وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of higher education and scientific research
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة
Echahid Cheikh Larbi Tebessi University- Tebessa
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences

قسم : علوم الاعلام والاتصال
تخصص : اتصال تنظيمـي

مذكرة ماستر تحت عنوان

اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة

-دراسة ميدانيـــة على عينـة من طالبات قسم علوم الاعلام والاتصال - جامعة تبسة -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

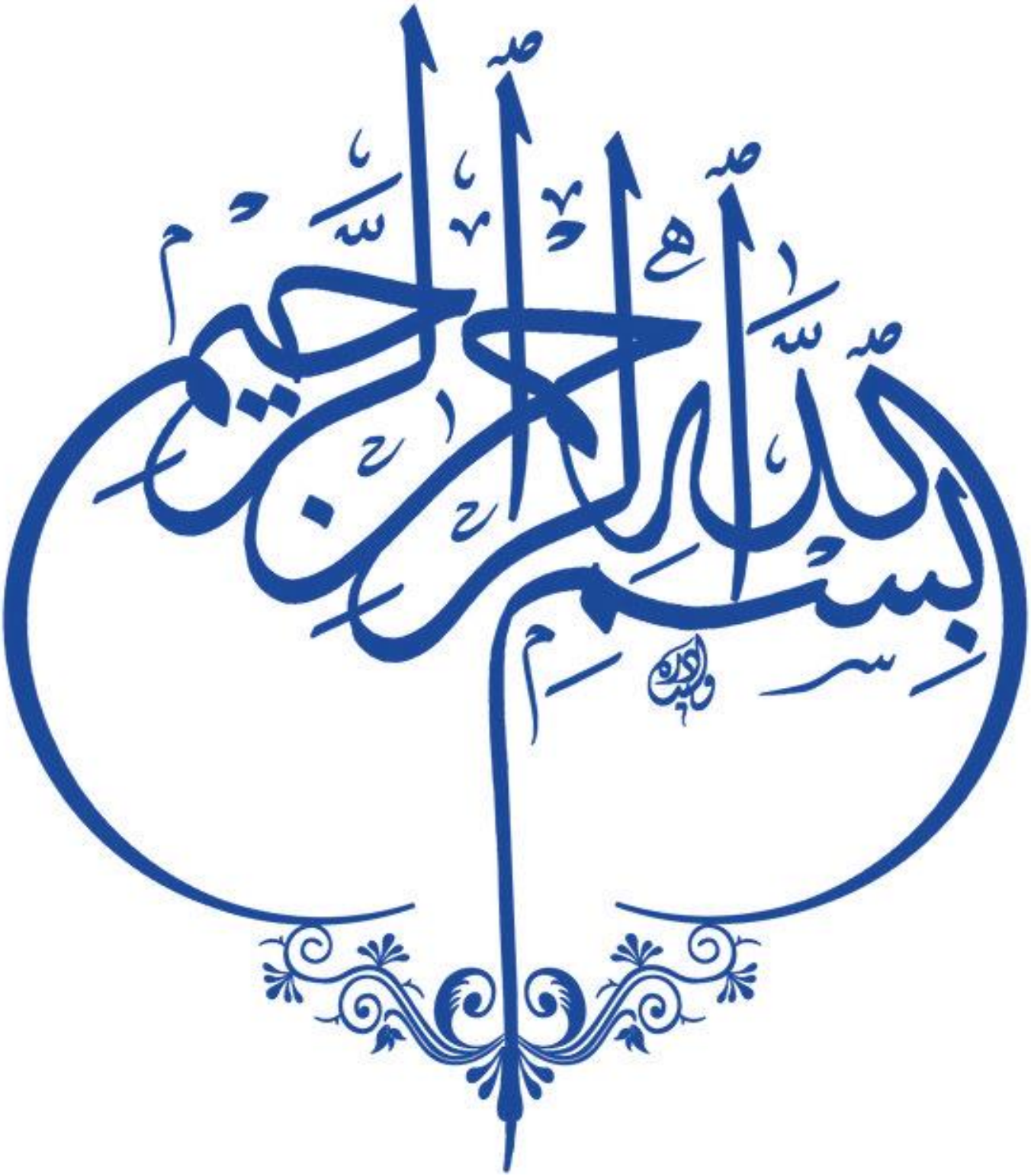
من إعداد:
هيبوب فاطمة
سالمي بثينة

إشراف:
د. ربوح معمـــر

أعضاء لجنة المناقشة:

الاســم واللقــب	الرتبــة العلميــة	الصفـــة
بوزيان عبد الغني	أستاذ التعليم العالي	رئيسـا
ربوح معمـر	محاضر – ب-	مشرفا ومقررا
عبد الحي عبد اللطيف	مساعد – أ-	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية :2024-2025


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

"الحمد لله الذي وفقني على إتمام هذا العمل وانار طريق العلم
والمعرفة والصلاة والسلام على أشرف الخلق والمرسلين "

أتقدم بجزيل الشكر وامتناني وجل التقدير إلى:

الأستاذ الفاضل "ربوح معمر" الذي قبل الإشراف على هذه المذكرة.

كما لا ننسى أن نشكر لجنة المناقشة لقبولهم دعوة المناقشة وتقييم مذكرتنا.

أحبتنا في الله هذا لقائنا ما أطب اللقيا بلا ميعاد طبتم وطاب ممشاكم وتبوأتم
من الجنة منزلة ومن النجاح منصبا إن شاء الله.

اهداء

الحمد لله الذي سخر لنا من اسباب الهداية و التوفيق ما يسر لنا به هذا العمل المتواضع، وشرف لي أن أهديه لمن أحبهم القلب و ارتاحت لهم الروح.

الى رمز الوفاء سمعة حياتي الى سندي في هذه الحياة الى من رباني وكافح من اجلي ..... والدي العزيز

الى ملاكي في الحياة والكتف الذي لا يميل والظل الذي احتمي به وأعز ما أملك الى غاليتي و جنة قلبي والتي رافقتني و أرشدتني في كل مشاور حياتي ..... أمي الغالية

الى ضلعي الثابت الذي لا يميل الى من رزقت بها سندي وملاذي الاول والاخير..... اختي ايمان الغالية.

الى اخوتي ايمن رحمه الله، وياسين قرة عيني ، واخر العنقود معتز الاسلام. حفظهم الله

والى العائلة الكريمة كل باسمه، الى رفيقاتي دربي صديقاتي العزيزات ذكريات الماضي وسيلة اسماء رفيدة.

والى صديقاتي اللواتي استندت عليهن أثناء رحلتي الجامعية سعاد، عبير، حسناء، زهية، نور الهدى. هبهوب فاطمة.

مقدمة: ..... أ

فهرس المحتويات

الفصل الأول : إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي. 6

أولا : إشكالية الدراسة 6

إشكالية الدراسة: 13

التساؤلات الفرعية: 13

منهج الدراسة: 13

أدوات جمع البيانات:..... 13

مجتمع البحث:..... 14

عينة الدراسة: 14

النتائج المتوصل إليها: 14

أوجه التشابه:..... 15

أوجه الاختلاف 15

أوجه استفادة..... 15

ثالثا: نظرية الاستخدامات والاشباعات كمنظور للدراسة 23

الفصل الثاني: اتجاهات الطالبات والبرامج النسائية..... 33

تمهيد: 33

أولا : تكوين وبناء الاتجاهات 34

2-1/مكونات الاتجاه: 34

2-2/ مراحل تكوين الاتجاه داخل الفرد:..... 35

2-3/ خصائص الاتجاهات:..... 36

2-4/وظائف الاتجاهات:..... 37

2-5/أنواع الاتجاهات:..... 37

2-6 / طبيعة أبعاد الاتجاهات:..... 39

2-7/العوامل المؤثرة في تكون الاتجاهات: 39

2-8/طرق تغيير أو تعديل الاتجاهات: 40

2-9/أساليب قياس الاتجاهات:..... 41

ثانيا : البرامج النسائية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية 46

تمهيد 46

2-10/أهمية البث الفضائي في ظهور القنوات التلفزيونية 47

2-11/أنواع الفضائيات الخاصة في المنطقة العربية 47

فهرس المحتويات

2-12/وظائف وأهداف البــرامج التلفزيونية..... 48
2-13/المرأة والبرامـج النسائية التلفزيونية:..... 49
2-14/أشكال البــرامج النسائيــة التلفزيونية:..... 49
2-15/نماذج لبعض القنوات الجزائـرية الخاصـة..... 50

الفصل الثالث : عرض وتفسير بيانات الدراسة الميدانية..... 53

تمهيد 53

المحور الأول: البيانات السوسيوديموغرافية 54
المحور الثاني: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة ودوافع الاستخدام لطالبات الاعلام والاتصال 56
المحور الثالث: عادات وأنماط تعرض الطالبات إلى البرامج النسائية التلفزيونية في القنوات الخاصة الجزائرية: 58
المحور الخامس: الاشباعات المحققة من خلال التعرض للبرامج التلفزيونية النسائية بالقنوات الفضائية الخاصة:
..... 77

النتائج العامة للدراسة:..... 78

النتائج في ضوء التساؤلات..... 80

اتجاهات ودو افع تعرض أفراد العينة للبرامج النسائية على القنوات الجز ائرية الخاصة: 80

اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو البرامج النسائية على القنوات الجز ائرية الخاصة والإشباعات المحققة:..... 81

خاتمة : 83

قائمة المصادر و المراجع : 85

الملاحق : 88

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	جدول رقم (01) يمثل توزيع مفردات العينة حسب التخصص	
02	جدول رقم (02) يمثل تدرج الشدات المتنوعة في مقياس ليكرت من الثلاثي الى السداسي	
03	جدول رقم (03) يمثل نماذج بعض القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر	
04	جدول رقم 04 يمثل تصنيف قيم الاتجاه حسب العبارات الإيجابية والسلبية	
05	جدول رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	
06	جدول رقم (06): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص	
07	جدول رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التعرض للقنوات الخاصة الجزائرية	
08	جدول رقم (08): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان مشاهدة هذه البرامج	
09	جدول رقم (09): يمثل الترتيب الذي وضعه الطالبات المبحوثات للقنوات التلفزيونية الخاصة حسب أفضلية المشاهدة:	
10	جدول رقم (10): يمثل أهم دوافع للتعرض للبرامج النسائية بالقنوات الجزائرية الخاصة:	
11	جدول رقم (11): يمثل توزيع اللغة المناسبة في تقديم البرامج النسائية	
12	جدول رقم (12): يمثل نوعية المضامين الإعلامية التي تجذب انتباه الطالبات أثناء التعرض للبرامج النسائية	
13	جدول رقم (13): يمثل المدة التي تخصصها الطالبات لمشاهدة هذه النوعية من البرامج	
14	جدول رقم (14): يمثل الأوقات التي تفضلن فيها مشاهدة برنامجكن النسائي المفضل	
15	جدول رقم (15): يمثل مشاهدة الطالبات للبرامج الخاصة بهم مع:	
16	جدول رقم (16): يمثل الدوافع النفسية والاجتماعية لمشاهدة البرامج النسائية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية:	
17	جدول رقم (17) يمثل الاتجاه نحو عبارة "يرى معظم الطالبات ان القالب الفني يساهم في جاذبية الموضوع او القضية النسائية في البرامج التلفزيونية الجزائرية الخاصة ".	
18	جدول رقم (18) يمثل الاتجاه نحو عبارة " يحبذ الطالبات البرامج النسائية التي تتضمن مشاهير وشخصيات عامة.	
19	جدول رقم (19) يمثل الاتجاه نحو عبارة " يهتم جمهور الطالبات بالمؤثرات السمعية البصرية أكثر من أهمية الموضوع او القضية النسائية	
20	جدول رقم (20) يوضح الاتجاه نحو عبارة " يرى الطالبات ان اداء المقدمين والمنشطين في القناة التلفزيونية ذو مستوى من المهنية والاحترافية.	
21	جدول رقم (21) يوضح الاتجاه نحو عبارة " تسعى البرامج النسائية في القنوات التلفزيونية الخاصة الى الحفاظ على عادات وتقاليد المجتمع الجزائري.	
22	جدول رقم (22) يوضح الاتجاه نحو عبارة " من المفيد توظيف معاني التوكيد في تناول القضايا النسائية في البرامج التلفزيونية الخاصة لأنها تلتزم المصداقية في تناولها للقضايا التي تهم المراة.	
23	جدول رقم (23) يوضح الاتجاه نحو عبارة " يميل الطالبات الى الثقة في البرامج النسائية التي تثبتها القنوات التلفزيونية الخاصة لأنها تلتزم المصداقية في تناولها للقضايا التي تهتم المرأة.	

فهرس الجداول

24	جدول رقم (24) يوضح الاتجاه نحو عبارة " يرى الطلبة أن اللباس الانيق والديكور والاخراج عناصر تظهر من خلالها الشخصية التي تقدم القضية أو الموضوع النسائي يجعلها ذات حضور مقبول ومؤثر.
25	جدول رقم (25) يوضح الاتجاه نحو عبارة " يعتقد الطالبات أن الرسائل التلفزيونية في البرامج التلفزيونية في البرامج النسائية لا تمدنا بمعلومات كافية عن الموضوع أو الفكرة المعروضة.
26	جدول رقم (26) يوضح الاتجاه نحو عبارة " قد لا تحترم بعض البرامج النسائية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية منظومة القيم من خلال تناولها مواضيع تعتبر حساسة في المجتمع الجزائري.
27	جدول رقم (27) يوضح الاتجاه نحو عبارة " حسب رأيك هل تهدف البرامج التلفزيونية النسائية في القنوات الخاصة الجزائرية على الإثارة وزيادة نسب المشاهدة فقط دون مراعاة لما يريدها المشاهدون..
28	جدول رقم (28) يوضح الاتجاه نحو عبارة " تؤدي البرامج التلفزيونية النسائية في القنوات الخاصة الجزائرية في بعض الأحيان إلى تشويه الواقع.
29	جدول رقم (29) يوضح الاتجاه نحو عبارة " تستهدف الأجندة الخفية للعديد من المواد الإعلامية المعروضة من خلال البرامج النسائية للطالبات لتحقيق مصالحها.
30	جدول رقم (30) يوضح الاتجاه نحو عبارة " عرض بعض البرامج التلفزيونية الأمور السطحية فقط دون التوغل في الحقائق الأمر الذي يجعل تفكير الطالبات سطحيا الى درجة ما.
31	جدول رقم (31) يوضح الاتجاه نحو عبارة " تعرض بعض البرامج النسائية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية محتويات غير هادفة وعديمة الفائدة أحيانا.
32	جدول رقم (32) يوضح الاتجاه نحو عبارة " قد تسهم البرامج التلفزيونية النسائية أحيانا في نقل رسائل غيرو اقعية حول المظهروأسلوب الحياة مما يؤثر على تصور الطالبات لأنفسهم.
33	جدول رقم (33): الاشباعات النفسية المتحققة للطلبة من خلال استخدام الطالبات للبرامج النسائية:
34	جدول رقم (34): يمثل مساهمة مشاهدة البرامج النسائية في القنوات الجزائرية الخاصة
35	جدول رقم (35) : يمثل الاشباعات الاجتماعية المحققة من جراء التعرض للبرامج النسائية

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
1	شكل رقم 01 يمثل الهيكل التنظيمي لكلية العلوم الانسانية والاجتماعية	
2	شكل رقم 02 نموذج كاتز للاستخدامات والاشباعات	
3	شكل رقم 03 سلم ليكرت السداسي لقياس شدة الاتجاه	

مقدمة

مقدمة:

يعد التلفزيون من أهم وسائل الإعـــلام التـي اكتسبت أهميـــة كبـرى عبـــر عصور، بل وحتـى تفوقت على معظم وسائل الإعلام الجماهيـريـــة الأخرى، نظرا لما تحمله من خصائص وإمكانيـــة في نقل محتويات بشـتى أنواعها عبر شاشـــة، ليتمكن الفرد من التواصل مع عالمه الخارجـي. خاصة مع الطابع المتنامي لنشاطه مع ظهور شبكات الإعلامية الكبرى، وظهور قنوات تلفزيونيـــة وفضائيات خاصة لا تعد ولا تحصى، تطغـى عليها سمة تجارية هدفها في الغالب الربـح المادي بعيد عن هدفها رئـيس لوسائل الإعـــلام في تحقيق ثلاثيـــة الإعـلام والتربيـــة والتـــرفيه ، حيث لا يزال التلفزيون يحظى بمكانة واسعة كوسيلة اتصال جماهيـرية لم تعد كأداة لنقل أخبار فقط كما في سابق، بل أصبح يلعب دورا كبيـرا في التأثيـــر والسيطرة، نظرا لتنوع محتوياتـــه في شتى مجالات الحياة، اذ يمكن القول إنه أصبح رمز لسلطـة، لأنه ببساطة يمكن من التحكم وهيكلة خيال الأفراد وبناء صـورة ذهنية والتحكـم في الرأي العام، حيث رأى " مارشال مالكوهن " أن التلفـاز كـأداة أهـم من المحـ) الستار, 1985(تـوى ما تقدمـه ، حتى أصبح التلفزيون وسيلة أساسية في تشكيل القيم الاجتماعية والثقافية والدينية والسياسية ، حيث يعكس في كثيـر من الاحيان التوجهات العامة لأي مجتمع أو نظام أو منظومة حكم، اذ أصبح وسيلة قوية تمتلكها دول كدرع أو قنبلـة موقوتـة في يدها، تسعى من خلالها كل دولة إلى تحقيق رغباتها وحفظ قيم وعادات مجتمعها وهويتها الثقافية.

والجزائر كغيـرها من الدول كبلد شاسع ليس بمساحته الجغرافية فقط بل وكذا تاريخه الحافل وعاداته وثقافتـها وأثره العميق وعتيق، عانى لعقود من الزمن من انغلاق مجال السمعي البصري وغياب التعددية الاعلامية، حيث كانت القنوات التلفزيون حكرا على الدولة لسنوات عديـدة، وعدم تحريره أمام خواص لإنشاء قنوات جزائريـــة خاصـــة، رغم إصدار قانون خاص بالإعلام سنة 1990 في مادة 56 ينص على مايلي "يخضع توزيع رخصة الإذاعة الصوتية أو التلفزيونية إلى ترخيص تعده الإدارة بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام، وفقًا لشروط يحددها دفتـــر الشروط لمدة محددة. إذا أراد شخص أو جهة إنشاء إذاعة صوتية أو تلفزيونية فلا يمكنه ذلك بدون ترخيص مسبـق من الإدارة (أي السلطة المختصة)،ويتم منح هذا الترخيص بعد استشارة المجلس الأعلى للإعـــلام ويجب احتـــرام دفتر شروط (أي وثيقة تحتـــوي على التزامات تقنية وقانونية)،ويُمنـــح الترخيص لمدة معينـــة (أي أنه مؤقت وليس دائم).لكن هذا كان بلا معنى حيث أن هذا القانون تم حله سنة 1993, رغم تعامل هذا قانون بشكل صارم مع قطاع السمعي البصري إلى أنه كان بصيص أمل لكنه ذهب سودا ، وظل التلفزيون العمومي حكرا على الدولة لعقود مجبـرا الشعب الجزائري على متابعته بايجابياته وسلبياته، كل هذا تغيـــر مع الأحداث التي شهدتـها مختلف الدول العربية أو ما يسمـــى " بالربيع العربي " ازداد الضغط على الدولة خاصة في أحداث سنة

2011 بسبب ارتفاع الأسعار التي لم تكن احتجاجات سلمية ، سارع رئيس الجمهورية "عبد العزيز بوتفليقة" بإلقاء خطاب يتحدث فيه عن تغيير الأوضاع لامتصاص غضب الشعب من بينه تحرير قطاع السمعي البصري أمام الخواص بظهور قانون جديد سنة 2012 ، هذا القانون هو 12-05 الصادر في 12 جانفي 2012 يمثل خطوة مهمة في مسار فسح المجال أمام تأسيس قنوات فضائية خاصة في الجزائر ،حيث وضع الأسس القانونية لفتح هذا القطاع أمام المتعاملين الخواص، بعد أن ظل لسنوات طويلة حكراً على الدولة، يهدف هذا القانون إلى تنظيم نشاط السمعي البصري ضمن إطار قانوني واضح، من خلال إنشاء سلطة ضبط مستقلة تُشرف على منح التراخيص، مراقبة المحتوى، وضمان احترام التعددية الإعلامية. ويشترط القانون على كل مؤسسة إعلامية الحصول على ترخيص مسبق من الدولة، والالتزام بدفتر شروط يحدد طبيعة النشاط والمضامين المسموح بها، مع احترام الثوابت الوطنية مثل الدين الإسلامي، اللغة، التاريخ، الرموز الوطنية، والنظام العام، كما يمنع التمويل الأجنبي دون ترخيص مسبق، ويُخضع النشاط السمعي البصري للمتابعة والتقييم المستمرين من قبل الجهات المختصة، بهذا يُعد قانون 2012 نقلة نوعية في مسار الإعلام الجزائري، حيث سعى إلى التوفيق بين الانفتاح الإعلامي وحماية السيادة الوطنية.

وعلى هذا الأساس تم إنشاء عديد من قنوات الخاصة أهمها الشروق TVو النهار TVو البلاد TVوغيرها من المنابر الاعلامية الغير مملوكة للدولة، التي أصبحت تعرض عديد من البرامج المتنوعة في شتى مجالات لتلبية احتياجات الجمهور والتي من بينهم جمهور المرأة الجزائرية، حيث أصبحت هناك العديد من البرامج تعرض قضايا المرأة بشتى أنواعها الموضة، الطبخ ، الديكور ، الجمال وغيرها من الاهتمامات النسائية التي تخضهن ، ولعل فئة الطالبات الجامعيات التي تعتبر جزء من جمهور مستهلك لوسائل إعلام نظرا للدور الذي تلعبه في مجتمع. حيث أصبحت تتفاعل معها وتتأثر بمحتواها.

ونتيجة لهذا التغيير والتأثير جاءت دراستنا التي تناول اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة "، لنتعرف على طبيعة البرامج النسائية في القنوات الجزائرية الخاصة، ومدى ميلهم وتفضيلهم وإقبالهم لمحتوى هذه البرامج وتأثيرها عليهم، بالسلب أو الإيجاب، وكشف عن علاقة بينهما ودوافع متابعتهم لهذه البرامج والتي أصبحت تلعب دورا هاما في حياتهم أو تشكل محورا من محاور حياتهم يومية وتغيير سلوكياتهم وأراءهم وتشكيل قيمهم. ومن خلال دراستنا ميدانية على عينة من جمهور الطالبات الجامعيات بجامعة الشهيد العربي التبسي – تبسة تبين لنا أثر هذه برامج ودور الذي تلعبه وذلك لإجابة على تساؤلنا العام ماهي اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة؟ ولتحقيق ذلك ووصول إلى نتيجة تطرقنا إلى ثلاثة فصول جاءت كالتالي:

الفصل الأول والموسوم ب "اشكالية الدراسة واطارها المنهجي" يتضمن ضبط مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وأهميتها وأسباب إختيار موضوع، وكذلك الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوعنا، أيضا تضمن الإجراءات المنهجية المستخدمة في الدراسة من أدوات جمع بيانات عينة ومجتمعها كذلك مجالات الدراسة (المكانية، الزمنية، البشرية)،

أما **الفصل الثاني** فقد كان مخصص للجانب نظري والذي يشمل كل ما يتعلق بالنظرية الاستخدامات والإشباعات. ومبحث ثاني خاص بمتغير مستقل ألا وهو اتجاهات، ومبحث ثالث خاص بالبرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة.

أما الفصل الثالث فقد خصص لعرض وتحليل وتفسير ومناقشة البيانات المتحصل عليها من ثم عرض نتائج متوصل إليها إلى ختام دراستنا.

الفصل الأول:

إشكالية الدراسة واطارها المنهجي

الفصل الأول : إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي	
أولا : إشكالية الدراسة	
1.1.ضبط مشكلة الدراسة	
2.1.أسباب اختيار الموضوع	
3.1 أهمية الموضوع	
4.1.أهداف الدراسة	
5.1.الدراسات السابقة والمشابهة	
6.1.ضبط المفاهيم والمصطلحات	
ثانيا : الاجراءات المنهجية للدراسة	
7.1. الاطار المكاني والزماني والبشري للدراسة	
8.1 منهج الدراسة	
9.1. عينة الدراسة ومجتمع البحث	
10.1.أدوات جمع البيانات	
ثالثا : نظرية الاستخدامات والاشباعات كمنظور للدراسة	
11 نشأة وتطور نظرية الاستخدامات والاشباعات:	
12 فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات:	
13 أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات:	
14 عناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات:	
15 نماذج نظرية الاستخدامات والاشباعات:	
16 انتقادات نظرية الاستخدامات والاشباعات:	

الفصل الأول : إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي.

أولا : إشكالية الدراسة

1-1- ضبط مشكلة الدراسة :

شهدت الساحة الاعلامية في النصف الثاني من القرن العشرين تحولات جذرية وبشكل خاص التلفزيون ، الذي يعتبر من أهم وسائل الاتصال الجماهيري واكثرها انتشارا في ظل المنافسة الشرسة مع منصات التواصل الاجتماعي ويحقق نسب مشاهدية عالية، كونه يحظى بمكانة واسعة ومتميزة خاصة مع ظهور تقنية البث المباشر عبر الاقمار الصناعية ، والتي يمثل نقلة نوعية و طفرة تقنية كبيرة في تاريخه ،حيث تجاوز حدود البث الأرضي وتخطى التضاريس الجغرافية وأصبحت برامجه عابرة للقارات تصل الى فئات متنوعة من الجماهير، وتعود أول اشارة تلفزيونية فضائية نقلت من قارة أوروبا عبر قمر تلستار الى كافة أجزاء قارة امريكا الشمالية عام 1962 ، حيث استمر في التطوير الى العديد من الدول التي أصبحت تتسابق على استخدام هذه التقنية ، إذ بدأت الفضائيات الخاصة في الانتشار بشكل واسع مما انعكس بشكل كبير على طريقة استهلاك الجمهور للمحتوى الذي تبثه القنوات التابعة لرجال الاعمال وأصحاب رؤوس الأموال من المستثمرين في تقديم برامج مبتكرة، تستهدف جذب واستحواذ على أكبر عدد من الجمهور، هذا ما أدى الى تَنوع كبير في نوعية المضامين المقدمة للجماهير المستهدفة ، حيث أصبحت هناك برامج تناقش قضايا اجتماعية وثقافية وسياسية وأخرى ترفيهية(ظهور المحتوى المتخصص تلفزيونيا) الذي يخاطب فئة محددة وجمهورا تم استهدافه من خلال محتوى معد لهم يحترم اهتماماتهم وأذواقهم ، مما يوفر للمشاهدين خيارات متعددة تلبي احتياجاتهم وتشبع رغباتهم المختلفة حيث أعطت دافعا قويا لمتابعته .

والجزائر كغيرها من الدول التي شهدت انتشارا واسعا للتلفزيون عن طريق البث الفضائي في تسعينات القرن الماضي مما أدى الى ظهور القناتين " كنال الجيري " موجهة للجالية الجزائرية في فرنسا والدول الأوربية و" الجزائرية الثالثة " التي تخاطب الجمهور العربي ، وهما التابعتين للتلفزيون العمومي الذي سيطر على المشهد الإعلامي في الجزائر وظل محتكرا من طرف الدولة لعدة عقود (أكثر من 50 سنة الى غاية 2012) ، أين صدر أول قانون يسمح بالتعددية الاعلامية ، وبالتالي سمح بفتح القنوات التي يمتلكها الخواص وأطلق العديد من الإعلاميين ورجال الأعمال قنوات خاصة بهم يبثون من خلالها أفكار وتصورات مختلفة عن ما تعودنا عليه في الخطاب الاعلامي الرسمي ، ومن أهم سمات هذا الزخم برزت المضامين التي تخص قضايا المراة ، وقد بدأت في بث هذه البرامج العديدة والمتنوعة عن الحياة الاجتماعية والسياسية والثقافية لهذه الشريحة وغيرها للجزائريين، والتي عرضت في فضائيات تتميز بالشعبية والقاعدة

الجماهيرية في وقت وجبز و من بينها قناة الشروق tv و النهار tv والشروق News والبلاد tv والحياة tv، وتعتبر فئة الطالبات جزء من المجتمع النسوي الذي يتعرضن للكثير من هذه النوعية من البرامج التي تستقطب الأنثى بمواضيع جذابة وملفتة تنسجم مع اهتماماتها وأذواقها وأسلوب الحياة السائد والطموحات التي تريد تحقيقها ، مما خلق ميولات ودرجات تفضيل نحو المحتوى المقدم للنساء في هذه الفضاءات ، وعلى ضوء ما تقّدم أضحى من الضروري معرفة اتجاهات للطالبات الجامعيات بقسم علوم الإعلام والاتصال– بجامعة تبسة نحو البرامج النسائية التي تعرضها القنوات التلفزيونية الخاصة ، سواء كانت ايجابية أم سلبية مع التركيز على البرامج التي تحظى بمشاهدية مرتفعة ، لاسيما وأنّ تخصصهم الأكاديمي يحتم عليهم معرفة ما يدور في الساحة الإعلامية الوطنية ، ولعل من أبرز هذه الأمثلة والتي شدت انتباه المرأة الجزائرية بصفة خاصة كبيرة كانت أو صغيرة ومن بينها فئة الطالبات الجامعيات وسنحاول في دراستنا هذه التعرف على اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة ، ومنه يتسنى لنا طرح التساؤل التالي : **فيما تتمثل اتجاهات الطالبات الجامعيات بقسم علوم الاعلام والاتصال – جامعة تبسة - نحو البرامج النسائية في القنوات الجزائرية الخاصة** ؟ ومن خلال معالجة المشكلة البحثية في هذه الدراسة تنبثق منها جملة من التساؤلات الفرعية وهي كالاتي:

- ماهي عادات وأنماط التعرض إلى البرامج النسائية في القنوات الفضائيات الخاصة.؟
- هل تأثير الموضوعات والقضايا التي تعالجها البرامج النسائية في القنوات الفضائية الجزائرية يساهم في تشكيل اتجاهات الطالبات الجامعيات؟
- ماهي درجات تفضيل الطالبات الجامعيات ايجابا أو سلبا بقسم علوم الاعلام والاتصال– جامعة تبسة نحو البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة؟
- فيما تتمثل نوعية الاشباعات المتحققة من خلال تعرض الطالبات للبرامج النسائية في القنوات الخاصة الجزائرية؟

1-2-أسباب اختيار الموضوع:

لا يكاد اي بحث يخلو من اسباب ودوافع محددة تجعل الباحث يقوم بتلك الدراسة باعتبارنا طالبتين باحثتين في مجال الاعلام والاتصال يمكن ان نوجز اسباب اختيارنا لدراستنا في مايلي:

- تناسب موضوع الدراسة مع طبيعة مجال التخصص وكذلك الميل لمثل هذه المواضيع التي تثري معارفي في هذا الحقل المعرفي.

- الاهتمام والرغبة الشخصية والفضول العلمي في التعرف على اتجاهات الطالبات الجامعيات بقسم علوم الاعلام والاتصال- جامعة تبسة- نحو البرامج النسائية في القنوات الجزائرية الخاصة .
- الرغبة في معرفة البرامج التي تتجه اليها طالبات جامعتنا.
- الملاحظة التي لفتت انتباه الطالبتين الباحثين هي الزيادة المستمرة في عدد الفضائيات الخاصة وتنامي الاهتمام بها من قبل الجمهور المتلقي من جانب ومن قبل المؤسسات الإعلامية من جهة أخرى.

- فتح المجال للبحوث العلمية في حقل علوم الاعلام والاتصال التي تبحث في العلاقة بين متغيرات لها علاقة بتوجه الطالبات الجامعيات نحو البرامج النسائية، من خلال تبيان بعض جوانب هذا الموضوع والاجابة على الأسئلة الغامضة المتعلقة بميول الطالبات الجامعيات نحو البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة .

- التعرف على كيفية اجراء البحوث الميدانية وتطبيق المناهج في الأدوات المناسبة .
- اثراء المكتبة ببحث له اهمية في هذا الموضوع.
- قلة الدراسات حول الموضوع في المؤسسة الجامعية التي ننتسب اليها وهي جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي – تبسة - في حدود الاطلاع .

3-1 أهمية هذه الدراسة :

لكل موضوع أو دراسة أو بحث في علوم الاعلام والاتصال أهمية توضح سبب التطرق لها ، وذلك من خلال ما قد يسهم فيه الباحث من حل مشكلات في الواقع ومساعدة الاخرين المهتمين بالموضوع ، إذ أن الدراسة الحالية تساهم في فهم العلاقة بين متغيرين أساسيين (الاتجاهات نحو قضية أو موضوع ....الخ كمتغير مستقل والبرامج النسائية في الفضائيات الخاصة الجزائرية كمتغير تابع) ، حيث تعتبر ذات أهمية بالغة وهذا ما يترتب عليه انعكاسات في سلوكها قد تكون سلبية أو إيجابية نتيجة تعرضها لهذه البرامج ، حيث تكمن اهمية الدراسة في أهمية الموضوع نفسه والتي حاولنا تلخيصها في النقاط التالية :

- أهمية التعرف على اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو البرامج النسائية على القنوات الجزائرية باعتبارها يتأثرون ويؤثرون ويكتسبن المزيد من المكونات سواء كانت معرفية أو عاطفية أو سلوكية.
- فهم دوافع تعرض الطالبات الجامعيات للبرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة، خاصة في ظل الانفتاح الاعلامي وسياسة كسر الطابوهات التي تعتمدها السياسة التحريرية والخط الافتتاحي لهذه البرامج، من خلال التطرق لقضايا تمثل محظورات في المجتمع الجزائري.

– كما تكمن أهميتها البالغة في استقصاء آراء جمهور طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال المتابعات للقنوات التلفزيونية الخاصة فيما يخص المواضيع والقضايا التي تطرحها للنقاش، إضافة إلى فهم كيف يتفاعلن معرفيا وعاطفيا وجدانيا وسلوكيا)، لاسيما وأنّ الدراسات حول موضوع الاتجاهات خاصة في الجانبين النفسي والاجتماعي وعلاقتها بالبرامج الموجهة للمرأة ليست كثيرة بالجزائر، كذلك يمكننا القول إن الوقوف على طبيعة اتجاهات الطالبات يمكن أن يعين على التنبؤ(نقصد به الاستشراف) بالسلوك الفعلي لهم، وكل هذا في سياق دراسة علمية تتبنى طرق وأدوات منهجية بعبدا عن الأحكام المسبقة وغير الدقيقة.

– أهمية الموضوع وتنطلق من أهمية الفضائيات الجزائرية الخاصة وانتشارها السريع ودخولها كل بيت بوتيرة سريعة، كما تعتبر القيم مرجعا أساسيا للمرأة العاملة وتأثرها ببرامج الفضائيات خاصة البرامج الاجتماعية.

4-1 أهداف الدراسة :

– محاولة معرفة درجات تفضيل الطالبات الجامعيات بقسم علوم الاعلام والاتصال - جامعة تبسة نحو البرامج النسائية في القنوات الجزائرية الخاصة

– الكشف عن ميولات واراء الطالبات الجامعيات المنتمين الى حقل علوم الاعلام والاتصال في الاتجاهين سواء كان ايجابي أو سلبي.

– معرفة مدى تلبية القنوات التلفزيونية الخاصة التي ظهرت بالجزائر لحاجات طالبات قسم علوم الاعلام والاتصال.

– الكشف عن المكونات الأساسية لاتجاهات الطالبات بقسم علوم الاعلام والاتصال – جامعة تبسة نحو البرامج النسائية التلفزيونية في القنوات الخاصة الجزائرية.

5-1 - الدراسات السابقة والمشابهة

الدراسة الاولى

دراسة الباحث رضوان تواتي والموسومة بعنوان «اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو برامج القنوات التلفزيونية الخاصة بالجزائر» الشروق tv أنموذجا " السنة الجامعية 2013 – 2014، وهي رسالة مقدمة لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير في علوم الاعلام جامعة الجزائر03 ، حيث انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي:

- ماهي اتجاهات الطلبة الجامعيين المنتمين الى حقل الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر 03 نحو برامج القنوات التلفزيونية الخاصة بالجزائر عموما خصوصا وتلفزيون الشروقtv ؟ وهل وفقت هذه الاخيرة في تلبية حاجاتهم الاعلامية خلال موسم2014 ، أم أن المطلوب يتجاوز ادائها؟

الأهداف الاساسية من هذه الدراسة:

- توضيح آراء الطلبة الجامعيين المنتمين إلى حقل علوم الإعلام والاتصال من المشهد الإعلامي السمعي البصري الجزائري الذي دعم بقنوات تلفزيونية تابعة للقطاع الخاص.

- التعرف على مدى تلبية القنوات التلفزيونية الخاصة التي ظهرت بالجزائر لحاجات طلبة الإعلام والاتصال الإعلامية مثل المشاهدة ومتابعة الأخبار، ثم يأتي الفضول والتسلية والتثقيف والترفيه.

التساؤلات الفرعية:

1 / ما طبيعة شبكة البرامج التي قدمتها قناة الشروق tv ؟

2 / ما هي دوافع استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال القنوات التلفزيونية الخاصة التي ظهرت بالجزائر في موسم2013 -2014 ؟

3 / ماهي عادات وأنماط مشاهدة القناة التلفزيونية العامة الشروقtv من قبل طلبة علوم الاعلام والاتصال؟

4/ماهي اتجاهات طلبة علوم الاعلام والاتصال نحو الانفتاح السمعي البصري في الجزائر؟

5 / هل اتجاهات طلبة علوم الاعلام والاتصال نحو برامج قناة الشروق tv واداء سلبية ام ايجابية ؟

6 /هل أثرت المتغيرات السوسيو ديموغرافية مثل الجنس والسن والمستوى الجامعي ومكان المشاهدة على اراء واتجاهات طلبة علوم الاعلام والاتصال نحو برامج واداء قناة الشروق tv؟

والمنهج الذي تبعته هذه الدراسة:

هو المنهج المسحي من انسب المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة والعينة تتمثل في طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر03 ، وعليه فان نوع العينة هي العينة القصدية التي تدخل ضمن العينات غير الاحتمالية.

النتائج:

- تبين أن أغلبية طلبة المبحوثين يشاهدون قناة " الشروق tv" أحيانا وبحجم ساعي يومي يتراوح بين ساعة وساعتين، أما الفترة المفضلة للمشاهدة لدى الأغلبية منهم فهي الفترة المسائية الممتدة بين

الساعة 19:00 و الساعة23:00 ، هذا في حين نجد المشاهدة الجماعية مع كل افراد العائلة قد طغت على المشاهدة الانفرادية.

- تعتبر البرامج الوطنية التي تم إنتاجها في الجزائر البرامج الطاغية في الشبكة البرامج العادية والشبكة البرمجية الصيفية الرمضانية لقناة الشروق TVخلال موسم 2013-2014، حيث بلغت نسبة البرامج الوطنية في الشبكة الأولى 69.44% و81.08% في الشبكة الثانية، وإن دل هذا على شيء فإنه يدل على الاهتمام الكبير الذي باتت توليه قناة الشروقTV للمنتوجات السمعية والبصرية الجزائرية لاسيما في شهر رمضان الكريم، وعليه فإن القناة احتكرت كثيرا ما نصت عليه المادة 48 من قانون السمعي البصري سنة 2014، والتي تفرض على قناة التلفزيونية الخاصة التي ظهرت في الجزائر بث برامج تلفزيونية بنسبة لا تقل على 60% في حين تكون نسبة البرامج الأجنبية المستوردة 20% على الأكثر.

- تضمنت الشبكة البرامجية العادية لقناة الشروقTV خلال موسم 2014.2013 برامج عديدة ومتنوعة تعكس خصوصيات القناة وطبيعتها متمثلة في قناة عامة موجهة إلى جمهور عام، لكن توزيع البرامج حسب نوع لم يكن متكافئ. حيث طغت الأفلام وثائقية والربورتاج بحجم ساعي أسبوعي قدر ب 30س45 دقيقة، ثم تلتها البرامج الترفيهية وفكاهية ب 28 سا50 دقيقة والبرامج الإخبارية ب 18 ساعة، هذا في حين لم تحضي البرامج الثقافية باهتمام اللازم حيث لم تتجاوز حجمها الساعي الأسبوعي ساعتين و50 دقيقة.

- نستنتج أن الهدف الأول من مشاهدة المبحوثين للقنوات التلفزيونية الخاصة التي ظهرت في الجزائر يكمن في معرفة أخر الأخبار الوطنية قضايا الساعة التي تشغل الرأي العام الجزائري. في حين يكمن الهدف الثاني والثالث في التثقيف والترويج عن النفس. هروبا من روتين الحياة اليومية.

الاستفادة من هذه الدراسة:

- من أهم نقاط الاتفاق بين الدراستين توظيف نفس أداة جمع البيانات وهي " الاستبيان " في فهم مشكلة البحث، وفي كيفية استخدامها وحتى بناء محاوره التي تمثل مؤشرات تبين للباحثتين مدى وضوح الرؤية بخصوص المتغيرات المدروسة.

- تتشابه معنا في إحدى متغيرات دراسة وهو البرامج التي تعرض على قنوات جزائرية الخاصة

- ساعدتنا في حصر إشكالية البحث وتطويرها وكذا في إختيار أداة مناسبة لمشكلة البحث وكيفية استخدامها

- كذلك في إختيار نظرية مناسبة تخدم إشكاليتنا من خلالها أيضا استفدنا منها في جانب نظري لمتغير للقنوات الجزائرية الخاصة وفي حصول على كم نظري تم توظيفه.

الدراسة الثانية:

دراسة " نورة مرياي وفطيمة الزهرة بليج (2024) بعنوان : « اتجاهات الشباب الجامعي نحو القنوات الجزائرية الخاصة في سياق تمدد الإعلام الشبكي،" دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة بسكرة، انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي :ماهي اتجاهات الشباب الجامعي نحو القنوات الجزائرية الخاصة في سياق تمدد الاعلام الشبكي؟

الهدف من هذه الدراسة هي :التعرف على تعرض الطلبة للقنوات الجزائرية الخاصة ورصد اتجاهات الطلبة حول مستقبل القنوات الجزائرية الخاصة في ظل منافستها مع الاعلام الشبكي.

التساؤلات الفرعية:

1/ماهي انماط تعرض الطلبة للقنوات الجزائرية الخاصة؟

2/ماهي اسباب ودوافع متابعة الطلبة للقنَوات الجزائرية الخاصة؟

3/ما تاثير استخدام الشبكات الاجتماعية على متابعة القنوات الجزائرية الخاصة من قبل الطلبة؟

4/هل يعد الاعلام الشبكي منافسا للقنوات الجزائرية الخاصة ام مجالا لتجديد مكانتها ووظائفها؟

المنهج الذي تتبعه هذه الدراسة هو:

المنهج المسحي الوصفي هو الانسب والاكثر ملائمة لهذه الدراسة.

العينة الدراسة تتمثل في :طلبة جامعة بسكرة ونوع العينة هي القصدية العمدية نظرا لتوافر السمات والخصائص التي تخدم اهداف الدراسة.

نتائج هذه الدراسة تتمثل في:

- يتضح لنا من خلال هذه الدراسة أن القنوات الجزائرية الخاصة لا تحظى بنسب متابعة كبيرة بين اوساط الطلبة، كما أن هذه المشاهدة غير منتظمة، وغالبا ما ترتبط بالظروف والمناسبات إضافة الى المنافسة الشديدة التي يواجهها التلفزيون اليوم من قبل الاعلام الرقمي والوسائط الجديدة.
- يفضل المبحوثَون متابعة مضامين القنوات الجزائرية من خلال صفحاتها عبر الشبكات الاجتماعية ومنصات وتطبيقات الانترنت، وهو ما يوضح انحسار المشاهدة التلفزيونية للقنوات الوطنية وتعويضها بالوسائط الجديدة، نظرا لسهولة الاستخدام وعديد المزايا والخصائص التي توفرها هذه التقنيات.

استفدت من هذه الدراسة

تشترك هذه الدراسة السابقة مع بحثنا الحالي في الاستفادة المعرفية والمنهجية من خلال كيفية تصميم أدوات جمع البيانات التي تتمثل في استمارة قياس الاتجاه باعتبارها من أهم الجزئيات التي ساعدتنا في تفريغ وتحليل وتفسير بيانات المبحوثات، وكذلك بناء الاشكالية والمنهج والعينة التي تستهدف الطلبة كجزء من فئة الشباب الجامعي، أيضا يمكننا القول أن التراث النظري افادنا عن طريق اقتباس العديد من الأفكار التي ساعدتنا في فهم أكثر للاتجاه البحثي الذي بصدد معالجته.

الدراسة الثالثة:

الباحثة " مها محمد فتحي " الموسومة بعنوان " دراسة اتجاهات المرأة نحو البرامج التلفزيونية الخاصة بها في الفضائيات المصرية وعلاقتها بمستوى تقدير ذاتها لديها " .

إشكالية الدراسة:

تطرقت الباحثة في دراستها إلى معرفة اتجاهات المرأة نحو البرامج التلفزيونية الخاصة بها في فضائيات المصرية وعلاقتها بمستوى تقدير ذاتها لديها وإلى أي مدى ترتبط تقدير الذات عند المرأة بتعرضها للبرامج مخصصة لها؟

التساؤلات الفرعية:

1. مامدى متابعة المبحوثات للبرامج التلفزيونية الخاصة بالمرأة بالفضائيات المصرية؟
2. ما أسباب متابعة مبحوثات للبرامج التلفزيونية الخاصة بالمرأة بالفضائيات المصرية؟
3. ما الموضوعات التي تهتم بمتابعتها المبحوثات على البرامج التلفزيونية الخاصة بالمرأة بالفضائيات المصرية؟
4. ما مستوى ثقة المبحوثات بما تقدمه البرامج التلفزيونية الخاصة بالمرأة بالفضائيات المصرية؟
5. ما وجهة نظر المبحوثات عينة الدراسة في برامج المرأة المقدمة بالقنوات الفضائية؟
6. مامدى تأثير متابعة البرامج التلفزيونية الخاصة بالمرأة بالفضائيات مصرية على مبحوثات عينة الدراسة؟

منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثة في دراستها على منهج مسحي حيث يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على استمارة الاستبيان كأداة أساسية لدراسة.

مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من جمهور النساء المصريات من سن 25.45 من مختلف الشرائح (ربة منزل، طالبة. موظفة) في المجتمع المصري.

عينة الدراسة:

تمثلت في عينة عشوائية بلغ عددها 226 بمحافظة القاهرة والمنيا طبقيا.

النتائج المتوصل إليها:

- جاءت ترتيب أكثر الموضوعات التي تهتم بمتابعتها المبحوثات على البرامج التلفزيونية الخاصة بالمرأة على نحو التالي: تربية الأبناء تليها إختيار شريك الحياة ثم شؤون المرأة العاملة يليها حقوق وواجبات الطرفين ثم شؤون الأثاث والديكور يليها وضوح الأدوار وتحديد المسؤوليات ثم شؤون الطعام والمطبخ ثم جمال المرأة والمكياج ثم الأزمات الأسرة وتعامل معها يليها العنف ضد المرأة وأخيرا موضوعات الصحية للمرأة.
- نسبة قليلة يثقون دائما فيما تقدمه برامج المرأة بالقنوات الفضائية بلغت 23.2% بينما من يثقون أحيانا فيما تقدمه برامج المرأة بالقنوات الفضائية بلغت 15.3% بينما بلغت نسبة كبيرة مما يثقون نادرا في برامج المرأة بالقنوات الفضائية 52.1%.
- نسبة من يرون هذه البرامج تساهم بدرجة كبيرة في تقديرهم لذاتهم بلغت 45.3 %، ونسبة من يرون أنها تساهم بدرجة متوسطة في تقديرهم لذاتهم بلغت 49.5%، بينما جاءت نسبة ضئيلة يرون أنها تساهم بدرجة ضعيفة في تقديرهم لذاتهم بلغت 5.3%
- جاءت أشكال إسهام البرامج التلفزيونية الخاصة بالمرأة بالفضائيات مصرية في تقدير المبحوثات لذاتهم في مقدمة تلك الأشكال "جعلتني راضية عن نفسي بشكل تام "يليها "أشعر أنا لدي عدد من صفات الجيدة ثم "أشعر أني شخصية ذو قيمة بدرجة مساوية للآخرين "تليها "أشعر باتجاه إيجابي نحو نفسي "ثم "أعتقد أني لست جيدة على الإطلاق "تليها "قادرة على القيام بالأعمال كمعظم الأشخاص الأخرين ثم أشعر أنه لا فائدة مني ".
- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين أسباب متابعة المبحوثات للبرامج التلفزيونية الخاصة بها وتقديرها لذاتها.
- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين تعرض المبحوثات للبرامج التلفزيونية الخاصة بها واتجاهاتهم نحو تلك البرامج

أوجه التشابه:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في متغيرات وهو اتجاه المرأة نحو البرامج التلفزيونية الخاصة بالمرأة بالفضائيات المصرية (متغير اتجاهات والبرامج النسائية..)، كما تتشابه مع دراستنا في كونها دراسة وصفية مثل دراستنا، أيضا في مع دراستنا في أدوات جمع بيانات مستخدمة ومحتوى استمارة استبيان قياس الاتجاه.

أوجه الاختلاف

تختلف مع دراستنا من ناحية عينة ومجتمع بحث، تختلف أيضا مع دراستنا في نوعية منهج مختار، كما تختلف مع دراستنا من ناحية مجال مكاني وزماني

أوجه استفادة

استفدنا منها في تحديد أداة أفضل لجمع بيانات كما استفدنا منها في جانب نظري خاص بالبرامج النسائية وقضايا المرأة. كما استفدنا منها في جانب منهجي لبداية إشكالية بحث وطرح تساؤلات.

1-6- ضبط مفاهيم الدراسة :

سعيا من الطالبتين الباحثتين لتوضيح مفاهيم البحث وتسهيل عملية استيعاب المعلومات بالشكل الصحيح والدقيق، كان لا بد من الوقوف عند أهمها، التي تم تداولها بكثرة في هذه الدراسة، وعليه نقدم فيما يلي ضبطا دقيقا مفصلا لأهم المفاهيم التي تم تناولها وهذا من الناحية الاصطلاحية وكذا الإجرائية حتى تتضح الرؤية أكثر عن مجال استعمالاتها في هذا البحث، والتي نوجزها في مايلي:

1-1-6- الاتجاهات (attitudes) :

الاتجاهات جمع مفردة اتجاها هو مفهوم متعدد المعاني، حيث اختلف العلماء والمفكرون في تعريفه ويعود هذا الاختلاف الى زاويا الرؤية المتعددة التى يؤخذ منها، معرفيا، نفسيا واجتماعيا ويعد الاتجاه من أهم مبادئ علم النفس الاجتماعي، ومن أهم المفاهيم التي تستخدم في دراسة جمهور وسائل الاعلام، الذي من المهم بمكان ان تعرف اتجاهاته نحو مضامين وسائل الاعلام ونحو وسائل الاعلام ذاتها وفيما يلي سنستعرض من أهم هذه المفاهيم والتعريفات:

تعريف جوردان البورت Allportt. W. G : الاتجاه هو ميل للاستجابة بطريقة موجبة (مؤيدة) أو سلبية (مناهضة) إزاء موضوع أو شخص أو موقف، أيضا هو حالة من الاستعداد العقلي والعصبي التي تكونت خلال التجارب والخبرات السابقة، التي مر بها الانسان وتعمل على توجيه استجابة الفرد لكل الأشياء والمواقف التي تتعلق بهذا الاستعداد. (مسامح، 2021، صفحة 355) ، وهذا يعني أنّ الاتجاهات هي بمثابة ردود أفعال ايجابية أو سلبية تجاه موضوع ما، فإذا كان الاتجاه الإيجابي يتمثل في الحب أ

والدفاع أو المشاركة، أو التفضيل، أو التأييد، أو الموافقة على، أو الرغبة في، أو الاختيار/ لشخص، أو لشيء معين، فإنّ الاتجاه السلبي يتمثل في الكراهية، والنفور، والرفض والاستنكار، والرفض، والاحتقار، والاشمئزاز من شخص أو شيء أو موقف ما. (رضوان، 2016، صفحة 31)

تعريف بوغارداس Bogardas :

وهذا ما أشار إليه" **بوجاردس**" عام 1931 الذي اعتبر الاتجاه ميل يوجه السلوك قريبا من عوامل البيئة أو بعيدا عنها، بحيث يضفي عليها بعض المعايير الإيجابية أو السلبية، طبقا لقربه أو بعده عنها، ويعتبر تعريفه "للاتجاه من أهم التعاريف وأكثرها انتشارا في هذا الشأن. (الدسوقي، 2004، صفحة 134)

التعريف الإجرائي لمفهوم الاتجاهات

هي مختلف الآراء والمواقف والأفكار الميولات التي تتكون عند الأفراد (في دراستنا الحالية المستهدفات هن الطالبات الجامعيات) اتجاه موضوع معين والذي يعبر عن درجات التفضيل لدى المبحوثات نحو البرامج النسائية التلفزيونية في القنوات الخاصة الجزائرية .

6-1-2- البرنامج التلفزيوني:

يقصد به هو رسالة عبر قناة (مجموعة مشاهد مصورة يصاحبها صوت) إلى المستقبل (المتلقي) تريد أن تحقق أهداف محددة عبر معلومات عقلية ووجدانية، تناسب ميول المستقبل وقدراته العقلية، ترسل بأساليب وطرق تبث الامتاع والترويج فيه. (فاروق، 2007، صفحة 22) .

والبرنامج التلفزيوني حسب الباحث منير حجاب عبارة عن: " فكرة تجسد وتعالج موضوعا ما عن طريق التلفزيون كوسيلة لها كل إمكانيات الوسائل الإعلامية وتعتمد أساسا على الصورة المرئية سواء كانت مباشرة أو مسجلة أو أفلام أو شرائط ويتم عرضها في مدة زمنية محددة. (جازية، 2019، صفحة 35) .

التعريف الإجرائي لمفهوم البرنامج التلفزيوني

وبهذا فإن البرنامج التلفزيوني هو " فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب إعلامي من خلال بث تلفزيوني فضائي، يستهدف شريحة عمرية (في حالتنا نقصد البرامج التي تهتم بالقضايا النسائية في القنوات الخاصة الجزائرية)، باستخدام الصوت والصورة بكامل تفاصيلها الفنية لتحقيق هدف محدد مسبقا ينسجم مع الخط الافتتاحي لها "

6-1-3- القنوات الفضائية:

هي جميع القنوات الفضائية التي تستقبل من الفضاء الخارجي عبر الأطباق أو الشبكة العنكبوتية أو الجوال أو وسائل الاتصال الأخرى، وتبث بطريقة رسمية أو غير رسمية مفسوحة أو ممنوعة مشفره أو غير مشفرة. ويقصد كذلك بالقنوات الفضائية المحطات التلفزيونية التي تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية والتي يتم استقبالها بواسطة هوائيات مقعرة. (قارش، 2017، صفحة 347)

القنوات الجزائرية الخاصة

إن مفهوم القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر يقصد به تلك المحطات الفضائية التي تعود ملكيتها للقطاع الخاص (رجال أعمال لديهم توجه نحو الاستثمار في الاعلام) أو إعلاميين قدماء ومخضرمين قاموا بتأسيس الفضاءات الاعلامية الخاصة بهم ، حيث تمارس نشاطها بعيدا عن هيمنة واحتكار السلطةَ غالبا ولديها سياستها التحريرية التي تتسم بالانفتاح والمعالجة غير النمطية للمضامين بعيدا عن الرؤية أو الخطاب الرسمي، من خلال ما تحظى بقسط اوسع من حرية الرأي والتعبير، وفي دراستنا هذه نقصد بها تلك القنوات التلفزيونية التابعة للقطاع الخاص التي ظهرت في الجزائر بعد تحرير قطاع السمعي البصري أمام الخواص والغاء احتكار الدولة عليه، ومنح الضوء الاخضر لكل من يريد الاستثمارَ في انشاء قناة تلفزيونية "، و هذا بعد خطاب الرئيس عبد العزيز بوتفليقة في أفريل 2011 ، الذي اشار الى ذلك ومن ثم أصبح مرسوما رئاسيا ومؤكدا بعد صدور القانون العضوي المتعلق بالإعلام لعام 2012 وقانون السمعي البصري 2014 ، ولكن هذه القنوات التلفزيونية جزائرية فقط من حيث الشكل والمضمون ، لأنها أجنبية من الناحية القانونية على اعتبار انها تبث من الخارج وفق قوانين تلك الدول، لهذا تبقى أجنبية في نظر القانون الجزائري .

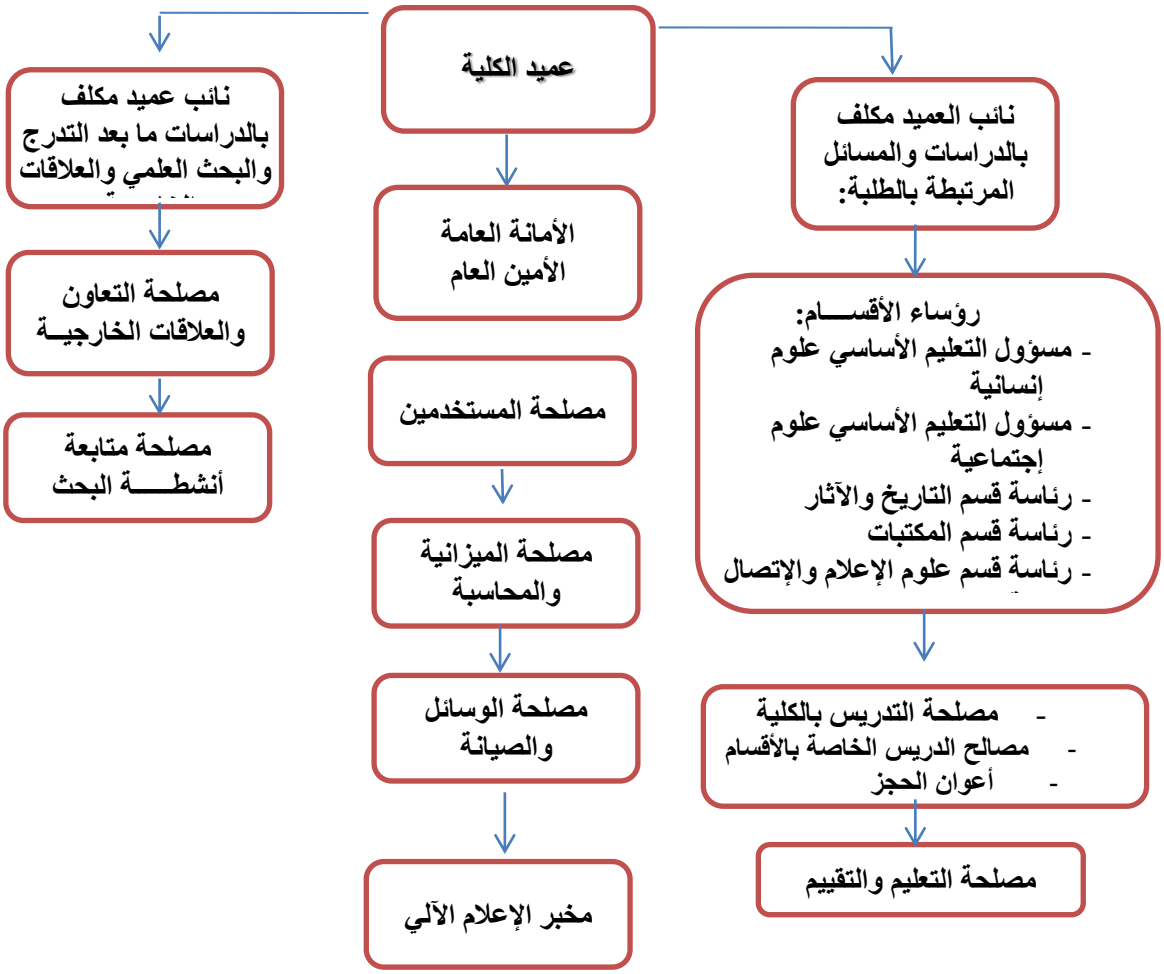
7-1- مجالات الدراسة

من أجل السيطرة على الجزئيات المنهجية في هذه الدراسة، وكذلك زيادة التحكم في موضوع البحث كان لزاما وضع حدود لبحثنا لغرض التوصل إلى نتائج دقيقة وعلمية، وجب علينا توضيح التفاصيل الخاص بكل من الحدود الزمنية والمكانية والبشرية.

7-1-1 المجال المكاني للدراسة:

تمت دراستنا تزامنا مع الموسم الجامعي 2024-2025 وبالتحديد في سياق مكاني هو كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية عموما وقسم علوم الاعلام والاتصال بشكل خاص، حيث يتواجد الطالبات محل الدراسة ، و يمكننا تبرير اختيارنا لهذا الحيز المكاني نظرا لسهولة الاتصال بهم والقرب الجغرافي الذي يتيح العديد من المزايا مثل التحكم الجيد في عينة الدراسة للوصول الي نتائج ذات دقة ومصداقية، حيث مست هذه الدراسة بالضبط مستويات تم تحديدها في ذات القسم بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، وذلك نظرا لمعرفتنا بالمكان ومن ثم سهولة الوصول إلى المبحوثات المستهدفات، وبالتالي إلغاء عامل بعد المسافة في الاتصال بهم ، حيث استطعنا من خلال القدرة على توزيع الاستبانات مما يتناسب وينسجم مع قدرات الطالبتين الباحثتين، وكذلك هي المؤسسة الوحيدة التّي استقبلتنا ووفرت لنا التسهيلات الضرورية ورحبت بفكرة تطبيق أدوات جمع البيانات بكل حرية.

شكل رقم (01) يمثل الهيكل التنظيمي لكلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي – تبسة



المصدر:

2-1-7 المجال البشري للدراسة:

وهم المعنيين بالدراسة ولهم علاقة بموضوع البحث، وعليه فقد شملت هذه الدراسة طالبات قسم علوم الاعلام والاتصال مستوى الماستر تخصص اتصال تنظيمي وسمعي بصري، وقد بلغ عددهن 54 مفردة اللائي يتعرضن لمضامين البرامج النسائية في القنوات الخاصة الجزائرية.

3-1-7 المجال الزمني للدراسة:

الدراسة الاستطلاعية:

ابتدأت هذه المرحلة من خلال استكشاف لميدان الدراسة أين تم التعرف على المؤسسة (جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي– تبسة)، والاطلاع على بعض التفاصيل والجزئيات الخاصة بإشكالية بحثنا، وذلك من خلال لقاء مع السيد رئيس قسم علوم الاعلام والاتصال، الذي وافق على إجراء الدراسة والذي أفادنا

بمعلومات مبدئية وهامة فيما يخص تزويدنا ببيانات لها علاقة مباشرة بموضوعنا، وكذلك تفهمه وتعاونه وتحفيزه لنا على مواصلة جهودنا البحثية.

الدراسة النظرية:

امتدت هذه الدراسة من ديسمبر 2024 إلى غاية فيفري 2025، حيث تم البحث والاطلاع على التراث النظري للدراسة الحالية، من خلال جمع المعلومات من مختلف المراجع والمصادر التي توفرت لدينا.

الدراسة الميدانية:

تم توزيع استمارة قياس الاتجاه التي ترتبط بقياس درجات تفضيل الطالبات الجامعيات بقسم علوم الاعلام والاتصال نحو البرامج النسائية بالقنوات الفضائية الجزائرية، وذلك من أجل توزيعها من طرف الطالبتين الباحثتين على المبحوثات بتاريخ 12 أفريل2025، وتم تفريغها وتحليلها إلى غاية21 ماي2025.

1-8 منهج الدراسة

يمثل الضبط الدقيق لتوصيف منهج الدراسة الحالية من أهم الخطوات التي يتبعها أي باحث لإنجاز بحثه، لذلك حاولت الطالبتين الباحثتين اتباع خطوات علمية وفكرية منظمة وعقلانية هادفة من أجل تحقيق النتائج المرجوة، وهذا من خلال اتباع منهج يتناسب مع طبيعة الموضوع المدروس، حيث يعد الخطة التي تحتوي على عناصر (مثل أدوات جمع البيانات، المفاهيم الاجرائية، تسمية العينة ...الخ).

ومن خلال كل ما تطرقنا اليه، ونظرا للأهمية البالغة التي تكتسيها المناهج العلمية في العملية البحثية كان لزاما على كل باحث الاعتماد عليها في المقام الأول قبل الشروع في معالجة بحثه الأكاديمي، وبهذا الشأن تعرف المناهج بأنه " التقصي المنظم بإتباع أساليب ومناهج علمية محددة للحقائق العلمية بقصد التأكد من صحتها وتعديلها وإضافة الجديد لها " (ذنيبات، صفحة 99) .

وقد تم الاستعانة في دراستنا هذه بالمنهج الوصفي الذي يركز على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا، ويعبر عنها كيفيا أو كميا، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى" (جبارة، 2001، صفحة 202) ، حيث يعد من المناهج الأكثر استعمالا في البحوث الإعلامية لأنه " الطريقة الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية و عرضها في صورة يمكن الاستفادة منها حاضرا و مستقبلا . (مرسلي، 2013، صفحة 96)

وهو ما فرضته طبيعة بحثنا الحالي والموسومة باتجاهات الطالبات الجامعيات نحو البرامج التلفزيونية التي تخاطب المرأة في القنوات الخاصة الجزائرية - دراسة ميدانية من طالبات قسم علوم الاعلام والاتصال–

تبسة، فهو يتلاءم مع مختلف معطيات الظاهرة الإعلامية المدروسة عموما ودراستنا بشكل خاص، من خلال العمل على وصف وتحليل وقياس درجات تفضيل المبحوثات اتجاه المضامين والقضايا النسائية التي تطرحها وتعرضها الفضائيات المملوكة للخواص.

1-9 عينة الدراسة ومجتمع البحث

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث من خلال دراستنا الحالية في الطالبات الجامعيات بقسم علوم الاعلام والاتصال اللائي يتعرضن لبرامج القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر التي تتناول المواضيع و القضايا النسائية، ونظرا لضيق الوقت وسهولة الاتصال بالمبحوثات وقربنا من المبحوثات وقدراتنا المحدودة كطالبتين باحثتين، حيث لا يمكننا أن ندرس جميع الطالبات في كليات الجامعة لذلك خصصنا فئة الطالبات بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي– تبسة عموما، وخصصنا دراستنا بالحيز المكاني المذكور أعلاه.

عينة الدراسة:

تعتبر المعاينة من أهم الاليات المنهجية التي يتم اللجوء اليها من طرف الباحث لأنها من أهم المحاور التي يستخدمها، لذا وانطلاقا من توصيفنا لمجتمع البحث الذي تطلب من الطالبتين الباحثتين الدقة في تحديد مفرداته، ومن خلال الاعتماد على الإحصائيات التي تم تزويدنا بها من طرف المصلحة المعنية بالكلية تبين عدم قدرة الباحثين على دراسة كل مجتمع البحث، ولذلك تم الاستعانة بالمسح بالعينة والذي يساعد في الوصول الى نتائج ذات مصداقية عالية وكفاءة في الحصول على البيانات.

والعينة يمكننا تعريفها بأنها " هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولوية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع " (الحميد، 2000، صفحة 133) .

ولقد وقع اختيارنا في دراستنا هذه على العينة القصدية أو العمدية والتي تعد " عينة غير احتمالية، يسعى فيها الباحث لتحقيق هدف أو غرض معين من دراسته، فيقوم باختيار العينة بما يخدم ويحقق هذا الغرض أو الهدف " (غنيم، 2000 ، صفحة 148)، وذلك طبقا لسمات وخصائص تتوفر في المفردات وتخدم أهداف البحث لعدد من وحدات المعاينة والتي تمثل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا.

وقد استخدمت الطالبتين الباحثتين أسلوب الاختبار القبلي– pré-test – لمعرفة عدد مفردات العينة بدقة بشكل إحصائي من خلال سؤال المبحوثات المستهدفات عن تعرضهم من عدمه للمضامين التي تبثها برامج القنوات الخاصة الجزائرية والتي تتناول الاهتمامات النسائية في محتواها، لنصل في النهاية وعن طريق القوائم التي تم تزويدنا بها من طرف رئاسة قسم علوم الاعلام والاتصال الى **65 مفردة.**

جدول رقم (01) يمثل توزيع مفردات العينة حسب التخصص

	العدد الإجمالي للطالبات في كل مستوى	عـدد الطالبـات اللائـي يتعـــرض للبـــرامج النسائية
أولى ماسترتخصص اتصال تنظيمي	72	18
ثانية ماسترتخصص اتصال تنظيمي	70	17
ثانية ماسترسمعي بصري	09	02
السنة الأولى ماسترسمعي بصري	11	03
السنة الثالثة اعلام	10	03
السنة الثالثة اتصال	66	16
السنة الثانية اعلام و اتصال	23	06
المجموع	261	65

10-1 أدوات جمع البيانات

تعتبر عملية جمع البيانات في حقل علوم الاعلام والاتصال من أهم المراحل التي يستعين بها الباحث بأدوات منهجية، حيث يجب تتسم بالدقة والموضوعية والضوابط العلمية وتوظيف الأدوات العلمية التي تتلاءم مع المنهج المستخدم، لتكون النتيجة معلومات يتم الاعتماد عليها في صحة النتائج وكفاءة الاستنتاجات العلمية في التحليل والتفسير.

ولقد تم إجراء هذه الدراسة من خلال تقسيم بياناتها الى صنفين أساسيين أولية وثانوية، تتمثل البيانات الثانوية فيما يحتويه التراث النظري (الشق النظري) من بحثنا هذا وقد تم تحصيله عن طريق الاطلاع على كم متنوع من الكتب والاطروحات والرسائل المكملة لنيل الماجستير والدكتوراه والمقالات المحكمة في المجلات العلمية والمواقع المتخصصة والعامة.... الخ المتعلقة بموضوع الدراسة، أما البيانات الأولية فتتمثل في الشق الميداني من خلال المقابلات وجمع الملاحظات والمعلومات واجابات المبحوثات عن أسئلة محتوى استبيان قياس الاتجاه المستخلصة من الدراسة النظرية حول الموضوع.

وبما أن دراستنا تندرج ضمن الدراسات الوصفية فقد اعتمدنا على جملة من الأدوات التي يتضمنها المنهج الوصفي، والتي من أهمها:

الملاحظة بشقيها البسيطة والعلمية واستبيان قياس الاتجاه والمقابلة المقننة(حيث لكل واحدة استخداماتها في هذه الدراسة سنوضحها لاحقا بشكل مفصل وعلاقتها بالبحث الحالي) ، وتم الاعتماد على

الأولى والثانية كأداتين أساسيتين باعتبارهما تساعدان في جمع أكبر معطيات حول الظاهرة الإعلامية من أجل قياس درجات تفضيل أو ميل الطالبات الجامعيات بقسم علوم الاعلام والاتصال تجاه البرامج التي تعالج الاهتمامات والقضايا النسائية في القنوات الخاصة الجزائرية، فقد تم الاعتماد عليهما في جمع المعلومات الخاصة بالبحث وتحليلها، وكذلك استخدامها في تفسير البيانات التي تم جمعها بطريقة احصائية تساهم في الوصول الى نتائج يمكن تعميمها ولو بشكل نسبي، مما يؤكد حسن اختيار الطالبتين الباحثين لهذا النوع من الاجراءات المنهجية وكفاءتها.

أما الملاحظة فتم الاستفادة منها في بحثنا من خلال كونها تعد الاحتكاك الأول لكلينا كطالبتين باحثتين والخطوة المنهجية الأولية في الجانب الميداني للدراسة ، وقد تنوعت أشكال وأنواع هذه الأداة على حسب طبيعة الموضوع والجمهور المستهدف، ويمكننا القول إنها محاولة يقوم بها الباحث للكشف عن النزعة التفضيلية لدى الطالبات الجامعيات بقسم علوم الاعلام والاتصال نحو البرامج النسائية في القنوات الخاصة الجزائرية من خلال مؤشرات بصرية وسلوكيات وردود أفعال تهدف الى الكشف عن العلاقة بين متغيري الدراسة عن طريق الحواس، وقد تم توظيف الملاحظة العلمية البسيطة والملاحظة بالمشاركة (على اعتبار أن الطالبتين في تعايش يومي مع زميلاتهم اللائي يمثلن جزء من عينة الدراسة) التي ساعدتنا في حسن العامل مع آراء و ردود أفعال الطالبات المبحوثات محل الدراسة، وحتى تصميم استمارة قياس الاتجاه المتعلقة ببحثنا الحالي .

أما الأداة الثانية فهي" **استبيان قياس الاتجاه**" الذي يمثل طريقة مهمة هدفها تقييم المواقف والآراء تجاه مواضيع معينة. تتضمن عادةً أسئلة أو عبارات يجاوب عليها المشاركون، وتهدف إلى تحديد اتجاهاتهم أو ميولهم. يمكن تطبيق هذه الاستمارات في بداية ونهاية فترة زمنية (مثل فصل دراسي) لتحديد التغييرات في المواقف، وتكمن الفائدة العلمية منها أنها تُستخدم هذه الاستمارات في البحوث لتوفير بيانات تساعد في الكشف عن التفضيلات والميولات وكذلك فهم وتفسير المواقف والاتجاهات.

ومن خلال دراستنا تم الاستعانة بهذه الأداة من أجل ترجمة ردود وإجابات الطالبات المبحوثات الى بيانات كمية وكيفية، حيث تعرف بأنها " **الأداة التي من خلالها يمكن التعرف على أراء و أفكار المبحوثين حول موضوع البحث، وتمتاز هذه الطريقة بكونها تساعد على جمع معلومات جديدة ومستمدة مباشرة من الواقع** '. (بوحوش، 1982، صفحة 57)

ولقد تم الاستعانة بمقياس ليكرت الثلاثي الذي يحتوى على ثلاث شدات (موافق – محايد - غير موافق) وذلك لقياس اتجاهات الطالبات نحو البرامج النسائية في القنوات الخاصة الجزائرية، لكونه أكثر المقاييس ملائمة لهذه الدراسة حيث يبني هذا المقياس على أساس المعايير المتدرجة ذي البعد الثابت ،

أي وجـود درجـات معيارية ذات أبعاد مكانية أو زمانيـة أو ماديـة ثابتـة متسلسلـة بشكل منتظم، والهدف الأساسـي من هذا المقياس هو تحديد آراء الأفراد المراد قياسها تجاه فضية أو موضوع أو هيئة أو منظمة أو فكرة أو جماعـة...الخ .(عمر، 2004، صفحة 260)، وقد صيغت بلغة بسيطة ومفهومـة وتراعي خصوصية أفـراد العينـة من الطالبات عن طريق استخدام مجموعة من الأسئلة والعبارات الوظيفية التي تخدم الموضوع، حيث التي طلبنا فيها من المفحوصات الإجابة عنها، وقـد تم تقسيمها إلى أربعة محاور جاءت كالاتي:

المحورالأول: يتعلق بالبيانات السوسيوديموغرافية (السن، التخصص.. الخ).

المحورالثاني: عادات وأنماط التعرض إلى البرامج النسائية في القنوات الفضائيات الخاصة.

المحورالثالث:

- للطالبات اتجاه ايجابي نحو شكل ومضمون البرامج النسائية في القنوات الفضائيات الخاصة.
- للطالبات اتجاه سلبي نحو إدمان التعرض للبرامج النسائيـة في القنوات الفضائيات الخاصة.

المحورالرابع: الاشباعـات المتحققـة من تعرض الطالبات للبرامـج النسائية.

ثالثا: نظرية الاستخدامات والاشباعات كمنظورللدراسة

7- نشأة وتطويرنظرية الاستخدامات والاشباعات:

جاءت نشـأة النظريـة بعد دراسـات وبحوث في مطلع القرن العشريـن، وكان مؤداها معرفـة رغبات الجمهور، وأسباب التعرض لوسائـل الإعـلام، ومدى ما يحققـه هذا التعرض من إشباع للجمهـور، فكانت بداية نشأة النظريـة عبر الباحث " الياهو كاتز " في العام 1959، ووجود بعد بحثـه أن هناك أسبـاب منطقية تدفع الجمهـور للتعرض لوسائـل الإعـلام، وأن الخلفيـات الثقافيـة للأشـخاص تتحكم في الاقبال على وسائل الإعلام تـرى النظريـة أن هناك جمهـور إيجابـي، يستخـدم الرسالة الإعلاميـة ليشبع حاجـة معينـة، وبذلك أصبـح على وسائـل الإعـلام أن تحرص على معرفـة توجهـات الجمهـور وما يشبع رغباته. (منال، 2102، صفحة 74،73)

تعتبـر نظرية الاستخدامات والإشباعـات كخلفية معرفية وثـرات نظري سليلة تيار " التأثيـر النسبـي التي استقاها من الباحث والمفكر **بول لازرسفيلد (Paul Lazarsfeld)** في بحوثه منذ ثلاثينـات القرن الماضي الذي كان هدفها تلبيـة طلب اجتماعي شكَّلـه القلـق أو حتى الخوف من مخاطـر الأفـلام السينمائيـة على الأطفال، وفرضته رغبة مُلَّاك المحطات الإذاعية والمعلنيـن في معرفـة سبب الإقبال على بعض البرامـج الإذاعيـة ، وتجلَّت أيضا بعد انتشـار أعمال مدرسة تورونتـو (Toronto School) في الاتصال، وعلى رأسها أعمال صاحب فكرة الحتميـة التكنولوجية **مارشال ماكلوهان (Marshall McLuhan)** الذي نقل الاهتمـام في الدرس الإعلامـي من المحتـوى إلى الوسيلـة كحامل

للرسائـل ،حيث وَصَفَ" **الياهو كاتـز"(Elihu Katz)** الذي شارك "بول لازارسفيلد "بحوثه وزمـلاؤه بالقول : " إنها محاولة لشرح ظاهرة – الإعلام - بسؤال الفرد عن طريقة استعماله لوسائل الاتصال من أجل لإشباع حاجاته وبلوغ أهدافـه بدل مصـادر أخرى متوافـرة في محيطه . (العياضي، 2020)

وفي اربعينيات القرن العشرين أدى الوعي بتأثيـر الفروق الفردية والتباينات الاجتماعية على فهم السلوك المرتبط بوسائل الاعلام الى تحول في النظرة الى الجماهيـر، فبدلا من اعتبارهم عناصر سلبية وغير فعالة، بات ينظر إليهم كأفراد قادرين على اختيار والمحتوى الاعلامي المفضل لديهم، كما أسهم هذا التحول في التركيز على كيفية تفاعل الافراد مع وسائل الاعلام بدلا من الاقتصار على دراسة تأثيـرها، من خلال الاجابة على السؤال " كيف يستخدم الجمهـور وسائـل الاعـلام؟ " (مسامح، 2021، صفحة 336)، فمن خلال منظـور الاستخدامات لا تعد الجماهيـر مجرد مستقبلين سلبييـن لرسائل الاتصال الجماهيـري، وإنما يختـار الأفراد بوعـي وسائل الاتصال التـي يرغبـون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبـي حاجاتهم النفسيـة والاجتماعيـة من خلال قنوات المعلومـات والترفيـه المتاحـة .

وقد تبلورت نظرية الاستخدامات والاشباعات بشكل واضح في اوائل السبعينات من القرن العشرين، وظهرت في مجال الدراسات الاعلامية كبديل للأبحاث التي ركزت على التأثير المباشر لوسائل الاتصال على الجمهور، من خلال اهتمام هذا المنظور بفهم الاتصال الجماهيري بشكل تطبيقي ومنهجي، حيث تؤكد على دور الجمهور الايجابي معتبرة اياه مستقبلا نشطا وليس سلبيا لوسائـل الاعـلام، ووفقا لهذه النظريـة اشباع احتياجاتهم الشخصية، مما يجعلهم ينطقون الوسائل والمحتوى الذي يتواقف مع رغباتهم النفسية والاجتماعية. (النبي، 2014، صفحة 145)

ويوضح **"ويرنر وتانكرد "** الى أن البحث في انواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الاعلام قد بدا منذ وقت مبكر في الثلاثينات حيث اقيمت الدراسات عديدة من هذا المنظور استمر الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينيات في أعمال " **لازرسفيلد " "ستانتون"، "هيرتا هيرزوج"، "برنارد بيرلسون"**، وبعد " **الياهو كاتز** " أول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الاستخدامات والاشباعات عندما كتب مقالا عن هذا المدخل عام 1959، وتطور هذا المدخل عام 1974 عندما قدم بشكل متكامل بواسطة **بلومر، وجورفيتش.** (الرزاق، 2016، صفحة 250،252)

8- فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات:

ويلخص (كاتز) وزمـلاؤه افتراضـات هذه النظـرية في النقـاط الآتيـة:

1- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعـلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

2- يمتلك أضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

3- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية، أو غيرها.

4- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه، وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.

5- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة. (باديس، 2010، صفحة 34)

9- أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات:

كما تسعى نظرية الاستخدامات والاشباعات إلى جملة من الأهداف الرئيسية:

- تعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام بحكم أن الفرد النشط هو الذي يقوم قصديا بانتقاء واختيار مواد تعرضه وفقا لحاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع الاستخدام والتفاعل الناتج عن ذلك.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية بهدف فهم العملية الاتصالية. (ابتسام،، 2016 ، الصفحات 207-208)
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض .
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.
- الكشف عن الإشباعات المختلفة من وراء هذا الاستخدام.
- التعرف على العلاقات المتبادلة بين"دوافع الاستخدام"و"أنماط التعرض" لوسائل الاتصال والإشباعات الناتجة عن ذالك.
- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها.

10- نماذج نظرية الاستخدامات والاشباعات:

نظرية الاستخدامات والإشباعات (Uses and Gratifications Theory) هي نموذج في علم الاتصال يشرح كيف يستخدم الجمهور وسائل الإعلام المختلفة لتحقيق أهداف معينة، بدلاً من التركيز على تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، تعتمد هذه النظرية على فكرة أن الجمهور هو من يختار وسائل الإعلام التي تلبي احتياجاته ورغباته، وأن استخدامهم لوسائل الإعلام هو عملية نشطة وموجهة .

نموذج ويندال Wendell:

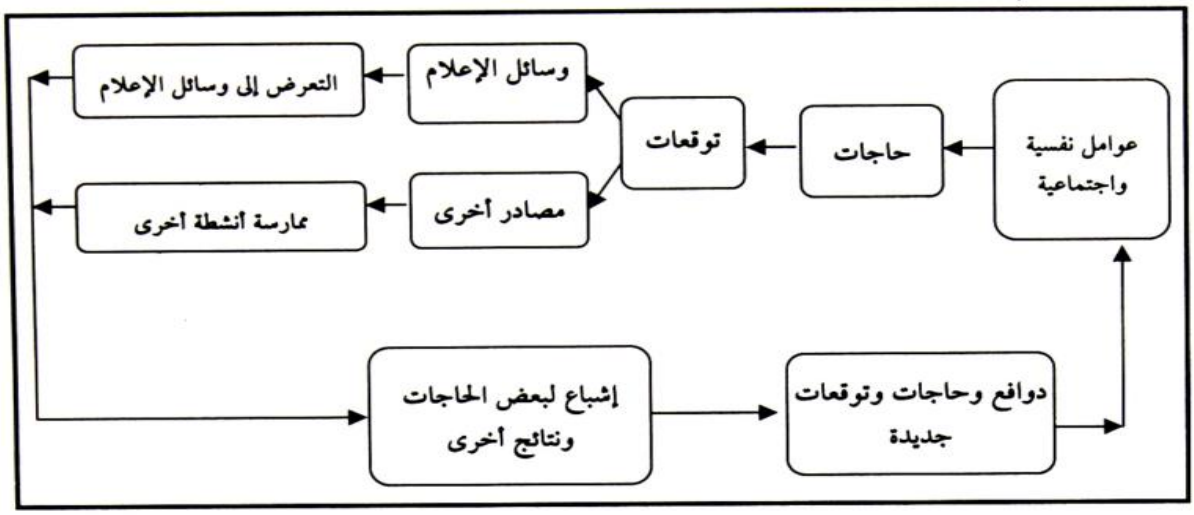
يعرض هذا النمـوذج العلاقـة بين الاستخدامـات والتأثيـرات والربط بينها فقرار استخـدام وسائـل الاتصال يأتي نتيجـة ما يلـي:

- تفاعل العلاقات الخارجية والذاتية بما فيها الاهتمامـات والاحتيـاجات.
- رسم التوقعات وإدراك مضمون الرسائـل الاتصاليـة.
- تضفي صفة ايجابية على جمهور وسائل الاعلام فمن خلال هذه النظرية لا تعد الجمهور مجرد مستقبلين للرسائل وانما يختار الافراد بوعي لوسائـل الاتصال ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيـه. (قبلان عبده قبلان حرب، 2008، صفحة 16،17)

نموذج كاتز:

تم استخلاصه من الدراسات التي اجريـت في مجال الاستخـدامات والاشباعـات، حيث توجد جذور هذا النموذج في دراسات الاشبـاع التي اجريت في حقبة الأربعينات " واهتم" كاتـز " بدراسة بين حاجات الفـرد واتجاهاتـه السلوكية والاشبـاعات التي يسعى للحصول عليها البدائل الوظيفيـة المختلفـة بما فيها وسائل الاعـلام.

شكل رقم (02): نموذج كاتـز للاستخدامـات والاشباعـات



المصدر: (عبد الحميد، 2004، ص284).

نموذج روزينجرين Rosengren:

من خلال هذا النمـوذج حاول" روزينجرين "أن يبـرز أن الحاجـات الفرديـة تتفاعـل مع الخصائص الفردية العامة والنفسيـة ، وكذلك مع البنية الاجتماعيـة المحيطـة بها بما فيها بنيـة وسائل الإعـلام، ويتـرتب عن ذلك ظهـور مشكلات للفرد سـواء كان شعـوره بها قويـا أو ضعيفا ، و بالتالي يسعـى للبحث عن حل لها من بين البدائل المختلفـة في محاولـة لإيجاد السلـوك الذي يـؤدي إلى الإشباع أو حل المشـكلات و كنتيجة لهذا السلوك تظهـر أنماط مختلفة لاستخـدام وسائل الإعـلام، وكذلك أنماط

سلوكية أخرى تهدف أساسا إلى تحقيق الاشباع و حل المشكلات التي تعترض الفرد في حياته الاجتماعية (سعيدة، 2001، صفحة 98).

11- عناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات:

تأسست نظرية الاستخدامات والإشباعات نظريا من خلال مجموعة من المفاهيم والعناصر المكونة لها وهي:

افتراض الجمهور النشط :

ويرى بالمغرين **(Palmagreen)** أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية هي:

الانتقاء: حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.

الاستغراق: ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.

الايجابية: بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال. (فتحي، 1422 هـ) ،حيث يعرف مدخل الاستخدامات والإشباعات بأنه مدخل يوضح ويفسر- إلى حد كبير - الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط، ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض؛ حيث يختار الجمهور- قبل التعرض– المحتوى الذي يفي بحاجاته، ويحقق له إشباعات معينة، وأثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها، ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإن الجمهور ينتقي استرجاع المعلومات التي تعرض له، وبمعنى آخر فإن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام، ويسعى إلى تحقيق هذه الغاية من خلال التعرض الاختياري الذي تمليه عليه حاجاته ورغباته . (كامل، 2015)

الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام:

من أهم المفاهيم التي تمثل أهم عناصر تيار الاستخدامات والاشباعات هو تبني مجموعة من التصورات والخلفيات المعرفية والتي من أهمها ظهور مفهوم" الادراك الانتقائي" أثناء التعرض للمضامين الاعلامية المرتكزة على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر، من خلال اختيار الأفراد الأنشطة بأنفسهم و يفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وأن تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام ،وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديمغرافية و الاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام مثل :ارتباط هذا التعرض بالنوع، العمر، المهنة، المستوى التعليمي الاجتماعي الاقتصادي.....الخ. (لونيس، 2017، صفحة 62،63) ، أما العوامل النفسية فكان لها دور مهم في تحديد استخدامات وسائل الإعلام من خلال الدراسات التي تناولت المتغيرات النفسية

للجمهور وعلاقاتها بدوافع استخدامه لوسائل الإعلام وحاجاته المشبعة من هذه العملية خاصة مع تنامي الاهتمام بمفهوم الإدراك الانتقائي الذي يفسر اختيار الأفراد للوسيلة الإعلامية ومحتوياتها من خلال انتقائية ذات جذور متعلقة بالمكونات النفسية المختلفة للأفراد ،فالعوامل الاجتماعية والنفسية لأفراد الجمهور أثبتت من خلال العديد من الدراسات التي اهتمت بهذا الجانب أن لها دور أساسي في تباين استخدام الوسيلة الإعلامية ومستويات التفضيل والاختيار للمضامين الإعلامية لتحقيق الإشباع للحاجات والرغبات لديه. (عمر، 2013، صفحة 139)

بناء العلاقة بين الاستخدام والاشباع:

- تبدأ الحاجات الفردية من الخصائص النفسية للفرد، ومحيطه الاجتماعي التي تتفاعل فيما بينها، بما في ذلك وسائل الاعلام.
- يتشكل عن هذا التفاعل ظهور مشكلات في سلوك الفرد، يحاول من خلالها البحث عن حلول لها داخل سلوكه.
- تجعل هذه الحلول الى ظهور انماط مختلفة لاستخدام وسائل الاعلام، أو انماط سلوكية اخرى تؤدي به الى اختيار مصادر أخرى.
- تؤدي الانماط السلوكية المختلفة مع وسائل الاعلام أو المصادر الاخرى الى نماذج من الاشباع أو عدم الاشباع.
- هذه التحولات يمكن أن تتأثر ايضا بالخصائص الاجتماعية والنفسية للفرد، حيث تنتج عنها تاثيرات على عملية الاستخدام والاشباع. (الدين، 2019، صفحة 72،73)

حاجات ودو افع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

تختلف وجهات النظر عند دراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام ويمكن عرض وجهات النظر في نظرية الاستخدام والاشباع على النحو الاتي:

ظهرت اتجاهات عديدة لتصنيف الحاجات والدوافع، ومن أبرزها تصنيف (ماسلو) (Masloe) الذي صنف الحاجات الى قسمين رئيسين هما:

1- الحاجات الاساس: وذلك مثل الحاجة الى الانتماء، والتواصل مع الاخرين، ورغبة الفرد في تقدير الاخرين له.

2- الحاجات الثانوية: مثل الحاجات المعرفية، كحب الاستطلاع والرغبة في الفهم واما تصنيف الدوافع فقد قام الباحثون بتصنيفها، كل حسب تخصصه والحظ الاكبر منها لعلماء النفس، ويمكن للباحث ان يعرض تقسيمات الدوافع الاعلامية ومنها:

1- دوافع فردية داخلية: وهي التي تتمثل في رغبة الفرد في القيام بشيء معين لذاته، وهذه الدوافع تحقق للفرد إشباعات فردية، مثل دوافع الفضول والانجاز.

2- دوافع اجتماعية خارجية: وهي الدوافع التي تنشأ نتيجة العلاقة بين الفرد، والمجتمع المحيط به، في قوم الفرد بأفعال معينة لإرضاء المحيطين به او للحصول على تقديرهم او اثباتا لذاته. (الحميد، 2012، صفحة 72،76)

12- انتقادات نظرية الاستخدامات والاشباعات:

رغم أن نظرية الاستخدامات والإشباعات لا تزال شائعة في أبحاث الإعلام، إلا أنها تواجه الانتقادات على سبيل المثال، تُقلّل النظرية من أهمية الإعلام، ونتيجةً لذلك قد تُغفل كيفية تأثيره على الناس لا سيما اللاوعي. إضافةً إلى ذلك قد لا يكون الجمهور سلبيًا دائمًا، ولكنه قد لا يكون فاعلًا دائمًا أيضًا، وهو أمرٌ لا تُراعيه هذه النظرية.

– يرى بعض النقاد ان مدخل الاستخدامات والاشباعات اقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاتها وإنما هو صياغة معادة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي وبالتالي فانه ليس منهج متكامل، ولكن في الواقع عبارة عن مجموعة من المناهج والقضايا البحثية،

– ويؤكد عدد من الباحثين ان مدخل الاستخدامات والاشباعات لا يزيد عن كونه استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاءات ، وبالتالي فان المدخل ينطلق من اطار وصفي محدود يعتمد على تكرار الالفاظ واختيار مجموعة من الافراد لوصف اسباب استخدامهم لوسائل الاعلام من خلال مجموعة من الفئات وضعت بطريقة تعسفية وبما ان الناس ليسوا موضوعات سهلة للدراسة ، فان الاجابات التي يعطونها تعبر فقط عن الاجابة المطلوبة او السلوك المطلوب وليس السلوك الواقعي ،

– يفترض المدخل ان استخدام وسائل الاعلام يتم بشكل معتمد وهادف وإن عملية تعرض الجمهور عملية منظمة ومحسوبة ولم يأخذ المدخل في الاعتبارات أن الجمهور في احيانا كثيرة يتعرض لوسائل الاعلام بشكل الي، فبعض الافراد يكون تعرضهم فعال احيانا وسلبي في اوقات أخرى كما أن الفرد قد يحصل على إشباعات جديدة لم تكن مقصودة وقت التعرض.

– وأخيرًا، يدّعي بعض النقاد أن نظرية الاستخدامات والإشباعات أوسع من أن تُعتبر نظرية، وبالتالي، ينبغي اعتبارها مجرد نهج في أبحاث الإعلام. (الديلمي ، 2016، ص،270)

الفصل الثاني:

اتجاهات الطالبات والبرامج النسائية

الفصل الثاني: اتجاهات الطالبات والبرامج النسائية
أولا : تكوين وبناء الاتجاهات
2-1مكونات الاتجاه
2-2 مراحل تكوين الاتجاه داخل الفرد
2-3 خصائص الاتجاهات
2-4 وظائف الاتجاهات
2-5 أنواع الاتجاهات
2-6 طبيعة أبعاد الاتجاهات
2-7 العوامل المؤثرة في تكون الاتجاهات
2-8 أساليب قياس الاتجاهات

الفصل الثاني: اتجاهات الطالبات والبرامج النسائية

تمهيد:

تعتبر دراسة الاتجاهات من المجالات البحثية الغنية على جميع المستويات، وقد حظيت بأهمية كبيرة في علم النفس وعلم الاجتماع بشكل عام ،وعلم النفس الاجتماعي بشكل خاص، ولا يعد من البالغة القول انها تشكل المحور الرئيسي لعلم النفس الاجتماعي، نظرا لدورها في تفسير سلوك الافراد والجماعات والتنبؤ بمستقبل تصرفاتهم ،فهي تساهم في تشكيل شخصية الأفراد من خلال الخبرات والتجارب التي يمرون بها خلال مرحلة التنشئة الاجتماعية ،كما تلعب دورا مهما في تعزيز الاتجاهات الايجابية لديهم ، مما يساعدهم على التكيف مع تحديات العصر الحديث ،حيث أصبح المجتمع في تحول مستمر ، مما يستدعي من الأفراد ترسيخ قناعاتهم وتعزيز ما يؤمنون به، وقد أسهم هذا في اضفاء أهمية خاصة على دراسة الاتجاهات، سواء من الناحية الاكاديمية او التطبيقية ، وسنحاول التطرق في هذا الفصل الى أهم المفاهيم، والخصائص والمكونات، والمراحل، والوظائف والعوامل، وانواعه، والوسائل، واساليب قياسه .

أولا : تكـويـن وبناء الاتجاهات

2-1/مكونات الاتجاه:

يعتبـر"سميث " (Smith) أول من قـدم تحليـلا منظـما وشامـلا عن الاتجاهـات، فقد وصفه من خلال ثلاث فئات من الخصائص يمكن قياسـها، حيث يشكل اجتـماع هذه الخصائـص أو مكونـات الاتجـاه، وبالتالي فمضمون الاتجاه لا يشيـر إلى مكـون واحد وإنما يتشكـل بفعل ثلاثـة مكونـات، والسؤال المطروح هنا هو، ماهو دور كل مكون في تكويـن الاتجـاه؟

للاتجاهات مكونات مختلفة تتحد فيما بينها لتكون الاستجابة- النهائيـة التي يتخذها الفرد إزاء مثيـر معين وتتمثل هذه المكونات في:

- **المكون المعرفي(Informationnel Component):**

ويتضمن كل ما لـدى الفـرد من عمليات إدراكيـــة ومعتقدات وأفكـــار تتعلـــق بموضوع الاتجاه، وهـو ما يظهر في الحجج التي يفسر باردة المتعصب تقبله لموضوع الاتجاه حتى ولو كانت اعتقاداته لا تقوم على أساس الحقائق أو الملاحظات الموضوعيـة، وعادة ما يعبـر عن هذا المكـون بألفـاظ مثل أعتقـد، أفكر، أتصور أؤمن، فإذا كان موضوع الاتجاه هو خروج المـرأة للعمل فإن المكون المعـــرفي يتمثل في الاعتقاد بقدرتها ومدى قيامها به، كما يبيـن دور هذا الجانـب في تغييـر الاتجـاه. (الزهرة، 2006، صفحة ص 48) ، وهو يشيـــر الى المعتقدات والافكار التـي يؤمن بها الفرد حول موضوع معين او يتمثل في معلومـات الفرد عن موضوع الاتجاه او معتقداتـه عنه.

- **المكون العاطفي الوجداني (Emotional Component) :**

يتمثل المكـون العاطـفي في مجموع العواطف والمشاعـر التي تظهر لدى صاحب الاتجاه في تعامله مع موضوع معين متعلق بالاتجـاه وهـي تظهـر مدى حبه لذلك الموضوع أو نفوره منه ، وبالتالي فإنّ الاتجاه يحمل بلا شك شحنة أو طاقة انفعاليـة وهي التي تحدد استجابة الفرد إما بالتقبـل الإيجابي أو الرفض للموضوع الذي يواجهـه، ويشيـر الى أيضا الى النواحـي الوجدانيـــة التي تتعلـق بالشـيء بمعنـى هل هذا الشـيء يجعـــل الانسان مسرورا أو غيـر ذلك، هل هذا الشـيء محبوب أم مكروه ؟ وعلى هذا فالجانب العاطفي او الوجداني يضفي على الاتجاه طابع الدفع والتحرك، أو يتمثل في شعور الفرد وانفعاله الشديد ضد أو مع ظاهرة او موقف من المواقف. (الستار، 1985، صفحة 255)

- **المكون السلوكي (behavioral component):**

يشير هذا المكون إلى الأنماط السلوكية الصادرة عن الفرد والتي تشير صراحة إلى موضوع الاتجاه، أو هو خطة سلوك الفرد نحو موضوع الاتجاه، ويعنى بخطة السلوك الطريقة التي سوف يعامل بها الفرد موضوع الاتجاه في موقف اجتماعي معين ، فإذا كان موضوع الاتجاه هو تعليم المرأة فإن المكون السلوكي يتمثل في ترك المرأة تتعلم وتواصل الدراسة أو رفض مساعدتها على مواصلته، وكذلك اصطناع العراقيل لتوقيفها عن الدراسة. (حسن، 2001، صفحة 49) ، ويتضمن هذا الجانب جميع الاستعدادات السلوكية المرتبطة بالاتجاه فلو ان الفرد لديه اتجاه موجب نحو شيء ما فانه يسعى جاهدا الى مساندة ومعاونة هذا الاتجاه، ولو أن الفرد لديه اتجاه سالب نحو شيء ما فانه يسعى جاهدا الى تحطيمه ومعاقبته وطمس معالم كل ما يتعلق بهذا الاتجاه .

2-2/ مراحل تكوين الاتجاه داخل الفرد:

- **مرحلة التعرف على عناصر الثقافة والبيئة التي يعيش فيها الفرد**: فمثلا عند تعاملنا مع ثقافة القرية نبدأ على اساليب حياة الناس واساليب عملهم وعلى علاقاتهم ببعضهم البعض.
- **مرحلة تقييم الفرد لعلاقته بكل عنصر من هذه العناصر**: وفي هذه المرحلة يحاول الفرد ان يحكم على اساليب حياة القرويين وينقدها مكتشفا مزاياها وعيوبها وفي هذا النقد يعتمد الفرد على اسس منطقية وموضوعية وعلى مشاعره واحساساته.
- **مرحلة اصدار الحكم حيث يصدر الفرد حكمه على علاقته بهذه العناصر**: فيحدد كيف سيتعامل مع القرويين في المواقف المختلفة فاذا اثبت واستقر تعامله المبنى على الحكم الذي اصدره يتكون الاتجاه
- **مرحلة ثبات الاتجاه** : وهنا يدعم الاتجاه نتيجة لما يحققه الفرد من ارتياح او مكاسب في علاقته مع القرويين المختلفة حيث تنبع الاتجاهات من واقع الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والايديولوجية وتتماشى مع مرحلة التطور التي يجتازها المجتمع، مما يؤكد الدور الذي تساهم به العوامل والمؤثرات الثقافية والحضارية بما تشمله من النظم الدينية والاخلاقية والاقتصادية والسياسية دورا كبيرا في تحديد اتجاهات الفرد ، كذلك تؤثر التجارب الشخصية في المواقف الاجتماعية المختلفة في تكوين الاتجاهات وعملية التوحد مع بعض الشخصيات والنماذج الاجتماعية دوراها في اكتساب بعض الاتجاهات (فاروق، محمد ،2005، ص ص ، 202، 203) .

3-2/ خصائص الاتجاهات:

تعد الاتجاهات عوامل موجهة ومنظمة للسلوك الاجتماعي، حيث تتشكل لدى كل فرد من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، مما يؤثر على نظرته وتعامله مع الأفراد، والجماعات، والمؤسسات، والمواقف، والموضوعات، الاجتماعية المختلفة، كما أن أي عنصر في البيئة المحيطة يمكن أن يصبح موضوعا لاتجاه معين وبناءا على ذلك تتميز الاتجاهات بعدة خصائص من أبرزها: (مشطوب ،2016، ص ص، 63، 64).

- الاتجاهات ذات بنية معرفية أي تتضمن مناطق رفض ومناطق قبول ومناطق حياد.
- الاتجاهات يمكن ان تكون قوية على مر الزمن وتقاوم التغيير والتعديل إذا كانت ذات قيمة كبيرة في تكوين معتقدات الفرد وشخصيته.
- الاتجاهات لا تتكون من فراغ ولكنها تتضمن دائما علاقة بين الفرد وموضوع الاتجاه حيث انه يقع بين طرفين متقابلين أحدهما موجب والاخر سالب اي يقع بين التأييد المطلق والمعارضة المطلقة مثال ذلك: قد يكون هناك فرد يؤيد بشكل كامل منح المراة حقوقها السياسية لكنه في المقابل يعارض المركزية في تقديم الخدمات.
- الاتجاهات ليست موروثة بل متعلمة مكتسبة، حيث تخضع في تعلمها واكتسابها لقوانين التعلم، حيث تبدأ اكتسابها من الولادة عن طريق الخبرات المتراكمة للفرد، ومن خلال التفاعل النفسي والاجتماعي التي تساهم في تكوين اطاره التصوري أو احكامه التقويمية ويمكن أن يضعف أو يقوي مع تغير الخبرات، أو من خلال إطار البيئة التي يعيش فيها الفرد، أي ان الاتجاهات تختلف من حيث شدتها، فنجد شخصا ماله تجاها ضعيفا نحو موضوع ما، لكن يكون قويا نحو موضوعا أخر.
- تعتبر الاتجاهات أكثر استقرارا من أي استجابة، أي على ثبات نسبي، وتكتسب في السنوات الاولى من حياة الفرد، ويرى بعض المختصين ان الفترة اللازمة لتكوين معظم اتجاهات الفرد تقع بين 12و30و تتبلور في الثلاثين بحيث لا تميل الى التغير بعد هذا السن، وهنا يمكن القول ان الاتجاه موجه للسلوك وبحث الفرد على اصدار استجابات سلوكية نحو أو ضد موضوع الاتجاه.
- تتصف عناصر الاتجاه أو الاجزاء التي تكونه بالتنوع فنجد المكون المعرفي يتضمن معارف جزئية تميزه عن موضوع اتجاه اخر، وتعدد الانفعالات من تقبل وتفضيل وتقدير.... الخ لكن قد تسيطر او تهيمن احدى مكونات الاتجاه على غيره فنجدها متمركزة وبشكل واضح في الاتجاه المعبر عنه، كغلبة المضمون الانفعالي على رؤية الفرد بموضوع الاتجاه كما أن أبرز خصائص الاتجاه انه يتصف بالديمومة النسبية فالفرد الذي يملك اتجاها ايجابيا نفسية وقتية، لكن هذا الثبات النسبي لا يمنعه من ان يكون

ديناميكي متغيـرا، ولكن التغيـر على المدى الطويل فالاتجاه يتغير تبعا للمؤثرات التي يتعرض لها الفرد عن طريق تفاعله مع البيئة التي يعيش فيها.

2-4/وظائف الاتجاهات:

تلعب الاتجاهات ادوارا هامة في تحديد سلوكنا ، فهي تؤثر مثلا : في احكامنا وادراكنا للأخرين ، وهي تؤثر على سرعة وكفاءة تعلمنا ؛ وهي تساعد في تحديد الجماعات التي ترتبط بها ، والمهن التي نختارها في النهاية ، بل وحتى الفلسفة التي نعيش بها وسوف نستخدم هنا عدة امثلة من البحوث لنبين كيف تؤثر الاتجاهات في السلوك وفي المثال الاول ، كان الباحثون يهتمون بردود افعال الجماعات اكثر من اهتمامهم بالأفراد، وبدلا من قياس اتجاهات كل شخص ،افترض الباحثون ان غالبية اعضاء الجماعات المدروسة كانوا يعتنقون اتجاهات نمطية تؤثر لوضع الافتراض في سلوك الجماعات بطرق يمكن التنبؤ بها وفي الامثلة الاخرى كانت التنوعات في خط ودرجة اتجاهات الفرد مركز الاهتمام الأول واجريا قياس هذه التنوعات باستخدام اساليب الاستبيان (وليم ، وولاس ، 1989، ص ص ، 120 ، 121).

يرى البعض أن الاتجاه يساعد على سعادة ورفاهية الفرد، وذلك من خلال قيامه بالوظائف المنوطة به، ومن بينهـا مايلـي:

الوظيفة التكيفية :وتكمن هذه الوظيفة بالنسبة للفرد من تحقيق أهدافـه المرغوبـة، وتجنب أهدافـه غيـر المرغوبـة، وذلك من خلال التواجد مع الأفراد الذين يكون لهم نفس الاتجاهات الخاصة، وهذا بدوره يزيد من رضاه ويحد الألم أو العقاب فالاتجاهات تتبلور وتوضح صورة العلاقة بيـن الفرد وبتُ عالمه الاجتماعي.

الوظيفة المعرفية :تتعلق هذه الوظيفة بإدراك الفرد لبيئته الاجتماعية والطبيعية، والذي من شأنه أن يجعل العالم من حوله أكثر وضوحا.

وظيفة التعبير عن الذات :وتتعلق هذه الوظيفة بحاجة الفرد للتعبيـر وإخبار الآخرين عن نفسه ومعرفة ذاته، أي الوعي بما يعتقـد انو يشعر به (الوعي بالذات). (وجيم، 1989، صفحة 78)

2-5/أنواع الاتجاهات:

يكون الإنسان اتجاهاته نحو كل ما يحيط به من أفـراد ونظم اجتماعيـة، وعـادات، وقيم، ومشكلات اجتماعية، ومؤسسات والقيادات، إلى غير ذلك من عناصر بيئته، ولكن هذه الاتجاهات تختلف من شخص لآخر لعدة عوامل نفسية واجتماعية، وبذلك فهي تصنف بالعودة إلى أسس محددة كالتالي:

اتجاهات عامة – نوعية:

توضح الآراء الى الاتجاهات العامة على انها نوع من نواع الاتجاهات ، التي تهتم اساسا بالنواحي الكلية والموضوعات الشاملة ، وهذا ما اكدته ابحاث" هارتلي " الميدانيـــة ، والتـي اجراها على التعصب القومي والعنصري ، حيث تمكن من خلال دراسته الى التوصل بان هناك اتجاهات عامة لدى افراد المجتمع الامريكي يتعصبوا ضد اليهود او الزنوج ، كما تمكن التوصل الى اتجاهات عامة ايضا نحو التعصب الى كل ماهو اجنبي ، اما الاتجاهات الفرعية فإنها تنصب اساسا على النواحي الذاتية وهذا ما اشار اليه بتصنيف الاتجاهات الاجتماعية ، حيث رتبها الى نوعين هما (اتجاهات عامة ونوعية) كما انه اكد على ان الاتجاهات العامة تكون اكثر ثباتا واستقرارا من الاتجاهات النوعية ، وان الاتجاهات النوعية تعتمد على الاتجاهات العامة وتستمد منها قوتها ودوافعها .

اتجاهات جماعية – نوعية:

الاتجاهات الجماعية توضح الى الاتجاهات المشتركة بين عدد كبير من الناس في المجتمع الواحد مثل اعجاب الناس بالأبطال والزعماء والممثلين ولاعبي كرة القدم او الاتجاهات العمال نحو الاجور وغير ذلك.

اتجاهات ظاهرة – خفية:

تمكن علماء الاجتماع تصنيف الاتجاهات الاجتماعية من حيث درجة الوضوح الى: اتجاهات علنية واتجاهات سرية وتدل الاتجاهات العلنية الى ذلك النوع من الاتجاهات التي لا يجد الفرد منها حرجا لإظهارها أو التحدث عنها امام الناس

اتجاهات قوية- ضعيفة:

تم فرز الاتجاهات ايضا من حيث قوتها الى قوية وضعيفة فالنوع الاول يوضح موقف الفرد من هدف الاتجاه، وهل هذا الموقف موقفا حاسما ام لا بينما الاتجاهات الضعيفة توضح الى موقف الفرد الضعيف والمستسلم، والذي لا يستطيع المقاومة او التحمل

اتجاهات جامدة – مرنة:

توصل علماء الاجتماع والباحثين في ترتيب الاتجاهات وتصنيفها الى نوعين هما الاتجاهات اللفظية أو المرنة والاتجاهات العلمية او الجامدة، بحيث تدل الاتجاهات اللفظية بان الفرد يستطيع التعبير عنها شفهيا او عن طريق الكتابة، بينما الاتجاهات العلمية فهي التي تظهر من اثار السلوك (تواتي، 2015، ص ص، 72، 73).

اتجاهات ايجابية – سلبية:

هذا في حين الاتجاهات تعبر الاتجاهات الايجابية عن تأييد الفرد للموضوع المراد دراسته، اذ انه يدفع بصاحبه لتأييد كل ما يتعلق بموضوع الاتجاهات السلبية تمثل عن معارضة الفرد للموضوع المراد دراسته فيدفع بصاحبه الوقوف ضد موضوع الاتجاه (لونيس، 2014، ص، 102).

6-2 / طبيعة أبعاد الاتجاهات:

تحدد الاتجاهات بخمسة ابعاد رئيسية هي:

التطرف:

ويقصد به خط الاتجاه من الايجابية والسلبية فالاتجاهات النفسية تقع بين طرفين متقابلين أحدهما موجب والاخر سالب هما التأييد المطلق والمعارضة المطلقة.

المضمون أو المحتوى المعرفي:

ويقصد به درجة وضوح معناه عند الافراد اصحاب الاتجاه وان الاستجابات التي يقوم بها الفرد حين يعلن تأييده او معارضته لموضوع من الموضوعات انما هي استجابة لأمر ذاتي هو مفهومه عن موضوع الاتجاه.

وضوح المعالم:

وهذا يعني ان الاتجاهات تتفاوت في وضوحها، فمنها ماهو واضح المعالم ومنها ماهو مانع وغامض.

الانعزال:

تختلف الاتجاهات من حيث درجة ترابطها ومقدار التكامل بين بعضا البعض، فقد يكون اتجاه الفرد نحو العلوم الطبيعية اتجاها منعزلا عن غيره من الاتجاهات فلا تفاعل بينه وبين اتجاهه نحو التربية نحو التقدم الصناعي أو التخطيط.

القوة:

من الاتجاهات ما يبقى قويا على مر الزمان على الرغم مما يقابله الفرد من شواهد تدعوه الى التخلي عنه واسقاطه مثل: هذه الاتجاهات القوية بخلاف الاتجاهات الضعيفة التي تتغير وتتحول تحت وطأة العناء والشدائد، والاتجاه يميل الى القوة كلما كانت له قيمة أكثر واهمية أكثر في تكوين الشخصية ومعتقدات القوم الذي ينتمي إليهم الفرد. (فاروق، محمد ،2005، ص ص، 199، 200، 2001)

7-2/العوامل المؤثرة في تكون الاتجاهات:

تشمل العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات عوامل داخلية تتعلق بالفرد نفسه، مثل تجاربه السابقة، وقيمه الشخصية، وخبراته. بالإضافة إلى ذلك، هناك عوامل خارجية تلعب دورًا هامًا، كالعائلة، والمجتمع، والبيئة الثقافية التي ينشأ فيها الفرد. هذه العوامل تؤثر على تشكيل وتعديل الاتجاهات لديه. كما يمكن أن تؤثر الأنشطة البدنية والرياضية في تكوين بعض الاتجاهات أيضًا،

تأثير الوالدين:

من أهم العوامل المؤثرة في بناء الاتجاهات لدى الأطفال والتلاميذ خصوصا، وما يقدمانه من تعزيز لبعض أساليب الطفل السلوكية، سواءا اكانت ايجابية أو سلبية لها تأثير عميق على تكوين نموها.

تأثير التعليم:

يعد التعليم مصدرا هاما آخر يزودنا بالمعلومات التي تسهم في نمو اتجاهاته وتدعيمها، وبصورة عامة كلما ازدادت السنوات التي يقتضيها الفرد في التعلم الرسمي كلما بدت اتجاهاته أكثر وضوحا وبروزا نحوها لتتشكل في النهاية في مظاهر وجدانية ومعرفية وسلوكية. (برجي، 2017، صفحة 91)

العائلة والتنشئة الأسرية:

إن تأثير المحيط العائلي والأسري على اتجاهات الفرد هي في الواقع عملية غير منفصلة عن مؤشرات التنشئة الاجتماعية ، حيث يتعلم الطفل العديد من النزعات التفضيلية والميول السياسية والأذواق والاهتمامات ، فهذه العملية التي يتعرض لها داخل أسرته تعتبر أول تفاعل يقوم به كرد فعل يثبت به هويته وشخصيته ،حيث أن الخبرات المتصلة بتنشئته وخاصة السنوات الأولى من حياته لها التأثير الأهم في عملية تكوين الاتجاهات عنده بشكل عام، وبما أن الاسرة هي الوسط الاجتماعي الأول الذي ينشأ فيه الطفل فإنها هي التي توفر له المناخ الثقافي والاجتماعي خلال سنوات نموه المتعاقبة، ويوفر له أيضا عملية نقل ثقافة الأسرة السياسية والاجتماعية والدينية وغيرها إلى أطفالها ، حيث أن الاتجاه يغير ضرورة عند الطفل لأنه يحدد هويته الشخصية كما يكفل له الانتماء نحو الجماعة والتوحد مع سماتها وخصائصها . (صافية، 1998، صفحة 202) ،

البيئة الجغرافية:

الفرد الذي يعيش في الريف يشكل تمسكه أقوى باتجاهاته من الذي يعيش في المدينة فالأول يعطي اولوية للاتجاهات ذات الصلة بالعادات والتقاليد والقيم، اما الثاني فقد يعطي اولوية لتشكيل اتجاهات حول بعض الامور المادية، من الذي يعيش في المدينة فالأول يعطي اولوية للاتجاهات ذات الصلة بالعادات والتقاليد والقيم، اما الثاني فقد يعطي أولوية لتشكيل اتجاهات حول بعض الأمور المادية (عبان، 2018 ص ص، 104، 105).

2-8/طرق تغيير أو تعديل الاتجاهات:

على الرغم من أن الاتجاهات ثابتة نسبياً وتقاوم التغيير، إلا أنها عرضة للتعديل والتغيير، نتيجة للتفاعل المستمر بين الفرد ومتغيرات البيئة، وتعتمد بعض أساليب تغيير الاتجاهات على الجانب المعرفي، وتنطوي على استخدام الحجج المنطقية وشرح المعلومات، والحقائق الموضوعية الخاصة بموضوع الاتجاه، كما تعتمد بعض الأساليب الأخرى على الجانب الانفعالي، ويوصي علماء النفس عموماً، باتباع استراتيجية تدريجية في تغيير الاتجاهات، وتوفير مناخ تسامحي يتم فيه التغيير،

وكلما كان الفرد أكثر اطمئناناً كانت اتجاهاتـه أكثر مرونـة وقابلة للتغييـر. (فهم تغيير الاتجاهات: استراتيجيات لتوجيه السلوك ودعم القرارات، 2024)

2-9/أساليب قياس الاتجاهات:

يتضمن استخدام مقاييس لتقييم ميل الأفراد والجماعات تجاه المواقف والقضايا الاجتماعية والنفسية والسياسية ...الخ، بحيث يجب أن يتضمن المقياس عددًا مناسبًا من العبارات يحقق شرط التوازن، مقسمة بالتساوي بين العبارات الإيجابية والسلبية، من خلاله يمكن أن تختلف أبعاد قياس الاتجاهات، بما في ذلك القوة، والتقييم، والنشاط تساعد هذه القياسات في إجراء أبحاث مستقبلية أكثر تعمقا ،حيث يمكننا تمييز هناك طرق مباشرة وأخرى غير مباشرة لقياس الاتجاهات والتي من أهمها :

- **الطرق المباشرة في القياس:**

وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة التي يتم توجيهها للشخص المراد قياس اتجاهاته، ومن هذه الطرق المباشرة لقياس الاتجاهات:

أ. **إيجاد النسبة المئوية للإجابات المؤيدة والمعارضة:** هذا الإحصاء للاتجاهات المؤيدة والمعارضة يشبه الدراسات الأولى التي يتم عملها على الرأي العام، ولكن هذه الطريقة أهملت الآن لعدم دقتها، إذ كانت الأسئلة توضع في صور مسرفة في البساطة وكان يترتب عليها إجابات عشوائية إلى حد ما، أما في الأبحاث المعاصرة فهذه الأسئلة التي تتطلب الإجابة بنعم أو لا تضبطها على الأقل أسئلة أخرى.

ب. **استخدام سلالم الاتجاهات:** وهناك نوعان رئيسيان من السلالم، هما:

السلالم القبلية: وتكون هذه السلالم سابقة على التجربة لأن الباحث يحدد مقدما ترتيب العبارات المختلفة المتعلقة بالقبول أو الرفض، ولهذا النوع من السلالم عيب هو أن ترتيب العبارات بحسب درجة التغلب يختلف باختلاف الأفراد فمن الممكن ألا يتفق الترتيب الذي يقترحه الباحث مع الترتيب الذي يقترحه الأفراد محل القياس، ولإصلاح هذا العيب تم إنشاء السلالم المسماة بالسلالم النفسية الفيزيائية.

السلالم النفسية الفيزيائية: ويعمل السلم النفسي الفيزيائي على مرحلتين:

المرحلة الأولى: هي وضع الاختبار على أساس تجريبي، وذلك بإجراء بحث على عينة محدودة، كما نحدد بالضبط دلالة الاتجاهات المتضمنة في أسئلة السلم عند الأشخاص الذين نسألهم.

المرحلة الثانية: هي تطبيق السلم بعد ضبطه على مجموعة الأشخاص المقترح اختبارهم. (طرق قياس الاتجاهات، 2021)

ج-مقياس ليكرت

وهو المقياس الأكثر شيوعا و توظيفا في ميداني البحوث الانسانية والاجتماعية لقياس درجة التفضيل والميل لدى المبحوثين ، وفيه تطرح أسئلة على أفراد العينة ليجيبوا على كل سؤال بلغة درجات عديدة للموافقة أو عدم الموافقة مثلا :**مو افق بشدة، مو افق، محايد، غير مو افق، غير مو افق بشدة**، كما لا يحتاج تطبيق هذا المقياس إلى جهد كبير في حساب قيم العبارات أو وزنها بالنسبة للاتجاه موضوع القياس، تتميز فقرات المقياس بالتناسق الداخلي بحيث يسمح بقياس الاختلافات في الاتجاهات على بعد واحد . (الحفيظ، 2003، صفحة 248) ،وقد ابتكر ليكرت طريقة لقياس الاتجاهات وهي تصلح لقياس شتى الموضوعات مثل : المحافظة والتقدمية والزواج والمرأة ،وهي بسيطة وتنحصر في اختيار عدد من العبارات تتناول الاتجاه الذي يراد قياسه وعلى المفحوصين ايضاح ما اذا كانوا يوافقون بشدة (اوافق – محايد –غير موافق – غير موافق بشدة) ويحصل المفحوص على الدرجات التالية بالترتيب(1-2-3-4-5) ، وعلى هذا فالدرجة المرتفعة تدل على الاتجاه الموجب والدرجة المنخفضة تدل على الاتجاه السالب ويمكن جمع الدرجات التي يحصل عليها الفرد على كل عبارات المقياس لتوضيح درجة الكلية العامة التي تبين اتجاهه العام ، وهذه الدرجة يمكن تفسيرها في ضوء درجات الاشخاص الاخرين .

جدول رقم (02) يمثل تدرج الشدات المتنوعة في مقياس ليكرت من الثلاثي الى السداسي

ثنائي	ثلاثي	رباعي	خماسي	سداسي
اتفق	اتفق	اتفق	اتفق بقوة	اتفق بقوة
		اتفق بحذر	اتفق	اتفق الى حد ما
	اتفق بحذر		محايد	اتفق قليلا
لا اتفق		لا اتفق بحذر	لا اتفق	لا اتفق قليلا
	لا اتفق	لا اتفق	لا اتفق بقوة	لا اتفق الى حد ما
				لا اتفق بقوة

المصدر: (الزهيري, طلال ناظم ، مقياس ليكرت : الاخطاء الشائعة في استخدامه)

مقياس ثرستون:

يتم تعريف مقياس Thurstone على أنه مقياس أحادي البعد يستخدم لتتبع سلوك أو موقف أو شعور المستفتى تجاه موضوع ما، يتكون من عبارات حول قضية معينة، حيث يكون لكل عبارة قيمة عددية تشير إلى موقف المستجيبين تجاه الموضوع على أنه إيجابي أو سلبي، ويشير المستجيبون إلى العبارات التي يتفقون معها، ويتم حساب المتوسط يتم احتساب متوسط درجة الاتفاقات أو الخلافات على أنها موقف المستفتى من الموضوع، مبني على أساسيات مقياس ليكرت، ولكن هذه الطريقة في إنشاء

مقياس موقف لا تأخذ فقط قيمة كل عنصر في الاعتبار أثناء تقييم درجة الموقف النهائي ولكنها تلبـي أيضًا العناصر المحايــدة. (questionpro ،مقياس Thurstone: التعريف ، أسئلة الاستطلاع مع الأمثلة)

الشكل رقم (03) يمثل نموذج قياس الاتجاهات حسب ثرستون



المصدر:

يتكون المقياس من مجموعة عبارات حول موضوع يراد قياس الاتجاه نحوه مثل: نقابات العمال أو الحروب، قياس ثير ستون هو أداة قياس أحادية البعد تستخدم لتقييم المواقف أو السلوكيات أو المشاعـر تجاه موضوع معين. يعتمد المقياس على سلسلة من العبارات التي يتم تصنيفها بناءً على قوة السمة المقاسة، مع الحفاظ على مسافات متساوية بينها. يهدف هذا المقياس إلى قياس السمة من أقصى الإيجابية إلى أقصى السلبية. تستخدم هذه المقاييس في مجالات مختلفة مثل علم النفس والتعليم، وتعتبر أداة مفيدة لفهم الاتجاهات. (فاروق، محمد، 2005، ص ص، 204، 205).

مقياس غوتمان،

ويطلق عليه تسميات عديدة مثل " المقياس التراكمي " أو " تحليل السكالوغرام " ، حيث يقيس قوة رأي المستجيب، بمعنى آخر يُحدد مدى إيجابية أو سلبية موقفه تجاه موضوع معيـن ، تم تطوير هذا المقياس من قبل عالم الاجتماع والرياضيات " لويس غوتمان " في القرن العشــرين ، والذي استخدمه للتنبؤ بأسئلة الاختبــار التي يجيب عليها طلابــه بشكل صحيــح بناءً على درجاتهـم النـهائية فقط ، وعلى الرغم من أنه طبق مقياسـه في البدايــة على عملــه في العلـوم الاجتماعيــة، إلا أن منهجه وجد تطبيقـه لاحقًا في العلـوم السياسيــة، وعلم النفس، وعلـم الإنســان، والرأي العـام، والتسويــق والعديد من المجالات الأخرى ، وهو عبارة عن تسلسل هــرمي من الأسئلــة المترابطــة التي تزداد دقةً يتكون المقياس من سلسلة من الأسئلة الثنائية (يُشار إليها عادةً بأسئلة "نعم/لا")، تُستخدم لتحديد مدى تأييد أو رفض شخص ما لرأي معيــن. (يوفانسيتش، 2020) ،

ويمكننا من خلال ما ذكرناه فهم أنه حاول انشاء مقياس متدرج يحقـق فيـه شرطا هاما هو أنه إذا وافـق على عبارة معينة فلا بد أن يعني هذا أنه قد وافـق على العبارات التي هـي أدني منها ولم يوافق على كل

العبارات التي تعلوها (على غرار مقياس الابصار) ودرجة الشخص هي النقطة التي تفصل بين كل العبارات السفلى التي وافق عليها والعليـا التي لم يوافق عليها.

- **الطرق غير المباشرة في القياس:**

هناك حالات خاصة يتعذر فيها على الفرد أن يعبر لفظيا عن اتجاهه الحقيقي، ذلك لأن اتجاهه قد يكون على مستوى لاشعوري وفي هذه الحالات يستعان بوسائل اخرى للتعرف على اتجاهها الشخصي اللاشعوري ودوافعه المبكرة

المقاييس الاسقاطية: وقد ابتكرت عدة أساليب منها لدراسة الاتجاهات الاجتماعية، وهذه الأساليب تتميز بقدرتها على استثارة استجابات متنوعة من جانب الفرد تؤخذ على أنها تعبر عن اتجاهاته وعادة تتضمن مواد الاختبار وتعليماته ما يوجه الفرد بصفة خاصة نحو الاتجاه الذي يقصد دراستها فمثلا قد تعرض عليه صورة يذكر له أنها تمثل اجتماعا لنقابة من النقابات، ومن أهم الاختبارات الاسقاطية لقياس الاتجاهات: الاختبارات المصورة، أساليب اللعب.

المقاييس التي تعتمد على قياس الاستجابات الفيزيولوجية: يعتمـد هذا النـوع من المقاييس على ردود الفعل الفيـزيولوجية خاصة التي تقع تحت سيطـرة الجهـاز العصبي المستقـل، حيث يستدل وضغط الدم. (محمود، 1994، صفحة 119) ، ويعتبـر هذا النوع من الأساليب غير المباشرة في قياس الاتجاهات، وعلى الرغم من أن مقاييس الاستجابة الفيزيولوجية يمكنها أن تحدد مدى شدة اتجاه الفرد نحـو موضوع مـا، إلا أنها لا تتمكن في كثيـر من الأحيان من معرفة وجهة الاتجاهـات (القبول أو الرفض).

ثانيا : البرامج النسائية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية
2-10 مقومات نجاح البرنامج التلفزيوني النسائية
2-11 أنواع ومكونات البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة
2-12 كيفية إعداد البرامج التلفزيونية النسائية
2-13 أهداف وخصائص البرامج التلفزيونية التي تخاطب الأنثى
2-14 نماذج وأمثلة لبرامج نسائية في الفضائيات الخاصة الجزائرية

ثانيا : البرامج النسائية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية

تمهيد

يحتلّ التلفزيون مكانة معتبرة بين وسائل الاتصال والإعلام المعاصرة فهو أقوى الأجهزة الإعلاميّة بعد الانترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، لأنه يجمع بين الصورة والحركة والّصوت، حيث يعد أكثر وسائل الإعلام انتشارا، فهو موجود في كل مكان(المنازل و النوادي والمقاهي والأماكن العامة) ، ويعتبر من أقوى الوسائل الإعلامية تأثيرا على المجتمع عموما وعلى الفرد خصوصا، بتفوقها) على الصحافة والراديو والسينما...وغيرها في كثير من الخصائص الايجابية ورغم ذلك فهو لا يخلو من المساوي والسلبيات يعرض التلفزيون أنواع عديدة ومتنوعة من البرامج وتختلف من حيث النوع والهدف والمستهدفين، فنجد هناك برامج توعوية، برامج تثقيفية، برامج تربوية، وأخرى سياسية واقتصادية، وكذا اجتماعية ودينية ، ولعل المنعرج الذي شكل علامة فارقة هو ظهور البث الفضائي الذي مهد الى ظهور القنوات الفضائية الخاصة التي تستهدف فئات عمرية متنوعه من خلاله رسائله التي يبثها في بيئة متّسعة وعلى اختلاف طبائعهم واتّجاهاتهم، وذلك عن طريق استخدام لغة مشتركة، وكل الفئات التي سبق ذكرها تستفيد من هذه البرامج الّتي تقدّم على اختلاف نوعهم وأعمارهم وتوجهاتهم ،ولعل المرأة لها حظّ وافر وكبير في الشبكة البرامجية للمحطات الفضائية سواء عربيا أو حتى على المستوى المحلي الجزائري مع مراعاة الخصوصية من مجتمع الى أخر ،نظرا لما بما يقدّم من برامج تتماشى مع الاذواق والاهتمامات والقضايا التي تهم عالم الأنثى،

2-10/أهمية البث الفضائي في ظهور القنوات التلفزيونية

يمثل عقد التسعينات أهم مظهر من مظاهر التطور التكنولوجي في مجال الاتصال واستخدام البث التلفزيوني المباشر. ويعتبر مجال الاتصال عموماً من أخصب المجالات تطوراً في عالم اليوم سواء في الجانب الفني التكنولوجي أو المالي الاستثماري، وبهذه الطفرة الكبرى أحدثت التطورات التكنولوجية تغييرات كبيرة في وسائل الاتصال التقليدية ،حيث أمكن الانتقال من حقبة أقمار التوزيع (أقمار الاتصال الصناعية) ذات القوة المنخفضة إلى حقبة أكثر رحابة هي أقمار البث المباشر عالية التردد Direct Braodcasting Satellite (DBS) ذات الإشارة القوية والتي تخصص للإرسال المباشر(DBS) ، وأصبح البث المباشر السمة المميزة ،والمقصود بنظام البث المباشر إمكانية الاتصال بين القطاع الفضائي وأجهزة الاستقبال مباشرة دون الحاجة للمرور عبر المحطات الأرضية لتصفية الرسائل (Filtering)أو أية محطات ترحيل أخرى. (حسين، 2007) ، لتبدأ مرحلة جديدة تتميز بما يسمى " عصر السماوات المفتوحة والقدرة على البث الى حدود زمانية ومكانية لامحدودة وبروز كيانات اعلامية حكومية وخاصة استثمرت في هذه القفزة نوعية سواء في الشكل أو في المضمون، لنشهد لأول مرة فضاءات يملكها رجال أعمال وحتى هيئات تابعة لدول تقدم مضامين فيها تباين بين الشمولي والمتخصص.

2-11/أنواع الفضائيات الخاصة في المنطقة العربية

مند أن ظهر التلفزيون في الوطن العربي في النصف الأخير من القرن الماضي وملكيته قاصرة على الحكومة لكن مع إطلاق العديد من الأقمار الصناعية في المنطقة العربية ورواج الخصخصة تحررت القنوات الفضائية من سيطرت الحكومة وأتاحت للأفراد والهيئات الغير الحكومية تأسيس وإنشاء القنوات الفضائية التي أصبحت تمثل تحديا كبيرا للقنوات الرسمية أرضية كانت أو فضائية، إذ يمكن تصنيفها الى نوعان أساسيان لا عنى عنهما يمكن حصرهما فيما يلي:

1- **قنوات متخصصة في المضمون** :هي تلك التي تقدم نوعية معينة من المواد والبرامج المتخصصة، وتتوجه نحو جمهور عام، كما في قنوات الدراما وقنوات الموسيقى والقنوات الدينية.

2- **قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه** :وهي تلك التي تخاطب جمهور محدد يشترك في صفات معينة، وتتميز برامجها وموادها بما يلائم هذه النوعية من الجمهور كقنوات الأطفال. (العبد، 2006، صفحة 98)

3- **القنوات الترفيهية** :هي القنوات التي تبث المادة الموسيقية والمسلسلات الدرامية والأشرطة الوثائقية إضافة إلى القنوات التي تخاطب عبر الرسالات الصغيرة.

4- **القنوات الإخبارية** :هي القنوات المتخصصة في مجال الأخبار والحوادث.

5- **قنوات الخدمات** : تقدم إعلانات وتقوم بدور وسيط بين المشاهد والمعلن في المجالات العقارية مثلا أو في مجال التسويق التلفزيوني بالإضافة إلى قنوات الرياضة والاقتصاد والصيد . (الكافي، صفحة 11)

2-12/وظائف وأهداف البرامج التلفزيونية

تستمد البرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية أهدافها ووظائفها من وظائف الإعلام الأساسية كالإخبار، الترفيه، التثقيف، الإعلان والتعليم، وتقوم رسالتها على نقل المعلومات بمختلف أنواعها وتقديم التسلية والترفيه، ويتضمن الشق الأول في التفسير التوجيه والإرشاد، والترويج والتسويق، بينما يتضمن الشق الثاني منه، الترويح أو المتعة النفسية وتنمية الذوق الفني والحس الأدبي والجمالي، والموسيقى، وكلاهما يساهمان في زيادة الوعي العام والتنشئة الاجتماعية، ويساعدان على بلورة المواقف اتجاه قضايا معينة . (خزعل، 2010، صفحة 33) ، إن الإنسان اليوم يعيش في بيئة مشبعة بالمواد الإعلامية التي تتميز بالتعدد الهائل والتنوع الكبير في وسائل الإعلام المختلفة، والتي اتسعت وأصبحت تشمل أنواع عديدة ومختلفة من وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة أيضًا، ومن أبرز العناصر المحورية في السياق نذكر التالي:

-**الحصول على معلومات** :تساهم أيضًا في الحصول على كميات شاسعة من المعلومات سواء كنت تعلمها قبل ذلك أم لم تعلمها، وبغض النظر عن أهميتها أو قيمتها.

- **توجيه السلوك اليومي للأفراد** :فتنطبع الأفكار المعروضة من خلال تلك البرامج حول طبيعة السلوك الشرائي المتعلق بالسلع والخدمات المختلفة، أو غير ذلك.

-**فهم الذات وعملية المحاكاة** :فتعمل تلك البرامج على إبراز نموذج للجمهور سواء كان فنيًا أو علميًا أو رياضيًا، ويشاهد الجمهور ويسمع ما يدور في حياة تلك الشخصيات وما تتشابه معه في ظروفه الاجتماعية والاقتصادية.

-**التسلية والترفيهية** :تعتبر تلك البرامج بلا منازع أهم أغراض الإعلام وأكثرها انتشارًا، حيث يستخدم الفرد تلك البرامج لإطلاق العنان لانفعالاته ومشاعره وعواطفه وأحاسيسه، لتحقيق المتعة، والاسترخاء، والتنفس، والتخلص من الملل والعزلة، وتناسي المشكلات والهموم. (الجفيري، 2022، صفحة 25.26)

2-13/المرأة والبرامج النسائية التلفزيونية:

منذ نشأة التلفزيون وصورة المرأة لصيقة بقراءة النشرات الإخبارية وتقديم بعض البرامج التي كان أغلبها للأطفال والمرأة والطبخ، أما اليوم فقد أصبحت الإعلاميات مشتركا أساسيا في البرامج الحوارية السياسية، سواء كمذيعة، أو كضيفة لها قضية تعبر عنها ،هذا التحول في الصورة الإعلامية للمرأة كانت له أسبابه ومؤشراته مثلما كانت له أصداؤه ونتائجه، ولكننا قبل الاستطراد في التغيير الجذري نعالج حضورها في برامج متخصصة تطرح مواضيع وقضايا تهمها كالطبخ مثلا ، وخاصة بعد أن ازدحمت القنوات الفضائية ببرامج تقدمها فئات في نفس السياق من النساء بين طاهيات محترفات، أو مذيعات، ممثلات يعملن بإشراف طهاة، بل وبدأت قنوات عربية تبث برامجها بالكامل المخصصة لعالم الطبخ، ليس العربي فقط، ولكن العالمي أيضا. (محمود، صفحة 29)

ولعل كإسقاط واقعي انتشرت مسابقات الطهي في المحطات الفضائية الخاصة الجزائرية، مثل: مسابقة **"شكون هو الشاف"** التي تبثها قناة سميرة TV، التي تتيح لهواة الطبخ إبراز قدراتهم وكفاءاتهم في الطهي وقد استقطبت هذه المسابقة منذ انطلاقها عددا كبيرا من المشاركات من مختلف أنحاء الوطن الذين تنافسوا على فرصة الحصول عل اللقب، وبدأت في بث حلقات هذا البرنامج، الذي يمتد لشهر كامل لتحديد الفائز من طرف أعضاء اللجنة.

2-14/أشكال البرامج النسائية التلفزيونية:

تتمثل في الاشكال والقوالب الفنية المختلفة والتي يمكن من خلالها تقديم المضمون الإعلامي الموجه للمرأة وتشمل الآتي:

برامج المنوعات:

تعرف على أنها برامج ترفيهية، تتضمن مشاهد منفصلة ومتتالية في شكل صور (اغاني ورقصات، وألعاب ومسابقات)، والمادة الدرامية القصيرة ومن خلال هذا التعريف يمكن تحديد ملامح برامج المنوعات بأنها «برنامج خفيف المضمون ترفيهي بالدرجة الأولى يضم عددا من الفقرات المتنوعة.

البرامج الدرامية:

هي قصة تؤدي أو تعمل وتقدم للجمهور ويقوم بعرض هذه القصة مجموعة من الممثلين مع بعض الوسائل الفنية من ديكور وإضاءة وصوت أو مؤثرات صوتية بصرية، ويمكن أن تعرض هذه القصة على المسرح أو الراديو أوفي السينما أو في التلفزيون وتتجسد في عدة أعمال كالمسلسلات والأفلام. (العبسي، 2013)

2-15/نماذج لبعض القنوات الجزائـرية الخاصـة

شهدت الجزائـر قبل الانفتاح الإعلامـي وبعد فتح قطـاع السمـعي-البصري أمام الخواص العديد من التجارب لعدة قنوات فضائيـة خاصة، فمنهم من قـاوم الظروف وواصل ومنهـم من لم يستطـع مجابهة الصعاب والعراقيـل فباءت بالفشـل رغم البدايـات القويـة لها ، إن أول القنـوات الجزائـرية الخاصـة كانـت" قناة خليفـة TV " في باريـس عـام 2002 من دون رخصة مسبقة من المصالح الفرنسية المختصـة، وقد أسسها عبد المؤمن رفيـق خليفة، صاحب" مجمـع الخليفـة " الذي يضم الخطوط الجويـة " الخليفة " و " الخليفة بنـك"، وقد أغلقت بعد ثمانيـة أشهـر من افتتاحها بسبب الإفـلاس ومتابعـة مالـكها من قبل القضاء الجزائـري وحلها، وبعد تلك التجربـة بعشر سنوات ظهـرت في الجزائـر القنوات الخاصـة، وهي علـى النحو الآتـي:

النـهـارTV	قنـاة تابعـة لصحيفة" النهـار الجديـد"، يديرهـا أنيـس رحماني .انطلقت القناة ببثها التجريبـي في السادس من مارس2012 ، واتخذت مقرها الرئيسـي في العاصمة الأردنيـة عمان، تهتم بالشأن الإخبـاري والسياسـي في الجزائـر، وهي صورة مصغرة لمضاميـن ومحتوى الجريـدة، التي تتبنى خطاب السلطـة بشكـل كامـل في برامجهـا .
الشروق TV	وهـي أيضا امتداد للجريـدة الورقيـة" الشروق "وتبـث من الأردن، في حيـن أن مقرها الرئيسـي موجود في الجزائـر، كانت انطلاقتـها في الذكرى السابعة والخمسيـن لاندلاع الثورة التحريرية والذكرى الحاديـة عشر لتأسيـس يوميـة الشـروق، فيما بدأ بثّـها الرّسمـي في 15 مارس 2012.
نوميديا NEWS	هي قناة إخباريـة اتخذت هذا الاسم تيمنا بمملكة نوميديـا الأمازيغيـة التي قامت في عصور ما قبل الميـلاد، انطلق بثـها في 11 ديسمبـر 2012 في الذكـرى الأولـى لانطـلاق وكـالة (نوميديـا نيوز) تهتـم ببث آخر المستجـدات السياسيـة والرياضيـة على الساحـة الجزائريـة والعربيـة والدولية.
"دزاير تي في:"	هي قناة جزائرية مستقلة انطلـق بثـها في 8 مـاي 2013 مملوكـة لرجـل الأعمال الجزائـري، علي حداد.
الجزائرية	تم إطلاقها على القمر الصناعي أتلانتيك بيـرد7 ، انطلق بثـها الرسمي ابتداء من يوم 05جويلية بشبكة برامجيـة متنوعة شعارها (قناة كل الجزائريـن) مقرها الجزائـر.

قناة جرجرة	خاصة ببـرامج الأطفال انطلق بثـها التجريبـي على الساتل في أفريل2013
قناة سميـرة	موجهة للمرأة، انطلق بثها في شهر أوت22013
كاي بي سي	هي قناة تلفزيونية جزائرية تابعة لمؤسسة الخبـر، انطلق بثها التجريبي أواخر شهر ديسمبر2013

الجدول رقم (03) يمثل بعض القنوات الفضائية الخاصة في الجزائـــر

المصدر: (قارش، 2017، صفحة 350)

الفصل الثالث

الإطار الميداني والتطبيقي للدراسة

الفصل الثالث : عرض وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

تمهيد

سنحاول في هذا الفصل أن ندون بيانات الاستمارة في جداول ونعلق عليها إضافة إلى تحليلها وتفسيرها وقد سبق لنا وذكرنا عند الحديث عن استبيان قياس الاتجاه أنه توجد ثلاث إجابات ممكنة على العبارات المكونة لمقياس الاتجاه وهي: موافق، محايد، غير موافق، ولتحويل إجابات أفراد العينة إلى أرقام يمكن التعامل معها إحصائيا جرت العادة على إعطاء قيم عددية صحيحة، بحيث يكون الفرق ثابتا بين كل عددين متتاليين، ولقد قمنا بإعطاء درجات لكل عبارة حيث أعطينا لموافق درجة 03، ولمحايد 02، وغير موافق درجة 01، هذا **في حالة العبارات الموجبة** أما في **حالة العبارات السالبة** فأعطينا درجة 03 لغير موافق، و أعطينا درجة 02 لمحايد، وموافق درجة 01.

وقد قمنا بحساب النسبة المئوية بضرب التكرار المرجح × 100 تقسيم مجموع التكرارات.

وللكشف عن الاتجاه الجماعي استخدمت العلاقة التالية:

متوسط شدة الاتجاه = مجموع التكرارات المرجحة ÷ عدد أفراد العينة.

وقد تم تصنيف الاتجاه كالآتي:

جدول رقم (04) يمثل قيم الاتجاه في حالة الايجاب والسلب

في حالة العبارات الايجابية تم استخدام القيم الاتية:	في حالة العبارات السلبية تم استخدام القيم الاتية:
من2 الى 3 اتجاه ايجابي.	من2 الى 3 اتجاه سلبي.
من1 الى 1.99 اتجاه محايد.	من1 الى 1.99 اتجاه محايد.
من 0 الى 0.99 اتجاه سلبي.	من0 الى 0.99 اتجاه ايجابي.

المحور الأول: البيانات السوسيوديموغرافية

الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة المئوية
من 18 إلى 23 سنة	45	%70.76
من 24 إلى 29 سنة	11	16.92%
30 سنة فما فوق	8	12.30%
المجموع	65	100%

يتضح لنا ان الفئة العمرية من 18 إلى 23 سنة تمثل النسبة الأكبر من أفراد العينة حيث بلغت 70.76% 45 فردا من أصل 65 فردا، مما يشير إلى أن أغلب المبحوثات من فئة الطالبات أو حديثي السن، وهذا قد يعكس طبيعة المجتمع المستهدف للدراسة ، بينما تمثل الفئة من 24 إلى 29 سنة نسبة 16.92% أي 11 طالبة، مما يشير إلى تراجع الاهتمام أو التواجد في الموضوع المدروس لدى هذه الفئة ، الفئة 30 سنة فما فوق فتمثل أقل نسبة 12.30% أي ثمانية طالبات ما يدل على ضعف مشاركة أو تمثيل كبار السن في العينة وهو ما قد يؤثر على تعميم النتائج على كافة الأعمار.

ومنه فإن العينة يغلب عليها الطابع الشباني وهو ما قد يكون مناسبا إذا كانت الدراسة تستهدف فئة الشباب، لكن أن كانت تهدف إلى تمثيل المجتمع بأكمله فهناك إنحراف في التمثيل العمري يجب التنبه له.

الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص

التخصص	تكرار	النسبة
الثانية اعلام واتصال	06	9.23%
الثالثة اعلام	03	4.61%
الثالثة اتصال	16	24.61%
ماستر اتصال تنظيمي	35	53.84%
ماستر سمعي بصري	05	7.69%
المجموع	65	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن طالبات اتصال تنظيمي في هذه الدراسة من أكبر عددا من التخصصات الأخرى حيث وصل عددهن الى 35 طالبة وبنسبة قدرت ب53.84%، أما طلبات تخصص اتصال فقد بلغ عدد من 16 طالبة بنسبة مئوية قدرت ب24.61%، في حين نجد عدد طالبات اعلام واتصال فقد بلغ عددهن 06 طالبة بنسبة مئوية قدرت ب09.23% وتخصص سمعي بصري فقد بلغ عددهن 05 طالبة بنسبة مئوية قدرت ب07.69%، أما تخصص إعلام فقد بلغ عددهن03 طالبة بنسبة قدرت ب4.69%.

جدول رقم (07): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التعرض للقنوات الخاصة الجزائرية

التعرض للقنوات الجزائرية	التكرار	النسبة
دائما	05	07.69%
أحيانا	60	92.30%
المجموع	65	%100

يتضح لنا 60 طالبة أحيانا ما تتعرض لبرامج القنوات الجزائرية الخاصة أي ما يقارب 92.30%ما دائما تتعرضن لبرامج القنوات الجزائرية تقدر بنسبة 07.69 % أي 05 طالبات. وهذا راجع إلى أن القنوات الجزائرية الخاصة تحظى بمشاهدة غير منتظمة من قبل أغلب أفراد العينة، وربما يعود ذلك إلى محتوى غير مستقر أو عدم جذب انتباه الجمهور بشكل دائم وهذا قد يكون مؤشرا مهما عند تقييم مدى تأثير هذه القنوات على الرأي العام.

جدول رقم (08): يوتوزيع أفراد العينة حسب متغير مكان مشاهدة هذه البرامج

مكان المشاهدة	التكرار	النسبة
في البيت	61	%93.84
في الإقامة الجامعية	04	%6.18
المجموع	65	%100

يتضح لنا أن أغلبية الطالبات يشاهدن البرامج التلفزيونية الخاصة بهن في البيت بنسبة قدرت 93.84% أي 61 طالبة، وبنسبة قدرت ب6.18% أي 4 طالبات يشاهدن هذه البرامج في الاقامة.

ومنه فان اغلبية الطالبات يشاهدن البرامج التلفزيونية في البيت لأنهن يشعرن بالراحة وقتل الروتين ووقت الراحة عكس الاقامة ينشغلن بالدراسة وليس لهن متسع من الوقت للمشاهدة.

المحور الثاني: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة ودوافع الاستخدام لطالبات الاعلام والاتصال

جدول رقم (09): يوضح الترتيب الذي وضعه الطالبات المبحوثات للقنوات التلفزيونية الخاصة حسب أفضلية المشاهدة:

القناة	التكرار	النسبة	الترتيب
البلاد TV	10	15.38%	03
النهار TV	29	44.61%	01
الجزائر TV	02	03.07%	03
الشروق TV	20	30.76%	02
Beur TV	02	3.07%	
الباهية TV	02	3.07%	
المجموع	65	100%	

يتضح لنا أن ترتيب القنوات التلفزيونية الخاصة التي ظهرت بالجزائر حسب أفضلية المشاهدة، لدى طالبات علوم الاعلام والاتصال اختاروا قناة النهار TV لتكون في المرتبة الأولى تمثلت في 29 طالبة وبنسبة قدرت ب44.61%، وقناة الشروق TV في المرتبة الثانية حيث تمثلت 20 طالبة وبنسبة قدرت ب30.76 %، أما قناة البلاد فقد احتلت المرتبة الثالثة حيث كانوا عدد طالبات 10 وبنسبة قدرت ب15.38% ،

وباقي القنوات بنسب متساوية قدرت ب03.07% ، ومنه أن التفاوت بين مشاهدة الطالبات للقنوات لاسيما قناة النهار لأنها تعرض برامج متنوعة وأخبار جديدة تفيد بها في حياتنا اليومية.

جدول رقم (10): يمثل أهم دو افع للتعرض للبرامج النسائية بالقنوات الجز ائرية الخاصة:

دوافع التعرض للقنوات	التكرار	النسبة
التسلية وقتل الوقت	39	%60
متابعة مستجدات الصحة والجمال	26	%40
المجموع	65	%100

يتضح لنا من خلال الجدول أن أغلبية الطالبات تتعرضن للبرامج التلفزيونية للتسلية وقتل الوقت قدرت ب 39 أي 60% وهذا راجع الى طبيعة المحتوى المعروض وبنسبة 40% أي 26 طالبة تتعرضن للبرامج من أجل متابعة مستجدات الصحة والجمال وهذا أمر طبيعي لاهتمامهم بمواضيع وبرامج تفديهن في حياتهن اليومية ومصدرا لمتابعة مستجدات تخص المرأة خصوصا ما يتعلق بالصحة والجمال والاستفادة من معلومات جديدة أو نصائح عملية تفيد البرامج التلفزيونية النسائية.

جدول رقم (11): يوضح توزيع اللغة المناسبة في تقديم البرامج النسائية:

اللغة المناسبة	التكرار	النسبة
مزيج العامية والفرنسية	16	% 24.61
اللغة العربية الفصحى	17	26.15%
كلهيما	32	49.23%
المجموع	65	100%

يتضح لنا أن أغلبية الطالبات يفضلن مشاهدة البرامج باللغة العربية الفصحى ومزيج العامية والفرنسية بنسبة 49.23 % أي 32 طالبة من أفراد العينة وهذا ما يعبر عن واقع لغوي معاش في عرض البرامج النسائية الخاصة الجزائرية دون التخلي عن اللغة الرسمية ، وتعبر اللغة العربية الاختيار المفضل لدى الطالبات بنسبة 26.15% أي 17 طالبة من أفراد العينة لأنها اكثر رسمية وملائمة للمواضيع الجادة كالصحة والمجتمع والدين ، وبنسبة 24.61% أي 16 من أفراد العينة مزيج العامية والفرنسية وهذا راجع الى أن هذه اللغة تشكل جزءا من الوعي اللغوي والاجتماعي لدى تفضيلات الطالبات خصوصا في البيئات الحضرية . ومنه فإن الطالبات يمتلكن وعيا لغويا للتواصل والرغبة في محتوى اعلامي جاد بالفصحى.

جدول رقم (12): يمثل نوعية المضامين الاعلامية التي تجذب انتباه الطالبات أثناء

التعرض للبرامج النسائية:

المضامين الاعلامية	التكرار	النسبة
محتوى الطبخ	13	20%
محتويات ترفيهية	09	13.84%
محتوى صحي	08	12.30%
محتوى اجتماعي	10	15.38%
أكثرمن خيار	25	38.46%
المجموع	65	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن أغلبية الطالبات يفضلن متابعة محتويات أكثر تنوعا بنسبة38.46% أي 25 طالبة وهذا راجع الى الاهتمام بالتنوع والتعدد في المحتوى المعروض في البرامج النسائية ويمتلكن اهتمامات متعددة من التنوع الغذائي والصحي والاجتماعي والترفيهي ، وبنسبة20% أي 13 طالبة يفضلن المحتوى الغذائي او محتوى الطبخ، وبنسبة 15.38% أي 10 من افراد العينة يفضلون مشاهدة المحتوى الاجتماعي كالاهتمام بقضايا المرأة ، وبنسب متقاربة بين 13%و12% أي ما يقارب 08 و09 من أفراد العينة يفضلن متابعة المحتوى الترفيهي والصحي وهذا ما يشير إلى ضعف في جاذبية هذه البرامج أو يفضلن الحصول على هذه المعلومات من مصادر اخرى الانترنت او وسائل التواصل الاجتماعي

المحور الثالث: عادات وأنماط تعرض الطالبات إلى البرامج النسائية التلفزيونية في القنوات الخاصة الجزائرية:

جدول رقم (13): يمثل المدة التي تخصصها الطالبات لمشاهدة هذه النوعية من البرامج:

المدة	التكرار	النسبة
من البداية إلى النهاية	07	10.76
الجزء المفضل من البرنامج	23	35.38%
حسب الوقت المتوفر لديك	35	53.84%
المجموع	65	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن اغلب الطالبات يفضلن مشاهدة البرامج حسب الوقت المتوفر وذلك بنسبة 53.84% أي 35 طالبة من أفراد العينة وذلك لوجود انشغالات اليومية للمشاهدة وقت الفراغ ، وبنسبة 35.38% أي 23 طالبة من أفراد العينة يتعرضن لمشاهدة الجزء المفضل من البرنامج وذلك حسب الاهتمامات الشخصية ، وبنسبة 10.76% أي 07 طالبة من أفراد العينة يشاهدن البرامج من البداية الى

النهاية وهذا رقم منخفض يشير الى أن التزام الكامل بمشاهدة البرامج من بدايته الي نهايته ليس شائعا بين الطالبات بسبب ضيق الوقت أو ضعف الجذب في المحتوى الكامل .

جدول رقم (14): يمثل الأوقات التي تفضلن فيها مشاهدة برنامجكن النسائي المفضل.

الأوقات	التكرار	النسبة
فترة مباشرة	31	47.69%
فترة الإعادة	34	52.30%
المجموع	65	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن أغلبية الطالبات يفضلن مشاهدة البرامج في أوقات الإعادة وقدرت بنسبة 52.30% أي 34 طالبة من أفراد العينة وهذا يرجع الى انشغال خلال أوقات البث المباشر أو لوقت أكثر راحة، وبنسبة 47.69% أي 31طالبة من أفراد العينة يفضلن مشاهدة البرامج في أوقاتها المباشرة وهذا ما يعكس اهتمام والتفاعل المباشر مع المواضيع والمحتوى المعروض، ومنه فان هناك تفاعل مع توقيت ومشاهدة البرامج النسائية الخاصة التي تلعب دورا مهما في تفاعل الجمهور الجامعي لمثل هذه البرامج.

جدول رقم (15): يمثل مشاهدة الطالبات للبرامج الخاصة بهم مع:

تتعرضن للبرامج مع:	التكرار	النسبة
بمفردك	22	33.84%
مع اختك ووالدتك	25	38.46%
كل أفراد الأسرة	09	13.84%
مع الصديقات	02	03.07%
أكثر من خيار	07	10.76%
المجموع	65	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن أغلبية الطالبات يفضلن مشاهدة البرامج مع اخواتهن ووالدتهن بنسبة 38.46% أي 25 طالبة من أفراد العينة وقد يكون لها تاثير ايجابي في تعزيز الروابط الاسرية وخلق نوع من النقاش المشترك حول المواضيع التي تعرض في هذه البرامج، وبنسبة 33.84% أي 22 طالبة من افراد العينة يفضلن مشاهدة هذه البرامج بمفردهن لتوفر خصوصية اكبر أو فرصة للتفاعل مع محتوى يناسبهن بشكل فردي واستيعاب المحتوى ، وبنسبة 13.84% أي 09 من أفرا العينة يتعرضن لمشاهدة

البرامج مع كل افراد الاسرة ، وبنسبة 10.76% أي 07 من أفراد العينة يفضلن لمشاهدة مختلف البرامج التلفزيونية مع العائلة أو لمفردهن وهذا يعني أن هناك مرونة في تفضيلات الطالبات ، وبنسبة 03.07% أي ما يقارب طالبتين من أفراد العينة يفضلن مشاهدة البرامج مع صديقاتهن التي قد تكون أكثر مناسبة للمشاهدات في البيئة الاسرية مما يعزز مثل هذه العلاقات.

جدول رقم (16): يمثل الدوافع النفسية والاجتماعية لمشاهدة البرامج النسائية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية:

الدوافع		التكرار	النسبة
الدوافع النفسية	الاحساس بالراحة النفسية	57	87.69%
	شعور بالخوف والتوتر	08	12.76%
الدوافع الاجتماعية	الرغبة في تغيير بعض سلوكياتي	45	69.23%
	تقليد المشاهير والنجوم	20	30.76%
المجموع		65	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن 57 من افراد العينة أي87.69% يشاهدن البرامج التلفزيونية الخاصة بدافع الاحساس بالراحة النفسية، وبنسبة 12.76% أي 08 أفراد العينة بدافع الشعور بالخوف. أما الدافع الاجتماعي فنلاحظ أن 45 من أفراد العينة ما يقارب 69.23% يتعرضن للبرامج للرغبة في تغيير سلوكياتهم، فيما يخص تقليد المشاهير والنجوم فان 20 من أفراد العينة اي ما يقارب 30.76% . ومنه أن الدوافع النفسية تشكل المحرك الأساسي لمتابعة الطالبات للبرامج النسائية وهذا ما يمكن تفسيره باستخدام نظرية الاستخدام والاشباع والتي تفترض أن الجمهور ليس سلبيا، بل يلجأ الى وسائل اعلام لتلبية احتياجات معينة مثل الترفيه، الهروب من الواقع، الدعم النفسي أو تعزيز الهوية الذاتية.

جدول رقم (17) يوضح الاتجاه نحو عبارة "يرى معظم الطالبات ان القالب الفني يساهم في جاذبية الموضوع او القضية النسائية في البرامج التلفزيونية الجزائرية الخاصة ".

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق	48	144	73.84
محايد	11	22	16.93
معارض	06	06	9.23
المجموع	65	172	100 %
متوسط الشدة	2.64		

يتضح لنا أن نسبة غالبية أفراد العينة تقدرب: 84،73 %، وافقن على عبارة مفادها أن معظم الطالبات لا يرجعن للبرامج التلفزيونية الجزائرية الخاصة التي تتناول قضايا نسائية أي اهتمام ، وهي نسبة مرتفعة تعتبر مؤشرا هاما على ضعف التفاعل النسوي مع هذا النمط من المحتوى الإعلامي ، حيث تمثلت نسبة93،16 %بالموقف المحايد، بينما عارضت النسبة المتبقية (23،9%) الفكرة وهذا ما يعكس تمثل وجهة النظر المعاكسة وتوضح هذه النتائج أيضا التفاعل الإجتماعي ، حيث يبدو أن هذه الفئة من الطالبات ترى في البرامج النسائية نموذجا لا يسهم فعليا في تغيير أو دعم قضايا المرأة في المجتمع ، وذلك ان القطيعة النفسية والإجتماعية مع هذا النوع من البرامج تعكس ضعف التمثيل الاجتماعي للمرأة الواقعية داخل الاعلام ، ويمكن تفسير ذلك بضعف الثقة في الوسائط الاعلامية الخاصة ، أو بنظرة إجتماعية سائدة تعتبر البرامج النسائية شكلية وتكرس أنماطا تقليدية وأن متوسط الشدة 64 ،2 يمثل مستوى التفاعل الموقف المؤيد وهذا ما يترك مجالا لتحسين نوعية المحتوى من خلال مقاربة أكثر واقعية واستعمال نماذج نسوية نابعة من واقع الطالبات لا مفروضة من أعلى .

ومنه من يرى أن الفجوة الإدراكية نفسية بين الطالبات ومحتوى البرامج النسائية في الاعلام الجزائري الخاص، ان كل طالبة لديها طاقة الاستيعاب والحالة النفسية مختلفة وهناك طالبات لديهم تحفيز من أسرتهم وأصدقائهم وتتمثل ايضا في الثقة والطموحات ويرون ان البرامج النسائية موجودة إلا لتسلية والترفيه وضياع الوقت ولا يقومون بإعادة النظر في الرسائل الاعلامية الموجهة للطالبات.

جدول رقم (18) يوضح الاتجاه نحو عبارة " يحبذ الطالبات البرامج النسائية التي تتضمن مشاهير وشخصيات عامة.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق	38	144	58.46
محايد	16	32	24.63
معارض	11	11	16.15
المجموع	65	187	100 %
متوسط الشدة	2.87		

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن نسبة غالبية الطالبات تقدرب: 46،58% ، أبدين تأييدا للبرامج النسائية التي تتضمن مشاهير وشخصيات عامة ، ومقابل% 63،24 أظهرن حيادا ، و15،16% أبدين معارضة ، هذا التوزيع يعكس ميلا جماعيا نحو التفضيل الإيجابي لهذا النوع من البرامج ، كما يعززه متوسط الشدة الذي بلغ 87،2 وهذا ما يشير إلى قوة الموقف المؤيد ، وعند تحليل هذه النتائج من منظور علمي واجتماعي ونفسي ، يمكن تفضيل الطالبات للبرامج التي تتضمن شخصيات مشهورة يعكس حاجة إجتماعية للانتماء والتماشي مع النماذج الناجحة والمألوفة في الفضاء العام ، فالمشاهير يعتبرون شخصيات ذات جاذبية رمزية ، ينظر إليهم كأفراد يجسدون معايير النجاح والقبول الإجتماعي ومتابعة برامج تضمهم وتقوم بإشباع الطالبات رغبتهن في الاقتراب من تلك النماذج ، سواء على الطموح الشخصي أو بناء الهوية الإجتماعية ، ومن هنا فإن هذا التوجه يمكن فهمه في ضوء الديناميكيات النفسية للجماعة ،حيث تلعب دور ثقافة الجماهير دورا محوريا في تشكيل الذوق العام والسلوك الثقافي ، فهذه البرامج تستدعي شخصيات ومشاهير عامة وتكون ترفيهية وإحساس بالاندماج في الثقافة السائدة من جهة أخرى مما يجعلها طريقة لجذب فئة الطالبات الجامعيات الباحثات عن ذواتهن في بيئة إجتماعية متغيرة ، أما النسبة المحايدة ، فقد تعكس حالة من التردد أو عدم اكتمال الوعي تجاه هذا النمط الاعلامي ، نتيجة تنوع الخلفيات الاجتماعية أو عدم الاهتمام بالمحتوى الاعلامي بشكل عام في حين أن المعارضة وإن وعي كانت محدودة قد تشير إلى وعي نقدي تجاه ثقافة الشهرة أو تمسك بقيم تقليدية.

استنادا مما سبق يمكن القول أن هذه نتيجة لا تقتصر على التفضيلات الاعلامية لدى الطالبات بل تسلط الضوء على أنماط التفكير والنفسية والاجتماعية التي تشكل أساس اختيارات الطالبات وتوجهاتهن وتكشف عن دور الاعلام في صياغة الميول الثقافية وتعزيز الرموز الاجتماعية المؤثرة.

جدول رقم (19) يوضح الاتجاه نحو عبارة " يهتم جمهور الطالبات بالمؤثرات السمعية البصرية أكثر من اهمية الموضوع او القضية النسائية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق	26	78	40
محايد	22	44	33.85
معارض	17	17	26.15
المجموع	65	139	100 %
متوسط الشدة	2.13		

يتضح لنا من خلال الجدول 40% من الطالبات أبدين موافقتهن على أن الجمهور يهتم بالمؤثرات السمعية والبصرية أكثر من اهتمامه بجوهر الموضوع أو القضية النسائية ، في المقابل اتخذت نسبة% 85،33 موقفا حياديا ، من جهتها عبـرت 15،26% عن معارضتهن لهذا الرأي ويعزز متوسط الشدة البالغ 3،67 درجة الاتجاه الايجابي نحو العبارة ، مما يعكس وجود إدراك عام بين الطالبات لتأثير الشكل والإخراج على تفضيلات الجمهور النسائي في الاستهلاك الاعلامي ، هذه النتيجة تسلط الضوء على آليات الاستقبال الحديثة لدى الطالبات ، والتي تتأثر بعوامل حسية مثل : الصورة والحركة وهو ما يرتبط برغبة نفسية في التفاعل الفوري والممتع ، قبل التعمق في المضامين الفكرية أو القضايا الاجتماعية الجوهرية ، ومن الناحية الاجتماعية ، قد يفهم هذا التوجه كنتاج لثقافة إعلامية حديثة تشكلها منصات تكافئ الابهار السمعي البصري وكما أن الحياد النسبي يعكس وجود تباين في تمثلات الطالبات للإعلام ، بين من يرى فيه وسيلة للتوعية والدفاع عن قضايا النساء ، ومن يستهلكها كترفيه بصري بالدرجة الأولى ، أما المعارضة فهي تمثل وعي نقدي لدى فئة من الطالبات تدرك أهمية المحتوى النسوي ويكون في شكل جمالي فقط ، وهذا ما يؤدي إلى التساؤل نحو حول الدور التربوي والإعلامي المطلوب لإعادة التوازن بين الشكل والمضمون في الإعلام الموجه للمرأة .

جدول رقم (20) يوضح الاتجاه نحو عبارة " يرى الطالبات ان اداء المقدمين والمنشطين في القناة التلفزيونية ذو مستوى من المهنية والاحترافية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق	24	72	36.92
محايد	26	52	40
معارض	15	15	23.04
المجموع	65	139	100 %
متوسط الشدة	2.13		

يتضح لنا أن نسبة غالبية أفراد العينة تقدر ب:% 93،36 من الطالبات أغلبهن يتميزن بمهنية واحترافية وهذا يعني أن أغلبهن أبدين تقديرا إيجابيا لأداء العناصر التلفزيونية وما يدل على مستوى عالي من الرضا من هذه الفئة أي الطالبات حول جودة العمل الاعلامي ، ومن جهة أخرى عبر نسبة% 40عن حيادها لما يعكس حالة من عدم اليقين أو غياب المعايير المرجعية الكافية للحكم لدى بعض المشاركات ، أما نسبة المعارضة بجميع مستوياتها (معارض ومعارض جدا)، قد بلغت% 04،23 وأيضا يظهر متوسط الشدة 13،2 درجة شدة المتوسط من التوجه العام إيجابي ، ومن منظور اجتماعي نفسي ، فإن النظرة الإيجابية الغالبة تعبر عن مدى التأثير الذي تمارسه وسائل الإعلام على تشكيل الانطباع العام حول المهنية ، والتي ترتبط غالبا بالتمثيلات الرمزية للكفاءة ، كاللباقة والطلاقة ، الحضور البصري والانضباط في تقديم المعلومات ، ومن هنا نرى ارتفاع نسبة الموافقة يرتبط ارتباطا وثيقا بآلية " التطبيع مع الصورة لدى الطالبات الجامعيات ، وأما نسبة المحايدة ، فقد وضحت وجود تأثيرات مزدوجة ، من جهة يتعرف البعض بمهنية معينة ، ومن جهة أخرى قد يشكك في مدى التمثيل الحقيقي للمرأة ، أو القضايا الجوهرية ، وتكون نسبة المعارضين ضئيلة جدا ، إلا انها قد مثلت أكثر نقدا وتحميصا ، وذلك لا تكتفي بالشكل الظاهري ، من مصداقيته ، وتأثيره الاجتماعي ، وذلك ما يعتبر مؤشرا على وجود وعي نقدي داخل أفراد العينة .

ومنه إن الطالبات يعتبرن شريحة حساسة في تقديم مهنية العمل الاعلامي، والذي يمكن أن يسهم في توجيه وتطوير البرامج وتحسين الأداء الإعلامي مستقبلا وضرورة أن يكون هذا المحتوى متوازنا بين الحداثة واحترام السياق الثقافي.

جدول رقم (21) يوضح الاتجاه نحو عبارة " تسعى البرامج النسائية في القنوات التلفزيونية الخاصة الى الحفاظ على عادات وتقاليد المجتمع الجزائري.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق	40	120	61.54
محايد	12	24	18.46
معارض	13	13	20
المجموع	65	157	100 %
متوسط الشدة	2.41		

يتضح لنا من خلال الجدول تسعى البرامج النسائية في القنوات التلفزيونية الخاصة إلى الحفاظ على عادات وتقاليد المجتمع الجزائري بنسبة كبيرة موافقات حيث تمثل نسبة تقدر ب:% 54، 61 لأنها تلتزم المصداقية في تناولها القضايا التي تهم المرأة و%18،46 أبدين موفقا محايدا في حين عارضها% 20 فقط مع تسجيل متوسط إيجابي قدره 41،2 ومع المنظور الاجتماعي والنفسي تبرز ميلا عاما نحو الثقة في البرامج التلفزيونية الجزائرية الخاصة والحفاظ على عادات وانماط وتقاليد المجتمع الجزائري وذلك شعور الطالبات بأن هذه البرامج تلبي تطلعاتهن ، حيث تمثيل القضايا النسائية بواقعية ومصداقية ويتماشى هذا الاتجاه مع فهم سوسيولوجي يعكس دور الاعلام في بناء التصورات الاجتماعية وتشكيل الرأي العام ، لاسيما في ما يخص الفئات المهتمة بقضايا تلمس هويتهن ودورهن المجتمعي ومن منظور نفسي اعتبار الثقة المتزايدة مؤشرا على تكرار التجربة الايجابية في استقبال الرسائل الاعلامية المدعومة بالاحترام والموضوعية والمصداقية والحفاظ على هادات وتقاليد المجتمع الجزائري .

جدول رقم (22) يوضح الاتجاه نحو عبارة " من المفيد توظيف معاني التوكيد في تناول القضايا النسائية في البرامج التلفزيونية الخاصة لأنها تلتزم المصداقية في تناولها للقضايا التي تهم المراة.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق	21	63	32.31
محايد	30	60	46.15
معارض	14	14	21.54
المجموع	65	137	100 %
متوسط الشدة	2.10		

يتضح لنا من خلال الجدول أن توظيف التوكيد في تناول القضايا النسائية في البرامج التلفزيونية الخاصة لأنها تلتزم المصداقية التي تناولها للقضايا التي تهم المرأة % 15، 46 بنسبة أكبر محايد وهذا مابين وجود التردد والغموض لدى عدد كبير من الطالبات في إصدار حكم واضح تجاه فعالية هذا الاسلوب ، ونسبة الموافقات تمثل 32،31% تبين ان استخدام اساليب لغوية توكيدية في البرامج النسائية تعزز من مصداقيتها في تناول قضايا المرأة ،54،21 %وهي نسبة ليست كبيرة ولكنها تعبر عن وجود فئة من الطالبات لا تعتبر هذا الاسلوب مؤثرا أو ذا صلة مباشرة بمصداقية البرامج ، ومتوسط الشدة يمثل 10،2 وكونه إيجابيا يعني ان الطالبات تمثل الميل إلى تجاه الفكرة ان اللغة التوكيدية في الاعلام النسوي تلعب دورا في بناء علاقة الثقة والمصداقية ، حتى وإن لم يكن الميل قويا جدا ويمكن التوزيع من خلال العوامل النفسية والاجتماعية ، حيث تعكس الحياد المرتفع نوعا من التقرب أو التردد في إصدار حكم قاطع ، ويكون ذلك من خلال التفاوت التجارب الاعلامية لدى الطالبات ، أو عدم ملاحظتهن المباشرة لاستخدام اساليب لغوية مثل التوكيد في البرامج أما الميل الايجابي العام فيظهر إدراكا مبدئيا لأهمية اللغة الملتزمة ولها دور في تعزيز اللغة والثقة والمصداقية بين الجمهور ويمكن توقعات الجمهور النسوي من الاعلام الخاص الذي ينتظر منه أن يكون اكثر جدية واحترافية في تناول موضوعات حساسة وتتعلق بهوية المرأة وواقعها .

جدول رقم (23) يوضح الاتجاه نحو عبارة " يميل الطالبات الى الثقة في البرامج النسائية التي تثبتها القنوات التلفزيونية الخاصة لأنها تلتزم المصداقية في تناولها للقضايا التي تهتم المرأة.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق	32	96	49.23
محايد	20	40	30.77
معارض	13	13	20
المجموع	65	149	100 %
متوسط الشدة	2.29		

يتضح لنا من خلال الجدول أن ميل الطالبات إلى الثقة في البرامج النسائية التي تثبتها القنوات التلفزيونية الخاصة لأنها تلتزم بالمصداقية في تناولها للقضايا التي تهتم المرأة بنسبة تقدر ب:% 23،49 يوافقن غلى هذه العبارة ، مما يشير الى معظمهن يثقن في البرامج التي تتناول قضايا المرأة بطريقة موضوعية ومصداقية ، وفي حين هناك 77،33%من الطالبات أبدين موفقا محايدا ، بينما عارضها% 20فقط ، وتمثل هذه النتائج أن البرامج النسائية في القنوات الجزائرية الخاصة تحظى بمستوى عالي من الثقة بين الطالبات مع تسجيل شدة المتوسط قدره 29،2، وأنها تمثل أحد العوامل التي تفسر هذا الاتجاه هو الاعتقاد بأن أغلبية هذه البرامج توفر صورة أكثر مصداقية وواقعية لقضايا المراة مقارنة ببرامج أخرى قد تكون أقل تعبيرا عن اهتمامات وحقوق المرأة ، وقد نجحت هذه البرامج في بناء صورة أفضل وأكثر واقعية حول قضايا المرأة في المجتمع ومن المنظور الاجتماعي ترى ان يمكن ربط هذا الاتجاه بنظرية التركيب الاجتماعي التي تفترض ان الاعلام يعكس الهويات الاجتماعية ويدعمها ، والقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تقوم ببث برامج تحترم قضايا المرأة وتبثها بكل مصداقية وهذا يجعلها تصحح الصورة النمطية المتعلقة بالمرأة في المجتمع مما يخلف لها ثقة الجمهور في هذه البرامج ، ومن الناحية النفسية ترى أن هذا الاتجاه يلعب دور الاعتراف الاجتماعي والتوقعات في تشكيل الثقة ، ومن هنا نرى ان المرأة تمثل ركنا اساسيا من جمهور هذه البرامج لأنها تنتظر من وسائل الاعلام ان تعكس واقعها وتسهم في بناء صورة ايجابية عنها وذلك من خلال نظرية التوقعات الاجتماعية ومن هنا تزداد الثقة عندما يتوقع الافراد أن يكون هناك تطابق بين ما يعرضه الاعلام وما يؤمنون به من قيم واهتمامات ، ويمكن عرض القضايا النسائية بكل مصداقية وثقة .

ومنه يمكن القول أن الطالبات تتفق مع فكرة المصداقية والثقة في البرامج النسائية الجزائرية الخاصة التي تبثها القنوات وزيادة أهمية الاعلام والتعامل مع قضايا المرأة ويؤدي إلى تحسين تقديم وضع المرأة في وسائل الإعلام.

جدول رقم (24) يوضح الاتجاه نحو عبارة " يرى الطلبة أن اللباس الانيق والديكور والاخراج عناصر تظهر من خلالها الشخصية التي تقدم القضية أو الموضوع النسائي يجعلها ذات حضور مقبول ومؤثر.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق	40	120	61.54
محايد	15	30	23.08
معارض	10	10	15.38
المجموع	65	160	100 %
متوسط الشدة	2.46		

يتضح لنا من خلال الجدول أن الطالبات يرون أن اللباس الانيق والديكور والاخراج عناصر تظهر من خلالها الشخصية التي تقدم القضية أو الموضوع النسائي يجعلها ذات حضور مقبول ومؤثر بنسبة تقدر ب: 54% ،61 من الطالبات موافقون على العبارة ومما يعكس فهما عاما لأهمية المظهر والشكل الخارجي في تبني التأثير الاجتماعي والشخصي ، بينما% 08،23 من الطالبات أبدوا موقفا محايدا ، في حين عارضن% 38،15فقط ومن هنا نرى ترابط بين الشكل الخارجي والعوامل المؤثرة في عرض القضية النسائية ، ومن منظور التحليل الاجتماعي والنفسي ان المظهر والإخراج قد يؤثران بشكل كبير على استقبال الجمهور للشخصية او الموضوع الذي يتم عرضه في البرامج النسائية ، ويمثل اهتمام الطالبات بالمظهر جزءا من عملية البناء الاجتماعي للهوية العامة ، ومن خلال اللباس الانيق والديكور المدروس يمثل مستوى من الجدية والاناقة والاحترام ويعزز حضور الشخصية وفاعليتها في التأثير على الجمهور ، ويعتقد ان العوامل البصرية مثل اللباس والاخراج يمكن ان تؤثر بشكل مباشر على كيفية استقبال الرسائل الاعلامية وعندما يتمم عرض القضايا النسائية بطريقة محترمة وانيقة تعزز في قيمة المرأة والنظر إليها بكل مصداقية واحترام وان تكون جديرة بالاهتمام .

ومنه نستطيع القول ان البرامج النسائية يجب ان تقدم بكل واقعية واحترام وهذا يزيد من ثقتها وإيصال الرسائل التي تخص قضايا المراة بفعالية.

جدول رقم (25) يوضح الاتجاه نحو عبارة " يعتقد الطالبات أن الرسائل التلفزيونية في البرامج التلفزيونية في البرامج النسائية لا تمدنا بمعلومات كافية عن الموضوع أو الفكرة المعروضة.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق	32	96	49.23
محايد	17	34	26.15
معارض	16	16	24.62
المجموع	65	146	100 %
متوسط الشدة	2.24		

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن" اتجاه الطالبات يعتقدن أن الرسائل التلفزيونية في البرامج النسائية لا تمدنا بمعلومات كافية عن الموضوع أو الفكرة المعروضة " وقد أظهرت النتائج أن 23،49% من الطالبات وافقن على هذه العبارة بينما% 15،26 اتخذن موقفا محايدا ، و24،62% عارضن بمتوسط شدة قدره 24،2 ، وهذا ما يعكس اتجاها سلبيا نحو محتوى البرامج والنتائج تدعم نظرية دوامة الصمت لنيومان ، والتي تفترض أن البرامج سطحية وغير وافية بالمعلومات قد تدفع الجمهور خصوصا النساء إلى الصمت أو الانسحاب من النقاش العام نتيجة شعور بالنقص المعرفي ، كما تتقاطع هذه المعطيات مع نظرية فجوة المعرفة التي ترى أن الإعلام قد يعزز الفجوات بين المتلقين من حيث المحتوى المعلوماتي الهادف الذي تقدمه ، فحين تنتج البرامج محتوى غير عميق وتافه وغير هادف نوعا ما ، فإن الفئات الأقل وصولا للمصادر البديلة للمعلومة تصبح أكثر تهميشا معرفيا خاصة فئة نساء منها ، يتضح ذلك من خلال أن الطالبات يشعرن بعدم الكفاية المعلوماتية في هذه البرامج ، وهو مؤشر على ضعف الوظيفة التثقيفية لهذه الوسائل .

جدول رقم (26) يوضح الاتجاه نحو عبارة " قد لا تحترم بعض البرامج النسائية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية منظومة القيم من خلال تناولها مواضيع تعتبر حساسة في المجتمع الجزائري.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق	30	90	46.15
محايد	20	40	30.77
معارض	15	15	23.08
المجموع	65	145	100 %
متوسط الشدة	2.23		

يتضح لنا من خلال الجدول أن موقف الطالبات من "قد لا تحترم بعض البرامج النسائية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية " منظومة القيم من خلال تناولها مواضيع تعتبر حساسة في المجتمع الجزائري ، وقد تبين أن غالبية الطالبات الجامعيات بنسبة 15،46% أبدين موافقتهن على هذه العبارة في حين نسبة 77،33% من طالبات اتخذن موقفا حياديا، ونسبة 08،23% منهم عارضنا عبارة ، كما يشير متوسط الشدة إلى اتجاه سلبي بنسبة 23،2 نحو محتوى برامج نسائية وإن هذه معطيات تعكس لنا انزعاجا واضحا من قبل الطالبات من المضامين التي قد تعد مهددة التماسك القيمي والثقافي وحتى ديني ، مما يؤكد فرضية نظرية الغرس الثقافي لجورج غيرنر ، التي يشير إلى إعادة تشكيل التصورات الجماعية حولها ، كما ترتبط هذه بيانات بمفاهيم النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت ، والتي ترى أن الإعلام في المجتمعات الاستهلاكية قد يتحول إلى أداة لإضعاف القيم التقليدية وإضعاف الوازع الديني من خلال تسليط ضوء على قضايا الحساسة والتي قد تكون مرفوضة خاصة في الجزائر ومن جهة أخرى يمكن توظيف فرضيات نظرية الهوية الإجتماعية ، حيث قد يشعر الجمهور وخاصة الطالبات ، بتهديد لهويتهن الثقافية عند تعرضهن لمضامين تخالف الأعراف السائدة ، مما يخلق شعورا بالرفض أو التوتر الاجتماعي ، وفي ضوء هذه المعطيات ، يمكن القول إن البرامج النسائية في القنوات الجزائرية وفقا لنسبة موافقة الطالبات على عبارة قد تواجه تحديا كبيرا يتبين يتشكل في ضرورة احترام الخصوصية الثقافية والاجتماعية وأعراف وقيم سائدة خاصة ما يحث عليه ديننا الإسلام ، وعدم تقديم مواضيع تمسها دون معالجة متزنة لقضايا مرأة التي تقديمها مثل تبرير لتحرش وتحريض على عنف .

جدول رقم (27) يوضح الاتجاه نحو عبارة " حسب رأيك هل تهدف البرامج التلفزيونية النسائية في القنوات الخاصة الجزائرية على الإثارة وزيادة نسب المشاهدة فقط دون مراعاة لما يريدها المشاهدون..

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق	33	99	50.77
محايد	20	40	30.77
معارض	12	12	18.46
المجموع	65	151	100 %
متوسط الشدة	2.32		

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة الطالبات% 77،50 وافقوا على "عبارة هل تهدف البرامج النسائية في القنوات الجزائرية الخاصة على إثارة وزيادة نسب المشاهدة فقط دون مراعاة ما يهدف إليه مشاهدين في حين أن نسبة% 77،30 كانوا محايدين و 46،18% كانوا معارضين مما يدل على أن هناك قناعة كاملة لدى أغلبية الطالبات أن طغيان كامل تقريب للجانب تجاري ربحي استعراضي على حساب مضمون البرامج دون اهتمام إلى أوليات المشاهدين وما يفضلنه وهذا ما نراه في متوسط الشدة الذي تقرب 32،2 وهذا جاء بتقدير سلبي مما يدل على تشكيك في مضمون برنامج ، وهذا توجه يعكس لنا جانبا ثقافيا واجتماعيا واسع لدى طالبات على وجود فجوة أو عدم انتماء إعلامي وإذا نظرنا من جهة نفسي نرى اغتراب معرفي ، وما يؤثر بنسبة كبيرة على ثقة بالإعلام وما يقدمه أي أن الميل إلى إثارة على حساب مضمون وما يريده الجمهور يعكس أنماط استهلاكية تسعى إلى ربح بدل اهتمام بما يريده جمهور لإحداث تغيير من أي ناحية ولالعرض قضايا مهمة لدى مرأة .

جدول رقم (28) يوضح الاتجاه نحو عبارة " تؤدي البرامج التلفزيونية النسائية في القنوات الخاصة الجزائرية في بعض الأحيان إلى تشويه الواقع.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق	24	72	36.92
محايد	21	42	32.31
معارض	20	20	30.77
المجموع	65	134	100 %
متوسط الشدة	2.06		

يتضح لنا من خلال الجدول الذي يعرض عبارة " تؤدي البرامج التلفزيونية النسائية في القنوات الجزائرية الخاصة في بعض الأحيان إلى تشويه الواقع " أن نسبة% 92،36 من طالبات وافقوا على عبارة في حين 31%، 32 كانوا محايدين ونسبة معارضات كانوا 77،33% ومن هنا نلاحظ أن متوسط الشدة هو 06،2 ما يجعل اتجاه عام سلبي أي أن معظم الطالبات يميلون نحو الاعتقاد بأن البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة تميل إلى تشويه الواقع وابتعاد عنه ، وهذا يمكن ربطه بنظرية الغرس الثقافي والتي تفترض ان تعرض متزايد لدى أفراد إلى مضامين إعلامية يؤدي إلى الواقع ، مما يزرع لدى الفرد صورة عن واقع تتماشى مع ما يعرض على تلفزيون مبتعدة تمام عن واقع حقيقي الذي نعيشه ، قد يرى بعض الطالبات أن تكرار دائم في عرض قضايا إمرأة بطريقة مبالغة فيها بنفس نسبة وأسلوب يؤدي إلى تصور مشوه وغير دقيق عن واقع في أذهانهن هذا ما يؤدي في بعض الأحيان في نفور أما من واقع باللجوء إلى برامج أو عكس هذا ما يرسخ اعتقاد بأن برامج نسائية تشوه واقع المرأة الجزائرية التي نعيشها في واقع حقيقي .

جدول رقم (29) يوضح الاتجاه نحو عبارة " تستهدف الأجندة الخفية للعديد من المواد الإعلامية المعروضة من خلال البرامج النسائية للطالبات لتحقيق مصالحها.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق	35	105	53.85
محايد	22	44	33.85
معارض	08	08	12.30
المجموع	65	157	100 %
متوسط الشدة	2.41		

يتضح لنا من خلال الجدول أن عبارة " تستهدف الأجندة الخفية للعديد من المواد الإعلامية المعروضة من خلال البرامج النسائية للطالبات لتحقيق مصالحها "، وهذا أظهر لنا أن نسبة الطالبات 85،53% كانوا موافقين على عبارة في حين 85،33% التزامن بالحياد وعدم المعرفة بينما نسبة% 30،12 من طالبات كانت معارضة وهي نسبة ضئيلة وجاء متوسط الشدة باتجاه سلبي بنسبة 41،2 رغم ارتفاع نسبة موافقة وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على أن معظم الطالبات يشعرن أو يملنا إلى فكرة أن البرامج النسائية تستغل لخدمة مصلحة خاصة ومعينة أي ربحي من خلال اختباء وراء قضايا إمرأة معروضة ، وهذا ما يتقاطع بشكل كل مع نظرية ترتيب الأولويات والتي أحد فروضه أن وسائل الإعلام الجماهيرية لا تقول لناس كيف تفكرون بل ما يجب أن يفكر فيه ، أي عدم اهتمام بترتيب أولويات ما يهم جمهور الطالبات بصفة خاصة بل بتحقيق ربح ومصالح شخصية على حساب قضايا وبرامج إمرأة معرضة ، كما أن هذا لا يتناسب مع نظريات الاستخدامات والإشباعات حيث أن إجابات حول هذه العبارة تبين أن الطالبات لانحققنا إشباعات مراد تحقيقها أي لا يتلقيننا برامج بشكل سلبي بل يعكس بشكل إجابي نشط ينتقدنا فيه ما يعرض وواعيات بأهمية ما يعرض وفهمه وتفاعل معه وبناء على خبرتهم وقيمهم التي شكلناها من واقع الذي يعشنه .

جدول رقم (30) يوضح الاتجاه نحو عبارة " عرض بعض البرامج التلفزيونية الأمور السطحية فقط دون التوغل في الحقائق الأمر الذي يجعل تفكير الطالبات سطحيا الى درجة ما.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق	32	96	49.23
محايد	22	44	33.85
معارض	10	10	15.38
المجموع	65	150	100 %
متوسط الشدة	2.30		

يتضح لنا من خلال الجدول أن اتجاه نحو عبارة" عرض بعض البرامج التلفزيونية للأمور سطحية فقط دون توغل في الحقائق مما يجعل التفكير الطالبات سطحيا إلى درجة ما "، حيث بلغ عدد الأفراد الذين يوافقون على بنسبة 23،49% أما محايدين بنسبة% 85،33 أما معارضين فقد بلغ عددهم بنسبة 38،15%من هنا يتبين لنا أن معظم طالبات يرون أن برامج نسائية لا تعرض واقع كما هو بل جزء سطح فقط دون تعمق وإذا نظرنا إلى هذا جانب من منظور نفسي نجد أن سنلاحظ وفق لنظرية تأثير اجتماعي التي تسعى إلى فهم تأثير وسائل الإعلام على الأفراد والمجتمع ، في هذا سياق ونظرا إلى نسبة الموافقة كانت بنسبة كبيرة نرى أن وسائل إعلام تساهم بشكل كبير في تشكيل تصورات سطحية في أذهان الطالبات الجامعيات ، ويمكن القول أن هذا سياق يمكن إستخدام نظرية غزو الثقافي التي تبين لنا أن وسائل الإعلام الجماهيرية قد تؤثر سلبا على قيم ثقافية المحلية ، وهذا ما يؤدي إلى رؤية أشياء بسطحية لدى جمهور الطالبات مما يعزز فكرة لديهم أن الإعلام يروج فقط للجانب سطحي مع إهمال عمق قضايا وجوهرها ، مما يعني أن وسائل إعلام تلعب تأثيرا جوهريا في تشكيل الوعي وقيم فكرية لدى طالبات التي يروج لها وسائل الإعلام في برامج نسائية تأثر سلبا على تفكيرهم وتوجههم وقيمهم ، وهذا قد يساهم أيضا في تدمير قدرتهم على نقد نظرا لغياب تفاعلي مع قضايا عميقة وجادة ونظرا إلى متوسط الشدة الذي بلغ 30،2 في اتجاه سلبي يعكس ميل الطالبات الجامعيات إلى اعتقاد بأن البرامج التلفزيونية تعرض بطريقة سطحية وغير معبرة عن حقائق أي يرون في هذا السياق أن برامج تأثر سلبا على تشكيل قيمهم وأفكارهم .

جدول رقم (31) يوضح الاتجاه نحو عبارة " تعرض بعض البرامج النسائية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية محتويات غير هادفة وعديمة الفائدة أحيانا.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
موافق	38	114	58.46
محايد	20	40	30.77
معارض	07	07	10.77
المجموع	65	191	100 %
متوسط الشدة	2.93		

يتضح لنا من خلال الجدول أن اتجاه نحو عبارة " تعرض بعض البرامج نسائية في قنوات الفضائية الخاصة الجزائرية والمحتويات غير هادفة وعديمة الفائدة " ، أي بنسبة% 46،58كانو موافقين على عبارة أما محايدين فكانت نسبتهن 77،30% ومعارضات بنسبة 77،10% ومن هنا يتبين لنا أن معطيات تالية التي تعكس الوعي وإدراك لدى الطالبات لرداءة ما تحتويه هذه برامج في بعض أحيان نظرا لنسبة كبيرة من موافقين وفق نظرية الهيمنة ثقافية لغرامشي يتبين لنا إستغلال وسائل الإعلام لفرض استهلاك برامج ترفيهية سطحية قد يكون لغرض ربحي ، وتنفر جماهير طالبات أو تجعلهم منشغلين ببرامج غير منتجة تعرض رداءة وتفاهة وسطحية من منظور نظريتنا نظرية الاستخدامات والإشباعات ، وقد نلاحظ إدراك جمهور طالبات جامعيات لعدم فائدة هذه برامج لكن يلجئون إليها لإشباع رغباتهم بدافع تسلية ، وهذا ما يجعل علاقة بين جمهور الطالبات الجامعيات وإعلام علاقة معقدة قائمة على ربح وإشباع رغبات وميل لشعور بعدم رضا لمحتوى برامج نسائية ومتوسط الشدة 93،2 اتجاه سلبي .

جدول رقم (32) يوضح الاتجاه نحو عبارة " قد تسهم البرامج التلفزيونية النسائية أحيانا في نقل رسائل غيرو اقعية حول المظهروأسلوب الحياة مما يؤثرعلى تصورالطالبات لأنفسهم.

نوع الشدة	التكرار	التكرارالمرجح	النسبة المئوية
موافق	33	99	50.76
محايد	16	32	24.62
معارض	16	16	24.62
المجموع	65	147	100 %
متوسط الشدة	2.26 اتجاه سلبي		

يتضح لنا من خلال الجدول الذي يوضح اتجاه نحو عبارة " التي تقول أن برامج التلفزيونية النسائية قد تساهم احيانا في نقل رسائل غير واقعية حول مظهر وأسلوب الحياة مما يؤثر على تصور طالبات لأنفسهن حيث أظهرت النتائج أن نسبة 76،50% من طالبات كنا موافقات على هذه عبارة في حين نسبة 62،24% من طالبات محايدات وأيضا 62،24% من طالبات معارضين للعبارة مما يعني أن فئة أكبر كانت موافقة ومنحازة لفكرة أن محتوى برامج النسائية تساهم في غرس صورة غير واقعية عن مظهر وأسلوب حياة وتحاول إظهاره بمثالية وهذا في أنفسهم هذا يبين جانبا من وعي لديهم على قوة تأثير محتوى هذه برامج على تفكيرهم بالإعتماد على نظرية المقارنة إجتماعية لفستنغر نلاحظ أن طالبات يقارنون أنفسهم بالحياة التي تعرض على هذه برامج والذي قد يؤدي إلى عدم تقدير ذات واحتقارها وتعزز شعور بالنقص ، حيث تساهم وسائل الإعلام الجماهرية إلى تشكيل صورة نمطية عن جمال وحياة المثالية ما يؤدي إلى اضطراب الذات خاصة في مرحلة شباب وإحساس بنقص وسعي للمثالية ، هذا يشير إلى ضرورية تعزيز وعي لطالبات وتربية إعلامية لتعزيز قدرتهم على تمييز بين ماهو واقعي وماهوا تمثيل ويكون متوسط الشدة 26،2 اتجاه سلبي .

المحور الخامس: الاشباعات المحققة من خلال التعرض للبرامج التلفزيونية النسائية بالقنوات الفضائية الخاصة:

جدول رقم (33): الاشباعات النفسية المتحققة للطلبة من خلال استخدام الطالبات للبرامج النسائية:

الاشباعات المحققة	تكرار	النسبة
الاطلاع على الطابوهات	10	15.38%
التخلص من الروتين	47	72.30%
التخلص من الوحدة	08	12.30%
الشعور بالراحة النفسية	00	00
المجموع		%100

يتضح لنا من خلال الجدول أن 47 من أفراد العينة أي 72.30% ترى أن البرامج وسيلة للتخلص من الروتين وهذا ما يؤدي الى كسر الروتين وتوفير نوع من التحفيز، أما بنسبة 15.38% اي 10 من أفراد العينة ترى ان البرامج تساعد الاطلاع على الطابوهات، وبنسبة 12.30% أي ما يقارب 08 من افراد العينة ترى ان التعرض للبرامج النسائية التلفزيونية الخاصة تساعد على التخلص من الوحدة وهذا ما يخلق المرافقة الاجتماعية، وفي المقابل أن خيار الشعور بالراحة النفسية لم يسجل أي نسبة.

جدول رقم (34): يمثل مساهمة مشاهدة البرامج النسائية في القنوات الجزائرية الخاصة:

تساهم في	التكرار	النسبة
اكتساب سلوكيات جيدة	27	41،53%
تغيير بعض السلوكيات	18	27.69%
تعديل بعض السلوكيات	20	30.76%
المجموع	65	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن مشاهدة البرامج النسائية تلعب دورا بارزا في اكتساب سلوكيات جيدة أي ما يقارب 41،53% أي 27 طالبة من افراد العينة وهذا من خلال التأثر والتقبل للبرامج المعروضة على نفسية المتلقي وتعزيز القيم والسلوكيات الجيدة، اما بنسبة 30.76% أي20 تعديل بعض السلوكيات، وبنسبة 27.69% أي 18 طالبة من أفراد العينة تساهم البرامج في تغيير بعض سلوكيات وهذا من خلال تاثير البرامج وعلى قوة جذب الانتباه لدى الطالبات والتحسين بعض من سلوكياتهن.

جدول رقم (35) : يمثل الاشباعات الاجتماعية المحققة من جراء التعرض للبرامج النسائية :

الاشباعات	التكرار	النسبة
بر الوالدين	10	15.38%
التكافل الأسري	10	15.38%
معالجة المشاكل الأسرية	18	27.69%
مساعدة الناس واحترام الغير	13	20%
المحافظة على العبادات	13	20%
المجموع	65	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن أعلى نسبة 27.69% أي 18 طالبة من أفراد العينة يتعرضن للبرامج التلفزيونية لمعالجة المشاكل الاسرية والوصول الى حلول ناجحة وهذا ما يفسر ان اغلبية الطالبات يعتبرن أن البرامج النسائية تساهم في شكل كبير في معالجة القضايا الأسرية ، وبنسب متساوية 20% أي 13 طالبة من أفراد العينة يتعرضن للبرامج النسائية للمحافظة على العبادات ومساعدة الاخرين واحترامهم وهذا لاحتواء مثل هذه البرامج على القيم الاجتماعية والدينية ، واخيرا بنسب متساوية ضئيلة 15.38% أي 10 طالبة من أفراد العينة هناك اهتمام واضح بالمواضيع المتعلقة ببر الوالدين والتكافل الاسري وهذا ما يفسر أن الطالبات يقدرن البرامج التي تعزز الروابط الأسرية وتدعم القيم الأسرية، ومنه أن الطالبات يعتبرن أن هذه البرامج لها دور مهم في تعزيز القيم الانسانية والدينية في المجتمع .

النتائج العامة للدراسة:

أستهدفت هذه الدراسة معرفة اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة وأخذنا عينة من طالبات قسم علوم الإعلام والإتصال-جامعة تبسة، وبعد انتهاء من تفريغ الاستبيانات وتحليل الجداول تحصلنا على مجموعة من نتائج من أهمها مايلي؛

- بينت لنا هذه الدراسة من خلال ترتيب القنوات تلفزيونية حسب أفضلية المشاهدة حيث احتلت النهار tvالمرتبة الأولى بنسبة 44.61 نظرا لتنوع برامجها تعكس الواقع المعاش.
- كما كشفت لنا دراسة أنا معظم الطالبات الجامعيات يتعرضن للبرامج النسائية على القنوات التلفزيونية الخاصة بهدف تسلية وتضييع الوقت حيث بلغت نسبة الطالبات الجامعيات الذين يتوجهنا نحو هذه العبارة 60%.
- لاحظنا أنا أغلبية الطالبات يفضلن مشاهدة البرامج النسائية بالغة العربية الفصحى مع مزيج من عامية والفرنسية بنسبة 49.23% وهذا راجع إلى واقعنا اللغوي المعاش في عرض برامج دون تخلي عن اللغة العربية الفصحى.

- أظهرت الدراسة أن أغلبية الطالبات يفضلن متابعة المحتويات أكثر تنوعا بنسبة 38.46%وهذا ما يعبر عن اتجاهات نحو البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة واهتمام بمحتوى وتنوعه وأن جمهور الطالبات جمهور فطن ونشط.
- كما أظهرت الدراسة أن الطالبات الجامعيات يتعرضن للبرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة بنسبة53.84% وهذا حسب الوقت المتوفر نظرا للانشغالات اليومية في بيت وجامعة مما يدل على أنهم يلجؤون في معظم الأوقات لهذه البرامج..
- كما أظهرت لنا الدراسة أن الطالبات الجامعيات أغلبية يفضلن مشاهدة البرامج النسائية في أوقات الإعادة بنسبة 52.30%هذا راجع أيضا إلى إنشغالات في أيام عمل عكس عطل الرسمية.
- بينت الدراسة أن أغلبية الطالبات الجامعيات يتعرضن للبرامج النسائية في جو عائلي مع الإخوة والوالدين وهذا ما يشير إلى الراحة في متابعة البرامج وأنها ملتزمة بالعادات والتقاليد دون تجاوز الحاجز الدين(الإسلام) والأخلاقي.
- أظهرت الدراسة أن الطالبات يحقق إشباعاتهم من خلال مشاهدة هذه البرامج حيث كانت النسبة 72.30% يوافقون على العبارة مما يعني أن البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة استطعت تحقيق إشباعات مرادة مما يدل على تنوع قضايا مرآة وتصوير الواقع.
- كما كشفت الدراسة أن طالبات يشاهدنا هذي البرامج النسائية من أجل معالجة المشاكل الأسرية والوصول إلى حلول ناجحة.
- أكدت الطالبات الجامعيات على أن عبارات التوكيد تلعب دورا كبير في مصداقية ما تقدمه هذه البرامج في القضايا التي تهم المرأة من أجل عكس الواقع، حيث أكدت الدراسة أن الطالبات الجامعيات يميلون إلى القنوات الجزائرية الخاصة لأنها تهتم بقضايا المرأة وعكس واقع ومصداقية ما تقدمه.
- كما أكدت أن مقدم البرامج النسائية وأناقته والأستوديو وديكور يلعبان دورا كبيرا في مشاهدة برامج ويجعلها أكثر قبول من جمهور طالبات ذلك أن مرآة تهتم بأدق تفصيل خاصة الديكور والموضة والأناقة.
- كما بينت الدراسة أن طالبات يهتمون بالقالب الفني وأداء مقدمين أكثر من موضوع نفسه.
- نستنتج أن جمهور الطالبات الجامعيات يهتمون بالبرامج التي تحتوي على مشاهير أكثر أثناء عرض القضايا المتعلقة بالمرأة مما يعني ان هناك علاقة ارتباطيه إيجابية بين جمهور الطالبات الجامعيات وبين تعرضهم للبرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة.
- كما أكدت الدراسة أن جمهور الطالبات يعتقدنا أن هذه البرامج لا تستطيع تقديم معلومات الكافية في ما يتعلق بقضايا المرأة.

- كما من وجهة نظر طالبات عند تحليل وجدنا أنهم يعتقدون أن البرامج النسائية على قنوات الجزائريـــة الخاصة ليسوا ملتـزميـن بمنظومة القيم عند عرضهم لقضايا حساسة في المجتمع عن المـرأة.
- كما يعتقدون أن هذه البرامج تسعى إلى كسب مشاهدين دون مراعاة ما يريده المشاهد مما يدل على علاقة ارتباطية سلبية بين جمهور الطالبات الجامعيات وبين تعرضهم للبرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة.
- كما يظنون أن البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة تميل إلى تشويه الواقع مما يدل على علاقة ارتباطيه سلبية وهذا يدل على تضارب الأراء فأحيانا مؤيدين وأحيانا معارضيـن.
- نستنتج من تحليلي أن طالبات يعتقدون أن البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة تعرض هذه القضايا بشكل سطحي مما يشكل نظرة سطحية عن واقع دون تعمق لدى جمهور الطالبات الجامعيات.

النتائج في ضوء التساؤلات

عادات و أنماط تعرض أفراد العينة للبرامج النسائية على القنوات الجز ائرية الخاصة:

-بينت الدراســة أن الطالبات الجامعيــات يميلون في الكثيـر من أحيانا إلى مشاهـدة البرامج النسائية على القنوات الجزائريــة الخاصة بنسبة 53.84% .

-بينت الدراســة أن أغلبيــة الطالبات الجامعيات يتعرضن للبـرامج النسائيــة على القنوات الجزائريــة الخاصة بهدف تسلية وتضييع الوقت بنسبة قدرها 60%

-أكدت الدراســة على أن أغلبيــة الطالبات يتعرضن للبرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة في وقت الإعادة نظرا لضيق الوقت بنسبة قدرها 52.30%

- بينت الدراسة أن أغلبية الطالبات يشاهدون هذه البرامج في بيت ومع العائلة.

اتجاهات ودو افع تعرض أفراد العينة للبرامج النسائية على القنوات الجز ائرية الخاصة:

- أكدت الدراسة على أن هدف الأساسي لتعرض الطالبات الجامعيات للبرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة بهدف تسلية وتضييع الوقت.
- كما أكدت أن أغلبية الطالبات يشاهدون هذه البرامج في وقت الفراغ.
- أكدت بعض النتائــج أيضا أن دافع الأخر لمشاهدة البرامـج النسائيــة على القنوات الجزائريــة الخاصة هو لفهم مشاكل الأسرية وإيجاد الحلول المناسبة.

- كما بينت الدراسة إلى تعرض طالبات الجامعيات للبرامج التي تحتوي على مشاهير وأيضا قضايا تعكس الواقع والتي تهتم بالديكور والأناقة وتفاصيل الموضة.
- أكدت الدراسة على أن أغلبية الطالبات الجامعيات لا يثقون بما تعرضه البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة وأنها تعرض القضايا بشكل سطحي لا يعكس الواقع.
- أكدت الدراسة أن أفراد عينة حسب ترتيب القنوات يفضلون قناة النهار كأكثر قناة متابعة.
- أكدت الدراسة أن أغلبية الطالبات الجامعيات يفضلون التعرض للبرامج النسائية باللغة العربية الفصحى ومزيج من عامية.
- أكدت الدراسة على أن أغلبية أفراد العينة يفضلن مشاهدة البرامج النسائية في جو عائلي.

اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة والإشباعات المحققة:

- أكدت الدراسة أن أغلب افراد عينة يشاهدون هذه البرامج النسائية بهدف التخلص من الروتين.
- أكدت الدراسة أن أغلبية الطالبات الجامعيات يتعرضن للبرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة بهدف كسب سلوكيات جديدة.
- أكدت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يتعرضن لهذه البرامج لإيجاد حلول للمشاكل الأسرية.


خاتمة

خاتمة :

حقيقة أن القنوات الجزائرية الخاصة وفقت إلى حد ما في مواكبة التطور والتغيرات الحاصلة في العالم ككل ،حيث سارعت إدارتها في بث البرامج الخاصة المتنوعة التي تعالج قضايا في شتى مجالات إجتماعية كانت أو إقتصادية أو ثقافية ...، ذلك بفتح أجهزة الإعلام البصرية على إنشغالات كل شرائح المجتمع من بينها فئة الطلاب خاصة الطالبات التي تمثل نسبة كبيـرة من طلبة الجامعيين ودورا كبيرا في المجتمع ،وذلك من أجل إرجاع القيمة و المصداقية الي فقدها التلفزيون الجزائري كوسيلة من وسائل الإعلام الجماهيرية لها وزنها في الساحة الوطنية خلال السنوات الماضية حينما كانت حكرا على الدولة (التلفزيون العمومي)،حيث تتمحور دراستنا حول اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة ،من خلال البرامج النسائية التي يطرحها التلفزيون الجزائري على قنواته الخاصة ، والتي تهتم بطرح انشغالات وقضايا المرأة أو إيجاد حلول مشاكلهم في شتى مجالات ترفيه أول تجميل أو موضة وغيرها من خلال تطرق إلى برامج آنية تنبثق من أعماق المجتمع الذي يعتبر محفزا الأقوى لضمان استمرارية القنوات الجزائرية الخاصة ، من خلال محتوى برامجها ذلك كونها هيا المرآة المعاكسة للواقع المعاش، إن الطالبات بطبعهم يبحثون عن برامج تتماشى مع اهتماماتهم ومع واقعهم المعاش ، كما أن الطالبات الأن كجمهور لوسائل الإعلام الجماهيرية لم يعد يتقبلنا أي شئ فأصبحنا يعبرنا عن رأيهن ويعارضن فلقد أصبح جمهور الطالبات الجامعيات جمهور نشطا وفعال وعنصر إيجابي ومهم في العملية الإعلامية ،يحسب له ألف حساب من طرف الإعلاميين ومرسلين ،باعتباره معيار أساسي في نجاح هذه البرامج واستمرارها، ومن بين أسباب التي الذي كان رئيسي لتعرض الطالبات للبرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة , هو تضييع وقت وتسلية لكن هذا لا يعني أن هذه البرامج لم تستطيع جذب جمهور طالبات بل بالعكس فهي أحدثت قفزة نوعية في معالجة القضايا المتعلقة بالمرأة عكس التلفزيون العمومي رغم مشوارها القصير مما يعني أن هناك علاقة ارتباطية ولو نسبيا بين جمهور الطالبات الجامعيات وبين تعرضهم للبرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة ،اذ استطعت ان تفرض نفسها في الساحة إعلامية .

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع :

1. الجفيري, م ,2022) .سبتمبر .(10*المرجع الالكتروني للمعلوماتية* Récupéré sur . تقديم جزء من كتاب : اعداد وتقديم البرامج الاذاعية والتلفزيونية183882=idm?php.more/com.almerja://https :
2. الحفيظ, م. ع .(2003) .*الاحصاء والقياس النفسي والتربوي* . الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية.
3. الحميد, م. ع .(2000) .*البحث العلمي في الدراسات الاعلامية* .
4. الدسوقي, ع. ا .(2004) .*وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية* .مص: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنّشر،.
5. الزهيري, طلال ناظم ، مقياس ليكرت : الاخطاء الشائعة في استخدامه .(s.d.) .*مدونة الدكتور طلال ناظم الزهيري* . Récupéré sur https://drtazzuhairi.blogspot.com/2016/12/v-behaviorurldefaultvmlo.html
6. الستار, ا. ع .(1985) .*الانسان وعلم النفس* . الكويت : مطابع الرسالة ، سلسلة عالم المعلرفة.
7. العبد:, ع. ع .(2006) .*القنوات المتخصصة، أنواعها، جمهورها، بحوثها وأخلاقياتها* .دار الإيمان للطباعة.
8. العبسي,, .. إ .(2013) .، *استراتيجية الاتصال الثقافي في دراما المسلسلات التلفزيونية* .رسالة ماجيستير , الجزائر : جامعة الجزائر.
9. الكافي, ا. ا .(s.d.) .*القنوات العربية المتخصصة*، .سلسلة بحوث ودراسات إذاعية.
10. باعمر ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة الزهرة. (2006). اتجاهات المراة تجاه بعض القضايا الاجتماعية في ظل بعض القضايا الديمغرافية. ورقلة، علم النفس، الجزائر.
11. برجي, ب. ع ,2017) .نوفمبر .(03العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات نحو الأنشطة البدنية والرياضية .*مجلة التميز لعلوم الرياضة*.91 .p , .
12. بوحوش, ع .(1982) .*دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل العلمية* . الجزائر : المؤسسة الوطنية للكتاب.
13. جازية, ب .(2019) .مبادئ و تقنيات إنتاج البرامج التلفزيونية .الجزائر, قسم علوم الاعلام والاتصال.
14. جبارة, ج. ع .(2001) .*علم الاجتماع والاعلام* . الاسكندرية.
15. حسن, م. ش .(2001) .*سيكولوجية الفرد في المجتمع* .القاهرة: دار الأفاق العربية.
16. حسين, ب. ص ,2007) .أفريل 01 .(أهمية القنوات الفضائية الخليجية في صياغة الوعي السياسي والاقتصادي والاجتماعي-https://araa.sa/index.php?view=article&id=2575:2014-07-26-21-57 . 30&Itemid=172&option=com_content,السعودية.
17. خزعل, ع. ا .(2010) .*فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الإذاعية* . القاهرة :دار النهضة - بيت الحكمة.
18. ذنيبات, ع. ب" .(s.d.) .*مناهج البحث العلمي* ."

19. رضوان, ت .(2016) .*اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو برامج القنوات التلفزيونية الخاصة بالجزائر* .

20. صافية, ر .(1998) .المشكلات التي تواجه المرشد التربوي في مدارس الضفة الغربية الحكومية في عهد السلطة الوطنية - ماجيستير . نابلس, جامعة النجاح الوطنية, فلسطين.

21. *طرق قياس الاتجاهات* ,(2021 .جوان 05 .Récupéré sur (المنتدى العالمي الاسلامي للتربية : https://montdatarbawy.com/طرق-قياس-الاتجاهات/

22. عمر, م. خ .(2004) .*مناهج البحث في علم الاجتماع* .الاردن: دار الشروق.

23. غنيم, ر. م .(2000) .*مناهج وأساليب البحث العلمي* . عمان : صفاء للنشر والتوزيع.

24. فاروق, م. ن .(2007) .*البرنامج التلفزيوني- كتابته ومقومات نجاحه*، .العراق : دار النفائس للنشر والتوزيع.

25. *فهم تغيير الاتجاهات: استراتيجيات لتوجيه السلوك ودعم القرارات* ,(2024 .مارس Récupéré sur .(10 https://masarat-sy.org/فهم-تغيير-الاتجاهات/

26. قارش, أ. م ,(2017 .فيفري .(16الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات .*مجلة الحقيقة*.350 .p ,

27. قارش, س. م ,(2017 .فيفري .(16الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات .*مجلة الحقيقة* .347 .p ,

28. محمود, س .(s.d.) .نساء مبدعات يتحدين الامية .*مجلة البيت العربي*.29 .p ,

29. محمود, ع. ا .(1994) .*سيكولوجية الاتجاهات* . القاهرة -مصر : دار غريب للنشر.

30. مرسلي, أ. ب" .(2013) .*الأسس العلمية لبحوث الإعلام و الإتصال"* ، .الجزائر.

31. مسامح, و ,(2021 .مارس .(اتجاهات طلبة الدكتواره الجزائريين نحو البرامج الاجتماعية الرمضانية في قناة MBC1. *مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي*.355 .p ,

32. وجيم, ط. ه .(1989) .*علم النفس الاجتماعي* .ط3: دار عمار للنشر و الطباعة و التوزيع.

33. يوفانسيتش, ن ,(2020 .جانفي 17 .(*ماهو مقياس غوتمان* :eadquizzes sur Récupéré . https://www.leadquizzes.com/blog/guttman-scale/

questionpro،مقياس Thurstone: التعريف ، أسئلة الاستطلاع مع الأمثلة .(s.d.). Récupéré sur . https://www.questionpro.com/blog/ar/مقياس-thurstone-التعريف-،-أسئلة-الاستطلاع-مع-ا/

الملاحق

الملاحق :

الملحق رقم 01: استبيان الدراسة

جامعـة الشهيـد الشيخ العربي التبسـي– تبسـة –

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الاعلام والاتصال

صحيفة استبيان قياس اتجاه لإنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال تنظيمي

بعنوان:

اتجاهات الطالبات نحو البرامج النسائية في القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية
دراسة ميدانية على عينة من طالبات قسم علوم الاعلام والاتصال – جامعـة تبسـة –

إعداد الطالبتين :

بثينة سالمي

فاطمة هبهوب

إشراف

د. ربوح معـمـر

<u>ملاحظة:</u>

بيانات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، نرجو تعاونكم مع الباحثتان من خلال الإجابة عن التساؤلات الواردة في صحيفة الاستبيان بشكل صادق ودقيق.

السنة الجامعية: 2024-2025

المحور الأوّل :البيانات الشخصية

1-1- السن :

من 18 إلى 23 سنة ☐ من 24 إلى 29 سنة ☐

30 سنة فما فوق ☐

2-1 التخصص :

اتصال تنظيمي ☐ سمعي بصري ☐ اتصال ☐ إعــلام ☐

2- هل تتعرض لبرامج القنوات الخاصة الجزائرية؟

دائما ☐ أحيانا ☐

3-1 مكان المشاهـدة:

في البيت ☐ في الإقامة الجامعية ☐

اخرى تذكر.....

المحور الثاني: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة ودوافع الاستخدام لدى طالبات الاعلام والاتصال

5-1 ماهي القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة التي تتعرضين لها كطالبة؟ (رتبيها حسب الأفضلية من1 إلى5 مع إمكانية ذكر قناة لم يتم إدراجها بالقائمة)

قائمة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة
البلاد TV
زهرة TV
النهار TV
السلام TV
الجزائر N1
سميرة TV
الشروق TV
Beur TV
الباهية TV

الترتيب	اسم القناة
01	
02	
03	
04	
05	

6-1 فيما تتمثل أهم دوافعك للتعرض للبرامج النسائية بالقنوات الجزائرية الخاصة؟

التسلية وقتل الوقت ☐ متابعة مستجدات الصحة والجمال ☐

متابعة عروض المنتجات الجديدة في السوق ☐ الوعي بخطـورة الظواهـر و السلوكات في المجتمع الجزائري ☐

7-1 حسب رأيك ماهي اللغة المناسبة في تقديم البرامج النسائيــة؟

مزيج العامية والفرنسية ☐ اللغة العربية الفصحى ☐ كليهما ☐

8-1 ماهي نوعية المضامين الاعلامية التي تجذب انتباهك أثناء التعرض للبرامج النسائية؟

محتوى الطبخ ☐ محتويات ترفيهية ☐ محتوى صحي ☐ محتوى اجتماعي ☐

محتويات أخرى

تذكر .....

المحور الثالث: عادات وانماط تعرض الطالبات الى البرامج النسائية التلفزيونية في القنوات الخاصة الجزائرية:

1-9 ما هي المدة التي تخصصيها عادة لمشاهدة هذه النوعية من البـرنامـج؟

من البداية إلى النهاية ☐ الجزء المفضل من البرنامج فقط ☐ حسب الوقت المتوفر لديك ☐

1-10 حددي الأوقات التي تفضلن فيها مشاهدة برنامجكن النسائي المفضل؟

فترة المباشر ☐ فترة الاعادة ☐

أوقات أخرى أذكرها .....

1-11 تتعرضن للبرامج النسائية في القنوات الجزائرية الخاصة مع من:

بمفردك ☐ مع أختك ووالدتك ☐ مع كل أفراد الأسرة ☐

مع الصديقات ☐

1-12 كطالبة فيما تتمثل الدوافع النفسية والاجتماعية لمشاهدة البرامج النسائية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية؟

الدوافع النفسية: الدوافع الاجتماعية:

	العبارات الايجابية	موافق	محايد	معارض
1	يرى معظم الطالبات أن القالب الفني يساهم في جاذبية الموضوع أو القضية النسائية في البرامج التلفزيونية الخاصة الجزائرية.			
2	يحبذ الطالبات البرامج النسائية التي تتضمن مشاهير وشخصيات عامة			
3	يهتم جمهور الطالبات بالمؤثرات السمعية البصرية أكثر من أهمية الموضوع أو القضية النسائية			
4	يرى الطالبات أن أداء المقدمين والمنشطين في القناة التلفزيونيـة ذو مستوى من المهنية والاحترافية			

5	تسعى البرامج النسائية في القنوات التلفزيونية الخاصة إلى الحفاظ على عادات وتقاليد المجتمع الجزائري.			
6	من المفيد توظيف معاني التوكيد في تناول القضايا النسائية في البرامج التلفزيونية الخاصة مثل " بشدة " " بقوة "			
7	يميل الطالبات الى الثقة في البرامج النسائية التي تبثها القنوات التلفزيونية الخاصة لأنها تلتزم المصداقية في تناولها للقضايا التي تهم المرأة .			
8	يرى الطلبة أن اللباس الأنيق والديكور والاخراج عناصر تظهر من خلالها الشخصية التي تقدم القضية أو الموضوع النسائي يجعلها ذات حضور مقبول ومؤثر .			

- إحساسي بالراحة النفسية ☐ - الرغبة في تغيير بعض سلوكياتي ☐
- تشعرك بالتوتر والخوف ☐ - تقليد المشاهير والنجوم ☐

المحور الرابع: اتجاهات طالبات علوم الاعلام والاتصال نحو البرامج النسائية في القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية حسب مقياس" ليكرت الثلاثي "

	العبارات السلبية	موافق	محايد	معارض
1	يعتقد الطالبات أن الرسائل التلفزيونية في البرامج النسائية لا تمدنا بمعلومات كافية عن الموضوع أو الفكرة المعروضة			
2	قد لا تحترم بعض البرامج النسائيــة في القنوات الفضائية الخاصة الجزائريــة منظومة القيم من خلال تناول مواضيع تعتبر حساسة في المجتمع الجزائري.			
3	حسب رأيك هل تهدف البرامج التلفـزيونيــة النسائية في القنوات الخاصة الجزائريــة على الإثارة وزيادة نسب المشاهدة فقط دون مراعاة لما يريده المشاهدون			
4	تؤدي البرامج التلفزيونيــة النسائيــة في القنوات الخاصة الجزائريــة في بعض الأحيان إلى تشويــه الواقــع.			
5	تستهدف الأجندة الخفيّة للعديد من المواد الإعلامية المعروضة من خلال البرامج النسائية الطالبات لتحقيق مصالحها،			
6	عرض بعض البرامج التلفزيونية الأمور السطحية فقط، دون التوغّل في الحقائق، الأمر الذي يجعل تفكير الطالبات سطحياً إلى درجة ما،			
7	تعرض بعض البرامج النسائية في القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية محتوياتٍ غير هادفـة وعديمة الفائـدة أحيانا.			
8	قد تسهم البرامج التلفزيونية النسائية أحيانا في نقل رسائل غير واقعية حول المظهر وأسلوب الحياة، مما يؤثر على تصوّر الطالبات لأنفسهم.			

المحور الخامس الاشباعات المحققة من خلال التعرض للبرامج التلفزيونية النسائية بالقنوات الفضائية الخاصة:

لإشباعـات النفسية المتحققة للطلبة من خلال استخدام الطالبات للبرامج النسائية:

الإطلاع على الطابوهات ☐ التخلص من الروتين ☐ التخلص من الوحدة ☐

اشعر بالراحة النفسية بعد مشاهدتي للبرنامج ☐

2-5 هل مشاهدتك للبرنامج ساهـم في ؟

اكتساب سلوكيات جديدة ☐ تغيير بعض السلوكيات ☐ تعديل بعض السلوكيات ☐

3-5 فيما تتمثل هذه الاشباعات الاجتماعية؟

بر الوالدين ☐ التكافل الأسري ☐ معالجة المشاكل الأسرية بطريقة هادئة ☐

مساعدة الناس و احترام الآخرين ☐ المحافظة على العبادات ☐

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieure et de la Recherche Scientifique
Universite Larbi Tebessi – Tebessa
Faculte des sciences Humaines et Sociales
جامعة العربي التبسي تبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

تعهد

أنا الموقع أسفله الطالب: هدهود فاطمة

والمعد لمذكرة التخرج الموسومة: "اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو البرامج التسائية على القنوات الجزائرية الخاصة" دراسة ميدانية على قسم علوم الإعلام والاتصال

المكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في تخصص: اتصال التنظيمي.

وبعد اطلاعي على القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 28 جويلية 2016 والمتضمن القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها، لا سيما المواد 03.07.19.35

أتعهد بتحمل المسؤولية العلمية والقانونية حول هذا العمل وأشهد بخلوه من كل انتحال لأعمال الغير او اقتباس غير منسوب لصاحبه، وترجمة دون ذكر المصدر ووضع أشكال بيانية او خرائط أو صور دون الإشارة للمصدر.

شوهد و صودق على امضاء
السيد .....
فريقر 27 ماي 2025
رئيس المجلس الشعبي البلدي

تبسة في: 2025/05/27

قرأت وأتعهد بما ورد أعلاه
التوقيع والبصمة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieure et de la Recherche Scientifique

جامعة العربي التبسي تبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

Universite Larbi Tebessi – Tebessa
Faculte des sciences Humaines et Sociales

تعهـــد

أنا الموقع أسفله الطالب: سالمي بتسة

والمعد لمذكرة التخرج الموسومة: إتجاهات الطالبان الجامعيات نحو البرامج المسائية على القنوات الجزائرية الخاصة

المكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في تخصص: إتصال تنظيمي

وبعد اطلاعي على القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 28 جويلية 2016 والمتضمن القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها، لا سيما المواد 35.19.07.03

أتعهد بتحمل المسؤولية العلمية والقانونية حول هذا العمل وأشهد بخلوه من كل انتحال لأعمال الغير او اقتباس غير منسوب لصاحبه، وترجمة دون ذكر المصدر ووضع أشكال بيانية او خرائط أو صور دون الإشارة للمصدر.

تبسة في: 27 ماي 2025

قرأت وتعهد بما ورد أعلاه
التوقيع والبصمة

بعد اطلاع على امضاء السيد(ة)
بشر مقدم في 27 ماي 2025

الشعبي البلدي

ملخص

تناولت الدراسة التعرف على اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو البرامج النسائية في القنوات الجزائرية الخاصة ،حيث تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية ، إذ تمثلت عينة الدراسة في طالبات قسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي – تبسة والذي بلغ عددهم 261 كمجتمع بحث ، حيث تحصلنا على عينة عددها 65 بالإعتماد على العينة العمدية باستخدام الاسلوب الحصصي أثناء سحبها ،معتمدينا في جمع البيانات على استمارة الإستبيان الخاصة بقياس الاتجاه كأداة أساسية للدراسة ،حيث جاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي؛ جاءت قناة النهار كأكثر القنوات التلفزيونية الجزائرية متابعة ، كنا كان دافع الأول لطالبات الجامعات لمتابعة البرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة هو التسلية وتضييع الوقت ولكن هذا لا يعني أن هذه البرامج لم تنجح في جذب جمهور الطالبات بل بالعكس فمعظم الطالبات كانوا يتوجهنا نحو هذه البرامج لدوافع مختلفة معظمها كان دافعه تسلية ، مما يعني أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين جمهور الطالبات الجامعيات وبين تعرضهم للبرامج النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة ,مما يعني أن هذه قنوات أحدثت تغيير نسبيا ولو قليلا في معالجة القضايا النسائية .

الكلمات المفتاحية: البرامج النسائية، القنوات الجزائرية الخاصة، الميول والاتجاهات

Abstract

The study aimed to identify the attitudes of university female students towards women's programs on Private Algerian channels. This study belongs to descriptive studies, where the study sample consisted of female students from the Department of Media and Communication Sciences at Shahid Sheikh Al-Arabi Tebessi University - Tebessa, whose number reached 261 as a research population. We obtained a sample of 65 using the purposive sampling method with quota sampling during its selection, relying on a questionnaire as the primary tool for data collection to measure attitudes. The main results of the study were as follows: Ennahar TV channel was the most followed Algerian television channel. The primary motive for university female students to follow women's programs on private Algerian channels was Entertainment and passing time, but this does not mean that these programs did not succeed in attracting the female student audience. On the contrary, most female students were drawn to these programs for various motives, most of which were entertainment-driven, which means there is a positive correlation between the university female student audience and their exposure to women's programs on private Algerian channels, indicating that these channels have brought about a relatively, albeit slight, change in addressing women's issues.

Keywords: Women's programs, private Algerian channels, inclinations and attitudes