



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الوادي

شعبة العلوم الإسلامية
تخصص دعوة وإعلام واتصال

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في العلوم الإسلامية

أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكات لدى
الشباب

جامعة الوادي أنموذجا

إشراف الدكتور:

✍ تركي عبد الرحمان

إعداد الطالبات:

✍ الحاجة درام

✍ سمية عبد الباري

✍ منال برتومة

السنة الجامعية : 2013/2012



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الوادي

شعبة العلوم الإسلامية
تخصص دعوة وإعلام واتصال

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية

مذكرة مكملّة لنيل شهادة الليسانس في العلوم الإسلامية

أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكات لدى
الشباب

جامعة الوادي أنموذجا

إشراف الدكتور:

✍ تركي عبد الرحمان

إعداد الطالبات:

✍ الحاجة درام

✍ سمية عبد الباري

✍ منال برتومة

السنة الجامعية : 2013/2012

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

((يوسف 76))

ملخص البحث

عنوان البحث :اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب لعام 1434 هـ / 2013 م.

للباحثات سمية عبد الباري الحاجة درام ومنال برتيمة بإشراف الدكتور:عبد الرحمن تركي .

يهدف البحث إلى إيجاد اثر وسائل الإعلام على قيم الشباب وسلوكا تهم من (الانترنت .التلفزيون.الإذاعة.الجرائد).

منهج الدراسة المنهج الوصفي لأنه انسب إلى معرفة الواقع لجوانب الدراسة. وأجريت الدراسة على عينة قصديه مكونه من (50)مفردة من شباب جامعة الوادي .وتمت الدراسة بنطاق جامعة الوادي (معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية ومعهد التكنولوجيا ومعهد العلوم الاقتصادية والتجارية ومعهد العلوم السياسية والحقوق ومعهد الأدب واللغات الأجنبية).وكانت أدوات الدراسة الاستبيان. وأسفر البحث عن النتائج التالية:

1-الشباب في أغليبيتهم لا يوافقون على أن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط بقيمة الطموح

2-إن وسائل الإعلام لا تقوم بتغير قيم الشباب مثلما يعتقد البعض.

3-إن أغلبية المبحوثين الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض إلى لمحتوياتها لا يساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم . وكانت أهم التوصيات ما يلي:

1-يؤثر استخدام وسائل الإعلام على قيم وسلوكيات الشباب مما يوجب الترشيح في استخدام هذه الوسائل .

2-تنمية وعي الشباب نحو استخدام أجهزة الاتصال وخاصة الاشتراك بخدمة الانترنت حتى يمكن الحد بقدر الإمكان من الآثار السلبية لهذه الوسائل وذلك من خلال عمل ندوات ومحاضرات أو من خلال وسائل الإعلام في حد ذاتها .

Résumé de l'étude

Titre: l'impact(l'effet)des média sur les valeurs et les comportements des jeunes(de l'université d'El-Oued 14h34min/2013)

SOUMAIA Abdelbari, ELHADJA Deram,MANALB erretima sous la direction du docteur Terki Abderrahmane.

Notre recherche vise à démontrer l'effet des médias sur les valeurs et les comportements des jeunes (comme le net_ la télévision_ la radio_ la presse)

Nous avons adopté la méthode descriptive pour mener à bien ce travail. Car c'est la méthode la mieux adaptée pour démontrer notre problématique.

Nous avons effectuée notre recherche sur un échenillé visé de 50 unités :des jeunes de l'université d'El Oued(institut des sciences humaines et sociales_ Institut des sciences technologiques-Institut des sciences économiques et l'institut des lettres et des languesétrangères) l'outil de recherche employé pour cette étude aété:le questionnaire

Les résultats du recherches étaient:

- 1)-la plupart des jeunes sont d'accord sur le fait que les médias ne les aident pas à avoir de valeurs.
- 2)-les medias ne changent pas les valeurs comme le pensentcertaines personnes.
- 3)-la plupart des jeunes de l'échantillon pensent que l'utilisation des médias et de leurs contenus ne renforcent pas leurs rapports avec les valeurs.

Les recommandationsproposées:

- 1)-il faut savoir utiliser ;à bon escient ;les médias.
- 2)-sensibiliser les jeunes à la bonne utilisation des médias afin d'éviter leurs effets négatifs.et ce grâce à des séminaires.des cours ou à travers les médias mêmes.

شكر وتقدير

يسرني أن أتقدم بالشكر والتقدير إلى أستاذي الفاضل
الدكتور عبد الرحمن تركي على جميع الجهود التي قام بها في
متابعتي في إنجاز هذا البحث متمنيا له موفور الصحة .
والى جميع من ساهم معي برأي أو استشارة في تحقيق
هذا البحث سائلا المولى عز وجل أن يكون فيها إسهاما نافعا
واستفادة مثلى في تحقيق الغاية منها .
متمنيا للجميع التوفيق و النجاح.

فهرس

فهرس المحتويات

أ.....	ملخص بالعربية
ب.....	ملخص بالفرنسية
ج.....	شكر وتقدير
	الفهرس العام
د.....	مقدمة

الجانف النظري

الفصل الأول : تقديم موضوع البحث

1.....	1. الموضوع و أهميته
2.....	2. أسباب اختيار الموضوع
2.....	3. إشكالية الدراسة
3.....	4. فرضيات الدراسة
4.....	5. منهج الدراسة و أدواتها
5.....	6. حدود الدراسة
6.....	7. أدوات الدراسة
7.....	8. تحديد مفاهيم الدراسة
8.....	9. العينة
9.....	10. الدراسات السابقة

الفصل الثاني : الاطار النظري

12.....	1. ماهية وسائل الإعلام
12.....	2. تطور وسائل الإعلام
14.....	3. خصائص وسائل الإعلام
15.....	4. وظائف وسائل الإعلام
16.....	5. أقسام وسائل الإعلام

18.....	6. أثر وسائل الإعلام على القيم
18.....	1.6 مفهوم الأثر
18.....	2.6 تعريف القيم
19.....	3.6 أنواع القيم وتصنيفها
21.....	4.6 خصائص القيم
22.....	6.5 أهمية القيم
23.....	6.6 وظائف القيم
23.....	7.6 إشكالية دراسة القيم
24.....	1.7.6 صعوبة دراسة القيم
24.....	2.7.6 نظرية الاستخدامات و الإشباعات
26.....	7. أثر وسائل الإعلام على السلوك
26.....	1.7 تعريف السلوك
27.....	2.7 أنواع السلوكيات
28.....	3.7 خصائص السلوكيات
29.....	4.7 الأثر الإعلامي
30.....	5.7 تعلم السلوك
31.....	6.7 السلوكيات والقيم
32.....	7.7 نظرية الإنماء الثقافي
33.....	8.7 الشباب
33.....	1.8.7 مفهوم الشباب
34.....	2.8.7 تحديد مرحلة الشباب
35.....	3.8.7 خصائص الشباب

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

38.....	1. تحليل نتائج الاستعمال والتعرض
38.....	1.1 مجتمع البحث وخصائصه
40.....	2.1 استعمال وسائل الإعلام
49.....	2. تحليل نتائج القيم
50.....	3. تحليل نتائج السلوكيات
ز.....	خاتمة
ح.....	قائمة المصادر والمراجع

مقدمات

مقدمة :

الحمد لله رب العلمين والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين نبينا محمد وعلى اله وصحبه والتابعين .

منذ قديم الأزل وهناك صراع دائم من اجل الغد .ومن اجل متطلبات الغد حيث كانت الزراعة أول نقطة للتحويل ،ثم جاءت الثورة الصناعية كموجه ثانية للتطور .وأصبح لكل منهم موجه تتحرك بسرعة معينه وبدرجات متباينة حسب القوة التي تدفعها وبعد فترة صراع استنفذت الموجه الأولى قوتها ،وسيطرت الموجه الثانية على العالم ومنها انقسم إلى دول متقدمه ودول نامية.

أما اليوم ونظرة في المستقبل اختلف الأمر حيث يوجد موجه ثالثة جديدة هي موجه المعلومات التي تسري حاليا في الحياة الاجتماعية لكل دوله،ويعد الشباب ركيزة أساسا لكل أمه ترنو الشباب ثروة من خلال طاقاتهم وحيويتهم ونشاطهم وعزيمتهم وفكرهم وعلمهم وعملهم وكل تلك الخصال إنما هي أسس بناء الأمة إن هي أحسنت استغلال تلك الخصال في الخير والصالح والبناء والفضيلة، وقد تكون احد أسباب فناء الأمة إن أسئى استغلالها .لذا فان الأمم والدول والمجتمعات تبذل كل إمكاناتها المادية والبشرية في سبيل العناية بتربية شبابها وإصلاحهم لأنهم أملها وعمادها وقوتها في حاضرها ومستقبلها وإقبال الشباب على تكنولوجيا الاتصال التي لقبت بالجديدة ،هي سببه من سنن الحياة ،فهم يتطلعون أكثر من غيرهم إلى كل ما هو جديد ومن خصائص تكنولوجيايات الاتصال ما يروق الشباب أي السرعة .ولهذا أصبح الشباب اليوم ينعت بعدة نعوت تعكس علاقتهم بكل وسيلة اتصالية جديدة .

وإذا كان الشباب في بقاع أخرى من العالم يعتبرون من مبتكري هذه التكنولوجيا الجديدة و صناعاتها،فان الشباب الجزائري يبقون مستهلكين لها وحسب ،لانعدام فرص اختبار مهارات هم الإبداعية والذي يستمع إلى الإذاعة يكشف أن الإذاعة التي كانت

بالأمس وسيلة تربية وتنقيف ،أصبحت اليوم أداة ترفيه وتفرغ لمواكبة التطور والاستجابة لرغبات الشباب .

ونفس الملاحظة يمكن إسقاطها على الجرائد التي حتى وان كانت تكتب من طرف الشباب إلا أنها ليست موجهة إليهم ،وإنما موجهة لتقرا من طرف الكبار الذين يملكونها أو يساهمون في تمويلها .

وعليه تبقى الانترنت ملاذا للشباب بالنسبة للذين يحسنون قراءتها وكتابتها ،وفيها يستطيعون التعبير بكل حرية عما يشغل بالهم وينسجون علاقات اجتماعية شبيهة التي لا يقدرّون عليها في بيئتهم الواقعية.

من هذا المنظور وبالنسبة للشباب الجزائري ،فان البيئة الرمزية التي تقمها وسائل الإعلام المحلية تبقى منقوصة والأجنبية غريبة فكلاهما مرآة لا تمكن الشباب من رؤية أنفسهم فيها .وكل هذا في ظل تزايد أوقات الفراغ بسبب البطالة وغلاء المعيشة وتكاثر مصادر الاستهلاك وغلق الحدود في وجوههم .

وعليه أصبح مثل هذا الوضع مثار قلق وانشغال لدي العديد من المؤسسات وعلى مختلف المستويات مما ولد هاجس التخويف من التأثيرات السلبية على الشباب فيما يتعلق بهويتهم الثقافية وقيمهم وسلوكياتهم ،التي يفترض فيها أنها فوق كل الشبهات قبل مجئ تكنولوجيا الاتصال وفي هذا السياق تدرج إشكالية دراستنا التي تتمحور حول مدى اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدي الشباب بجامعة الوادي .ولقد اخترنا هذا الموضوع ونحن مدركين للنقص الكبير للأبحاث في هذا الميدان رغم أهميته وتعميده .

وبسبب ما سلف ذكره تركّز هذه الدراسة على الأثر ويقصد به عكس التأثير على قيمهم وسلوكياتهم .فهل هذا التفاعل مع الإعلام والتعرض لمحتواها وماذا يفضلون فيها، كل ذلك ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم المعروضة عليهم وتجاوز بعض السلوكيات السلبية إن وجدت لديهم وللإجابة على مثل هذا التساؤل قسمنا الدراسة إلى ثلاثة فصول

وهي على النحو التالي: الفصل الأول: ويخص الإطار المنهجي للدراسة الذي تضمن التعريف بالإشكالية وأهمية الدراسة والفرضيات والدراسات السابقة والمنهج المتبع في الدراسة والعينة وأدوات البحث الميداني وحدود الدراسة وأخيرا المفاهيم المستخدمة في البحث. أما الفصل الثاني فقد اشتمل على دراسة تمهيدية لماهية وتطور وسائل الإعلام وفيه تم التعرض إلى الخصائص ووظائف وأقسام وسائل الإعلام واثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكات, أما الفصل الثالث والأخير تضمن الإطار الميداني للدراسة وتطرقنا فيه إلى تحليل نتائج الاستعمال والتعرض وتحليل نتائج القيم والسلوكات ثم الاستنتاجات العامة والخاتمة .

الفصل الأول

الإطار المنهجي

- 1- مشكلة الدراسة
- 2- أهمية الدراسة
- 3- الدراسات السابقة
- 4- منهج الدراسة
- 5- العينة
- 6- أدوات الدراسة
- 7- أسباب اختيار الموضوع
- 8- استمارة الاستبيان
- 9- حدود الدراسة
- 10- تحديد مفاهيم الدراسة

1-الموضوع و أهميته :

عرف المجتمع الجزائري على غرار المجتمعات الأخرى تحولات هامة في مختلف المستويات ، وهذا راجع إلى سياسة التنمية على امتداد العقود الأربعة الماضية وأهم محرك في هذه التحولات هو دخول التكنولوجيا و الأفكار المستحدثة بكل ما تحتويه من محتويات أجنبية ، وبالموازاة مع هذه التحولات وفي إطار سعي المؤسسة الرسمية إلى نشر سياستها وما تتطلبه من آليات التوعية والتعبئة السكانية ، تم توسيع شبكة البث الإذاعي والتلفزي في الدعاية السياسية منذ السبعينات مما أدى إلى إهمال قطاع إنتاج السمعي البصري ، ومنه فإن التكنولوجيا التي وفدت إلينا ضمن عمليات التنمية كانت في الواقع قناة لنقل أفكار وثقافات مغايرة للثقافة الجزائرية .

فلقد وظفت وسائل الإعلام في تحريك الشعوب وفي التأثير على رجال السياسة،وفي توظيفها كأداة في مصلحة بعضهم ضد البعض الآخر، إذ نحن في زمن التطور التكنولوجي وفي زمن اللحظة الإعلامية ومجريات واقعها المتمحور حول الإعلام لعل أخطر ما في الزمن هو الآفات التي تحملها لنا التحولات التي تحدث بنا،ومن حولنا خاصة بعدما أصبحت وسائل الإعلام لا تمثل فقط المصدر الأقوى لتشكيل الوعي والذوق والوجدان عبر إمكانياتها الفاعلة في إنتاج وصناعة القيم والرموز والثقافة والأفكار،بل هي أيضاً المادة الثقافية الأساس التي يجري تسويقها على أوسع نطاق جماهيري من خلال تطور النجاحات الخاصة لوسائل الإعلام في هذا العصر، يكفي فقط أن نتأمل أيضاً في واقعنا الآن فوسائل الإعلام تلعب اليوم الدور التي لعبته من قبل الكلمة المكتوبة بالنسبة إلى ثقافة المجتمع والتأثير فيه ،وفي هذا السياق تدرج دراستنا التي تحاول أن تتناول إشكالية أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري ومع العلم أن الشباب هم أهم عنصر مستهدف من قبل الغرب وخاصة في إطار ما يعرف بالعولمة،فإنها وبمقتضياتها أثرت لا محالة على قيم الشباب . وتجدر الإشارة إلى أهمية دراسة القيم والسلوكيات وعلاقتها بالوسائل الإعلامية تتجلى بصفة كبيرة في المجتمعات النامية كالمجتمع الجزائري الذي مازال يطرح بعض التساؤلات حول مكونات الهوية والشخصية الثقافية.

2-أسباب اختيار الموضوع

لقد جاء موضوع دراسة اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب مدفوعا
بجملة من الأسباب منها:

-أسباب موضوعية:

يعود اختيارنا لوسائل الإعلام لانتشارها المكثف و السريع والتي استطاعت في مدة
قصيرة تقديم أفكار وقيم وسلوكيات قد تتنافى والقيم الإسلامية .
ولقد اخترنا القيم الاجتماعية باعتبار أنها تحافظ على التماسك الاجتماعي ,كذلك تعتبر
القيم قاعدة أساسية في بناء المجتمعات.

- أسباب ذاتية:

رغبنا الشخصية في معالجة هذا الموضوع لكونه مستجد وهو أيضا من أهم المواضيع
التي تلقى اهتمام من قبل الباحثين .
كذلك رغبنا أيضا في معرفة التأثيرات الايجابية والسلبية لوسائل الإعلام على القيم
والسلوكيات لدى الشباب .

3- إشكالية الدراسة:

إن التطور التكنولوجي السريع أدى إلى ظهور وزيادة العديد من وسائل الإعلام حتى
أصبح لدى المشاهد من خلال هذه الوسائل الحرية في اختيار المشاهدة ذلك في الميادين
الاجتماعية،السياسية ، الاقتصادية ، الدينية الترفيهية ، الثقافية الرياضية ، التربوية
والمهنات ... الخ وفي ظل المنافسة الشديدة بتحديثاتها الكبيرة لخدمة المجتمع ، حسب
تلبية احتياجات المجموع فوسائل الإعلام قامت بأدوار عديدة في ميادين كثيرة (إعلامية،
تنقيفية ،تعليمية) وغيرها مدت الأفراد بكم هائل من المعلومات حتى أصبحوا يستهلكون
ولا يدركون لذا تتبلور مشكلة الدراسة الرئيسية في التعرف على أثر وسائل الإعلام على
القيم والسلوكيات لدى الشباب طلبة جامعة الوادي .

ومن هذا المنطلق نتحدد إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي :

- ما أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى طلاب جامعة الوادي ؟

وينبثق عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة:

1 / ما مدى تناول طلاب جامعة الوادي لوسائل الإعلام ؟

2 / ما هي القنوات الفضائية التي يقبل طلاب الجامعة على مشاهدتها ؟

3 / ما هي القيم التي تتأثر إيجابًا لدى طلاب الجامعة ؟

4- فرضيات الدراسة :

تنقسم فرضيات الدراسة إلى ثلاثة محاور:

أ (محور يخص عادات استعمال وسائل الإعلام.

ب) محور يتناول العلاقة بين استعمال وسائل الإعلام والارتباط بالقيم.

ج) محور يتناول ويلخص العلاقة بين استعمال وسائل الإعلام والقدرة على تجاوز بعض السلوكيات السلبية.

أولًا : محور عادات استعمال وسائل الإعلام :

- الفرضية الأولى : استعمال وسائل الإعلام من حيث العادات وطرائق التعرض و المدة الزمنية من طرف الشباب يختلف باختلاف المتغيرات الديموغرافية .
- الفرضية الثانية : أن الشباب يستعملون التلفزيون أكثر من وسائل الإعلام الأخرى سواء المحلية أو الأجنبية.
- الفرضية الثالثة: أن الشباب يستعملون القنوات الفضائية الأجنبية أكثر مما يستعملون التلفزيون الجزائري.
- الفرضية الرابعة: أن الشباب يتعرضون إلى مضامين الخيال في التلفزيون أكثر مما يتعرضون إلى محتويات الواقع.

ثانيًا : محور أثر وسائل الإعلام على القيم :

الفرضية الخامسة: أن وسائل الإعلام لا تساعد على ارتباط الشباب بالقيم، نظرًا لكون مضامين هذه الوسائل الإعلامية تميل أكثر إلى الترفيه والاستهلاك والخطاب السياسي باستثناء بعض المضامين المحدودة مثل البرامج الوثائقية والبرامج الدينية والتعليمية.

ثالثًا: محور العلاقة بين وسائل الإعلام والقدرة على تجاوز بعض السلوكيات السلبية.

5-منهج الدراسة و أدواتها :

لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج المسحي الوصفي بهدف :

أولًا :مسح الأدبيات الخاصة بكل مفهوم من مفاهيم الدراسة كالتأثير والأثر ، والاستعمال والتعرض والإدراك والتغيير والقيم والسلوك والشباب وهذا يمثل إحدى الخطوات الرئيسية التي تقتضيها مثل هذه الدراسة .

ثانيًا : معرفة الوضع الحالي فيما يتعلق باستعمال الشباب لوسائل الإعلام بظروفه و اتجاهاته وبالتحديد مثلًا : ماهي الوسيلة الإعلامية التي يستعملونها أكثر؟ وهل هي محلية أم أجنبية ؟ وما هي الأوقات المفضلة لمشاهدة التلفزيون والاستماع الإذاعة؟ وماهي برامجهم المفضلة ؟ وهل يطالعون الجرائد المحلية والأجنبية أم لا؟ وهل يستعملون الانترنت ؟

كما استخدمنا المنهج المسحي التحليلي الذي يحاول أن يصف و يشرح لماذا توجد اتجاهات محددة في وضع ما وهذا من أجل اختبار فرضيات الدراسة من خلال تحليل العلاقة بين المتغيرات ، وعليه نحاول في دراستنا هذه فحص العلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في وسائل الإعلام والمتغيرين التابعين : القيم والسلوكيات وكذلك تحليل العلاقة بين هذه المتغيرات والمتغيرات الديمغرافية .

لأن من إيجابيات البحوث المسحية أنها تستخدم لدراسة المشكلات في ظروفها الطبيعية و تمكن من جمع كم معتبر من المعطيات في يسر نسبي ، واختبار عدد من المتغيرات و توفر البيانات لإجراء هذا النوع من البحث .

6- حدود الدراسة :

إن أي باحث في بحثه يرسم هدفًا محددًا من أجل تحقيقه ضمن حدود معينة تكون في متناول إمكانياته النظرية والمنهجية والمادية ، وهذه الدراسة لا تخرج عن نطاق هذا التقليد وبالتالي، سنحاول رسم حدود هذه الدراسة من خلال الإشارة إلى النقاط التالية :

- إن هذه الدراسة تم في نطاق جغرافي محدد ويتمثل في جامعة الوادي وبالتالي فهي حول الشباب المتمدرس في جامعة الوادي .

- اقتصرت الدراسة على الوسائل الإعلامية التالية : التلفزيون والإذاعة والجرائد والانترنت لأننا نفترض أن هذه الوسائل الإعلامية يمكن أن تكون الأكثر استعمالاً ، أما وسائل الإعلام الأخرى مثل الكتب والسينما والمسرح فقد استثنيناها من الدراسة ، فاستثناء الكتاب وإقصائه يرجع إلى افتراضنا أن القراءة بصفة عامة ضعيفة جداً في منطقة الوادي أما المسرح والسينما فلقد ألغيناها من دراستنا هذه لأنه لا توجد بمنطقة الوادي قاعة سينما أو مسرح فلا توجد فرقة مسرحية حسب علمنا في الوادي والعروض المسرحية نادرة جداً فيها في دراستنا هذه نحاول معرفة ما إذا كانت وسائل الإعلام تعزز قيم الشباب أم لا وهذا من خلال ردودهم إلا أنه ومهما كانت طبيعة هذه الردود ، لا يستطيع المرء الجزم بأن وسائل الإعلام هي الوحيدة التي تعزز قيم الشباب ولا تعززها .

فنتائج الدراسة لن تكون سوى صورة جزئية من صورة أكبر عن العوامل التي تساهم بدرجات متفاوتة في تعزيز القيم أو تعديلها أو هدمها .

وينطبق نفس القول على السلوكيات، فهذه الدراسة تحاول معرفة ما إذا كانت وسائل الإعلام التي يتعرض إليها الشباب تساعد على تجاوز بعض السلوكيات أم لا تساعد على ذلك.

7- أدوات الدراسة

لغرض التحقق من أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها فقد تم اعتماد الاستبانة (الاستمارة) ، أداة رئيسية لجمع المعلومات من أفراد العينة وهذه الأداة تتسجم مع طبيعة البحث الحالي ، حيث أكد هلس (Hillis) أن الاستبانة غالبًا ما تستخدم لقياس الآثار .

7-1- استمارة الاستبيان:

لقد قمنا بتصميم استمارة أولية تغطي محاور استعمال وسائل الإعلام من طرف المبحوثين وسؤالًا متعلقًا بإفصاح عن آرائهم وفق درجات مقياس likert حول ما إذا كانت وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط بقائمة من القيم ، و سؤالًا آخر حول ما إذا كانت وسائل الإعلام تساعدهم على تجاوز بعض السلوكيات بالإضافة إلى أسئلة البيانات الشخصية .

وقد سلمنا هذه الاستمارة الأولية إلى مجموعة من الأساتذة المحكمين للتقييم ، وعلى ضوء ملاحظات الأساتذة واقتراحاتهم التي كانت مقاربة ، في صميم هذه الدراسة ، قمنا بالتعديلات اللازمة لتتخذ شكلها النهائي ومن الأساتذة الموقرين الذين ساعدونا في التعديل نذكر :

1- أ.د عبد الرحمان تركي: مشرف المذكرة، عميد كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية بجامعة الوادي.

2- أ. رشيد خضير: أستاذ إعلام و اتصال في جامعة الوادي .

3- أ. هشام ميسة : أستاذ إعلام و اتصال في جامعة الوادي .

ولقد اشتملت الاستمارة على أربعة محاور أساسية ، تتكون من ثمانية عشر سؤالًا تدور حول استعمال وسائل الإعلام ، وسؤالًا واحدًا حول القيم ، و سؤالًا آخر حول السلوكيات بالإضافة إلى خمسة أسئلة وبالتالي يكون مجموعة الأسئلة خمسة و عشرون سؤالًا وتحاول هذه الأسئلة أن تعرف أنماط استعمال أفراد العينة لوسائل الإعلام المختلفة وطرائق تعرضهم لها ونوع تفضيلاتهم لمحتويات إعلامية محددة ، وفحص العلاقة بين

استعمال المبحوثين لوسائل الإعلام ومدى ارتباطهم بالقيم أو الابتعاد عنها. وكذلك مدى تجاوزهم لبعض السلوكيات السلبية .

8- تحديد مفاهيم الدراسة:

نتناول فيما يلي التحديد الإجرائي للمفاهيم التي سنتعاملها في هذه الدراسة ، وهذا بعد مراجعة الأدبيات في مجال العلاقة بين وسائل الإعلام والشباب وسلوكياتهم والاطلاع على المفاهيم المستعملة في دراسات هذه الأدبيات بصفة صريحة أو ضمنية ، ومدى الاتفاق أو التقارب أو الاختلاف فيما بين الباحثين ، ومراجعة بعض البحوث والدراسات سمحت لنا بمعرفة وتحديد المفاهيم التي سنتعاملها .

8-1: الأثر: إننا نستعمل مفهوم الأثر على خلاف التأثير، ونقصد بالأثر العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور والوسائل الإعلامية.

8-2: الاستعمال: إننا نقصد بمفهوم الاستعمال ذلك الفعل المتمثل في اختيار أفراد الجمهور لوسيلة إعلامية دون سواها.

8-3: التعرض: و نقصد به فعل استهلاك محتوى إعلامي معين من طرف فرد من أفراد الجمهور، وقد يكون التعرض مخطط له أو غير ذلك، والتعرض قد ينطوي على عملية التعلم.

8-4: التغير: نقصد بالتغير في هذه الدراسة تلك التغيرات التي تحدث على مستوى القيم و السلوكيات السائدة نتيجة استجابة الأفراد على منبهات خارجية في البيئة التي يعيشون فيها

8-5: القيم: نتناول هنا مفهوم القيمة، ولا نقصد هنا تلك القيمة أو القيم المتداولة في الممارسات الإعلامية مثل القيم الإعلامية الإخبارية في المجتمع الليبرالي أو القيم الاشتراكية وهي القيمة التي تفرزها وسائل الإعلام أو تهدف إلى تحقيقها .بل نقصد بالقيمة تلك التي مصدرها الدين الإسلامي .

8-6: السلوك: يمكن أن نعرف السلوك على أنه يعني التفاعل الفرد مع بيئته الاجتماعية في وضعية ما من خلال استجاباته العضوية والحركية والوجدانية والعقلية نقصد بالسلوك هنا والذي نعنيه في دراستنا هو السلوك غير السوي الذي لا يكون موجه من طرف القيم وإنما نابع من العادات والتقاليد .

8-7: الشباب: إن مفهوم الشباب في هذه الدراسة نعني به فئة اجتماعية توجد في مرحلة عمرية محددة وتمتد من 18 إلى 30 سنة ، حيث تتميز هذه الفئة ببعض المميزات و الخصائص النفسية والاجتماعية .

9- العينة: إن عينة هذه الدراسة هي من النوع غير الاحتمالي وقد اخترنا هذا النوع من العينات لأن الدراسات الميدانية العلمية في الجزائر يطرح إشكالا معقدًا يقف كحاجز أساسي أمام الباحثين الذين يصبون إلى القيام بدراسات علمية بأتم المعنى ويتمثل هذا الحاجز في عدم توفر قاعدة بيانات موثوق فيها على مستوى الهيئات المختلفة التي يمكن أن يعتمد عليها الباحثون في دراساتهم ، ولهذا نعتقد وفي حدود علمنا وفي علم معظم الباحثين الذين سبقونا في هذا المجال أنه لا توجد دراسات تم الاعتماد فيها على العينات الاحتمالية ، فكل هذه الدراسات تتجه نحو العينات غير الاحتمالية بسبب المشكل الذي أشرنا إليه ، ولهذا لن نخرج دراستنا عن هذا الإطار . إذا فعينة هذه الدراسة من النوع الغير الاحتمالي ولقد حاولنا أن نجعلها ممثلة لمجتمع البحث قدر الإمكان وذلك باختيار العينة مشتملة على 50 مفردة بحث ولتكون أكثر تمثيلا لمجتمع البحث اتبعنا الإجراءات المعمول بها في مثل هذا النوع من العينات وهي كما يلي :

أولًا: على مستوى توزيع الطلبة في الجامعة والملاحق الجامعية جامعة الوادي : 30 مفردة وملحق جامعة الوادي للحقوق والعلوم السياسية : 10 مفردات وملحق جامعة الوادي للاقتصاد والتسيير : 10 مفردات .

ثانيًا : اعتمدنا على العينة الحصصية فيما يتعلق بالجنس بمعنى 50 % ذكورًا و 50 % إناثًا بالرغم من أن عدد الإناث في الجامعة أكثر من عدد الذكور ونفترض أن هذه الزيادة لا تؤثر على الطريقة الحصصية .

10- الدراسات السابقة :

10-1: دراسة بدر أحمد كريم: وتعتبر هذه الدراسة مهمة جدًا، وتمحورت إشكالية الدراسة حول تساؤل جوهري مفاده: ما هو دور الإذاعة في تغيير العادات الضارة وإحلال عادات مفيدة و تثبيت القيم المرغوبة في القرية السعودية.

فكان هدف الدراسة أساسًا يتمثل في التعرف على مدى ارتباط بالقيم، وقياس مداها بين الإذاعة المسموعة في المملكة العربية السعودية من جهة وبين المجتمع السعودي الذي تخدمه من جهة أخرى، وكانت أهمية فرضية لهذه الدراسة هي:

— إن البرامج والمواد الدينية التي تقدمها الإذاعة السعودية ، هي الإطار المناسب ، لتغيير العادات الضارة وتدعيم العادات المفيدة وتثبيت القيم المرغوبة وأهم نتيجة للبحث هي أن نسبة عالية من أفراد البحث ترى أن برامج الإذاعة السعودية نجحت في تغيير العادات غير المرغوب فيها

10-2: دراسة عبد الله بوجلal و آخرون : هذه الدراسة أنجزت في إطار مشروع بحث

بجامعة الأمير عبد القادر خلال الفترة 1997 - 1998 وهي دراسة نظرية وميدانية فالجانب النظري تناول سيطرة الإعلام الغربي والآثار السلبية لتقديم البرامج الأجنبية في تلفزيون البلدان النامية ، والبت التلفزيوني المباشر ، والأفلام عبر القنوات الفرنسية . وركزت مشكلة البحث على دراسة ظاهرة الفجوة التي تفصل بين بلدان الشمال وبلدان الجنوب فيما يتعلق بإنتاج البرامج التلفزيونية وتوزيعها وعرضها في البلدان النامية و ضعف وسائل إعلام هذه الأخيرة وهدف الدراسة الرئيسي هو معرفة التأثيرات التي تحدثها تلك البرامج على انساق القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري ولتحقيق هذا الهدف طرح عدة تساؤلات منها :

1 - ما هي أنماط المواد والمضامين الإعلامية والثقافية والترفيهية المقدمة في القنوات الأجنبية والعربية الفضائية المستقبلية في الجزائر والبرامج الأجنبية المقدمة في القناة الوطنية ؟

2 - ما هي عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجزائري للبرامج الأجنبية ؟

و من أهم النتائج التي خرج بها في هذه الدراسة هي:

1 - طاعة الوالدين: كشفت الدراسة على عدم وجود علاقة بين مشاهدة برامج القنوات الفضائية والرأي بالطاعة المطلقة لدى أفراد العينة.

2 - الموافقة على وجود علاقة تعارف قبل الزواج ، وأن انخفاض مشاهدة البرابول ترتبط بعدم الموافقة على تلك العلاقة .

10-3:دراسة نصير بوعلي : لقد تمحورت هذه الدراسة حول محاولة معرفة الأثر الذي يمكن أن يحدثه البث التلفزيوني " الفضائي المباشر " على الشباب الجزائري وللإجابة على هذه الإشكالية طرح عدة تساؤلات من بينها

- ما هي أنواع القيم الإيجابية السلبية التي تعززها عينة من الأفلام المقدمة في الفضائيات الفرنسية ؟

- ما هي مجالات التأثير التي تنعكس على الأنساق القيمية وهوية المتلقي الثقافية ؟ ولقد كشفت الدراسة على العديد من النتائج من بينها :

1 - تبين أن الذين يشاهدون يوميا برامج الفضائيات هم أكثر عرضة للآثار الاجتماعية

و السلوكية السلبية، وكما ارتفع عدد الساعات التي يقضيها الشباب في اليوم مع الفضائيات ازدادت الآثار والسلوكيات السلبية عليهم.

2 - توضح النتائج أن غالبية أفراد العينة يميلون نسبيا إلى الثقافة الغربية في أغلب المتغيرات الثقافية كما أنه لهم ميلا نحو ثقافتهم الأصلية.

10-4:دراسة بومعيزة : ولقد تمحورت هذه الدراسة أثر وسائل الإعلام على القيم و

السلوكيات لدى الشباب, ومن أهم فرضيات هذه الدراسة:

- أن وسائل الإعلام تساعد الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية
- أن الشباب يتعرضون إلى مضامين الخيال في التلفزيون أكثر مما يتعرضون إلى محتويات الواقع.

— أن وسائل الإعلام لا تساعد على ارتباط الشباب بالقيم، نظراً لكون مضامين هذه الوسائل الإعلامية تميل أكثر إلى الترفيه والاستهلاك والخطاب السياسي، باستثناء بعض المضامين المحدودة مثل البرامج الوثائقية والبرامج الدينية والتعليمية, و لقد كشفت الدراسة على العديد من النتائج منها:

— أن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر استعمالاً من طرف المبحوثين الشباب في هذه الدراسة ويشاهدونه بنسبة 94.9 % .

— أن الشباب يقبل على مشاهدة التلفزيون الجزائري أكثر مما يشاهد التلفزيون الأجنبي فهم يفضلون مشاهدة التلفزيون الجزائري بنسبة 70.5 % .

الفصل الثاني

الإطار النظري

- 1- ماهية وسائل الإعلام
- 2- تطور وسائل الإعلام
- 3- خصائص وسائل الإعلام
- 4- وظائف وسائل الإعلام
- 5- أقسام وسائل الإعلام
- 6- أثر وسائل الإعلام على القيم
 - 1- مفهوم الأثر
 - 2- تعريف القيم
 - 3- أنواع القيم وتصنيفها
 - 4- خصائص القيم
 - 5- أهمية القيم
 - 6- وظائف القيم
 - 7- إشكالية دراسة القيم

6-7-1- صعوبة دراسة القيم

6-7-2- نظرية الاستخدامات و الاشباعات

7- اثر وسائل الإعلام على السلوك

7-1- تعريف السلوك

7-2- أنواع السلوكات

7-3- خصائص السلوكات

7-4- الأثر الإعلامي

7-5- تعلم السلوك

7-6- السلوكيات والقيم

7-7- نظرية الإنماء الثقافي

7-8- الشباب

1- مفهوم الشباب

2- تحديد مرحلة الشباب

3- خصائص الشباب

1 - ماهية وسائل الإعلام:

1-1 -تعريف وسائل الإعلام: هي عبارة عن مجموعة الوسائل التقنية والمادية والإخبارية والفنية والأدبية والعلمية المؤدية للاتصال الجماعي بالناس شكل مباشر أو غير مباشر ضمن إطار العملية التثقيفية والإرشادية للمجتمع.

وعرف صالح دياب (1994) وسائل الإعلام بأنها : مجموعة المواد الأدبية والفنية المؤدية للاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال الأدوات التي تنتقلها أو تعبر عنها مثل الصحافة والإذاعة و التلفزيون ووكالات الأنباء والمعارض والمؤتمرات والزيارات الرسمية و غير الرسمية¹.

2: تطور وسائل الإعلام : لقد مرت وسائل الإعلام بمراحل كثيرة عبر التاريخ حتى وصلت إلى الصورة التي عليها الآن في وقتنا الحاضر وهذا يرجع إلى تغير هذه الوسائل من عصر إلى آخر واستكمالا لصورة التطور التاريخي لهذه الوسائل أنه يمكن استعراض ما كانت عليه في العصور القديمة إلى أن عرفت بأنواعها اليوم والتي يمكن تقسيمها إلى ثلاث مراحل وهي كما يلي :

2_1: عصر ما قبل الإسلام : ويشتمل هذا العصر الأمم القديمة كاليونانيين والهنود

والفرس والرومان وأهم وسائل الإعلام التي عرفتها هذه العصور لم تكن تخرج عن الوسائل التالية : الشائعات والنقش على الأحجار والأشجار وأعمدة المعابد إيقاد النار وحمل الأخبار من التجار الذين كانوا ينتقلون من مكان إلى مكان المنادون الذين كانوا يتجولون في عرض البلاد و طولها لنشر الأخبار وإعلان أوامر الحكام والولاة ، هذا بالإضافة إلى وسيلة الاتصال الشخصي بال جماهير المتمثلة في الخطابة والشعر والمناظرة.

¹د. خير الدين علي عويس د م، عطا حسين عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، الجزء الأول، مركز الكتاب للنشر، ط 1 ، 1998 م، ص 21 .

2_2: العصر الإسلامي: اتخذت وسائل الإعلام في هذا العصر صورة أكثر تحديدًا من ذي قبل وأبرز هذه الوسائل:

2_2_1: القصيدة الشعرية: وهي أول وسيلة إعلامية عرفت, وكانت الأداة الوحيدة للتعبير عن رأى القبيلة في العصر الجاهلي.

2_2_2: الخطبة: تعد الخطبة منذ ظهور الإسلام هي الوسيلة الأولى من وسائل الإعلام التي اعتمد عليها رسول الله صلى الله عليه وسلم في نشر الدين الإسلامي الجديد وفي شرح المبادئ التي نادى بها في الجزيرة العربية.2

2_3: المنادي : كان النداء وسيلة لنشر الأخبار فقد شهد الناس في العصور الإسلامية المنادي وهو يتجول في المدينة حيث كان لكل مدينة مناد أو أكثر وكان إليه إذاعة الأوامر الحكومية وبعض قوانين الدولة والأخبار العسكرية وإذاعة نبأ وصول الحاكم أو الوالي الجديد للولاية .

2_2_4: المآذن: كانت المآذن من وسائل الإعلام المعروفة في التاريخ الإسلامي حيث كان المؤذن ينشر من أعلاها الأخبار الهامة مثل: خبر وفاة أحد الأمراء أو قائد من القواد.

2_2_5: الأسواق العامة: حيث كان تقدم فيها الخطابة والشعر وتعرض فيها المعروضات الفكرية إلى جانب المعروضات المادية ومن أمثلتها سوق عكاظ وذو المجاز وغيرها.

2_2_6: البريد : عرف البريد في التاريخ الإسلامي كوسيلة إعلامية هامة وقد نقله العرب عن الفرس وأول من وضع نظام البريد في الإسلام معاوية بن أبي سفيان وقد اهتم الحكام المسلمون به. وقد تطور استخدام البريد لغايات الإعلام.

2_2_7:البعثات والوفود والزيارات:استخدمت كوسيلة هامة في الحياة الإسلامية واعتمد عليها صاحب الدعوة اعتماد كبير¹ .

2_3:العصر الحديث

بعد قيام الثورة الصناعية وما صاحبها من اكتشافات واختراعات أفادت الإنسانية كثيرًا كان من بينها اختراع المطبعة ومستلزماتها والتي بها اتخذت وسائل الإعلام صورة جديدة فتعد المطبعة الفاصل الحقيقي بين العصور القديمة والعصور الحديثة من حيث الإعلام ووسائله ,ومن أبرز وسائل الإعلام الحديثة التي عرفتها البشرية ما يلي :

- الحوار أو الحديث - التلفزيون والفيديو - التلفون والفاكس - المجالات .
- وكالات الأنباء - المعارض - الكمبيوتر وشبكة المعلومات (الانترنت) .
- السينما - الإذاعة - الصحف - الكتب - لوحة الإعلانات - المؤتمرات والندوات² .

3_خصائص وسائل الإعلام :

يلخص إبراهيم إمام أهم خصائص وسائل الإعلام فيما يلي:

- 1 - وسائل الإعلام السمعية كالإذاعة تساعد على تذكر المواد البسيطة القصيرة .
- 2 - وسائل الإعلام البصرية كالصحافة تساعد على تذكر المواد المعقدة الطويلة ولا جدل أن الكلمة المطبوعة تلقى إيمانًا وتصديقًا أكثر من غيرها.
- 3 - وسائل الإعلام السمعية والبصرية كالتلفزيون والسينما تمتاز بالواقعية والحيوي و التأثير القوي وتجمع بين خصائص كل من وسائل الإعلام السمعية ووسائل الإعلام البصرية .
- 4 - وسائل الإعلام المكانية البصرية تتميز بأنها تناسب الأذواق المختلفة والأعمار المختلفة وتعبر عن الاتجاهات المتعددة .

¹الإعلام الرياضي، مرجع سابق، ص 18 .
²الإعلام الرياضي، نفس المرجع السابق، ص 19 .

5 - وتلعب الفروق الفردية والعادات والتقاليد والأساليب الحضارية دوراً هاماً في اختيار
انسب وسائل الإعلام سواء أكانت سمعية أو بصرية وتحديد أكثرها ملائمة بالنسبة للفرد و
الجماعة¹.

4_وظائف وسائل الإعلام :

4_1:الأخبار:تعتبر وظيفة الأخبار محور الارتكاز ونقطة الانطلاق لوظائف وسائل
الإعلام المختلفة، بل إن الوظائف الأخرى يتم بناء محاورها على أساس ما تحققه الوظيفة
الأولى من مصداقية فيما نقدمه من معلومات².

4_2:التفسير و التوجيه : تحتاج الأخبار إلى تفسير وتوجيه ، ويتم ذلك من خلال إلقاء
الضوء على الأحداث السابقة الحث وتوقعات الأحداث اللاحقة ، وتقوم وسائل الإعلام
بوظيفة التوجيه بهدف مساعدة الفرد على فهم الأمور والتفكير بنمط معين أو انتهاج سلوك
معين أو تعديله أو تثبيته وإعلامهم بأساليب المشاركة الإيجابية تجاه قضية ما والغرض
من هذه الوظيفة هو أن شريحة غير قليلة من المجتمع لم تتح لها فرصة التعليم النظامي
أو استكمالها ، لذلك فإن لوسائل الإعلام دور هام في إكسابهم الاتجاهات الفكرية اللازمة³

4_3:زيادة الثقافة و المعلومات : التنقيف العام هدفه زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل
الإعلام وليس بالطرق والوسائل الأكاديمية التعليمية والتنقيف العام يحدث في الإطار
الاجتماعي للفرد سواء كان ذلك بشكل عفوي وعارض أم بشكل مخطط ومبرمج ومقصود
والتنقيف العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد ، هذه المواجهة تقدم له
بدون أن يكون هو المقصود بالذات ، معلومات أفكار وصور وآراء وهذا يحدث هندما
يتجول الطالب في ساحة ملعب الجامعة⁴ .

¹د/ مجدي أحمد محمد عبدا لله ،مقدمة فيسيكولوجية الاتصال والإعلام، ط 1 2008 م،دار المعرفة الجامعية، ص 179 - 180.

²أحمد الجلال،دراسات بينية في التنمية والإعلام السياحي المستدام، (القاهرة،عالمنا لفكر ، 2003 م) ،ص 162 .

³إبراهيم إمام،دراسة في الفن الصحفي، (ط 4 ،القاهرة،مكتبة الانجلو المصرية، 1971 م) ،ص 59 .

⁴د/ محمد جاسم فليحي الموسوي،نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري " مقرر في الفصل الثاني،مرحلة الماجستير " قسم الإعلام والاتصال،ص، 8 - 9 .

4_4:الاتصال الاجتماعي و العلاقات البيئية:

ويعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض

4_5:الترفيه عن المجتمع و تسليته : تقوم وسائل الإعلام فيما تقوم به من وظائف من

ملئ أوقات الفراغ عند الجماهير هو مسل و صرفه ، مثل الأبواب المسلية في الصحف أو البرامج الكوميدية في التلفزيون¹ .

وفي الحالتين تأخذ وسائل الإعلام في اعتبارها مبدأ واضحاً وهو أن برامج الترفيه والتسلية ضرورية لراحة الجمهور ولجذبه إليها و حتى في مجال الترفيه هناك برامج و أبواب ترفيه موجه يمكن عن كريقها الدعوة إلى بعض المواقف ودعم بعض الاتجاهات أو تحريرها وحتى تغييرها وهذا يتطلب بالطبع أساليب مناسبة من جانب وسائل الإعلام² .

4_6: الإعلان و الدعاية:

تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين ، كما تقوم بدور مهم في حقول العمل والتجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل ولهذا استطاعت وسائل الإعلام على تنوعها من صحافة وتلفزيون وإذاعة وسينما ، أمام تعقيد الحياة وتعدد ما فيها من اختراعات وصناعات واكتشافات أن تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور وعرض فوائده وأسعاره وحسناته بشكل عام³ .

5_أقسام وسائل الإعلام :

تنقسم وسائل الإعلام إلى وسائل لفظية وشفهية ووسائل كتابية ووسائل سمعية بصرية.

5_1: وسائل لفظية و شفهية منها :

¹د/ محمد جاسم قلحي الموسوي، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري " مقرر فيا الفصل لثاني، مرحلة الماجستير " قسم لإعلام والاتصال، ص 7 - 10 .

²د/ محمد جاسم قلحي الموسوي، مرجع سابق ص 7 - 10 .

³نفس المرجع، ص 10 .

5_1_1:الخطابة:التي هي من أقدم الوسائل الشفهية وهي مازالت منتشرة في

المجتمعات الحالية عرفت المجتمعات القديمة فانتشرت عند العرب والرومان.

5_1_2:-الندوات :تختلف عن الخطبة في كونها موجهة إلى أعداد غير محدودة من

الناس إما من أصحاب الاختصاص أو من تجمعهم حالة الاجتماعية معينة ومن الندوات المختصة العلمية الأدبية ، الصناعية الزراعية وهناك ندوات الشباب والندوات السياسية .

5_2:وسائل الإعلام الكتابية:

5-2_1:الكتاب:الذي هو وسيلة إعلام فعالة لأنها تقدم للقارئ البراهين والحجج في

صفحات كثيرة ومتكاملة ومدرسة بدقة وعناية ومبوبة في فصول وأقسام ومدعومة بمراجع.

5-2_2:الرسائل: وهي وسيلة إعلام يمارسها الحكام في المناسبات كانت متبعة في

الماضي بشكل واسع أما حاليًا فمازالت متبعة ولكنها محدودة، وتوجه عادة من الحكام إلى شعبه تضم آراءه وأفكاره في موضوع معين وهي غير الخطب الجماهير المباشرة¹.

5-2_3:الصحافة: وهي الوسيلة الإعلامية السائدة و المسيطرة حاليًا.

5-3:وسائل الإعلام السمعية و البصرية:وهي الوسائل السهلة التي تفرض الثقافة لدى

الجمهور فهي في متناول الجميع ومن هذه الوسائل:

5-3-1: الإذاعة : هي التي توجه إلى جمهور واسع لا يهم ، كان يعرف القراءة والكتابة

أم لا إلى جانب ذلك فهي وسيلة محلية وجذابة لأنها وسيلة ترفيهية ، فعبر البرامج الترفيهية يمكن بث الأنباء والمعلومات وحتى تلوين المواقف المطلوبة ، ولقد شكلت الإذاعة بعد الصحافة مركز الثقل في الإعلام حتى قيل عن بعض الجماهير بأنها جماهير " ترانزستور " لأنها غالبًا ما كانت موافقها بناء على ما تبثه الإذاعة من معلومات وفطر .

¹فايزة بنت حميدان الصاعدي،إسهام بعضا لبرامج ا لدينية في قناة المجد الفضائية في تحقيق أهداف التربية الإسلامية،بحث مكل لنيل درجة الماجستير بكلية التربية الإسلامية،جامعة أم القرى بمكة المكرمة، 1428 هـ / 1429 هـ ص 46 - 47 .

5-3-2: التلفزيون: الذي قام بدور الترغيب البصري والذي جذب إليه شيئاً فشيئاً جماهير الإذاعة وحتى جماهير الصحافة لأنه قام بدور إخباري وإعلامي واسع ويعتبر التلفزيون هو أكثر تأثيراً من الصحافة في الجماهير بسبب ما يوفره من صوت وصورة وحركة.

5-3-3: المسرح : وهو وسيلة إعلام معروفة كما أنه وسيلة فعالة وجماهير المسرح وإذا كان محدوداً وأقل حجماً من جمهور السينما ، لكن جمهور المسرح هو أكثر ثقافة وأكثر تجانس و المسرح سبق السينما ، فهو أقدم منها لكنه لم يتراجع أمامها ، بل حافظ إلى وجوده جانبها وإن كانت السينما قد جذبت جمهور أكثر فأكثر¹ .

6_ أثر وسائل الإعلام على القيم :

6-1: مفهوم الأثر : كلمة الأثر في اللغة عدة معاني أهمها ما يستدل به على الشيء

وأثر الشيء ما يدل على وجوده وأثر الشيء بقيته والأثر العلامة في الشيء ويدل الأثر على بقية ما يرى من كل شيء وما لا يرى بعد أن تبقى فيه أي علامة . وفيه لغتان أثر وإثر (أبي الحسن بن فارس 1982)² .

6_2: تعريف القيم:

6_2_1: لغوياً: القيمة جمع قيم النوع من قام : الثمن الذي يعادل المتاع نقول " ذو قيمة " و" لا قيمة له " " قيمة الإنسان " " قامته "³ .

6_2_2: اصطلاحاً : القيمة فكرة يعتقد بها الإنسان و يعتنقها وتجعل منه إنساناً أو مواطناً صالحاً ومتكيفاً مع جماعته أو مجتمعه ، ولذلك يطلق على هذه القيم تعبير القيم الاجتماعية لأنها تنشأ من احتكاك الأفراد بعضهم البعض أو اتصالهم في جماعة أو مجتمع

¹فايزة بنت حميدان الصاعدي، مرجع سابق، ص 47 .

²صفاء بنت حسن جميل لعشيري، الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على اقتناء و استخدام أجهزة الاتصال وعلاقته بإدارة الدخل المالي للأسرة، رسالة مقدمة لقسم السكن وإدارة المنزل ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاقتصاد المنزلي، تخصص سكن وإدارة منزل، كلية التربية للاقتصاد المنزلي بمكة المكرمة، جامعة أم القرى 1429 هـ / 2008 م، ص 69 .

³عصام نور الدين، معجم نور الدين لوسيط، عربي - عربي، (بيروت : دار الكتب العلمية 2005 م) ، ص 941 .

فالقيم هي الصفات الشخصية التي يفضلها أو يرغب فيها الناس في ثقافة معينة ولهذا كان هي التي تتصل اتصال مباشر بثقافة المجتمع ، فالعادات والتقاليد والأعراف تصنعها القيم في أي مجتمع ، ومن هذا كانت القيم مكتسبة ، وكلما كانت القيم ذات عمق واضح ، تم اكتسابها دون وعي ، وتبج موجهاً السلوك دون إحساس مشعور به¹ .

القيم Values : القيمة هي عقيدة يفضل المرء أن يسلك بناء عليها أو هي عقيدة توجه سلوك المرء بناء على رغبته ، وهي لهذا معرفية وحركية وفوق كل هذا ميل عميق مناسب وقد يكون لدى المرء قيم كثيرة متنوعة إلا أنها تتباين في مدى تأثيرها على سلوكه ، فهي إذن تعمل كدوافع موجهة للسلوك² .

أما تعريف القيم من الناحية النفسية و التربوية يكن أن نشير إلى تعريف أورده " حامد زهران " حول القيم حيث يقول " هي عبارة عن تنظيمات لإحكام انفعالية معممة نحو الأشخاص والأشياء والمعاني وأوجه النشاط ، ويرى بأنها تعبير عن دوافع ، وتمثل الأشياء التي توجه رغبته واتجاهاته نحوها "³ .

6-3: أنواع القيم و تصنيفها :

لا يوجد تصنيف موحد يعتمد عليه في تحديد أنواع القيم ، فهناك العديد من التصنيفات التي وضعها الباحثون في هذا المجال بناء على معايير مختلفة .

6-3-1: تصنيف القيم حسب المحتوى :

إذ تنقسم القيم حسب تصنيف سبرانجر إلى :

6-3-1-1: القيم النظرية : هي مجموعة القيم التي يعبر عنها اهتمام الفرد بالعلم و المعرفة والسعي وراء القوانين التي تحكم الأشياء بقصد معرفتها ، ومن الذين تبرز عندهم هذه القيم الفلاسفة ، والعلماء والمفكرين⁴ .

¹ عبد الله بوجلل : أثر مشاهدة التلفزيون على القيم الثقافية والاجتماعية لدى الأطفال، مجلة المعيار، (قسنطينة : كلية الشريعة، الأمير عبد القادر، العدد، 07 ، ديسمبر 2003 م) ، ص 36 .

² د/ حلمي المليجي، علم النفس المعاصر (دار النهضة العربية للطباعة والنشر بيروت، ط 2 ، 1972) ، ص 175 .

³ منى كيشك، القيم الغالبة في الإعلام، (السودان : دار فرحة للنشر والتوزيع، 2003 م) ، ص ص، 59 - 62 .

⁴ أ.دعدنان يوسف العتوم، علم النفس الاجتماعي، مكتبة الجامعة، الشارقة، إثراء للنشر و التوزيع الأردن، ط 1 ، 2009 م، ص 255 .

6-3-1-2: القيم الاقتصادية: تتعلق بالمنفعة المادية والثروة مثل الاهتمام لما هو نافع اقتصاديًا والعمل على الحصول على الثروة واستثمارها والاهتمام بالإنتاج والتسويق والاستهلاك ووضع الثروة في المقام الأول وفي اختيار الزوج¹.

6-3-1-3: القيم الجمالية: هي مجموعة القيم التي تميز الفرد بالاهتمامات الفنية والجمالية وبالبحث عن الجوانب الفنية في الحياة، وتجعل الفرد يحب التشكيل والتنسيق، وتسود هذه القيم عادة لدى أصحاب الإبداع الفني وتذوق الجمال.

6-3-1-4: القيم الدينية: هي مجموعة القيم التي تميز الفرد بإدراكه للكون من منظور ديني.

6-3-1-5: القيم الاجتماعية: هي مجموعة القيم التي تميز الفرد باهتماماته الاجتماعية وبقدرته على عمل علاقات اجتماعية، والتطوع لخدمة الآخرين، ويتميز الفرد بقدرته على العطاء من وقته وجهده وماله لخدمة المجتمع.

6-3-1-6: القيم السياسية: هي مجموعة القيم التي تميز الفرد باهتماماته بالبحث عن الشهرة والنفوذ في مجالات الحياة المختلفة.

6-3-2: تصنيف القيم حسب مقصدها: وينقسم إلى :

6-3-2-1: قيم وسيلية: أي تعتبر عن وسائل لغايات أبعد .

6-3-2-1: قيم غائية : تكون بقصد وغاية مباشرة .

6-3-3: تصنيفها حسب شدتها :

6-3-3-1: قيم ملزمة: قيم ملزمة لجميع أفراد المجتمع لأن مصدرها سماوي².

¹ سهيل كمال أحمد، التوجيه والإرشاد النفسي، مركز الإسكندرية للكتاب، 2000 م، ص 76 .

² عدنان يوسف العتوم، مرجع سابق، ص، ص 225 - 226 .

6-3-3-2: قيم تفضيلية: وهي القيم التي تفضل أن تكون، حيث يشجع الفرد على تمثيلها بصورة تفضيلية، ولا يكون جزاء من يخالفها شديداً أو صارماً ومن أمثلتها إكرام الضيف وصلة الرحم¹.

6-3-4: تصنيفها على أساس العمومية :

6-3-4-1: قيم عامة : يعم انتشارها في المجتمع كله .

6-3-4-2: قيم خاصة: تتعلق بمناسبات أو مواقف اجتماعية معينة.

6-3-5: تصنيفها حسب وضوحها :

6-3-5-1: قيم ظاهرة أو صريحة: وهي القيم التي يصرح بها ويعبر عنها بالسلوك أو بالكلام.

6-3-5-2: قيم ضمنية: وهي التي يستدل على وجودها من خلال ملاحظة الاختيارات والاتجاهات التي تتكرر في سلوك الأفراد.

6-3-6: القيم حسب ديمومتها :

6-3-6-1: القيم الدائمة: وهي التي تدوم زمناً طويلاً وهي الأصل في القيم .

6-3-6-2: قيم عابرة : وهي التي تزول بسرعة لأنها موقفية².

6-4: خصائص القيم :

- القيم نتاج اجتماعي يتم اكتسابها وتعلم موضوعاتها من خلال البيئة التي يعيش فيها الإنسان ، فهي ليست موروثة أو فطرية لأن القيم تصطبغ بالصبغة الاجتماعية
- وتعد موضوعات غالبية القيم متعلمة أيضاً باستثناء الموضوعات ذات المصدر السماوي كما هو الحال في آيات القرآن الكريم.

¹ ماجد زكي الجلاذ: تعلم القيم وتعليمها، (عمان : دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط 1 ، 2007 م) ، ص، ص 50 - 51 .
² عدنان يوسف العتوم، مرجع سابق، ص 226.

- تتسم القيم بالثبات العالي ولكنها ليست مطلقة الثبات حيث أنها قابلة للتغيير ولكن بصعوبة عالية¹.
- القيم تتأثر بالبيئة الثقافية التي يعيشها الفرد.
- تشكل القيم عنصراً هاماً من الإطار المرجعي للفرد وطريقته في التفكير.
- تحديد شكل سلوك الفرد في المجتمع وتجعله قابلاً للتنبؤ.
- يتميز بعض الأفراد بقيم فردية خاصة تهيمن على جل وقتهم ونشاطاتهم ودوافعهم وسلوكهم، و قد كان من هؤلاء الأفراد نوابغ العلماء، والمفكرون والمخترعون، والفنانون، والقادة العسكريون، الذين استفادت منهم المجتمعات الإنسانية في شتى المجالات².
- تنتقل القيم من جيل إلى آخر عن طريق التنشئة الاجتماعية وهي تختلف من مجتمع إلى آخر وإن تركت في بعض نواحيها³.

5-6 : أهمية القيم :

للقيم أهمية كبيرة وفق الخصائص العامة التي حددت لها سابقاً من جميع جوانب السلوك الإنساني ، ومن الأمثلة على هذه الجوانب أهمية القيم من وجهة النظر التربوية حيث للقيم أهميتها لأنها مصدر لتشكيل السلوك وقد كشفت الدراسات عن أهمية القيم في خلق البيئة التربوية المناسبة ، التي حققت المزيد من فهم التلاميذ واستيعابهم ، ومن التفاعل بين التلميذ بالعمل المدرسي ، و زيادة ابتكاراتهم و كفاءتهم في التحصيل الدراسي .

وللقيم أهميتها في تحقيق الصحة النفسية وممارسة العلاج والإرشاد النفسي من الأفراد و الجماعات، فهي من عوامل الوقاية من الأمراض النفسية فالقيم المترابطة بذات الفرد تشكل وجهة نظره للحياة وطريقته في التعامل الاجتماعي تحقيق التكيف النفسي.

¹المرجع السابق،ص، 220 .

²عدنان يوسف العتوم،مرجع سابق،ص، 221 .

³عبد الله الرشدان : علم الاجتماع التربوية، (القاهرة : دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999) ،ص،161 .

6-6 : وظائف القيم :

وتعد القيم من أهم مكونات السلوك الإنساني لذلك هي تعمل على تشكيل الكيان أو البنية المعرفية والاجتماعية للفرد من خلال قيامها بخمس وظائف أساسية وهي :

1 - أن القيم تزود الفرد بالإحساس بالغرض مما يقوم به و توجيهه نحو تحقيقه.

2 - تهيئ الأساس للعمل الفردي والجماعي الموحد .

3 - تتخذ كأساس للحكم على سلوك الآخرين¹ .

4 - تمكن الفرد من معرفة ما يتوقعه من الآخرين وماهية ردود الفعل.

5 - توجد لديه إحساسا بالصواب و الخطأ

6 - القيم طريقة لتكوين الإطار المرجعي للفرد .

7- للقيم تأثير واضح بصفاتها أداة للتضامن الاجتماعي ، فوحدة الجماعات تستند إلى وجود القيم المشتركة فبتضامن أصحاب المنظومات القيمية المتشابهة مع بعضهم البعض².

6-7 : إشكالية دراسة القيم:

تمهيد:

إن القيم متغير رئيسي في هذه الدراسة التي تحاول أن تظهر العلاقة بينها وبين استعمال وسائل الإعلام والتعرض إلى محتوياتها لدى الشباب ، وتجدر الإشارة في المستهل، إلى أنه بالرغم من الأهمية المعتبرة للقيم ، إذا ما تمكن من تحديد مدلولها تحديداً دقيقاً ، في فهم الأفراد والجماعات لكونها تعمل كقواعد أو معايير للسلوك الإنساني إلا أنها لم تحظ بالدراسة كمياً ونوعياً في بحوث الإعلام بالجزائر .

¹ انظر المرجع السابق، ص، ص، 223 - 224.

² د/ عدنان يوسف العتوم، مرجع سابق، ص، ص، 223 - 225.

6-7-1 صعوبة دراسة القيم : يلاحظ Rockeack أن من بين الصعوبات التي تواجه دارس القيم هي الضعف المسجل في نظرية القيمة ، والضعف يعود إلى غياب الاتفاق فيما بين الباحثين والذي يظهر على عدة مستويات ، ويتعلق المستوى الأول بعدم القدرة على تحديد مصدر القيمة ، هل هو العالم الأمبريقي أم العالم الروحي ؟ وربما هذا العجز يكمن سببه في التأثير الذي خلقه كتابات T.Parsons وبالتحديد ورقته بعنوان " Religious organization in the united stats . 1958 أو «المنظمة الدينية في الولايات المتحدة» والتي يقر فيها ضمناً بالجذور الأساسية الدينية للقيم أما المستوى الآخر ، فيتعلق بالتوكيد المفرط على النظرة إلى القيم كمعايير ، وبالتالي التركيز على نظرية القيمة على فكرة الامتثال للمعايير الاجتماعية ، والتقليل المتطابق من أدوار الإدراك الانتقائي والعقل في الفعل الإنساني.

على أية حال فإن صعوبة دراسة القيم جعلت Toffler يصفها وصفاً يلخص الصعوبة في كلمات محدودة عندما قال أن القيم مثل : " الطفل غير السعيد الذي يعاني بؤس شقاء عدم علمنا به " ، ويؤكد هذه الصعوبة David Aberle بقوله " أننا مهما قصدنا بكلمة قيمة فإن ميدان القيم ، علما يبدو عليه عصي الإلمام به كل الإلمام والإحاطة به من جميع الجوانب " .ومما يزيد التعقيد والغموض في دراسة القيمة ، أنها ليست حصراً على نوع معرفي واحد وإنما هي موضوع دراسة من طرف عدة فروع معرفية كالفلسفة وعلوم الاجتماع والنفس وفي ذات الفروع المعرفية توجد رؤى مختلفة بخصوص مفهوم القيمة¹

6-7-2 نظرية الاستخدامات و الإشباعات :

يعدل مدخل الاستخدامات والإشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الإعلام ، حيث يعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الإعلام والاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك ، من مسلمات النظرية أن

¹السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005 - 2006 ،ص،ص

مستهلكي وسائل الإعلام و الاتصال يعرفون لماذا يستعملونها وأن الإشباعات تظهر في الأساس في محتوى وسائل الإعلام وفي التعرض لها .

حددت الدراسات العديدة التي تبنت نظرية الاستخدامات والإشباعات العديد من التصنيفات نظراً للتطور السريع والمستمر لوسائل الإعلام ، وكذلك نظراً لتطور جمهور وسائل الإعلام نفسه ، دوافع الاستهلاك ووسائل الإعلام تختلف عادة من شخص إلى شخص وفق أسباب ومتغيرات عديدة كالوضع الاقتصادي ، التعلم المستوى الثقافي ، الطبقة الاجتماعية ووسائل الإعلام المتوفرة ، يعتبر التصنيف الذي وضعه كل من " ماكوبل " " بلومر " و " براون " من التصنيفات الأكثر شعبية في مجال دراسة الاستخدامات والإشباعات ، يتكون التصنيف من أربعة فئات : الرقابة الاجتماعية ، الهروب ، الهوية الشخصية ، العلاقة الشخصية ، فالمقصود بالرقابة الاجتماعية في هذا التصنيف هو المعلومات حول القضايا التي تكون لها تأثيرات على الجمهور أو قد تساعدهم في تحقيق شيء ما أما الهروب فالمقصود به التخلص من المعنوي والعاطفي والهروب من الروتين اليومي ، أما الهوية الشخصية (العلاقة الشخصية) فيقصد بها استعمال وسائل الإعلام كبديل لرفيق ، معظم دراسات الإشباعات والاستخدامات وضعت الدوافع التالية كإطار لتحليلاتها : البحث عن رفيق الاسترخاء ، قضاء الوقت ، عادة تسلية التفاعل الاجتماعي الحصول على الأخبار الهروب من الواقع¹ .

ومن بين الأهداف التي يحققها منظور الاستخدامات والإشباعات السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الإعلام والاتصال ، ولذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته ، وأيضاً شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال ، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض وكذلك التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري إن سرعة انتشار تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة كمّاً وكيفاً وجغرافياً وكذلك طبيعتها التفاعلية مع الأفراد ، جعلت من الباحثين والمهتمين والفضوليين ينظرون إلى دراسة هذه التكنولوجيا وتفاعل مختلف شرائح المجتمع معها (خصوصاً الشباب) من خلال نظرية الاستخدامات

¹ -محمد الفاتح حمدي ، استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجامعي ، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية ، قسم أصول الدين ، جامعة الحاج لخضر باتنة 2008-2009 1429-1430 هـ ، ص، ص، 48-50

والإشباع التي تنطلق من مسلمة أساسية وجوهرية وهي تفاعل الجمهور وإيجابيته مع وسائل الإعلام والاتصال التي يستهلكها ، فالتلفزيون والإذاعة والسينما والحاسب الآلي والانترنت والفيديو وغيرها تتطلب من مستخدميها تفاعلية أكثر مما تتطلبه وسائل الإعلام التقليدية فمستخدمو هذه التكنولوجيا من أطفال وشباب يستخدمونها للبحث عن المعلومات عندما يتوجهون إليها يكون ذلك من أجل إشباع حاجاتهم ورغباتهم التي رسموها منذ بداية التعرض لهذه الوسائل الاتصالية والإعلامية الحديثة¹ .

7- أثر وسائل الإعلام على السلوك :

7-1: تعريف السلوك:

السلوك مجموعة من الحركات المنسقة التي تقود إلى وظيفة ما ، فتمكن صاحبها من الوصول إلى غاية أو غرض مادي أو معنوي تحريك الأصبع لا يسمى سلوك إلا إذا ارتبطت الحركة بمعنى ولا نعرف سلوك مخلوق إلا عندما يفعل شيء . يتوجه علم السلوك إلى معرفة الصفات الموروثة المكتسبة في الإنسان والحيوان بحسب تفاعلها مع البيئة وكيفية للأشياء الحية والجامدة والأمور والأحداث² .

ويقول (عبد الستار إبراهيم) ، " يعنون بالسلوك الإشارة إلى مختلف نواحي النشاط التي تمكن ملاحظتها أو ملاحظة نتائجها ، بعبارة أخرى فالسلوك يشير إلى كل ما يصدر عن الفرد من استجابات حركية أو عقلية أو اجتماعية عندما تواجه الكائن أي تنبيهات " .

كما يعرف بعض الباحثون السلوك على أنه " استجابة أو رد فعل للفرد لا يتضمنه فقط الاستجابات والحركات الجسمية، بل يشمل على العبارات اللفظية والخبرات الذاتية"³ .

¹ محمد الفاتح حمدي، موجع سابق ص 50

² إبراهيم فريد النور، الأسس البيولوجية لسلوك الإنسان، منشور اتألفا الجديدة بيروت، ط 1 ، 1403 هـ / 1983 م، ص (33) .

³ عبد الستار إبراهيم : السلوك الإنساني بين النظرية العلمية والنظرية الدارجة في محمد فريد غليفر أجواخرون السلوك الإنساني : نظرة علمية دار الكتب الجامعية، القاهرة، ص (11) .

7-2: أنواع السلوكيات :

7-2-1: السلوك المستتر أو السلوك الظاهر (المكشوف) :

فبينما يعني السلوك المستتر behaviour covert سلوك الفرد الذي يصعب على الآخرين ملاحظته ولما كان السلوك يشتمل على مشاعر وأفكار فإنه يمكن أن ينتج من السلوك الظاهر للأفراد بينما يعني السلوك overt behaviour سلوك الفرد الذي يمكن ملاحظته وتسجيله في مقابل السلوك الكامن الذي ينتج من المشاعر والأفكار والعقل والإرادة .

7-2-2: السلوك الفطري و المكتسب :

السلوك الفطري ، وهو لا يحتاج إلا تعلم مثال ذلك : لم يتعلم الطفل من أحد الصراخ أو البكاء أو الرضاعة لأنه سلوكًا موروثًا ، كما تلعب العوامل البيئية المحيطة بالإنسان دورًا هامًا في تهذيب وتطوير هذا السلوك حتى يكون مقبولًا من المجتمع ويظهر تأثير العوامل البيئية في مرحلتين هامتين من مراحل حياة الإنسان .

الأولى: في مرحلة النشأة في الأسرة، حيث يقوم الأب والأم بدور الموجه والمعلم للطفل لتطويع وتعديل سلوكه الفطري.

الثانية : في المرحلة الدراسية ، حيث يتلقى الإنسان المعلومات التي تفيده في تعديل هذا السلوك وتهذيبه سواء من حيث ضبط غرائز الطبيعة أو من حيث تعامله مع غيره من البشر أما السلوك المكتسب، وهو السلوك الذي يتعلمه الفرد نتيجة احتكاكه بالبيئة المحيطة به ويظهر في صور متعددة ، كتعلم القراءة والكتابة ، قيادة السيارات ، ركوب الدرجات السباحة وغير ذلك من المهارات التي يتعلمها ، ويتأثر هذا السلوك بالاتجاهات و الميول والعقائد الاجتماعية السياسية الدينية الثقافية وغيرها التي يؤمن بها¹ .

¹ بورحلة سليمان، أثر استخدام الأنترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، دراسة ميدانية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة 2007 - 2008 ص،ص

7-2-3: السلوك اللفظي و الفعلي: السلوك اللفظي هو ما يصدر عن الفرد من ألفاظ في المواقف المختلفة التي يتعرض لها، بينما السلوك الفعلي هو ما يصدر عن الفرد من تصرفات فيما يتعرض له من مواقف.

7-2-4: السلوك الفردي و السلوك الاجتماعي : فالسلوك الفردي يمثل أبسط صورة للسلوك من حيث المثير والاستجابة للإنسان الواحد ، بمعنى تفاعلات الفرد إزاء المثيرات الخارجية المحيطة به ، أما السلوك الاجتماعي يمثل علاقة الإنسان بغيره من الأفراد الآخرين كأفراد الجماعة التي ينتمي إليها في المنزل ، الجامعة ، مكان العمل والعلاقة في هذا النوع من السلوك تكون متبادلة من حيث التأثير والتأثر كما يقسم السلوك إلى :
— سلوك سوي وغير سوي

7-3 :خصائص السلوكيات : يتميز سلوك الإنسان بعدة خصائص هي :

- السلوك محدد بالوراثة والبيئة: فالسلوك محدد بعدة عوامل مستمدة من الوراثة التي تعني جميع الخصائص التي يرثها الفرد من والديه وأجداده وبعوامل مستمدة من بيئته ومن تاريخ حياته وخبراته التي مرجها.
- يتميز السلوك بالمرونة: كل إنسان يمتلك مهارات ومعلومات خاصة به تعدلها وفق ما يمر به من ظروف وأحداث.
- السلوك محصلة فعل ورد فعل: بمعنى أن الفرد يستجيب لمثيرات داخلية وخارجية مثيرات خارجية بينما ارتفاع ضغط الدم وتقلص المعدة في حالة الجوع تعتبر مثيرات داخلية وهذه كلها تدفع الفرد للاستجابة بالطريقة التي تتناسب معه، وتحقق أهدافه.
- السلوك مركزي التنظيم : إذ تنظمه ذات الفرد ، فكل مثير أو خبر له دلالاته بالقياس إلى ذات الفرد وإلى المعنى الذي تخلعه الذات لديه فعدم رد صديق التحية قد تراه غطرسة منه أو عدم احترام ، بينما شخص آخر قد يعتبرها عدم انتباه الزميل له¹ .

¹ /د. محمد بن عبد الله الجغيمان، د./ عبد الحي علي محمود، علم النفس التربوي، مركز التنمية الأسرية، دبلوم الإرشاد الأسري المعتمد بمركز التدريب وخدمة المجتمع بكلية المعلمين بجامعة الملك فيصل، ط 1429 هـ - 2008 م، ص، ص، 40 - 42 .

- ويرتقي السلوك المعرفي من الإحساس إلى التصور الذهني¹

7- 4: الأثر الإعلامي:

الأثر هو ما يمكن أن يحدث من تغيير في المواقف والسلوكيات والآراء والمعلومات والمعتقدات من جراء انتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي.

فالرسالة الإعلامية قد تلفت انتباه المتلقي فيدركها وقد تضيف إلى معلومات جديدة وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل من اتجاهاته السابقة وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق Hypodermique Needle أقدم نماذج التأثير على الإطلاق وكان أصحاب هذا النموذج يرون أن لوسائل الإعلام القدرة على التأثير المباشر والآنني والقوي في كل من يتعرض للرسالة الإعلامية .

ويتضح هذا النموذج أكثر في التأثير على القيم المادية التي تدعمها الروح التجارية للأفراد مما يؤثر على أسلوب الحياة والأنماط الشرائية .

كما يمكن للأثر أن يتجسد بصفة تدريجية عبر الزمن ، وقد استعرض جوزيف كلابر أغلب الأبحاث التي أجريت عن تأثير الاتصال بال جماهير وخرج بعدة تعليمات منها :

- أن وسائل الإعلام ليست عادة السبب الكافي أو الضروري لإحداث التأثير على الجماهير ولكنها تعمل مع ومن خلال بعض العناصر والمؤثرات الوسيطة.

- إن طبيعة العناصر الوسيطة تجعلها تعمل على جعل وسائل الاتصال عنصراً مساعداً وليست السبب الوحيد في تدعيم أو تقوية الاتجاهات الموجودة.

- في الأحوال الخاصة التي تساعد وسائل الاتصال فيها على إحداثا التغيير تسود حالة من حالتين:

1- إن وسائل الإعلام لا تعمل و بذا يصبح تأثير وسائل الإعلام مباشر أو:

¹ محمد بن عبد الله الجعيان، مرجع سابق، ص 42 .

2-إن العوامل الوسيطة التي تميل عادة إلى تدعيم وتقوية الاتجاهات الموجودة تساعد نفسها على إحداث التغيير¹.

يلخص إبراهيم إمام بعض الملاحظات على المضمون الإعلامي وأثره في الجماهير مسترشداً بالبحوث التي أجريت حول مضمون الرسالة الإعلامية ومحتوى الاتصال ويمكن إجمال نتائج هذه البحوث فيما يلي:

1 - في حالة عرض قضية ما على جمهور مثقف ثقافة عالية يجب تقديم وجهتي النظر المختلفتين، أما في حالة الجمهور الأمي أو قليل الحظ من الثقافة والذي يميل إلى القضية أصلاً فيكفي عرض وجهة النظر المستهدفة فقط.

2 - يجب أن يلتزم الإعلامي بالموضوعية، وأن يبتعد عن الحياد الظاهر والانحياز المستتر لوجهة نظر واحدة.

3 - تزداد قوة تأثير المضمون الإعلامي في تحويل الرأي عند الشرح والتصريح بالاستنتاجات أكثر منها عند التعرض والتلميح فقط.

4 - وكلما زاد استخدام التهديد والتخويف كأداة للتأثير في الرأي وتحويله يحدث أثراً قليلاً وكلما قل استخدامه فإن ذلك يحدث تأثيراً كبيراً.

لذلك وجد أن التهديد الشديد يعوق عملية التعليم ويقلل التأثير بالمعلومات نظراً للاستغراق في عناصر التهديد الشديد².

5-7:تعليم السلوك : إن التعلم فيما يتعلق بالسلوك يكتسي أهمية معتبرة ، فبواسطته يمكن تفسير التغيرات التي تطرأ على السلوك وهو في الواقع ، حسب رأي بعض الباحثين ، أحد عاملين كبيرين يفسران التغيرات السلوكية ، ألا وهما : عاملا النضج والتعلم ،

¹ زهير إحدادن، مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة دورية أكاديمية حضارية محكمة، العدد 2، المجلد 1، السنة 2012، دار الورسم للنشر والتوزيع، ص، ص 31 - 33 .

² /د/ مجدي أحمد محمد عبد الله، مقدمة في سيكولوجية الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، ط 1، 2008 م - 1429 هـ، كلية الأدب جامعة الإسكندرية، ص، ص 174 - 175 .

فالكثير من أشكال السلوك والمهارات تظهر عندما يتاح لها في نفس الوقت المران والتعلم من أمثلة ذلك المشي والكلام وغير ذلك .

6-7: السلوكيات والقيم : هناك علاقة وثيقة بين السلوكيات والقيم لأن هذه الأخيرة هي التي توجه سلوك الفرد وبقدر ما يكون الفرد مشبع بالقيم ، و متمسكًا بها تكون سلوكياته سليمة ، وبقدر ما يكون الفرد غير مشبع بالقيم أو غير متمسك بها يتعرض إلى خطر الوقوع في السلوكيات غير السوية هذا لا يعني أن كل سلوكياته تكون على هذه الصورة غير السوية و إنما البعض أو معظم سلوكياته تكون كذلك في هذا السياق ، يقول أحد الباحثين : إن نظام القيم السائد في كل مجتمع والقائم في كل بيت وعند كل شخص هو المحرك لسلوك الإنسان ومتى اضطربت أولويات هذا النظام واختلفت مع أولويات المجتمع وتعمقت الهوة بينهما يصبح الوقوع في السلوك المريض أو في المرض الاجتماعي أمرًا محتملًا وعليه يمكن أن يحدث اختلال التوازن لدى الشباب عندما يلاحظون أن هناك هوة تفصل بين ما تعلموه من قيم طيلة حياتهم عن طريق الأسرة والمدرسة ، المسجد وما يجري في الواقع من تناقضات وتدهور في القيم .

فكل هذه السلوكيات لها علاقة بتدهور القيم ليس فقط عند الشباب وإنما على مستوى المؤسسات المختلفة كالأسرة والمدرسة والجامعة التي يفترض فيها غرس القيم المثلى في الأطفال و الشباب و بالتالي أصبح صعب ربما تسمية هذه المنظمات بالمؤسسات لأن علة وجود المؤسسة هي القيم في هذا السياق ، ودون الوقوع في التعميم والمبالغة ، يمكن أن نشير إلى أن الكثير من الأسر الجزائرية أصبحت لديها الوظيفة البيولوجية هي السائدة على بقية الوظائف وتحديد الوظيفة التربوية بحيث أن الوازع الديني عندها أصبح قيمة اجتماعية وثقافية أكثر منه قيمة روحية شرعية وهذا ينعكس على تربية الأطفال لا محالة لأن كما قال الرسول صلى الله عليه وسلم " كل مولود يولد على الفطرة فأبواه يهودانه أو ينصرانه أو يمجسانه " رواه مسلم¹ .

¹ السعيد بومعيزة، مرجع سابق، ص، ص، 167 - 168 .

7-7: نظرية الإنماء الثقافي (theory cultivation)

بالإضافة إلى اعتماد الباحث على نظرية استخدامات والاشباع في دراسته الميدانية و النظرية والتي تركز على مبدأ مدى استخدام الجماهير لوسائل الإعلام والاتصال ومدى تحقيق هذه الوسائل لاحتياجات ورغبات جماهيرها ، فقد وظف الباحث إلى جانب ذلك نظرية الإنماء الثقافي من أجل الاستناد إليها أثناء الإجراءات الميداني والوصول إلى نتائج علمية تستند وتنطلق من نماذج ونظريات اتصالية وإعلامية .

لقد ظهرت نظرية الإنماء الثقافي في الولايات المتحدة الأمريكية خلال عقد السبعينات كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام والاتصال ، وتذهب هذه النظرية إلى القول " بأن مداومة التعرض للتلفزيون وفترات طويلة ومنتظمة ، تنمي لدى المشاهد اعتقادًا بأن العالم يراه على شاشة التلفزيون ، إن هو إلا صورة من العالم الواقعي الذي تحياه " .

وترتبط هذه النظرية بالجهود التي طورها الباحث الأمريكي " جورج جونبر " من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية ويهدف هذا المشروع إلى إقامة الدليل الأمبريقي على تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية .

واهتمت بحوث المؤشرات الثقافية قضايا متداخلة هي :

- دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الوسائل الإعلامية .
- دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.
- دراسة الإسهام المستقل للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي ويرى واضعو النظرية أن وسائل اتصال الجماهيرية تحدث أثرًا قويًا على إدراك الناس للعالم الخارجي ، وخاصة هؤلاء الذين يتعرضون لتلك الوسائل لفترات طويلة ومنظمة وبالتالي فإن الصور الذهنية التي تسود لدى جماعة ما تكون ناجعة عن تكرار تعرض أفراد هذه الجماعة لأنواع خاصة من الرسائل الجماهيرية¹ .

¹حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص 300

7-8: الشباب:

7-8-1: مفهوم الشباب:

7-8-1-1: مفهوم الشباب لغويًا:

- الشباب من فعل شب: شبابًا وشبيبة الغلام، صار فتياً ويقولون من شب إلى دب
- الشب: جمع شباب وشبان وشبية، شبة: جمع شبات وشواب وشبائب.
- الشباب: والشبيبة وجمع شبيبة شبائب، الفتاء وهو من سن البلوغ إلى الثلاثين تقريباً¹.

7-8-1-2: اصطلاحاً: يختلف الدارسون في تحديد مرحلة الشباب، فثمة من يحددون

بدايتها بين الثالثة عشر ويطلقون عليها سن الواحد والعشرون مرحلة المراهقة وهناك من بدأها بالربعة عشر ويحدد فترتها الأولى بنهاية الثامنة عشر ويصل بفترتها الثانية أو المتأخرة إلى سن السابعة والعشرون ويرى آخرون أنها تعطي الفترة من السن السابعة عشر يصلون بنهايتها إلى حدود الثلاثين، و تختلف بدايتها ونهايتها من فرد إلى فرد، و من جنس إلى جنس، و من ثقافة إلى ثقافة و يرجع بعض هذه الفروق إلى اختلاف النقاط المرجعية أو المعايير التي يعتمد عليها الباحثون في التحديد من جهة وإلى اختلاف السياقات أو الظروف التي ترى فيها الظاهرة من جهة، فالبعض يهتم بالنمو الجسمي و الجنسي وآخرون يهتمون بالنمو النفسي وطريق ثالث يركز على تغير الوضع الاجتماعي والأدوار الاجتماعية وتختلف السياقات باختلاف الطابع الحضاري والنظام الاجتماعي و المستوى الاقتصادي والاجتماعي ويطلق لفظ الشباب على بداية الفتوة والذي يراد كلمة " addescence " في اللغة الإنجليزية والفرنسية وهذه الكلمة مشتقة من الفعل اللاتيني الذي يعني " ينمو نحو النضج " وفي القاموس العربي تعني الشباب الحدث².

¹ المنجد في اللغة: (بيروت، دار المشرق، 1973)، ص، 371.

² انعكاسات استخدام التكنولوجيا، مرجع سابق، ص، 27.

7-8-2: تحديد مرحلة الشباب:

تجدر الإشارة في المستهل إلى أن معظم الأدبيات حول الشباب تشير إلى غياب الاتفاق بخصوص تحديد مرحلة الشباب ، وعليه كيف التحديد في أغلب الأحيان حسب طبيعة المشكل المدروس أو وقف أهداف المؤسسة المعنية بقضايا الشباب ، علاوة على هذا فإن تحديد من هو طفل ومن هو شاب يختلف باختلاف المجتمعات والثقافات . لكن المؤكد هو أن موضوع الشباب يضحى بالإجماع الشبه عام من حيث الأهمية البالغة في حياة الشعوب ولذا كان قد خصص عام 1985 كعام دولي للشباب .

ويرى (عبد الله بوجلال) أن مرحل الشباب تمتد من الخامسة عشر إلى السادسة و العشرين ، إلا أنه وعند الضرورة الإجرائية يمكن أن تقسم هذه المرحلة إلى مراحل متدرجة¹ . كالتقسيم الذي ورد في دراسته على النحو التالي :

مرحلة الشباب الأولى وتقع بين 15 - 18 سنة ومرحلة الشباب الثانية وتقع بين 19 - 22 سنة ومرحلة الشباب الثالثة و تقع بين 23 و 26 سنة.

أما (نصير بوعلي) فيقول أنه في الغالب يتم تحديد مرحلة الشباب من 15 إلى 24 سنة، لأن الشباب يكونون فيها ناضجين. أما في مرحلة ما قبل 15 سنة فيكونون في سن المراهقة ، وبعد مرحلة 24 سنة يكونون قد بدؤوا بابتعاد عن الدينامكية والحركية التي تميز الشباب . إذاً من خلال هذه العينة من الآراء حول تحديد مرحلة الشباب وتبايناتها وعدم الاتفاق حول فترة محددة يتضح لنا تخوم الطفولة والشباب من جهة والشباب والكهولة من جهة ثانية غير واضحة وقد تتداخل وبالتالي يصعب تحديدها بدقة لأنه يمكن أن نجد أطفالاً بحيوية الشباب ونضجهم الفكري ، كما قد نجد شباب بعقلية أطفال ، أو كهولاً بعقلية شباب وهذا الاختلاف يعكس على ما النظرة البيولوجية أو النفسية أو التوفيقية² .

¹ السعيد بومعيزة، مرجع سابق، ص، ص 175 - 176 .

² السعيد بومعيزة، مرجع سابق، ص ، 176 .

وعليه تبقى مسألة تحديد مرحلة الشباب مسألة تخضع لاعتبارات الباحث أو المؤسسة وطبيعة المشكل المدروس . وبدورنا نحدد مرحلة الشباب في هذه الدراسة من 18 إلى 30 سنة لأننا نفترض أن فترة ما قبل 18 عاما قد تغطي عليها خصائص المراهقة أكثر ، وأن فترة ما بعد 30 عام قد تحمل عواقب نفسية بالنسبة للشباب الذي يبلغ أكبر من الثلاثين ويعتبر نفسه أنه أصبح من عالم الكهولة .

7-8-3: خصائص الشباب :

إن مرحلة الشباب توصف بأوصاف متضاربة من طرف الباحثين والمهتمين نظرا لما تتميز به من مميزات ومن بين هذه المميزات، بالنسبة للبعض أنها مرحلة الخلق والإبداع والابتكار، ويرى آخرون أنها مرحلة الشك والحيرة والمشكلات الصعبة . وهذه الأوصاف تختلف، بطبيعة الحال باختلاف البيئة التي يعيش فيها الشباب وتباين الخلفية الاجتماعية الثقافية والاقتصادية والخلقية للأسرة. ولكن الثابت هو أن مرحلة الشباب تعتبر مدة طويلة نسبيا إذ قد تتعدى العشر سنوات وعليه ومن الطبيعي أن يختلف الشباب في خصائصهم وملامحهم الجسمية. ويمكن أن نذكر بعض الخصائص التي أشار إليها العديد من الباحثين على النحو التالي:

7-8-4: **النمو الجسمي:** ويتميز النمو الجسمي في مرحلة الشباب بالسرعة وبعدم الانتظام كالزيادة في الطول وفي الوزن. وعليه تبدأ ملامح الطفولة تتغير فيزول تناسق الوجه و يأخذ شكلا جديدا¹ .

7-8-5: **الخصائص الجنسية :** من النمو الفيزيولوجي تبدأ الخصائص الجنسية الأولية والثانوية في الظهور التي تجعل الشاب قادرا على التناسل ، ويحدث أثرا عليه من حيث الحالة المزاجية والنفسية ، وتتجلى حاجاته الجنسية بالحاح مع كل ما يصاحبها من توترات داخلية نتيجة الصراع بين الأشكال والمؤسسات التي تتيح له إشباعها

¹ علي ليلة وآخرون - الشباب القطري : اهتماماته وقضاياها ، مركز الوثائق و الدراسات الشبابية . جامعة قطر . 1991 م . ص . 67 .

وهل يشبعها عن طريق الزواج أو عن طريق آخر ، وإلى أي حد تسمح له القيم السائدة باتخاذ هذا الحل أو ذاك ، وعليه فإن هذه الصراعات والاضطرابات التي يعاني منها الشباب في هذه المرحلة تتباين من حيث الشدة والعنف باختلاف المجتمعات والثقافات¹ .

7-8-6: القدرات العقلية : في مرحلة الشباب تبلغ القدرات العقلية عندهم ذروتها وتصبح أكثر دقة في التعبير مثل القدرة على التعبير اللفظي والقدرة العددية ، ومن هنا تبدأ الهوايات والميولات الخاصة في الظهور، وينمو التذكر والانتباه معتمدا على الفهم واستنتاج العلاقات والمتعلقات ، وتنمو معه القدرة على الاستدعاء والتعرف ، وعند الذروة تزداد القدرة على التخيل المجرد غير المحصور في نطاق الصور الحسية . كما ينمو التفكير المجرد وتزيد القدرة على الاستدلال والاستنتاج والحكم على الأشياء وحل المشكلات والقدرة على التحليل والتركيب .

7-8-7: عدم الاستقرار الانفعالي : في مرحلة الشباب وبصفة خاصة في بدايتها يجتاح الشاب ثورة من القلق والضيق والتبرم ويصبح ثائرا على الأوضاع متمردا على الكبار ويكون مرهف الحس شديد الحساسية ويتأثر تأثراً بالغاً بنقد الآخرين ويستغرق في أحلام اليقظة ويحقق عن طريقها ما لم يستطع تحقيقه في الواقع² .

7-8-9: النزعة إلى الاستقلال : في المرحلة الأخيرة من الشباب إلى الاستقلال الاجتماعي والانتقال من الاعتماد على غيره إلى الاعتماد على نفسه والتطلع إلى تحمل بعض المسؤوليات الاجتماعية . وهكذا مع نهاية مرحلة الشباب يبلغ الشاب آخر درجات النضج الجسمي والعقلي ، ومن الناحية الاجتماعية ينمي الشباب اتجاهات جديدة تميز فكرته عن نفسه واتجاهاته نحو والديه وزملائه ومن يكبرونه ، وينتقل من علاقات محدودة بالأسرة إلى حياة اجتماعية خارجية على نطاق أوسع فيزداد اهتمامه بالآخرين ويتحرر من نزعته الفردية والأنانية³ .

¹ سامية قطوش ، عمل الأبناء الشباب وعلاقته بالاتصال مع الآباء في الأسرة . دراسة مقارنة لعينة من الشباب في الجزائر العاصمة و ضواحيها مذكرة ماجستير - قسم علم الاجتماع جامعة الجزائر . 2002 م - ص 150 .

² محمد مصطفى زيدان ، النمو النفسي للطفل و المراهق و نظريات الشخصية ، دار الشروق للنشر و التوزيع و الطباعة ، جدة ، ط ، 1990

³ سامية قطوش، مرجع سابق، ص 70 .

نلاحظ من خلال هذه الخصائص أن مرحلة الشباب وبرغم قصر مدتها ، إلا أنها ظاهرة بيولوجية و نفسية واجتماعية معقدة وتتميز بكونها عملية ذات دينامية مستمرة وتتداخل فيها عدة عوامل داخلية في الفرد الشاب أوالمراهق، وخارجية تتمثل في البيئة والمؤسسات الاجتماعية التي تحيط بهذا الفرد. وتبرز أهمية دور العوامل الخارجية أثناء مرحلة الشباب في عملية التنشئة الاجتماعية، والتي إذا كانت فعالة وتقوم بدورها كما يجب، فإن ذلك سينعكس حتما على النمو المتوازن والمنسجم للطفل والمراهق والشباب.

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي

1- تحليل نتائج الاستعمال والتعرض

1-1- مجتمع البحث وخصائصه

1-2 استعمال وسائل الإعلام

2- تحليل نتائج القيم

3- تحليل نتائج السلوك

الاستنتاجات

خاتمة

المراجع

ملحق :استمارة الاستبيان

1-تحليل نتائج الاستعمال والتعرض :

1-1:مجتمع البحث وخصائصه : يجدر التذكير بحجم العينة الذي هو 50 مفردة والتي

تم تشكيلها بصفة غير عشوائية ولقد وزعنا استمارة الاستبيان في السابع من شهر أبريل وقمنا باسترجاعها في نفس اليوم ويجدر بنا الإشارة إلى أن كل الاستمارات كانت صالحة للدراسة,وبعد فحص البيانات نستطيع تقديم صورة خصائص مجتمع البحث وفق المتغيرات الديمغرافية وهذا على النحو التالي :

جدول رقم(1)يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس :

النسبة	العدد	التوزيع الجنس
%50	25	ذكور
%50	25	إناث
%100	50	المجموع

يتضح من خلال ملاحظتنا للجدول أن أفراد العينة حسب النوع جاء وفق الطريقة الحصصية أي 25 ذكور 25 اناث.

جدول رقم(2)يوضح تقسيم المرحلة العمرية إلى ثلاث مراحل :

النسبة	العدد	العدد و النسبة العمر
%58	29	22_18
%38	19	27_22
%4	2	30_27
%100	50	المجموع

وبالتالي تصبح فئة 18_22 تمثل أكثر من نصف العينة أي بنسبة 58% اما فئة 22_27 فنسبتها 38% وهذا التقسيم يمكن أن تكون له دلالة في تفسير نتائج الدراسة من حيث أن الفئة الأولى قد يكون معظم أفرادها لم يخرجوا بعد من مرحلة المراهقة وما تتميز به هذه المرحلة من أحلام يقظة مرتبطة ارتباطا وثيقا بمحتويات وسائل الإعلام ,أما الفئة الثانية قد تكون خرجت من سن المراهقة وقد تكون مستقلة ماديا ووجدانيا ولا تعيش مع الأهل وكل هذا يؤثر حتما على كيفية استعمال الشباب لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها.

جدول رقم (3) :يوضح توزيع العينة حسب الحالة المدنية

العدد و النسبة	العدد	النسبة
أعزب	46	92%
متزوج	3	6%
مطلق	1	2%
المجموع	50	100%

يتضح من الجدول أن نسبة العزاب هي الأعلى في مجتمع البحث ,حيث بلغ عددهم 46 مفردة أي بنسبة 92% وهذا يعتبر منطقيا نظرا للمرحلة العمرية التي هي قيد الدراسة ,و بالإضافة إلى ظاهرة التأخر في الزواج عند الشباب الجزائري حاليا ,وعليه لن نأخذ بعين الاعتبار الحالة المدنية في تحليل النتائج.

جدول رقم(04) :يوضح توزيع العينة حسب نوع السكن

النسبة	العدد	العدد و النسبة نوع السكن
%96	48	مع الأولياء
%4	2	مستقل عن الأولياء
%100	50	المجموع

يتبن من الجدول أن الأغلبية من أفراد العينة يسكنون مع أوليائهم ونسبه قليله تسكن بصفه مستقلة عن الأولياء وهذا يمكن تفسيره بالعزوبيه من جهة وأزمة السكن في الجزائر من جهة أخرى وهنا سوف نهمل متغير السكن.

1-2- استعمال وسائل الإعلام :نتعرض فيما يلي إلى استعمال وسائل الإعلام من طرف

افراد العينة و أنماطه وعاداته

جدول رقم (05) :يوضح مشاهدة التلفزيون:

النسبة	العدد	العدد و النسبة مشاهدة التلفزيون
%94	47	نعم
%6	3	لا
%100	50	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن الأغلبية 94% من أفراد العينة تشاهد التلفزيون ,وبنسبه ضئيلة جدا 1,5 % لا تشاهده وهذا يدل على أن التلفزيون يبقى الوسيلة الإعلامية الأكثر استعمالا بدون منازع من طرف المبحوثين.

جدول رقم (06): يبين التلفزيون الأكثر مشاهدة :

النسبة	العدد	العدد و النسبة الأكثر مشاهدة
%20	10	الجزائر
%52	26	العربي
%22	11	الأجنبي

من خلال الجدول نكتشف أن التلفزيون العربي هو الأكثر مشاهدة ويأتي في المرتبة الأولى بنسبة 52 % وتأتي القنوات الأجنبية في المرتبة الثانية بنسبة 22% أما القنوات الجزائرية فتأتي في المرتبة الأخيرة بنسبة 20%، وهذا راجع ربما إلى إتباع رغبات الجمهور في التلفزيون، حيث قد يجد ما يرغب فيه المبحوث في القنوات العربية والأجنبية أكثر مما يجد في القنوات الجزائرية.

جدول رقم (07): يبين كيفية مشاهدة التلفزيون

التلفزيون						التلفزيون كيفية المشاهدة
الأجنبي		العربي		الجزائري		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%58	21	%38	19	%22,45	11	لوحده
%25	9	%56	28	%69,5	29	مع الأسرة
%11,66	6	%6	3	%4,76	2	مع الأصدقاء
%100	36	%100	50	%100	42	المجموع

إن الجدول أعلاه يبين لنا السياق الاجتماعي الذي تتم فيه المشاهدة التلفزيونية حيث أن التلفزيون الجزائري يشاهد في سياق الأسرة بنسبة 69,5 % وعليه نستطيع القول أن التلفزيون الجزائري هو تلفزيون العائلة بدون منازع أما القنوات العربية فتشاهد مع الأسرة بنسبة 56 % ويشاهدها المبحوث لوحده بنسبة 38 % وهي نسبة عالية تقريبا بالنسبة للتلفزيون الجزائري وهذا يفسر بالمحتويات الجريئة نوع ما في القنوات الفضائية العربية خاصة في الأفلام والأغاني المصورة القصيرة أما القنوات الأجنبية فتشاهد أساسا بصفة انفرادية بنسبة عالية أي 58 %.

جدول رقم (8): يوضح مدة مشاهدة التلفزيون

التلفزيونات						التلفزيون و التكرار مدة المشاهدة
الأجنبي		العربي		الجزائري		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%30,44	14	%20,83	10	%36,95	17	ساعة
%21,74	10	%37,5	18	%28,26	13	ساعتان
%26,08	12	%37,5	18	%13,04	6	أكثر من ساعتان
%21,74	10	%4,17	2	%21,73	10	لا يشاهدون
%100	46	%100	48	%100	46	المجموع

يتضح من الجدول رقم (8) أن الأغلبية يشاهدون التلفزيون الجزائري لمدة تتراوح بين الساعة والساعتين أي وعلى التوالي بنسبة أما النسبة الأعلى أي 37,5 % من الباحثون يشاهدون التلفزيون العربي لمدة تتراوح بين الساعتين وأكثر من ذلك أما بالنسبة للتلفزيون الأجنبي فيشاهده أكثر المبحوثين لمدة ساعة واحدة بنسبة 30,44 % .

جدول رقم (9): يوضح أوقات مشاهدة التلفزيون

التلفزيونات						التلفزيون و التكرار أوقات المشاهدة
الأجنبي		العربي		الجزائري		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
				%2,43	1	في الصباح
%5,40	2	%4,34	2	%4,87	2	في الظهيرة
%8,10	3	%19,56	9	%17,2	7	في المساء
%54,05	20	%26,08	12	%29,26	12	في السهرة
%32,43	12	%50	23	%46,34	19	ليس لي وقت مفضل
%100	37	%100	46	%100	41	المجموع

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم (09) أن النسبة الأعلى من المبحوثين لا يحددون وقت مفضل لمشاهدة التلفزيون الجزائري والعربي وهناك نسبة من المبحوثين يفضلون مشاهدتهما في السهرة أما التلفزيون الأجنبي يفضلون مشاهدته في السهرة خاصة وأن معظم المبحوثين يفضلون أفلام في السهرة وأشرطة وثائقية وهم يفضلون مشاهدتها على القنوات الأجنبية .

جدول رقم (10): يوضح البرامج المفضل مشاهدتها في القنوات التلفزيونية

التلفزيونات						المشاهدة و التكرار
الأجنبي		العربي		الجزائري		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	البرامج المفضلة
%21,43	24	%16,67	34	%16,57	30	الرياضة
		%15,45	32	%16,57	30	الدين
%17,85	20	%16,67	34	%16,57	30	الثقافية
%17,85	20	%16,91	35	%16,57	30	الإخبارية
%19,65	22	%16,67	34	%16,57	30	الترفيه
23,22%	26	%18,35	38	%17,15	31	الأفلام
%100	112	%100	207	%100	181	المجموع

مما نلاحظه من الجدول رقم (10) أن المبحوثين ليس لديهم برنامج مفضل في التلفزيون الجزائري بل يشاهدون البرنامج الأخرى حيث تتساوى النسبة ونسبة تقريبا %16,67 أما التلفزيون العربي فالأفلام تربعت على عرش البرامج المفضلة بنسبة %18,35 ثم تأتي بعدها البرامج الإخبارية بنسبة %16,91 ثم تأتي بعدها البرامج الرياضية والترفيهية بنسبة % 16,67 وبعدها البرامج الثقافية بنسبة %16,67 ثم تأتي البرامج الدينية في المرتبة الأخيرة بنسبة %15,45 .

جدول رقم(11): يوضح الاستماع إلى الإذاعة

النسبة	العدد	العدد الاستماع للإذاعة
%36	18	نعم
%64	32	لا
%100	50	المجموع

من الجدول الواضح أعلاه يتضح أن نسبة 64% من المبحوثين لا يستمعون للإذاعة وهذا يوافق الإشاعة القائلة أن الإذاعة مهما تطورت فلن تصل إلى قيمة التلفزيون .

جدول رقم (12): يبين الإذاعات الأكثر استماعا

النسبة	التكرار	التكرار و النسبة الإذاعة
%54,84	17	الإذاعة الجزائرية
%22,58	7	الإذاعة العربية
%22,58	7	الإذاعة الأجنبية

من خلال الجدول نلاحظ أن الإذاعة المفضلة لدى مفردات عينة البحث هي الإذاعة الجزائرية عكس التلفزيون وتأتي في المرتبة الأولى بنسبة 54,84 % ثم تأتي الإذاعتان العربية والأجنبية بنسبة متساوية 22,58 % .

جدول رقم (13): يوضح كيفية استعمال الإذاعة

التكرار والنسبة		الجزائرية		العربية		الأجنبية	
كيفية الاستعمال		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
لوحده		9	%50	4	%36,36	7	%63,63
مع الأسرة		9	%50	7	%63,63	3	%27,27
مع الأصدقاء						1	%9,09
المجموع		18	%100	11	%100	11	%100

إن الجدول المبين أعلاه يبين لنا السياق الاجتماعي الذي يتم فيه الاستماع للإذاعة حيث أن الإذاعة الجزائرية تكون في سياق اسري حيث يستمع إليها المبحوثين بنسبة 50% وعليه نستطيع القول بأن الإذاعة الجزائرية هي إذاعة الجمهور الجزائري وهي أيضا إذاعة العائلة نظرا إلى مضامينها ثم تأتي الإذاعة العربية في المرتبة الثانية بنسبة ثم تأتي الإذاعة الأجنبية في المرتبة الأخيرة بنسبة

جدول رقم (14): يوضح مدة الاستماع للإذاعة

الإذاعة						الإذاعة مدة الاستماع
الأجنبي		العربي		الجزائري		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%50	4	%46,15	6	%68,5	11	ساعة
%37,5	3	%34,46	5	%12,5	2	ساعتين
%12,5	1	%15,38	2	%18,75	3	أكثر من ساعتين
%100	8	%100	13	%100	16	المجموع

ما نلاحظه في هذا الجدول أن اكبر نسبة من المبحوثين تستمع إلى الإذاعة الجزائرية مدة ساعة واحدة وبنسبة 68,75% أما الاستماع إلى الإذاعة العربية فيستمع إليها المبحوثين بين الساعة والساعتين أي وعلى التوالي بنسبة 46,15% و 34,46% وبعده تأتي الإذاعة الأجنبية التي يستمع إليها المبحوثين أيضا ما بين الساعة والساعتين أي بنسبة 50% و 37,5%

جدول رقم (15): يوضح أوقات الاستماع للإذاعة

الإذاعة						الإذاعات و التكرار
الأجنبي		العربي		الجزائري		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	أوقات الاستماع
		%25	3	%35.3	6	في الصباح
%11.11	1	%8.34	1			في الظهيرة
%22.22	2	%16.66	2	%29.41	5	في المساء
%33.33	3	%8.34	1	%5.88	1	في الظهيرة
%33.33	3	%41.66	5	%29.41	5	ليس لي وقت مفضل
%100	9	%100	12	%100	17	المجموع

مما نستنتجه من خلال هذا الجدول هو أن اكبر نسبة من المبحوثين ليس وقت مفضل للاستماع للإذاعة العربية حيث نجد هذه النسبة الكبيرة بقيمة 41.66% أما الإذاعة الجزائرية فالوقت المفضل للاستماع إليها هو الصباح على خلاف الإذاعة الأجنبية التي أحسن وقت للاستماع إليها السهرة بالنسبة للمبحوثين ونفس النسبة ليس لديهم وقت للاستماع إليها.

جدول رقم (16) يوضح مطالعة الجرائد :

النسبة	العدد	العدد و النسبة مطالعة الجرائد
%78	39	نعم
%22	11	لا
%100	50	المجموع

ما نلاحظه في الجدول أن نسبة كبيرة من المدروسين تطلع على الجرائد وتمثل نسبة 78 % من المبحوثين .

جدول رقم (17) يوضح استعمال الانترنت :

النسبة	العدد	العدد و النسبة استعمال الانترنت
%92	46	نعم
%8	4	لا
%100	50	المجموع

من خلال مشاهدتنا للجدول المبين أعلاه نلاحظ أن نسبة كبيرة من المبحوثين تستعمل الانترنت وتمثل نسبة 92 % من الشباب وهذا وضح العلاقة الكبيرة بين الشباب والانترنت.

2_تحليل نتائج القيم والسلوكيات:

2_1_تحليل نتائج القيم:

جدول رقم (18) يوضح علاقة وسائل الإعلام بالقيم:

المقياس السلوك	موفق جدا	موافق	غير متأكد	غير موافق	غير موافق جدا
الطموح	9	9	5	5	22
	%18	%18	%10	%10	%44
التفتح	6	9	5	5	25
	%12	%18	%10	%10	%50
الالتزام الديني	1	6	5	9	29
	%2	%12	%10	%18	%58
المسؤولية	5	5	5	10	25
	%10	%10	%10	%20	%50
العدل	4	6	5	11	24
	%8	%12	%10	%22	%48

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه انه وعند جمع نسبتي غير موافق وغير موافق جدا أن أغلبية أفراد العينة لا يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الإعلام يساعدهم على الارتباط بالقيم المذكورة سلفا، وتتراوح معظم نسب الإجابة السالبة بين 44% و 58% فالبعد الديني سجل

أعلى نسبة وهي 58% ثم يليه التفتح والمسؤولية بنسبة 50% ومن جهة أخرى جاء العدل بنسبة 48%.

استنتاجات:

على ضوء تحليل نتائج الدراسة الخاصة بالقيم يمكن تقديم بعض الاستنتاجات الأولية على النحو التالي:

إن أغلبية المبحوثين الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتواها لا يساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم، وهذا لا يناقض بل يوافق فرضية الدراسة التي تقول أن وسائل الإعلام لا تقوم بمساعدتهم على تعزيز قيمهم ونشرها.

أعلى نسبة من الشباب لا تتفق مع أن وسائل الإعلام تساعد على الالتزام الديني وأغليبتهم لا يوافقون على أن وسائل الإعلام تساعد على الارتباط بقيمة الطموح.

إن وسائل الإعلام لا تقوم بتغيير قيم الشباب مثلما يعتقد البعض، وإنما تقوم بدور مكمل لدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأُسرة والمدرسة والجماعات الأولية والمسجد، وأنه كلما كان الشباب مستوعبا للتوجيهات القيمة الموجودة في البيئة الاجتماعية والانا مكتملا عندهم والذات الاجتماعية محققة لديهم، إلا وقل لجوؤهم إلى وسائل الإعلام لتعزيز قيمهم

2_2_ تحليل نتائج السلوكيات:

بعد أن قمنا بعملية تحليل لنتائج القيم وقدمنا على ضوءها استنتاجات، سنشرع في عملية

تحليل نتائج السؤال الخاص بالسلوكيات، هل توافق على أن استعمالك لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها ساعدك على تجاوز بعض السلوكيات (التصرفات)؟ وهذا من خلال تقديم جدول عام حول اتجاهات المبحوثين.

جدول رقم(19)يوضح مدى تجاوز بعض المبحوثين لبعض السلوكيات :

المقياس السلوك	موفق جدا	موافق	غير متأكد	غير موافق	غير موافق جدا
الإهمال في العمل	3	5	7	15	20
	%6	%10	%14	%30	%40
عدم احترام الأهل	2	2	5	20	21
	%4	%4	%10	%40	%42
عدم الاهتمام بالدراسة	2	0	4	19	25
	%4	0	%8	%38	%50
التدخين	2	4	5	15	24
	%4	%8	%10	%30	%48
إهمال الفرائض الدينية	1	3	2	10	31
	%2	%6	%4	%20	%62

إن قراءة هذا الجدول يظهر لنا مؤشر رئيسي بخصوص تجاوز المبحوثين بعض السلوكيات جراء استعمالهم وتعرضهم لوسائل الإعلام ويمكن إبرازه كما يلي:

-إن أغلبية المبحوثين أجابوا "غير موافق جدا " و "غير موافق" فيما يخص السؤال المطروح عليهم بمعنى إن وسائل الإعلام لا تساعد على تجاوز بعض السلوكيات السلبية.

فعند جمع نسبتي 'غير موافق جدا " و "غير موافق " بالنسبة لسلوك عدم الاهتمام بالدراسة نجد أن النسبة مرتفعة جدا 88%. وبخصوص إهمال الفرائض الدينية فقد كانت النسبة 82%، ثم يليه عدم احترام الأهل بنفس النسبة أي 82%، ثم يليه التدخين بنسبة 78% أما القيمة الدنيا فسجلت بالنسبة لإهمال العمل بنسبة 70%.

وعليه نستنتج من القراءة الأولية للنتائج أن أغلبية المبحوثين لا يعتقدون أن استعمال وسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها تساعد على تجاوز بعض السلوكيات السلبية .

استنتاجات:

إن وسائل الإعلام لا تساعد الشباب على تجاوز السلوكيات السلبية إذا كانت هذه الأخيرة موجهة بالقيم وتحدث في البيئة الاجتماعية التي ينتمي إليها الشباب ويعيشون فيها .

فما يمنع من القيام بهذه السلوكيات هي المؤسسات الاجتماعية، وليست وسائل الإعلام، وهذا يؤكد افتراضنا إن سلوكيات الشباب الجزائري موجهة بالقيم التي مصدرها المعتقد وبالمعايير التي استدمجوها بفعل عوامل التنشئة المختلفة، وتبقى مؤسسات التنشئة الاجتماعية هي المحدد الرئيسي لتصرفات الشباب البيئة الاجتماعية وخاصة الأسرة.

حالات

الـخاتمة

عرضنا في الفصل السابق لدراستنا التي حملت عنوان (أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب جامعة الوادي أنموذجا).

وكان تطبيقها على شباب جامعة الوادي ,وقد توصلت إلى عدد من النتائج هي:

-إن أغلبية المبحوثين الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها لا يساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم .

-أعلى نسبة من الشباب لا تتفق مع أن وسائل الإعلام تساعدهم على الالتزام الديني و أغليبتهم لا يوافقون على أن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط بقيمة الطموح.

-إن وسائل الإعلام لا تقوم بتغيير قيم الشباب مثل ما يعتقد البعض وإنما تقوم بدور مكمل بدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأسرة و المدرسة والجماعات الأولية والمسجد.

-إن أغلبية المبحوثين لا يعتقدون أن وسائل الإعلام تساعدهم على تجاوز بعض السلوكيات السلبية .

ولا نفوتنا الإشارة إلى أن لهذه الدراسة حدود ولا ندعي أننا اجبنا عن السؤال الكبير المتعلق بقيم الشباب وسلوكياتهم والصلة بوسائل الإعلام ,ولا نعتقد أننا توصلنا إلى معرفة كل ما يفكر فيه الشباب حقيقيا

والله اعلم

قائمة المصادر

والمراجع

المراجع

1. إبراهيم إمام .دراسة في الفن الصحفي ط4 القاهرة مكتبة الانجلو المصرية 1971
2. إبراهيم فريد الدر ,الأسس البيولوجية لسلوك الإنسان .منشورات الافاق الجديدة بيروت ط1 1403 1983 .
3. احمد الجلال ,دراسات بينية في التنمية والإعلام السياحي المستدام .القاهرة عالم الفكر 2003.
4. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد الاتصال ونظرياته المعاصرة الدار المصرية اللبنانية ط4 2003.
5. د/ مجدي احمد محمد عبد الله مقدمة في سيكولوجية الاتصال والإعلام .دار المعرفة الجامعية ط2008 1429 كلية الأدب الإسكندرية .
6. د/حلمي المليحي علم النفس المعاصر .دار النهضة العربية للطباعة والنشر بيروت ط2,1972.
7. د/خير الدين علي عويس دم م عطا حسين عبد الرحيم ,الإعلام الرياضي , الجزء الأول مركز الكتاب للنشر ط1 1998م .
8. د/عبد الحي علي محمود , بن عبد الله الجغيمان ,علم النفس التربوي مركز التنمية الأسرية ,دبلوم الإرشاد الأسري المعتمد بمركز التدريب وخدمة المجتمع بكلية المعلمين بجامعة الملك فيصل ط1 1429 2008,
9. سهيل كمال احمد والتوجيه والإرشاد مركز الإسكندرية للكتاب 2000.
10. عبد الستار إبراهيم .السلوك الإنساني بين النظرة العلمية والنظرة الدارجة في محمد فرغلي فراج وآخرون السلوك الإنساني ,نظرة علمية ,دار الكتب الجامعية .
11. عبد الله الرشدان ,علم الاجتماع التربوية, القاهرة دار الشروق للنشر والتوزيع 1990.

12. عدنان يوسف العتوم ,علم النفس الاجتماعي ,مكتبة الجامعة الشارقة اثراء للنشر والتوزيع الأردن ط11 . 2009.
13. فخري لدباغ ,السلوك الإنساني الحقيقة والخيال ط12, 15 يوليو 1986.
14. ماجد زكي الجلال ,تعلم القيم وتعليمها .عمان دار الميسرة للنشر والتوزيع ط1 2007.
15. محمد جاسم فليحي الموسوي. نظريات الإعلام والاتصال الجماهيري مقرر في الفصل الثاني. مرحلة الماجستير. قسم الإعلام والاتصال .
16. محمد مصطفى زيدان النمو النفسي للطفل والمراهق ونظريات الشخصية ,دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة جدة ط 1990.
17. منى كشك ,القيم الغالبة في الإعلام ,السودان ,دار فرحة للنشر والتوزيع 2003.

الأطروحات والرسائل :

- 1.فايزة بنت احميد الصاعدي ,إسهام بعض البرامج الدينية في قناة المجد في تحقيق أهداف التربية الإسلامية وبحث مكمل لنيل درجة الماجستير بكلية التربية الإسلامية .جامعة أم القرى بمكة المكرمة 1428/1429هـ.
- 2.صفاء بنت حسين جميل العشري الآثار الايجابية والسلبية المترتبة على اقتناء واستخدام أجهزة الاتصال وعلاقتها بإدارة الدخل المالي للأسرة .رسالة مقدمة إلى قسم السكن وإدارة النزل ضمن متطلبات الحصول على الماجستير في الاقتصاد المنزلي .مكة المكرمة جامعة أم القرى 1429 / 2008.
- 3- السعيد بومعيزة ،أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب .دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال كلية العلوم السياسية والإعلام.
- 4-بورحلة سليمان، اثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعين وسلوكياتهم .دراسة ميدانية مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال كلية العلوم

السياسية والإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر بن يوسف بن خده
2007-2008.

5- محمد الفاتح حمدي، استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساتها
على قيم الشباب الجامعي مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في تخصص دعوة وإعلام
جامعة الحاج لخضر باتنة ، 1429/1430 الموافق لـ: 1429/2008.

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

7-فايزة بنت حميدان الصاعدي إسهام بعض البرامج الدينية في قناة المجد الفضائية في
تحقيق أهداف التربية الإسلامية بحث مكمّل لنيل درجة الماجستير بكلية التربية الإسلامية
جامعة أم القرى بمكة المكرمة 1428/1429.

المجلات :

1-عبد الله بوجلل اثر مشاهدة التلفزيون على القيم الثقافية والاجتماعية لدى الأطفال
مجلة المعيار قسنطينة كلية الشريعة الأمير عبد القادر العدد7 ديسمبر 2003.

2-زهير احداث مجلة الدراسات الإعلامية القديمة المعاصرة دورية أكاديمية حضارية
محكمة العدد 2 المجلد1 السنة 2012 دار الو رسم للنشر والتوزيع .

المعاجم :

1-عصام نور الدينية، معجم الوسيط عربي عربي ،بيروت ،دار الكتب العلمية 2005.

ملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الوادي

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

فرع العلوم الإسلامية

تخصص دعوة وإعلام واتصال

استمارة استبيان ضمن دراسة بعنوان

أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب

جامعة الوادي أنموذجا

بعد التحية والتقدير،

هذه استمارة خاصة ببحث علمي ميداني لتحضير شهادة ليسانس حول موضوع :

«أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بجامعة

الوادي». فالرجاء منكم القراءة المتأنية للأسئلة والإجابة عنها حسب رأيك الخاص.

المعلومات المقدمة من طرفكم لن تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي .

ملاحظة :

1-ضع إشارة (√) في الخانة المراد الإجابة عنها .

2-لا تجيب إلا على الأسئلة التي تعنيك بصفة مباشرة

3-لا تذكر الاسم .

إشراف الدكتور:

من إعداد الطالبات:

١.د عبد الرحمان تركي

- الحاجة درام

- سمية عبد الباري.

- منال برتيمة.

أسئلة خاصة بالتلفزيون :

1_هل تشاهد برامج التلفزيون؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كان الجواب نعم يسأل :

2_ماهي القنوات التلفزيونية التي تشاهدها أكثر(رتب الإجابات حسب الأولوية):

القنوات الجزائرية ☐ القنوات العربية ☐ القنوات الأجنبية ☐

3 _ماهي البرامج التي تشاهدها وتنال اهتمامك أكثر في القنوات التلفزيونية؟

(رتب البرامج التي تشاهدها فقط حسب الأولوية ,تعطي رقم 1للبرنامج الذي ينال اهتمامك في المرتبة الأولى ورقم 2 للبرنامج الذي يأتي في المرتبة الثانية وهكذا....)

أ-القنوات التلفزيونية الجزائرية :

الرياضية ☐ الأفلام ☐ الإخبارية ☐
الثقافية ☐ الترفيه ☐ الدينية ☐

ب-القنوات التلفزيونية العربية:

الرياضية ☐ الأفلام ☐ الإخبارية ☐
الثقافية ☐ الترفيه ☐ الدينية ☐

ج-القنوات التلفزيونية الأجنبية:

الرياضية ☐ الأفلام ☐ الإخبارية ☐
الثقافية ☐ الترفيه ☐

4_ماهو مقدار الوقت الذي تقضيه يوميا في مشاهدة التلفزيون ؟

أ-القنوات التلفزيونية الجزائرية:

ساعة ☐ حوالي الساعتين ☐ أكثر من ساعتين ☐

ب-القنوات التلفزيونية العربية :

ساعة ☐ حوالي الساعتين ☐ أكثر من ساعتين ☐

ج-القنوات التلفزيونية الأجنبية:

ساعة ☐ حوالي الساعتين ☐ أكثر من ساعتين ☐

5_ ماهي أوقاتك المفضلة لمشاهدة القنوات التلفزيونية:?

أ-القنوات التلفزيونية الجزائرية :

في الصباح ☐ في الظهيرة ☐ في المساء ☐ في السهرة ☐ ليس لي وقت ☐ مفضل

ب- القنوات التلفزيونية العربية :

في الصباح ☐ في الظهيرة ☐ في المساء ☐ في السهرة ☐ ليس لي وقت ☐ مفضل

ج-القنوات التلفزيونية الأجنبية:

في الصباح ☐ في الظهيرة ☐ في المساء ☐ في السهرة ☐ ليس لي وقت ☐ مفضل

6-هل تشاهد التلفاز لوحده أم مع غيرك؟

أ-القنوات التلفزيونية الجزائرية :

لوحده ☐ مع الأسرة ☐ مع الأصدقاء ☐

ب- القنوات التلفزيونية العربية :

لوحده ☐ مع الأسرة ☐ مع الأصدقاء ☐

ج-القنوات التلفزيونية الأجنبية:

لوحده ☐ مع الأسرة ☐ مع الأصدقاء ☐

أسئلة خاصة بالإذاعة

1- هل تستمع لبرامج الإذاعة؟:

☐ نعم ☐ لا

إذا كان الجواب نعم يسأل:

2- ماهي المحطات الإذاعية التي تستمع إليها وتنال اهتمامك أكثر في المحطات الإذاعية؟

أ- المحطات الإذاعية الجزائرية :

☐ الرياضية	☐ الإخبارية	☐ الدينية
☐ الثقافية	☐ الترفيه	

ب- المحطات الإذاعية العربية :

☐ الرياضية	☐ الدينية	☐ الإخبارية
☐ الثقافية	☐ الترفيه	

ج- المحطات الإذاعية الأجنبية:

☐ الرياضية	☐ الإخبارية
☐ الثقافية	☐ الترفيه

4- ماهو مقدار الوقت الذي تقضيه يوميا في الاستماع للإذاعة؟ :

أ- المحطات الإذاعية الجزائرية :

☐ ساعة	☐ حوالي ساعتين	☐ أكثر من ساعتين
-------------------------------	---------------------------------------	---

ب- المحطات الإذاعية العربية :

☐ ساعة	☐ حوالي ساعتين	☐ أكثر من ساعتين
-------------------------------	---------------------------------------	---

ج- المحطات الإذاعية الأجنبية:

☐ ساعة	☐ حوالي ساعتين	☐ أكثر من ساعتين
-------------------------------	---------------------------------------	---

5- ماهي أوقاتك المفضلة للاستماع للإذاعة؟ :

أ-المحطات الإذاعية الجزائرية :

في الصباح ☐ في الظهيرة ☐ في المساء ☐ في السهرة ☐ ليس لي وقت مفضل ☐

ب-المحطات الإذاعية العربية :

في الصباح ☐ في الظهيرة ☐ في المساء ☐ في السهرة ☐ ليس لي وقت مفضل ☐

ج-المحطات الإذاعية الأجنبية:

في الصباح ☐ في الظهيرة ☐ في المساء ☐ في السهرة ☐ ليس لي وقت مفضل ☐

6-هل تستمع للمحطات الإذاعية لوحدهم ام مع غيرك؟:

أ-المحطات الإذاعية الجزائرية:

لوحدهم ☐ مع الأسرة ☐ مع الأصدقاء ☐

ب-المحطات الإذاعية العربية :

لوحدهم ☐ مع الأسرة ☐ مع الأصدقاء ☐

ج-المحطات الإذاعية الأجنبية:

لوحدهم ☐ مع الأسرة ☐ مع الأصدقاء ☐

أسئلة خاصة بالجرائد:

1- هل تطالع الجرائد:؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كان الجواب نعم يسأل:

2- ما هي الجرائد التي تطلع عليها أكثر (رتب الإجابات حسب الأولوية)

الجرائد الجزائرية ☐ الجرائد العربية ☐ الجرائد الأجنبية ☐

3- ماهي المواضيع التي تنال اهتمامك أكثر في الجرائد:

أ الجرائد الجزائرية :

الرياضية ☐ الثقافية ☐ الإخبارية ☐ الترفيه ☐
الدينية ☐ الفن ☐

ب الجرائد العربية

الرياضية ☐ الثقافية ☐ الإخبارية ☐ الترفيه ☐
الدينية ☐ الفن ☐

ج الجرائد الأجنبية:

الرياضية ☐ الثقافية ☐ الإخبارية ☐ الترفيه ☐
الفن ☐

أسئلة خاصة بالانترنت:

1- هل تستعمل الانترنت ☐ نعم ☐ لا

إذا كان الجواب نعم يسأل:

2- في أي مكان تستعمل الانترنت :

المنزل ☐ المقهى الافتراضي ☐ مؤسسة تعليمية ☐

3- ما هي أوقاتك المفضلة لاستعمال الانترنت:

في الصباح ☐ في الظهيرة ☐ في المساء ☐ في السهرة ☐ ليس لي وقت مفضل ☐

4- هل تستعمل الانترنت من اجل :

البحث العلمي ☐ الدردشة ☐ إرسال الرسائل ☐ الألعاب ☐ الموسيقى ☐
الأخبار ☐

تَعْرِجُ بِحَمْدِ اللَّهِ