

أثر برامج تلفزيون الواقع الترفيهية على التربية القيمية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على عينة من الطلبة بجامعة الجزائر3

The effect of entertainment reality TV programs on value education for university youth : A field study on a sample of students at the University of Algeria 3

تاريخ الاستلام : 2020/08/09 ؛ تاريخ القبول : 2022/01/11

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية على التربية القيمية لدى الشباب الجامعي، والكشف عن العلاقة الموجودة بين تعرض الشباب الجامعي لهذه البرامج ومدى اختلال التربية القيمية لديهم، لاسيما وأن دول العالم الثالث ومنها الوطن العربي مازالت تأخذ موقف الاندهاش لما يحدث حولها وتستهلك المواد الإعلامية أضعاف قدرتها الاستيعابية وتغرق مجتمعاتها بطوفان إعلامي لا يتناسب مع قيمها وهويتها وخصوصية مجتمعاتها، وهو أمر جعل من هذه الدول مجتمعات استهلاكية لتلقي المعلومة الإعلامية فقط دون غربة إعلامية صارمة، وعلى أساس ذلك تم صياغة الإشكالية التالية: ما هو أثر متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية على التربية القيمية لدى الشباب الجامعي؟ ولتحقيق أهداف الدراسة تم اتباع المنهج الوصفي، واستخدام أداة استمارة الاستبيان لجمع المعلومات من عينة مكونة من 150 مفردة، وقد أسفرت النتائج على: تبين أن نسبة 68% من الطلبة الجامعيين يشاهدون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية، حيث يفضلون مشاهدتها في فترة المساء والليل حسب مدة البرنامج، تؤثر برامج تلفزيون الواقع الترفيهية سلبا على التربية القيمية الدينية والاجتماعية لدى الشباب الجامعي .

الكلمات المفتاحية: الأثر ؛ برامج تلفزيون الواقع الترفيهية ؛ التربية القيمية ؛ الشباب.

سلمى بن مليط *

جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال/ الجزائر- مخبر البحث في اللغات، الاتصال والتكنولوجيات الجديدة.

Abstract

This study aimed to identify the impact of pursuing entertainment reality TV programs on value education among university youth, and to reveal the relationship that exists between university youth exposure to these programs and the extent of the imbalance of value education for them, especially since the third world countries, including the Arab world, are still taking a position of amazement at what is happening around them Media materials are consumed twice as large as their absorptive capacity and their societies are flooded with a media flood that is not commensurate with their values, identity and the privacy of their societies, which is what made these countries consumer societies to receive media information only without strict media screening.

Keywords: Impact; entertainment reality TV programs; value education ; youth.

Résumé

Cette étude visait à identifier l'impact de la poursuite de programmes de télé-réalité de divertissement sur l'éducation de valeur pour les jeunes universitaires, et à révéler la relation qui existe entre l'exposition des jeunes universitaires à ces programmes et l'ampleur du déséquilibre de l'éducation aux valeurs pour eux, d'autant plus que les pays du tiers monde, y compris le monde arabe, sont toujours étonnés de ce qui se passe autour d'eux. Le matériel médiatique consomme plusieurs fois sa capacité d'absorption et submerge ses sociétés d'un flot d'informations qui ne sont pas à la mesure de leurs valeurs, de leur identité et de la vie privée de leurs sociétés, ce qui a fait que ces pays, les sociétés de consommation, n'ont reçu des informations médiatiques que sans un examen médiatique strict.

Mots clés: Impact; Programmes de télé-réalité de divertissement; l'éducation de valeur; les jeunes.

* Corresponding author, e-mail: Benmelit.selma@univ-alger3.com

يشهد الإعلام التلفزيوني اليوم في المنطقة العربية ظهور عدد كبير من القنوات الفضائية العربية، وذلك نتيجة الثورة الجديدة في مجال الإعلام والاتصال، التي نشهدها منذ عقدين ويزيد، وفرت للبشرية المعاصرة من الموارد المعرفية والمعلوماتية ما لم يتوفر لها في أي زمن مضى من التاريخ الإنساني، ويسرت لها سبل التواصل الدائب مع العالم الخارجي، وكسرت حواجز الاطلاع الكابحة التي كانت تقوم حوائل بينها وهذا العالم الفسيح من المعلومات والمعارف، من طريق كسرها الحدود السيادية التقليدية، وأعدت بناء معاني المكان والزمان في الوعي، بعد اختصارها مساحتهما وإيقاعهما، والكثير من التحولات الإيجابية، في مقابل ذلك نجدها رفعت من معدل الثقافة المبتذلة والتبعية الثقافية للإعلام الغربي، بحيث أحدثت معظم الفضائيات العربية ببرامجها التلفزيونية أو ما يسمى بتلفزيون الواقع العديد من التحولات الملموسة على مستوى القيم لدى أفراد المجتمع عامة والشباب خاصة، ولعل من أبرز المضاعفات السلبية العديدة التي تولدت من صلب الثورة التكنولوجية الجديدة، تنميط الوعي والأذواق والمعايير والقيم وأقنمتها في أقنوم عام أحادي ومهين، وتوليد قيم جديدة ودخيلة بعمليات قيصرية تتحول معها منظومة القيم إلى ساحة شواء من قيم متنافرة لا تنتظمها علاقة أفقية، تزييف الوعي وقولبته وتغليطه، تمزيق الروابط الاجتماعية، وتنمية قيم العنف والاعتراب والكراهية بين أبناء المجتمع الواحد.

ولقد أسفرت هذه الظواهر السلبية عن نفسها، وأخرجت ما في جعبتها مما يخيف، في السنوات الأخيرة بمناسبة الأزمات العاصفة التي تهز استقرار مجتمعات العالم، وفي جملتها المجتمعات العربية، فبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية في مختلف الفضائيات العربية بدأت تتسابق على إرضاء الجمهور العربي واجتذابها له من خلال ما تقدمه من مواد ترفيهية تتعارض والتربية القيمية الإسلامية العربية ومقومات التنشئة الاجتماعية، وإشاعة النماذج الغربية من خلال نسخ مقتبسة من برامج غربية، ولاشك أن الشباب هم الفئة المستهدفة من تلك البرامج لما لها من تأثير على مجتمعاتهم سلبا أكثر منها إيجابا، فكان التركيز على تشويه أفكارهم وقيمهم وتحريف معتقداتهم وتهميش أدوارهم وطمس هويتهم ونشر ثقافة جديدة للصورة تطغى عليها أكثر من ظاهرة سلبية، تتمثل في الاعتراب القيمي والقلق وإثارة الغريزة والفردية ودافعية الانحراف، وكلها مفردات تتأسس في إدراك الشباب وسلوكهم ومعارفهم بحيث تتحول من مجرد صورة ذهنية إلى نشاط عملي عن طريق المحاكاة والتقليد وعمليات الطبع الاجتماعي، وقد أجمع الكثير من الباحثين على أن برامج تلفزيون الواقع عامة والترفيهية خاصة تركز أهداف الامبريالية الثقافية التي تقوم على إضعاف الانتماء وتفكيك بنية القيم الاجتماعية.

1. أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة في تركيزها على متغيرين أساسيين، أولهما برامج تلفزيون الواقع الترفيهية باعتبارها ظاهرة إعلامية جديدة اخترقت الفضاء الإعلامي العربي دون احترامها لحواجز ومعايير المجتمعات العربية ولا غربة إعلامية صارمة تناسب أخلاقيات وقيم المجتمع العربي، لاسيما وأن دول العالم الثالث ومنها الوطن العربي مازالت تأخذ موقف الاندهاش لما يحدث حولها وتستهلك المواد الإعلامية أضعاف قدرتها الاستيعابية وتغرق مجتمعاتها بطوفان إعلامي لا يتناسب مع قيمها وهويتها وخصوصية مجتمعاتها، وهو أمر جعل من هذه الدول مجتمعات استهلاكية لتلقي المعلومة الإعلامية فقط، فهي دول مخترقة عبر برامج تحت مسمى تلفزيون الواقع عامة والترفيهية خاصة، وثانيا التربية القيمية لدى الشباب الجامعي باعتبار أن المنظومة القيمية المتينة هي الركيزة الأساسية لبناء السلوكيات الفعلية الصحيحة في المجتمعات، كذلك تأخذ هذه الدراسة أهميتها من العينة المدروسة والمتمثلة في الشباب

الجامعي باعتباره الطبقة المثقفة في المجتمع والتي تتأثر بوسائل الإعلام لتؤثر بدورها في الأفراد الآخرين من مختلف شرائح المجتمع.

2. أهداف الدراسة:

- ✓ التعرف على أثر متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية على التربية القيمية لدى الشباب الجامعي.
- ✓ التعرف على عادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي لبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية.
- ✓ الكشف عن معايير انتقاء الشباب الجامعي لبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية.
- ✓ التعرف على العلاقة الموجودة بين تعرض الشباب الجامعي لبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية واختلال التربية القيمية لديهم.
- ✓ التعرف على تقييم الشباب الجامعي لبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية.

3. إشكالية الدراسة:

تعد البرامج الترفيهية من الأشكال الأساسية والمهمة لبرامج تلفزيون الواقع والتي تحاول الترفيه عن الناس، وتأتي أهمية هذه البرامج في الوقت الراهن من تناولها لكل مجال من مجالات الحياة تقريبا، بحيث أصبحت معظم الفضائيات العربية تقدم نسبا كبيرة من برامج تلفزيونية ترفيهية فيها تقليد الغرب، بل ودأبت هذه الفضائيات على شراء برامج أجنبية لنماذج متنوعة من المواضيع الترفيهية تحمل قيما غربية، وتقوم بعرضها بنسخة عربية طبق الأصل عن النسخة الأجنبية، مع المحافظة على الاسم الأجنبي للبرنامج، ولا يقتصر الأمر على تقليد الفكرة فقط بل يتعداه إلى الديكور والإخراج وطريقة التقديم وأسلوب الحوار والنقاش، بل وحتى الابتسامات الباردة والحركات المصطنعة التي يبرزها المقدم بما يشبه المحاكاة التامة، وهذه الفضائيات على نحوين إما أنها مصابة بحالة من العجز والجفاف الفكري والفني والإبداعي أو أنها تنفذ خطة لتغريب المجتمع الإسلامي، خاصة وأن برامج تلفزيون الواقع الترفيهية كانت سببا مباشرا في إشاعة أجواء جديدة من القيم والتحويلات الفكرية في الاتجاهات لم تكن مألوفة من قبل، بحيث ساهمت هذه البرامج الترفيهية المستنسخة في تكريس تفوق عقدة الأجنبي وتركه يتسلل خلسة وعلانية إلى حياتنا اليومية، وتكريسه في ثقافتنا وإعلامنا عبر المتأمرين وتقديمه على أنه النموذج الأصح للحضارة والراقي، باعتبار أن أهدافها بريئة وتطمح للتسلية والترفيه إلا أن مضامينها تحمل أهدافا وغايات عدة، فقد تختلف الغايات والأهداف المراد تحقيقها من برامج تلفزيون الواقع الترفيهية باختلاف مصادرها والفائمين على بثها وبالتالي زعزعة التربية القيمية واختراق المنظومة القيمية لدى شبابنا العربي، ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتبين أثر برامج تلفزيون الواقع الترفيهية على التربية القيمية لدى الشباب العربي، والتي تطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو أثر متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية على التربية القيمية لدى الشباب الجامعي؟

تتفرع أسئلة فرعية منها:

- ما هي عادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي لبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية؟
- ما هي معايير انتقاء الشباب الجامعي لبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية؟
- هل توجد علاقة بين تعرض الشباب الجامعي لبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية واختلال التربية القيمية لديهم؟
- ما هو تقييم الشباب الجامعي لبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية؟

4. تحديد المصطلحات:

إن من أساسيات البحث العلمي تعريف المفاهيم أو المصطلحات التي سيتم

اختيارها ودراستها، أو التي وردت في مشكلة البحث وتساؤلاته، وذلك لتعدد الكثير من المفاهيم التي تدل على معان مختلفة.^أ

1.4 الأثر:

1.1.4 لغة:

هو ما بقي من رسم الشيء، وهو يشمل التأثير الأدبي والنفوذ، إذا أحدث أثرا على سلوكه أو طريقة تفاعله مع ما يحيط به.^أ

أما في مجال علوم الإعلام والاتصال فإن الأثر يكمن في الرسالة الإعلامية التي قد تلفت انتباه المتلقي فيدركها وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل سلوكه السابق.^أ

2.1.4 إجرائيا:

المقصود بالأثر في هذه الدراسة بالأثر الإعلامي وهو ما يمكن أن يحدث من تغيير في المواقف والسلوكيات والآراء والمعلومات والمعتقدات والقيم من جراء انتقال الرسالة الإعلامية من المرسل إلى المتلقي، أي انتقال المضمون الإعلامي من القائمين على إعداد برامج تلفزيون الواقع الترفيهية إلى حين استقباله من قبل الشباب الجامعي ليحدث تغييرا في التربية القيمية لديهم.

2.4 برامج تلفزيون الواقع الترفيهية:

تعرف برامج تلفزيون الواقع الترفيهية بأنها تلك البرامج التي تهدف إلى تحقيق أهداف المرسل من خلال المضامين التي تصاغ في أشكال وقوالب متنوعة وجذابة ومشوقة كبرامج المسابقات والغناء والمنوعات والألعاب والمباريات الرياضية وغيرها من البرامج التي يجد فيها المشاهد ترفيه وتسلية وممتعة تريحه من مشكلات الحياة اليومية.^أ

1.2.4 إجرائيا:

المقصود ببرامج بتلفزيون الواقع الترفيهية في هذه الدراسة هي تلك البرامج التلفزيونية ذات الطابع الترفيهي، والتي تعتمد على نقل الخصوصيات والحياة الحميمية إلى فضاء التلفزيون العمومي، كما أنها تعطي الأولوية للمتلقى سواء كمشارك فيها أو كمتابع لها، والتي تعزز فكرة الابداع والشهرة والنجاح بحيث بإمكان أي شخص أن تسلط عليه الكاميرا، ويظهر على الشاشة، كما هو، ومن دون وسيط من منطلق أنه بإمكان أي شخص أن يصبح نجما، ومن أمثال هذه البرامج برنامج "ستار أكاديمي"، "نقشت معي take me out"، "vendredi ماشي عادي"، "نهار الأحد ما يهملك حد".

3.4 التربية القيمية:

هي ذلك المركب القيمي الذي يحمل الأحكام المعيارية المتصلة بمضامين واقعية يسلك بموجبها الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات المختلفة، كما أنها حالة واقعية تشير إلى المعايير الشخصية والثقافية وتوجه نحو الالتزام العميق أو الرفض للشيء، كما أنها تكوين افتراضي يزود الفرد بنزعة قوية للعمل حيال بعض الموضوعات أو الأفكار وتتجسد بشكل صريح أو ضمني في سلوك الفرد وكلامه وانفعاله نحو الأشياء.^أ

1.3.4 إجرائيا:

المقصود بالتربية القيمية في هذه الدراسة هي مجموع القيم والأخلاق والمبادئ المستمدة من الشريعة الإسلامية، والعادات الاجتماعية، والتي تساهم في توجيه سلوك الشباب الجامعي داخل مجتمعهم.

4.4 الشباب:

اختلف الكثير من المختصين والدارسين لحلل الشباب في تحديد تعريف شامل لمفهوم الشباب على الرغم من اتفاقهم على حساسية هذه المرحلة حيث تعتبر المنعرج الحقيقي في تكوين الشخصية الإنسانية للفرد، وأنها المرحلة التي يكون فيها الإنسان قادرا ومستعدا على تقبل القيم والمعتقدات والأفكار والممارسات الجديدة التي من

خلالها يستطيع العيش في المجتمع والتفاعل مع الأفراد والجماعات.^{vi}
1.4.4 إجراءات:

المقصود بالشباب في هذه الدراسة هم الطلبة الجامعيين الذين يزاولون دراستهم بجامعة الجزائر 3/ كلية علوم الإعلام والاتصال، والمتابعين لبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية.

5. منهج الدراسة:

يعد مجموعة الأدوات والطرق والإجراءات التي تتبع في الدراسة العلمية للموضوع أو الظاهرة، أو هو ذلك الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة بواسطة مجموعة من القواعد التي تقود الباحث حتى يصل إلى نتيجة معينة، أو هو الطرق والإجراءات التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة البحثية سواء بقصد الاستكشاف أو الوصف والتفسير.^{vii}

وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، وتحديد المسح بطريقة العينة التي تكفي بدراسة حالات متعددة في آن واحد ويعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، لأنه يمثل جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات، وأوصاف عن الظاهرة، أو مجموعة الظواهر موضوع الدراسة، وفي مدة زمنية كافية للدراسة.^{viii}

6. أدوات جمع البيانات:

إن أي بحث دائما يبدأ بمشكلة مطروحة، وأن طبيعة الفروض أو التساؤلات العلمية تحدد وتحكم إنتقاء أدوات هذا البحث، ولا يكتفي الباحث بطريقة واحدة في جمع بيانات بحثه، وذلك لأن كل أداة تناسب جمع بيانات معينة، وفي بعض الأحيان يتوجب على الباحث استخدام أدوات ووسائل متعددة للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لحل المشكلة.^{ix}

1.6 أداة استمارة الاستبيان:

إن اللجوء إلى الاستجاب في الدراسات الميدانية هو في حد ذاته محاولة لسد النقص في البيانات والتأكد من صحتها، واستمارة الاستبيان تعد أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق، والتوصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء، ويساعد أداة الملاحظة ويكملها، وهو في بعض الأحيان الوسيلة العملية الوحيدة للقيام بالدراسة العلمية.^x

وقد قسمت استمارة الاستبيان إلى خمسة محاور كالتالي:

- **المحور الأول:** تضمن البيانات الشخصية للمبحوثين (الجنس، السن، المستوى التعليمي).
- **المحور الثاني:** يتعلق بعادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي لبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية.
- **المحور الثالث:** تضمن معايير انتقاء الشباب الجامعي لبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية.
- **المحور الرابع:** يتعلق بمعرفة درجة تأثير متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية على التربية القيمية لدى الشباب الجامعي.
- **المحور الخامس:** شمل آراء تقييميه من قبل الشباب الجامعي حول برامج تلفزيون الواقع الترفيهية.

2.6 صدق الأداة:

يقصد بالصدق أن يقيس الاختبار أو الأداة ما وضعت لقياسه، والصدق كالثبات مدروس دراسة كبيرة، وتحقيق صدق أداة القياس أكثر أهمية ولا شك من تحقيق الثبات، لأنه قد تكون أداة القياس أو الاختبار ثابتة، ولكنها غير صادقة^{xi}، وتنتم الاستمارة بالصدق متى كانت صالحة لتحقيق الهدف الذي أعدت لأجله، ويعد الصدق شرطا أساسيا في تعميم نتائج الدراسة على المجتمع الأصلي.^{xii}

3.6 صدق المحكمين:

تم عرض الاستمارة على مجموعة من أساتذة المنهجية وعلوم الإعلام والاتصال، وقد استجبنا لأراء المحكمين بإجراء ما يلزم من التعديلات في فحوى الاستمارة وحذف ما ينبغي حذفه لتتخذ الاستمارة شكلها النهائي، بعدها قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان على المبحوثين، حيث وزعنا 150 استمارة على طلبة جامعة الجزائر3/ كلية علوم الإعلام والاتصال، بمعدل 150 (طالب/ طالبة).

4.6 ثبات الأداة:

ويقصد به ثبات النتائج التي يتم التوصل إليها بتكرار القياس على الخاصية نفسها أو الأفراد أنفسهم في المواقف والظروف نفسها، فقد أجرينا خطوات الثبات على أداة الدراسة عن طريق التطبيق وإعادة التطبيق، وقد أظهرت المعالجة الإحصائية بأن ثبات الاستمارة قدر ب 0.90 وهي قيمة مرتفعة تدل على معامل صدق عالي وبالتالي، ثبات الاستمارة.

5.6 المعالجة الإحصائية:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، قمنا بمراجعتها للتأكد من الإجابات على الأسئلة، وترميزها وإدخالها إلى الحاسب الآلي، وتمت معالجتها واستخراج نتائجها باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية أو ما يعرف باسم spss ، وقد قمنا بإدخال البيانات في البرنامج للإجابة على تساؤلات الدراسة، باستخراج الجداول التكرارية البسيطة والمركبة والنسب المئوية.

7. مجالات الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة، وضمان التحكم فيها، حددت الباحثة مجالات الدراسة الثلاثة التي ذكرها كثير من الباحثين الاجتماعيين، هي: المجال الجغرافي أي المكاني، المجال البشري، المجال الزمني^{xiii}.

- **المجال الجغرافي المكاني:** تمت هذه الدراسة في جامعة جزائرية وهي:

جامعة الجزائر3، وبالضبط في كلية علوم الإعلام والاتصال.

- **المجال البشري:** اتخذت الباحثة من عينة الطلبة الجامعيين الجزائريين

بجامعة الجزائر3-كلية علوم الإعلام والاتصال- والتي كان قوامها 150

مفردة مجالاً بشرياً للدراسة.

- **المجال الزمني:** ويمثل مدة الدراسة الميدانية، التي استغرقت حوالي تسعة

أشهر (09) أي في الفترة الممتدة من 15 أكتوبر 2019 إلى غاية 28

جوان 2020، بحيث استغرق توزيع استمارة الاستبيان على الطلبة

الجامعيين حوالي شهرين من 15 أكتوبر 2019 إلى غاية 18 ديسمبر

2019، وبعدها تم تفرغ استمارة الاستبيان في برنامج الحزمة الإحصائية

spss الإصدار 25 ، ومن ثم تحليل البيانات واستخراج النتائج.

8. مجتمع البحث:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الإنسانية والاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه ويواجه الباحث عند قيامه ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي سيجري عليها دراسته وتحديد^{xiv}، ويعرف كذلك على أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجري عليها الباحث^{xv}.

وبالرجوع إلى هذه الدراسة فإن مجتمع البحث هو جمهور الطلبة الجامعيين

بجامعة الجزائر3.

9. عينة البحث:

تعرف العينة في البحث العلمي على أنها: جزء من مجتمع الدراسة الذي

تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزءاً من الكل، بمعنى تؤخذ مجموعة من

أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث^{xvi}. وقد تم اختيار العينة القصدية التي يقوم فيها الباحث باختيار بعض الحالات التي يعتقد أنها تمثل المجتمع في الجانب الذي يتناوله البحث، وهذه الطريقة توفر على الباحث الكثير من الجهد والوقت الذي يبذله في اختيار العينة إلا أنها تستلزم معرفة المعالم الإحصائية بالنسبة للمجتمع الأصلي ومن مزايا هذا النوع من العينات أنها تكون مفيدة في حالة ما إذا كان المطلوب اختيار عينة صغيرة تمثل مجتمع كبير^{xvii}. وعليه فقد تم اختيار عينة قصدية من طلبة كلية علوم الإعلام والاتصال/جامعة الجزائر3، من مستوى الليسانس والماستر، وتتكون العينة من 150 مفردة.

10. المقاربة النظرية المفسرة للدراسة: نظرية الحتمية القيمية في الإعلام

ظهرت المعالم الأولى للنظرية في بداية ثمانينيات القرن الماضي في كتابات د.عبد الرحمن عزي، وبرزت بعض معالمها في المحاضرة التي ألقاها في الملتقى العالمي الثالث والعشرين للفكر الإسلامي، تبسة، الجزائر، سنة 1989، بعنوان: الإعلام الإسلامي: تعثر الرسالة في عصر الوسيلة، ثم نشرت في مجلة حوليات جامعة الجزائر، العدد4، 1990، ثم أخذ الكاتب توجهها فكريا وسعى إلى طرح تلك النظرية بشكل متكامل في دراسته الثقافة وحتمية الاتصال: نظرة قيمية والتي قدمها في محاضرة بمعهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، بتاريخ 1-10-1993، ونشرت لاحقا في مجلة المستقبل العربي وفي كتاب: دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003، وقد علق د.السعيد بومعيزة في تلك المحاضرة انداك: إذا كانت هناك نظرية أصيلة وغير غريبة في الإعلام والاتصال، فلا أرها إلا هذه، وقد وفرت الوثيقة المذكورة المادة الأساسية التي قامت على أساسها نظرية الحتمية القيمية في الإعلام^{xviii}.

تطلق النظرية من افتراض أساس يعتبر الاتصال رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هي القيمة التي تنبع أساسا من المعتقد، ولذلك فإن تأثير الاتصال يكون ايجابيا إذا كانت محتوياته وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كان الوثاق أشد كان التأثير ايجابيا، وبالمقابل يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر ويعتبر مفهوم السالب والموجب من بين المفاهيم الجديدة التي قدمها عبد الرحمن عزي لفهم الظاهرة الاتصالية^{xix}، على أساس ذلك، فالجديد في نظرية عبد الرحمن عزي هو تقسيمه للتأثير ايجابي وسلبي على غرار ما هو معروف في الدراسات الامبريقية من تأثيرات كاملة وأخرى ظاهرة، تأثيرات مباشرة وأخرى غير مباشرة، تأثيرات المدى البعيد وتأثيرات المدى القصير، ويحدد عبد الرحمن عزي فرضيات النظرية وفق منظور قيمي يوضح من خلالها ضرورة فهم العلاقة بين الإعلام والمجتمع قيميا ويقسمها إلى صنفين: فرضيات خاصة بعادات الاتصال وثقافة تعامل الجمهور (الشباب) كأكثر فئة متأثرة في قيمها مع وسائل الإعلام، وفرضيات الأثر السالب والموجب انطلاقا من الافتراض الأساس للنظرية: أنه كلما ارتبطت مضامين وسائل الإعلام بالقيمة كان أثرها موجبا، وكلما ابتعدت تلك المضامين عن القيمة كان أثرها سلبا^{xx}.

10. عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

خصص هذا القسم من الدراسة لعرض النتائج والمعطيات المحصل عليها من الاقتراب الميداني من المبحوثين باستخدام أداة استمارة الاستبيان على عينة من الطلبة الجامعيين بجامعة الجزائر3/ كلية علوم الإعلام والاتصال.

جدول رقم 01: يبين توزيع مفردات العينة حسب الجنس

المتغير	التكرار	النسبة%
ذكر	52	35%
أنثى	98	65%
المجموع	150	100%

يوضح الجدول رقم 01 توزيع مفردات العينة حسب الجنس، حيث تبين أن نسبة 65% من الطلبة إناث، في حين تبين أن نسبة 35% من الطلبة ذكور، ويمكن تفسير ذلك بعاملين: كون عدد الطالبات بالجامعة الجزائرية يفوق عدد الذكور في أغلب الجامعات والعامل الثاني يكمن في ميل الإناث إلى التخصصات الأدبية على عكس الذكور الذين يميلون في غالب الأحيان إلى التخصصات العلمية.

جدول رقم 02: يبين توزيع مفردات العينة حسب المستوى الدراسي

المتغير	التكرار	النسبة%
ليسانس	79	53%
ماستر	71	47%
المجموع	150	100%

يمثل الجدول رقم 02 توزيع مفردات العينة حسب المستوى الدراسي، وقد تبين أن نسبة 53% من الطلبة من مرحلة الليسانس، بينما تبين أن نسبة 47% منهم من مرحلة الماستر، ويمكن إرجاع هذا التفاوت لطبيعة الطورين، كون مرحلة الليسانس تكون أكبر عددا من طور الماستر بحكم أنه أول مرحلة يمر بها طالب الجامعة بعد فوزه بشهادة البكالوريا، على عكس طور الماستر والذي يكون عادة التسجيل فيه عن طريق المسابقة أو يتم إعطاء أولوية لعينة من أوائل الدفعة فقط.

جدول رقم 03: يبين توزيع مفردات العينة حسب منطقة السكن

المتغير	التكرار	النسبة%
المدينة	89	59%
الريف	61	41%
المجموع	150	100%

يوضح الجدول رقم 03 توزيع مفردات العينة حسب منطقة السكن، حيث تبين أن نسبة 59% من الطلبة يقطنون بالمدينة، في حين تبين أن نسبة 41% من الطلبة يقطنون بالريف، ويمكن تفسير ذلك عن طريق عاملين: أولا: كون أغلب الطلبة الملتحقين بجامعة الجزائر 3/ كلية علوم الإعلام والاتصال هم من عاصمة الجزائر وعواصم ولايات أخرى، وثانيا: عامل الاختلافات الاجتماعية والثقافية في التفكير الجمعي داخل المجتمعات العربية بين الأفراد، وخاصة المجتمع الجزائري فيما يخص فكرة انتقال الأبناء إلى ولايات أو بلدان بعيدة من أجل الدراسة.

جدول رقم 04: يبين مدى مشاهدة الطلبة الجامعيين برامج تلفزيون الواقع الترفيهية

المتغير	التكرار	النسبة%
نعم	102	68%
لا	00	00%
أحيانا	48	32%
المجموع	150	100%

يمثل الجدول رقم 04 مدى مشاهدة الطلبة الجامعيين برامج تلفزيون الواقع الترفيهية، بحيث تبين أن نسبة 68% من الطلبة يشاهدون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية، بينما تبين أن نسبة 32% منهم يشاهدون أحيانا برامج تلفزيون الواقع الترفيهية، في حين لم يتم تسجيل أي نسبة بخصوص عدم المشاهدة، ويمكن تفسير ذلك بمدى متابعة الشباب الجامعي المنتوجات الإعلامية الترفيهية عبر مختلف القنوات الفضائية العربية، ومدى مواكبته التطورات الحديثة الطارئة على الفضاء الإعلامي العربي.

جدول رقم 05: يبين مدى مشاهدة الطلبة الجامعيين برامج تلفزيون الواقع الترفيهية حسب متغير الجنس

أنثى		ذكر		المتغير
ك	%	ك	%	ك/ %
77	79%	25	48%	نعم
00	00%	00	00%	لا
21	21%	27	52%	أحيانا
98	100%	52	100%	المجموع

يوضح الجدول رقم 05 مدى مشاهدة الطلبة الجامعيين برامج تلفزيون الواقع الترفيهية حسب الجنس، حيث تبين أن نسبة 52% من الذكور يشاهدون أحيانا برامج تلفزيون الواقع الترفيهية بينما تبين أن نسبة 48% منهم يشاهدون هذه البرامج، أما في فئة الإناث فقد ثبت أن نسبة 79% منهن يشاهدن برامج تلفزيون الواقع الترفيهية في حين اتضح أن نسبة 21% يشاهدن أحيانا برامج تلفزيون الواقع الترفيهية، وعليه يمكن القول بأن فئة الإناث هن أكثر مشاهدة لبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية مقارنة بالذكور ويمكن إرجاع ذلك كون الإناث أكثرهن مكوّنا في البيت ومتابعتهن لجديد برامج تلفزيون الواقع الترفيهية مقارنة بالذكور الذين يتواجدون في غالب الأحيان طيلة اليوم في الخارج مع جماعة الرفاق.

جدول رقم 06: يمثل الأوقات المفضلة عند الطلبة الجامعيين لمشاهدة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية

المتغير	التكرار	النسبة %
الصباح	00	00%
الظهيرة	12	8%
المساء	75	50%
الليل	51	34%
حسب الظروف	12	8%
المجموع	150	100%

يوضح الجدول رقم 06 الأوقات المفضلة عند الطلبة الجامعيين لمشاهدة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية، وقد تبين أن نسبة 50% من الطلبة يفضلون مشاهدة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية في وقت المساء، بينما تبين أن نسبة 34% منهم يفضلون مشاهدة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية في الليل، في حين تبين أن نسبة 08%

% من الطلبة يفضلون مشاهدة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية في فترة الظهيرة وحسب الظروف، كما لم يتم تسجيل أي نسبة فيما يخص وقت الصباح. ويمكن إرجاع ذلك إلى إرتفاع كثافة المشاهدة في وقت المساء والليل نظرا لوجود وقت الفراغ لدى الشباب الجامعي في هذين الفترتين، وبث أغلب القنوات الفضائية برامج ترفيهية في أوقات ذروة المشاهدة، والتي غالبا ما تكون في المساء والليل، وتقل في فترة الظهيرة وحسب الظروف، وتتعدم المشاهدة في فترة الصباح كون الطلبة يكونون متواجدين بالجامعة.

جدول رقم 07: يبين الساعات التي يقضيها الطلبة الجامعيين في مشاهدة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية

المتغير	التكرار	النسبة%
أقل من ساعة	13	9%
من ساعة إلى ساعتين	20	13%
أكثر من ساعتين	45	30%
حسب توقيت البرنامج	72	48%
المجموع	150	100%

يمثل الجدول رقم 07 الساعات التي يقضيها الطلبة الجامعيين في مشاهدة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية، حيث تبين أن نسبة 48% من الطلبة يشاهدون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية حسب توقيت البرنامج، في حين تبين أن نسبة 30% من الطلبة يشاهدون هذه البرامج أكثر من ساعتين، بينما اتضح أن نسبة 13% من الطلبة يشاهدون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية من ساعة إلى ساعتين، كما تبين أن نسبة 9% من الطلبة يشاهدون هذه البرامج نحو أقل من ساعة، ويمكن تفسير ذلك بأن أغلب الطلبة الجامعيين يشاهدون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية حسب توقيت البرنامج والذي يكون في الغالب أكثر من ساعتين، وحسب دراسات أكاديمية في علم الاجتماع وعلم النفس فهي مدة كافية بأن تضمن غرسا ثقافيا مختلفا في عقول الشباب الجامعي، وتفكيراً بديلاً عن تفكيرهم الذاتي، وقيماً متغيرة تخترق التربية القيمية لديهم.

جدول رقم 08: يبين معايير انتقاء متابعة الطلبة الجامعيين برامج تلفزيون الواقع الترفيهية

المتغير	التكرار	النسبة%
حسب فكرة البرنامج	31	21%
حسب نسبة الترفيه المقدمة في البرنامج	88	59%
حسب توافق القيم والسلوكيات الموجودة في البرنامج	10	7%
حسب القناة المعروضة للبرنامج	12	8%
حسب القائمين على البرنامج والفاعلين فيه: من مخرج، مقدم... الخ	9	6%
المجموع	150	100%

يوضح الجدول رقم 08 معايير انتقاء متابعة الطلبة الجامعيين برامج تلفزيون الواقع الترفيهية، حيث تبين أن نسبة 59% من الطلبة يختارون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية من أجل المتابعة حسب نسبة الترفيه المقدمة في البرنامج، بينما تبين أن نسبة

21% منهم ينتقون متابعة هاته البرامج حسب فكرة البرنامج، في حين اتضح أن نسبة 8% من الطلبة يختارون متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية حسب القناة المعروضة للبرنامج، كما تبين أن نسبة 7% ينتقون متابعة هاته البرامج حسب توافق القيم والسلوكيات الموجودة في البرنامج، واتضح أن نسبة 6% منهم يختارون متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية حسب الفائزين على البرنامج والفاعلين فيه من مخرج ومقدم...إلخ، ومن هنا يمكن القول بأن معيار الشباب الجامعي في انتقاء متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية هو نسبة الترفيه المقدمة في البرنامج فقط وفكرة البرنامج فقط ولا يهتم بمدى توافق مضمون هذا البرنامج مع قيمه الدينية أو الاجتماعية، الأخلاقية، بالرغم من أن المحتوى القيمي في برامج تلفزيون الواقع الترفيهية أصبح يساعد على نشر الثقافة المضادة للقيم العربية من خلال خلق وعي بثقافة أو قيم لا توجد صلة بينهما وبين النظام الاجتماعي الذي يعيشه الفرد مما يهدد نمط الحياة ذاته، كما أنها تؤدي إلى تكريس الثنائية والانشطار في الهوية الثقافية العربية وتعمل على تهديد منظومة القيم الأصيلة، وبالتالي حدوث اختلالات على مستوى التربية القيمية لدى الشباب الجامعي.

جدول رقم 09: يبين أنواع برامج تلفزيون الواقع الترفيهية المفضلة لدى الطلبة الجامعيين.

النسبة%	التكرار	المتغير
37%	77	برامج مسابقات المواهب
33%	68	برامج العلاقات
30%	63	برامج الكاميرا الخفية
100%	208	المجموع

يمثل الجدول رقم 09 أنواع برامج تلفزيون الواقع الترفيهية المفضلة لدى الطلبة الجامعيين، حيث تبين أن نسبة 37% من الطلبة يفضلون برامج مسابقات المواهب، بينما تبين أن نسبة 33% منهم يفضلون برامج العلاقات، في حين اتضح أن نسبة 30% من الطلبة يفضلون برامج الكاميرا الخفية، ويمكن تفسير هذين الاختيارين على غرار برامج الكاميرا الخفية المألوفة في أوقات سابقة، كون برامج مسابقات المواهب وبرامج العلاقات من برامج تلفزيون الواقع الترفيهية التي نادرا ما كانت تعرض عبر القنوات الفضائية العربية وبنسخ عربية، وبما أنها تعد من البرامج التي تكون فيها نسب من الجرأة والدراما الواقعية والقصص العاطفية بين المشاركين والمشاركات جعل من الشباب الجامعي متابعتها بقوة في وقت متزامن مع حالة الشباب السيكولوجية والنفسية في فترة جد حساسة من مرحلة الشباب.

جدول رقم 10: يمثل مدى تناسب برامج تلفزيون الواقع الترفيهية مع قيم مجتمعاتنا العربية من وجهة نظر الطلبة

النسبة%	التكرار	المتغير
15%	22	نعم
55%	82	لا
31%	46	أحيانا
100%	150	المجموع

يمثل الجدول رقم 10 مدى تناسب برامج تلفزيون الواقع الترفيهية مع قيم مجتمعاتنا العربية من وجهة نظر الطلبة، حيث اتضح أن نسبة 55% من الطلبة الجامعيين يرون بأن برامج تلفزيون الواقع الترفيهية لا تتناسب مع قيم مجتمعاتنا العربية، بينما تبين أن نسبة 31% من عينة الدراسة يرون بأن برامج تلفزيون الواقع الترفيهية تتناسب أحيانا مع قيم مجتمعاتنا العربية، في حين اتضح أن نسبة 15% من الطلبة الجامعيين يرون بأن برامج تلفزيون الواقع الترفيهية تتناسب مع قيم مجتمعاتنا العربية، ويمكن تفسير ذلك بمدى اكتساب الشباب الجامعي بنسبة معتبرة من الوعي، ومدى درايتهم بالدخيل الإعلامي المستورد، والذي من الممكن أن يؤثر على التربية القيمية لديهم.

جدول رقم 11: يبين مدى تناسب برامج تلفزيون الواقع الترفيهية مع قيم مجتمعاتنا العربية من وجهة نظر الطلبة حسب متغير منطقة السكن

الريف		المدينة		المتغير
ك	%	ك	%	ك/%
00	00%	22	25%	نعم
61	100%	21	23%	لا
00	00%	46	52%	أحيانا
61	100%	89	100	المجموع

يمثل الجدول رقم 11 مدى تناسب برامج تلفزيون الواقع الترفيهية مع قيم مجتمعاتنا العربية من وجهة نظر الطلبة حسب متغير منطقة السكن، حيث تبين أن نسبة 52% من الطلبة الجامعيين القاطنين بالمدينة يرون بأن برامج تلفزيون الواقع الترفيهية تتناسب أحيانا مع قيم مجتمعاتنا العربية، في حين ثبت أن نسبة 100% من الطلبة القاطنين بالريف يرون أن برامج تلفزيون الواقع الترفيهية لا تتناسب مع قيم مجتمعاتنا العربية، ومن هنا يمكن القول أن عامل منطقة السكن وبيئة العيش لها دور كبير في التفكير العقلاني والواعي نحو المنتجات الإعلامية المستوردة خاصة من جانب المحتوى القيمي للمواد الإعلامية المستهلكة.

جدول رقم 12: يبين أسباب عدم تناسب قيم برامج تلفزيون الواقع الترفيهية مع قيم مجتمعاتنا العربية من وجهة نظر الطلبة.

النسبة%	التكرار	المتغير
62%	93	منافية لقيم الدين الإسلامي والمجتمع العربي
38%	57	منافية لأخلاقيات الأسرة العربية
100%	150	المجموع

يوضح الجدول رقم 12 أسباب عدم تناسب قيم برامج تلفزيون الواقع الترفيهية مع قيم مجتمعاتنا العربية حسب وجهة نظر الطلبة، حيث تبين أن نسبة 62% من عينة الدراسة يرون أن السبب في عدم تناسب قيم برامج تلفزيون الواقع الترفيهية مع قيم مجتمعاتنا العربية يكمن في كونها منافية لقيم الدين الإسلامي والمجتمع العربي، في حين تبين أن نسبة 38% من الطلبة الجامعيين يرون أن السبب في عدم تناسب قيم برامج تلفزيون الواقع الترفيهية مع قيم مجتمعاتنا العربية يكمن في كون هذه البرامج منافية لأخلاقيات الأسرة العربية، ويمكن تفسير ذلك بمدى صلابة القاعدة الدينية الإسلامية

عند الشباب الجامعي، ومدى وعيهم بمخاطر المنتجات الإعلامية المستوردة لاسيما إن كانت ترفيهية لأنها أكثر خطورة على التربية القيمية، وتؤثر بشكل كبير على الوعي الجمعي خاصة بين أوساط الأطفال، المراهقين والشباب، وتعمل على تكريس الثقافة الهابطة لديهم.

جدول رقم 13: يبين اتجاهات الطلبة الجامعيين تجاه المضمون العام لبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية.

المتغير ك/%	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
مضمون مفيد وهادف	13	09	20	13	00	00	52	35	65	43
مضمون جريء ومخجل	86	58	53	35	00	00	11	07	00	00
محتوى حديث وله إضافة قيمة في الفنون الترفيهية	12	08	00	00	18	12	22	15	98	65
محتوى منافي للقيم الإسلامية	102	68	23	15	12	08	00	00	13	09

يمثل الجدول رقم 13 اتجاهات الطلبة الجامعيين تجاه المضمون العام لبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية، حيث تبين أن نسبة 43% من الطلبة لا يوافقون بشدة على أن مضمون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية مضمون مفيد وهادف، بينما تبين أن نسبة 35% منهم لا يوافقون على أنها ذات مضمون هادف ومفيد، في حين اتضح أن نسبة 13% من الطلبة يوافقون على أن مضمون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية مفيد وهادف، كما تبين أن نسبة 09% من عينة الدراسة يوافقون بشدة على أنها ذات مضمون هادف ومفيد، وقد تبين أن نسبة 58% من الطلبة الجامعيين يوافقون بشدة على أن مضمون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية ذات مضمون جريء ومخجل، بينما تبين أن نسبة 35% من عينة الدراسة يوافقون على أنها ذات مضمون جريء ومخجل، في حين اتضح أن نسبة 07% من الطلبة الجامعيين لا يوافقون على أن مضمون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية ذات مضمون جريء ومخجل، كما ثبت أن نسبة 65% من الطلبة لا يوافقون بشدة على أن محتوى برامج تلفزيون الواقع الترفيهية محتوى حديث وله إضافة قيمة في الفنون الترفيهية، بينما تبين أن نسبة 15% لا يوافقون على أنها ذات محتوى حديث وله إضافة قيمة في الفنون الترفيهية، في حين ثبت أن نسبة 12% من الطلبة الذين يعبرون عن حيادهم تجاه هذا المحتوى، كما تبين أن نسبة 08% من عينة الدراسة لا يوافقون بشدة على أن محتوى برامج تلفزيون الواقع الترفيهية حديث وله إضافة قيمة في الفنون الترفيهية، وقد اتضح أن نسبة 68% من الطلبة يوافقون بشدة على أن مضمون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية ذات محتوى منافي للقيم الإسلامية، كما ثبت أن نسبة 15% من الطلبة يوافقون على

أنها ذات مضمون منافي للقيم الإسلامية، بينما تبين أن نسبة 08% من الطلبة الذين يعبرون عن حيادهم تجاه هذا المحتوى، في حين تبين أن نسبة 09% لا يوافقون بشدة على أن برامج تلفزيون الواقع الترفيهية ذات محتوى منافي للقيم الإسلامية، ويمكن تفسير ذلك بأن الشباب الجامعي يتمتع بنسبة معتبرة من الوعي تجعله يفرق بين الأهداف العلنية والأهداف الخفية للأجندات الإعلامية خاصة تلك البرامج التلفزيونية المستوردة تحت مسمى برامج تلفزيون الواقع الترفيهية المعروضة عبر مختلف القنوات الفضائية العربية والتي تضرب مباشرة المنظومة القيمية عند أفراد المجتمع العربي.

جدول رقم 14: يمثل آثار متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية على مختلف مستويات التربية القيمية لدى الطلبة الجامعيين

المتغير	التكرار	النسبة%
حدوث اختلالات على مستوى التربية القيمية الدينية	74	30%
حدوث اختلالات على مستوى التربية القيمية الأخلاقية	55	22%
حدوث اختلالات على مستوى التربية القيمية الاجتماعية	61	25%
حدوث اختلالات على مستوى التربية القيمية الثقافية	57	23%
المجموع	247	100%

يوضح الجدول رقم 14 آثار متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية على مختلف مستويات التربية القيمية لدى الطلبة الجامعيين، حيث تبين أن نسبة 30% من الطلبة الجامعيين يرون أن من آثار متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية هو حدوث اختلالات على مستوى التربية القيمة الدينية، بينما اتضح أن نسبة 25% من الطلبة يرون أن من آثار متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية هو حدوث اختلالات على مستوى التربية القيمية الاجتماعية، في حين ثبت أن نسبة 23% من الطلبة الجامعيين يرون أن من آثار متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية هو حدوث اختلالات على مستوى التربية القيمية الثقافية، كما اتضح أن نسبة 22% من الطلبة الجامعيين يرون أن من آثار متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية هو حدوث اختلالات على مستوى التربية القيمية الأخلاقية، ومن هنا يمكن القول بأن برامج تلفزيون الواقع الترفيهية هي إحدى الأسباب الرئيسية في خلخلة القيم الاجتماعية وحدوث تغيرات واضطرابات عميقة في العلاقات الاجتماعية مثل: عدم الالتزام الاجتماعي الجماعي، وظاهرة الاغتراب القيمي، الاختراق الثقافي وغيرها من الظواهر السلبية الدخيلة والتي تعد بدورها من أبرز إفرازات العولمة الإعلامية.

11. نتائج الدراسة الميدانية:

- ✓ تبين أن نسبة 35% من الطلبة ذكور، ويمكن تفسير ذلك بعاملين: كون عدد الطالبات بالجامعة الجزائرية يفوق عدد الذكور في أغلب الجامعات والعامل الثاني يكمن في ميل الإناث إلى التخصصات الأدبية على عكس الذكور الذين يميلون في غالب الأحيان إلى التخصصات العلمية.
- ✓ تبين أن نسبة 53% من الطلبة من مرحلة الليسانس، بينما تبين أن نسبة 47% منهم من مرحلة الماستر، ويمكن إرجاع هذا التفاوت لطبيعة الطورين، كون مرحلة الليسانس تكون أكبر عدداً من طور الماستر بحكم أنه أول مرحلة يمر بها طالب الجامعة بعد فوزه بشهادة البكالوريا، على عكس

- طور الماستر والذي يكون عادة التسجيل فيه عن طريق المسابقة أو يتم إعطاء أولوية لعينة من أوائل الدفعة فقط.
- ✓ تبين أن نسبة 41% من الطلبة يقطنون بالريف، ويمكن تفسير ذلك عن طريق عاملين: أولاً: كون أغلب الطلبة الملتحقين بجامعة الجزائر3/ كلية علوم الإعلام والاتصال هم من عاصمة الجزائر وعواصم ولايات أخرى، وثانياً: عامل الاختلافات الاجتماعية والثقافية في التفكير الجمعي داخل المجتمعات العربية بين الأفراد، وخاصة المجتمع الجزائري فيما يخص فكرة انتقال الأبناء إلى ولايات أو بلدان بعيدة من أجل الدراسة
- ✓ تبين أن نسبة 68% من الطلبة يشاهدون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية، بينما تبين أن نسبة 32% منهم يشاهدون أحياناً برامج تلفزيون الواقع الترفيهية، في حين لم يتم تسجيل أي نسبة بخصوص عدم المشاهدة، ويمكن تفسير ذلك بمدى متابعة الشباب الجامعي المنتوجات الإعلامية الترفيهية عبر مختلف القنوات الفضائية العربية، ومدى مواكبته التطورات الحديثة الطارئة على الفضاء الإعلامي العربي
- ✓ تبين أن نسبة 52% من الذكور يشاهدون أحياناً برامج تلفزيون الواقع الترفيهية بينما تبين أن نسبة 48% منهم يشاهدون هذه البرامج، أما في فئة الإناث فقد ثبت أن نسبة 79% منهن يشاهدن برامج تلفزيون الواقع الترفيهية في حين اتضح أن نسبة 21% يشاهدن أحياناً برامج تلفزيون الواقع الترفيهية، وعليه يمكن القول بأن فئة الإناث هن أكثر مشاهدة لبرامج تلفزيون الواقع الترفيهية مقارنة بالذكور ويمكن إرجاع ذلك كون الإناث أكثرهن مكوّناً في البيت ومتابعتهن لجديد برامج تلفزيون الواقع الترفيهية مقارنة بالذكور الذين يتواجدون في غالب الأحيان طيلة اليوم في الخارج مع جماعة الرفاق.
- ✓ تبين أن نسبة 50% من الطلبة يفضلون مشاهدة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية في وقت المساء، بينما تبين أن نسبة 34% منهم يفضلون مشاهدة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية في الليل، ويمكن إرجاع ذلك إلى ارتفاع كثافة المشاهدة في وقت المساء والليل نظراً لوجود وقت الفراغ لدى الشباب الجامعي في هذين الفترتين، وبث أغلب القنوات الفضائية برامج ترفيهية في أوقات ذروة المشاهدة، والتي غالباً ما تكون في المساء والليل، وتقل في فترة الظهر وحسب الظروف، وتتعدم المشاهدة في فترة الصباح كون الطلبة يكونون متواجدين بالجامعة.
- ✓ تبين أن نسبة 48% من الطلبة يشاهدون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية حسب توقيت البرنامج، في حين تبين أن نسبة 30% من الطلبة يشاهدون هذه البرامج أكثر من ساعتين، ويمكن تفسير ذلك بأن أغلب الطلبة الجامعيين يشاهدون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية حسب توقيت البرنامج والذي يكون في الغالب أكثر من ساعتين، وحسب دراسات أكاديمية في علم الاجتماع وعلم النفس فهي مدة كفيفة بأن تضمن غرساً ثقافياً مختلفاً في عقول الشباب الجامعي، وتفكيراً بديلاً عن تفكيرهم الذاتي، وقيماً متغيرة تخترق التربية القيمية لديهم.
- ✓ تبين أن نسبة 59% من الطلبة يختارون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية من أجل المتابعة حسب نسبة الترفيه المقدمة في البرنامج، بينما تبين أن نسبة 21% منهم ينتقون متابعة هاته البرامج حسب فكرة البرنامج، ومن هنا يمكن القول بأن معيار الشباب الجامعي في انتقاء متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية هو نسبة الترفيه المقدمة في البرنامج فقط وفكرة البرنامج فقط ولا يهتم بمدى توافق مضمون هذا البرنامج مع قيمه الدينية أو الاجتماعية، الأخلاقية، بالرغم من أن المحتوى القيمي في برامج تلفزيون الواقع الترفيهية

أصبح يساعد على نشر الثقافة المضادة للقيم العربية من خلال خلق وعي بثقافة أو قيم لا توجد صلة بينهما وبين النظام الاجتماعي الذي يعيشه الفرد مما يهدد نمط الحياة ذاته، كما أنها تؤدي إلى تكريس الثنائية والانشطار في الهوية الثقافية العربية وتعمل على تهديد منظومة القيم الأصيلة، وبالتالي حدوث اختلالات على مستوى التربية القيمية لدى الشباب الجامعي.

✓ تبين أن نسبة 37% من الطلبة يفضلون برامج مسابقات المواهب، بينما تبين أن نسبة 33% منهم يفضلون برامج العلاقات، في حين اتضح أن نسبة 30% من الطلبة يفضلون برامج الكاميرا الخفية، ويمكن تفسير هذين الاختيارين على غرار برامج الكاميرا الخفية المألوفة في أوقات سابقة، كون برامج مسابقات المواهب وبرامج العلاقات من برامج تلفزيون الواقع الترفيهية التي نادرا ما كانت تعرض عبر القنوات الفضائية العربية وبنسخ عربية، وبما أنها تعد من البرامج التي تكون فيها نسب من الجراة والدراما الواقعية والقصص العاطفية بين المشاركين والمشاركات جعل من الشباب الجامعي متابعتها بقوة في وقت متزامن مع حالة الشباب السيكلوجية والنفسية في فترة جد حساسة من مرحلة الشباب.

✓ اتضح أن نسبة 55% من الطلبة الجامعيين يرون بأن برامج تلفزيون الواقع الترفيهية لا تتناسب مع قيم مجتمعاتنا العربية، بينما تبين أن نسبة 31% من عينة الدراسة يرون بأن برامج تلفزيون الواقع الترفيهية تتناسب أحيانا مع قيم مجتمعاتنا العربية، ويمكن تفسير ذلك بمدى اكتساب الشباب الجامعي بنسبة معتبرة من الوعي، ومدى درايتهم بالدخيل الإعلامي المستورد، والذي من الممكن أن يؤثر على التربية القيمية لديهم.

✓ تبين أن نسبة 62% من عينة الدراسة يرون أن السبب في عدم تناسب قيم برامج تلفزيون الواقع الترفيهية مع قيم مجتمعاتنا العربية يكمن في كونها منافية لقيم الدين الإسلامي والمجتمع العربي، في حين تبين أن نسبة 38% من الطلبة الجامعيين يرون أن السبب عدم تناسب قيم برامج تلفزيون الواقع الترفيهية مع قيم مجتمعاتنا العربية يكمن في كون هذه البرامج منافية لأخلاقيات الأسرة العربية، ويمكن تفسير ذلك بمدى صلابة القاعدة الدينية الإسلامية عند الشباب الجامعي، ومدى وعيهم بمخاطر المنتجات الإعلامية المستوردة لاسيما إن كانت ترفيهية لأنها أكثر خطورة على التربية القيمية، وتؤثر بشكل كبير على الوعي الجمعي خاصة بين أوساط الأطفال، المراهقين والشباب، وتعمل على تكريس الثقافة الهابطة لديهم.

✓ تبين أن نسبة 52% من الطلبة الجامعيين القاطنين بالمدينة يرون بأن برامج تلفزيون الواقع الترفيهية تتناسب أحيانا مع قيم مجتمعاتنا العربية، في حين ثبت أن نسبة 100% من الطلبة القاطنين بالريف يرون أن برامج تلفزيون الواقع الترفيهية لا تتناسب مع قيم مجتمعاتنا العربية، ومن هنا يمكن القول أن عامل منطقة السكن وبيئة العيش لها دور كبير في التفكير العقلاني والواعي نحو المنتجات الإعلامية المستوردة خاصة من جانب المحتوى القيمي للمواد الإعلامية المستهلكة.

✓ اتضح أن نسبة 68% من الطلبة يوافقون بشدة على أن مضمون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية ذات محتوى منافي للقيم الإسلامية، كما ثبت أن نسبة 65% من الطلبة لا يوافقون بشدة على أن محتوى برامج تلفزيون الواقع الترفيهية محتوى حديث وله إضافة قيمة في الفنون الترفيهية، بينما تبين أن نسبة 58% من الطلبة الجامعيين يوافقون بشدة على أن مضمون برامج تلفزيون الواقع الترفيهية ذات مضمون جريء ومخجل، في حين تبين أن نسبة 43% من الطلبة لا يوافقون بشدة على أن مضمون برامج تلفزيون

الواقع الترفيهية مضمون مفيد وهادف، ويمكن تفسير ذلك بأن الشباب الجامعي يتمتع بنسبة معتبرة من الوعي تجعله يفرق بين الأهداف العلنية والأهداف الخفية للأجندات الإعلامية خاصة تلك البرامج التلفزيونية المستوردة تحت مسمى برامج تلفزيون الواقع الترفيهية المعروضة عبر مختلف القنوات الفضائية العربية والتي تضرب مباشرة المنظومة القيمية عند أفراد المجتمع العربي.

✓ تبين أن نسبة 30% من الطلبة الجامعيين يرون أن من آثار متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية هو حدوث اختلالات على مستوى التربية القيمية الدينية، بينما اتضح أن نسبة 25% من الطلبة يرون أن من آثار متابعة برامج تلفزيون الواقع الترفيهية هو حدوث اختلالات على مستوى التربية القيمية الاجتماعية، ومن هنا يمكن القول بأن برامج تلفزيون الواقع الترفيهية هي إحدى الأسباب الرئيسية في زعزعة القيم الدينية واخللة القيم الاجتماعية وحدثت تغيرات واضطرابات عميقة في العلاقات الاجتماعية مثل: عدم الالتزام الاجتماعي الجماعي، وظاهرة الاغتراب القيمي، الاختراق الثقافي وغيرها من الظواهر السلبية الدخيلة التي تعد بدورها من أبرز إفرازات العولمة الإعلامية.

12. قائمة المراجع:

- i : بركات عبد العزيز(2012)، **مناهج البحث الإعلامي الأصول والنظرية ومهارات التطبيق**، القاهرة، دار الكتاب الحديث، ص103.
- ii : عبد الله البستاني(1990)، **الوافي معجم وسيط للغة العربية**، بيروت، مكتبة لبنان، ط2، ص7.
- iii : عبد الله بوجلال(1993)، **آثار التلفزيون على الأطفال**، مجلة بحوث العدد1، جامعة الجزائر، ص64.
- iv : فارس اسماعيل الفارس(2018)، **البرامج الترفيهية التلفزيونية بين متطلبات الجمهور ومعايير الواقع**، عمان، دار أمجد للنشر، ط1، ص33.
- v : منى يونس بحري(2018)، **في التربية القيمية**، عمان، الدار المنهجية للنشر، ص22.
- vi : عزت حجازي(1985)، **الشباب العربي ومشكلاته**، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون، ص33.
- vii : بركات عبد العزيز(2012)، مرجع سبق ذكره، ص33.
- viii : سمير محمد حسين(1999)، **بحوث الإعلام**، القاهرة، عالم الكتب، ص134.
- ix : فاطمة عوض وميرفت خفاجة(2002)، **أسس ومبادئ البحث العلمي**، إسكندرية، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، ط1، ص119.
- x : رجاء وحيد دويدري(2000)، **البحث العلمي، أساسياته النظرية وممارسته العملية**، دمشق، دار الفكر، ط1، ص329.
- xi : نفس المرجع السابق(2000)، ص171.
- xii : محمد عبد الحميد(2000)، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، القاهرة، عالم الكتب، ط1، ص. ص 429، 430.
- xiii : محمد منير حجاب(دس)، **أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية**، القاهرة، دار الفجر، ص44.
- xiv : محمد شفيق(1999)، **الخطوات المنهجية لإعداد البحوث المنهجية**، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ص112.

- xv : مورييس أنجرس(2004)، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، الجزائر، دار القصبة للنشر، ص298.
- xvi : رشيد زرواتي(2007)، مناهج وأدوات البحث في العلوم الاجتماعية، الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر، ط1، ص34.
- xvii : عامر قندلجي، إيمان السامراني(2009)، البحث العلمي الكمي والنوعي، الأردن، دار البازوري، ص255 .
- xviii : عبد الرحمن عزي(2011)، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، تونس، الدار المتوسطة للنشر، ط1، ص11، 12.
- xix : نصير بوعلي(2014)، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام لعبد الرحمن عزي مقارنة نقدية، المستقبل العربي، العدد 422، نيسان، ص89.
- xx : شهرزاد سوفي(دس)، نموذج لنظرية الحتمية القيمية في الإعلام، أكاديمية المنهل، حمل بتاريخ 2020/03/29، على الساعة 15:18،
<https://platform.almanhal.com/Reader/2/66435>