط سلوكهم، وإن ذلك يؤدي إلى خلق التماسك الاجتماعي ويعزز التجانس ووحدة المجتمعات.²

¹ - سليم عبد النبي: "الإعلام التلفزيوني"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص ص 28-29.

² - مصطفى حميد كاظم الطائي: "الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية 2008/2007، ص ص (86-91).

المطلب الثاني: أبعاد الترفيه في البرامج التلفزيونية الأمريكية

يمكن القول أنه غالباً ما يشترك في عملية الاتصال بهدف الترفيه والاستماع لأغراض وظيفية أو مرتبطة بالعمل، وينطبق هذا على الاتصال بكافة أنواعه سواء الفردي أو الجماعي أو الجماهيري ففي الاتصال الفردي نجد ذلك واضحاً في دردشة الجيران والأصدقاء وزملاء العمل وفي المقاهي والكافيتريا والتليفون، الزيارات العائلية والاحتفالات... وغيرها ونجد نفس الشيء بالنسبة للاتصال الجماهيري بالأفلام السينمائية والتلفزيون والدراما والمسلسلات وغيرها من الأشكال الاتصالية تخدم أساساً هدف الترفيه والاستمتاع من جانب المستقبل.¹

حيث تباينت الآراء حول مفهوم الترفيه وذلك لعدم وجود تعريف محدد له، ومنه سوف نتناول بالدراسة عرض لأهم الآراء لدى المهتمين بدراسة مفهوم ووظائف الترفيه حتى نتمكن من فهم الترفيه وفقاً للاتجاهات المعاصرة في المجال التربوي والاجتماعي.

ويرى "بتلر" أن الترفيه يعد نوعاً من أوجه النشاط الذي يمارس في وقت الفراغ والذي يختاره الفرد بدافع شخصي للممارسة، والذي يكون من نواتجه اكتسابه للعديد من القيم البدنية والخلقية والاجتماعية والمعرفية.

وينظر كل من "كراوس" و "بربارا باش" إلى الترفيه على أنه نشاط وخبرة وحالة انفعالية تطرأ على الفرد من مشاركته في النشاطات في الأوقات الحرة بدافع شخصي كما يشير إلى أن الترفيه قد يرتبط ببعض الممارسات العابرة والوقتية.

وكذلك يرى "تشارلز بيوتشر" أن الترفيه هو الارتباط الجاد بأوجه النشاط التي يمارسها الفرد في أوقات الفراغ التي يكون من نواتجها الاسترخاء والرضا النفسي.

بينما يرى كل من "كارلسون وماكلين وديب" أن الترفيه هو نشاط وحالة وجدانية ونمط اجتماعي منظم، أو أنه أسلوب لاستعادة حيوية وقوى الفرد للعمل، أو أنه الاختيار الإرادي للخبرة في وقت الفراغ.²

¹ - سوزان القليني: مرجع سابق، ص 22.

² - د. كمال درويش ومحمد محمد الحماحمي: "رؤية عصرية للترويح وأوقات الفراغ" مصر، ط2، 2002، ص55.

كما يعرف قاموس "ويستلر" الترفيه بأنه: الفعل الذي يسلي أو يرفه أو يجعل الوقت يمر بطريقة مبهجة.

وعرفه الباحث الأمريكي "فلاير" بأنه: "كل ما يمنح أو يريد أن يمنح نوعاً من الارتياح من حقائق الحياة المكدره والرتيبة. ويرى البعض الترفيه بأنه انقطاع في نشاط متواصل".¹

حيث عرف الترفيه والتسلية لدى كل الشعوب، ذلك أن الناس في حاجة دائمة إلى واحات في طريقهم تخفف عنهم بعض عناء رحلة الحياة وكان لابد من أشياء يروحون بها عن أنفسهم ويتخلصون بعض الشيء من الغم والحزن والنكد الذي يتغص عليهم معيشتهم ويكدر عليهم صفوهم²، وهذا ما تسعى إليه البرامج الترفيهية عبر القنوات الفضائية من أجل تحقيق أهداف معينة.

كما أن للنشاط الترفيهي خصائص تميزه عن غيره من الأنشطة الأخرى، ومن أهم هذه الخصائص مايلي:

* **الهادفية:** والمقصود بها أن يكون للنشاط هدفاً محدد بدقة، بمعنى أن يساهم في إكساب الفرد المهارات والقيم والانجازات التربوية كما يساهم الفرد في تطوير وتنمية شخصية الفرد.

* **تحقيق الدافعية:** يتم الإقبال على ممارسة النشاط الترفيهي وفقاً لرغبات الممارس في النشاط الترفيهي وبدافع من ذاته.

* **الاختيارية:** حيث يختار الممارس للترفيه نوع النشاط الذي يفضله عن غيره من الأنشطة الترفيهية الأخرى التي تتميز بتنوع مجالاتها ما بين ثقافية وعلمية وعملية ورياضية، كما أن كل مجال من مجالات الترفيه يتميز بوفرة الأنشطة.

* **ارتباطه الوثيق بوقت الفراغ:** حيث يتم النشاط الترفيهي في وقت الفراغ الذي يتحرر فيه الفرد من قيود العمل بعد الانتهاء من تلبية حاجاته الأساسية، ولذا فإن الترفيه يعد أحد الأهداف الأساسية لوقت الفراغ.

¹ - أديب خضور: سوسولوجيا الترفيه في التلفزيون، دار الأيام، الجزائر، 1999، ص 264.

² - جمال العيفة: "الثقافة الجماهيرية عندما تخضع وسائل الإعلام والاتصال لقوى السوق"، مديرية النشر، عناية،

2003، ص 173.

* التوازن النفسي: يحقق الترفيه للفرد التوازن النفسي من خلال الأنشطة الترفيهية، فكل إنسان أعماله الخاصة التي يؤديها في حياته، وهذه الأعمال غالبا ما تكون غير قادرة نظرا لاتساع الميول المتعددة للفرد. لذا تبقى لدى الفرد ميول أخرى لا تزال في حاجة إلى إشباع، ويمكن إشباعها في أوقات الفراغ.

* تحقيق الاتزان الانفعالي: إن النشاط الترفيهي من شأنه جلب السرور والبهجة إلى نفوس الممارسين وبذلك يكونون في حالة اتزان انفعالي أثناء النشاط الترفيهي.¹

حيث تعمل وظيفة الترفيه في عملية الاتصال الجماهيري على تحقيق النقاط التالية:

- **أولا:** احتواء وتفريغ عوامل التوتر الاجتماعي.
- **ثانيا:** توفير الاستماع واللهو وغير ذلك من وسائل الاسترخاء.
- **ثالثا:** الابتعاد عن المشكلات اليومية.
- **رابعا:** تمضية أوقات الفراغ.
- **خامسا:** الحصول على المتع الجمالية والثقافية والأمنية.
- **سادسا:** الإثارة.

وهناك من يعتبر أن وظيفة الترفيه من أهم وظائف الاتصال على الإطلاق، ويطلق عليها أحيانا بوظيفة الاسترخاء أو التحرر النفسي.²

حيث بدأت موجة الترفيه التلفزيوني في الولايات المتحدة الأمريكية، ثم أخذت تنتسح وتتحرك لتشمل العالم كله وقد تحول الترفيه اليوم لصناعة مميزة، ليس هذا فحسب إنما أصبح الصناعة الأكثر رواجاً وتأثيراً في العالم مستغلا في ذلك ما وفرته الحضارة الإنسانية من تكنولوجيات و وقت فراغ.³

فالترفيه حاجة أساسية لدى الإنسان يبحث عن تلبيتها بأشكال مختلفة عبر تاريخه. هذا النوع من الترفيه صحي ونظيف ومطلوب، لأنه يحترم إنسانية الإنسان ويحققها، ويتوجه إلى

¹ - د. كمال درويش ومحمد محمد الحماحمي: مرجع سابق، ص 61.

² - هيثم هادي الهيتي: "الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات"، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 17.

³ - أديب خضور: "سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون"، (الدراما التلفزيونية) دار الأيام، الجزائر، 1999، ص 5.

غرائزه النامية والمتطورة، ويساهم في تنشئته وتحقيق صحته النفسية والعقلية، وهي إمتاعه وتسليته وتجديد نشاطه. هذا النوع من الترفيه يعتبر هدفا جوهريا لدى مختلف المجتمعات، وهو أكبر من مجرد وسيلة للتسلية أو التخلص من التوتر، إنه أيضا وسيلة لكي نصبح اجتماعيين ونتعلم الأدوار والقواعد والقيم، علاوة على أننا نعبر في لهونا عن أنفسنا وثقافتنا، كما يحدث في الرقص والرياضة والطقوس والاحتفالات.

لكن الترفيه السائد في التلفزيون هو نمط آخر مختلف. حيث تم إضعاف وتراجع الترفيه الصحي والنظيف، ليحل محله ترفيه نمطي، يتكرر لواقعية الواقع، ويسعى بشكل منهجي ومخطط ومدروس ومعتمد لتقديم صورة زائفة عن هذا الواقع. ومخاطبة الغرائز غير المتطورة لدى المشاهد. وذلك بقصد تسطيح هذا المشاهد وتضليله وتخديره، بهدف إبعاده عن الاهتمام بقضاياه الأساسية وبقضايا مجتمعه وعالمه وعصره، كإستراتيجية متبعة لتثبيت الوضع الراهن، ومنع أي تغيير.¹

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

¹ - أديب خضور: "سوسولوجيا الترفيه في التلفزيون"، سلسلة عالم الفكر، المجلد الثامن والعشرون، أكتوبر 1999، الجزائر ص 265.

² - عبد الرحمان عزاي: "الرأسمال الرمزي الجديد - قراءة في هوية وسوسولوجية الفضائيات في المنطقة العربية"، ط1، سلسلة كتب المستقبل العربي 57، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 2008، ص 90.

ولذلك فإن المقصود في هذا البحث هو هذا النوع من الترفيه التلفزيوني المشحون بالمضامين الإيديولوجية. والمنهمك في تحقيق وظائف ومهام بالغة الخطورة والأهمية، الأمر الذي جعله يتحول إلى أكثر المواد "جدية" في التلفزيون، والذي اتسع ليشمل: العروض الدرامية والأفلام والمسرحيات والمسلسلات والمنوعات والمسابقات والأغاز والكلمات المتقاطعة والأبراج والألعاب وحتى الرياضة.

حيث تؤكد القوى المهيمنة ومنظورها على مقولة: "أن الترفيه التلفزيوني محايد ويرى ولا يتضمن أية معلومات أو أفكار، ولا يمتلك أي إطار مرجعي، وبالتالي هو نتاج واقعي ولا يسعى إلى تحقيق أية أهداف، إنه مجرد شكل ومجرد ملء فراغ".

دحض كثير من الباحثين الأمريكيين هذه المقولة وأكدوا عدم واقعيتها، حيث يعتقد الباحث الأمريكي "ملفين ديفلير" أنه يجب النظر إلى مواد الترفيه (وإلى التسلية عموماً) وفق الفهم العلمي للمصطلح الإعلامي "المعلومات" ذلك المصطلح الذي يعني الإشارة إلى إنتاج وتوزيع جميع أنواع المواد (أو الرسائل) الإعلامية، وإلى الفروق التقليدية التي توحى بأن "الأخبار" شيء متعلق بالمعلومات حيث أن التسلية ليست كذلك، هي فروق مضللة، وتفرض مثل هذه الفروق أن الناس يجمعون شيئاً فشيئاً المعلومات التي تواجه عملية إنشائهم للمعاني بصفة أساسية من الأخبار حيث يرفض "ديفلير" هذا الطرح لأنه قصر فكرة المعلومات على الأخبار مثلاً سوف يوحي بأن ما يتعلمه الناس من التسلية ليس له أية نتائج مهمة على المعاني التي ينشئونها، ويتصرفون بموجبها، أو على تطبيعهم في المجتمع.

كما يؤكد الموقف ذاته الباحث الأمريكي "ورسل نيومان" حيث يوضح أن النقطة الغائبة أحياناً في معظم الدراسات الأمريكية لمضمون الأخبار والقضايا العامة، هي أن

الرسائل السياسية في وسائل الإعلام الأمريكية موجودة بالقدر ذاته في الشكل الترفيهي.¹

حيث تتماهى الحدود ما بين الترفيهي والإيديولوجي، ويبرز نوع من الاعتماد المتبادل بين وظيفتي الترفيه والتأثير الإيديولوجي، ويتوضح التناقض الظاهري ما بين هاتين

¹ - ادیب خضور: سوسیولوجیا الترفیه فی التلفزيون، سلسلة عالم الفكر، مرجع سابق، ص 270-271.

الوظيفتين. صحيح أنه قد توجد دعاية صرف، كما قد يوجد ترفيه صرف. إلا أن منطقة التقاء الترفيهي والإيديولوجي هي التي تكتسب الآن أهمية متزايدة، وعلى الصعيد العام حيث تعامل وسائل الاتصال الجماهيري كأداة لترسيخ هيمنة القوى السياسية الحاكمة، فإن المضامين الإيديولوجية الأساسية نجد تعبيراً لها في قطاع الترفيه.

وهذا النوع من "التلقين المذهبي" بواسطة الترفيه. هو الظاهرة التقليدية لما يسمى بـ "الدعاية السوسيولوجية" المصطلح الذي ابتكره المنظر الفرنسي "جاك إلول" والذي يعني تلك -التظاهرة - الفعاليات التي يسعى مجتمع ما بواسطتها لتحقيق تكامل أكبر عدد من الأفراد وتوحيد سلوك أعضائه وفقاً لنموذج معين، ونقل طراز حياته إلى الخارج. ومن ثم إلى الهيمنة على المجتمعات الأخرى.¹

حيث تلاقت القوى المهيمنة في الولايات المتحدة الأمريكية التي ترى مصلحتها في تثبيت الوضع الراهن، وبين القوى المالية والتجارية الباحثة عن الربح، وبين التركيبة التواصلية الخاصة بالتلفزيون. ونتج عن لقاء الأطراف الثلاثة هذه القضاء على أكثر أدوات نقل الثقافة كمالاً (التلفزيون)، وإرغامه على تقديم محتوى فكري مجهض وعقيم، تم بشكل منهجي ومبرمج تحويل التلفزيون إلى نظام مركزي للتنميط وتم ترسيخ مقولة أن الوظيفة الأساسية للتلفزيون هي الترفيه والتسلية وفوق المفهوم الذي حددته هذه القوى.²

وفي ضوء ما تقدم تتضح حقيقة أن الترفيه الذي يقدمه التلفزيون لا يقع خارج العملية الاجتماعية، ويصبح ممكناً بالتالي فهم آراء الباحث الأمريكي "أريك بارنو" (الذي يوصف عادة بأنه مؤرخ التلفزيون الأمريكي) التي توضح وتثبت امتلاء مواد الترفيه بمضمون إيديولوجي. 271 وكذلك فهم ووصف الباحث الأمريكي "هربرت شيلر" لمقولة "أن الترفيه لا ينطوي على أية أغراض تربوية أو تعليمية". ينبغي النظر إليها باعتبارها أكبر الخدع في التاريخ، وتأكيده: "أن البرامج الترفيهية في الواقع أشكال تربوية... وأشكال توعية إيديولوجية"³.

¹ - أديب خضور: "سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون"، سلسلة عالم الفكر، مرجع سابق، ص ص 271-272.

² - أديب خضور: نفس المرجع، ص 276.

³ - هربرت شيلر: "المتلاعبون بالعقول"، سلسلة عالم المعرفة، عدد 106، الكويت، ص 104.

وفي السياق ذاته يأتي قول الباحث الأمريكي "ميلفن ديفلر": "يمكن رؤية الاعتماد القوي لوسائل الإعلام على النظام الترفيهي بسهولة أكثر في تعديل القيم والقواعد السلوكية".¹ حيث أن مواد الترفيه في سوسيولوجيا الإعلام الغربية تترك أثارا سلبية على الفرد والمجتمع ويمكن تحديد أبرز هذه الآثار على النحو التالي:²

* تؤدي مواد الترفيه بمتلقيها إلى الانفلات من الواقع. يرى هذا المتلقي أن إحساسه بالواقع ينتهك، فيصبح أقل مقدرة على مواجهة مشاكل الوجود اليومي، فيندفع باتجاه اللامبالاة. وقد تحدث الباحثان الأمريكيان "لازرسفيد وميرتون" على الوظيفة المنومة للاتصال، التي تركز للتخدير لا اليقظة.

* تركز مواد الترفيه السلبية وتقتل الإبداع. يحرف الترفيه انتباه الناس عن الشؤون الاجتماعية المشتركة، وعن المشاركة الفعلية في شؤون المجتمع، ويجعلهم تابعين سلبيين لمواد الترفيه التلفزيوني.

* تركز مواد الترفيه التلفزيوني عزلة الفرد وعزلة الجماعات، وتصبح الميزة الأساسية للفرد في المجتمع الجماهيري هي العزلة. والفرد المعزول أقل مقاومة وإقناعه أسهل.

* كما تؤدي مواد الترفيه التلفزيوني إلى إضعاف الرفض لدى الفرد. ذلك الرفض الذي منه ينطلق التفكير في التغيير الاجتماعي. إن التلفزيون وهو يفعل ذلك سيساهم في ميلاد المجتمع ذي البعد الواحد. إن اللهو غير الخلاق هو في المحصلة الأخيرة. كالعامل غير الخلاق، نتاج سلطة وسيطرة. والهدف منه إخضاع الآخر فكريا وثقافيا. وهكذا يتحول التلفزيون ليصبح الأداة المثلى لتحويل الجماهير إلى جموع منعزلة، مغلقة، غير خلاقة تهدف إلى الجهد الأقل، وتتحو نحو أنماط هامشية من الاستهلاك الترفيهي. كما يتحول التلفزيون ليصبح أداة لشل الفعل، وليس لدفع الفعل، وإلى أداة إدمان على استهلاك البرامج كل البرامج، بما فيها المملة، يزداد التعلق بهذه البرامج، ويزداد الطلب، وترسخ مقولة أن آلية التلفزيون هي آلية قائمة على الإخضاع.

¹ - ملفين ديفلير و أخرون: "نظريات وسائل الإعلام" ترجمة أمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة ، 1992، ص420.

² - أديب خصور: "سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون"، (الدراما التلفزيونية)، مرجع سابق، ص ص 277-278.

* يكرس الترفيه التلفزيوني النمطية والتماثل، إن دخول وسائل التلاعب الإيديولوجي المختلفة إلى السوق، يجعل الثقافة مقتصرة على تنظيم العقول، وجعلها متماثلة، وتحويلها إلى عامل مساعد على التملص والهروب واللهو، إن التماثل والهروب طريقتان لا يعاد العقول عن كل إسهام مبدع في الحياة العام. تحول التلفزيون إلى آلة محكمة للسيطرة على العقول لأنه نجح في إقامة إتحاد قاتل ما بين برامج مسلوقة الحيوية بصورة متعمدة (المادة المخفضة للوعي والمسببة للخواء). وما بين تكنولوجيا تبعث على الفتور (أشكال وطرق التعرض لها). وما بين همود جسدي-عطالة (طقوس التعرض)

* وأخيرا يكرس الترفيه التلفزيوني نوعا مدمرا من الطفولية السلبية والانتكالية الخاملة والكسولة. يجري إعداد أكثر البرامج في أمريكا من أجل جمهور شاب، وهذه البرامج لا تخاطب إلا الجانب غير الفاضح لدى البالغين ولقد سبب هذا التحقيق التدريجي للمستوى الثقافي في البرامج الكبرى الموجهة إلى الجمهور، طفولية فعلية لديه، ويسر التلاعب، وكما لاحظ "بوتسمان" في كتابه "تسليية حتى الموت": لم يبق في هذه البرامج سوى تركيبة روتينية من الحكايات المبسطة، وصحافة شعبية، وبرامج منوعات عسيرة على الهضم، تتخللها إعلانات تدعو الناس إلى شراء منتجات لا فائدة منها. ويلجأ منتجو هذه البرامج -حتى لا يكون لدى الجمهور أي حس نقدي- إلى استخدام "الإيحاء" أو "الغمر" ويقولون لهم بطريقة ما: نحن نعرف أن هذا البرنامج تافه، ونحن نعرف أيضا أنكم تعرفون أنه كذلك، ولكن تعالوا نلهو ونتسلى. وتمهد المتعة السلبية لاستعراض الصور طريق المرور من الطفولة المتلفزة إلى الشيخوخة السياسية.¹

المطلب الثالث: خصائص البرامج الترفيهية المستوردة

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

لقد بدأت موجة الترفيه في الولايات المتحدة الأمريكية، ثم أخذت تتسع وتتحرك لتشمل العالم كله، وقد تحول الترفيه اليوم لصناعة مميزة، وليس هذا فحسب بل إنه أصبح الصناعة

¹ - أديب خضور: "سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون"، (الدراما التلفزيونية)، مرجع سابق، ص 278.

الأكثر رواجاً وتأثيراً في العالم، مستغلاً في ذلك ما وفرته الحضارة الإنسانية من تكنولوجيات ووقت الفراغ.¹

وقد وصلت موجة الترفيه هذه إلى الوطن العربي مع انتشار وكثرة القنوات العربية الفضائية، التي تواجه تحدياً أساسياً يتعلق بكسب سوق الإعلان، وفي ظل المنافسة البينية والعالمية الشرسة أصبح التحدي الذي يواجه أي برنامج تلفزيوني هو أن يكون الخيار بين مجموعة برامج، وأن يستطيع شد المشاهد على نفس الفضائية طيلة مدة بثه، لهذا جعلت الفضائيات العربية الترفيه أهم عنصر في شبكاتها البرمجية، خاصة منها القنوات التجارية التي تهدف على الربح أساساً، حيث اضطرت هذه القنوات إلى زيادة ساعات بثها، وزيادة مضامين الترفيه لملأ هذه المساحة الزمنية من البث² وذلك بهدف شد المشاهدين وبيعهم للمعلنين الذين يقومون ظاهرياً بشراء ثوانٍ من وقت التلفزيون لبث الإعلان، لكنهم في الحقيقة بصدد شراء آلاف المشاهدين المشدودين إلى القنوات التلفزيونية، والمسترخية عقولهم وأذهانهم بفعل الترفيه الذي يجعلها مستعدة لتلقي الإعلان، والثمن الذي يدفعونه تحدده التوقعات حول عدد المشاهدين لدى عرض الإعلان³.

وترى أن المواد الإعلامية التي تقدمها القنوات الفضائية ترتبط بأساليب تشويق وجذب، فالصورة والصوت تترفقان مع مؤثرات تسيطر على إدراك المشاهد ووعيه وتبث إليه بصورة غير مدركة قيماً ومفاهيم ونماذج للحياة يتلقاها المشاهد بحواسه ثم يختزلها في عقله الباطن لتتحول بعد ذلك إلى سلوك وعادات قد لا تتفق مع ما عليه المجتمع من قيم وأعراف فموجة الترفيه الذي يقدمه التلفزيون تزداد قوة وكثافة فهذا النوع من الترفيه التلفزيوني المشحون بالمضامين الإيديولوجية والمنهمك في تحقيق وظائف ومهام بالغة الخطورة والأهمية، الأمر الذي جعله يتحول إلى أكثر المواد جدية في التلفزيون والذي اتسع ليشمل العروض الدرامية والأفلام والمسرحيات والمسلسلات والمنوعات والمسابقات والأغاز والكلمات المتقاطعة

¹ - أديب خضور: سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون (الدراما التلفزيونية) ط1، دار الأيام، الجزائر 1999، ص5.

² - عبد المالك الدناني: تطور تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، مرجع سابق، ص15.

³ - هاني الرضا ورامز محمد عمار: مرجع سابق ص77.

وغيرها¹، حيث وصف الباحث الأمريكي "هربرت شيللر" أن الترفيه لا ينطوي على أية أغراض تربوية أو تعليمية "ينبغي النظر إليها باعتبارها أكبر الخدع في التاريخ"² وفي السياق ذاته يأتي قول الباحث الأمريكي "ملفين ديفلر": "يمكن رؤية الاعتماد القوي لوسائل الإعلام على النظام الترفيهي بسهولة أكثر في تعديل القيم والقواعد السلوكية"³.

ولقد انتشرت نسبة كبيرة من البرامج التي تقدمها الفضائيات العربية التي تحاول فيها تقليد الغرب، إذ أن نسبة معتبرة منقولة تماما من برامج أجنبية وكأن قريحة الإبداع العربي قد تعطلت واكتفت بالاقتباس وإعادة ما تم إبداعه من قبل الغرب في قنواتهم الفضائية⁴.

وتشير إحدى الدراسات التي قامت بإحصاء لبرامج التلفزيون في لبنان أن برامج الترفيه والتسلية عموما (استعراضات، ألعاب، ورسوم متحركة) شكلت 96.6% من مجموع البرامج المعروضة في محطات التلفزيون في لبنان، وتتشابه في ذلك أغلبية بلدان الوطن العربي لكن الإشكال المطروح هو أن هذه القنوات الفضائية تفتقد لتجربتها الخاصة في بناء برامج الترفيه، فهي تتوجه للمشاهد العربي من خلال برامج تم استيرادها في الأغلب، أو استنساخها من نماذج غربية ونقلها بإيجابياتها وسلبياتها دون أخذ الاختلاف الثقافي والحضاري بعين الاعتبار، ففي ميدان الدراما مثلا نجد أن الإنتاج الأجنبي خاصة الغربي الأمريكي يشكل 80% من الإنتاج الدرامي المعروض في القنوات الفضائية، حيث لا تخلو قناة عربية واحدة باستثناء المتخصصة من بث فيلمين على الأقل من الأفلام الأمريكية أو الأوروبية أسبوعيا، وما زاد من حدة الأمر ظهور قنوات عربية درامية متخصصة، تبث أفلام يوميا 24/24 ساعة كقنوات: Fox Movie. MBC4. MBC2. MBC Action. Dubai One، ويرجع ذلك إلى الأسباب التالية:

* وجود فراغ تلفزيوني ضخم، يعجز الإنتاج المحلي عن ملئه. ويكون بالتالي مغريا لاستيراد إنتاج تلفزيوني أجنبي متقدم فنيا، ورخيص (إذا ما قورن بتكاليف الإنتاج المحلي)،

¹ - أديب خضور: سوسولوجيا الترفيه في التلفزيون، سلسلة عالم الفكر، المجلد الثامن والعشرون، العدد الثاني، أكتوبر 1999، الجزائر، ص 264.

² - هربرت شيللر: المتلاعبون بالعقول، سلسلة عالم المعرفة، عدد 106، الكويت، ص 104.

³ - ملفين ديفلر وآخرون: مرجع سابق، ص 420.

⁴ - عبد العزيز محمد الخضر: قراءة هادفة في القنوات الفضائية، البيان، العدد 143، نوفمبر 1999، ص 80.

ومتنوع، وجاهز للعرض فورا، وجماهيري (بمعنى أنه غالبا يتقبل جماهيريا على نحو حسن). كلما ازداد اتجاه البلدان النامية إلى التنمية الجادة يقل اعتمادها على الاستيراد. والمثير للسخرية هنا أنه كلما كانت الدولة أكثر فقرا زاد اعتمادها على الواردات الأجنبية الخاصة بالتسلية.

* **سياسيا:** وجود قيادات تلفزيونية (وسياسية أيضا)، تميل فكريا ومصالحيا وفتيا للخارج (الغرب عموما، وأمريكا خصوصا) تدفع هذه القيادات الأمور باتجاه عرقلة وتنفيه الإنتاج المحلي، وتشجيع وتزيين الاستيراد الأجنبي، وخاصة الهابط منه.

* **تقنيا:** الضعف النسبي بالمقاييس المعاصرة - للثقافات الوطنية، التي قد تكون غنية ومرضية بذاتها، ولكنها تعيش الآن مفارقة تاريخية تتمثل في تأكيدها المتزايد على ذاتها، وعجزها عن استيعاب محتويات المواد الرخيصة المستوردة، وعجزها أيضا عن إنتاج مواد محلية خاصة بها قادرة على أن تنافس المادة المستوردة، وأن تحقق فعالية أقوى في أوساط الجماهير¹.

ف نجد أن معظم هذا الإنتاج مقلد ومستنسخ عن الإنتاج الأجنبي خاصة الأمريكي فالأفلام والمسلسلات لم تعد تعبر عن المجتمع والواقع العربي، وتحاول تأصيل عاداته وتقاليده، ولكنها أصبحت الأعم تقليدا لأفلام العنف والحركة، والجنس الغربية مثل مسلسلات دالاس والمسلسلات المكسيكية الرومانسية، وذلك بحجة هذا ما يريده الجمهور، لكن التجارب الواقعية أثبتت أن الجماهير العربية مازالت تريد متابعة الأعمال الجادة، التي تنبثق من عمق المجتمع وعاداته، فمثلا مسلسل باب الحارة السوري الذي عُرض في موسم رمضان 2007 أصبح حدثا جماهيريا نظرا للمتابعة الهائلة التي حظي بها، لم تكتف هذه القنوات بالمصادر التقليدية في استيراد هذه المنتجات كالدول الغربية والولايات المتحدة الأمريكية، التي يتم بثها لبرامجها إما بلغتها الأصلية أو مترجمة كتابيا، ولا يختلف الأمر كثيرا بالنسبة للبرامج الفنية والمنوعات، التي يكثر فيها تقليد التجربة الغربية في الإنتاج، حيث أصبحت تميل لإشراك الجمهور فيها، وتعتمد نجوم الفن كالغناء والتمثيل سواء في التقديم أو عن طريق استضافتهم

¹ - أديب خضور: "سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون"، الدراما التلفزيونية، ص ص 293-294.

بهدف التقرب إلى الجماهير¹، وهذه النوعية من البرامج كثيرة جدا ومتنوعة كبرنامج تاراتاتا*² الذي كان يُعرض في قناة دبي وغيرها من البرامج كما ظهرت نوعية برامج حوارية تعتمد على المشاهير، لكنها تناقش مواضيع عامة تخص هذا النمط، منها برامج مسابقات والألعاب، حيث تم تجاوز التجربة التقليدية التي كانت تعتمد طرق تقديم روتينية (مجموعة من المتسابقين يحاولون الإجابة على أسئلة محددة في البرنامج بهدف الحصول على جوائز معينة، وعلى الأغلب تكون الجوائز رمزية) وتم تجديدها من خلال جوائزها التي أصبحت مغرية ومتنوعة مثل: الحصول على مالحة ضخمة، والوصول إلى مهم معينة أو الحصول على الشهرة والنجومية... الخ، إضافة لاعتمادها على عنصر الإثارة بالدرجة الأولى، عن طريق استغلال التطور التقني كثيرا كالأضواء واستعمال للألوان والديكور الجذاب والمثير، وتقنيات الصوت والموسيقى، وأساليب التقديم حيث تم اللجوء لنجوم السينما والتلفزيون لتقديمها، وهناك نوع آخر من برامج المسابقات الغنائية لتحقيق النجومية مثل سوبر ستار وغيرها من البرامج وهي تدخل ضمن برامج تلفزيون الواقع وكلها برامج مستنسخة عن نماذج من قنوات غربية، هذه النوعية الجديدة من البرامج أعادت للتلفزيون صدارته الجماهيرية خاصة عند الشبيبة، وأربكت في الوقت نفسه جميع الملاحظين للوسط الإعلامي باستعراضاتها الجريئة.³

ويشير بعض المهتمين إلى أن نسبة البرامج الترفيهية المستوردة في معظم القنوات الفضائية العربية تبلغ 88% من جملة البرامج المستوردة، بينما لا تتجاوز نسبة البرامج الثقافية 12% من جملة البرامج الترفيهية تحمل كثيرا من قيم المجتمعات المصنعة لها، وهي

¹ أسامة ظافر كباره: برنامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال، ط1، دار النهضة العربية، مصر، 2003، ص ص 304-305.

* تاراتاتا: برنامج تلفزيوني يقع بثه على تلفزيون دبي بدأ موسمه الأول عام 2006 وهو النسخة العربية من النسخة الأصلية الفرنسية التي قام بإنتاجها وتقديمها الإعلامي الفرنسي المصري الأصل "تاجي فام" ويهتم هذا البرنامج التلفزيوني بالفن والمطربين ويقع فيه استضافة عدة مطربين للحديث ولتقديم وصلات غنائية، تم إنتاج وتصوير البرنامج في بيروت من قبل شركة "بيريسكوب" اللبنانية وهو من إخراج "باسم كريستو"

³ عبد الباسط سلمان: عولمة القنوات الفضائية، الدراما الثقافية للنشر، القاهرة، 2005، ص52.

في معظم الأحيان تناقض القيم الاجتماعية الأصلية لمجتمعاتنا، إلا أنها تتسرب إلينا من خلال قنواتها التلفازية الفضائية.¹

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

فبرنامج "ستار أكاديمي" الترفيهي الذي تبثه قناة LBC و CBC و LDC يمثل فكرة سياسية اجتماعية ثقافية وقد تعرض لنقد كبير من قبل رجال دين سعوديين معتبرين هذا البرنامج يدعو إلى الفساد ولكن من جهة أخرى نلاحظ هذا النوع من البرامج راح يستقطب أعدادا هائلة ليس فقط من المشاهدين السلبيين إنما من المشاهدين المتفاعلين مع هذه البرامج ومع أبطالها والمتحمسين للتصويت بعدما غر بهم، وتم إيهامهم بأن فرصتهم الوحيدة في الحياة مفتوحة أمامهم ليقرروا كلمتهم مع العلم أنّ هناك عمليات توطؤ تحصل بين محطات التلفزة وشركات الاتصال تعمل على نهب الناس السذج من خلال عصبياتهم.²

إنّ معظم برامج الترفيه تمهد الطريق للمعلن، ساعية لتفكيك البنى الذهنية على النفاذ من خلال العمل الناعم على تغيير السلوكيات وأنماط الحياة بما يتناسب ومتطلبات تصريف الإنتاج عن طريق ربط المتعة بالحدائث والحدائث بالاستهلاك فالترفيه هو في الأصل حاجة طبيعية لدى البشر على أنه وسيلة إلهاء مارسها الحكام ذو الحنكة في التعااطي مع الناس

¹ محمد جاد: البث الفضائي العربي، دار المعرفة، القاهرة، 2001، ص ص 64-67.

² نهوندا القادري عيسى: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008، ص ص

ووسيلة هروب لجأ إليها الجمهور العريض الذي غدا مع الحياة العصرية يئن من كثرة متطلباتها ومن سرعة إيقاعها.¹

وتعود قدرات الجذب الذي تتمتع به هذه الوسيلة الترفيهية إلى اختلاط وظيفتي الترفيه والتكوين حيث تقدم المواد المستهلكة في غالب الأحيان على شكل معلومات في قالب ترفيهي جذاب ترافقه الصورة والموسيقى الإيقاعية ويقول في هذا الصدد الباحث "مصطفى قباح" " أن هذا التعقد الذي تمتاز به وسائل الاتصال الحديثة، في الوقت نفسه بين الترفيه والتكوين بين العقل والوجدان بين الفرد والمجتمع فتحصل بذلك زيادة مرتفعة في كم المعلومات التي يتلقاها الفرد، كم أنماط السلوك المستعرضة، كم القيم وأنظمتها وسلامتها وكم الاتجاهات والمواقف، وهكذا فقد أدى استخدام مواد الترفيه من أجل التأثير عبر المعلومات إلى إخضاع حتى المعلومات إلى متطلبات الترفيه وإلى متطلبات الوسائل المختلفة لإيصال الترفيه، وتبرز هذه الظاهرة خاصة في برامج المسابقات والألعاب ويزداد التركيز على هذه البرامج نظرا لتزايد مقدرتها التأثيرية.²

تقوم الكثير من المواد الإعلامية وخاصة الترفيهية التي أنتجت وفق معايير غربية أو مستوردة كالأفلام، الأغاني، الموسيقى، والبرامج الترفيهية المختلفة بنقل أنماط حياة جديدة وقيم غربية وأفكار يحاول الشباب تقليدها في حياتهم اليومية ولقد بدأت تبرز نتاج التغيرات في بنية المجتمع العربي سواء على مستوى الأنظمة الاجتماعية أو القيم والأفكار أو طرق وأساليب الحياة كالملبس والمأكل وحتى في التعبير عن الذات أي في الأنواع الموسيقية والغناء وغيرها.³

وهذا ما يفسر لنا ظهور هذا النوع من البرامج الترفيهية المستسخة في القنوات العربية التي تسعى إلى تحييد الفكر الشبابي عن مضامين كثيرة وجره وراء التسلية، مستغلا تدني الوعي ورغبة الناس في الهروب من الواقع المر الذي يعيشونه بالرغم من علمهم أنه معظم هذه البرامج من ابتكار وإنتاج شركات غربية فمثلا أراب أيدول بالإنجليزية Arabe idole

¹ - محمد مصطفى القباج: الطفل المغربي، منشورات رمسيس، الرباط، 1977، ص 20.

² - أديب خضور: سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون، الدراما التلفزيونية، المرجع السابق، ص ص 280-281.

³ - منير ناصر: الترفيه في وسائل الإعلام ودوره في شغل أوقات الفراغ لدى الشباب، أبحاث الندوة العالمية الخامسة بالمركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب الرياضي، الرياض، ص 27.

هو النسخة العربية من برنامج المسابقات الغنائي العالمي pop idole الذي اخترعه "سيمون فيلر" وطورته شركة فريمانتل البريطانية حيث انطلق الموسم الأول من البرنامج في 9 ديسمبر 2011 في جميع أنحاء العالم على قناة mbc1 ويحل برنامج أراب أيدول مكان سوبر ستار، الذي تم عرضه منذ عام 2003 وقام ببثه وإنتاجه تلفزيون المستقبل لخمس مواسم وأبدت قناة mbc1 رغبتها في إحياء هذا البرنامج في نسخة مجددة بعد تخلي تلفزيون المستقبل عن حق امتلاك حقوق المسابقة بسبب عدم قدرته المالية لإنتاج موسم جديد منه وكذلك لا يختلف الوضع على برنامج ذوفويس أحلى صوت فهو في الأصل هولندي اخترعه "جون دي مول" و "روئيل فان فيلزن" عام 2010 وطورته شركة صوني العالمية وتالبا والذي انطلق الموسم الأول في 14 أيلول 2012 على قناة mbc1 وأيضا على قناة lbc واستمرت مواسمه إلى غاية موسمها الثالث بالإضافة إلى "أرابز غوت تالنت" برنامج فكاهي ترفيهي من نوع تلفزيون الواقع يسلط الضوء على البحث على المواهب الفردية والجماعية الموجودة لدى العرب، البرنامج هو النسخة العربية من البرنامج البريطاني "Britain' s Got Talent" الذي عرض للمرة الأولى في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2009 على قناة NBC ولاقى نجاحا كبيرا وانطلق البرنامج عربيا في 14 يناير 2011 على قناة MBC4 وهو من تقديم الإعلامية "ريا أبي راشد" ومغني الهيب هوب السعودي "قصي خضر" يتم تسجيل البرنامج في استوديوهات شركة جي ماجك في بيروت وتبلغ قيمة الجائزة المقدمة للفائز بالمسابقة 500.000 ريال سعودي وسيارة.¹

• تأثير المادة الترفيهية المستوردة:

قدم الباحث السوسيولوجي "جوركي تابيا" (من البيرو) تحليلا شاملا للمواد الترفيهية التلفزيونية الأمريكية، أوضح فيه أن هذا النموذج من الترفيه يبرز و يؤكد مايلي :

– البيئة هي مجتمع استهلاكي غارق في الرخاء المادي ، و خال من التناقضات والصراعات .

– القيم الأساسية المعروضة هي : الفردية و الأنانية المقترنة بمنافسة عنيفة .

¹ – الموسوعة الحرة: Http://ar.wikipedia org/wiki في 25 أوت 2020 على الساعة 15.00.

- النجاح و السعادة في الحياة أن تكون فوق الآخرين فيما يتعلق بالرخاء المادي المتمثل في امتلاك الأشياء، والاستمتاع بالخدمات، وهذا ما يمثل الهيبة و الاحترام والنفوذ.
- المجتمع يكافئ هؤلاء الذين يكسبون هذه اللعبة، و يعاقب الذين يخسرونها.
- هؤلاء الذين يظنون خاسرين ، يجب أن يرضوا بنصيبيهم على أنه من صنع "القدر" و المشيئة العليا " ونتيجة لعدم كفاءتهم، وقلّة مواهبهم، ويجب بالتالي أن يتسم سلوكهم بالتسليم والرضوخ ، وليس بالتمرد والعدوانية ، لأن هذا هو النظام الطبيعي للأشياء و يجب ألا يتغير.¹

¹- أديب خصور: "سوسولوجيا الترفيه في التلفزيون"، الدراما التلفزيونية، مرجع سابق، ص294.

خلاصة:

يرى عزي عبد الرحمان: "أن الإعلام في المجتمعات العربية الإسلامية يعاني من سيادة البضائع الثقافية المستوردة من الغرب أساساً"، هذا ما يظهر في العديد من البرامج التي يتم إعادة تصنيعها والتي تحمل مضامين ثقافية غربية تهدف إلى القضاء على أصالة المجتمعات العربية وقيمها الإسلامية لذلك وجب على الإعلام في هذه الدول أن يحاول من خلال برامجه طرح مضامين تتناسب مع طبيعة هذه المجتمعات المحافظة وأن يحرص على مواكبة التطورات الحاصلة في شتى المجالات دون المساس بهويته وأصالته.

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي للدراسة

1- بطاقة تقنية لبرنامج "Vendredi ماشي عادي"

أولاً: التعريف بقناة الشروق Tv.

ثانياً: التعريف ببرنامج "vendredi ماشي عادي".

ثالثاً: التعريف بمقدم برنامج "vendredi ماشي عادي".

II. نتائج الدراسة التحليلية لبرنامج "vendredi ماشي عادي" على قناة الشروق tv

أولاً: عرض وتحليل الجداول حسب الشكل.

ثانياً: عرض وتحليل النتائج حسب المضمون.

ثالثاً: نتائج الدراسة التحليلية.

1. بطاقة تقنية لبرنامج "vendredi ماشي عادي"

أولاً: التعريف بقناة الشروق tv

شعار القناة:

نبذة عن القناة:

الشروق TV هي قناة تليفزيونية جزائرية خاصة تابعة لمؤسسة الشروق، ضمن باقة الشروق. انطلق البث التجريبي لها في عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي (الجزائر)، حيث اتخذت من العاصمة الأردنية "عمان" مقراً لها ولها مكتب معتمد بالجزائر، تبث القناة على (نايلسات وعربسات وهوت بارد). أطلقت مؤسسة الشروق بداية من الساعة الصفر ليوم الأول نوفمبر 2011، البث التجريبي لقناة الشروق على القمر الصناعي "نايلسات"، وجاءت هذه الانطلاقة في الذكرى الـ 57 لاندلاع ثورة التحرير الجزائرية المباركة، والذكرى الـ 11 لتأسيس يومية الشروق، فيما بدأت بثها الرسمي في 15 مارس 2012. كما تمتلك القناة مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني ومكاتب عالمية أخرى. حيث تمتلك شركة الشروق هذه القناة وجريدة الشروق ومجلة الشروق العربي.

حيث تبث القناة مجموعة من البرامج المتنوعة طوال فترات اليوم، صباحية مثل: صباح الشروق، وبرامج دينية، مسلسلات، برامج رياضة، مسابقات، رسوم متحركة، وغيرها من البرامج الترفيهية والمنوعة.

معلومات عامة:

النوع: متنوعة.

الشعار: "قناة كل العائلة".

المالك: مجمع الشروق للإعلام والنشر.

المدير: رشيد فضيل.

تاريخ التأسيس: 6 مارس 2011.

تاريخ أول بث: 6 مارس 2011.

تاريخ آخر بث: حتى الآن.

صيغة الصورة: SD/ HD.

البلد: الجزائر.

اللغة: اللغة العربية، اللهجة الجزائرية.

باقة الشروق (القنوات الآخرين): الشروق نيوز.

المقر الرسمي: القبة، الجزائر العاصمة.

الموقع الرسمي: <http://tv.echoroukonline.com>

مناطق البث: شمال إفريقيا.

ساعات البث: 24/24.

الحامل: ترددات القناة

النابلسات (Eutelsat 7WA) الدرجة 7 غربا الشروق TV بصيغة عالية الوضوح

10992 عمودي 5000 الشروق TV العادية، الشروق الإخبارية والشروق + بالدقة

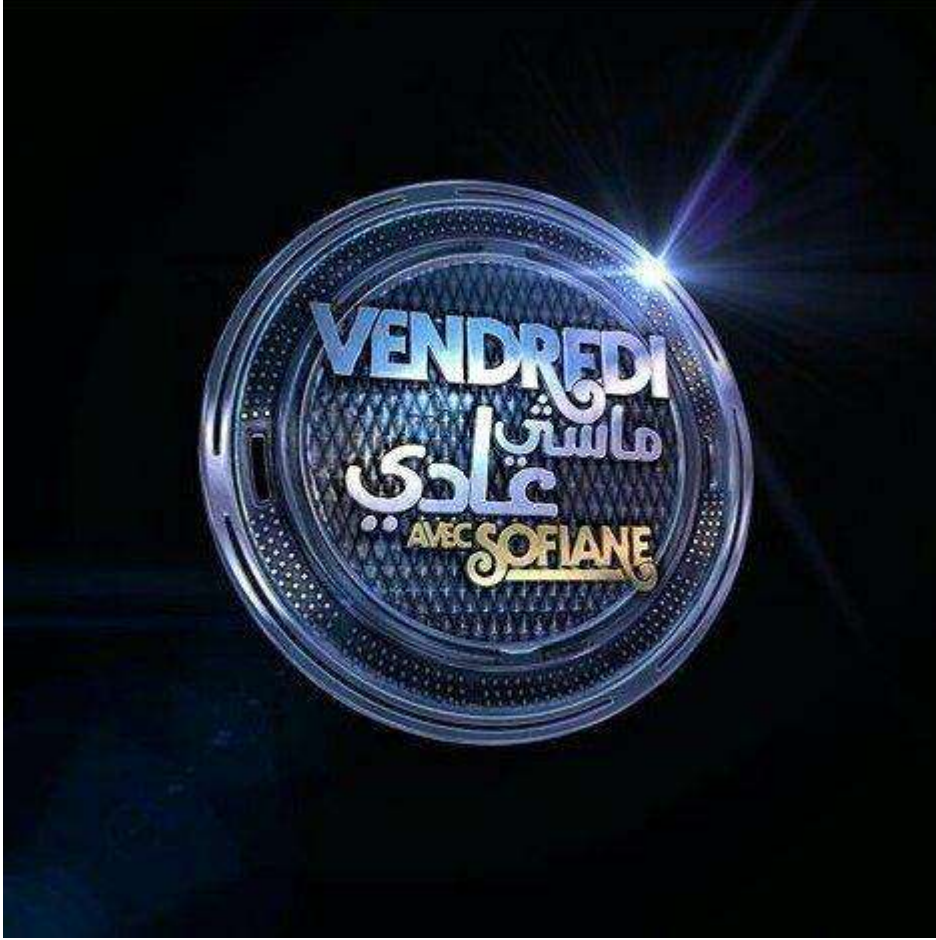
العادية : 10921 عمودي 27500

Eutelsat 3B @ 3.1° E الدرجة 3 شرقا

الشروق تي في عالية الوضوح، الشروق الإخبارية والشروق + : 11668 أفقي

.6592

ثانيا: التعريف ببرنامج " vendredi ماشي عادي "



هو برنامج ترفيهي أسبوعي أجنبي لنموذج غربي يحمل قيما غربية، ضمن الشبكة البرمجية لقناة الشروق tv، الذي كان مجمع "الشروق" قد ظفر على حقوق بثه من شركة "shine" لتقديمه ضمن نسخة جزائرية طبق الأصل على النسخة الأجنبية التي قدمها المنشط "سفيان داني". بحيث لم يقتصر الأمر على تقليد الفكرة فقط، بل يتعداه إلى الديكور والإخراج وطريقة التقديم وأسلوب الحوار والنقاش بل وحتى الابتسامات الباردة والحركات المصطنعة التي يبرزها المقدم بما يشابه المحاكاة التامة.

حيث تعود فكرة البرنامج الأصلية لمنتج إيرلندي، قُدمت نسخته لأول مرة بالإنجليزية تحت عنوان "All thing Goes"، إلا أن البرنامج اشتهر أكثر بين الجزائريين من خلال نسخته الفرنسية "vendredi tout permis" التي قدمها المنشط "أرتور" عبر قناة TF1، حيث تعد الجزائر البلد 31 الذي يعيد تقديم البرنامج بعد أمريكا وأستراليا وتركيا وغيرها... والبلد العربي الثاني بعد لبنان الذي أنتجه تحت اسم "الليلة جنون".

مع الإشارة إلى أن هذا البرنامج قد تم تقديمه في موسمه الثاني على قناتين مختلفتين والسبب مقدم البرنامج "سفيان داني"، الذي رحل بالبرنامج من "الشروق tv" إلى "توميديا" في نفس المحتوى.

حيث يستقبل البرنامج 7 ضيوف لكل عدد، ينقسمون إلى ضيوف دائمون و ضيوف عابرون أو أنيون يتغيرون من عدد إلى آخر، وذلك حسب ما تنص عليه فكرة البرنامج.

كما يقدم البرنامج تحت شعار "ماعدناش علاقة بال sérieux"، حيث يباشر جينيريك البرنامج بعبارة: "هذا البرنامج ليس له علاقة بالسيريو وأي تطابق أسماء أكيد درناها بالعاني، ماشي عادي مش راح تشوفوا أي شي بشكل عادي" فهو تلقائي - ترفيهي بامتياز حيث لن يعتمد على تحضير الأسئلة، كما أن جل الضيوف سيراهم المتفرج على طبيعتهم وفي مواقف مختلفة (ألعاب، مسابقات، غناء، تقليد، رقص، دار العقبة، لتسدانس وإلقاء نكت و.. ، فالبرنامج عبارة عن استراحة للمتفرج بعد يوم طويل من التعب.

بطاقة فنية للبرنامج:

عنوان البرنامج: vendredi ماشي عادي.

طبيعة البرنامج: ترفيهي مستورد من برنامج غربي.

اسم البرنامج الأصلي: ALL THING GOES

يوم وساعة البث: الجمعة على الساعة 20:45.

نوع البث: مسجل.

القناة: الشروق TV .

مدة العرض: ما بين 90 إلى 120 دقيقة.

شعار البرامج: ماعندناش علاقة بال sérieux.

اللغة المستعملة: خليط بين اللهجة الجزائرية (الدارجة) واللغة الفرنسية والإنجليزية.

الطاقم الفني للبرنامج:

المقدم: سفيان داني

أبرز الضيوف: زوبير بلحر، مراد خان، محمد بيدري، مستر X، بلال باراكودا، محمد

بوشايب، حسناوي، حياة رزوق، ياسمين فرح، عادل شيخ، لينا بودراع،

الطاقم التقني للبرنامج:

الإخراج: عيسى بايليش

الإعداد: خولة منصور

مدير الإنتاج: عيسى بايليش

منتج منفذ: DS.PRODUCTION

ثالثا: التعريف بمقدم برنامج "vendredi ماشي عادي"

"سفيان داني": وهو مذيع، مقدم برامج ومنتج جزائري. من مواليد 27 سبتمبر 1971، بداياته كانت في الإذاعة عام 1996 وتعرف عليه الجمهور من خلال إذاعة البهجة، أين بدأ بث برنامج "توب البهجة" عام 1997، وكانت بدايته التلفزيونية عام 1998 تحت إدارة المخرج نور الدين تيفورة في برنامج "ابتسامة" إلى جانب صالح أوقرون.

الجدول رقم (03): البرامج التلفزيونية التي أشرف على تقديمها:

السنة:	الاسم:	النوع:	القناة:
1999	ابتسامة		التلفزيون الجزائري
1999	زينة العدة		التلفزيون الجزائري
2000	ستيل فن		التلفزيون الجزائري
2004	الصراحة راحة	برنامج حوار	التلفزيون الجزائري
2008-2011	دزير شو	برنامج حوار	التلفزيون الجزائري
2011	مرة هنا ومرة ليهيك	برنامج رياضي	التلفزيون الجزائري
2012	سفيان شو	برنامج حوار	الشروق tv
2012-2015	المستشفى الكبير	ترفيه	نسمة-الشروق tv
2014	عملية طاي طاي	كاميرا خفية	كا بي سي (قناة تلفزيونية)
2015	أدي ولا خلي	برنامج مسابقات	الشروق tv
2015	الرهائن	كاميرا خفية	الشروق tv (تم توقيفه)
2017	Vendredi ماشي عادي	ترفيه	الشروق tv

II. نتائج الدراسة التحليلية لبرنامج "vendredi ماشي عادي" على قناة "الشروق tv"

أولاً: عرض وتحليل الجداول حسب الشكل والمضمون

بعد مشاهدة معمقة ومتأنية لمضمون ومحتوى البرنامج استخرجنا الفئات الآتية التي من خلالها نقيس القيم الثقافية التي تبثها البرامج التلفزيونية الترفيهية المستنسخة أواسط المجتمع الجزائري من خلال قناة الشروق tv الخاصة.

الجدول رقم (01): توزيع العينة حسب القوالب الفنية

النسبة %	التكرار	القوالب الفنية
40.67	24	الحوار
25.42	15	الغناء
23.72	14	الموسيقى
10.16	6	الرقص
100	59	المجموع

التعليق على الجدول:

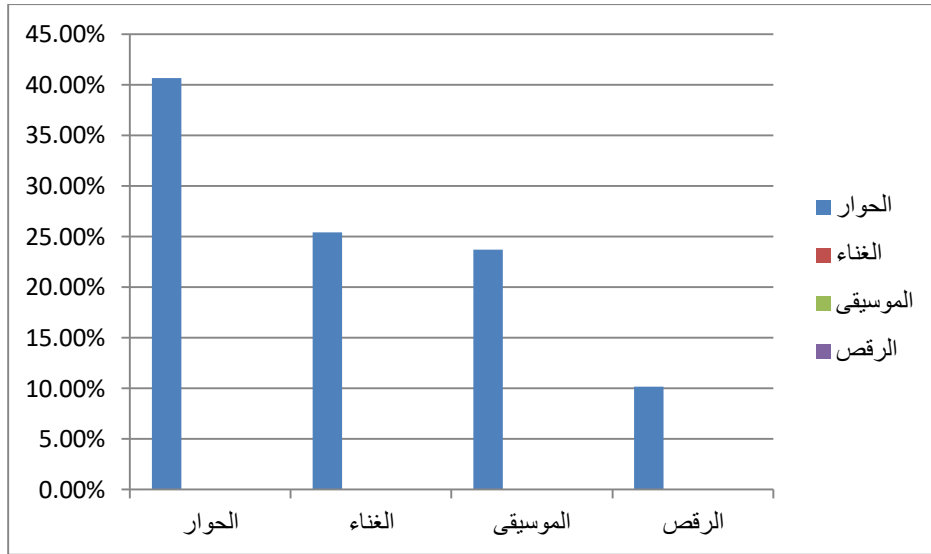
يتضح من الجدول (01) الذي يمثل القوالب الفنية، ويعتبر الحوار هو القالب الغالب بين القوالب الفنية الأخرى المستخدمة في البرنامج بنسبة 40.67%، حيث أن الحوار قد شمل أغلب فقرات الدراسة، بما أن هذا النوع من القوالب وضح وجهات النظر بين الضيوف والمنشط، ويستطيع أن يوصل الأفكار ببساطة للمشاهد.

أما في المرتبة الثانية نجد قالب الغناء بنسبة 25.42%، نجده في فقرة "داداي كويز"، بما أن الغناء يملك تأثير قوي على المشاهد، خاصة في التأثير على عواطفه، حيث رافقت الأغاني المسجلة في الكثير من الأحيان عروض الأغاني، التي يؤديها الضيوف بأنفسهم في الحلقة، كالتي أستدعي فيها المغني "كادير الجابوني".

في المرتبة الثالثة نجد قالب الموسيقى بنسبة 23.72 %، فنجدها مثلا في فقرة "أرتيكيالي مليح"، خاصة إذا تم استخدام الموسيقى الهادئة أو الصاخبة التي نجدها في بداية البرنامج دائما وذلك لقدرتها على التأثير القوي بسلوك المتلقي.

في المرتبة الأخيرة نجد قالب الرقص بنسبة 10.16 %، وبما أن الرقص هو نوع من فن الأداء الذي يتألف من سلسلات مختارة إرادياً من حركات الجسم بطرقٍ معيّنة، وتكون هذه الحركات في العادة متناغمة مع إيقاع موسيقيّ معيّن؛ وذلك للتعبير عن النفس والمشاعر والطاقة، وهو من القوالب التي تتيح للمتفرج الاستمتاع والتركيز مع اللقطات التي يقوم بها ضيوف البرنامج ونجدها في فقرة "كويز داداي" بقوة.

وعند مقارنة النسب المئوية لهذه القوالب الفنية، نلاحظ أنها نسب متقاربة، وهذا يفسر أهمية القوالب المستخدمة في البرنامج وأنه لا يمكن الاستغناء عن أي منها، وذلك نظراً لطبيعة البرنامج الترفيهية المستسخة.



الشكل رقم (1): توزيع العينة حسب القوالب الفنية

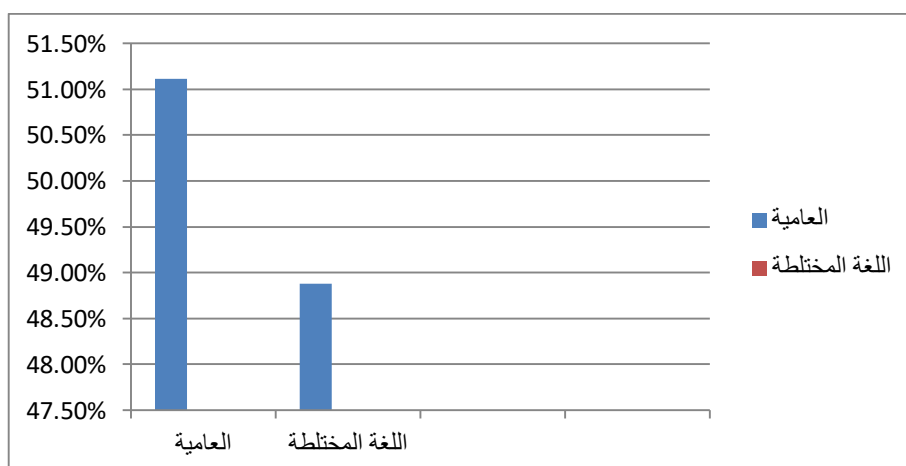
الجدول رقم (02): توزيع العينة حسب أساليب اللغة المستخدمة

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة %
العامية	23	51.11
اللغة المختلطة	22	48.88
المجموع	45	100

التعليق على الجدول:

يوضح الجدول رقم (02) أساليب اللغة المستخدمة في الفقرات، حيث تعتبر اللغة العامية هي الغالبة مقارنة مع اللغة المختلطة بنسبة 51.11%، ويمكن إرجاع ذلك إلى كون "العامية" لغة الجماهير العريضة الجزائرية، حيث يفهمها تقريبا كل جزائري، وبالتالي فمخاطبة الجمهور بلغته الأكثر تداولاً، يعين على استقطاب شرائح وفئات عديدة من المجتمع الجزائري، وأيضاً لتوصيل وتبسيط الأفكار للمشاهد.

وتأتي في المرتبة الثانية اللغة المختلطة بنسبة 48.8%، التي كانت مزيج بين العامية والفرنسية والعامية، والإنجليزية خاصة، في الحلقتين التي كانت فيها كل من نوميديا لازول، والإعلامية ريم عماري، واستخدمت في التعبير عن الأفكار الشخصية بخصوص شيء معين لتحليله والوصول إلى الفكرة بدقة.



الشكل رقم (2): توزيع العينة حسب أساليب اللغة المستخدمة

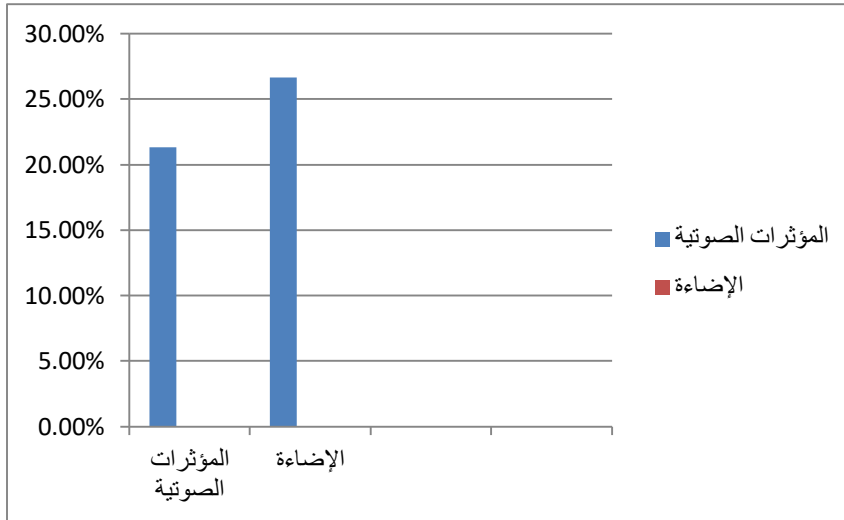
الجدول رقم (03): توزيع العينة حسب الإخراج الفني

النسبة %	التكرار	الإخراج الفني
44.44	16	المؤثرات الصوتية
55.55	20	الإضاءة
100	36	المجموع

التعليق على الجدول:

يوضح الجدول رقم (03) الإخراج الفني لمثل هذه البرامج، نجد في المرتبة الأولى الإضاءة بنسبة 55.55 %، حيث أن الإضاءة القوية هي الأكثر استخداما في الفقرات المدروسة للبرنامج، وتكون هذه الإضاءة متزامنة مع الموسيقى والغناء والرقص المصاحب لسير البرنامج. حيث أن الإضاءة العادية، والتي تصاحب عادة الفقرات، والإضاءة التي تجمع الكثير من الألوان والتي تتزامن مع بداية تقديم البرنامج، ويمكن القول أن البرنامج قيد الدراسة يعتمد على كل ما قد يثير حماس المشاهد الجزائري وخاصة فئة الشباب والمراهقين، وما يدفعهم لمتابعة الحصة، وهذا من خلال التركيز على الإضاءة القوية التي يصاحبها موسيقى عادة ما تكون صاخبة وأغاني راقصة، ورقص من طرف فئة الفاعلين بهذا البرنامج.

وفي المرتبة الثانية نجد المؤثرات الصوتية بنسبة 44.44 % حيث من المعروف أن المؤثرات الصوتية هي جميع الأصوات والمقاطع الموسيقية المستخدمة في المشاهد، سواء كانت بشرية أم تسجيلية، من خلال اختيار الفقرات قيد الدراسة، وقد استظهرت لنا فئتين وهي الموسيقى التصويرية، التي نعني بها المعادلة المسموعة لمشهد ما، بحيث يتم إشراك الأذن، كما أنها الوسيلة الأقوى للاندماج، وهذا نجده في أغلبية الفقرات وأيضا المؤثرات الصوتية البشرية التي نجدها عند غناء أحد الضيوف.



الشكل رقم (3): توزيع العينة حسب الإخراج الفني

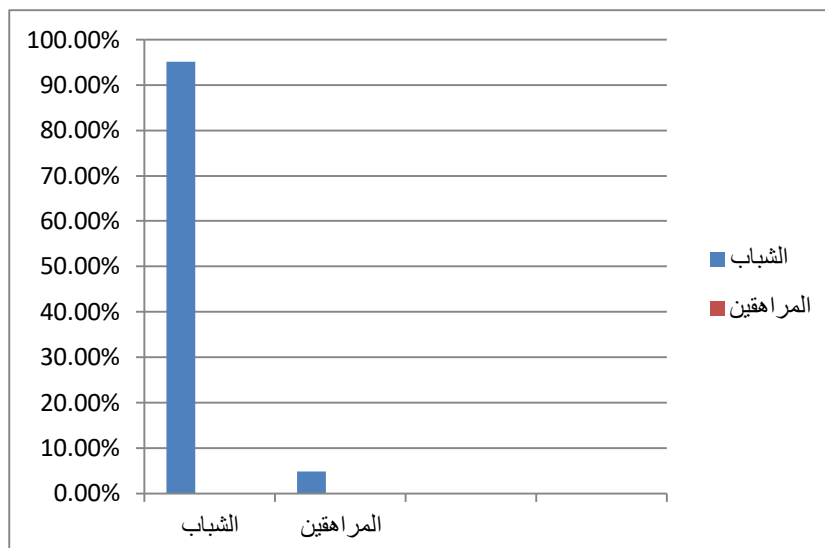
الجدول رقم (04): توزيع العينة حسب فئة الفاعلين

النسبة %	التكرار	فئة الفاعلين
95.12	39	الشباب
4.87	2	المراهقين
100	41	المجموع

التعليق على الجدول:

يوضح الجدول رقم (04) فئة الفاعلين، حيث كانت الغالبية للشباب بنسبة 95.12% فالضيوف أغلبهم شباب ومنشط الحصة أيضا، وإذا تمعنا في الجمهور نجد أن أغلبهم من فئة الشباب، وهذه النتيجة تؤكد لنا أن البرنامج موجه أساسا للفئة الشابة من المجتمع، وخاصة أن هذا النوع من البرامج لما يحتويه (موسيقى، غناء، رقص، تنافس) يشد الشباب إليه.

أما في المرتبة الثانية نجد فئة المراهقين بنسبة 4.87%، ونجدها في الحلقة التي تم دعوة اليوتيوبر "مراد عودية"، كناشط على مواقع التواصل الاجتماعي وفكاهي، ويستطيع استقطاب العديد من المراهقين لمشاهدته، وبالتالي نجاح الحلقة خاصة وأنه يقدم المحتوى الفكاهي الذي يعالج العديد من القضايا التي تخص الشباب بصفة خاصة وعلاقة الاولياء بابنائهم.



الشكل رقم (4): توزيع العينة حسب فئة الفاعل

الجدول رقم(05): توزيع العينة حسب فئة القيم

النسبة %	التكرار	فئة القيم
26.41	14	التسلية
18.86	10	روح المنافسة
7.54	4	التعاون
22.64	12	السخرية والاستهزاء بالآخرين
13.20	7	ضعف الحس الأخلاقي
11.32	6	الترويج للتفاهة والسطحية
100	53	المجموع

التعليق على الجدول:

يوضح الجدول رقم (05) فئة القيم، حيث احتلت قيمة التسلية الصدارة بدون منازع بنسبة 26.41% وتشمل هذه القيمة المتعة والشعور بالسعادة، وهذا ما يشير إليه المنشط كل مرة منذ بداية البرنامج، وهو الحصول على السعادة عن طريق الضحك والتسلية، ومن خلال فقرات هذا البرنامج ونجدها بدقة في فقرة "ضحكني تشوف".

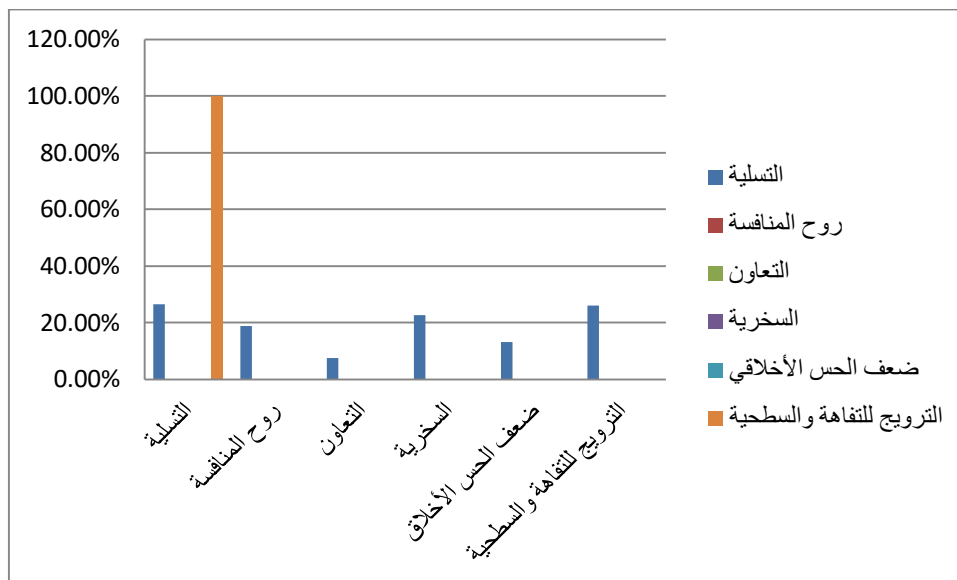
وحلت قيمة السخرية والاستهزاء بالآخرين المرتبة الثانية بنسبة 22.64 %، وهي مستمدة من الفقرات ونجدها كمثال في فقرة "العقبة"، لتجسيد أدوار تمثيلية تعبر عن أشياء تحدث في المجتمع بطريقة ساخرة مثال ذلك الحلقة التي جسدت فيها الإعلامية فرح ياسمين دور الأميرة التي يريد والدها ان يزوجها من الأمير وهي لا تريد الزواج منه فكانت معالجة هذه القضية بطريقة ساخرة عن طريق إدخال الابريق السحري كمعالجة لهذه المشكلة.

وجاءت قيمة روح المنافسة في المرتبة الثالثة بنسبة 18.86 %، حيث نجدها في الجهود المبذولة من طرف الضيوف، لتقديم الفقرات بطريقة تنال استحسان المشاهدين، نجدها كمثال في فقرة "فوت بول" تكون عبر فرق كل فريق يضم شخصين الأول يجمع الكرات من بين الجمهور والثاني يحاول رميها في السلة.

أما في المرتبة الرابعة نجد قيمة ضعف الحس الأخلاقي بنسبة 13.20 %، والتي ظهرت من خلال رقص الضيوف والضحك بصوت عالي جدا، كما نجد مغازلة الضيوف بعضهم لبعض بطرق وكلمات لا أخلاقية بعيدة كل البعد عن أخلاقيات المجتمع الجزائري المسلم، فقط لكي توضع هذه القيمة بطريقة هزلية، حتى تبين لنا بأنه أمر بسيط وعادي، وكمثال عن ذلك نجده عندما تحدث عادل مع "توميديا لازول" بطريقة غزل، وأيضا تقديم العلاقات الغرامية بين الشاب والفتاة بأنها أمر جد عادي.

نجد في المرتبة الخامسة قيمة الترويج للتفاهة والسطحية بنسبة 26.08 %، وهي طريقة تعامل بعض الضيوف ضمن فقرات البرنامج، والتي تعبر عن سياسة البرنامج بطريقة غير مباشرة، حيث نجد بعض السلوكيات من قبل ضيوف البرنامج غير اللائقة و"التافهة" إذا أمكننا القول، فنجد مثلا "الزوبير بلحر" يجري ويلقي بنفسه سواء على الجماهير أو الإلقاء بنفسه على الأرض مع التقلب والضحك الهستيري على أمر لا يستحق، بغرض الترفيه. وبالتالي تصل سياسة البرنامج من خلال ذلك إلى إفراغ المتلقي من كل ما هو ذا قيمة ومعنى وتخذير عقله عن القضايا الجوهرية عبر تنفيه الأولويات وحصرها في تمضية الوقت بالمرح والترفيه "دون المستوى" والابتعاد عن كل ما هو جوهري وجدّي، فبالنتالي تستخف بعقول المتلقين وتساهم في تسطيح العقلية الواعية المبدعة.

أما في المرتبة السادسة نجد قيمة التعاون بنسبة 7.54 %، من خلال ما لمسناه في تعاون بعض الضيوف لإنجاح عروض الفقرات مع زملائهم نستطيع القول هنا أن هذا التعاون هو سطحي وتافه خاصة إذا جسدناه من خلال فقرة الاعلان عندما تعاون الشاب مع أصدقائه في وضع الكلمات الساخرة لنجاح الفقرة لكن بطريقة مبالغ فيها نوعا ما.



الشكل رقم (5): توزيع العينة حسب فئة القيم

الجدول رقم (06): توزيع العينة حسب فئة القيم الثقافية

النسبة %	التكرار	فئة القيم الثقافية
33.33	10	الترويج للرقص والغناء
3.33	1	إهانة المرأة وجعلها سلعة
13.33	4	صورة المرأة التافهة والسطحية
23.33	7	الترويج للغات الأجنبية
26.66	8	الترويج للنمط الغربي في التعامل بين الجنسين
100	30	المجموع

التعليق على الجدول:

يوضح لنا الجدول (06) القيم الثقافية التي تبناها البرنامج والفقرات المختارة قيد الدراسة.

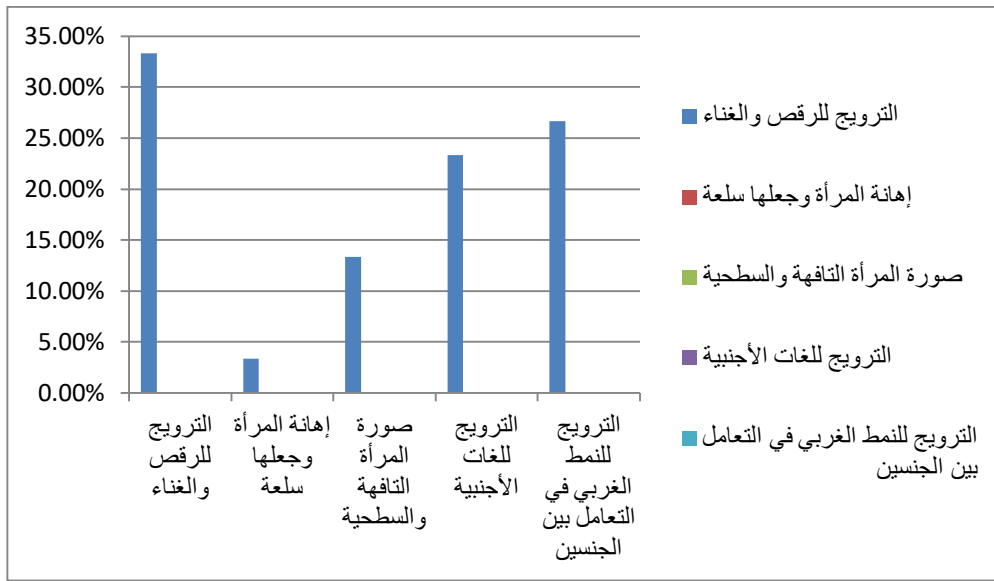
فوجد في المرتبة الأولى الترويج للغناء والرقص بنسبة 33.33%، وهنا نجد هذا النوع من البرامج يروج لثقافة أخلاقية فارغة لا تخدم الشباب، ولا المجتمع والمقصود بها الثقافة الاستهلاكية ثقافة الشهرة، والترويج للرقص والغناء باعتباره أهم مداخل الشهرة والثروة، وخلق نموذج مغاير ومحاولة تقليده والتشبه به، ونجد في المرتبة الثانية الترويج للنمط الغربي في التعامل بين الجنسين بنسبة 26.66%، بحيث يُظهر البرنامج صورة التعامل بين الجنسين بشكل معين، إذ ينعدم حاجز الحياء بين المرأة والرجل، فينمو بذلك الاندماج بين الجنسين حتى يشعر المشاهد أنه أمر طبيعي وما خلاه هو التخلف والانغلاق وتعقيد فرضه المجتمع عليهم، إذ لا ضير من تغزل الشباب بالبنات وأجواء التهريج والألفاظ التي تخدش الحياء والأجواء المليئة بالابتذال و اللعب والتمثيلات وفق فقرات البرنامج وما يصدر عليها من سلوكيات تتنافى والحدود الأخلاقية المحلية، تباعا في ذلك للثقافة التي تقوم عليها المجتمعات الغربية.

أما في المرتبة الثالثة فوجد الترويج للغات الأجنبية بنسبة 23.33%، خاصة وأن مدن الشمال يستخدمون اللغة الفرنسية في محادثاتهم اليومية، وفي تواصلهم مع الآخرين، وإذا أسقطنا ذلك نجد أن أغلبية الضيوف من مدن الشمال، خاصة الفنانين الذين يستخدمون اللغات الأجنبية في الوسط الذي يحتكون به.

في المرتبة الرابعة نجد صورة المرأة التافهة والسطحية بنسبة 13.33%، يعطي هذا النوع من البرامج أن مفهوم المرأة يشير إلى انعدام الشخصية، وهذا عائد للتقليد الأعمى والسلبى للمجتمعات الغربية، بالإضافة إلى ضعف الوازع الديني، وزرع عادات وتقاليد دخيلة على المجتمع الجزائري نجدها بطريقة كبيرة في طريقة تحدث نوميديا لازول خاصة بطريقة حديثها

وضحكتها الصاخبة وكلماتها التي توحى جميعها بلفت الانتباه الغير لائق كونها امرأة عربية مسلمة.

أما في المرتبة الخامسة والأخيرة إهانة المرأة وجعلها سلعة بنسبة 3.33%، بحيث يتم حصر المرأة أو "الأنثى" في مقومات الشكل الخارجي وطريقة الكلام والتعامل، بحيث تُقدم على أنها سلعة للعرض وال جذب، وتروّج لثقافة العُري والتَهريج وإثارة الغرائز والشهوات لدى الشباب والمراهقين، وهذا ما ساهم فعليا في تشويه صورة المرأة الجزائرية بتقديم نماذج مشوهة عن المرأة.



الشكل رقم (6): توزيع العينة حسب فئة القيم الثقافية

الجدول رقم (07): توزيع العينة حسب فئة الوظائف

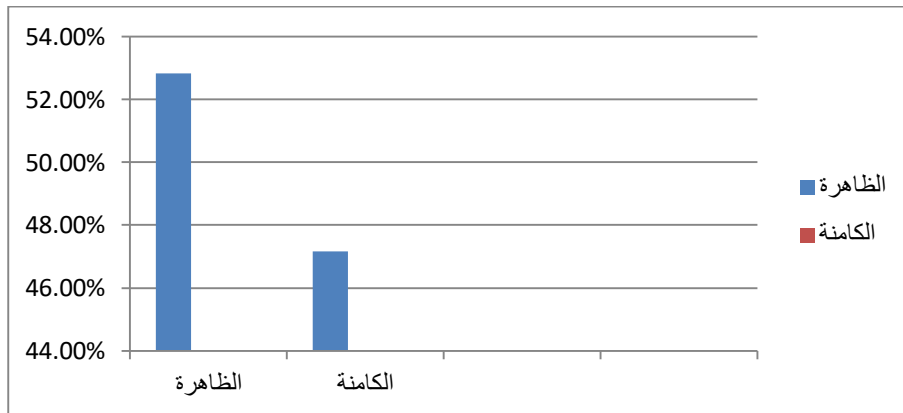
النسبة %	التكرار	الوظائف
52.83	28	الظاهرة
47.16	25	الكامنة
100	53	المجموع

التعليق على الجدول:

يوضح الجدول رقم (07) فئة الوظائف التي قسمت إلى الظاهرة والكامنة، فنجد في المرتبة الأولى الوظائف الظاهرة بنسبة 52.83%.

نجد أن الفقرات أثبتت وجود أهم عامل وهو الترفيه، ولا نستغرب هذه الوظيفة الأساسية للبرنامج وهي تسلية المشاهد والترفيه عنه عن طريق الوسائل والأجواء المؤدية لذلك، كما ذكر كلمة الجمهور في كل مرة لمشاركة الضيوف فقرات البرنامج، عن طريق الرقص والتصفيق والتصفير والضحك والغناء، أيضا من خلال التنفيس والتي نلمسها في كل فقرات البرنامج، لأن الضيوف يتحدثون بطريقة متحررة، ومن بين هذه الوظائف الظاهرة نجد التخلص من الملل والعزلة عند مشاهدة مثل هذه البرامج، كما أنها تحقق التواصل الاجتماعي، مثلا في فقرة "أرتيكلي مليح".

وفي المرتبة الثانية نجد الوظائف الكامنة بنسبة 47.16%، حيث نلاحظ الوظيفة التي تعتمد على تخدير العقل عن التفكير في الأمور الجادة، ونجد أيضا من خلال البرنامج تقديم نماذج سلوكية سلبية للمجتمع، نجدها في العديد من الفقرات نجدها خاصة في فقرة كويز داداي من خلال الاحتكاك والكلمات بين المتنافسين الشباب والبنات ومن خلال أيضا الكلمات التي يتحدث بها الشباب في الشارع الالفاظ السوقية، إن لم يكن في أغلبها كما ظهرت وظيفة التسويق لبعض الأفكار الغير مألوفة في المجتمع، ونشر الثقافة الغربية من خلال الترويج لثقافة ال DJ، والموسيقى الغربية الصاخبة والرقص المختلط في الأستوديو.



الشكل رقم (7): توزيع العينة حسب فئة الوظائف

الجدول رقم(08): توزيع العينة حسب فئة الخصائص الخلقية للشخصية

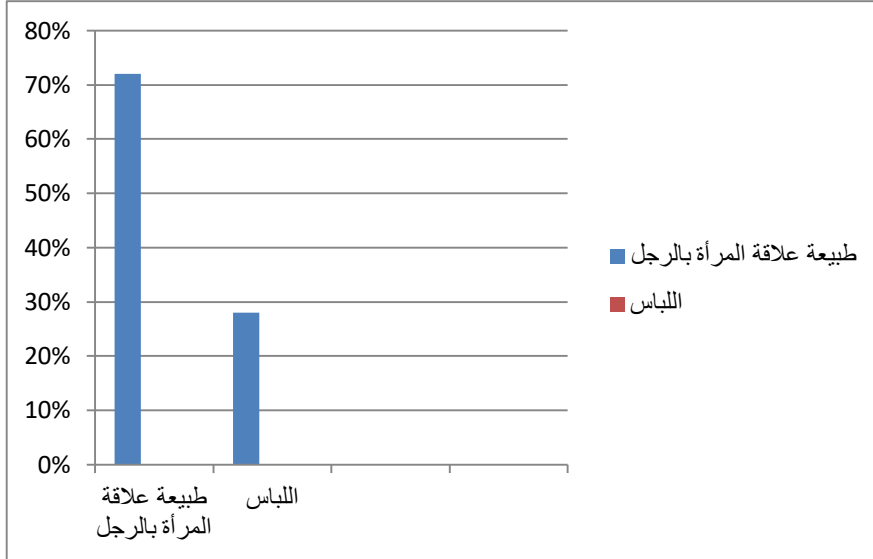
النسبة%	التكرار	الخصائص الخلقية للشخصية
72	18	طبيعة علاقة المرأة بالرجل
28	7	طبيعة اللباس
100	25	المجموع

التعليق على الجدول:

يوضح الجدول رقم (08) فئة الخصائص الخلقية للشخصية، فنجد في المرتبة الأولى طبيعة علاقة المرأة بالرجل بنسبة 72 %، كأعلى نسبة حيث نجد في العديد من الفقرات تغزل بين ضيوف الحصة (الرجال بالنساء)، كما لاحظنا أيضا تغزل مقدم البرنامج ببعض الضيفات مثل "ياسمين بلقاسم"، أما بين الضيوف فنجد تغزل "عادل" "بنوميديا لازول" من خلال طريقة التعبير التي لا تمت للمجتمع الجزائري بأي صلة.

أيضا من خلال اللعب المختلط بين الجنسين والاحتكاك بينهم في "فقرة فوت بول" مثلا، أيضا ما وجدناه في فقرة "العقبة" من تمثيلات مختلطة وطرق لا أخلاقية لا تتناسب والوازع الديني والأخلاق المجتمعية والأسرية.

في المرتبة الثانية نجد اللباس بنسبة 28%، نجد أن اللباس العصري طغى على اللباس العادي التقليدي من طرف الضيوف بنسبة كبيرة، بينما أستعمل اللباس التقليدي في بعض العروض من أجل تقمص بعض الأدوار (ربة منزل، شيخ، ...)، وذلك كون اللباس العصري هو لباس عملي ومريح بالنسبة لهم كما أنه يتماشى مع طبيعة البرنامج الترفيهي ذا الأصول الغربية والتي تتوافق مع هكذا نوع من الألبسة "المعاصرة".



الشكل رقم (8): توزيع العينة حسب فئة الخصائص الخلقية للشخصية

الجدول رقم (09): توزيع العينة حسب فئة العناوين

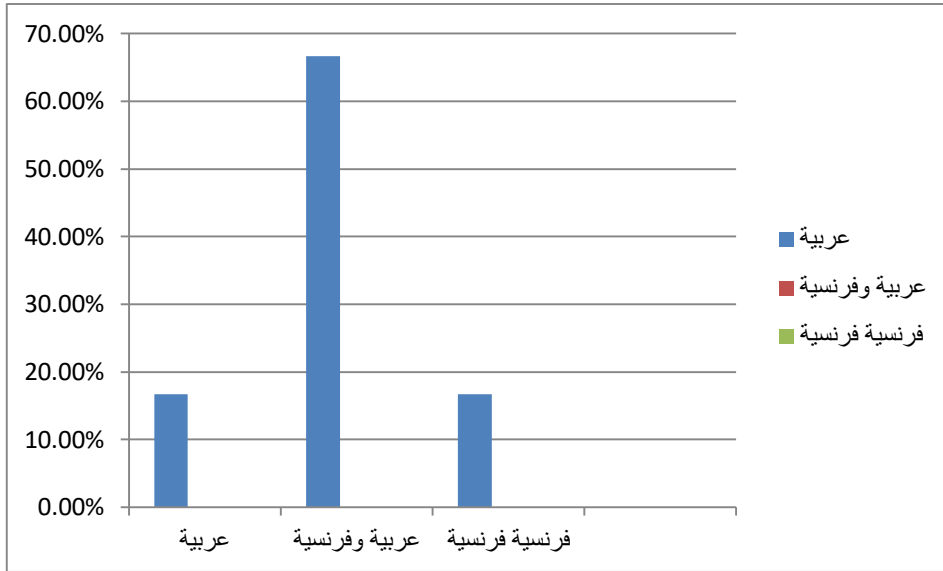
النسبة %	التكرار	فئة العناوين
16.66	1	عربية
66.66	4	عربية وفرنسية
16.66	1	فرنسية وفرنسية
100	6	المجموع

التعليق على الجدول:

في الجدول رقم (09) يوضح فئة العناوين في فقرات الدراسة، فنجد بنسبة 66.66%، العناوين التي جاءت مختلطة بين اللغة العربية والفرنسية مثلًا داداي Quiz، وضحكني tchoof، وفوت bulle، إعلان pause جاءت لتعطي للمتلقي نوعًا من الإبداع، وتجذبه سواء عن كيفية الكتابة أو النطق، ولتعطي صفة لنوعية الفقرة أيضًا خاصة وأنها متكونة من كلمتين.

في المرتبة الثانية والثالثة نجد بالترتيب كل من العناوين، التي كتبت بالعربية والفرنسية الفرنسية، بنسبة 16.66%، حيث نجدها في فقرة "العقبة" و فقرة "Artikili mlih"، وما

نلاحظه أن جميع هذه العناوين تصب في اللغة العامية لتقريب المشاهد من المعنى الحقيقي للفقرات رغم هذا إلا أنه يعتبر كسرا للغة العربية ومحاولة ادخال اللغة الثانية في كل المواضيع والبرامج بطريقة مباشرة او غير مباشرة.



الشكل رقم (9): توزيع العينة حسب فئة العناوين

الجدول رقم(10): توزيع العينة حسب فئة تخصصات الضيوف

النسبة %	التكرار	فئة تخصصات الضيوف
40.81	20	ممثلون
18.36	9	مغنيون
28.57	14	ناشطون
12.24	6	إعلاميون
100	49	المجموع

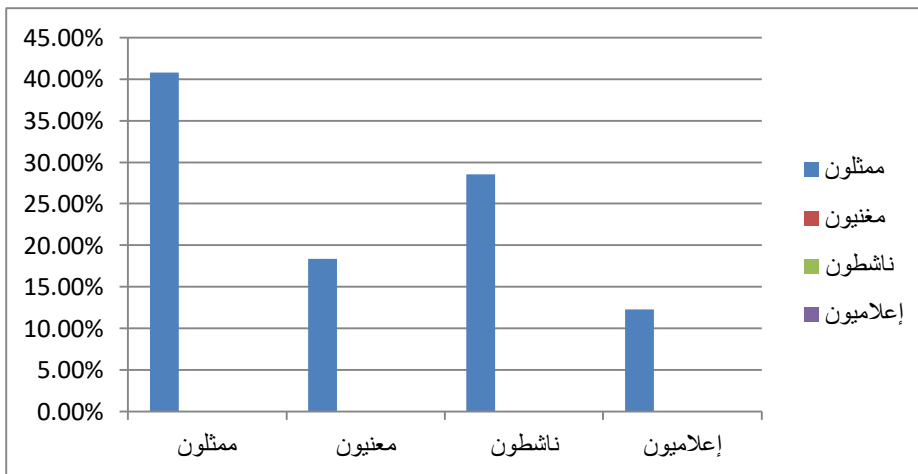
التعليق على الجدول:

في الجدول رقم (10) نجد فئة تخصصات الضيوف، فنجد في المرتبة الأولى الممثلون التي قيدت بنسبة 40.81 %، بما أنهم يمثلون نوعا من ركيزة التلفزيون، ويصلون إلى الكثير من البيوت ويتربعون على عرش التلفزيون بشكل عام، فتقمص الممثل لدوره يجعله أكثر طلبا في مثل هذه البرامج لرؤية الجانب الشخصي فيه، مثلا الممثلة الكوميديّة "لينا بوزراع".

في المرتبة الثانية نجد الناشطون بنسبة 28.57%، بما أن الناشطون في مجال الميديا ومجال التواصل الاجتماعي، هم أكثر فئة تصل للكثير من الأشخاص سواء في مجال الكوميديا "كمراد عودية"، والمؤثرة "أميرة ريا" بدون أن ننسى التخصصات الأخرى التي لاقت شهرتها الكبيرة في مجال الميديا.

أما في المرتبة الثالثة نجد المغنيون بنسبة 18.36%، الذين يعتبرون أيضا جزء من شباب اليوم، وهذا نجده كمثال في حضور مغني الراي "كادير الجابوني"، ومغنية الراب "رجاء مزيان"، والمغنية "كنزة مرسلي"، الذين يحدثون ضجة مع كل ألبوم يطرح.

أما في المرتبة الأخيرة وبنسبة 12.24%، نجد فئة الإعلاميون الذين دائما يساندون المجتمع، ويحاولون محاربة السلبية وقد كان ذلك باستضافة كل من الإعلامية "ياسمين فرح" في مجال المجتمع، والإعلامية "سعودة ياسمين" في مجال الموسيقى والبرامج المباشرة، بالإضافة إلى الإعلامية "ريم عماري" في الأخبار، بدون أن ننسى العديد من الإعلاميين في مجال الإذاعة.



الشكل رقم (10): توزيع العينة حسب فئة تخصصات الضيوف

ثانيا: نتائج الدراسة التحليلية:

بعد الدراسة التي قمنا بها، وعملية التحليل التي أجريناها على عينة من فقرات برنامج "avendredi" ماشي عادي"، ومحاولة استخراج القيم التي نقلها للمشاهدين خلصنا إلى النتائج التالية:

• من خلال فئة القوالب الفنية فوجد أن البرنامج قد أولى الأهمية لأربع قوالب وذلك بنسب متقاربة "الحوار، الغناء، الموسيقى، الرقص"، وترجع هذه القوالب المعتمدة إلى طبيعة البرنامج الترفيهي ذا البعد الثقافي الغربي.

• اعتمد البرنامج على نوعين من أساليب اللغة المستخدمة وذلك بنسب متقاربة، فكانت نسبة العامية أعلى ب 51.11% أولا لتوافقها وطبيعة البرنامج الترفيهي فهو لا يحتاج إلى اللغة العربية الفصحى، بالإضافة إلى كونها موجهة إلى المجتمع الجزائري المتكلم باللهجة العامية، وفي المرتبة الثانية نجد اللغة المختلطة بنسبة 48.88% والتي تُعد نسبة جد مرتفعة والعائدة أولا إلى مخلفات الاستعمار بالدرجة الأولى، بالإضافة إلى الترويج للغات الأجنبية على أنها نوع من التحضر والعصرية.

• من خلال فئة الإخراج الفني نجد أن البرنامج ركز على الإضاءة بشكل كبير وهذا ما نلتمسه من النسبة التي نراها حيث كانت نسبته 55.11% وذلك راجع لما تُضيفه من معنى للأشياء والأجسام الموجودة على الشاشة، كما تلعب دورا كبيرا في التأثير على المتلقين وذلك باختلاف أغراض وأهداف البرنامج، ثم المؤثرات الصوتية بنسبة 44.44% والتي تمثل الأصوات والمقاطع الموسيقية المستخدمة في البرنامج سواء كانت بشرية أم تسجيلية.

• أما عن فئة الفاعلين في نستنتج أن البرنامج تميز بالميل إلى أهم الفئات المجتمعية ألا وهي الشباب حيث سجلت النسبة الأكبر "95.12%"، كون الشباب هو الأساس القاعدي لإنجاح مكتسبات الثقافة الغربية من خلال جعله نمطي متجرد من كل القيم والعناصر المكونة لهويته الوطنية، فهم يمثلون عماد الأمة وقوتها وحضارتها ومستقبلها، في المقابل نجد فئة المراهقون وبالرغم من أنها مُعتمدة بنسبة صغيرة "4.87%" إلا أن الاعتماد عليها كان له صدى كبير، فإن ما يتسلح به البرنامج من تأثيرات وإغراءات لا يملك المراهقون معها إلا

الاستسلام والخضوع، كونها مرحلة التكوين الحقيقي والفعال للقيم الاجتماعية، وبالتالي فإن هذه التغيرات التي شهدتها البرامج الترفيهية المستنسخة وضعت المراهقين في مواجهة قيم اجتماعية غير مألوفة.

• أوضح التحليل وجود قيم إيجابية يؤديها البرنامج الترفيهي وبالتالي يسعى لتأكيدا وإقناع الناس بها، بل إن هذه النتائج أوضحت ارتفاع مجموع هذه النسبة إلى الحد الذي بلغت فيه أكثر من نصف إجمالي القيم المعروضة، حيث بلغت نسبتها 52.41% والمتمثلة على التوالي كالتالي: (التسلية، روح المنافسة، التعاون)، بينما نجد في المقابل القيم السلبية أيضا "والتي جاءت بطريقة ضمنية" حيث يعمل مضمون البرنامج المستنسخ على غرسها أواسط الجمهور الجزائري وبالتالي فرض قيم غريبة عليه، وذلك ما نستنتج من خلال ارتفاع نسبتها هي الأخرى "47.16%"، والمتمثلة في (السخرية والاستهزاء، ضعف الحس الأخلاقي، الترويج للنفاهة والسطحية).

• أما من خلال فئة القيم الثقافية فنستنتج أن البرنامج يحمل قيما ثقافية غريبة بعيدة كل البعد عن القيم والثقافة العربية الجزائرية المحافظة والمسلمة بالدرجة الأولى، وذلك بحكم طبيعة البرنامج المستنسخ ذو الأصل الغربي، وبالتالي ما يحمله البرنامج مُعاد التصنيع من قيم ثقافية فاسدة "كالأخلاق اللقيطة تخاطب الأحاسيس والغرائز، حيث يغلب عليه الطابع الترفيهي الذي يقدم المرأة على أنها سلعة للعرض وال جذب، وتروج لثقافة العري والتهرج وإثارة الغرائز والشهوات لدى الشباب والمراهقين، كما أن هذا النوع من البرامج يخترن رسائل إعلامية موجهة وغير بريئة، هدفها الرئيسي كسر حاجز الحياء بين المرأة والرجل، والترويج إلى أن الرقص والغناء أمر عادي والخلاعة والتميع والتغزل أمر طبيعي، فيتسلل هذا الأمر تباعا وبشكل مستمر وناغم إلى اللاوعي وتسقط معه كل مقاومة..." فكل هذه القيم ما هي إلا اختراق لمنظومة العادات والتقاليد الوطنية المحلية بشكل سلبي، فمثل هذه الثقافة عاكسة ومتناقضة وهي تقريبا ثقافة تجارية نظرا لأن المتحكم في إنتاجها المؤسسات متعددة الجنسيات.

• من خلال فئة الوظائف نستنتج أن البرنامج قد قام بتقسيم وظائفه إلى قسمين، أولهما الوظائف الظاهرة وهي الوظائف الإيجابية التي تحب أن تُظهرها سياسة البرنامج بصفة مباشرة، والتي ظهرت بنسبة 52.83%، أما الثانية فهي الكامنة وهي الوظائف السلبية

غير المعلنة والتي تعتبر سلاح ضمني عقلي يهتك المنظومة القيمية والثقافية وهي بنسبة 47.16%.

• من خلال فئة الخصائص الخلقية للشخصية فنجد من خلال طبيعة علاقة المرأة بالرجل أن ما يقدمه البرنامج يضرب المنظومة الأخلاقية المحلية صوب الحائط وأسقط حاجز الحياء بين الجنسين في التعامل وذلك عن طريق ما يقدمه البرنامج من ثقافة الانبهار بالغربي والأمريكي خصوصا، ويتجلى ذلك في أساليب وسلوكيات ضيوف البرنامج المتمثلة كتغزل الشباب بالإناث والألعاب والتمثيلات المختلطة ضمن فقرات البرنامج وطرق لا أخلاقية لا تتناسب والوازع الديني والأخلاق المجتمعية والأسرية.

• أما بخصوص فئة طبيعة الملابس فنجد أنه قد ساهمت هذه البرامج المستنسخة في تكريس تفوق عقدة الأجنبي وتركه يتسلل خلصة وعلانية إلى حياتنا اليومية، بحيث طغى اللباس العصري على التقليدي في البرنامج، وذلك كون اللباس العصري يتماشى مع هذه المضامين الترفيهية المستنسخة، بالإضافة إلى كونه لباس عملي ومريح، كما نشير إلى ارتداء البنات للملابس الضيقة التي تكشف جسد المرأة وتصفه وتحدد أجزائه والتي ترتديها البنات في أغلب حلقات البرنامج، حيث يحرص البرنامج على إخراج المرأة بالملابس الضيقة التي تفتن الرجال وتُظهر لهم محاسنها لأهداف معينة.

• من خلال فئة صياغة العناوين فنجد أن اللغة الفرنسية طغت وبشكل كبير على عناوين البرنامج سواء كانت مختلطة بالعامية أو لوحدها، والتي جاءت على هذا النحو من أجل أن تعطي للمتلقى نوعا من الإبداع، وتجذبه سواء عن كيفية الكتابة أو النطق، حيث يؤكد هذا المحتوى على محاكاة عربية لشكل غربي، وذلك من خلال صياغة عناوينها بالأجنبية مع أنها موجهة للمشاهد العربي.

• ومن خلال فئة مجال نشاط الضيوف فنجد أن البرنامج يستقبل مختلف الضيوف باختلاف نشاطاتهم فهو لا يركز على فئة واحدة من التخصصات بل يعتمد التنوع، وذلك لعدة أسباب والتي نجد من بينها إحداث أعلى نسب المشاهدة والتعريف بالوجوه الجديدة التي لم يمر على ظهورها وقتا طويلا فبالتالي التعريف بها وإعطائها فرصتها في الظهور والشهرة.

خاتمة

خاتمة

ما يمكننا قوله في نهاية هذه الدراسة بجانبها النظري والتطبيقي المتمثل أساسا في القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الترفيهية الجزائرية، يتضح لنا أنه يغلب على التلفزيون الجزائري الخاص البرامج الترفيهية والتي تعتبر من أكثر البرامج تأثيرا في المشاهد، كونها وسيلة إلهاء للهروب من يلجأ إليها الجمهور العريض الذي غدا مع الحياة العصرية يئن من كثرة متطلباتها ومن سرعة إيقاعها.

وقناة الشروق tv الخاصة تعد نموذجا عن القنوات الوطنية ذات الطابع الترفيهي والتي خصصت مساحة كبيرة من شبكتها البرمجية للبرامج الترفيهية، لتظهر لنا فيما بعد ما يسمى بالبرامج الترفيهية المستسخة، هذه الظاهرة التي انتشرت بشكل واسع في الفضائيات العربية بصفة وعامة والجزائرية بصفة خاصة والتي تعتبر نقلة جديدة في العالم العربي. جاءت لتحمل الكثير من الأهداف خاصة وأنها برامج غربية الأصل أي أنها لا تتماشى مع عادات وتقاليد العرب، إلا أنها وبالرغم من خطورتها على المشاهد غير أنها وجدت صدى كبير، حيث تترك أثرا كبيرا على سلوكه وأنماط معيشته وأسلوب حياته ومعتقداته وتوجهاته المستقبلية في ظل الظروف المتأزمة التي تشهدها البلدان العربية.

بحيث يُعد المجتمع العربي من ضمن المجتمعات المتضررة من منتجات الثقافة الجماهيرية التي تسوقها لو القنوات الأجنبية، ومن جانب آخر القنوات العربية التي تصنع أو تعيد صناعة نفس الثقافة الغربية بأشكالها ونمطيتها وأسلوبها فيستهلكها الفرد العربي، إذ يقول الدكتور عزي عبد الرحمن: " إن إعلام المجتمعات العربية الإسلامية يعاني من سيادة البضائع الثقافية المستوردة من الغرب أساسا...تحمل هذه البضائع قيما دخيلة تهدف إلى تكسير البنايات الثقافية و المؤسسات الاجتماعية وعقول الأفراد والجماعات في المجتمع الإسلامي".

خاتمة

وفي الختام فإنه ومن خلال ما سبق يتضح لنا التأثير الكبير الذي تتركه هذه البرامج الترفيهية بطابعها المستسخ على المشاهد الجزائري، رغم وجود وعي لدى نسبة معتبرة منهم لرفض مضامين وأهداف هذه البرامج.

قائمة المراجع

كتب:

- 1- احمد بدر، أصول البحث العلمي و مناهجه، وكالة المطبوعات، ط5، الكويت.
- 2- أديب خضور: "سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون"، (الدراما التلفزيونية) دار الأيام، الجزائر، 1999.
- 3- أديب خضور: "سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون"، سلسلة عالم الفكر، المجلد الثامن والعشرون، أكتوبر 1999، الجزائر.
- 4- أسامة ظافر كباره: برنامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال، ط1، دار النهضة العربية، مصر، 2003.
- 5- بسيوني إبراهيم حمادة: دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2008.
- 6- بلال خلف السكارنة: "أخلاقيات العمل"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- 7- تمار يوسف: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، الفسيلة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
- 8- جابر عبد الحميد جابر، علم النفس الاجتماعي (القاهرة: عالم الكتب، 1991).
- 9- جمال العيفة: "الثقافة الجماهيرية عندما تخضع وسائل الإعلام والاتصال لقوى السوق"، مديرية النشر، عناية.
- 10- جيهان سليم: الثقافة العربية، أسئلة التطور والمستقبل، مركز دراسات الوحدة العربية لبنان، بط، 2003.
- 11- حسن إبراهيم عبد العال: "التربية الإبداعية"، دار الفكر، عمان، الأردن، 2005.
- 12- حسن عماد مكاوي: الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، لبنان، ط7، 2008.
- 13- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1998م.

- 14- حليم بركات: "الاغتراب في الثقافة العربية، متاهات الإنسان بين الحلم والواقع"، ط1، مركز، 2007
- 15- حمدان محمد زياد: البحث العلمي كنظام، سلسلة التربية الحديثة، دار التربية الحديثة، عمان-الأردن، 1989.
- 16- خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام و الاتصال، ط1، دار اللسان العربي، الجزائر، 1422 هـ.
- 17- د. كمال درويش ومحمد محمد الحماحي: "رؤية عصرية الترويج وأوقات الفراغ" مصر، ط2، 2002.
- 18- راسم محمد الجمال : مقدمة في مناهج البحث في الدراسات العالمية ، دار النشر مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، د ط ، القاهرة، 1995 .
- 19- سليم عبد النبي: "الإعلام التلفزيوني"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن. 2010،¹ مصطفى حميد كاظم الطائي: "الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2008/2007.
- 20- سمير محمد حسين: "تحليل المضمون تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته"، عالم الكتب، القاهرة، 1983.
- 21- سهير جاد، سامية أحمد وآخرون: "البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون" دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1999.
- 22- شيماء ذو الفقار زغيب: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
- 23- صالح محمد علي أبو جادو: "سيكولوجية التنشئة الاجتماعية"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 1998.
- 24- طارق سيد أحمد الخلفي: "فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية"، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008.
- 25- طه عبد العاطي نجم: "الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث" دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، مصر، 2005.

- 26- عبد الرحمان عزي: "الرأسمال الرمزي الجديد-قراءة في هوية وسوسيولوجية الفضائيات في المنطقة العربية"، ط1، سلسلة كتب المستقبل العربي 57، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 2008.
- 27- عبد الرزاق محمد الدليمي: "عولمة التلفزيون"، دار جوير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
- 28- عبد العالي دبله: "مدخل إلى التحليل السوسيولوجي"، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- 29- عبد الغني عماد: "سوسيولوجيا الثقافة"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2006.
- 30- عبد المنعم الميلادي: "الإعلام"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، دراسات الوحدة العربية، سبتمبر، بيروت، لبنان، 2006.
- 31- عزام أبو الحمام: "الإعلام الثقافي (جدليات وتحديات)"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن. 2009.
- 32- عطية محمود هناء: "التوجيه التربوي والمهني"، مكتبة النهضة المصرية، 1959.
- 33- عمر أحمد الهمشري: "التنشئة الاجتماعية للطفل، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2003.
- 34- غسان عبد الوهاب الحسن: "الصحافة التلفزيونية"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
- 35- غسان عبد الوهاب الحسن: "الصحافة التلفزيونية"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013/2012.
- 36- فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني -كتاباته ومقومات نجاحه-، دار الفجر للطباعة والنشر ودار النفائس للنشر والتوزيع، بغداد، 2007.
- 37- فضيل دليو: "تاريخ وسائل الإعلام والاتصال"، دار الخلدونية الجزائرية، 2003.
- 38- فهد عبد الرحمن الشميميري، التربية الإعلامية "كيف تتعامل مع الإعلام"، الطبعة الأولى، مكتبة فهد، الرياض، 2010.

- 39- فؤاد شعبان - عبدة صبطي: "تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة"، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر.
- 40- ماجد الزيود: الشباب والقيم في عالم متغير. ط1. دار الشروق للنشر والتوزيع. الاردن. 2006.
- 41- ماجد الزيود: "الشباب والقيم في عالم متغير" دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2006.
- 42- محمد أبو سمرة: "الإعلام السياسي"، دار الرياسة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011/2012.
- 43- محمد أحمد بيومي: "علم اجتماع القيم"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية 2004.
- 44- محمد جاد: البث الفضائي العربي، دار المعرفة، القاهرة، 2001.
- 45- محمد سعد زغلول ومكارم حلمي أبو هرجة. مناهج التربية الرياضية الموجهة قيمياً في مواجهة إنعكاسات عصر العولمة. ط1. مركز الكتاب للنشر. الاسكندرية. 2005
- 46- محمد شطاح: "الإعلام التلفزيوني-نشرات الأخبار-المحتوى والجمهور"، دار الكتاب الحديث، عمان، الأردن، 2006/2007.
- 47- محمد شفيق، البحث العلمي مع تطبيقات في مجال الدراسات الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، بلدن 2005.
- 48- محمد شلبي، المنهجية في التحليل السياسي: لمفاهيم، المناهج، الاقترابات و الأدوات، الجزائر، 1997.
- 49- محمد صاحب سلطان: "وسائل الإعلام والاتصال"، دراسة النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 50- محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، عالم الكتب، بيروت، ط1، 1993.
- 51- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار ومكتبة الهلال للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2009.
- 52- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر، ط1، 1999.
- 53- محمد مسلم، منهجية البحث العلمي، ط2، دار الغرب، الجزائر، 2004، ص41.

- 54- محمد معوض، المدخل إل فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، (د.س.ن).
- 55- مروان عبد المجيد إبراهيم: "أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الورق، الطبعة الأولى، الأردن.
- 56- منى كشك: القيم الغائبة في الإعلام، دار الفرحة للنشر والتوزيع، مصر، بط، 2006.
- 57- نهوندا القادري عيسى: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008.
- 58- نورهان منير حسن فهمي: "القيم الدينية للشباب" الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1999.
- 59- هبة شاهين: التلفزيون الفضائي العربي، دار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2006.
- 60- هناء السيد: الفضائيات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع، دار الفكر العربي، القاهرة 2005.
- 61- هيثم هادي الهيتي: "الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات"، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- القواميس والمعاجم:**
- 62- يوسف محمد البقاعي، قاموس الطلاب "عربي-عربي" مراجعة وتدقيق شهب الدين أبو عمرو، دار المعرفة، الدار البيضاء، المغرب(د.س.م).
- 63- أحمد مختار عمرو و آخرون، معجم اللغة العربية المعاصرة، المجلد الثاني، ط1 عالم الكتب، القاهرة، 2008
- 64- إبراهيم أنس وآخرون: المعجم الوسيط، دار المعارف للنشر والتوزيع، مصر، ط2 1973

مذكرات التخرج:

- 65- بريح أميرة-حاج دولة نورية : القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الجزائرية، بحث مقدم للحصول على درجة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص "وسائل الإعلام والمجتمع" جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم- 2015-2016م.
- 66- حنان بوضيفة: اتجاهات الشباب الجامعي نحو برامج الترفيه المستنسخة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف -المسيلة.
- 67- سامية حمريش: "القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري" رسالة ماجستير جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009 .
- 68- سكيمة خضرة، حبوسي صليحة: "مشاهدة البرامج التلفزيونية وعلاقتها بظهور العدوانية لدى تلاميذ السنة الأولى متوسط(9-12 سنة)"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة أكلي محند أولحاج، 2012/2013.
- 69- سهام قواسمي: "تناول الإعلام التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر-بسكرة- 2014/2015.
- 70- عزري أمال: برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية وتأثيرها على قيم وسلوك المراهقين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 2009/2010م.
- 71- عطاء الله النوعي: "القيم البدوية بين الثبات والتحضر" رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2008.
- 72- قبلان عبده قبلان حرب: "اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني"، مذكرة مكملة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2008.

73- ماجد ملحم أبو حمدان: " طرائق التنشئة الاجتماعية الأسرية وعلاقتها بمدى مشاركة الشباب في اتخاذ القرار داخل الأسرة"، دراسة ميدانية على عينة من شباب جامعة دمشق، كلية الآداب، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الثالث والرابع، دمشق، سوريا 2011.

74- مجذوب بخيت، محمد توم: "تأثير القنوات الفضائية العربية على اتجاهات الرأي العام العربي"- دراسة تطبيقية على قناة الجزيرة الفضائية-رسالة دكتوراه مقدمة لجامعة أم درمان الإسلامية، 2002م.

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

76- نورة نايلي: البرامج الترفيهية في القناة الجزائرية ووظائفها تجاه المراهقين الجزائريين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2013-2014.

77- وائل فاضل علي: "العولمة وأثارها على التنشئة الاجتماعية"، دراسة ميدانية، 2013، نقلا عن: www.rooad.net.

المطبوعات والمقالات والمنشورات والمجلات الجامعية:

78- أحمد بن مرسلي: "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

79- أسعد علي وطفة: "الثقافة والتربية"، مجلة الموقف الأدبي، العدد 259 و260، تشرين و نور الدين زمام: "عولمة الثقافة (المستحيل والممكن)"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، العدد الأول، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية والإنسانية، بسكرة، الجزائر، 2010 نقلا عن: www.webreview.dz

80- جمال العيفة: "الثقافة الجماهيرية" منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر 2003.

- 81- حيدر إبراهيم : "العولمة وجدل الهوية الثقافية، العولمة ظاهرة العصر" مجلة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد02، الكويت، 1999.
- 82- شعباني مالك: "دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد7، جانفي، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2012.
- 83- شهرزاد صوفي: القيم المتضمنة في إعلانات التلفزيون الجزائري وأثارها على الجمهور الطلبة الجامعيين الجزائريين، ضمن مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة دورية أكاديمية حضارية محكمة، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، العدد03، المجلد الأول، 2012.
- 84- عبد العزيز محمد الخضر: قراءة هادفة في القنوات الفضائية، البيان، العدد143 نوفمبر 1999.
- 85- فيروز زرارقة: "التغير القيمي وصراع المرجعيات"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، عدد خاص بالملتقى الوطني الأول حول التغير القيمي في المجتمع الجزائري، يومي 4-5 ماي جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2009.
- 86- قزبة الشوقي: "الثقافة الهدامة والإعلام الأسود في هيروشيما إلى بغداد وفي خراب الروح إلى القاضي أنطوان الناشف: "البث التلفزيوني والإذاعي والبث الفضائي"، منشورات المجلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2003، العالمية"، منشورات إتحاد الكتاب العربي، دمشق، سوريا، 2005.
- 87- مجلة الثقافة وتسيير أعمال الملتقى الدولي المنعقد بالجزائر 28-30 نوفمبر 1992، كاتب المقال بوفلجة غياث، اسم المقال: تناقض القيم داخل التنظيم.
- 88- محمد البشير بن طبة: "تحليل المحتوى في بحوث الاتصال"، -مقاربة في الإشكاليات والصعوبات- جامعة الأمير عبد القادر-قسنطينة- تاريخ نشر المقال 2015/12/01.
- 89- محمد مصطفى القباج: الطفل المغربي، منشورات رمسيس، الرباط، 1977.
- 90- ناصر قاسيمي: التحليل السيميولوجي نماذج تطبيقية، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2017.

كتب أجنبية:

- 91- Grawitz Madeline. Méthodesd épistémologie Armand colim. Collection"U" paris 1972.
- 92- دنيس كوش: "مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية" ترجمة: منير السعيداني، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2007.
- 93- ملفين ديفليير و آخرون: "نظريات وسائل الإعلام" ترجمة أمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة 1992.
- 94- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون ، دار القصبه للنشر، الجزائر ، 2004.
- 95- هارلمبس وهولبورن: "سوسيولوجيا الثقافة والهوية"، ترجمة: حاتم حميد محسن، دار عيون للطباعة والنشر والتوزيع، 2010.
- 96- هربت شيللر: "المتلاعبون بالعقول"، سلسلة عالم المعرفة، عدد106، الكويت.

المقالات الالكترونية والمواقع:

- 97- الموسوعة الحرة: [Http://ar.wikipedia.org/wiki](http://ar.wikipedia.org/wiki)

قائمة الملاحق

ملحق رقم - 01 - إستمارة تحليل المحتوى

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة الإعلام والاتصال



استمارة تحليل المحتوى بعنوان:

القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الترفيهية الجزائرية
دراسة وصفية تحليلية لعينة من فقرات برنامج "vendredi ماشي عادي" على
قناة "الشروق tv" في الفترة الممتدة مابين نوفمبر 2017م وفيفري 2018م

مشروع مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري

تحت إشراف الأستاذ:

نجيب بخوش

إعداد الطالبة:

إيمان حمداني

السنة الجامعية: 2019 / 2020

دليل التعريفات الإجرائية:

هذا الدليل أعد في إطار التحضير لمذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري الموسوم ب:

القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الترفيهية على قناة الشروق الجزائرية، وهي دراسة تحليلية لعينة من فقرات البرنامج الترفيهي "vendredi ماشي عادي" اعتمادا على تحليل المضمون كأداة تحليل في الدراسة.

وتحتوي هذه الدراسة على مجموعة من الفئات إضافة إلى التعريفات الإجرائية الخاصة بكل فئة والتي تم وضعها بعد مشاهدة متأنية ومتكررة لعينة من برنامج "vendredi ماشي عادي" المُشكل لمادة التحليل مع العلم أنني اعتمدت على وحدة الفكرة في إطار الموضوع كوحدة لتحليل.

فالرجاء منكم أساتذتي الكرام:

* قراءة التعريفات الإجرائية الشاملة.

* وضع علامة (T) أمام التعريفات التي ترون أنها مقبولة وتخدم موضوع الدراسة.

* وضع علامة (F) أمام التعريفات غير المقبولة والتي لا تخدم موضوع الدراسة.

* في حال وجود تعريف يجب أن يعدل فالرجاء وضع علامة (0)

إشكالية الدراسة:

في ظل تنامي البرامج الترفيهية "المستنسخة" في القنوات الجزائرية الخاصة، تأتي محاولتنا اليوم من خلال هذه الدراسة العلمية للوقوف على معرفة ما تحاول أن تغرسه قناة الشروق tv الخاصة في الجمهور الجزائري من خلال استيرادها وإعادة بثها لمثل هذه المضامين الترفيهية المستنسخة، وذلك من خلال تحليل مضمون البرنامج الترفيهي المستنسخ "vendredi ماشي عادي"، لنخلص للإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

- ما طبيعة القيم التي ترمي قناة "الشروق tv" الخاصة لغرسها داخل المجتمع الجزائري من خلال بثها للبرنامج الترفيهي المستنسخ "vendredi ماشي عادي"؟

ولإثراء هذه الإشكالية عززناها بالأسئلة الفرعية التالية :

1. فيما تتمثل القوالب الفنية المعتمدة في برنامج "vendredi ماشي عادي" على قناة الشروق tv؟
 2. ماهي مستويات اللغة المستخدمة في عرض قيم برنامج "vendredi ماشي عادي"؟
 3. ماهي تقنيات التصوير المعتمدة في برنامج "vendredi ماشي عادي"؟
 4. فيما تتمثل فئة الشخصيات في البرنامج؟
 5. فيما تتمثل القيم والقيم الثقافية التي يعكسها برنامج "vendredi ماشي عادي" على الجمهور الجزائري؟
 6. ماهي الوظائف الظاهرة والكامنة التي يؤديها الغرض من هذا البرنامج؟
 7. ما الغرض من الاعتماد على التنوع في كيفية كتابة العناوين في البرنامج؟
- (1 أهداف الدراسة:

- إن اختيار الباحث الإعلامي لمشكلته الإعلامية واعتبارها مشكلة تستحق الدراسة، يعني أن هناك مجموعة من الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، من خلال التطرق لها في دراسته العلمية، و باعتبار دراستنا حول طبيعة البرامج الترفيهية في القنوات الجزائرية الخاصة، و ما تعكسه من قيم على المجتمع الجزائري-كونها برامج مستسخة في الأصل- مع الإشارة إلى أن عينة الدراسة هي برنامج "vendredi ماشي عادي" على قناة الشروق. و بالتالي سنوضح أهم الأهداف المرجو تحقيقها من خلال هذه الدراسة :

- ✓ التعرف على البرنامج التلفزيوني الترفيهي "vendredi ماشي عادي" وما يقدمه من موضوعات للجمهور الجزائري.
- ✓ الكشف عن أهم القيم المستوردة نتيجة التغلغل الثقافي و الاستهلاكي من قبل الجمهور الجزائري لهذه المضامين الترفيهية المستوردة (برنامج vendredi ماشي عادي).
- ✓ محاولة الكشف عن مستويات اللغة و الأساليب التي يستخدمها برنامج "vendredi ماشي عادي" في ترسيخه للقيم الوافدة في الجمهور الجزائري.
- ✓ الكشف على الجانب الإخراجي لمثل هذه البرامج.

✓ التعرف على تخصصات الضيوف والوظائف التي تكون وراء اختيار مثل هذه البرامج.

(2) عينة الدراسة:

وقد اعتمدنا في دراستنا التي يدور موضوعها حول "القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الترفيهية على قناة الشروق TV" الذي يُعنى بالبرنامج الترفيهي "vendredi ماشي عادي" على أسلوب العينة القصدية وهي العينة التي تُختار عن عمد بما يتناسب مع تحقيق هدف معين، حيث يقوم الباحث باختيار مفردات عينة المبحوثين في ضوء انطباق سمات أو خصائص معينة عليهم.¹

حيث تم اخذ عينة قصدية قوامها 6 حلقات من البرنامج لتكون ممثلة لمجتمع البحث ككل (وهو الجزء الثاني من برنامج "vendredi ماشي عادي") والتي تتحصر ضمن الإطار الزمني الذي يبدأ من 1017/11/03 وينتهي في 2018/02/09 لمدة 4 أشهر، وذلك نظرا لصعوبة مسح كل المجتمع، بالإضافة إلى عدم توفر جميع أعداد الجزء الثاني في المواقع الإلكترونية، والإمكانيات المادية المحدودة وأوضاع البلاد جرّاء الوباء "كورونا" حيث تعذر علينا زيارة مجمع قناة الشروق للحصول على كامل الأعداد.

وعليه تمثلت الأعداد المختارة من البرنامج قيد الدراسة كالتالي:

الحلقة 1 : artikili mlih

الحلقة 2: quiz داداي

الحلقة 2: ضحكني تشوف

الحلقة 5: فوت bulle

الحلقة 7: العقبة

الحلقة 15: إعلان pause

¹ - راسم محمد الجمال: مقدمة في مناهج البحث في الدراسات العالمية، دار النشر مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، د ط ، القاهرة ، 1995،

جدول الفقرات المختارة من حلقات برنامج فونغودي مش عادي الجزء 2

الحلقة	عنوان الفقرة	زمن الفقرة	النسبة
01	Artikili mlih	6 دقائق	13.06%
02	Quiz داداي	11 دقيقة	23.91%
02	ضحكني تشوف	5 دقائق	1.08%
05	فوت bulle	8 دقائق	17.39%
07	العقبة	9 دقائق	19.56%
15	إعلان pause	7 دقائق	15.21%
	المجموع	46 دقيقة	100%

التعريفات الاجرائية لفئات الشكل و المضمون :

1/ فئات الشكل: (كيف قيل ؟)

- فئة القوالب الفنية:

وهي الأشكال التي يقدم من خلالها المضمون في الفقرات المختارة من حلقات برنامج "vendredi ماشي عادي" والتي صيغت من خلالها الرسالة الإعلامية المرسلة للجماهير المستهدفة وتنقسم هذه القوالب إلى:

1. **الحوار:** وهو حديث الضيوف أو المنشط والذي يدور بين شخصين أو أكثر في برنامج «vendredi ماشي عادي" أو قد يكون خطاب للعامة مثال:فقرة العقبة.

2. **الغناء:** هو إصدار صوت فني يدمج بين 3 عناصر رئيسية الموسيقى والكلمة والصوت وهو شكل من أشكال التعبير، بحيث يقوم ضيوف البرنامج المتخصصين بالفن والغناء بالغناء أثناء فقرات برنامج "vendredi ماشي عادي".

مثال: فقرة كوزير داداي

3. **موسيقى:** فن من أنواع الفنون التي تهتم بتأليف وإيقاع وتوزيع الألحان، بحيث يعتمد برنامج "vendredi ماشي عادي" على العديد من أنواع الموسيقى سواء كانت عربية أو أجنبية.

مثال: فقرة فوت بول.

4. **رقص:** فن من الأداء عن طريق سلسلة مختارة إراديا من حركات الجسد، بحيث يعتمد ضيوف برنامج "vendredi ماشي عادي" على الرقص وفق فقرات البرنامج على العديد من أنواع الموسيقى والغناء.

مثال: فقرة كوزير داداي.

- فئة مستويات اللغة المستخدمة:

وتهدف هذه الفئة في دراستنا إلى التعرف على مستويات اللغة المستخدمة في عرض المضمون القيمي لبرنامج "vendredi ماشي عادي". وقد احتوت على الفئات التالية:

3. **اللهجة العامية:** هي مجموعة من الخصائص اللغوية التي تنتمي إلى بيئة معينة، ويشترك فيها جميع أفراد هذه البيئة المختلفة طبقاتهم، وهي الطريقة أو اللهجة "الجزائرية الأم بكل أقطابها ولهجاتها" التي يستخدمها ضيوف ومنشط برنامج "vendredi ماشي عادي" في الكلام والحوار فيما بينهم.

4. مثال: فقرة ضحكني تشوف

5. **اللغة المختلطة:** وهي اللغة التي تنشأ من خلال دمج لغتين أو أكثر أو لهجتين أو أكثر من خلال الكلام، بحيث نجد ضيوف برنامج "vendredi ماشي عادي"

يعتمدون في كلامهم على اللغة المختطة بين اللغة العربية (الدارجة) واللغة الفرنسية والانجليزية التي تظهر بصفة قليلة أثناء حوار الضيوف ضمن البرنامج.

مثال: فقرة فوت بول.

- فئة الإخراج الفني:

- لإخراج الفني direction لرواية قصة برنامج "vendredi" ماشي عادي" عن طريق أداء فقراته المتضمنة في الألعاب والمسابقات ضمن الألعاب و التمثيليات في البلاطو، وذلك بأسلوب فني وتقني معبر يحمل أفكار وقيم يسعى إلى بثها في أواسط الجمهور الجزائري، حيث توضح فقرات البرنامج بغرض المشاهدة، واستخدام المؤثرات السمعية والبصرية. والتي اندرجت في البرنامج قيد الدراسة كالتالي:

1/ **المؤثرات الصوتية** : جميع الأصوات و المقاطع الموسيقية المستخدمة في مشاهد برنامج "vendredi" ماسي عادي" و قسمت كالتالي :

• **الموسيقى التصويرية**: نعني بها المعادلة المسموعة لمشاهد للبرنامج، بحيث يتم إشراك الأذن كما أنها الوسيلة الأقوى للاندماج مع المشهد، فمثلا عند بداية البرنامج وتقديم المنشط "سفيان داني" لضيوف العدد، فبمجرد دخولهم للبلاطو يطلق ال "DJ" نوع من الموسيقى الصاخبة والحماسية

مثال : فقرة فوت بول

الغناء : ونقصد به غناء ضيوف البرنامج سواء على البلاطو أو عرض أغنيات بعض الفنانين والذين يكونون ضيوف الحصة، بالإضافة إلى الأغاني التي يصدرها "DJ" المتنوع (الاجنبي والعربي والمحلي)، والذي يعتبر شكل من الأشكال الطبيعية في التعبير.

مثال: فقرة كوزير داداي

2/ **الإضاءة**: وهي الإضاءة المعتمدة في بلاطو "VENDREDI" ماشي عادي" بتتوع أشكالها (رئيسية، خلفية، الإضاءة المكلمة، إضاءة الخلفيات...) وغيرها فهو الذي يجعل الأشياء والأجسام مرئية في البرنامج، فالضوء هو الذي يجعل الأشياء موجودة على الشاشة ويمنحها المعنى، بحيث تلعب الإضاءة دورا كبيرا في التأثير على المتلقي، وذلك باختلاف أغراضها وأهدافها.

• فئات المضمون (ماذا قيل ؟):

4) فئات الشخصيات:

و هي الفئة التي تكشف عن الأشخاص الذي يمثلون أو يقومون بالأدوار الموكلة لهم ضمن الفقرات المختارة في برنامج "vendredi" ماشي عادي" والذي تم تقسيمهم إلى:

الشباب: وهي الفئة العمرية من حياة الإنسان التي قد تكون في ذروة الحيوية والنشاط على غرار الفئات العمرية الأخرى.

- **المراهقين:** وهي المرحلة التي تنقل الفرد من مرحلة الطفولة إلى مرحلة الرشد والبلوغ.

5) فئات القيم:

وهي القيم التي يحملها برنامج "vendredi" ماشي عادي"، سواء كانت تلك القيم ضمنية بحيث يتم استخراجها بالملاحظة والتمعن الجيد في فقرات البرنامج أو ظاهرة يسهل استخراجها بسهولة بمجرد الملاحظة، بحيث تتمثل القيم المتضمنة في الفقرات قيد الدراسة إما بالتكرارات أو بالزمن و التي تمثلت في التالي:

• **التسلية:** نشاط يسمح للأشخاص بالترفيه على أنفسهم وقت الفراغ، بحيث ينشط الضيوف وفق فقرات البرنامج المتمثلة في الألعاب والمسابقات فيما بينهم بغرض التسلية، التي يبعثونها بذلك للمتلقي.

• **روح المنافسة:** وهو التسابق الذي يقوم به ضيفين أو أكثر ضمن فقرات برنامج "vendredi" ماشي عادي"، أو جماعتين أو أكثر للوصول إلى هدف معين وذلك على حسب نوع اللعبة وقوانينها ضمن البرنامج، حيث يحرص كل طرف على الوصول إلى الهدف قبل الآخر، وذلك بغرض التفوق أو الدفاع أو السيطرة .

مثل: فقرة "artikili mlih".

• **التعاون:** وذلك من خلال مشاركة الضيوف بعضهم لبعض في فقرات برنامج "vendredi" ماشي عادي" أثناء القيام بفقرات البرنامج، وذلك بمساعدة ومشاركة بعض في الألعاب والتمثيلات خاصة ي فقرة "دار العقبة"، وهو الأسلوب الذي يعزز روح الجماعة والابتعاد عن الفردية.

- **السخرية والاستهزاء بالآخرين:** ونقصد هنا ومن خلال مشاهدتنا لبرنامج "vendredi" ماشي عادي" لاحظنا بعض الاستهزاءات والاستهانات ببعض الضيوف مثل من يعرف باسم "أنوش مافيا" و الناشط عبر المواقع التواصل الاجتماعي "حسناوي" و الممثل الكوميدي "حسن بشار"، بحيث تشهد بعض الفقرات الحط من قيمة الضيوف.
- **ضعف الحس الأخلاقي:** بحيث يشهد برنامج "vendredi" ماشي عادي" بعدا عن الوازع الأخلاقي الذي يقره المجتمع والدين، وذلك كون طبيعة البرنامج غريبة مستنسخة وبالتالي فهي لا تتلاءم مع الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري المسلم بالدرجة الأولى والمحافظ.
- **الترويج للتفاهة والسطحية:** ونجد ذلك في طريقة تعامل بعض ضيوف ضمن فقرات البرنامج، والتي تعبر عن سياسة البرنامج بطريقة غير مباشرة، وذلك من خلال إفراغ المتلقي من كل ما هو ذا قيمة ومعنى وتخدير عقله عن القضايا الجوهرية عبر تنفيه الأولويات وحصرها في تمضية الوقت بالمرح والترفيه "دون المستوى" والابتعاد عن كل ما هو جوهري وجدّي، وبالتالي تستخف بعقول المتلقين وتساهم في انعدام العقلية الواعية المبدعة.

(6) **فئة القيم الثقافية:** وهي كل الطرق والأفكار والسلوكيات... التي ينقلها البرنامج الترفيهي المستورد "vendredi" ماشي عادي" إلى أواسط الجمهور الجزائري مع العلم أنها قيم ثقافية غريبة دخيلة عليه، والتي قمنا بتقسيمها كالتالي:

***الترويج للرقص والغناء:** بحيث يعتمد البرنامج في جُل فقراته على عملية الرقص والغناء من قبل ضيوف البرنامج سواء كان رقص فردي أو مختلط، كما لاحظنا العديد من الأغاني والرقصات الغربية التي بدورها بعيدة عن ثقافة المجتمع الجزائري الذي يتسم بهوية ثقافية محلية ترسمها الأخلاق والعادات والتقاليد المحافظة.

***إهانة المرأة وجعلها سلعة:** بحيث نجد مثل هذه البرامج المستنسخة والواردة من مجتمعات غربية، والتي تهين المرأة تتعامل معها على أنها سلعة وذلك راجع لثقافتهم ومعتقداتهم، ومن هذا المنطلق فإن الفضائيات الجزائرية عامة والشروق خاصة تقوم بنسخ تلك البرامج الغربية وتعيد بثها كما هي صورة طبق الأصل دون مراعاة البعد الثقافي بين البلدين.

***صورة المرأة التافهة والسطحية:** وهنا نقصد قيام البرنامج بإظهار المرأة على أنها تافهة وسطحية ومنعدمة الشخصية، فكل اهتماماتها ففد بالمظهر الخارجي و اللباس والموضة

والأمور التافهة التي تبعتها عن التفكير بالأمور الجدية، وهذا عائد للتقليد الأعمى والسلبى للمجتمعات الغربية، بالإضافة إلى ضعف الوازع الديني .

***الترويج للغات الأجنبية:** بحيث نجد في كل فقرات برنامج "vendredi ماشي عادي" اعتماد الضيوف ومقدم البرنامج على اللغات الأجنبية سوار كانت الفرنسية أو الإنجليزية وذلك عن طريق الخلط بين العربية الدارجة واللغة الأجنبية، وذلك على أنها نوع من التحضر والعصرية.

***الترويج للنمط الغربي في التعامل بين الجنسين:** بحيث نلاحظ من خلال فقرات برنامج "vendredi ماشي عادي" غياب حاجز الحياء بين المرأة والرجل، والترويج لذلك على أنه الأمر الطبيعي، وما خلاه هو التخلف والانغلاق وتعقيد فرضة المجتمع على الجمهور، بحيث نجد تغزل الضيوف الشباب بالبنات، والألفاظ التي تخذش الحياء والأجواء المليئة بالابتذال و بعض السلوكيات تتنافى والحدود الأخلاقية المحلية، تباعا في ذلك للثقافة التي تقوم عليها المجتمعات الغربية.

(7) فئة الوظائف:

وهي الوظائف التي يعتمد أو يسعى برنامج "vendredi ماشي عادي" أ القائم بالاتصال على أدائها أواسط المجتمع الجزائري، ومن خلال دقة التمعن والملاحظة في البرنامج تبين لنا أنه هناك وظائف ظاهرة، وأخرى كامنة يمكن استخراجها ضمنا أي قراءتها ما بين الأسطر. وهي كالتالي:

أ- **فئة الوظيفة الظاهرة:** وهي مجموعة الوظائف التي تظهر مباشرة أو بالأحرى كما يحب أن يظهرها قانون البرنامج وسياسته. وهي كالاتي:

*التسلية والترفيه.

*تحقيق التواصل الاجتماعي

*دعوة للاختلاط الاجتماعي.

*التحرر العاطفي والتنفيس من الملل.

ب- **الوظائف الكامنة:** وهي مجموعة الوظائف الغير ظاهرة والتي تعتبر سلاح عقلي مثير للمشاهد. والتي تمثلت في :

*تخدير العقل عن التفكير في الأمور الجادة.

*التسويق لبعض الأفكار غير المألوفة في المجتمع.

*تقديم نماذج سلوكية سلبية للمجتمع.

*نشر الثقافة الغربية.

5) فئة الخصائص الخُلقية للشخصية: وهي الفئة التي تعبر عن الخصائص الخُلقية للشخصيات المتواجدة ضمن برنامج "vendredi ماشي عادي" والتي اشتملت على:

أ- **فئة طبيعة علاقة المرأة بالرجل:** ونقصد بها نوعية التعامل الذي يكون بين الجنسين في البرنامج سواء كان مباشرا أو غير مباشر والتي قسمناها كالآتي:

***التغزل:** بحيث يشهد البرنامج العديد من عمليات التغزل العلني التي لا تمت للمجتمع الجزائري بأي صلة، حيث تصدر من ضيوف الحصة من الشباب نحو البنات، على أساس أن ذلك يتم في سياق الترفيه والمزح.

***اللعب المختلط:** بحيث يعتمد البرنامج على فقرات تتطلب اللعب في مجموعة، وهنا تتم عملية الاختلاط بين الجنسين والاحتكاك بينهم، مثل فقرة "قوت بول" ..

* **التمثيلات المختلطة في البرنامج:** بحيث يعتمد البرنامج علي بعض التمثيلات والتي على رأسها "فقرة دار العقبة"، حيث تعتمد هذه الفقرة على تمثيلات مختلطة وطرق لا أخلاقية لا تتناسب والوازع الديني والأخلاق المجتمعية والأسرية.

(مثل فقرة دار العقبة).

ب- فئة طبيعة الملابس: ونقصد بها أنواع ملابس الضيوف في البرنامج، والتي قسمناها كالتالي:

*تقليدية: وهي الملابس التي تحاكي التراث والعادات الجزائرية.

*عصرية: وهي الملابس المصاحبة للموضة، والتي تعبر عن ثقافة معينة.

6) فئة صياغة العناوين:

وهي الفئة التي يتم من خلالها معرفة كيف تم صياغة عناوين فقرات برنامج "vendredi" ماشي عادي" من ناحية اللغة المستخدمة سواء في الكتابة أو القراءة أو المعنى. وقسمناها كالتالي:

*عربية: وهي العناوين المكتوبة باللغة العربية مثال: العقبة.

*عربية وفرنسية: عناوين مكتوبة باللغة العربية والفرنسية لاكتمال المعنى مثال : pause إعلان.

*فرنسية وفرنسية بمعنى عربي: وهي مكونة من حروف فرنسية بمعنى فرنسي وحروف فرنسية بمعنى عربي مثال: Artikili mlih .

7) فئة مجال نشاط الضيوف:

حيث تمثل مجال نشاط ضيوف برنامج "vendredi" ماشي عادي" على قناة "الشروق tv" حسب تخصصاتهم في الحياة في:

*ممثلون

*مغنيون

*ناشطون عبر مواقع التواصل الاجتماعي

*إعلاميون

ملحق -02-

بيانات كمية لفئات الدراسة و عناصرها

4	3	2	1	فئة القوالب الفنية	△		
6	5	فئة اللغة	△				
10	9	8	7	فئة الإخراج	△		
18	17	فئة الفاعلين	△				
24	23	22	21	20	19	فئة القيم	△
26	25	فئة الوظيفة	△				
29	28	27	فئة العناوين	△			
33	32	31	30	فئة تخصصات الضيوف	△		

دليل الاستمارة :

فئة رئيسية. △

فئة فرعية □

اختيارات الفئة الفرعية ○