جامعة يحي فارس المدية

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الجزائرية و انعكاساتها على هوية الشباب الجزائري

(القناة الجزائرية السادسة الشبابية نموذجا)

دراسة مسحية لعينة من طلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية بالقليعة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص : سمعي بصري

من اعداد الطالب :

عبد النور بوشمان

اشراف الاستاذ :

د / إبراهيم سعد الشاكر فزاني

السنة الجامعية : 2023/2022

شكر وتقدير

قال رسول الله صلى عليه وسلم " لا يشـكر الله من لا يشـكر الناس "رواه أبوداود

أول ما أستهل به الكلام هو الصلاة والسلام على محمد وعلى آله وصحبه وسلم

الشكر كل الشكر لله تبارك وتعالى وأحمده حمدا كثيرا على توفيقه لي في إكمال هذه المذكرة

كما

اتقدم بجزيل الشكر إلى أستاذي الدكتور " إبراهيم سعد شاكر فزاني " الذي أنار دربي في البحث والعلم،

وبما قدمه لي من نصائح وتوجيهات ، فكان مثالا للجد والعمل

كما أتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير إلى كافة أساتذة قسم علوم الإعلام و الاتصال

على ما أسدوه لي من معلومات ومساعدات في فترة دراستي

وفي الأخير أشكر كل من ساهم في كتابة هذا البحث وساعدني من قريب أو

من بعيد لإخراج هذه المذكرة الى النور.

إهـــــداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد

الحمد لله الذي وفقني لتثمين هذه الخطوة في مسيرتي الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضله تعالى مهداة إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأدامهما نورا لدربي.

والى الزوجة الكريمة .

و الى بناتي

مـلاك * أســيل * ألاء

وإلى كل الإخوة و الأخوات.

و إلى جميع زملائي في الجامعة و إلى كل أساتذتي وخاصة الأستاذ إبراهيم سعد شاكر فزاني الذي كان له الفضل في هذا النجاح.

إلى كل من كان لهم أثر على حياتي ،وإلى كل من أحبهم قلبي ونسيهم قلمي.

عبد النور

ملخص الدراسة :

دراسة موضوع المضامين الثقافية في البرامج التلفزيونية الجزائرية و انعكاساتها على هوية الشباب الجزائري ، يهدف إلى الكشف عن انعكاسات مشاهدة التلفزيون الجزائري خصوصا القناة السادسة الشبابية على الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري، من خلال طرح الإشكالية : **كيف تساهم المضامين الثقافية لبرامج القناة الجزائرية السادسة الشبابية في الحفاظ على الهوية الثقافية للشباب الجزائري ؟**

وتندرج ضمن هذه الإشكالية عدة تساؤلات نذكر منها:

01- ماهي عادات و أنماط مشاهدة برامج القناة الجزائرية السادسة الشبابية لدى طلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية ؟

02- ماهي حاجات و دوافع إقبال طلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية على البرامج الثقافية ؟

03-كيف ساهمت القناة الجزائرية السادسة الشبابية في ترسخ هوية الشباب الجزائري؟

وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي كمنهج للدراسة .

شملت محاور الدراسة أربع محاور : المحور الأول يخص البناء المنهجي للدراسة، أما المحور الثاني يتمحور حول التلفزيون من تعريفات و خصائص، وفي المحور الثالث الهوية الثقافية وأسسها، أما بالنسبة للمحور الرابع والأخير حاولنا معرفة كيف تساهم المضامين الثقافية لبرامج القناة الجزائرية السادسة الشبابية في الحفاظ على الهوية الثقافية للشباب الجزائري .

-**الكلمات المفتاحية : الهوية الثقافية، التلفزيون، الهوية، الشباب الجامعي .**

Résumé de l'étude :

Étudier le thème des valeurs culturelles dans les programmes télévisuels algériens et leurs répercussions sur l'identité de la jeunesse algérienne, vise à révéler les implications de regarder la télévision algérienne, en particulier la sixième chaîne jeunesse, sur l'identité culturelle de la jeunesse algérienne, en posant le problème : Comment le contenu culturel des programmes de la sixième jeunesse algérienne contribue-t-il à préserver l'identité culturelle de la jeunesse algérienne ?

Plusieurs questions relèvent de ce problème, notamment :

01- Quelles sont les habitudes et habitudes de visionnage des programmes de la sixième chaîne jeunesse algérienne chez les étudiants de l'Ecole Supérieure de Commerce ?

02- Quels sont les besoins et les motivations des étudiants de la Graduate School of Business qui suivent les programmes culturels ?

03- Comment la Sixième chaîne jeunesse algérienne a-t-elle contribué à la consolidation de l'identité de la jeunesse algérienne ?

La méthode analytique descriptive a été utilisée comme méthode d'étude.

Les axes de l'étude comprenaient quatre axes : le premier axe porte sur la construction méthodologique de l'étude, tandis que le deuxième s'articule autour de la télévision en termes de définitions et de caractéristiques, et dans le troisième axe l'identité culturelle et ses fondements, comme pour le quatrième et dernier axe, nous avons cherché à savoir comment les contenus culturels des programmes de la sixième chaîne jeunesse algérienne contribuent à préserver l'identité culturelle de la jeunesse algérienne.

Mots clés : identité culturelle, télévision, identité, jeunesse universitaire

مقدمة

مقدمة :

بعد التطورات التي شهدها العالم عبر مختلف وسائله من تلفزيون و انترنت و إذاعة وغير ذلك من الوسائل العالمية حيث أصبح الإنسان لا يستطيع العيش بمعزل عن مختلف هذه الوسائل ، وذلك بهدف الاتصال بأفراد المجتمع في مختلف الميادين الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية.

حيث بدأ البث الفضائي كإحدى وسائل الاتصال الجماهرية مسيرته مع بداية القرن العشرين و التي اصبحت اليوم أحد مستلزمات العالم الحديث لما تقوم به من دور فعال فالدعاية السياسية و الاشهار و السينما وغيرها ، حيث يعتبر ظهور التلفزيون على الساحة العالمية مساهما و بشكل كبير في نقل المعلومات والأخبار باختلاف أنواعها في شتى أنحاء العالم حيث ساهمت بدورها في ظهور القنوات التلفزيونية المحلية على كافة أنحاء العالم بعدد التنوع الثقافي الذي يتضمنه المجتمع حيث أصبح لكل دائرة اجتماعية و ثقافية محطة تلفزيونية خاصة بها.

فظهور القنوات التلفزيونية العمومية ساهم في إبراز الخصائص الثقافية لكل منطقة باعتبار ان طبيعة برامجها مستمدة من ثقافة تلك المنطقة , و بهذا فمختلف هذه الوسائل جعلت من الانتشار الثقافي و العالم الثقافي أمرا ميسورا و صارت الجماعات تتابع الأحداث و البرامج الثقافية في كل مكان على الأرض بيسر و سهولة فأصبح المجتمع البشري له القدرة على الاطلاع على مختلف الأحداث بفضل توفر هذه الوسائل العالمية التي تختصر الزمن و المسافات الكبيرة يضاف إلى ذلك قلة التكاليف المادية لإعداد المواد الإعلامية و البرامج و كما أنها وسيلة فعالة تؤدي وظيفتها في نقل المعلومات و نشرها .

فالتلفزيون المحلي له دور هام في نقل و ترويج مختلف البرامج الثقافية والحث على التنشئة الاجتماعية والعلمية والفكرية من أجل التثقيف و التزود بالرصيد المعرفي و الفكري و كما أن البرامج الثقافية تؤثر في التكوين الثقافي و المعرفي للفرد و الجماعة و يمكن أن تزودهما بالثقافة من برامج أخرى فليس شرط أن تكون البرامج الثقافية هي الوحيدة التي تزود المتلقي بالثقافة فكل برنامج يقدم معلومة جديدة ، ولدراسة هذا الموضوع الذي يحمل عنوان : القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الجزائرية و انعكاساتها على هوية الشباب الجزائري تم وضع الخطة الآتية :

اولا : الإطار المنهجي للدراسة والذي يضم اشكالية الدراسة و تساؤلاتها الرئيسية الفرعية و ثم اسباب اختيار موضوع الدراسة سواء الأسباب الذاتية او الموضوعية بعدها تطرقنا الى اهمية الدراسة و اهدافها تليها الدراسات السابقة ثم نوع الدراسة و منهجها بالإضافة الى تحديد المفاهيم و المصطلحات ثم قمنا

بتحديد مجالات الدراسة منها المجال المكاني و البشري و كذا الخلفية النظرية و اخيرا الى ادوات جمع البيانات

ثانيا : الإطار النظري حيث قسمناه الى فصلين ، الفصل الاول : تطرقنا فيه الى التلفزيون حيث ينقسم بدوره الى ثلاث مباحث ، المبحث الاول بعنوان ماهية التلفزيون ويشمل هذا المبحث تعريفات للتلفزيون ، ثم المبحث الثاني بعنوان خصائص التلفزيون و يشمل الخصائص و اهميته ثم المبحث الثالث بعنوان وظائف التلفزيون و يشمل وطائف التلفزيون و كذا البرامج التلفزيونية و انواعها.

والفصل الثاني : بعنوان الإطار المفاهيمي و النظري للقيم ويحتوي على ثلاث مباحث و تنطوي علي المحث الاول بعنوان ماهية القيم الثقافية حيث يشمل مفهوم القيم و خصائصها وكذا تطرقنا الى وظائف القيم و تصنيفاتها في المبحث الثاني و في المبحث الثالث الهوية الثقافية حيث تضمن المبحث مفهوم الهوية و مفهوم الثقافة و اهميتهما .

ثالثا : الاطار التطبيقي للدراسة فيحتوي على مبحثين ، المبحث الاول نبذة تعريفية حول القناة الجزائرية السادسة الشبابية و تعريف مدرسة الدراسات العليا التجارية ، وفي المبحث الثاني عرض البيانات و تحليلها و تفسيرها حسب محاور الاستبيان ثم نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة و اخيرا النتائج العامة للدراسة .

وعينة الدراسة.

الإطار المنهجي

1- تحديد وصياغة الإشكالية
2- أهمية الدراسة.
3- أسباب اختيار الموضوع
4- أهداف الدراسة
5- الفرضيات
6- تحديد المفاهيم
7- منهج الدراسة
8- مجتمع البحث وعينة الدراسة
9- ادوات جمع البيانات
10- المقاربة النظرية
11- الدراسات السابقة

1- الاشكالية :

يشهد العالم حاليا عدة تطورات في مجال البحث العلمي المتعلق بالإعلام و الاتصال خاصة بظهور التكنولوجيات الحديثة التي اقتحمت مختلف نواحي الحياة وأثرت على معظم النشاطات ، ومكنت من تطوير الحضارة الإنسانية ورقي الجنس البشري هذا من جهة ، ومن جهة أخرى أدت إلي سقوط الحواجز الثقافية والاتصالية بني شعوب العالم، وتحول العالم إلى قرية كونية ، وفي وقتنا الراهن يعتبر التلفزيون من أقوى والوسائل التي فرضت نفسها في الساحة الإعلامية، لأنه أصبح يؤثر على وعي المتلقي من اطفال و شباب و نساء و رجال ويشارك في التكوين الثقافي للمجتمعات، حيث أضحت دول العالم بصفة عامة والدول العربية خاصة تواجه مشكلة في التعايش والتفاعل مع هذا الواقع، وهذا ما دفع هذه الدول بما فيها الجزائر إلى دخول ميدان البث الفضائي من خلال إنشاء قنوات فضائية تحاول قدر الإمكان أن تطرح مواضيع وحصص وبرامج تتناسب مع ذاتيتها الثقافية، لذا عمد التلفزيون الجزائري استخدام قنواته الفضائية ومنها الجزائرية السادسة الشبابية معتمدا في ذلك على تقنيات إنتاج وعرض تلفزيوني حديثة من أجل تقديم محتوى اعلامي يرتبط بقيم المجتمع وثقافته وهويته ومساحته الحضارية ، وفي نفس الوقت جذب أكبر قدر ممكن من جمهور المشاهدين خاصة فئة الشباب وانطلاقا مما سبق يمكننا طرح الإشكالية التالية:

كيف تساهم المضامين الثقافية لبرامج القناة الجزائرية السادسة الشبابية في الحفاظ على الهوية الثقافية للشباب الجزائري ؟

ومن خلال التساؤل الرئيسي نطرح التساؤلات الفرعية الآتية :

02- ماهي عادات و أنماط مشاهدة برامج القناة الجزائرية السادسة الشبابية لدى طلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية ؟

02- ماهي حاجات و دوافع إقبال طلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية على البرامج الثقافية ؟

03-كيف ساهمت القناة الجزائرية السادسة الشبابية في ترسخ هوية الشباب الجزائري؟

2- أهمية الدراسة :

من خلال الإشكالية المطروحة أعلاه، نستطيع بناء تصور حول أهمية هذه الدراسة سواء من الناحية العلمية أو الأكاديمية، وذلك من خلال النقاط التالية:

ظاهرة الحضور المكثف للبرامج الثقافية، وغزوها البيوت الجزائرية عبر القنوات الفضائية (الهوائيات المستقبلة من الأقمار الصناعية) وما لها من تأثيرات لا تتوافق في غالب الأحيان مع طبيعة مجتمعنا المادية والفكرية، أمر يستحق ويستدعي إلقاء الضوء عليه، من خلال الدراسات والأبحاث خاصة الأكاديمية منها.

إن هذه الدراسة تتناول شريحة اجتماعية مهمة في تركيبة أي مجتمع ألا وهي الشباب، وهناك حاجة إلى دراسة ما يمكن أن يطرأ على هذه الفئة من تغيرات فكرية وثقافية، جراء هذا المد الإعلامي الكبير .

إلقاء الضوء على مساهمة المضامين في البرامج التلفزيونية على انتماء شبابنا الثقافي والتأثيرات التي من شأنها أن تجر بنية هويته الثقافية إلى الهامش، وبالتالي تحويل هذا الشباب من مصدر قوة وإنتاج وعطاء، إلى معول هدم وتدمير داخلي لمجتمعنا .

نقص وندرة الدراسات والمؤلفات التي تتناول موضوع الهوية الثقافية الجزائرية بشكل أكثر دقة وتوسع وشمول في ظل التطورات والتغيرات الإعلامية الحاصلة خاصة تلك التي شهدها العقد الأخير من القرن العشرين لها.

ثم إن نتائج هذه الدراسة ستكون بمثابة إضافة و مرجع يساهم في إثراء مكتبة البحث العلمي عامة و بحوث الإعلام و الاتصال خاصة، و كذا انطلاقة الأبحاث و دراسات أخرى الباحثين و معالجتهم بنفس الموضوع من زوايا أخرى.

3- أسباب اختيار الموضوع :

تعد عملية اختيار الموضوع من أصعب المراحل بالنسبة للباحث ، بحيث يساهم في اثراء المجال المعرفي وهذه المرحلة تتطلب أسباب لدى الباحث حيث أن اختيار الموضوع يخضع بشكل كبير إلى اهتماماته وميوله واستعداداته لدراسة ، وعلى ضوء هذا يمكن أن تندرج الأسباب اختيار الموضوع على النحو التالي :

- الميل الشخصي .
- التعرف على أهمية ومدى تأثير البرامج الثقافية للقناة السادسة على الشباب.
- معرفة النتائج المترتبة عن مشاهدة القناةالجزائرية السادسة الشبابية على الشباب.
- قلة الدراسات الأكاديمية المتعلقة بموضوع بحثنا.
- محاولة معرفة مكانة البرامج الثقافية في اجندة القناة السادسة الشبابية

- الرغبة في رصد تأثير البرامج الثقافية على الهوية الثقافية للشباب .

4- أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

- التعرف على عادات مشاهدة الشباب الجزائري للبرامج الثقافية المعروضة في القناة السادسة الشبابية.

- معرفة انعكاسات مشاهدة الشباب الجزائري للبرامج الثقافية المعروضة في القناة السادسة الشبابية على الهوية الثقافية لهذه الفئة حسب ما تحمله الأخير من اتجاهات نحو هويتها الثقافية ،

- معرفة العوامل المساعدة في الحفاظ على الهوية الثقافية للشباب الجزائري من خلال البرامج الثقافية المعروضة في القناة السادسة الشبابية.

5- الفرضيات:

الفرضية هي عبارة عن فكرة مبدئية، تربط بين الظاهرة موضوع الدراسة والعوامل المرتبطة أو المسببة لها كما أنها عبارة عن إجابة مؤقتة واحتمالية لسؤال مطروح في إشكالية البحث، ويخضع للاختبار سواء عن طريق الدراسة الميدانية، وللفرضية علاقة مباشرة بنتيجة البحث، بمعنى أن الفرضية هي الحل لإشكالية كونت مشكلة .[1]

الفرضية الرئيسية:

- تساهم البرامج المعروضة في القناة السادسة الشبابية ذات المضامين الثقافية التي يشاهدها الطالب الجامعي على عناصر هويته الثقافية .

ونكشف عن هذه الفرضية العامة بالفرضيات الآتية:

الفرضيات الفرعية :

الفرضية الأولى :

[1] - رشيد زرواتي ،**تدريبات على المنهجية البحث في العلوم الاجتماعية** ، دار الهدى للنشر ، ط3، الجزائر 2008 ص 145 .

- استمد الطالب قيم ومعايير جديدة من خلال مشاهدته للبرامج الثقافية ونكشف عن ذلك بالمؤشرات التالية:
- التواصل الثقافي والمجتمعي .
- نمو قيم التفتح على الأخر ومواكبة العادات و الانماط الحديثة .

الفرضية الثانية :

- تساهم اللغة في برامج القناة السادسة الشبابية على طرح موضوع الهوية الثقافية ونكشف عن ذلك بالمؤشرات التالية :
- ضعف وتدهور استخدام اللغة العربية بين الشباب الجامعي .
- اكتساب لغات جديدة .
- ظهور لغات هجينة .

6- تحديد المفاهيم الأساسية :

يعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراسته وبحوثه العلمية ' وخاصة إذا كانت ذات طبيعة اعلامية ' والمفاهيم التي نود التوقف عليها باختصار لا تعد سوى جملة من المفاهيم المكونة لعنوان الدراسة[1]، وانطلاقا من ذلك سوف يتم عرض المفاهيم :

الأثر :

لغة : أي تقديم الشيء' يقال فيه تأثير وترك فيه الأثر أي ترك علامة يعرف بها ' والمقصود بالأثر ما يترتب على الشيء وهوما يسمى الحكم ' كما إذ أضيف الأثر إلى الشيء فيقال : أثر العقد ' أثر الفسخ ' أي الأحكام والنتائج المترتب عليها[2] .

اصطلاحا :

هو ذلك التغير الذي يحدث جراء سلوك الاتصالي للمستخدم مع وسيلة ، ومع توفره له من خدمات ومحتوى هذا في جانبه الايجابي والسلبي ضمن السياق الذي يوجد فيه الفرد[1].

---

[1]- موريس أنجرس ، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية** ، دار القصبة للنشر والتوزيع ، تر: سعيد سبعون وآخرون ط1،، الجزائر 2004، ص 158.

[2]- عبد المنعم الخفي ، **معجم الشامل للمصطلحات الفلسفية** ، مكتبة مدبولي للنشر ، مصر 2000، ص 177 .

الأثر هو نتيجة شيء قد وقع يلفت الانتباه الفرد وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة بحيث تجعله يكون اتجاهات جديدة ' أو يعدل اتجاهات القديمة.

إجرائيا :

نقصد بالأثر في هذه الدراسة ما ينتج عن الاتجاهات، والسلوكيات، والأفعال سواء على مستوى المعرفي أو الوجداني والسلوكي عند الطلبة جراء العلاقات التفاعلية بينهم وبين التلفزيون، بحيث يستخدمون هذه الوسيلة لأسباب عديدة تتعلق بالبيئة و تكوينيهم الاجتماعي والثقافي وحتى العلمي وهذا وفقا لما تحمله من محتويات ومدى قدرتهم على إشباع حاجاتهم النفسية المختلفة .

التلفزيون :

لغة: مكون من مقطعين Télé و معناه عدن بعد ، و Vision و معناه الرؤية أي هو الرؤية عن بعد

اصطلاحا: هو وسيلة اتصال سمعية بصرية تعتمد أصلا على الصورة ،والصورة فدي التلفزيون ليست كالصورة الفوتوغرافية أو الصورة السينمائية فهي كما هو معروف تتكون من مجموعة مرسومة من النقاط الضوئية تظهر على الشاشة بواسطة شعاع إلكتروني و كلما ازداد عدد النقط زادت الصورة الفنية الثابتة في تكوين وتغير مستمر تفصل بقدر تزايد عدد النقط الراسمة بفضل مشط إلكتروني ناعم جدا.

إجرائيا: هو وسيلة اتصال سمعية بصرية تعمل على نقل الصوت و الصورة و الحركة عبر موجات كهرومغناطيسية فدي رن واحدد باستعمال الأقمار الصناعية، يحمل معلومات فدي شتى الميادين (ثقافية، رياضية، سياسية ،اقتصادية و غيرها) تهدف إلى إعلام و إخبار الناس و تزويدهم بالأخبار الصحيحة.

الهوية :

لغة : مشتقة من ضمير هو، ومعناها صفات الإنسان وحقيقته وأيضا تستخدم للإشارة إلى المعالم والخصائص التي تتميز بها الشخصية الفردية[2]، والهوية معناها جوهر الشيء وحقيقته.

اصطلاحا:

---

[1]– عبد العني عماد، **سيوسيولوجيا الثقافة من الحداثة إلى العولمة** ، مركز دراسات الوحدة العربية ،ط1، بيروت ، 2000، ص81 .

[2]– مدكور إبراهيم ، **المنجد في اللغة وإعلام** ، ،دار المشرق للنشر ،ط1،بيروت ،2000، ص 75 .

في التراث الفكري والعربي هناك تعريفات كثيرة للهوية، بحيث عرفها الجرجاني في كتابه "ذائع الصيت": هي الحقيقة المطلقة المشتملة على الحقائق والأمر متعلق من حيث امتيازه الاختيار.

– والهوية عند ابن الرشد هي الاسم الموجود .[1]

– أما في معجم العلوم الاجتماعية : الهوية هي تحديد المميزات الشخصية للفرد من خلال المقارنة حالته بالخصائص الاجتماعية العامة .[2]

– فالهوية حيز يشغله الفرد في بيئة اجتماعية، فهي الإحساس بالانتماء والتعلق بالجماعة وعليه فالقدرة على إثبات الهوية مرتبطة بوضعية التي تحتلها الجماعة في المنظومة الاجتماعية ونسق العلاقات الاجتماعية.[3]

إجرائيا :

تعني الهوية هي الوعي الذات الثقافية والاجتماعية، كما أنها مجموعة من المميزات التي يمتلكها الأفراد تجعلهم يحققون صفة التفرد عن غيرهم والشعور بالانتماء إلى الجماعة، بحيث يشارك في منظومة القيم والاتجاهات.

الثقافة :

لغة : قالوا ثقف الشيء، ثقف الرجل ثقافة أي سار حادق، وتعني الثقافة أيضا كل ما فيه من استشارة الذهن وتهذيب الذوق، وتنمية الملكة النقد لفرد والمجتمع.

وكلمة الثقافة تعني كلمة عربية أصيلة تعني الهم وإدراك والمهارة وتسوية الإنسان فكريا، ووجدانيا وتقويم سلوكه.[4]

---

[1]– قاسم رياض زكي، **الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر**، مركز الدراسات الوحدة العربية للطباعة، بيروت، 2010 ،ص 24 .

[2]– أحمد زكي بدوي **معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية**، مكتبة لبنان للنشر، ط1، لبنان ، 1998 ص 190 .

[3]– العربي ولد خليفة، **المسالة الثقافية وقضايا الإنسان والهوية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2013 ص 09 .

[4]– خضير شعيان ، **مصطلحات الاعلام والاتصال**، دار لسان العرب ، ط1، الجزائر ، 2008، ص 184.

اصطلاحا: لعل أقدم تعريف للثقافة وأكثرها شيوعا الذي وضعة العالم البريطاني ادوارد تايلور: هي ذلك المركب يشمل المعرفة، المعتقدات، الفنون، القانون، الأخلاق، العادات، العرف وأي قدرات أخرى تكتسبه الانسان بصفته عضوا في المجتمع .

الثقافة هي مجموعة من القيم والمعايير والعادات والافكار التي يشترك فيها الناس، وتحدد سلوكهم وتتكوم الثقافة في الجانب المعنوي والفكري والجانب المادي، وهي البيئة التي يحيا فيها الانسان والتي تنتقل من جيل إلى آخر.[1]

يعرفها "أنتوني جيدنز" هي أسلوب الحياة الذي ينتهجه المجتمع ما أو جماعة داخل المجتمع وهي تشمل أساس أسلوب ارتداء الملابس، تقاليد وزواج، أشكال العمل، بإضافة إلى وسائل الترفيه والترويح عن النفس.[2]

أما الثقافة عند "مالك بن نبي": هي مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته[3]

اجرائيا : من العديد من التعاريف التي تمت الإشارة إليها سابقا يمكن القول أن الثقافة هي مجموعة من القيم والأخلاق والعادات، والتقاليد، اللغة إذ أننا نفكر أو نقوم بعمل ما حتما سنقوم به بأسلوبنا الخاص ووفق قيمنا وطقوسنا الدينية ومعاييرنا الاجتماعية .

الهوية الثقافية :

هي معرفة وإدراك الذات القومية ومكونتها من قيم وأخلاق وعادات وتقاليد ودين وهي السمات والخصائص التي يتميز بها الشعب ما عن غيره من الشعوب، وترتبط هذه السمات بالسلوكيات العامة لمجموع الأفراد والعلاقات السائدة، الانتاجات الفنية والثقافية التي تميز في مجموعها الجماعة أو هذا المجتمع، وهذا لا يتولد إلا عن طريق تفاعلات بين المجموعات ومن خلال تداخل العلاقات ببعضها البعض.

---

[1]– محمد جمال الغاز ، **معجم الاعلامي** ، دار الاسامة للنشر،ط1، الاردن ، 2010 ، ص 67

[2]– أنتوني غيدنز، فليب صاتن، **مفاهيم الأساسية في علم الاجتماع**، المركز العربي للابجاث ودراسة سياسية، تر: محمود الذوادي ، ط1، تونس ،2018،ص 197.

[3]– مالك ين نبي، **مشكلة الثقافة** ، دار الفكر المعاصر للنشر ،ط 2 دمشق ، سوريا ، 2000 ص 22.

الهوية الثقافية بالنسبة لمنظمة ليونسكو: هي مجموعة من السمات التي تنتمي إلى الجماعات المحلية أو الإقليمية أو وطنية، بما لها من قيم تميزها ويتضمن ذلك أيضا أسلوب التي تستوعب به التاريخ هذه الجماعة وتقاليدها وعاداتها وأساليب حياتها والإحساس بالخضوع أو المشاركة .[1]

إجرائيا : من التعاريف السابقة نلخص إلى إن الهوية الثقافية هي مجموعة السمات والملامح التي تحدد وجودنا وتحقق فاعليتنا داخل المجتمع تبعا لخصوصيات التاريخية والحضارية.

الطالب الجامعي :

إن مفهوم الطلبة من المنظور العلمي التقليدي يعني جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة، إذ يركز مئات من الشباب في النطاق المؤسسات التعليمية[2]، تعتبر فئة الطلبة الجامعين من الشباب، حيث يعتبرون في مرحلة يميلون فيها اكتر إلى التحرر والاستقلال في السلطة الأبوية وسلطة الأساتذة والإدارة، كما يميلون إلى النقد والمغامرة والمعارضة وعدم تقبل قرارات فوقية بدون استشارتهم وتعتبر الجامعة المكان الرئيسي الذي ينبغي إن يتسم ببعض الصفات التي تنمي مهارات وميولات الطالب وتعطيه مجالا أكثر للحرية في اتخاذ القرارات المتعلقة به أساسا.

كما يعرف الطالب الجامعي أيضا على أنه ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءاته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مركز التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة ديبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب احد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي إذ انه يمثل عدديا النسبة العالمية من المؤسسة الجامعية[3]، هذا يعتبر الطلبة الجامعين هم نخبة من الشباب والشابات الممتازين في ذكائهم ومعارفهم العلمية وإلى الجانب ما قيل فان الطلبة شباب، والشباب فئة عريضة تشغل وضعا متميزا في بناء المجتمع وهي ذات حيوية وقدرة على العمل والنشاط، كما أنها تكون ذات بناء نفسي وثقافي يساعدها على التكيف والترافق والاندماج والمشاركة بطاقة كبيرة تعمل على تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته.

---

[1]– محمد عيد الرؤف عطية ، **التعليم وازمة الهوية الثقافية** ، مركز الدراسات وحدة العربية للنشر والتوزيع ، ط1، لبنان ، 2008 ، ص 35 .

[2] – محمد علي محمد، **الشباب العربي والتغير الاجتماعي** ، دار النهضة ،1985، ص16.

[3]–فضيل دليو وأخرون، **اشكالية المشاركة الديمقراطية في الجامعة الجزائرية** ، مختبر التطبيقات النفسية والتربوية، قسنطينة، الجزائر ، 2006 ص226 .

إجرائيا :

الطالب الجامعي هم أهم فئة في البنية البشرية للجامعة وأكبرها، وهو الذي يتلقى دروس ومحاضرات في مؤسسة التعليم العالي للحصول على شهادة الجامعية، يضاف لذلك انه أكثر وعيا وثقافة.

07- منهج الدراسة

المقصود بمناهج البحث العلمي تلك المجموعة من القواعد والأنظمة العامة التي يتم وضعها من أجل الوصول إلى حقائق مقبولة حول الظواهر موضوع الاهتمام، من قبل الباحثين في مختلف مجالات المعرفة الإنسانية ،وتختلف المناهج التي تصلح للبحث عن حقيقة ظاهرة معينة باختلاف الموضوعات المطلوب بحثها من قبل الباحثين والذين يمكن أن يتبعوا مناهج علمية مختلفة، وعليه يمكن تعريف المنهج العلمي بأنه: "عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة مجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة أو تلك."

وانطلاقا من طبيعة دراستنا هذه التي تبحث في انعكاس البرامج الثقافية على الهوية الثقافية للشباب الجزائري ،وبغية الوصول إلى ذلك صنفت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، إذ تقدم الدراسات الوصفية إطارا منهجيا، بحيث تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والقيم والأهداف، والتفضيل والاهتمام ،وأنماط السلوك المختلفة.[1] وتعتبر الدراسات الوصفية من أكثر الدراسات استخداما في المجال الإعلامي .

وقد استخدمنا في هذه الدراسة المسح بالعينة، باعتباره الأسلوب الأنسب لمثل هكذا دراسات، على اعتبار أن إجراء المسح الكلي للمجتمع محل الدراسة أمر من الصعوبة بما كان إن لم نقل إنه مستحيل، و لذا نوفر الجهد والوقت والإمكانيات ونعتمد على تعميم النتائج بطريقة مدروسة .

8- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث، أو مجتمع الدراسة الأصلي، ويقصد به كامل أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة، أما العينة فهي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.[2]

---

[1] محمد عبد الحميد: **دراسات الجمهور في بحوث الإعلام** ،عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص .121

[2] محمد عبيدات وآخرون ،**منهجية البحث العلمي**، دار وائل للطباعة و النشر، ط 2، الأردن،1999، ص .84

فيما يخص هذه الدراسة فمجتمع البحث يتمثل في الشباب الجزائري، والذي يقدر بحوالي 21 مليون نسمة حسب (الديوان الوطني للإحصائيات) لسنة،2010 [1] ونظرا لاستحالة إجراء مسح كلي تم الاعتماد على طريقة العينة القصدية، في اختيار عينة من طلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية بالقليعة ولاية تيبازة، الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و23 سنة ،ويقدر حجم العينة في هذه الدراسة ب: 150 مفردة، حيث بعد اختيارنا محل إجراء الدراسة الميدانية، والإلمام بالموضوع من كل جوانبه قمنا في بداية شهر أفريل بتحديد الاستمارة الخاصة بالدراسة الميدانية وقمنا بتوزيعها على المبحوثين في المدرسة قصد جمع البيانات الخاصة حول موضوع دراستنا ، وفي 12 أفريل 2020 تم توزيع 150 استمارة استبيان استرجعت منها 150 استمارة .

ويعود اختيار فئة الشباب إلى عدد من العوامل الاجتماعية والثقافية والنفسية، على اعتبار أن هذه الفئة لها قابلية أكثر من غيرها على التكيف والتعامل مع التغيرات والتطورات التكنولوجية، إضافة إلى حب الاطلاع الذي يميز هذه الفئة، وأيضا تعتبر فئة الشباب الفئة الأولى المستهدفة من طرف وسائل الإعلام المختلفة.

9- أدوات جمع البيانات:

الاستبيان: هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين ، حول ظاهرة أو موقف معين، ويعد الاستبيان من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بعلوم الإعلام و الاتصال، التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو آراء الأفراد. و من أهم ما يتميز به الاستبيان هو توفير الكثير من الوقت والجهد على الباحث.[2] وتشمل استمارة الاستبيان في هذه الدراسة مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة التي أعدت انطلاقا من تساؤلات الدراسة، وقد قمنا بتصنيفها في محاور بشكل يخدم دراستنا، وتتضمن استمارة الاستبيان بعد محور البيانات الشخصية ، المحاور الثلاثة التالية:

- المحور الاول : عادات و أنماط مشاهدة برامج القناة السادسة الشبابية.
- المحور الثاني : حاجات و دوافع إقبال طلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية على البرامج الثقافية .

---

[1] سهام باجي، **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، ماجستير في الإعلام، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية ،2011-2012، ص .37

[2] محمد عبيدات وآخرون ،**منهجية البحث العلمي**، مرجع سابق، ص .63

- المحور الثالث : تقييم الطلبة لمساهمة القناة الجزائرية السادسة الشبابية في الحفاظ على هوية الشباب الجزائري .

10- المقاربة النظرية للبحث :

لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على نظرية الغرس الثقافي التي تعتبر مناسبة للدراسة ، ويرجع أصولها إلى المفكر الأمريكي "جورج جربنر " في أواخر الستينيات من القرن الماضي عندما شهد المجتمع الأمريكي فترات من الاضطرابات بسبب انتشار مظاهر العنف والجريمة والتورط في حرب الفيتنام حيث تم تشكيل لجنة قومية للبحث ودراسة أسباب تفشي العنف وسبل الوقاية منه و البحث في وسائل الإعلام الجماهيرية في البيئة الثقافية للفرد. حيث تؤكد الفكرة العامة لهذه النظرية قوة تأثير وسائل الإعلام على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوالم المحيطة بهم.

وترى النظرية أن مشاهدة التلفزيون تقود إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي، يؤكد الصور النمطية ووجهة النظر المنتقاة التي يتم وضعها في الأخبار والأعمال التلفزيونية، وإن القوة التلفزيون تتمثل في الصور الرمزية التي يقدمها في محتواه الدرامي عن الحياة الحقيقية، والتي يشاهدها الأفراد لفترات طويلة، والتأثير في هذا المجال ليس تأثيرا مباشر إنما يقوم أولا على التعلم ثم بناء وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية بحيث يمكن النظر إلى أنها عملية تفاعل بين المرسل والمتلقي .

وعملية الغرس ليست عبارة عن تدفق موجة من التأثيرات من التلفزيون إلى الجمهور، بل هي جزء من عملية ديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات ومشاهدة التلفزيون ترتبط بطرق عديدة بمختلف الجماعات والمواقف الحياتية وصور العالم.[1]

وقدمت هذه النظرية مفهومين رئيسين في عملية الغرس الثقافي و هما الاتجاه السائد والصدى:

ويقصد بالاتجاه السائد هو التجانس بين الأفراد ودرجة اكتساب الخصائص الثقافية المشتركة التي يقدمها التلفزيون والصور التي يراها، وبالتالي يمكن الكشف عن إدراك العالم الخارجي بين الذين يشاهدون التلفزيون بدرجة أقل وبين الذين يشاهدونه بكثافة كبيرة، وعليه فان الاتجاه السائد هو مجموعة من القيم والمعتقدات المشتركة والمكون الأول من المكونات العرس التي أشار إليها جربنر وبالتالي فان الاتجاه

[1]- منال رداوي ، **واقع ثقافة الطفل من خلال برامج التلفزيونية** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، الجزائر 2005/2004 ص 25.

السائد يشير إلى سيطرة التلفزيون في غرس الصور والأفكار بشكل يجعل الفوارق تقل أو تختفي بين الجماعات .

ويقصد بالرنين أو الصدى هو التأثيرات المضافة للمشاهد بجانب الخبرات الأصلية الموجودة فعلا لدى المشاهدين ويمكن أن تؤكد هذه الخبرات من خلال الأعمال التلفزيونية التي يتعرض لها الأفراد أصحاب هذه الخبرات.

نظرية الغرس التفافي نظرية اجتماعية تهدف الى دراسة تأثير التلفزيون بحيث يرى مؤسس النظرية أن الأفراد يعيشون ويتصرفون على واقع غير حقيقي، والاتجاه السائد في نظرية الخصائص الثقافية التي يقدمها التلفزيون العربي عامة والجزائري خاصة يعاني من التبعية الاعلامية والانبهار بالإعلام الغربي بشكل عام والأمريكي بشكل خاص، وما ينتج هن ذلك غرس المعاني والأفكار والثقافة والمفاهيم الغربية، مما يترتب عليه من آثار سلبية على الهوية الثقافية للمجتمع العربي والجزائري كالأفكار والتحولات الدخيلة التي طرأت على الشباب وتشكلت حسب مبادئ الثقافة الغربية وترك ثقافته العربية خاصه على مستوى السلوك والتصرفات واللغة والهجة ونمط الحياة وهذه التحولات أدت إلى طمس الهوية الثقافية.[1]

10- الدراسات السابقة :

يعتبر بحثنا هذا حلقة متصلة بمحاولات سابقة، ومن المؤكد أن جهود جمة قد سبقته تمثلت في مؤلفات ومذكرات تخرج، فهناك عدة دراسات سبقت بحثنا هذا لكن مع فوارق جوهرية سواء من الناحية المنهجية أو طبيعة الإشكالية أو زوايا الطرح المختلفة، ومن بين الدراسات التي تمكنا من الحصول عليها

1- الدراسة الأولى:

عنوان الدراسة: البعد الثقافي للعولمة وأثرها على الهوية الثقافية للشباب العربي (الشباب الجامعي الجزائري نموذجا). من إعداد ورام العيد، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، دراسة ميدانية بجامعة برج بوعريريج، وقد جاءت الإشكالية على النحو التالي:

- هل تؤثر العولمة على الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري ؟

ويندرج عنه تساؤلات فرعية تمثلت في:

[1]- عطية عز الدين جميل ، **التلفزيون والصحة النفسية** ، عالم الكتب النشر ، ط1، القاهرة ، مصر 2000 ص 45.

- ما مكانة الدين الإسلامي كمكون أساسي للهوية الثقافية الجزائرية لدى الشباب الجامعي في ظل العولمة ؟

- ما مكانة اللغة العربية كعنصر أساسي من عناصر الهوية الثقافية الجزائرية لدى الشباب الجامعي في ظل بروز لغات أجنبية؟

- ما مدى تأثر القيم الثقافية للشباب الجزائري خصوصا في ظل ثورة الاتصال والإعلام الحديثة كوسيلة أساسية للعولمة ؟

انطلقت الدراسة من الفرضية عامة وهي:

- تؤثر العولمة على الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري.

- تؤثر العولمة سلبا على مكانة الدين الإسلامي لدى الشباب الجامعي.

- تؤثر العولمة سلبا على مظاهر القيم الثقافية لدى الشباب الجامعي.

اما منهج الدراسة فقد تم توظيف المنهج الوصفي التحليلي، وذلك باستخدام أداة الاستبيان

وقد تكونت العينة التي تم اختيارها من 200 طالب بجامعة محمد البشير الإبراهيمي–ببرج بوعريريج–، وقد وظفت الدراسة الوسائل الإحصائية spss للكشف عن صحة الفرضيات .

كان هدف الدراسة وصف البعد الثقافي للعولمة، وتبيان أثرها على الهوية الثقافية للشباب الجامعي من خلال الدين الإسلامي واللغة العربية، وبعض مظاهر القيم الثقافية لدى الشباب الجامعي وسبل التعامل معها للحد من تأثيراتها السلبية.

وقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- توثر العولمة في الهوية الإسلامية للشباب ويعني تشويه العربية والتعاليم الدينية.

- أن مجال العولمة ظاهرة اقتصادية وسياسية وتقنية، تمثل تحديا فكريا، ثقافيا لغويا، وسلوكيا خاصة على الشباب.

إن هذه الدراسة ركزت بكثرة على تأثيرات العولمة على اللغة العربية بكونها جزء من الهوية الثقافية إلى جانب الدين الإسلامي.

2- الدراسة الثانية:

عنوان الدراسة : أثر استخدام شبكة الانترنت على الهوية لدى الشباب في ظل العولمة الإعلامية، من إعداد دحماني سمير، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاجتماعية سنة 2009 /2010، وقد جاءت إشكالية الدراسة على النحو التالي :

هل يمكن أن يكون لاستخدام شبكة الانترنت أثرا على الهوية لدى الشباب الجامعي في ظل العولمة ؟

ويندرج تحت هذا السؤال مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تهدف الدراسة إلى الإجابة عنها وهي:

- كيف توثر استخدامات الانترنت على القيم لدى الطالب الجامعي ؟
- هل يؤثر استخدام الانترنت التثقيفية على هوية الطالب الجامعي ؟

وانطلقت الدراسة من فرضية عامة وهي:

- يمكن أن يكون الاستخدام الانترنت يؤثر على الهوية لدي الشباب الجامعي في ظل العولمة.

ويندرج تحت هذه الفضية مجموعة من الفرضيات الفرعية هي :

- تؤثر استخدامات الانترنت على القيم لدى الطالب الجامعي .
- نعم تؤثر استخدامات الانترنت التثقفية على هوية طالب الجامعي.

_ اما المنهج المستخدم فقد تم توظيف المنهج الوصفي، وأداة الاستمارة لقياس مجتمع البحث المتمثل في الطلبة واعتمد على اسلوب العينة القصدية في اختيار الطلبة الذين يستخدمون الانترنت، تقدر ب 170 مفردة واجريت الدراسة في كل من كلية العلوم الاجتماعية والانسانية بجامعة الجزائر ببوزيعة في الفترة الممتدة ما بين 1 مارس و15 افريل 2009.

هذا وكان الهدف من الدراسة هو أن هناك ما يهدد الهوية من الخارج من خلال شبكة الانترنت، تفسر هذه الاخيرة اداة من أدوات العولمة الثقافية، كما أنها تؤثر على الشباب الجامعي من خلال ما تحمله من مضامين كما تعتبر أداة من أدوات اختراق ثقافة المجتمع .

وخلصت أيضا الى التأكيد على ضرورة حماية الهوية الثقافية المحلية في اطار الهوية العربية الإسلامية.

3- الدراسة الثالثة :

عنوان الدراسة : أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، من إعداد الطالب ،سعيد بومعيزة .

تناولت الدراسة إشكالية اثر وسائل الإعلام على تغيير القيم والسلوكيات لدى الشباب، وهذا من خلال طرح السؤال الجوهري مفاده :[1]

- ما أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري ؟

وتندرج منه مجموعة من التساؤلات الفرعية :

- كيف تؤثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب ؟
- هل فعلا تتأثر قيم وسلوكيات الشباب بوسائل الإعلام ؟

واعتمدت على المنهج المسحي التحليلي والعينة الغير الاحتمالية، واعتمدت على المقابلة والاستمارة وكان هدف الدراسة هو أن الشباب لا يعتقدون بأن وسائل الإعلام تساعدهم على تجاوز بعض السلوكيات السلبية، وهذا بسبب بسيط يتمثل في أن المحدد الرئيسي لسلوكيات الشباب هو قيمهم.

تعقيب على الدراسات السابقة:

الملاحظ أن أغلب الدراسات التي قدمت من خلال هذا البحث ركزت على عملية الاستخدام وطريقة تعامل أفراد المجتمع مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال، و أيضا تسليط الضوء في جل هذه الدراسات على زاويتين: الأولى هي زاوية الاستخدامات والإشباعات التي تحققها هذه التكنولوجيا الحديثة، والثانية هي من زاوية الغرس الثقافي والتي تتمثل في مشكلة القيم والسلوك والهوية الثقافية، خصوصا في ظل الإقبال الرهيب عليها من قبل أفراد المجتمع، وهذا ما يتطلب جهودا كبيرة من أجل البحث في أغوارها وسلبياتها ومخاطرها.

[1]- سعيد بو معيزة , **اثر وسائل الاعلام على قيم و السلوكيات لدى الشباب** , دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة , اطروحة لنيل شهادة الماجستير , جامعة الجزائر , 2006

الفصل الأول : التلفزيون

تمهيد

المبحث الأول : ماهية التلفزيون

المطلب الاول : تعريف و نشأة التلفزيون

المطلب الثاني : التلفزيون في الجزائر

المبحث االثاني : خصائص التلفزيون

المطلب الاول : خصائص التلفزيون

المطلب الثاني : أهمية التلفزيون

المبحث الثالث : وظائف التلفزيون

المطلب الاول : وظائف التلفزيون

المطلب الثاني : أنواع البرامج التلفزيونية

خلاصة الفصل

الفصل الأول : التلفزيون

تمهيد :

برغم أن التلفزيون هو آخر الوسائل من حيث النشأة، فقد استطاع في سنوات قليلة أن يحرز تقدما ملحوظا مع وسائل الإعلام الأخرى، حيث أصبحت هذه الوسيلة السمعية البصرية تقدم مشهدا أشبه بشاشة العرض السينمائي ، بما أنها موجودة في بيت المشاهد الذي لا يكلف نفسه عناء المغادرة والتوجه إلى السينما.

فأهمية التلفزيون الإعلامية قد تضاعفت عبر العالم خاصة أنه أصبح من خلال فكرة التسلية وشغل أوقات الفراغ أن يتطرق إلى الوعاء اللاشعوري خالقا قوة إيجابية في تقوية الدوافع نحو عملية التغيير السلوكي أي تنمية المقدرة على التحسن الوجداني اللازم لتطوير المجتمعات لذلك فالتلفزيون أهم وسيلة من وسائل الإعلام والاتصال التي يتعرض لها الأفراد، وتؤثر في تكوينهم وسلوكهم واتجاهاتهم، ومن خلال ما سبق سوف نتطرق لدراسة التلفزيون من خلال نشأته، خصائصه وأهميته ووظائفه، وبعض النظريات المفسرة له.

المبحث الاول : ماهية التلفزيون

المطلب الاول : تعريف و نشأة التلفزيون

أولا : تعريف التلفزيون

1- لغة : التلفزيون "Télévision" من الناحية اللغوية كلمة مركبة من مقطعين "télé"، ومعناه عن بعد و "vision" ومعناه الرؤية وبهذا يكون معنى التلفزيون هو الرؤية عن بعد. [1]

2- اصطلاحا : إن تعريف التلفزيون من الناحية العلمية والتقنية هو نظام بث من الإشارات واستقبالها، فهو وسيلة بث فورية تتابع فيه 25 صورة في الثانية، في حركة منتظمة متعاقبة، ويتحقق البث التلفزيوني بفضل وجود كاميرا أو نظام بث الصورة على الشاشة (نظام المسح)، ومولد إشارات للصوت والصورة وجهاز بث وجهاز استقبال.[2]

3- إجرائيا : التلفزيون هو وسائل الاتصال والإعلام يعتمد على الصوت والصورة في آن واحد، ومن هنا قد جمع بين خاصتي السمع والبصر، وهذا ما جعله من أكثر الوسائل تأثير وإقبال عند الجماهير في عملية نقله للأخبار والمعلومات.

ثانيا : نشأة التلفزيون

يرتبط ظهور التلفزيون بالعالم البريطاني "جون بيرد" الذي يرجع إليه الفضل في اختراع التلفزيون وخروجه من حيز نظريات العلماء إلى التجربة الحية في عام 1924، حيث استطاع هذا العالم نقل صورة باهتة لصليب صغير عن طريق أجهزته التجريبية على شاشة معلقة على الحائط، وبعدها كرس جهده من أجل تطوير هذه التجربة.

وظهر التلفزيون إلى الوجود نتيجة مجهود عدد من العلماء البريطانيين والأمريكيين والألمان والإيطاليين وغيرهم، ويرجع بتاريخ التلفزيون إلى عام 1939، ويؤرخ لتلفزيون ابتداءا من عام 1924.[3]

---

(1)- عبد النبي سليم، **الإعلام التلفزيوني**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن،2010، ص 24.

(2)- طارق سيد أحمد الخليفي : **فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية**، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص 29.

(3)- عبد الرزاق محمد الدليمي، **عولمة التلفزيون**، دار جرير للنشر، عمان، 2005، ص 19.

ومن الواضح أن التجارب الأولى للتلفزيون ظهرت في العشرينيات من القرن الماضي بعد سلسلة من التقدم العلمي في ميادين الكهرباء والتصوير الضوئي والمواصلات السلكية واللاسلكية وهذه التطورات جميعها سبقت اختراع التلفزيون.

وقد تم إجراء أول تجربة لإرسال صورة ثابتة بالأسود والأبيض في منتصف القرن 19، والذي كان الأساس في تمكن المخترع الألماني "إي كورت" من ابتكار جهاز الفتوتلغراف ثم الانجاز الذي قام به "جون بيرد" 1924.

وفي عام 1927 بدأت اهتمامات العلماء بتحويل البث الأسود والأبيض إلى الملون[1] وتواصلت وتيرة التطور في التلفزيون من حيث تقنياته، أو من حيث البث بشكل واسع في فترة الستينات من القرن الماضي، حيث أصبح البث التلفزيوني في متناول مساحات شاسعة من العالم خاصة بعد أن نجح الإنسان بنقل الصورة والصوت والألوان باستعمال الأقمار الصناعية. [2]

ومن هنا بدأت مرحلة جديدة من تاريخ التلفزيون وهي عصر البث الفضائي حيث أن البث الفضائي يثمل أهم ملامح الثورة الاتصالية الجديدة، وقد حدثت الكثير من التطورات التكنولوجية من 1945 حتى نهاية القرن العشرين على مستوى الاتصالات الفضائية عبر الأقمار الصناعية، إذ أطلق الاتحاد السوفياتي سابقا أول قمر اصطناعي في العالم يدور حول الأرض ولهذا ظهرت المنافسة بين الولايات المتحدة الأمريكية في دائرة الشرق العلمي والتكنولوجي ومن أبرز مجالات التطبيق التي استخدمت فيها الأقمار الصناعية نقل البث التلفزيوني.[3]

وأطلق خلال عام 1995 عشرون قمر اصطناعيا جديدا خاص بالبث الفضائي مما أدى إلى زيادة قنوات البث التلفزيوني المباشر حيث ظهر التلفزيون رفيع المستوى شديد الوضوح حسب النموذج الأمريكي HDMAC.[4]

---

[1])– طارق سيد أحمد الخليفي، مرجع سابق، ص 20.

[2])– صالح دياب هندي، **أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم**، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 77.

[3])– نصير بو علي، **التلفزيون الفضائي وأثره على الشاب في الجزائر**، دار الهدى، الجزائرن ص.ص 63–64.

[4])– عبد الباسط محمد الحطامي، **مقدمته في الإذاعة والتلفزيون**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ص.ص 34–35.

أما نشأة التلفزيون في الدول العربية فنظام البث التلفزيوني فيها كان متأخرا نوعا ما فقد بدأ تقريبا في نهاية الخمسينيات من القرن 20.

المطلب الثاني : التلفزيون في الجزائر

شهد تطور التلفزيون في الجزائر، عدة مراحل تمكن من خلالها من النهوض بهذه الوسيلة الإعلامية وهي :

المرحلة الأولى : التلفزيون في الجزائر قبل (1962)

لم تظهر التلفزة في الجزائر إلا في ديسمبر عام 1956 إبان الفترة الاستعمارية أين أقيمة مصلحة بث محدود الإرسال، كانت تعمل ضمن المقاييس الفرنسية اقتصر بثها على المدن الكبرى للجزائر، أين نشأت محطات إرسال ضعيفة تقدر بـ 819 خط على المدى القصير موزعة على ثلاث مراكز قسنطينة، العاصمة، وهران ولأجل ذلك فرض الماضي الاستعماري على الجزائر أن تواجهه إبان استقلالها مشكلة حادة تتمثل في إعادة بناء هياكل التلفزيون الإدارية وإعادة تنظيمها م أدق المهام.[1]

المرحلة الثانية : مرحلة الاستقلال وبداية النمو في الوطن بعد (1962)

إن الحديث عن الإعلام كقطاع استراتيجي، خاصة التلفزيون بعد الاستقلال هو جزء لا يتجزأ من الحديث عن التنمية الشاملة لكافة القطاعات الأخرى، والتي كان على السلطة الجزائرية النهوض بها ويعد 28 أكتوبر 1962 يوما خالدا في ذاكرة الجزائر المستقلة إذ من يومها التلفزيون مؤسسة عمومية تحت إشراف الحكومة الجزائرية المؤقتة، وفي الفاتح من 1963 أسست الإذاعة والتلفزيون الجزائري، عام 1980 جاء قانون الإعلام رقم 1982/01 ليكرس احتكار حزب جبهة التحرير الوطني وبالتالي احتكار الدول للقطاع الإعلامي بما في ذلك التلفزيون.[2]

المرحلة الثالثة : مرحلة إعادة الهيكلة

أثر قرار إعادة الهيكلة لقطاع السمعي البصري من خلال المرسوم المؤرخ في 1 جويلية 1987 انبثق عنه :

---

(1)– زهير أحدادن، **تاريخ الإذاعة والتلفزة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984، ص 108.

(2)– عبد الحميد حيفري، **التلفزيون الجزائري واقع وأفاق**، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 39.

- المؤسسة الوطنية للتلفزة.

- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري.

ولضمان نمو سليم للتلفزيون الجزائري قد خصصت له إعتمادات ومنح مالية معتبرة منذ الاستقلال.[1]

المرحلة الرابعة : التلفزيون الجزائري وإصلاحات 1991

تحول نظام الدولة الجزائرية من نظام اشتراكي إلى نظام تعددي يسمح بإنشاء الجمعيات ذات الطاع السياسي، وفي 1990 صدر قانون الإعلام.[2]

وامتدادا لهذا تم إنشاء قنوات التلفزيون الجزائري في ظل البث الفضائي العابرة للحدود، وتكون أداة تواصل، ولهذا كان ميلاد قناة الجزائر في أكتوبر 1994، بدأت القناة ببث نشرة إخبارية واحدة على الساعة السابعة مساءا.[3]

وفي 2001 كان الميلاد الرسمي للقناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعي "عربسات" كما أن الجزائر شهدت فورة في القنوات التلفزيونية الخاصة ومن بين هذه القنوات نذكر قناة "النهار" التي تعد أول قناة تلفزيونية جزائرية ذات طابع إخباري، تليها قناة "الشروق" و"الهقار" و"دزاير نيوز" إضافة غلى قناة "نوميديا نيوز" الإخبارية، وتضاف هذه القنوات إلى القنوات الحكومية القناة الأولى والقناة الثالثة.[4]

المبحث الثاني : خصائص التلفزيون

المطلب الاول : خصائص التلفزيون

يعد التلفزيون إحدى وسائل الاتصال التي أحدثت تفوقا على غيرها من الوسائل الأخرى المنافسة لها في عصرنا الحديث، ونعني به الصحافة المقروءة بشقيها جرائد ومجلات، أو الإذاعة المسموعة (الراديو).

ويرجع هذا التفوق إلى العديد من المزايا والخصائص التي يتمتع بها التلفزيون والمتمثلة في :

---

(1)- عبد الحميد حيفري، **مرجع نفسه**، ص 41.

(2)- سهيلة تاتي، **40 سنة من أبيض وأسود في الفضاء**، مجلة الشاشة، العدد 137، 2002، ص 4.

(3)- نور الدين تواتي، **الصحافة المكتوبة والسمعية في الجزائر**، ط1، الدار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 110.

(4)- عبد الحميد حيفري، **مرجع سابق**، ص 50.

– يعد التلفزيون أقوى الأجهزة الإعلامية، إذ يعتمد على الصوت والصورة والحركة والألوان في أن واحد هذا ما يمكنه من عرض الأحداث بشكل مشوق وجذاب.

– الاستحواذ : يتميز التلفزيون بشدة الاستحواذ، فهو يشد انتباه المشاهد بما يعرضه، إضافة إلى أنه وفر الجهد والمال للمشاهد للذي كان ينتقل إلى السينما.

– يختصر الزمان بين حصول الحدث، وعرضه للناس[1]

– إن التلفزيون وسيلة مناسبة في عرض الإعلانات.

– يساهم التلفزيون في تشكيل الحقيقة الاجتماعية للفرد والجماعة.

– أصبح أحسن وأفضل وسيلة بعد دخوله لكل بيت.

– يعطي للفرد إحساسا بالألفة والواقعية.

– يتميز بالشعبية الكبيرة لأنه يملك القدرة على تلبية احتياجات المجتمع ورغباته.

ويذكر عبد الفتاح أبو معال في كتابه "أثر وسائل الإعلام في تعليم الأطفال وتثقيفهم عدة خصائص للتلفزيون نذكر منها[2] :

1– يعتمد التلفزيون على حاستي السمع والبصر لما يقدمه من صورة وصوت مما يؤثر على المشاهد ويجذب اهتمامه لأن الصورة والصوت يثيران مشاعره ويؤثران عليه.[3]

2– يمتلك التلفزيون الآلات والأجهزة من كاميرات تصوير، وغيرها مما يسمح له نقل الأحداث، ووقائع ومعلومات علمية دقيقة تعجز الأجهزة الأخرى عن الوصول إليها.

كما يضيف النور دفع الله أحمد بعض الخصائص منها :[4]

---

(1)– مراد زعيمي، **مؤسسات التنشئة الاجتماعية**، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، ط1، 2003، ص 168.

(2)– عبد الفتاح أبو معال، **أثر وسائل الإعلام في تعليم الأطفال وتثقيفهم**، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2006، ص 45.

(3)– محمد صاحب سلطان، **وسائل الإعلام والاتصال**، دراسة في النشأة والتطور، ط1، عمان، 2012، ص 33.

(4)– النور دفع الله أحمد، **اثر وسائل الإعلام في تعليم الأطفال وتثقيفهم**، دار الشروق للتوزيع والنشر، الأردن، 2006، ص 45.

– يحقق التلفزيون نسبة عالية من التأثير باعتباره إحدى الوسائل التي تخاطب الفرد داخل بيئته.

أما الزواوي أحمد المهدي فقد قدم بعض الخصائص منها : [1]

التربية : للتلفزيون دور هام في تربية الجمهور، فله تأثير في تربية العقيدة والمبادئ والسلوك.

– للتلفزيون خصائص جامعة ثم توجد في غيره،فقد ورث الحوار، والحدث والتمثيل وورث السينما وطريقة عرضها، كما ورث عن الإذاعة إمكانية الوصول إلى كل بيت.

ويضيف جمال العيفة بعض الخصائص منها :

– يمكن مشاهدة التلفزيون والاستماع إليه أثناء القيام بأعمال أخرى كما يعطينا حرية اختيار أكثر من قناة.

– جمهور التلفزيون متنوع الثقافات والأديان والأجناس وحتى اللغات.[2]

ونستخلص مما سبق ذكره أن التلفزيون يتميز بجملة من الخصائص أهمها :

– يمتلك التلفزيون القدرة على الاحتفاظ بمواده لكي تكون أرشيفا شاملا للحياة.

– يعتبر التلفزيون وسيلة اتصال في اتجاه واحد.

– التلفزيون يوصف بأنه يمثل عيني الإنسان وأذنيه في العصر الحديث.

– يعمل التلفزيون على تشكيل الاتجاهات والآراء.[3]

– التلفزيون له الغلبة على جميع الوسائل، وهو باب نحو عالم الخيال والروعة والإثارة.

– التلفزيون أكثر المصادر الإعلامية التي صدق الجمهور أخبارها.

---

[1] – الزواوي أحمد الهادي، **الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري**، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في منهجية ونظرية التربية البدنية والرياضية، الجزائر، السنة الجامعية 2007–2008، ص 55–57.

[2] – جمال العيفة، **مؤسسات الإعلام والاتصال**، الوظائف والهياكل والأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص.ص 116–117.

[3] – مظفر منذوب، **التلفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي**، منشورات وزارة الثقافة والإعلام، العراق، 1993، ص.ص 10–11.

– عدم الحاجة إلى مهارات عند تشغيل التلفاز.

– أيضا يمكن استخدامه في ظروف الإضاءة العادية وفي أي مكان.[1]

– يتميز التلفزيون بمجانية الخدمة فقبل ظهوره كان الناس يسارعون إلى شراء الصحف والمجلات المصورة للإطلاع على التفاصيل، أما في عهد التلفزيون فقد أصبحت هذه الأخبار والتفاصيل تصلهم مجانا وبلا عناء.

– ومن أهم ما يميز التلفزيون نشرته الإخبارية التي أصبحت تنقل العالم بأحداثه أمام المشاهد.

– يتميز كذلك التلفزيون بتكرار عرض البرامج مما يفسح المجال أمام الأفراد ذوي الثقافات البسيطة كي يستوعبها من معلومات وأفكار.[2]

يكتسب التلفزيون عدة خصائص ومميزات جعلته يتمتع بجمهور واسع من شتى الفئات والشرائح الاجتماعية، فهو الوسيلة ذات الأثر المباشر على الناس إذ يعتمد على أكثر من حاسته فالصورة في التلفزيون تزيد من وضوح الكلمة المسموعة مما يؤدي إلى زيادة فهم معيارها ومعناها والكلمة نفسها توضح ما تتضمنه الصورة من أفكار ودلالات ومعاني ومفاهيم، وهذا كله يساعد على سهولة الفهم واستيعاب الموضوع الموجه من خلال البرامج التلفزيونية مما يمنحه قدرة تأثيرية كبيرة تفوق تأثير الوسائل الأخرى كالإذاعة والصحافة.

المطلب الثاني :أهمية التلفزيون

يعتبر التلفزيون من أهم الاكتشافات في القرن العشرين في ميدان الاتصال وذلك للمزايا التي يتفوق بها على وسائل الاتصال الأخرى، حيث يجمع بين الصوت والصورة خاصة بعدما أصبحت ملونة واستطاع أن يحقق انتشارا واسعا في كل أنحاء العالم، ومما زاد في الإقبال عليه أنه وسيلة للقطاعات المغرية تصلح أكثر للكشف عن الشخصية وملامحها أكثر منها لنقل الأحداث وبالمقابل فهو وسيلة معقدة تستخدم لغة الكلمات والصور المرئية والصوت لتوليد الانطباعات وإثارة الأفكار عند الناس.

---

[1] – حامد مجيد الشطري، **الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية** ، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 80.

[2] – فؤاد أحمد الساري، **وسائل الإعلام، النشأة والتطور**، دار أسامة، عمان، 2001، ص.ص 338–339.

وكونه وسيلة من وسائل الاتصال يتطلب جهدا أقل من المشاهد وفي نفس الوقت يترك انطباعا نفسيا أعمق لكونه يصل إلى المشاهد عن طريق حاستين هما حاسة السمع وحاسة البصر، وهاتان الحاستان هما اللتان تجعلان الكثير من يفضلون مشاهدة التلفزيون على الاستماع إلى الراديو وقراءة الصحيفة أو المجلة. فهو يجمع بين الكلمة المسموعة والكلمة المرئية، ومن خلاله يمكن عرض الواقع ونقل الأحداث حال وقوعها أو تسجيلها وإعادة عضها في أوقات أخرى.

ويرى مارشال ماكلوهان أن الوسيلة أبلغ في التأثير من الرسالة وهو صاحب المقولة الشهيرة "الرسالة هي الوسيلة"، وإن كل الوسائل التي اخترعها الإنسان في الكون هي امتداد لحواسه، ويرى أن التلفزيون وسيلة مهمة لتغيير المجتمع، بعدما استطاعت أن تجعل العالم كله قرية كونية صغيرة، كما اعتبر هذا الفيلسوف أن هذا الجهاز أرجع الإنسان إلى محيطه الطبيعي بعد أن أبعدته الطباعة عنه وجعلته يستعمل حاسة النظر فقط، مما جعله أسير المطبوع ودفعته للاغتراب منذ القرن الخامس عشر مما يمكنه استعمال جميع حواسه ويرى ماكلوهان أنه ما دامت الوسيلة جيدة فالرسالة حتما ستكون جيدة كذلك وتسمح للمشاهدين بالمشاركة والتفاعل العميق مع الجهاز.[1]

إن التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية لم تعد مجرد أداة لنقل الأخبار المصورة أو مباشرة عبر الأقمار الصناعية بل أصبحت تتميز بقدرة خارقة على الإقناع والتأثير والسيطرة، وهو مؤسسة اجتماعية وثقافية قبل أن يكون منتجا وموزع للإعلام، فهي تقيم الاتصال بأفراد المجتمع وتعيد إنتاج الثقافة أو تقوم بتوزيع سلع ثقافية عبر إقامة علاقات اجتماعية مع المتلقي.[2]

وقد أدمج التلفزيون بشكل واسع في الحياة الاجتماعية وأصبح جزء لا يتجزأ من حياة الأفراد داخل المجتمع، فقد اعتبرته السلطات التشريعية في نيويورك وعاء ضروري للأسرة كي تحيى في المجتمع.[3]

وحسب عبد الحميد حيفري، فالتلفزيون يقلب الأوضاع الثقافية والاجتماعية والخلقية والجمالية والسياسية قلبا شاملا، فأهمية التلفزيون اليوم أصبحت تمس جميع ميادين الحياة الاقتصادية كانت أو الاجتماعية أو الثقافية، فالبرامج التلفزيونية تسمح بالتغيير من أفكار وتطلعات واتجاهات كل شخص.[1]

---

[1]– نجاة السنوسي، **ظاهرة العنف ووسائل الإعلام**، الجمعية المصرية لحماية الأطفال، مصر، 2008، ص 1-3.

[2]– أديب عقيل، التلفزيون **وتحديات التنشئة الاجتماعية**، مجلة النبأ، دمشق، العدد 24، كانون الأول، 2001، ص 9.

[3]– صالح دياب هندي، **أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم**، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 77.

فقد صار التلفزيون البيئة الوطنية والعالمية الدائمة، التي يتعلم منها الأفراد، وهو يعكس ويقود المجتمع، ويشكل الاتجاه العام للثقافة في المجتمع، وأثبتت الدراسات الأمريكية أن حوالي 98 من البيوت الأمريكية تمتلك على الأقل جهاز واحد للتلفاز ويقضي الفرد الأمريكي العادي 08 ساعات يوميا في مشاهدة التلفزيون، ويتعرض الأطفال للتلفزيون قبل معرفتهم للقراءة، وحتى الكلام.[2]

فالتلفزيون يشكل أداة للديمقراطية والحوار، ونموه الهائل لم يقتصر على اتساع وقعة انتشاره، والزيادة الكبيرة لعدد أجهزة الاستقبال والإرسال، بل تعدى ذلك إلى نوعية وكمية إنتاجه وإرساله ومتابعته، هذا ما جعل قطاع المثقفين الغربيين يعتبرون أن التلفزيون يقدم منفعة تلهي عن القلق في حياة الوحدة والعزلة. [3]

المبحث الثالث : وظائف التلفزيون

المطلب الاول : وظائف التلفزيون

يقوم التلفزيون بوظائف أكثر تعدادا وتنوعا عن تلك الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى، ويمتلك مجالا ومدى أوسع وأغنى من السبل والوسائل لتطوير العالم وتقويمه، ولعل أهم الوظائف التي يضطلع بها التلفزيون هي :

1- الوظيفة الإعلامية :

لقد أضحى الإعلام في عصرنا الحالي حاجة إنسانية لأغنى عنها على اعتبار أنه "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب عن القضايا المطروحة أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا من آراء الناس واتجاهاتهم وميولهم، كما أن الإعلام يؤدي عاملا مهما في تشكيل اتجاهات الرأي داخل المجتمعات".[4]

والتلفزيون ينقل للمشاهد المعلومات المختلفة لا سيما النفعية منها، والمرتبطة بظروف الحياة اليومية مثل : الأخبار الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية والعلمية... وهو ما يسمح للفرد بتحديد أفكاره ومعارفه، ومن ثم يصبح أكثر ارتباطا بمجتمعه الذي ينتمي إليه من خلال معرفة جميع الأشياء التي تحدث حوله وفي

---

(1)- عبد الحميد حيفري، **مرجع سابق**، ص 24.

(2)- حسين إبراهيم مكي وبركات عبد العزيز، **المدخل إلى علم الاتصال**، دار السلام، الكويت، 1995، ص 406.

(3)- صالح دياب هندي، مرجع سابق، ص 79.

(4)- فيصل محمد أبو عيشة، **الدعاية والإعلام**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2011، ص 44.

هذا الصدد يقول هنري كاسيرو "إن التلفزيون له دور في نقل الأخبار وانسياب الأنباء والمعلومات لا مثيل به"، وإن تأثير التلفزيون في مجال الإعلام ونشر المعلومات مفيد، أي أن التلفزيون لديه إمكانية فعالة ومؤثرة في توعية أكبر من المشاهدين بحقائق وأبعاد كثيرة من المشكلات الموجودة في المجتمع.
فالتلفزيون بهذا أهم وأكمل وسائل الاتصال، حيث يظهر الأحداث والواقع بشكل مشاهد، وبكل ما تتضمنه من مؤثرات صوتية.[1]

2- الوظيفة التثقيفية :

التلفزيون أداة قوية وفعالة في تغيير الدهنيات وتخليصها من الرواسب الثقافية التي تكرس التخلف سواء كانت متعلقة بالظواهر المكتسبة من ا لثقافة الأجنبية أو تلك الموروثة من خلال العصور القديمة نتيجة للأمية المتفشية، وبالتالي فمهمة التلفزيون الكبيرة في تزويد أراد المجتمع بثقافة تعمل على تطويرهم وازدهار مجتمعهم، إذن فالوظيفة الثقافية للتلفزيون في إطار تأثيره الفعال بواسطة الصورة والصوت في الجماهير.[2]

ونشر المعرفة وتكوين الشخصية وتنمية الأذواق وتهذيبها، وتنمية الطاقات البشرية وتوسيع الأفاق في المجتمع، ونشر الوعي الصحي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي، وغير ذلك من أنواع تثقيف الأفراد.

3- الوظيفة الترفيهية :

إن هذه الوظيفة لا تقل أهمية عن سابقاتها، لأنها تشاركها في غاياتها وهي وظيفة تثقيفية وتربوية وتعليمية وإعلامية في آن واحد، ولكن في قالب طريف وغير مباشر، وليس صحيحا أن مواد الترقية لا تنطوي على أية قيمة اجتماعية أو سياسية أو ثقافية أو تربوية أو تعليمية، وبالمقابل فالترفيه الذي يخرج عن نطاق القيم والمبادئ لا يعد ترفيها، بل أصبح لعبا بالمشاعر والأحاسيس، وضربا للقيم والمبادئ والأخلاق، وخروجا عن دائرة البناء إلى دائرة الهدم والمغالطة واللهو الممقوت.[3]

---

[1]- سامية بن عمر، **تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال على التنشئة الأسرية في المجتمع الجزائري**، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، منشورة العلوم في علم الإجتماع، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، الجزائر، 2012-2013، ص.ص 104-105.

[2]- ثريا التيجاني، دور التلفزيون في تغيير القيم الاجتماعية في المجتمع الجزائري، مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع الثقافي، الجزائر، السنة الجامعية، 2006-2007، ص 38.

[3]- محمد عبد الرزاق إبراهيم آخرون، ثقافة الطفل، دار الفكر، الأردن، ط3، 2009، ص 254.

4- الوظيفة الاجتماعية :

يصنفها بعض العلماء مثل الدكتور "محمد السيد" في صدارة الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام الجماهيرية، فهي تعمل على تحقيق التماسك الاجتماعي وذلك من خلال شرح وتحليل الأفكار والأحداث المختلفة بطريقة تمكن المستقبل من فهمها واستيعابها جيدا، وكذلك التنشئة الاجتماعية ودعم الاجتماع حول المواقف والقضايا المختلفة إلى جانب مساعدة الفرد على دعم الهوية الشخصية وذلك من خلال دعم القيم الشخصية وأنماط السلوك والتوحد مع قيم الجماعة والمجتمع.

فقد أصبح من أهم الوسائل الإعلامية التي تخترق المسافات الجغرافية والنفسية والإيديولوجية بين الأفراد والمجتمعات من خلال معالجة كل ما يمكن أن يشترك فيه أفراد هذه المجتمعات، ويعمل كذلك على إحلال الألفة والتفاهم ودعم مختلف الروابط الإنسانية، وترسيخ التعاون والشعور بالانتماء إلى هذا المجتمع، كما يعمل على حل المشاكل الاجتماعية ومعالجتها بطريقة خاصة جدا ومعاصرة في دائرة التغيير بعيد المدى.[1]

فهو يؤكد على نقل صور عن الانحراف في المجتمع بصورة تجعل المشاهد ينفر من هذه الظاهرة، سواء كانت هذه التلفزيونات عمومية أو خاصة.

5- الوظيفة السياسية :

إن ما يزيد من قيمة التلفزيون أنه جهاز نقل الأخبار والأحداث، لذا يمكن ربطه بالمجال السياسي من خلال تبصير الجماهير بالأحداث والاهتمامات السياسية، ولهذا طالما اعتبره القادة عاملا موجها لإحداث التغيير السياسي أو المحافظة عليه فالتلفزيون باعتباره وسيلة للاتصال الجماهيري اعتمدتها الدول لخلق الاهتمامات السياسية لدى المواطنين جعلهم يشتركون في السياسة وتنمية الروح الوطنية لديهم.

ويلعب دورا هاما في معارك التنافس السياسي في أثناء الحملات الانتخابية حيث يجد فيه المرشحون منبر أقوى تأثير لإيصال برامجهم الانتخابية إلى مواطنهم وكسب تأييدهم.[2]

6- الوظيفة التربوية التعليمية :

---

[1]- جبارة عطية، **علم الاجتماع الإعلام**، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2001، ص 52.

[2]- جبارة عطية، **مرجع نفسه**، ص 53.

فقد عد التلفزيون وسيلة تربوية قائمة بذاتها، حيث أنه أظهر قدرة وفعالية في تكوين الاتجاهات وتعليم مواد الدراسة، وتلقين المهارات المختلفة في تدريب المعلمين ونقل المعارف للتلاميذ فهو بهذا يدعم المناهج الدراسية بما يعرضه من تجارب علمية، وهو وسيلة ناجحة في نقل وتعليم معارف شتى :

- تعليم اللغة بالجمع بين صورة الكلمة وصورة حروفها الملفوظة.

- عرض وتقديم الدراسات التاريخية والجغرافية بوسائل تعتمد الديكور والملابس والحوار التاريخي، وتعطي نماذج للبيئات الجغرافية.

- تقديم أساسيات وقواعد العلوم التطبيقية بشكل ديناميكي، التجربة العلمية صورة متحركة أصلية وصوتا طبيعيا.[1]

ويقوم التلفزيون في الوقت نفسه بتوجيه المشاهد نحو سلوكيات ومنهجيات اجتماعية ايجابية ترسخ مفهوم العادات الاجتماعية السليمة، والأخلاق الحميدة التي يرغب فيها المجتمع، وتعزز الجسر الاجتماعي بين مختلف الفئات الاجتماعية، وتقدم السلوكيات المنظمة للعلاقات الاجتماعية المبنية على أساس الاحترام والمعقولية في التعامل، وتكسب الأدوار التربوية الإيجابية على المستوى الاجتماعي والأخلاقي والسلوكي.[2]

7- الوظيفة التوعوية :

إذا كانت المدرسة بأشكال التدريس ومحتوى البرامج المدرسية أداة تمكن بعض المحظوظين من استيعاب الثقافة والعلم فإن التلفزيون يمكن الجماهير من وعيها لواقعها الاجتماعي، وتزويدها بأنماط تفكير علمية تمنحها الإحساس بالمشاكل، وكيفية تجاوزها، فلا طالما احتل التلفزيون مكانة هامة في توعية وتثقيف الجماهير.[3]

8- الوظيفة الصحية :

---

[1]- جبارة عطية، مرجع سابق، ص 60.

[2]- عبد المنعم الميلادي، الإعلام ومؤسسة شباب الجامعة للنشر، ط1، مصر، 2007، ص 29-37.

[3]- محمد عبد الوهاب حسن عشماوي، **دور الصحف في إدارة الأزمات الأمنية**، الشركة العربية المتحدة للتسويق، القاهرة، 2008، ص 120.

للتلفزيون دوره المهم في المجال الصحي، حيث أنه يحاول من خلا بثه أنه يقدم برامج تحقق العديد من الأهداف وهي :

– الإسهام في رفع مستوى الوعي الصحي لدى المواطنين، وحثهم على إتباع أساليب الوقاية من الأمراض المستعصية، والبعد عن التناول العشوائي للأدوية.

– تعريف المشاهد بأهم الأعراض التي تستلزم زيارة الطبيب، وتلك التي تتطلب إسعافات أولية لإنقاذ المرضى.

– إلقاء الضوء على الجديد في الطب من وسائل التشخيص والعلاج.

– إبراز التكامل بين العلاج بالأعشاب واستعمال الأدوية الكيماوية.

– علاج العديد ن الحالات الصعبة من خلال عيادات بعض القنوات الإقليمية.

أي أن التلفزيون يهدف إلى نشر الوعي الصحي لدى المواطنين وتثقيفهم طبيا، بالإضافة إلى تقديم يد العون لكل مريض لا يستطيع الإنفاق على العلاج وهو دور إنساني.[1]

ونستخلص من هذه الوظائف أن وسائل الإعلام قدمت للإنسان وبلغتها الخاصة التي تسمى لغو الإعلام والتي يفهمها الصغير قبل الكبير، فمن خلالها يتعلم، ويتثقف ويعرف، وفوق هذا يقضي أوقات فراغه أمامها متسليا وفي نفس الوقت متعلما ومثقفا.

المطلب الثاني : أنواع البرامج التلفزيونية

يمكن لبعض البرامج أن يتم تقسيمها إلى قوالب فرعية وذلك اعتمادا على تشابهها بسمات خاصة وبشكل عام هي :

1- **البرامج الدرامية** : وهي برامج التي يتم فيها عرض سلاسة من الأحداث والحقائق كما نجدها تعتمد على المسرحية التي يمزجها الكاتب كما نجدها تنقسم إلى أقسام :

[1]– محمد عبد الوهاب حسن عشماوي، **مرجع نسه**، ص 124.

- **برامج درامية يعرضها التلفزيون** : وهي أشكال درامية تنتجها شركات إعلامية فيقوم التلفزيون بعرضها على الجمهور.

- **الفيلم السينمائي** : وهو إنتاج درامي يكون من خلال إنتاج سينمائي والذي يتم في استوديوهات السينما فتختلف اختلافا كبيرا عن الإنتاج التلفزيون.

- **المسرحية** : وهي التي ينتجها المسرح سواء كان خاصا أو حكوميا ويتم عرضها عرضا حيا على المسرح لفترة معينة فيستمر عرض المسرحية لسنوات في حين نجاحها وذلك يكون قبل تسجيل المسرحية بكاميرات تلفزيونية وتسويقها.

- **برامج درامية ينتجها التلفزيون ليعرضها على مشاهديه** : وهي أشكال درامية يقوم التلفزيون بإنتاجها باستخدام أدوات الإنتاج التلفزيوني والسينمائي ليعرضها على مشاهديه أو تسويقها بحيث يعرضها أولا على دور العرض (السينما) ومن ثم يعرضها على التلفزيون ومنها.

- **التمثيلية التلفزيونية** : وهي شكل من أشكال الدراما حيث تعتمد غالبا على قصة قصيرة أو رواية يتم حذف بعض تفاصيل منها ويتم إنتاجها وتصويرها وإخراجها حيث تتم استخدام ديكورات داخلية أثناء التمثيلية التلفزيونية، وغالبا ما تكون مدة التمثيلية التلفزيونية لا تزيد عن ساعتين.

- **الفيلم التلفزيوني** : وهو مثل التمثيلية التلفزيونية في مدتها ولكن يختلف عنها في نمط الإخراج والديكور ويمكن تصويره وعرضه سينمائيا قبل إذاعته تلفزيونيا.

- **المسلسل التلفزيوني** : هو شكل من أشكال الدراما، حيث يعتمد على عمل روائي درامي متشابك الأحداث ومعقد الشخصيات حيث يكون في سلسلة من حلقات بحيث تنتهي كل حلقة بعقدة تشوق المشاهد لمتابعة الحلقة التالية.

- **السلسلة الدرامية** : هي حلقات درامية متشابكة فيما بينها قد تكون مجرد فكرة إلا أن كل حلقة لا ترتبط بأخرى كما هو الحال في المسلسل ومدة الحلقة لا تزيد عن ساعة.[1]

[1] – عبد النبي سليم، **مرجع سابق**، ص 24

- **المسرحية التلفزيونية** : هي شكل مسرحي يتم من قبل المحطات التلفزيونية لعرضه على جمهورها أو لتسويقه تجاريا، وباعتبار أن التلفزيون هو خدمة عامة قبل أن يكون مشروعا تجاريا فالمنتج من قبل التلفزيون يمكن أن يكتشف مبدعين جدد من الكتاب ومخرجين وممثلين.

2- البرامج الإخبارية :

يمكن تعريف الخبر على أنه قيام بتصوير الأحداث لحظة وقوعها أينما كانت.

وفي تعريف آخر : معلومة عن حدث ما يتعلق بأحداث محلية وعالمية جارية في مختلف الأصعدة السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والفنية والرياضية والعلمية.

ويجب أن يحظى أي خبر باهتمام من الجمهور المتلقي لكي يذاع ويجب على المحرر أن يحرض على دقة المعلومات وتوازنها وموضوعيتها وأن يكون صياغتها بسيطة وواضحة.

ويمكن تعريف الأخبار العالمية على أنها كل ما يربط مشاهد التلفزيون ومستمع الراديو بالعالم فتجعله عالما بمجريات الأمور والأحداث.

من أشكال البرامج الإخبارية :

- **النشرة الإخبارية** : وهي تتكون من مجموعة أخبار متنوعة تهم المستمعين والمشاهدين خلال تقديمها أثناء فترة زمنية مختلفة وفي أوقات محددة يوميا لا يتم الخروج عنها. ويتم ترتيب الأخبار بناء على فورية الخبر وعلى أهميته، قد تهتم بعض المحطات بتقديم موجز لأهم الأخبار التي وردت وذلك أما في بداية النشرة وفي نهايتها أو في الاثنين معا ويعتمد التلفزيون على الصور المتحركة والثابتة عند تقديم الأخبار وذلك لإعطاء مصداقية أكثر في نقل الخبر أما الراديو فيعتمد على قراءة المذيع للأخبار ويمك أن تتم الإذاعة تصريحات الشخصيات التي تناولتها الأخبار.

3- البرامج الثقافية والتعليمية :

وهي تهدف إلى تثقيف الجمهور من حيث إكسابه معلومات ثقافية ومهارات جديدة حيث هذه البرامج يمكنها أن تأثر على ثقافة الفرد وخبراته حيث لها أقسام تتمثل فيما يلي وهي :

- **برامج التعليم الابتدائي** : وهي برامج تقدم للأطفال الذين لا يصلون سن الدخول المدرسة حيث تتناسب مع عمر الأطفال ما دون الست سنوات.[1]

- **برامج التعليم الجامعي** : وهي برامج تتوافق مع المناهج الدراسية المقرر لتشمل مرحلة التعليم الجامعي.

- **برامج التعليم المستمر** : وهي برامج متخصصة في مجالات متنوعة موجهة لمن أتم مراحل التعليم المختلفة وذلك بهدف تقديم العلم للمهتمين.

- **برامج المهارات** : وهي برامج تسجيلية لا ترتبط بمناهج مدرسية تهدف لتنمية مهارات الجمهور بشكل عام.

4- **البرامج الترفيهية والمنوعة :**

هي من أهم الأشكال التي يحرص على تقديمها التلفزيون، تهدف هذه البرامج إلى ترفيه الجمهور وقد تشمل في قالبها أشكال برمجية مثل البرامج الرياضية والثقافية يمكن اعتبار الأغاني بشكلها الفيلمي برامج ترفيهية.

5- **البرامج الجماهيرية :**

وهي برامج لها دور كبير في ربط (توحيد العلاقة)، بين الجمهور والتلفزيون من خلال مشاركة الجمهور في القضايا لأخذ أرائهم وعرض مشاكلهم وحلها، وإعطائهم فرص في المناقشات وذلك لاستيعاب الجمهور المشارك في البرامج ويعتمد بعضها على الكمبيوتر والتليفون للوصول للجمهور.

[1] - عبد النبي سليم، **مرجع نفسه**، ص 35

خلاصة الفصل

لقد استطاع التلفزيون أن يدخل إلى حياة الشعوب ويحتل مكانا بارزا في قائمة ضروريات المنزل، ويتربع في زاوية المكتب أو مكان العمل، ولم يحدث أن انتشرت وسيلة إعلامية جماهيرية كما انتشر التلفزيون حتى في الدول النامية.

نلاحظ أنه على الرغم من انتشار أجهزة التلفزيون المحدود إلا أن الإرسال التلفزيوني يصل إلى جماهير غفيرة من المشاهدين أكثر مما يتوقع، حيث نلاحظ باستمرار في كثير من الدول النامية أن هناك جماعات مشاهدة تنشأ في المنزل أو في أي مكان : التجمعات البشرية كالنوادي، أماكن العمل والمقاهي وغيرها ، هذه الوسيلة التي تحمل في طياتها تأثيرات على الجمهور من الشبابة خاصة في تلبية احتياجاتها .

الفصل الثاني : الإطار المفاهيمي و النظري للقيم

تمهيد

المبحث الأول : ماهية القيم الثقافية

المطلب الاول : مفهوم القيم

المطلب الثاني : خصائص القيم

المبحث الثاني : وظائف القيم وتصنيفاتها

المطلب الاول : وظائف القيم

المطلب الثاني : نسق القيم وتصنيفاتها

المبحث الثالث : الهوية الثقافية

المطلب الاول : مفهوم الهوية وخصائصها

المطلب الثاني : مفهوم الثقافة وخصائصها

خلاصة الفصل

تمهيد :

القيم هي جملة من الأفكار والمعتقدات والتجارب التي يكتسبها الفرد من خلال احتكاكه بالآخرين وهذه القيم يمكن أن تكون قيما فردية أو جماعية كالشجاعة، الكرم، التعاون، العدالة... الخ.

ويمكن لهذه النماذج من القيم أن تحمل فوائد ومنافع تعود على الفرد والمجتمع فمن ناحية الأفراد نجد بأنها تعل على تحديد سلوكياتهم وتشكيل شخصيتهم كما تساعدهم على مواجهة تحديات الحياة وتمنحهم الفرصة للعبير عن أنفسهم وتأكيد ذاتهم أم بالنسبة للمجتمع فهي عامل مهم للحفاظ على استقراره وكيانه.

المبحث الأول : ماهية القيم الثقافية

المطلب الأول : مفهوم القيم

تعتبر القيم من أكثر مفاهيم العلوم الاجتماعية غموضا وارتباط بعدد كبير من المفاهيم الأخرى، ما جعل الاتفاق على تعريف موحد لها أمر صعبن لذا سنتطرق لمجموعة من التعاريف.

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) وقوم السلعة (تقويما) وأهل مكة يقولون (استقام) السلعة وهما بمعنى واحد (الاستقامة والاعتدال)، يقال (استقام) له الأمر (وقوم) الشيء تقويما وهو (قويم) أي مستقيم".[1]

وتقوم الشيء "تعدل واستوى وتبينت قيمته".[2]

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

ويعرفها المنجد في اللغة والإعلام بأنها جمع قيم وتدل أصلا 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 الثبات والاستقامة فيقال : أقمت الشيء وقومته بمعنى استقام والاستقامة هي اعتدال الشيء واستوائه.[3]

1/ في الفلسفة :

أهم المنظمات الفلسفية التي تعرضت لتعريف القيم نذكر منها :

---

[1]- منى كشك، **القيم الغائبة في الإعلام**، دار الفرحة للنشر والتوزيع، مصر، ب.ط، 2006، ص 60.

[2]- ابراهم أنيس وآخرون، **المعجم الوسيط**، دار المعارف للنشر والتوزيع، مصر، ط 2، 1973، ص 762.

[3]- شهرزاد صوفي، **القيم المتضمنة في إعلانات التلفزيون الجزائري وآثارها على الجمهور الطلبة الجامعيين الجزائريين**، ضمن مجلة دراسات الإعلامية القيمة المعاصرة دورية أكاديمية حضارية محكمة، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، العدد 03، المجلد الأول، 2012، ص 42.

أ- **الفكر المثالي** : الذي يؤمن بوجود عالمين عالم مادي وآخر معنوي كما يعتبر الفكر المثالي الإنسان الكامل هو الذي يستمد قيمه من عالم المثل أو عالم السماء، هي قيم مطلقة كاملة كالخير والحق والجمال وبالتالي فهي قيم أزلية غير قابلة للتغيير والزوال، حيث يدرك الفرد هذه القيم من خلال تعامله مع الأشياء.

ب- **الفكر الواقعي** : يرى الواقعيون أن القيم موجودة في عالمنا وليست خيالا أو تصورا وأن لكل شيء قيمته وأن الإنسان يستطيع أن يكتشف القيم باستخدام الأسلوب العلمي والخطوات العلمية عن طريق الفعل، فالقيم عندهم مطلقة ولكن يمكن الحصول عليها وتقديرها عن طريق المشاهدة، ويرون أن هناك قيم غنية كافية وشاملة ممثلة للناس وبالتالي فإن هناك مجموعة من القيم المطلقة نستطيع أن نخرج عنها، أي أنها لا تقيد الإنسان بالالتزام بها، وكل القيم بالتالي هي قيم اجتماعية تحقق للإنسان سعادة ولدت ومنفعة والسعادة هي الخير المرغوب فيه لذاته دون النظر إلى نتائجه وآثاره، إذن المعيار الأخلاقي عندهم هو حب الذات وما يحتمل أن يصيب صاحب السلوك أو الفعل من أشكال النفع والضرر.[1]

ج- **الفكر البراجماتي** : يؤمن البراجماتيون بعدم وجود قمي أخلاقية مطلقة فأحكامنا حول القيم قابلة للتغيير وبالتالي فالقيم والأخلاق عندهم نسبية، حيث يرى البراجماتيون وجود قوانين قيمية، يفرضها واقع طبيعي فالقيم تقاس عندهم بنتيجتها أي ما يعود فيها بالخير على الفرد والمجتمع، ويقوم الشخص باستنباط القيم من واقع خبرته ويستخدم ذكاءه وتفكيره في ذلك، حيث يختار بين ما هو خير وبين ما هو شر حتى لا تتذبذب الأحكام فالقيم عندهم ذاتية لأنهم يرون ضرورة أن نعتمد على الأحكام التي تصدرها على شيء ما، فالطاعة مثلا : قيمة مرغوب فيها داخل السجن ولكنها تصبح قيمة غير مستحبة أحيانا مع أولادنا وتلاميذنا، لأنها تساعدهم على التفكير خاصة إذا كانت الطاعة العمياء مطلبا مجتمعيا وبالتالي فالقيمة ليست موضوعية بمعنى أنها تعود لذات الشخص الذي يقيم الشيء، فالشجرة لم تكن جميلة إلا أن الشخص رآها كذلك.

---

[1]- منى كشك، **مرجع سابق**، ص.ص 60-61.

وبذلك نلاحظ أن هناك اختلافا في النظر الفلسفية هناك من يرى أن مصدرها إلا هي ومنهم من يقول أنها مطلقة، ولكن كل الفلسفات تتفق في كون القيم عبارة عن معايير توجه سلوك الفرد والمجتمع، وأن هذه المعايير قد تكون للفرد فيها حرية الاختيار وقد لا تكون.

2/ القيم في علم الاجتماع :

يرى علماء الاجتماع أن القيم مكون للثقافة وأن الثقافة مجموعة من القيم، وهي خلقية مهما كانت ماهيتها وأيا كان مصدرها وهي معايير ومقاييس يستخدمها الناس لتنظيم وترتيب رغباتهم المتنوعة وهي تعمل على ضبط سلوك الأفراد في تعاملهم مع بعضهم البعض فكل نسق اجتماعي وكل جماعة تواجه مهمة الاختيار من بين القيم البديلة – والقيم : "هي الصفات الشخصية التي يفضلها أو يرغب فيها الناس سواء بالنسبة للفرد أو الجماعة الاجتماعية في ثقافة معينة وقد يكون موضوع الرغبة ماديا أو علاقة اجتماعية أو فكار عامة أو شيء يطلبه يرغبه المجتمع...[1]

عرف بارك وبيرجس "القيمة بأنها أي شيء قيمته قابلة للتقدير ويشير ماكس فيبر إلى أن القيم هي: "مجموعة التصديقات السيكولوجية المتولدة عن الاعتقاد الديني والممارسة الدينية التي تعطي توجيهها للسلوك العملي، الذي يلتزم به الفرد".[2]

يعرف عزي عبد الرحمن القيم : على أنها فكرة يعتقد بها الإنسان ويعتنقها وتجعل منه إنسانا أو مواطنا صالحا ومتكيفا مع جماعته أو مجتمعه، ولذلك يطلق على هذه القيم، تعبير القيم الاجتماعية لأنها تنشأ من احتكاك الأفراد مع بعضهم البعض واتصالهم في جماعة أو مجتمع، فالقيم هي الصفات الشخصية التي يفضلها أو رغ فيها الناس في ثقافة معينة ولهذا كانت القيم هي التي تتصل اتصال مباشر بثقافة المجتمع، فالعادات والتقاليد والأعراف تصنعها القيم في أي مجتمع، ومن هذا كانت القيم مكتسبة، ولما كانت القيم ذات عمقا واضح تم اكتسابها دون وعي وتصبح من موجهات السلوك دون إحساس مشعور به.

كما عرفها بأنها : "القيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم.[1]

---

[1]– حسين عبد الحميد وأحمد رشوان، **الثقافة دراسة في علم الاجتماع ا لثقافي**، مؤسسة الشباب الجامعية، مصر، 2006، ص 160-162.

[2]– نورهان منير حسن، **القيم الاجتماعية والشباب**، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ب.ط، 2008، ص 36.

المطلب الثاني : خصائص القيم

تتميز القيم كغيرها من المفاهيم الاجتماعية الأخرى، بمجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من ا لمفاهيم يمكن تلخيصها في ما يلي :

أ- **الاكتساب** : وذلك بناءا على ما يتلقاه الفرد من خيرات وما يعايشه من مواقف أثناء التنشئة الاجتماعية التي تمارسها العديد من مؤسسات التربية ما فيها وسائل الاتصال والمدرسة والأسرة.

ب- **الوجدانية واللزومية** : حيث تكتسب في ضوء معايير المجتمع والإطار الحضاري الذي ينتمي إليه الفرد، وهي في قوتها الملزمة للأفراد كما أن المجتمع يعدها ضابط لسلوكه.

ت- **الدينامية** : فالقيم تتغير محور الاهتمام لدى الفرد، وعلى هذا فإن تغير القيم يرتبط بطبيعة المرحلة التي تمر بها المجتمعات فتاريخ المجتمع سلسلة من المراحل المختلفة، حيث تختلف كل مرحلة من المراحل الأخرى، وفقا للظروف التي تحيط بها، وهنا تبرز العلاقة بين التغيير الذي يطرأ على المستوى الاجتماعي والقيم الاجتماعية، أي أن القيم تتغير من زمن لآخر وفقا للتفضيلات والاهتمامات الإنسانية.[2]

ث- **النسبية والإطلاق** : وذلك لأنه إذا كانت القيم، دائما مطلقة لأصبح التغيير على المستويين الشخصي والاجتماعي مستحيلا وبالمثل لا يمكن أن تكون القيم دائمة التغيير والتبديل وإلا تعذر استمرار الشخصية الإنسانية والأنماط الثقافية والبناءات الاجتماعية.[3]

ج- **الهرمية** : أنها مرتبة ترتيب هرمي ليس جامد بل متحرك ومتفاعل، فالسلم القيمي قد يهتز سلبا أو ايجابا إذا كثيرا ما يتفكك النسق القيمي ويعاد ترتيبه من جديد نتيجة للتغيرات الاجتماعية والثقافية.

ح- **المعيارية** : إن القيم تعتبر بمثابة معيار لإصدار حكام تقيس وتقيم وتفسر وتعلل من خلالها السلوك الإنساني.

---

(1)- عزي عبد الرحمن، **الثقافة وحتمية الاتصال نظرة قيمية**، مجلة المستقبل العربي، العدد 295، 2003، ص 15.

(2)- آمال رحماني، **قيم العولمة الثقافية من خلال الملصقات الإعلامية العربية**، دار سيميولوجية على عينة من الملصقات الإعلانية الموجهة للعرب، مذكرة لنيل شهادة الماجستر في علوم والاتصال، جامعة مونتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010-2011، 27.

(3)- جان بول رزقير، **فلسفة القيم**، ترجمة عادل الأوي، عويدات للنشر والطباعة، بيروت، ط1، 2001، ص 24.

خ- الذاتية : بمعنى أن وزن القيمة وأهميتها يختلف من فرد لآخر.[1]

د- تساند بعضها البضع : فهي ليست وحدات منفصلة وأنها غالبا ما تتفاعل معا وتتداخل وهذا ما يزيدها قوة.[2]

ذ- دائما موضوعات مرغوبة : فالقيم ليست أشياء يرغبها الناس ولكنها ما يريده الناس يشكل رغباتهم وأن الهجوم على القيم يثير الغضب لدى من يهتمون بها.[3]

ر- القيمة ذات قطبين : أنها تشمل خاصية التقابل في المعاني التي تحملها فهي إما أن تكون موجبة أو سالبة خيرا أو شرا.

ز- القيم إما ظاهرية أو ضمنية : يعبر عنها إما بالكلام أو بالكتابة أو ضمنية تعرف من خلال السلوك غير لفظي.

س- القيم متداخلة مترابطة متضمنة : حيث أنها تتضمن الجوانب المعرفية والوجدانية وسلوكية، كما أنها متضمنة من حيث تطبيق فالعدل مثلا قيمة سياسية وأخلاقية.[4]

ش- ذات طبيعة متدرجة : نظرا لأن حاجات المجتمع ليست على نفس الدرجة من الأهمية فإن هناك قيم أساسية وقيم فرعية تنطوي تحتها وحتى القيم الإنسانية فإنها قد لا تكون على نفس الدرجة من الأهمية ولهذا كان من الضروري معرفة التنظيم العمومي للقيم التي تسود في مجتمع معين أو مؤسسة معينة أو لدى فرد معين.[5]

---

(1)- عبد الرزاق محمد الدليمي، **مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012، ص 212.

(2)- آمال رحماني، **مرجع سابق**، ص.ص 27-28.

(3)- محمد أحمد محمد بيومي، **علم اجتماع القيم**، دار المعرفة الجامعية، مصر، ب.ط، 2002، ص 118.

(4)- عبدالله عقلة مجلى الخزاعلة، **الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية**، دار الحامد، عمان، ط1، 2008، ص.ص 38-39.

(5)- سعاد جبر سعيد، **القيم العالمية وآثرها على السلوك الإنساني**، دار الجدار المكتب العالمية، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2008، ص 37.

المبحث الثاني : وظائف القيم وتصنيفاتها

المطلب الأول : وظائف القيم

تعمل القيم على أداء عدة وظائف يمكن إجمالها في :

1- تعمل كمعيار لتوجيه القول والفعل والسلوك الصادر عن الأفراد في مواقف مختلفة.

2- الوصول إلى التكامل أو التضامن في المجتمع من خلال نسق القيم العامة التي تعطي شرعية لمصالح أهداف الجماعية وتحدد المسؤولية.

3- للقيم دور كبير في بناء الشخصية الفردية.

4- تعمل على تنظيم المجتمع وضبطه واستمراره.

5- تعمل على الحفاظ علة هوية المجتمع وثقافته، فلك مجتمع هويته الثقافية المميزة التي تعمل القيم على الحفاظ عليها.

6- المساعدة على تكييف مع الأوضاع المستجدة للفرد.

7- تساعد على حل الصراعات واتخاذ القرارات، ذلك أن القيم هي مجموعة من المبادئ التي يتعلمها الفرد للاختيار بين البدائل المختلفة وحل الصراعات واتخاذ القرارات في المواقف التي تواجهه.

8- تعمل على البناء الاجتماعي.

9- تساعد على تحقيق التكامل في المجتمع من خلال النسق القيمي العام الذي يعطي الشرعية للأهداف والمصالح الاجتماعية ويحدد المسؤوليات.

10- تساعد الأفراد في التكييف مع الأوضاع المستجدة عليهم.[1]

ولأن القيم الاجتماعية يفضلها الناس ويرغبون فيها، لأنها من صلب ثقافتهم وموجهة لسلوكهم وعلى العموم فإن للقيم وظيفتين مهمتين :

- **الوظيفة الأولى : على المستوى الاجتماعي**

[1]- ماجد المزيود، **الشباب والقيم في عالم متغير**، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2006، ص26.

ربط العناصر الثقافية بنسيج محكم وربط الثقافات الفرعية في ثقافة واحدة، إن هذه الوظيفة مهمة بالنسبة للقيم حتى أن بعض الأنتروبولوجيين ينظرون إلى المجتمع كأنه مجموعة من الناس يربطهم نسيج واحد ونظام من القيم. كما أنها تساعد المجتمع على مواجهات التغيرات التي تحدث فيه بتحديدها للاختيارات الصحيحة من أجل الحفاظ على استقرار المجتمع وكيانه.

- الوظيفة الثانية : على المستوى الفردي

تعمل على تحدد أهداف الناس وبذلك تعطي للحياة لديهم شيئا من المعنى فبدل أن يدركوا أعمالهم وسلوكياتهم وكأنها محاولات لإشباع حاجاتهم فقط، نجد أنهم ينظرون إليها بشيء من الأمل لتحقق لهم أهداف لا يرمون إليها ويتلهفون لإدراكها ونيلها.

كما أن القيم تهيئ للأفراد اختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم، فهي بالتالي تلعب دورا مهما في تشكيل الشخصية الفردية كما أنها تحقق للفرد الإحساس بالأمان فهو يستعين بها من أجل مواجهة التحديات في الحياة وتمنحه فرصة للتعبير عن نفسه وتأكيد ذاته.[1]

المطلب الثاني : نسق القيم وتصنيفاتها

أولا : مفهوم نسق القيم

هو مجموعة من المبادئ التي تساعد الفرد والأفعال المجتمعية في إطار التقاليد الخاصة بهم، وباختصار فإن نسق القيم هو معايير ومبادئ التي يتمسك بها المجتمع أو أغلب أعضائه سواء صراحة أو ضمنيا.[2]

هو "عبارة عن بناء أو تنظيم شامل لقيم القرد وتمثل كل قيمة في هذا النسق عنصرا من عناصره وتتفاعل هذه العناصر لتؤدي وظيفة معينة بالنسبة للفرد".

ويتضمن نسق القيم نوعين رئيسين من القيم، القيم الغائية وتمثل غايات الوجود الإنساني والقيم الوسيطة أو الوسيلة وهي أساليب السلوك المفصلة لتحقيق الغايات المرغوبة ويفترض بعض الباحثين أن

---

(1)- خالد محمد أبو شعيرة، ثائر أحمد غباري، **الثقافة وعناصرها**، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2009، ص.ص 52-53.

(2)- محمد أحمد محمد بيومي، **مرجع سابق**، ص 114.

عدد القيم الغائية يمكن إخضاعها للقياس والتحليل المحدود نسبيا، ومن الضروري التمييز بين مدرج القيم، ونسق القيم فالأول يعني ترتيب الشخص للقيم من أكثرها أهمية إلى أقلها أهمية.

بينما يشير الثاني إلى التنظيم العام لقيم الفرد والذي من خلاله تتحدد أهمية كل قيمة من هذه القيم وكيف تنتظم، وما هي علاقة كل منها بالآخر.

وهذا يعني دراسة بناء القيم والأشكال التي تتجسد فيها بدلا من الاكتفاء بمجرد ترتيبها[1] أنساق القيم إذن هي المستويات التي نحتكم إليها في عرض ذواتنا بالصورة التي نفضلها وهي بالتالي مستويات توجهنا في إقناع الآخرين وتأثير فيهم لتبني مواقف أو معتقدات أو اتجاهات أو قيم نعتقد أنها جديرة بالاهتمام، إنها مستويات يعتمد عليها الأشخاص في الاحتفاظ بالتقدير الذاتي وعادة ما تؤدي المواقف الاجتماعية التي يواجهها الأفراد في حياتهم اليومية إلى استشارة عدد من القيم داخل النسق، ولهذا فإن إحدى وظائف نسق القيم الأساسية هي الإسهام في خفض حدة الصراع والتوتر والمعاونة على اتخاذ القرار على أساس الاختيار بين البدائل حينئذ يمثل نسق القيم مخططا عاما أو مجموعة من المبادئ والقواعد كبنيان عقلي أكثر شمولا، لذلك فإن نسق القيم يحقق التوافق واحترام الذات، ومن الطبيعي أن يتفاوت الأفراد فيما يتعلق بالأهمية النسبية للقيم التي تؤدي هذه الوظائف.[2]

ثانيا : تصنيف القيم

قدم "نيكولاس ريتسرد" محاولة قيمة لعرض مختلف أسس تصنيف القيم على النحو الآتي :

1- التصنيف على أساس محتضني القيم :

وينص هذا التصنيف على أساس الذين يحتضنون قيمة من القيم مثل القيم الشخصية، قيم العمل والقيم القومية التي تنتشر على نطاق المجتمع بأسره.

2- التصنيف في ضوء موضوعات القيم :

وفيه ينصب الاهتمام على موضوعات محددة تكتسب خاصية قيمية فيتم مثلا تقويم الرجال على أساس نسبة الذكاء والأمم على أساس عدالة النظم السائدة فيها ومدى شرعيتها ومن الأمثلة على ذلك :

---

(1)- عبد اللطيف محمد خليفة، **ارتقاء القيم**، علم المعرفة، الكويت، ب ط، 1992، ص 62.

(2)- عبد الغني عماد، **سوسيولوجيا الثقافة، مفاهيم وإشكاليات من الحداثة إلى العولمة**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2002، ص.ص 146-147.

نمط القيمة	تفسير موضوع التقييم	نماذج القيم
قيم الأشياء	الخصائص المرغوبة في الأشياء	السرعة، الجودة، النقاء
قيم بيئية	الخصائص المرغوبة في البيئة	الجمال، التناسق، الهدوء
القيم الفردية	الخصائص المرغوبة في الأفراد	الشجاعة، الذكاء، الكرم
القيم الإنسانية	الخصائص المرغوبة في المجتمع	الخلق، القدرات، العادات
القيم الجماعية	الخصائص المرغوبة في العلاقة بين الفرد والجماعة (الأسرة، الجوار، المهنة)	التعاون، الانسجام، القيادة
القيم المجتمعية	الخصائص المرغوبة فيما يتصل ببناء المجتمع ونظمه	العدالة، المساواة، الحرية

3- التصنيف على أساس الفائدة أو المنفعة :

ترتبط القيم بفائدة أو منفعة يحققها أولئك الذين يحتضنوها سواء كانت هذه المنفعة تتعلق بإشباع حاجة أم اهتمام أم مصلحة وأفضل تصنيف في هذا الصدد هو تصنيف الحاجات، الرغبات والاهتمامات الأساسي للإنسان. ويمكن أن تحصل على تصنيف من القيم على النحو التالي :

فئات القيم	نماذج من القيم
المادية الطبيعية	الصحة، الراحة، سلامة البدن
الاقتصادية	الأمن الاقتصادي، والإنتاجية
الأخلاقية	الشجاعة، الكرم
الاجتماعية	الإخلاص، الألفة
السياسية	الحرية، العدالة
الجمالية	الجمال، التناسق
الدينية والروحية	الشفقة، حب الخير، صفاء الضمير
الفكرية	الذكاء، الوضوح
المهنية	تقدير المهني، النجاح، والدقة
العاطفية	الحب والقبول

4- التصنيف على أساس الأغراض والأهداف :

يقصد بذلك التصنيف القيم وفق للغرض المحدد أو الهدف الخاص الذي يتحقق بوجودها، إذن فالتصنيف هنا يتأسس على الغرض والهدف الذي يتحقق بوجود قيمة معينة مثل : القيم التعليمية لبعض البرامج، القيم التبادلية لبعض السلع.[1]

5- التصنيف على أساس العلاقة بين محتضن القيمة والفائدة :

يقصد بهذا التصنيف ملاحة أن الشخص يحتضن قيمة معينة لأنه يرى وجودها فائدة بالنسبة إليه أو بالنسبة إلى الآخرين مثل : القيم الأسرية، المهنية، القومية.

6- التصنيف على أساس العلاقة بين القيم ذاتها :

ويعتمد هذا التصنيف على مدى ارتباط القيم ببعضها ببعض، وهذا النوع من التصنيف يثير قضية تدرج القيم وفقا لمدى عموميتها، فقيمة الكرم مثلا تحقق قيمة أعلى هي سعادة الآخرين في هذه الحالة، تعتبر القيمة الأولى قيمة وسيطة أو وسيلية، وهناك قيم أخرى لذاتها مثل الولاء، الأمانة، تلك هي القيم الغائبة.

المبحث الثالث : الهوية الثقافية

المطلب الاول : مفهوم الهوية وخصائصها

اولا : مفهوم الهوية

لغة : من الناحية الدلالة اللغوية هي كلمة مركبة من ضمير الغائب "هو" مضاف إليه ياء النسبة التي تتعلق بوجود الشيء المعني كما هو في الواقع بخصائص ومميزاته التي يعرف بها.[2]

---

[1] - عبد الغني عماد، **مرجع سابق**، ص.ص 148-149.

[2] - محمد عمارة، **مخاطر العولمة على الهوية الثقافية** ، نهضة مصر للنشر ، القاهرة ، مصر ، 1999 ، ص 6- 7

ويعرف حسب لاروس فإن الهوية، تجعل من شكلين متشابهين في اللون والشكل، وهي مجموعة ظروف ووضعيات تجعل من الشخص ما مميزا وخاصا.[1]

اصطلاحا : يرى أبو حطب أن الشعور بالهوية يتضمن أن يحتفظ الفرد لنفسه بصورة لأنه فيها التماثل ولاستمرار والتي تتطابق مع التماثل والاستمرار الذي يكونه الآخرون عنه.[2]

ويعرف الدكتور بن عيسى "الهوية" هي ذلك الوعاء الحامل والمتضمن لنسق المعاني في لحظة معية من تفاعلات الفرد التي تمكنه من ضبط علاقاته بذاته وبالموضوعات الخارجية سواء كانت اجتماعية أو غير اجتماعية وهيكلتها على ضوء ذلك أو هي محصلة مختلف المعاني التي يكونها الفرد عن ذاته وعن موضوعات الأخرى انطلاقا من خبراته، وتعرف على أنها إحساس الجماعة أو الفرد بالذات نتيجة وعي الذاتي يمتلك خصائص مميزة عن غيره وتعرف أيضا على أنها مركب من العناصر المرئية والمادية والذاتية المصطفاة التي يتم خاص للفاعل الاجتماعي.

ثانيا – وظائف الهوية

تتمثل أهم وظائف الهوية فيما يلي :

1- ضمان الاستمرارية التاريخية للأمة، إذا لا يمكن التشكيك في انتماءاتها.

2- تحقيق درجة عالية من التجانس والانسجام بين السكان في مختلف جهات الوطن الواحد.

3- تمثل الهوية الجنسية والشخصية الوطنية التي تحافظ على صورة الأمة أمام الأمم الأخرى وذلك من خلال الحفاظ على الكيان المميز لتلك الأمة.

4- ضمان الاستمرار التاريخية للأمة ويزداد الشعور بالأمة والهوية والانتماء عادة في ظروف الاحتلال والخطر الخارجي ومختلف الأزمات التي تعصف بالأمم عادة وبشكل لاستثني أحدا حينما لا يجد المجتمع سبيلا سوى الالتفاف حول مقومات الهوية الواحدة لإعادة اللحمة والتصدي الخارجي.[3]

---

[1]- معلوف أمين، **الهويات القاتلة**، دار الورد للطباعة، دمشق، سوريا ، 1999، ص 25 .

[2]- الزهراء عاشور ، **إشكالية الهوية للغوية في عصر العولمة ،اللغة العربية نموذجا** ، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات ، العدد6،الجزائر ،2008 ص67

[3]- محمد عمارة ، **مرجع سابق** ، ص 173.

ثالثا : عناصر الهوية

إن عناصر الهوية الإنسانية فردية كانت أو جماعية لا تنحصر في العناصر المادية وحدها بل تتعداها إلى مجموعة أخرى من العناصر وهي كما يلي :

أ- **العناصر المادية والفيزيائية** : وتشمل على الخيارات والقدرات والاقتصادية والعقلية، التنظيمات المادية والانتماءات الفيزيائية والسمات المروفولوجية.

ب- **العناصر التاريخية** : وتتضمن الأصول التاريخية (مثل الأسلاف، الولادة، الاسم، المبدعين، الاتحاد القرابة، الخرافات الخاصة بالتكوين...) الإحداث التاريخية المهمة، الآثار التاريخية العقائد والعادات والتقاليد...

ج- **العناصر الثقافية والنفسية** : وتتضمن النظام الثقافي، مثل العقائد والأديان والرموز الثقافية والأيديولوجية ونظام القيم الثقافية وإشكال التعبير الأدبي والفني، ثم العناصر العقلية (مثل النظرة إلى العالم ونقاط التقاطع الثقافية، الاتجاهات والمعايير الجمعية...الخ) ثم النظام المعرفي ويتضمن السمات النفسية الخاصة اتجاهات نظام القيم.

د- **العناصر النفسية الاجتماعية** : وتتضمن الأسس الاجتماعية (مثل : الاسم، الجنس، اللغة، السلطة والدرر الاجتماعي والأنشطة والانتماءات، ثم القدرات الخاص بالمستقبل، مثل القدرة والإمكانيات والإثارة الإستراتيجية والتكيف ونمط السلوك).[1]

إن عناصر الهوية الأربعة تشكل كل من الهوية الفرد والجماعة وإن هذه العناصر ليست شرطا وجودها في كلت الهويتين، حيث ليس من السهل على الشخص أن يدرك كافة العناصر المشكلة للهويته لأنه يمتلكها ويعيشها تلقائيا، ولكن في مقابل ذلك فعلى فإن إدراك العناصر الهوية يعد شرطا هوية الجماعة.

[1]- الزهراء عاشور ، **مرجع سابق**، ص 145.

رابعا : مستويات وأبعاد الهوية

1- مستويات الهوية

تتمثل مستويات الهوية في :

أ- المستوى الفردي : الفرد داخل مجموعة مهما كانت، وهو عبارة عن أنا مستقلة متميزة متفردة في الشكل والخصائص، ولها ما يقابلها من الآخر، فالأنا تضع نفسها في مركز الدائرة عندما تكون في مواجهة مع هذا النوع من الآخر.

ب- المستوى الجمعي : فالجماعة داخل الأمة هي كالفرد داخل ما يميزها داخل الهوية المشتركة،.

ج- المستوى القومي : في مواجهة بقية القوميات يعمل بالضبط وفق نفس منطق الجماعة داخل الأمة.

وقد أشر عبد الله النعيم مشاري إلى إمكانية أن تضيف المستويات التالية :

- **الهوية الحسية الفردية** : هي كل ما تعلق بالجانب المادي للفرد ملابسه، نوعية العطر، طبيعة الكتب التي يطالعها سيارته التي يستعملها هاتفه القال...، وغيرا من الأمور المادية التي تتيح للشخص التميز عن أقرب الناس منه.
- **الهوية الحسية الجماعية** : هي تلك المقدرات المادية التي تبرز في المدينة والمظاهر الحضارية للمجتمع بنايات، مرافق، نظافة.
- **الهوية المعنوية الفردية** : هي جملة القيم التي يتحلى بها الفرد القسوة، اللين، الصرامة، الليونة، الطبية، وغيرها...
- الهوية المعنوية الجماعية : في الغالب لا يمكن ضبطها بدقة لكنها تبرز أكثر في القوانين والأعراف التي يلتزم بها المجتمع بالتالي هي أساس صورة رمزية لمضامين اصطلاح المجتمع على التمسك بها.

2- أبعاد الهوية :

إن مفهوم الهوية يتجلى في جملة من الأبعاد اعتمادا عليها تتضح معالمه الأساسية وقد حصرت تلك الإبعاد في :

أ- **العادات والتقاليد والأعراف** : هي الدلالات التاريخية الحضارية على الشعوب وهي ما تم توارثه عبر تعاقب الزمن للحفاظ على بنية وتماسك المجتمع وهي تشكل واحد من أبرز ملامح أو أبعاد الهوية.

ب- مجموعة القيم : الأخلاقية والدينية والفكرية الثقافية و...إلخ التي ترسبت تدرجا فباتت دلالة صريحة على الهوية.

ج- اللغة : وتضم في طياتها اللغة الرسمية للمجتمع إضافة إلى مختلف اللهجات المتداولة والمتعرف عليها والتي تميز في الغالب مجتمع عن آخر وهي كذلك إحدى أبعاد الهوية.

د- التاريخ : وتعتبر الذاكرة المشتركة واحدة من أبرز أبعاد الهوية فهي تتضمن أهم الأحداث التي مرت على المجتمعات وأسهمت في رسم معالمها.[1]

إن مفهوم الحقيقي الهوية لا يقتصر على هذه الأبعاد الأربعة، حيث يعتبر مفهوم الهوية من اعقد المفاهيم التي تم تناولها في مجال السوسيولوجي، ولهذا نجد أن كل بعد مثل العادات والتقاليد واللغة والتاريخ يرسم فقط صفة معينة يتمكن الاقتراب بها من مفهوم الهوية.

[1] - محمد عابد الجابري ، **العولمة والهوية الثقافية عشر أطروحات** ، مجلة الحكمة ، العدد 6، المغرب ، 14 نوفمبر 2015 ، WWW.HEKMAH.COM

المطلب الثاني : مفهوم الثقافة وخصائصها

1- مفهوم الثقافة :

لغة : جاء في لسان العرب : ثقف الشيء ثقفا وثقافا وثقافة : حذفة ورجل ثقفا وثقفا : حاذفا الفهم ولم يرد فيه لفظ متقفا، أما لفظ الثقافة فقد ورد كمصدر بمعناه الحذف وثقف الرجل ثقافة إي صار حاذفا ثقيفا.[1]

اصطلاحا : يعرفها تيلور بأن الثقافة والحضارة هي ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة المعتقدات، الفن والأخلاق، القانون وكل القدرات والعادات التي يكتسبها الإنسان باعتباره عضو في المجتمع.[2]

يعرفها كونيسي رأيت : الثقافة هي النمو التراكمي للتقنيات والعادات والمعتقدات لشعب من الشعوب، يعيش في حالة الاتصال المستمر بين أفراده وينتقل هذا النمو التراكمي إلى الجيل الناشيء عن طريق الأباء وعبر العمليات التربوية.

تعريف مالينوفيسكي : الثقافة هي الجهاز فعال ينوضع ينتقل بالإنسان إلى أفضل وضع يواكب المشاكل والطروح الخاصة التي تواجه الإنسان في هذا المجتمع أو بيئته وفي سياق تلبيته لحاجات الأساسية.

وقد عرفت المعاجم الحديثة للغة العربية : هذه الكلمة بأنها العلوم والمعارف والفنون التي يطلب فيها الحذق وسواء كانت الثقافة هي العلوم والمعارف والفنون التي يطلب فيها الحذق أو هي الحذق وفهم العلوم والمعارف والفنون.

---

(1)- سمير إبراهيم حسن ، **الثقافة والمجتمع** ، دار الفكر المعاصر للنشر، ط1، القاهرة، مصر، 2007 ،ص 58.

(2)- حارب سعيد ، **الثقافة التربوية والثقافة الاعلامية تكامل أوتناقض ؟** ، دار الأزهر للنشر والتوزيع القاهرة ، مصر ، 2004 ص 57.

ومالك بن نبي يعرف الثقافة في كتابه (مشكلة الثقافة) فيقول بأنها : مجموعة الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته، وتصبح لا شعوريا العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه "فالثقافة إذا هي حياة المجتمع.[1]

ويعرفها الجابري : بأنها ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم الرموز والتغيرات والإبداعات والتطلعات التي تحتفظ بجماعة بشرية تشكل أمة أو ما في معناها بهويتها الحضارية وقابليتها للتواصل والأخذ وإعطاء وهي المعبر الأصيل عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم وعن نظرة هذه الأمة إلى الكون والحياة والموت، والإنسان ومهامه وقدراته وحدوده وما ينبغي أن يعمل نتيجة لذلك يرى أن الثقافات ستبقى محددة متنوعة وتعمل كل منها بصورة تلقائية على الحفاظ على مقوماتها الخاصة.

وتعرف أيضا الثقافة في واقع الأمر كل مكتسب مشترك بين أفراد الجماعة تشتمل أيضا كل أشكال التعبيرات المختلفة والفعاليات المتنوعة التي تنبثق النظام المعرفي المكتسب.[2]

ومما سبق يمكن تعريف الثقافة على أنها ذلك مركب الكل الذي يشتمل العادات وتقاليد والفنون والأخلاق التي يتميز بها مجتمع أو أمة عن غيرها، حيث أن الثقافة هي عملية تربوية يكتسبها الإفراد من خلال تنشئتهم من طرف الآباء وهي التي تنتقل بالإنسان إلى أحسن الظروف من خلال مواجهة مشاكل وتصرف معها بأفضل الوسائل.

2- مفهوم الهوية الثقافية :

تعرف الهوية الثقافة في اللغة الانجليزية "CULETURALIDENTILY" يقصد، السمات المميزة لجماعة يعيشون في منطقة لها تقاليد ودينها ولغتها ونسبها وهياكلها الاجتماعية.

كما تعرف بأنها : مجموعة الخصائص أو السمات المشتركة التي تميز مجموعة من البشر عن مجموعة بشرية أخرى مثل (اللون، العادات، الطقوس، أساليب، المأكل، والملابس) وعليه يميزهم عن غيرهم من

---

(1)- حسن الحنفي ، **الثقافة العربية بين العولمة والخصوصية** ، مجلة الفكر السياسي ، العدد 5، جامعة القاهرة ، مصر ،2001 ص 33.

(2)- أليكس ميكشلي، **الهوية**، دار الوسيم لخدمات الطباعة، تر:علي وظفة، ط1،سوريا، 2013 ،ص 17

الجماعات، فقد توجد بين أفراد هذه المجموعة اختلافات في عناصر أخرى لكنها لا تؤثر على بناءهم كمجموعة متمايزة.

حمد علي كنعان : بأنها كل ما يميز أمة عن أمة بكل ما تحمله من قيم وعادات وسلوكيات. [1]

لقد عرفت المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم أن الهوية الثقافية هي النواة الحية للشخصية الفردية والجماعية والعامل الذي يحدد السلوك ونوع القرارات والأفعال الأصلية للفرد والجماعة والعنصر المحرك الذي يسمح للأمة بالمتابعة التطور والإبداع، مع الاحتفاظ بمكوناتها الثقافية الخاصة وميزاتها الجماعية التي تحددت بفعل التاريخ الطويل واللغة القومية والسلوكية المشتركة وطموح الغد.

وتعرف الهوية الثقافية بأنها تلك المبادئ الأصلية السامية والذاتية النابعة من الأفراد والشعوب وتلك ركائز الإنسان التي تمثل كيانه الشخصي الروحي والمادي بتفاعل صورتي هذا الكيان لإثبات هوية الفرد أو المجتمع أو الشعوب، بحيث يحس ويشعر كل فرد بانتمائه الأصلي لمجتمع ما، يخصصه ويميزه عن باقي المجتمعات الأخرى، والهوية الثقافية تمثل كل الجوانب الحياتية الاقتصادية، الاجتماعية السياسية والحضارية والمستقبلية الأعضاء الجماعة الموحدة التي ينتمي إليها الأفراد بالحس والشعور الانتمائي لها.[2]

ومن خلال ما سبق من التعاريف يمكن إعطاء تعريف شامل للهوية الثقافية باعتبارها أنها الكيان الروحي والمحر لأي أمة أو حضارة، ولذلك تعتبر النواة الحية للشخصية الفردية أو الجماعية، وذلك لتجسيد الأفراد الجماعة لعناصر المشتركة بينهم والمتمثلة في الدين، العادات، التقاليد، الطقوس، واللغة ومن خلال تفاعلاتهم تحسوا بانتمائهم إلى الجماعة.

---

[1] – نبيلة جعفري ، انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، العدد 31 ،أم البواقي، الجزائر ، 2017.

[2] – الرقيب محمد السعيد ، الهوية الثقافية في الفكر التربوي المعاصر ، دار اليافا للنشر ، عمان ، 2007 ، ص 177.

3- خصائص وسيمات الهوية الثقافية

الهوية الثقافية خصائص وسمات تتميز بها عن الهويات الأخرى، حيث تتمثل الملامح الأساسية لهوية الثقافية في :

أ- الهوية الثقافية تمثل السمات المشتركة بين الأفراد الذين ينتمون لجماعة اجتماعية واحدة، أي أن هؤلاء الأفراد تميزهم تفاعلات وثقافات يختلفون بها عن باقي الجماعات الأخرى.

ب- ترتبط الهوية الثقافية بمتغيرات مثل (الطبقة، العرق، النسب، اللغة، الدين) وهذه المتغيرات تمثل العناصر تتم من خلالها تصنيف الجماعات وفقا اختلاف تلك العناصر من جماعة إلى أخرى، بحيث تتصف كل جماعة بدين معين ولغة مختلفة والعادات وتقاليد تميزها عن غيرها من المجتمعات.

ت- توجد بن الأفراد الجماعة الواحدة اختلافات في بعض العناصر ولكنها لا تؤثر في بنائهم حيث تركز الهوية الثقافية على العناصر الثقافية التي يتشابه فيها جميع الإفراد تلك الجماعة.

ث- تولد الهوية الثقافية لدى كل فرد من أفراد الجماعة الاجتماعية شعورا بالانتماء لهذه الجماعة. [1]

إن الخصائص التي تتميز بها الهوية الثقافية نجدها نابعة من مبادئ الأصلية للأفراد الجماعات والشعوب ولذلك نجد أن كل جماعة تميزها خصائص وسمات مشتركة المتمثلة في اللون والدين والعادات والقيم وأساليب المأكل واللبس، وبهذه الصمات المشتركة بين أفراد الجماعة يشعر الفرد بانتمائه للجماعة.

[1] - لزهر مساعدية ، **مفهوم الثقافة ومكونتها(العادات، التقاليد، الاعراف)**، مجلة الذاكرة ، العدد 9 ، المركز الجامعي ميلة، الجزائر، 2017 ص 35

4- عناصر الهوية الثقافية :

تتجلى عناصر الهوية الثقافية في تلك المظاهر المهمة التي تمثل جوانب الهوية الثقافية بالنسبة للشعوب وللأفراد وإن كانت تتمثل في الغائب في ثلاثة عناصر ممثلة في عنصر العقيدة واللغة والتراث الثقافي.

أ- العقيدة أو الدين : يعد الدين عنصر من عناصر الهوية الثقافية وذلك رغم اختلاف بين الديانات.

ب- اللغة : تعد اللغة اللسان الثقافي الأساسي للهوية الثقافية للأفراد وللشعوب وهي عامل بين اختلاف ثقافة عن أخرى، وهي أسلوب للتواصل وللاحتكاك وإثبات الهوية وتأكيد وجودها.

ت- التاريخ والماضي : بحيث يمثل التاريخ والماضي المشترك للأفراد أو الشعب ما عنصرا يعبر فيه عن هويته الأساسية، والتاريخ هو من بين عناصر الهوية الثقافية لأنه يدرس الماضي ويقف على الحقائق وتستند إليه الدول والشعوب للتطلع لبناء الحاضر والتطلع إلى المستقبل.

ث- العادات والتقاليد والأعراف : هذه المجالات هي من صميم هوية المجتمعات من خلال اتباع سلوكات معينة والتصرف والتعامل وفقا لثقافة تنظمها العادات والتقاليد والأعراف.

ج- العقد الاجتماعي والعقد السياسي : بحيث أن لكل دولة عقد اجتماعي من خلال مبادئ وثوابت المجتمع فيها وما يطبقه من تصور وطموح سياسي مبني في مرجعية العقد الاجتماعي وخاصة أن الدولة تعبر عن هويتها الثقافية في المجتمع الدولي من خلال دستور أو قانون له الوجه الاجتماعي والسياسي، بحيث الإرادة الثقافية للأفراد تكون مكفولة في الوجه السياسي الذي يعبر عنها.

ح- الآداب والفنون : حيث أن لكل مجتمع آدابه وفنونه التي يزخر بها، والتي تميزه عن غيره من المجتمعات والتي تكون معبرة عن هويته الثقافية، من خلال ثقافة التعبير القصصي والشعر وفنون التشكيل والرسم والمسرح والتمثيل، وفن العمران وغيره، وكل له رسالة يريد أبلاغها للآخر

خ- طريقة التفكير : يعد التفكير العنصر الحساس في أي ثقافة، فطريقة تفكير المسلم غير طريقة مادية واستهلاكية وهذا يتجلى المجال التربوي، فهنالك التربية الدينية والتربية الروحية والتربية المادية وغيرها ونفس الأمر بالنسبة للتكوين والتأهيل.[1]

---

[1] - الرقيب محمد السعيد ، **مرجع سابق** ، ص 150.

ومن الملاحظ أن التلفزيون حمل جملة من التغييرات التي تمس بنية المجتمع متعلقة بهويته وبالخصوص هويته الثقافية حيث استغل المتعاملون عبر التلفزيون على استشارة نقاط عميقة تمس الهوية الثقافية في أبعادها الكبرى.

حيث نجدهم يناقشون مسائل ويطرحون نقاشات تمس عناصر الهوية الثقافية الممثلة في العقيدة الدينية والعادات والتقاليد وتاريخ الأمة وغيرها من المواضيع، حيث نجد مستخدمين هذه القنوات يستعملون لغة معقدة لا يستطيع أي أحد فهمها.

خلاصة الفصل :

نستخلص مما تم عرضه في هذا الفصل أن مفهوم الهوية الثقافية من المفاهيم المحورية والجوهرية وذات العلاقة القوية بشخصية الأفراد وتتشكل انطلاقا من قيم وعادات وتقاليد المجتمع الجزائري، وعليه هي تعتبر النواة الحية للشخصية الفردية أو الجماعية، وذلك لتجسيد الأفراد الجماعة لعناصر المشتركة بينهم والمتمثلة في الدين العادات والتقاليد والطقوس واللغة ومن خلال تفاعلاتهم تحسوا بانتمائهم للجماعة.

الفصل الثالث : دراسة مسحية على عينة من طلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية المتابعين للبرامج الثقافية التي تبث عبر القناة الجزائرية السادسة الشبابية

المبحث الأول : بطاقة تقنية عن مجتمع البعث

المطلب الاول : نبذة عن القناة الجزائرية السادسة الشبابية

المطلب الثاني : نبذة عن مدرسة الدراسات العليا التجارية

المبحث الثاني : تحليل وتفريغ البيانات

المطلب الاول : عادات و أنماط مشاهدة برامج القناة السادسة الشبابية

المطلب الثاني : حاجات و دوافع إقبال طلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية على البرامج الثقافية

المطلب الثالث : تقييم الطلبة لمساهمة القناة الجزائرية السادسة الشبابية في ترسخ هوية الشباب الجزائري

نتائج الدراسة

المبحث الأول : بطاقة تقنية عن مجتمع البحث

المطلب الاول : نبذة عن القناة الجزائرية السادسة الشبابية



المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري : المالك[1]

البلد : الجزائر

اللغة : العربية

القنوات التابعة :

كنال ألجيري

الجزائرية الثالثة

[1] – الموقع الالكتروني www.entv.dz الزيارة يوم 2023/04/15

قناة الأمازيغية

قناة القرآن الكريم

المقر الرسمي : الجزائر العاصمة، الجزائر

القناة الجزائرية السادسة وتعرف أيضا باسم تلفزيون السادسة، وهي سادس قناة عمومية انبثقت عن المؤسسة الوطنية للتلفزيون، تتوجه هذه القناة إلى الجمهور الجزائري تركز في محتواها على الجزائر.

أعلنت المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري، عن إطلاق القناة السادسة عبر الساتل الموجهة للعائلات الجزائرية ببرامج متنوعة[1].

تاريخ القناة

بداية البث للقناة الجزائرية السادسة في.2020

برامج القناة

وستبث القناة برامج أطفال من رسوم متحركة، وأفلام أطفال، مسلسلات وأفلام ومسلسلات فكاهية جزائرية، أفلام ومسلسلات أجنبية، مباريات كروية للمنتخب الوطني من خلال برنامج تاريخ وأمجاد، مسرحيات وبرامج منوعات من إنتاج التلفزيون الجزائري، برامج اجتماعية ودينية.

إدارة القناة

إدارة القناة الجزائرية السادسة هي نفسها إدارة المؤسسة العمومية للتلفزيون

بث القناة

البث الأرضي الرقمي

البث الفضائي

[1]– لموقع الالكتروني www.entv.dz الزيارة يوم 2023/04/15

تبث القناة على عرب سات ونايل سات هوتبيرد.

هذا ويمكن التقاط القناة السادسة عبر الترددات التالية:

على القمر الصناعي ألكوم سات-1:

- 12240 MHZ

"القطبية: أفقي

- SR: 30000
- FEC : 3/4

على القمر الصناعي:E7WA

- 11680 MHZ
- القطبية: أفقي
- SR: 27500
- FEC : 3/4

المطلب الثاني : نبذة عن مدرسة الدراسات العليا التجارية

1-تعريف المدرسة

منذ نشأة مدرستنا في سنة 1970 ، دأبت دوما على بناء علاقات تكوين و تعاون و متابعة مع مختلف المؤسسات العامة و الخاصة الفاعلة في ميادين البحث العلمي و كذا التجاري ، و ذلك لتمكينها من تحديث برامج دراسية و توفير بيئة تعليمية تتماشى مع متغيرات الزمن.

مدرسة الدراسات العليا التجارية (المعهد الوطني للتجارة سابقا) ،هي مؤسسة عمومية ذات طابع علمي و ثقافي و مهني ، تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي.

2-تاريخ و نشأة المدرسة

تم انشاء المعهد التكنولوجي للتجارة، سنة 1970 ببن عكنون تحديدا 11طريق دودو مختار، تحت وصاية وزارة التجارة

تمثلت مهامه آنذاك في:

- تكوين اطارات تسيير تجاري لمدة ثلاث سنوات لفائدة متربصين الحائزين على مستوى ثالثة ثانوي.
- تكوين مفتشي رئيسيين تجاريين لمدة اربعة سنوات للحائزين على شهادة بكالوريا.
- تكوين متخصص قصير المدى لفائدة مؤسسات القطاع الاقتصادي.
- تطوير و تنفيذ ابحاث خاصة بالميدان التجاري.
- تقديم نصائح تسير تجاري لمؤسسات التجارية[1].

[1] - الموقع الالكتروني www.Hec.dz الزيارة يوم 2023/04/15

وفي اوت 1983 تم تحويل المعهد التكنولوجي للتجارة الى المعهد الوطني للتجارة ، تحت وصاية وزارة التجارة اداريا و و وزارة التعليم العالي و البحث العلمي بيداغوجيا، حيث اصبح معهدا وطنيا للتعليم العالي فأضيفت له مهام اخرى له و هي:

- التكوين في طور الليسانس للعلوم التجارية بثلاث تخصصات: (التجارة الدولية، التسويق، و المناجمنت) هذا التكوين موجه للطلبة الحائزين على شهادة البكالوريا الذين نجحو في اجتياز مسابقة الدخول للمدرسة، اما فيما يخص الالتحاق بالتكوين في طور الماجستير يتم الانتقاء عن طريق مسابقة للمترشحين الحائزين على ليسانس في التخصصات السابق ذكرها. و كذا التكوين في ما بعد التدرج المتخصص. PGS
- اعادة تدريب و تحسين مستوى لمختلف اطارات المؤسسات من خلال التكوين المستمر (بشكل متناسب مع احتياجات كل مؤسسة اقتصادية.(
- تفعيل البحث من خلال مجلة العلوم التجارية و تنظيم محاضرات متخصصة تحت عنوان (lundis de l'inc) .

التكوين و البحوث المقدمة آنذاك في المعهد اعطى للطلاب فرصة التوظف كأساتذة دائمين مما سمح باستمرارية تقليد التعليم النشط الذي تم اختباره في السبعينات من طرف VSNA الفرنسية التي قامت بدورها بتكوين معظم اساتذة المعهد، تم التكوين في مجمله بالغة الفرنسية و العربية و الانجليزية كما تم تقديم دروس كذلك باللغة الاسبانية و الالمانية و الايطالية.

خضع الطلاب الى تكوينين رئيسيين داخلين اثناء دراستهم حيث توجب عليهم اعداد مذكرة في السنة الرابعة للحصول على دبلومهم.

تم تسليم بيداغوجيا و أنشطة البحث الى المجلس التربوي للمدرسة الذي ضم سبعة اقسام (اللغات، التقنيات الكمية و المعلوماتية، اقتصاد، الحقوق، تسويق، مناجمنت، محاسبة)، اما فيما يخص التعاون فقد استقبل المعهد الوطني للتجارة عشرات الطلبة من دول افريقيا الناطقة باللغة الفرنسية و البرتغالية و كذا من دول المغرب العربي حيث قد تفوق العديد منهم و تصدرو الدفعة.

في عيد الطلب المصادف لـ 19 ماي 1994 ، تم انشاء جمعية START بمقر المعهد الوطني للتجارة مكونة من طلاب و أساتذة تحت شعار "حرروا الطاقات "، شاركت START في عدة انشطة متنوعة ثقافية ،إنسانية و تضامنية ،سياحية ، حفلات موسيقية كما انشات مجلة تحت اسم " Carpe diem " كما اسسوا كذلك منتخب رياضي حيث شاركوا بإسم المعهد الوطني للتجارة في مختلف الرياضات في

"بطولة الكرات الخمسة " التي كانت تنظمها المدرسة الفرنسية للتجارة بباريس l'ESSEC de Paris من 1994 الى 2013.

تم في جوان 1995 و بمرسوم رئاسي انشاء ثلاث ملحقات تابعة للمعهد الوطني للتجارة بكل من ولاية ادرار ، متليلي بولاية غرداية و ولاية الوادي حيث كان الغرض منها ضمان التكوين لطلبة الجنوب الجزائري وفقا لبرامج التدريس الخاصة بالمعهد. بعد سنوات من العمل تم ادماج هذه الملحقات بالمراكز الجامعية للولايات المعنية.

ابتداءا من تاريخ فيفري 1998 تم نقل الاشراف الادارى على المعهد من وزارة التجارة الى وزارة التعليم العالي و البحث العلمي هذه الأخيرة التي كانت لديها الاشراف البيداغوجي،ذلك أدى هذا النقل الى فقدان المعهد لاستقلاليته "التوظيف عن طريق الاختبار المهني"

في اوت عام2000 تم تحويل المعهد الوطني للتجارة الى معهد وطني للتعليم العالي ثم الى مدرسة خارج جامعة تحت تسمية "المدرسة الوطنية العليا للتجارة " ENSC و لكن هذه التسمية لم تنل رضا أساتذة المعهد ليتم تغييرها الى مدرسة الدراسات العليا التجارية في أكتوبر 2009 مع اعتماد اختصار باللغة الفرنسية HEC ALGER تحت شعار "Entreprendre et Innover" في 8 ديسمبر 2009.

في سبتمبر 2014 تم منح المدرسة إمكانية التكوين في طور الدكتوراه و كذا تغيير مقرها الى القطب الجامعي بالقليعة ولاية تيبازة، حيث تمت مناقشة حوالى عشرون أطروحة دكتوراه و بقيت حوالي مائة أطروحة قيد التنفيذ.

في عام 2011 تم انشاء مختبريين للبحث العلمي بمقر المدرسة مختبر) MARKETIC التسويق وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات) و) PERMANANالإدارة والأداء والابتكار.(

ثم تم تغيير نظام الالتحاق بالمدرسة حيث اصبح على الطلبة الحائزين على شهادة البكالوريا المرور بواحد من الاقسام التحضيرية المقسمة على خمسة ولايات بالوطن لمدة سنتين ثم اجتياز مسابقة وطنية للالتحاق بواحدة من المدارس الوطنية العليا للتسيير التي من بينها مدرستنا ، بداية من الموسم الجامعي 2015-2016 تم ادماج القسم التحضيري بمدرستنا فيما تم في سبتمبر 2014 توظيف أولى دفعات الدكتوراه نظام ل م د[1].

[1] – الموقع الالكتروني www.hec.dz الزيارة يوم 2023/04/15

في الأخير مرت مدرستنا بتغيير تسمتها أربعة مرات و هي:

- 21افريل 1970 : المعهد التكنولوجي للتجارة ITC
- 06اوت 1983 :المعهد الوطني للتجارةINC Alger
- 14جويلية 2008 : المدرسة الوطنية العليا للتجارة ENSC
- 12أكتوبر 2009 : مدرسة الدراسات العليا للتجارةHEC Alger

المدير الحالي و رئيس المجلس العلمي للمدرسة:

الأستاذة : قاسمي أمال

3- مهام المدرسة

بموجب القرار التنفيذي رقم 08-223 الموافق ل 14 جويلية 2008، تم تحويل المعهد الوطني للتجارة الى مدرسة خارج جامعة.

حيث تتمثل مهمة المدرسة في:

- ضمان التكوين العالي والبحث العلمي والتطوير التكنولوجي في مختلف ميادين التجارة.
- ضمان تكوين اطارات ذات مستوى عالي متخصصة في التجارة.

مدرستنا تركز بشكل كبير على جودة برامج التكوين المقدمة لطلبتنا حيث تجدر الاشارة بكل فخر الى ان خيرة كبار المسؤولين الجزائريين (مدراء عامين بوزارات مختلفة وكذا مؤسسات عامة وخاصة) قد كانوا خريجي مدرستنا.

و كما قامت المدرسة بتكوين اطارات يشغلون حاليا مناصب هامة بمختلف دول العالم مثل (موريتانيا، مالي، تشاد، نيجر، سنيغال، غينيا الاستوائية، موزمبيق، راس الرجاء الاخضر، غينيا بيساو ..الخ).ان المنهج التدريسي الذي تقدمه مدرستنا يختص بشكل واسع مجال ادارة الاعمال بالمؤسسات بمختلف تشعباته، حيث ان تنوع التخصصات التجارية بالمدرسة مكنت طلابنا من الحصول على مستقبل مهني واعد و ذلك لتحكمهم بمختلف تقنيات ادارة الاعمال.

بعد أكثر من ٥٠ سنة من التواجد ومن خلال جميع التغيرات الهيكلية الي مرت بها مدرستنا تحرص مدرسة الدراسات العليا التجارية على تقديم أحسن البرامج التعليمية التي تتلاءم وتواكب المحيط الاقتصادي والتجاري الحديث.

لقد مرت مدرسة الدراسات العليا التجارية بثلاث مراحل هيكلية اساسية شملت تغير تسميتها كذلك:

1. المعهد التكنولوجي للتجارة: حيث قدم نوعين من التكوين، الاول تكوين اطارات تسيير تجاري حيث تم تخريج 15 دفعة والثاني مفتش رئيسي تجاري اذ تم تخريج 11 دفعة.
2. المعهد الوطني للتجارة : حيث قدم تكوين دفعة واحدة خاصة بتقني سامي في التجارة و ذلك سنة 1987، و كذا التكوين في ليسانس العلوم التجارية الذي لايزال يدرس الى الان في مدرسة الدراسات العليا التجارية حيث تم تخرج اول دفعة من هذا التكوين سنة 1988.

كما انه و ابتداءا من السنة الجامعية 2011-2012 و مع تغيير صفة المعهد الى مدرسة خارج جامعة اصبحت تقدم فقط التكوين في الماستر العلوم التجارية بستة تخصصات و هي:

- ماستر في التسويق
- ماستر التوزيع اللوجستيكي
- ماستر في المالية
- ماستر في العلاقات الدولية
- ماستر في تسيير الموارد البشرية
- ماستر في المناجمنت و المقاولاتية

كما تقدم مدرستنا كذلك التكوين في طور الدكتوراه نظام (ل م د)، في ميدان علوم التسيير و العلوم التجارية حيث يتم تحيين التخصصات كل سنة من طرف وزارة التعليم العالي و البحث العلمي ،حتى تتماشى مع متغيرات العالم في المجال الاقتصادي و كذا لتلبي احتياجات الدولة في ميدان البحث العلمي اذ تحرص المدرسة على تقديم تنوع في تخصصات الدكتوراه مثل (الحوكمة في المؤسسات، المقولاتية، العلاقات الدولية، التسويق الرقمي ، التوزيع، التسويق الاقليمي، المحاسبة و كذا التدقيق) ، اذ تحصي المدرسة اليوم 104 طالب دكتوراه (ل م د) و 161 طالب دكتوراه كلاسيك.

كما تجدر الاشارة ايضا الى ان مدرسة الدراسات العليا التجارية، تقدم تكوين فيما بعد التدرج المتخصص PGS في التخصصات التالية: (المناجمنت، التسويق، التدقيق و مراقبة التسيير، الهندسة المالية،

مناجمنت الموارد و النقل، مناجمنت القيادة و استراتيجية المؤسسة، تسيير الموارد البشرية، مناجمنت مؤسسات الصحة). حيث ان التكوين في هذه التخصصات يتم بالشراكة مع مختلف المؤسسات و المدارس الفاعلة في كل تخصص.

المبحث الثاني : تحليل وتفريغ البيانات

الجدول رقم (01) : يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس :

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	65	43.33
أنثى	85	56.66
المجموع	150	100

من خلال معطيات جدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس ، حيث يبين لنا أن النسبة كانت غير متساوية بين الذكور و الإناث بنسبة 56.66 % للإناث و نسبة 43.33% للذكور، و هذا راجع إلى اختيارنا العشوائي للعينة.

الجدول رقم (02) : يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى الدراسي :

الخيارات		التكرارات	النسبة المئوية
قسم تحضيري	الاولى	30	20
	الثانية	20	13.33
جذع مشترك		40	26.66
ماستر	الاولى	50	33.33
	الثانية	10	6.66
المجموع		150	100

توزيع المبحوثين حسب المستوى و الذي كان لطلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية ، و يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أكبر نسبة كانت لطلبة السنة أولى ماستر والتي كانت 33.33 % ، تليها سنة جذع مشترك بنسبة 26.66 % ، و بعدها السنة الأولى تحضيري بنسبة 20 % و أخيرا السنة الثانية تحضيري بنسبة بلغت 13.33 %. و هذا راجع لتواجد الطلبة عندما قمنا بتوزيع الاستبيان ، فيما كان شبه غياب لطلبة السنة الثانية ماستر لعدم وجود حصص حضورية لهذا المستوى ، ما عدا من حضر لإعداد مذكرة التخرج.

الجدول رقم (03) : يبين توزيع المبحوثين حسب التخصص :

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
قسم تحضيري	54	36
جذع مشترك	36	24
ادارة اعمال	5	3.33
اعمال دولية	27	18
تسويق	28	18.66
المجموع	150	100

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن نسبة 36% من أفراد العينة الذين يشاهدون برامج القناة العمومية السادسة يدرسون في القسم التحضيري للمدرسة والذين يمثلون النسبة الغالبة , مقابل نسبة 24% من أفراد العينة يدرسون جذع مشترك, في حين ان 18.66% يدرسون تخصص تسويق، أما طلبة تخصص أعمال دولية يمثلون 18% من العينة ، من خلال هذه المعطيات يتضح لنا أن الدراسة مست تخصصات كل طلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية .

المطلب الاول : عادات وأنماط مشاهدة برامج القناة الجزائرية السادسة الشبابية .

الجدول رقم (04) : يبين مشاهدة برامج القناة الجزائرية السادسة الشبابية :

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	81	54
أحيانا	54	36
نادرا	15	10
المجموع	150	100

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن نسبة 54% من أفراد العينة الذين يشاهدون برامج القناة العمومية السادسة يشاهدون برامج القناة دائما وهي تمثل النسبة الغالبة, مقابل نسبة 36% من أفراد العينة الذين يشاهدون برامج للقناة العمومية السادسة احيانا, في حين ان 10% يشاهدون القناة نادرا، من خلال هذه المعطيات يتضح لنا أن الطلبة يشاهدون برامج القناة العمومية السادسة بصفة دائمة و هذا راجع للبرامج المتنوعة للقناة و كذا المواضع المهمة و حتى البرامج الترفيهية ذات ميزة احترافية من دون المس بمقومات العائلة الجزائرية .

الجدول رقم (05) : يبين ترتيب البرامج حسب الأفضلية :

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
اجتماعية	13	8.66
سياسية	12	8
اقتصادية	28	18.66
دينية	20	13.33
ثقافية	35	23.33
رياضية	27	18
ترفيهية	15	10
المجموع	150	100

من خلال المعطيات في هذا الجدول نلاحظ ان أغلب المبحوثين يفضلون البرامج الثقافية بنسبة 23.33 % ثم البرامج الاقتصادية بنسبة 18.66 % و الرياضية بنسبة 18 % بعدها الدينية و الترفيهية بنسب متقاربة و هذا يعكس مستوى الوعي الثقافي للطلبة ، أما تفضيلهم للبرامج الاقتصادية فهو نتيجة تخصصهم الجامعي في المجال الاقتصادي و التجاري .

الجدول رقم (06) : يبين افضل اوقات مشاهدة برامج القناة الجزائرية السادسة الشبابية :

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
صباحا	14	9.33
منتصف اليوم	11	7.33
مساءا	40	26.66
ليلا	45	30
حسب وقت الفراغ	40	26.66
المجموع	150	100

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن نسبة 30 % من أفراد العينة يفضلون مشاهدة التلفزيون العمومي ليلا وهي تمثل النسبة الغالبة, و بنسبة 26.66 % يشاهدون التلفزيون الجزائري مساءا و نفس النسبة حسب أوقات الفراغ ونسبة 9.33 % من افراد العينة يشاهدون التلفزيون العمومي صباحا،على ضوء هذه المعطيات يتبين لنا أن الطلبة يشاهدون التلفزيون العمومي ليلا وهذا كون الطلبة يدرسون في النهار من أجل العلم والبحث العلمي، إضافة إلى أن الطلبة لهم مستوى عالي من البحث والذي يتمثل في التحضير لشهادة الماستر في العلوم التجارية ,وبالتالي فإن الطلبة مشغولون في النهار، يمكنهم رؤية ومشاهدة التلفزيون ليلا و مساءا .

الجدول رقم (07) : يبين الاماكن التي يشاهد فيها برامج القناة الجزائرية السادسة الشبابية :

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
بمفردك	58	38.66
العائلة	60	40
الأصدقاء	8	5.33
الحي الجامعي	24	16
المجموع	150	100

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن نسبة 40 % من أفراد العينة يشاهدون برامج القناة العمومية السادسة بصفة جماعية وهي تمثل النسبة الغالبة، مقابل نسبة 38.66 % من أفراد العينة يشاهدون برامج للقناة العمومية السادسة بصفة فردية، من خلال هذه المعطيات يتضح لنا أن الطلبة يشاهدون برامج القناة العمومية السادسة بصفة جماعية، وهذا ما يدل على أن البرامج صافية وخالية من العيوب التي تجعل الفرد يشاهد البرنامج وحيدا أو التهرب منه إطلاقا، ضف إلى ذلك فإن القناة محافظة على عادات وتقاليد الشعب الجزائري ولا يمس بقيمها وأخالقها وثقافتها، كما أن برامج القناة تعرض قيم جديدة وقيمة في وسط الطلبة الجزائريين، كما أن مشاهدة برامج القناة بصفة جماعية يدل على انها قناة جيدة و تستضيف شخصيات في المستوى إضافة إلى كون برامجها تنشر مواضيع حساسة وجيدة وتبث روح الاطمئنان والراحة وسط الشباب وعائلاتهم.

الجدول رقم (08) : يبين تصنيف البرامج الثقافية التي تبثها القناة الجزائرية السادسة الشبابية حسب الاهمية :

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
مهمة جدا	78	52
مهمة نسبيا	54	36
غير مهمة	18	12
المجموع	150	100

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن نسبة 52% من أفراد العينة الذين يشاهدون برامج القناة العمومية السادسة يرون ان برامج القناة مهمة جدا وهي تمثل النسبة الغالبة، مقابل نسبة 36% من أفراد العينة الذين يشاهدون برامج للقناة العمومية السادسة يرون ان برامج القناة مهمة نسبيا، في حين ان 12% يرون عكس ذلك، من خلال هذه المعطيات يتضح لنا أن الطلبة يشاهدون برامج القناة العمومية السادسة لأهميتها على المستوى الثقافي و العلمي و المستوى الاحترافي للقناة في انتقاء و عرض برامجها.

المطلب الثاني : حاجات و دوافع إقبال طلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية على البرامج الثقافية.

الجدول رقم (09) : يبين الحاجات المحققة عند مشاهدة البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية:

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
تحسين المستوى الثقافي	40	26.66
التعرف على العادات و التقاليد	86	57.33
الترفيه	24	16
المجموع	150	100

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن نسبة 57.33% من أفراد العينة الذين يشاهدون برامج القناة العمومية السادسة يشاهدون برامج القناة للتعرف على العادات و التقاليد وهي تمثل النسبة الغالبة، مقابل نسبة 26.66% من أفراد العينة الذين يشاهدون برامج للقناة العمومية السادسة لتحسين المستوى الثقافي, في حين ان 16% يشاهدون القناة للترفيه، من خلال هذه المعطيات يتضح لنا أن الطلبة يشاهدون برامج القناة العمومية السادسة لحاجتهم الى التعرف على العادات و التقاليد الجزائرية حيث ان القناة برامجها تغطي كل ربوع الوطن و تتناول التنوع الثقافي الجزائري بكل موضوعية و احترافية.

الجدول رقم (10) : يبين اسباب مشاهدة البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية :

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
الاخبار الثقافية	44	29.33
ملئ الفراغ	22	14.66
التثقيف	11	7.33
اخبار فنية	33	22
الترفيه	22	14.66
سينما	18	12
المجموع	150	100

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن نسبة 29.33% من أفراد العينة الذين يشاهدون برامج القناة العمومية السادسة يشاهدون برامج الخبار الثقافية وهي تمثل النسبة الغالبة، مقابل نسبة 22% من أفراد العينة الذين يشاهدون اخبار فنية نسبة 14.66 % يشاهدون برامج ترفيهية ،في حين ان 16% يشاهدون القناة للترفيه، من خلال هذه المعطيات يتضح لنا أن الطلبة يشاهدون برامج القناة العمومية السادسة لحاجتهم الى التعرف على العادات و التقاليد الجزائرية حيث ان القناة برامجها تغطي كل ربوع الوطن و تتناول التنوع الثقافي الجزائري بكل موضوعية و احترافية.

الجدول رقم (11) : يبين الدوافع النفسية لمشاهدة البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية:

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
تساهم في ازالة القلق	18	12
رفع الضغوطات اليومية	65	43.33
التخفيف من التوتر	55	36.66
الترفيه	12	8
المجموع	150	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان 43.33 % من المبحوثين يشاهدون البرامج الثقافية بدافع التخلص من الضغوطات اليومية ، و بنسبة 36.66% بدافع التخفيف من التوتر ، و 12 % لإزالة القلق وهذا يدل على ان القناة السادسة الجزائرية قد وفقت في تحقيق أهدافها باعتبارها ملجأ للمشاهد في الحصول على الراحة النفسية.

الجدول رقم (12) : يبين الدوافع المعرفية لمشاهدة البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية :

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
معلومات حول المواضيع المطروحة	19	12.66
التثقيف الفني	32	21.33
التثقيف التراثي	32	21.33
معرفة الثقافة الجزائرية	61	40.66
معرفة الثقافة العالمية	6	4
المجموع	150	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان 40.66 % من المبحوثين يشاهدون البرامج الثقافية بدافع معرفة الثقافة الجزائرية ، و بنسبة 21.33% بدافع التثقيف الفني و نفس النسبة للتثقيف التراثي حسب الجدول ، و12.66 % كانت نسبة الحصول على معلومات حول المواضيع المطروحة ، وهذا يشير إلى ان القناة السادسة الجزائرية قد وفقت في تحقيق أهدافها التثقيفية و باعتبارها مرجع للمشاهد في التثقيف التراثي و التقاليد الجزائرية

الجدول رقم (13) : يبين جودة عرض البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية من الناحية التقنية و الفنية :

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
جيد	39	26
جيد جدا	87	58
متوسط	23	15.33
دون المتوسط	1	0.66
المجموع	150	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان 58 % من المبحوثين الذين يشاهدون البرامج الثقافية يرون أن جودة العرض التقني و الفني هي جيدة جدا ، و بنسبة 26% يرون انها جيدة ، و 15.33 % يرون أن الجودة متوسطة وهذا يبين ان القناة السادسة الجزائرية قد سخرت إمكانات مادية و بشرية هامة لعرض برامج ذات قيمة فنية و جمالية عالية و مواكبة البرامج العربية و العالمية من حيث الانتشار و الدعاية للثقافة الجزائرية .

المطلب الثالث : تقييم الطلبة لمساهمة القناة الجزائرية السادسة الشبابية في الحفاظ هوية الشباب الجزائري.

الجدول رقم (14) : يبين عن ما اذا كانت البرامج الثقافية تعبر عن الهوية الثقافية للشباب الجزائري :

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	135	90
لا	15	10
لا أدري	0	0
المجموع	150	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان 90 % من المبحوثين الذين يشاهدون البرامج الثقافية يرون أن البرامج الثقافية للقناة السادسة الجزائرية تعبر عن الهوية الثقافية للشباب الجزائري ، و بنسبة 10% يرون أنها لا تعبر ، و وهذا يبين أن القناة السادسة الجزائرية وفقت في مسعاها للحفاظ على هوية الشباب الجزائري من خلال برامجها العائلية و الشبابية و الدينية وهذا يعكس التوجه العام للقناة في الاهتمام بفئة الشباب.

الجدول رقم (15) : يبين ما إذا كانت اللغة المستعملة لطرح المواضيع الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية مناسبة :

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
مناسبة	111	74
غير مناسبة	20	13.33
نوعا ما	19	12.66
المجموع	150	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان 74 % من المبحوثين الذين يشاهدون البرامج الثقافية يرون أن اللغة المستعملة في البرامج الثقافية للقناة السادسة الجزائرية مناسبة ، و بنسبة 13.33% يرون أنها غير مناسبة ، و وهذا يبين أن القناة السادسة الجزائرية قد وفقت في توظيف اللغة في برامجها و لكن يجب العمل اكثر لتطوير البرامج لاستهداف كل مكونات المجتمع الجزائري والذي يعتبر غني باللهجات و التقاليد المتنوعة .

الجدول رقم (16) : يبين ما إذا كانت اوقات بث البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية مناسبة :

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	102	68
لا	48	32
المجموع	150	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان 68 % من المبحوثين الذين يشاهدون البرامج الثقافية يرون أن البرامج الثقافية للقناة السادسة الجزائرية أوقات بثها مناسبة ، و بنسبة 32% يرون أنها غير مناسبة ، وهذا يبين أن القناة السادسة الجزائرية قد وفقت في برمجة أوقات البث لبرامجها بشكل كبير وهذا بتركيزها على الجمهور المستهدف .

الجدول رقم (17) : يبين عن رضا المبحوثين عند مشاهدتهم للبرامج الثقافية التي تبين خصوصيتهم وهويتهم الثقافية:

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	131	87.33
لا	19	12.66
المجموع	150	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 87.33 % من المبحوثين الذين يشاهدون البرامج الثقافية هم راضون عن مشاهدتهم البرامج الثقافية للقناة السادسة الجزائرية التي تبين خصوصيتهم و هويتهم الثقافية ، و بنسبة 12.66% هم غير راضون ، و وهذا يبين أن القناة السادسة الجزائرية وفقت في مسعاها لكسب رضا المشاهدين و ثقتهم للحفاظ على هوية الشباب الجزائري من خلال برامج العائلة و الشباب و الدين وهذا يعكس التوجه العام للقناة في الاهتمام و الحفاظ على الهوية الجزائرية.

الجدول رقم (18) : يبين ما إذا كان عدد البرامج التي تتناولها القناة الجزائرية السادسة الشبابية للهوية الثقافية من خلال برامجها الثقافية كافي :

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
كافية	91	60.66
غير كافية	59	39.33
المجموع	150	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 60.66 % من المبحوثين الذين يشاهدون البرامج الثقافية يرون بأن البرامج الثقافية للقناة السادسة الجزائرية التي تتناول عددها كافي ، و بنسبة 39.33% يرون بأن عددها غير كافي ، و وهذا يبين ان القناة السادسة الجزائرية وفقت في مسعاها للحفاظ على الهوية الثقافية للمشاهدين و بالتالي الحفاظ على هوية الشباب الجزائري من خلال برامج العائلة و الشباب و الدين وهذا يعكس سعي القناة في ترسيخ الهوية الجزائرية.

الجدول رقم (19) : يبين ما إذا كانت القناة الجزائرية السادسة الشبابية من خلال البرامج الثقافية قد نجحت في ترسيخ مقومات الهوية الوطنية الجزائرية لدى الشباب الجزائري :

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	127	84.66
لا	14	9.33
نوعا ما	9	6
المجموع	150	100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 84.66 % من المبحوثين الذين يشاهدون البرامج الثقافية للقناة السادسة الجزائرية يرون انها نجحت في ترسيخ مقومات الهوية الوطنية الجزائرية لدى الشباب الجزائري ، و بنسبة 9.33% يرون انها لم تنجح ، وهذا يبين أن القناة السادسة الجزائرية باعتبارها مؤسسة إعلامية عمومية قد نجحت في مسعاها لترسيخ الهوية الوطنية الجزائرية للشباب الجزائري و بالتالي الحفاظ على هوية الشباب الجزائري من خلال البرامج الهادفة و ذات المستوى الراقي .

اقتراحات المبحوثين لتحسين البرامج الثقافية في القناة الجزائرية السادسة الشبابية :

- أغلبية المبحوثين اتفقوا على بعض الاقتراحات لتحسين البرامج الثقافية في القناة الجزائرية السادسة الشبابية والتي تجلت في الاهتمام بمناطق الظل والتعرف على عاداتها وثقافاتها و الارتقاء بمستوى اللغة العربية في جميع طبقات المجتمع.
- عرض أفكار جديدة واخراج عصري بوسائل دعاية شبابية.
- التحليل الجيد للبرامج والوقت المناسب لطرحها مع مراعاة الطبقة الاجتماعية المعنية بالبرنامج.
- العمل مع فريق تقني احترافي يرتقي بمستوى تطلعات المشاهدين.
- إعداد برامج تهتم باللباس التقليدي والطبخ، وفتح المجال لإبداء الرأي والاتصال، أما بعض المبحوثين فقد اقترحوا الزيادة في وقت بث البرامج و التنويع في اللغة المستعملة و التطرق لعادات وتقاليد كل المناطق وتنويع اللهجات، وهناك نسبة قليلة من قاموا باقتراح محاربة التنمر (اللهجات الموجودة في الوطن، نشر عدم التحيز والتمييز بين الطلبة).
- دعم المواهب في ربوع الوطن، منح مبالغ مالية معتبرة مقابل مسابقات فكرية .

نتائج الدراسة:

توصلت هذه الدراسة الموسومة بعنوان " القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الجزائرية و انعكاساتها على هوية الشباب الجزائري " إلى النتائج التالية:

- خلصت الدراسة إلى أن المبحوثين يفضلون البرامج الإخبارية و الفنية المتنوعة حيث جاءت في المرتبة الأولى نظرا لأنها أكثر استقطابا للجمهور
- إن أهم الأماكن التي يتم مشاهدة البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية مع العائلة.

- كشفت الدراسة أن أهم سبب لمشاهدة البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية تمثل في التعلم والتثقيف و التعرف على العادات و التقاليد وهي أهم الدوافع التي يسعى الأفراد المبحوثين لتحقيقها.
- كشفت الدراسة أن أهم الدوافع المعرفية التي يبحثون عنها عند مشاهدة البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية هي زيادة معارفهم ومعلوماتهم حول الثقافة الجزائرية.
- توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين الذين يشاهدون البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية راضون على الجودة التقنية و الفنية.
- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يرون بأن اللغة المستعملة في طرح المواضيع قي البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية مناسبة.
- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يرون بأن برامج القناة السادسة الشبابية تعبر عن الهوية الثقافية للشباب الجزائري و تساهم في الحفاظ عليها.
- كشفت الدراسة أن أغلبية الطلبة راضين عما تقدمه القناة السادسة الشبابية من خلال برامجها الثقافية .
- توصلت الدراسة إلى أن أغلبية المبحوثين يرون بأن حجم المواضيع الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية من خلال برامجها الثقافية كافية.
- توصلت الدراسة ان البرامج المعروضة في القناة السادسة الشبابية ذات المضامين الثقافية التي يشاهدها الطالب الجامعي تساهم في الحفاظ على عناصر هويته الثقافية.

خاتمة

خاتمة:

موضوع القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الجزائرية و انعكاساتها على هوية الشباب الجزائريين على اعتبار أن وسائل الإعلام ومن بينها التلفزيون بشكل عام هي عناصر أساسية في حياتنا الاجتماعية بكل مستوياتها ، لما تقدمه لنا من معارف ومعلومات خاصة لما تتضمنه من محتويات وخصوصيات ثقافية تساهم في تنمية المجتمع الجزائري ، باعتبار أن التلفزيون من الوسائل الأكثر استقطابا للجمهور من مختلف الفئات بكل مستوياته من غير مثقف ، طالب ، بنات و أطفال ، لذلك فان دراستنا استمدت أهميتها من قيمة الموضوع في حد ذاته ، إذ يسعى التلفزيون إلى تجسيد ورفع وتحسين المستوى الثقافي للطالب حتى يتمكن من ترسيخ الهوية الثقافية أكثر ، خاصة اننا نعيش تقدما تكنولوجيا هائلا في مجال الاتصال وتقنياته ، و هو يتطور بشكل سريع وملفت ، وأصبح له تأثير ملحوظ على الحياة البشرية بأسرها وخصوصياتها الثقافية خاصة ، فالبرامج التلفزيونية تساهم في المحافظة و إعادة الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري بصيغ وبأشكال مختلفة ، كما أنها تحوي على مضامين تتماشى والمجتمع الجزائري و تنوعه الثقافي و الإرث اللغوي و التقاليد حسب كل منطقة و البرامج المعروضة في القناة السادسة الشبابية ذات المضامين الثقافية التي يشاهدها الطالب الجامعي تساهم في الحفاظ على عناصر هويته الثقافية ، لذا وجب أن تكون برامج التلفزيون العمومي في جزئها المتعلق بالمواضيع الثقافية مهتمة أكثر بكل عناصر ومكونات الهوية الثقافية للمناطق الجزائر أكثر ، وأن لا تركز على جانب واحد فقط و تهمل الباقي ، حتى تضمن ثقة الجمهور و الشباب الجزائري خاصة و الاستمرار للأجيال القادمة وهذا ما خلصنا اليه في دراستنا .

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المراجع العربية:

قائمة الكتب:

1. أبو شعيرة خالد محمد ، ثائر أحمد غباري، **الثقافة وعناصرها**، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2009.

2. أبو معال عبد الفتاح ، **أثر وسائل الإعلام في تعليم الأطفال وتثقيفهم**، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2006.

3. أبو عيشة فيصل محمد ، **الدعاية والإعلام**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2011.

4. السعيد الرقيب محمد ، **الهوية الثقافية في الفكر التربوي المعاصر** ، دار اليافا للنشر ، عمان ، 2007 .

5. العيفة جمال ، **مؤسسات الإعلام والاتصال**، الوظائف والهياكل والأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.

6. الشطري حامد مجيد ، **الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية** ، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.

7. الزهراء عاشور ، **إشكالية الهوية للغوية في عصر العولمة ،اللغة العربية نموذجا** ، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات ، العدد6،الجزائر ،2008 .

8. أنتوني غيدنز، فليب صاتن، **مفاهيم الأساسية في علم الاجتماع**، المركز العربي للابجاث ودراسة سياسية، تر: محمود الذوادي ، ط1، تونس ،2018.

9. الحطامي عبد الباسط محمد ، **مقدمه في الإذاعة والتلفزيون**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.

10.الخليفي طارق سيد أحمد ، **فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية**، دار المعرفة الجامعية، 2005.

11. أحدادن زهير ، **تاريخ الإذاعة والتلفزة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984.

12. إبراهيم حسن سمير ، **الثقافة والمجتمع** ، دار الفكر المعاصر للنشر، ط1، القاهرة، مصر، 2007

13. المزيود ماجد ، **الشباب والقيم في عالم متغير**، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2006

14. الدليمي عبد الرزاق محمد ، **عولمة التلفزيون**، دار جرير للنشر، عمان، 2005.

15. الدليمي عبد الرزاق محمد ، **مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012.

16. السنوسي نجاة ، **ظاهرة العنف ووسائل الإعلام**، الجمعية المصرية لحماية الأطفال، مصر، 2008.

17. الساري فؤاد أحمد ، **وسائل الإعلام، النشأة والتطور**، دار أسامة، عمان، 2001.

18. الميلادي عبد المنعم ، **الإعلام** ، مؤسسة شباب الجامعة للنشر، ط1، مصر، 2007.

19. بوعلي نصير ، **التلفزيون الفضائي وأثره على الشاب في الجزائر**، دار الهدى، الجزائر.

20. بن نبي مالك ، **مشكلة الثقافة** ، دار الفكر المعاصر للنشر ،ط 2 دمشق ، سوريا ، 2000 .

21. بيومي محمد أحمد محمد ، **علم اجتماع القيم**، دار المعرفة الجامعية، مصر، ب.ط، 2002.

22. تواتي نور الدين ، **الصحافة المكتوبة والسمعية في الجزائر**، ط1، الدار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.

23. جبر سعيد سعاد ، **القيم العالمية وآثرها على السلوك الإنساني**، دار الجدار المكتب العالمية، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2008. 10.

24. حارب سعيد ، **الثقافة التربوية والثقافة الاعلامية تكامل أوتناقض ؟** ، دار الأزهر للنشر والتوزيع القاهرة ، مصر ، 200413.

25. حيفري عبد الحميد ، **التلفزيون الجزائري واقع وأفاق**، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.

26. حسن عشماوي محمد عبد الوهاب ، **دور الصحف في إدارة الأزمات الأمنية**، الشركة العربية المتحدة للتسويق، القاهرة، 2008.

27. خليفة عبد اللطيف محمد ، **ارتقاء القيم**، علم المعرفة، الكويت، ب ط، 1992.

28. دفع الله أحمد النور ، **اثر وسائل الإعلام في تعليم الأطفال وتثقيفهم**، دار الشروق للتوزيع والنشر، الأردن، 2006.

29. دليو فضيل وأخرون، **اشكالية المشاركة الديمقراطية في الجامعة الجزائرية** ، مختبر التطبيقات النفسية والتربوية، قسنطينة، الجزائر ، 2006 .

30. رشوان حسين عبد الحميد وأحمد ، **الثقافة دراسة في علم الاجتماع ا لثقافي**، مؤسسة الشباب الجامعية، مصر، 2006 . 23

31. رزقير جان بول ، **فلسفة القيم**، ترجمة عادل الأوي، عويدات للنشر والطباعة، بيروت، ط1، 2001.

32. زرواتي رشيد ،**تدريبات على المنهجية البحث في العلوم الاجتماعية** ، دار الهدى للنشر ، ط3، الجزائر 2008 .

33. زكي قاسم رياض ، **الهوية وقضاياها في الوعي العربي المعاصر**، مركز الدراسات الوحدة العربية للطباعة، بيروت، 2010 .

34. زعيمي مراد ، **مؤسسات التنشئة الاجتماعية**، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، ط1، 2003.

35. سليم عبد النبي ، **الإعلام التلفزيوني**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن،2010.

36. سلطان محمد صاحب ، **وسائل الإعلام والاتصال**، دراسة في النشأة والتطور، ط1، عمان، 2012.

37. عطية جبارة ، **علم الاجتماع الإعلام**، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2001.

38. عبد العني عماد ، **سيوسيولوجيا الثقافة من الحداثة إلى العولمة** ، مركز دراسات الوحدة العربية ،ط1، بيروت ، 2000.

39. عماد عبد الغني ، **سوسيولوجيا الثقافة**، مفاهيم وإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2002،

40. عطية عز الدين جميل ، **التلفزيون والصحة النفسية** ، عالم الكتب النشر ، ط1، القاهرة ، مصر 2000.

41. عمارة محمد ، **مخاطر العولمة على الهوية الثقافية** ، نهضة مصر للنشر ، القاهرة ، مصر ، 1999 .

42. عطية محمد عيد الرؤف ، **التعليم وازمة الهوية الثقافية** ، مركز الدراسات وحدة العربية للنشر والتوزيع ، ط1، لبنان ، 2008 .

43. علي محمد محمد ، **الشباب العربي والتغير الاجتماعي** ، دار النهضة ،1985.

44. عبد الحميد محمد: **دراسات الجمهور في بحوث الإعلام** ،عالم الكتب، القاهرة، 1993.

45. عبيدات محمد وآخرون ،**منهجية البحث العلمي**، دار وائل للطباعة و النشر، ط 2، الأردن،1999.

46. كوش دنيس ، **مفهوم الثقافة العربية في العلوم الاجتماعية**، تر: منير السعيداني، مركز الدراسات وحدة العربية للنشر والتوزيع، ط1، بيروت، لبنان، 2007 .

47. كشك منى ، **القيم الغائبة في الإعلام**، دار الفرحة للنشر والتوزيع، مصر، ب.ط، 2006.

48. حسين إبراهيم وبركات عبد العزيز، **المدخل إلى علم الاتصال**، دار السلام، الكويت، 1995.

49. موريس أنجرس ، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية** ، دار القصبة للنشر والتوزيع ، تر: سعيد سبعون وآخرون ط1،، الجزائر 2004.

50. ميكشلي أليكس ، **الهوية**، دار الوسيم لخدمات الطباعة، ترجمة: علي وظفة، ط1،سوريا، 2013

51. منير حسن نورهان ، **القيم الاجتماعية والشباب**، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ب.ط، 2008.

52. معلوف أمين، **الهويات القاتلة**، دار الورد للطباعة، دمشق، سوريا ، 1999.

53. محمد عبد الرزاق إبراهيم آخرون، **ثقافة الطفل**، دار الفكر، الأردن، ط3، 2009.

54. منذوب مظفر ، **التلفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي**، منشورات وزارة الثقافة والإعلام، العراق، 1993.

55. هندي صالح دياب ، **أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم**، دار الشروق للنشر والتوزيع ،الأردن، 2006.

56. هندي صالح دياب ، **أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم**، دار الشروق للنشر والتوزيع،الأردن، 2006.

57. ولد خليفة العربي ، **المسالة الثقافية وقضايا الإنسان والهوية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2013 .

قائمة الرسائل:

1. التيجاني، **دور التلفزيون في تغيير القيم الاجتماعية في المجتمع الجزائري**، مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع الثقافي، الجزائر، السنة الجامعية، 2006-2007.

2. الزواوي أحمد الهادي، **الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري**، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في منهجية ونظرية التربية البدنية والرياضية، الجزائر، السنة الجامعية 2007-2008.

3. رحماني أمال ، **قيم العولمة الثقافية من خلال الملصقات الإعلامية العربية**، دار سيميولوجية على عينة من الملصقات الإعلانية الموجهة للعرب، مذكرة لنيل شهادة الماجستر في علوم والاتصال، جامعة مونتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010-2011.

4. بن عمر سامية ، **تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال على التنشئة الأسرية في المجتمع الجزائري**، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، منشورة العلوم في علم الإجتماع، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، الجزائر، 2012-2013،

5. بومعيزة سعيد, **اثر وسائل الاعلام على قيم و السلوكيات لدى الشباب** , دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة , اطروحة لنيل شهادة الماجستير , جامعة الجزائر , 2006.

6. باجي سهام ، **تأثير تلفزيون الواقع في تغيير الصورة الذهنية عن الجنسين لدى الشباب الجزائري**، ثريا ماجستير في الإعلام، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية ،2011-2012.

7. خدنة يسمينة ، **واقع تكوين الطلبة للدراسات العليا في الجامعة الجزائرية**، مذكرة ماجستير، قسم علم اجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة ، الجزائر ،2008/2007 .

8. رداوي منال ، **واقع ثقافة الطفل من خلال برامج التلفزيونية** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، الجزائر 2005/2004 .

قائمة المجالات:

1. الحنفي حسن ، **الثقافة العربية بين العولمة والخصوصية** ، مجلة الفكر السياسي ، العدد 5، جامعة القاهرة ، مصر ،2001

2. جعفري نبيلة ، **انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية** ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، العدد 31 ،أم البواقي، الجزائر ، 2017.

3. عقيل أديب ، التلفزيون **وتحديات التنشئة الاجتماعية**، مجلة النبأ، دمشق، العدد 24، كانون الأول، 2001

4. صوفي شهرزاد ، **القيم المتضمنة في إعلانات التلفزيون الجزائري وآثارها على الجمهور الطلبة الجامعيين الجزائريين**، ضمن مجلة دراسات الإعلامية القيمة المعاصرة دورية أكاديمية حضارية محكمة، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، العدد 03، المجلد الأول، 2012،

5. عزي عبد الرحمن، **الثقافة وحتمية الاتصال نظرة قيمية**، مجلة المستقبل العربي، العدد 295، 2003،

6. مساعدية لزهر ، **مفهوم الثقافة ومكونتها(العادات، التقاليد، الاعراف)**، مجلة الذاكرة ، العدد 9 ، المركز الجامعي ميلة، الجزائر، 2017

قائمة القواميس والمعاجم:

2. الخفي عبد المنعم ، **معجم الشامل للمصطلحات الفلسفية** ، مكتبة مدبولي للنشر ، مصر 2000.

2. الغاز محمد جمال ، **معجم الاعلامي** ، دار الاسامة للنشر،ط1، الاردن ، 2010 .

3. ابراهم أنيس وآخرون، **المعجم الوسيط**، دار المعارف للنشر والتوزيع، مصر، ط 2، 1973.

4. بدوي أحمد زكي ، **معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية**، مكتبة لبنان للنشر، ط1، لبنان ، 1998 .

5. خضير شعيان ، **مصطلحات الاعلام والاتصال**، دار لسان العرب ، ط1، الجزائر ، 2008.

6. مدكور إبراهيم ، **المنجد في اللغة وإعلام** ، ،دار المشرق للنشر ،ط1،بيروت ،2000.

المواقع:

1. الجابري محمد عابد ، العولمة والهوية الثقافية عشر أطروحات ، مجلة الحكمة ، العدد 6، المغرب ، 14 نوفمبر 2015 ، WWW.HEKMAH.COM

2. الموقع الالكتروني لمدرسة الدراسات العليا التجارية www.hec.dz

3. الموقع الالكتروني للتلفزيون العمومي الجزائري www.entv.dz

الملاحق

جامعة يحي فارس المدية

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال

استمارة استبيان حول:

القيم الثقافية في البرامج التلفزيونية الجزائرية و انعكاساتها

على هوية الشباب الجزائري

(القناة الجزائرية السادسة الشبابية نموذجا)

دراسة مسحية لعينة من طلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية بالقليعة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص : سمعي بصري

من اعداد الطالب :

عبد النور بوشمان

اشراف الاستاذ :

د / ابراهيم سعد الشاكر فزاني

ملاحظة :

نرجو من سيادتكم المحترمة التفضل بالإجابة بعناية على هذه الاستمارة ووضع علامة (X) أمام الخانة المناسبة، ونحيطكم علما بأن المعلومات التي تدون بها تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

السنة الجامعية : 2023/2022

البيانات الشخصية :

1- الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

2- المستوى الجامعي :

:قسم تحضيري		جذع مشترك	ماستر	
الاولى	الثانية		الاولى	الثانية

3- التخصص : قسم تحضيري ☐ جذع مشترك ☐

ادارة أعمال ☐

تسويق ☐ اعمال دولية ☐

1/ المحور الاول : عادات و أنماط مشاهدة برامج القناة السادسة الشبابية .

4- هل تشاهد برامج القناة الجزائرية السادسة الشبابية ؟

دائما ☐ احيانا ☐ نادرا ☐

5- رتب حسب الافضلية البرامج التالية (من 1 الى 7) ؟

اجتماعية ☐ سياسية ☐ اقتصادية ☐ دينية ☐ ثقافية ☐

رياضية ☐ ترفيهية ☐

برر ذلك :

.....

.....

.....

6- في أي وقت تفصل مشاهدة برامج القناة الجزائرية السادسة الشبابية ؟

صباحا ☐ منتصف اليوم ☐ مساءا ☐ ليلا ☐ حسب وقت الفراغ ☐

7- عند مشاهدة برامج القناة الجزائرية السادسة الشبابية ، مع من تفصل مشاهدتها ؟

بمفردك ☐ العائلة ☐ الاصدقاء ☐ الحي الجامعي ☐

8- كيف تصنف البرامج الثقافية التي تبثها القناة الجزائرية السادسة الشبابية حسب الأهمية ؟

مهمة جدا ☐ مهمة نسبيا ☐ غير مهمة ☐

برر ذلك :

.....

2/ المحور الثاني : حاجات و دوافع اقبال طلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية على البرامج الثقافية

9- ماذا تحقق لك مشاهدة البرامج الثقافية في القناة الجزائرية السادسة الشبابية ؟

تحسين المستوى الثقافي ☐ التعرف على العادات و التقاليد ☐ الترفيه ☐

10- لماذا تشاهد البرامج الثقافية في القناة الجزائرية السادسة الشبابية ؟

الاخبار الثقافية ☐ ملئ الفراغ ☐ التثقيف ☐ اخبار فنية ☐ سينما ☐ الترفيه ☐

11- ماهي الدوافع النفسية التي تجعلك تشاهد البرامج الثقافية في القناة الجزائرية السادسة الشبابية ؟

تساهم في ازالة القلق ☐ رفع الضغوطات اليومية ☐ التخفيف من التوتر ☐ الترفيه ☐

12- ماهي الدوافع االمعرفية التي تجعلك تشاهد البرامج الثقافية في القناة الجزائرية السادسة الشبابية ؟

معلومات حول المواضيع المطروحة ☐ التثقيف الفني ☐ التثقيف التراثي ☐ معرفة الثقافة الجزائرية ☐ معرفة الثقافة العالمية ☐

13- ما رأيك في أساليب عرض البرامج الثقافية من الناحية التقنية والفنية في القناة الجزائرية السادسة الشبابية ؟

جيد ☐ جيد جدا ☐ متوسط ☐ دون المتوسط ☐

برر ذلك

.....

.....

3/ المحور الثالث : تقييم الطلبة لمساهمة القناة الجزائرية السادسة الشبابية في الحفاظ على هوية الشباب الجزائري :

14- في رأيك هل تعبر البرامج الثقافية في القناة الجزائرية السادسة الشبابية عن الهوية الثقافية للمجتمع الجزائري؟

نعم ☐ لا ☐ لا أدري ☐

15- في رأيك هل اللغة المستعملة لطرح المواضيع الثقافية في القناة الجزائرية السادسة الشبابية ؟

مناسبة ☐ غير مناسبة ☐ نوعا ما ☐

16- هل وقت بث البرامج الثقافية في القناة الجزائرية السادسة الشبابية مناسب ؟

نعم ☐ لا ☐

في حالة الاجابة ب لا لمذا ؟

- لأنها تبث في اوقات الدراسة ☐

- لأنها تبث في اوقات اشتغالي بأمور اخرى ☐

- لانها تبث في اوقات متأخرة ☐

17- هل انت راض عند مشاهدتك للبرامج الثقافية حول هويتك الثقافية التي تبين خصوصية المجتمع الجزائري ؟

نعم ☐ لا ☐

لماذا في كل حالة ؟

.....

18- هل عدد البرامج التي تبثها القناة الجزائرية السادسة الشبابية عن الهوية الثقافية من خلال برامجها الثقافية ؟

كافية ☐ غير كافية ☐

19- حسب رأيك هل نجحت البرامج الثقافية المبثة عبر قناة الجزائرية السادسة الشبابية في إحياء الثقافة الوطنية و الحفاظ على مقومات الهوية الوطنية الجزائرية لدى الشاب الجزائري؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

20- ماذا تقترح لتحسين البرامج الثقافية في القناة الجزائرية السادسة الشبابية ؟

.....

انتهى و شكرا .

فهرس المحتويات

فهرس الجداول :

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	72
02	توزيع المبحوثين حسب المستوى الدراسي	73
03	توزيع المبحوثين حسب التخصص	74
04	مشاهدة برامج القناة الجزائرية السادسة الشبابية	75
05	ترتيب البرامج حسب الأفضلية	76
06	افضل اوقات مشاهدة برامج القناة الجزائرية السادسة الشبابية	77
07	الاماكن التي يشاهد فيها برامج القناة الجزائرية السادسة الشبابية	78
08	تصنيف البرامج الثقافية التي تبثها القناة الجزائرية السادسة الشبابية حسب الاهمية	79
09	الحاجات المحققة عند مشاهدة البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية	80
10	اسباب مشاهدة البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية	81
11	الدوافع النفسية لمشاهدة البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية	82
12	الدوافع المعرفية لمشاهدة البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية	83
13	جودة عرض البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية من الناحية التقنية و الفنية	84
14	ما اذا كانت البرامج الثقافية تعبر عن الهوية الثقافية للشباب الجزائري	85
15	ما إذا كانت اللغة المستعملة لطرح المواضيع الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية مناسبة	86
16	ما إذا كانت اوقات بث البرامج الثقافية للقناة الجزائرية السادسة الشبابية مناسبة	87
17	رضا المبحوثين عند مشاهدتهم للبرامج الثقافية التي تبين	88

	خصوصيتهم وهويتهم الثقافية	
18	ما إذا كان عدد البرامج التي تتناولها القناة الجزائرية السادسة الشبابية للهوية الثقافية من خلال برامجها الثقافية كافي	89
19	ما إذا كانت القناة الجزائرية السادسة الشبابية من خلال البرامج الثقافية قد نجحت في ترسيخ مقومات الهوية الوطنية الجزائرية لدى الشباب الجزائري	90

الفهرس :

العنوان	الصفحة
شكر و تقدير	/
إهداء	/
ملخص الدراسة	/
مقدمة	أ–ب
الإطار المنهجي	
تحديد وصياغة الإشكالية	5
أهمية الدراسة	5
أسباب اختيار الموضوع	6
أهداف الدراسة	7
الفرضيات	7
تحديد المفاهيم	8
منهج الدراسة	13
مجتمع البحث وعينة الدراسة	13
ادوات جمع البيانات	14
المقاربة النظرية	15
الدراسات السابقة	16
الفصل الاول : التلفزيون	
تمهيد	21
المبحث الأول : ماهية التلفزيون	22
المطلب الاول : تعريف و نشأة التلفزيون	22
المطلب الثاني : التلفزيون في الجزائر	24
المبحث االثاني : خصائص التلفزيون	25
المطلب الاول : خصائص التلفزيون	25
المطلب الثاني : أهمية التلفزيون	28
المبحث الثالث : وظائف التلفزيون	30

المطلب الاول : وظائف التلفزيون	30
المطلب الثاني : أنواع البرامج التلفزيونية	34
خلاصة الفصل	38
الفصل الثاني : الاطار المفاهيمي و النظري للقيم	
تمهيد	40
المبحث الأول : ماهية القيم الثقافية	41
المطلب الاول : مفهوم القيم	41
المطلب الثاني: خصائص القيم	44
المبحث الثاني: وظائف القيم وتصنيفاتها	46
المطلب الاول : وظائف القيم	46
المطلب الثاني: نسق القيم وتصنيفاتها	47
المبحث الثالث: الهوية الثقافية	50
المطلب الاول : مفهوم الهوية وخصائصها	50
المطلب الثاني: مفهوم الثقافة و خصائصها	55
خلاصة الفصل	61
الفصل الثالث : دراسة مسحية على عينة من طلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية المتابعين للبرامج الثقافية التي تبث عبر القناة الجزائرية السادسة الشبابية	
المبحث الأول : بطاقة تقنية عن مجتمع البحث	63
المطلب الاول : نبذة عن القناة الجزائرية السادسة الشبابية	63
المطلب الثاني : نبذة عن مدرسة الدراسات العليا التجارية	66
المبحث الثاني : تحليل وتفريغ البيانات	72
المطلب الاول : عادات و أنماط مشاهدة برامج القناة السادسة الشبابية	75
المطلب الثاني : حاجات و دوافع إقبال طلبة مدرسة الدراسات العليا التجارية على البرامج الثقافية	80
المطلب الثالث : تقييم الطلبة لمساهمة القناة الجزائرية السادسة الشبابية في ترسخ هوية الشباب الجزائري	85
نتائج الدراسة	91

خاتـــمة	94
قائمة المصادر و المراجع	96
الملاحق	104
فهرس الجداول	111
فهرس المحتويات	113