

جامعة محمد خضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات



مذكرة ماستر

علوم الإعلام والاتصال

اتصال وعلاقات عامة

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالبة:

الوافي عبير

يوم: 06.2025

اتجاهات الجمهور نحو القيم السلبية في البرامج الترفيهية

دراسة مسحية على عينة من متابعي برنامج

- قسمة ونصيب على منصة اليوتيوب (youtube) -

"طلبة جامعة بسكرة نموذجا"

لجنة المراقبة:

رئيس

بسكرة

أ.مح ب

وحيدة كحول

مشرف ومقرر

بسكرة

بروفيسور

سامية جفال

مناقشة

بسكرة

أ.مح أ

نجاة علمي

السنة الجامعية: 2024. 2025.

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

وَاللّٰهُمَّ اهْبِطْ لِنَا مِنْ فَوْقَ الْأَرْضِ

شكر وعرفان

الحمد لله ولألا وآخرًا، ظاهراً وباطناً، هو المانح بلا مقابل، والمعين بلا كل، فله وحده الفضل في بلوغ هذا المقام، وإتمام هذا الجهد المقاوض، رغم ما اعترض الطريق من مشقة وتعب الحمد لله الذي ولألا ما اهتدينا، وما صونا، وما أنجزنا، وما سلكنا هذا الطريق ولا بلغنا نهايته.

يا رب، لك الحمد ملء السموات والأرض وما بينهما، عدد ما كان وما سيكون، على نعم لا تُعد، ولطف لا يُوى، ورعاية تحفنا دون أن نشعر. لك الحمد أن جعلت هذا الإنجاز ثورة دعاء، وصبر، وسعي لا يواك فيه سواك.

وبعد حمد الله، أرفع أسمى عبارات الشكر والامتنان لمن كانت خير رفيقة في درب البحث، وهوأة للعلم والأخلاق في آن، الأستاذة الفاضلة والدكتورة الملهمة "سامية جفال" التي لم تكن فقط مشفوفة على العمل، بل كانت مشرلاً يضيء لنا طريق الفهم والصدق والنية الخالصة.

علمتنا أن العمل العلمي ليس مجرد صفحات تُكتب، بل أمانة تُحمل، وروح تُبذل، وأن الصدق كانت كلماتها في النية، والتواضع في العطاء، والثبات في السعي، هي دعائم الباحث الحقيقي نواصاً، وتجيئاتها سلماً فرتقي به بوجات الفكر، حتى حين توجّهنا بالنقد، كنا في فيه دفعة نحو الأفضل، لا انتقاصاً.

علمتنا أن العطاء لا يُنتظر منه حباء، وأن التضييق أحياناً يُوسع مدركتنا، ويقوى غمنا، ويزيدنا ثقة في الطريق.

فلك يا أستاذتي كل الفضل بعد الله، وكل الدعاء بأن يجزيوك عنا خير الخباء، وأن يبارك لك في صحتك وأهلك وأبنائك، ويزيدك علماً ونوراً، كما زدتنا يقيناً بأن للعلم رسالة لا يحملها إلا من أحبها بصدق

الإهداء

إلى نفسي...يا من مشيت الطريق رغم الزحام، وحملت الأعباء رغم التعب، يا من بكيت في صمت، ثم نهضت في هدوء، ثم وصلت في كبراء...شكراً لك لأنك لم تستسلمي، شكرأ لأنك صدقت الإيمان بأن الله لا يخذل من اجتهد. هذا الإنجاز لك... لأنك كنت أنت دائمًا، رغم كل

شیعہ

إلى أبي الحبيب... يا أول الحكايات، وأعمق الغيابات... كم تمنيت أن ترك عيناي لحظة الانتصار، لكنني كنت أراك في قلبي في كل خطوة، في كل سعي، في كل لحظة ضعف قاومتها بقوه اسمك. رحلت، لكنك بقيت، وما هذا الإنجاز إلا دعاء من قلب ابنتك، صدقه بين سطور، وحّب لا يذبل. اللهم اجعل له من هذا العمل نوراً لا ينطفئ.

إلى أمي الغالية... التي جمعت أدوار الحياة في قلب واحد... يا من كنت سندًا حين انكسر الظهر،
وصوّتاً حين خفت الصوت، كل ما وصلت إليه، كان بدعائك، بصبرك، بحبك العظيم. أهديك هذا
النجاح... لأنك أنت من زرعتِ، وأنا فقط حصدُ.

إلى إخوتي... أنتم الوطن حين ضاقت الدنيا، والكتف حين نقل الحمل، شكرًا لأنكم كنتم دائمًا هناك... بصمتٍ مطمئن، وجودٍ لا يُعوض لكم في هذا الإنجاز نبض، وفي قلبي دائمًا مكان.

وإلى كل روح طيبة مرت في طرقي، بكلمة، بداعاء، بابتسامة، شكرًا لكم، لأن الخير لا يُنسى، وهذا العمل بحمل من نوركم الكثير.

ملخص الدراسة

تسعى هذه الدراسة المعنونة بـ "اتجاهات الجمهور نحو القيم السلبية في البرامج الترفيهية – دراسة مسحية على عينة من متابعي برنامج قسمة ونصيب على منصة اليوتيوب (طلبة جامعة بسكة نموذجاً)" إلى استكشاف طبيعة المضامين التي يروج لها المحتوى الترفيهي الرقمي، والكشف عن تمثيلات الجمهور الجامعي إزاء القيم السلبية التي تتضمنها هذه البرامج، في ظل بيئة إعلامية تفاعلية مفتوحة تتيح حرية الإنتاج والنشر دون قيود مؤسساتية تقليدية.

وسرت الدراسة إلى الإجابة على تساؤلات ترتبط بدرجة تأثير هذه البرامج على وعي الجمهور، ومدى إدراكه للأبعاد السلبية لما يعرض تحت غطاء الترفيه، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي كمنهج رئيسي، وباستخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة من طلبة جامعة بسكة، فضلاً عن الملاحظة كأداة مساعدة لتبني بعض مظاهر التفاعل والسلوك أثناء مشاهدة البرنامج موضوع الدراسة.

وقد استندت الدراسة إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات لفهم دوافع المتابعة وأهداف الجمهور من استهلاك هذا النوع من المحتوى، كما تم استحضار مفاهيم من نظرية التأثير الإعلامي لفهم الأساليب التي تقدم بها القيم السلبية داخل البرنامج بشكل غير مباشر.

وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

1- أظهرت النتائج أن الإناث أكثر اهتماماً بمتابعة البرنامج مقارنة بالذكور، وهو ما قد يفسر بكون مضمون البرنامج تمثل إلى المواضيع العاطفية والاجتماعية التي تلقى تفاعلاً أكبر من النساء، في إطار البحث عن إشباعات وجاذبية وعاطفية.

2- يعتمد أغلب أفراد العينة على منصة اليوتيوب لمتابعة البرنامج، دون الاعتماد على وسائل أخرى، ويفسّر ذلك بكون هذه المنصة تُتيح التفاعل، الإعادة، والتصفح الحر، مما يحقق لهم إشاعات معرفية وترفيهية بسهولة.

3- كما أبرزت النتائج أن هناك إدراكاً مرتفعاً لدى الطلبة لوجود قيم سلبية واضحة في البرنامج، مثل الترويج لعلاقات غير أخلاقية خارج إطار الزواج والتشجيع على الإستهلاك والمظاهر، وتقديم صورة نمطية مضللة عن العلاقات الاجتماعية، وهذا التقييم يدل على قدرة الجمهور على تحليل المضامين الإعلامية من منظور قيمي، ويفكّر هذا ما تطرحه نظرية التأثير الإعلامي من أن الطريقة التي يقدم بها المحتوى تؤثر على كيفية تفسيره وفهمه، حيث إن تأثير البرنامج بأسلوب واقعي عاطفي ساهم في تمرير مضامين قيمية سلبية مثيرة للجدل.

4- تبين وجود تخوفاً لدى بعض المبحوثين من تأثير البرنامج على تصورات الشباب حول العلاقات والزواج، خاصة في ظل تكرار مشاهد غير واقعية أو مبالغ فيها، ما قد يؤدي إلى ترسیخ تمثّلات خاطئة لدى المتقين.

5- تؤكد طريقة تأثير البرنامج وطرحه للمضامين على قدرته في تشكيل تصورات المتقني وسلوكياته تدريجياً، من خلال تطبيع بعض القيم والسلوكيات الجديدة، ما يدل على فعالية التأثير الإعلامي في التأثير القيمي والثقافي

Abstract

This study, entitled "Audience Attitudes Toward Negative Values in Entertainment Programs – A Survey Study on a Sample of Viewers of the YouTube Program 'Qisma w Nassib' (Students of Biskra University as a Model)," aims to explore the nature of content promoted by digital entertainment media and to uncover how university audiences perceive the negative values embedded in such programs. This investigation takes place within an interactive media environment that allows for unrestricted production and publishing, outside traditional institutional frameworks.

The study seeks to answer questions related to the extent to which these programs influence audience awareness and how conscious the viewers are of the negative aspects presented under the guise of entertainment. It adopts the survey method as its primary research approach, relying on a questionnaire to collect data from a sample of students at Biskra University, in addition to observation as a supplementary tool to track certain behaviors and reactions during the viewing of the selected program.

The theoretical framework is grounded in the Uses and Gratifications Theory, which helps to understand the motivations behind audience

engagement and their goals in consuming such content. Additionally, the study draws on concepts from Framing Theory to interpret how negative values are implicitly conveyed within the program.

The study concluded with several key findings, most notably:

1. The results showed that females are more interested in following the program compared to males. This could be explained by the fact that the program's content tends to focus on emotional and social topics, which are more likely to resonate with women in their pursuit of emotional and affective gratification.
2. Most of the respondents rely on YouTube to follow the program, without using other media platforms. This is explained by YouTube's features that allow for interaction, rewatching, and free browsing, making it easier to attain informational and entertainment gratification.
3. The findings also revealed a high level of awareness among students regarding the presence of clear negative values in the program, such as promoting unethical relationships outside of marriage, encouraging consumerism and appearances, and presenting a misleading stereotypical image of social relationships. This evaluation indicates the audience's ability to analyze media content from a value-based perspective, which supports the framing theory that suggests the way

content is presented affects how it is interpreted and understood. The emotional and realistic framing of the program contributed to transmitting controversial negative values.

4 .Some respondents expressed concern about the program's influence on young people's perceptions of relationships and marriage, particularly due to the repeated portrayal of unrealistic or exaggerated scenes, which may contribute to the reinforcement of distorted representations among viewers.

5. The way the program frames and presents its content confirms its potential to gradually shape the audience's perceptions and behaviors by normalizing certain new values and behaviors. This highlights the effectiveness of media framing in influencing cultural and value systems.

المقدمة

فرضت التحولات التكنولوجية الحديثة واقعاً إعلامياً جديداً، أدى إلى بروز أشكال تفاعلية من الإعلام، لعل من أبرزها الإعلام الرقمي التفاعلي، الذي أتاح للمستخدمين حرية الاختيار والمشاركة والتعبير. وفي خضم هذا التحول الرقمي، فرضت البرامج الترفيهية نفسها بقوة على الساحة الإعلامية، وأصبحت تتحل مساحة واسعة من اهتمام الجمهور، خاصة على منصات الفيديو مثل "اليوتيوب"، حيث باتت تقدم أنماطاً متعددة من الترفيه تراعي مختلف الأذواق، لكنها في كثير من الأحيان تتجاوز الوظيفة الترفيهية لتسهم في إعادة تشكيل القيم والمواصفات الفردية والاجتماعية.

إن الإعلام الترفيهي لم يعد مجرد وسيلة للتسلية أو قضاء وقت الفراغ، بل تحول إلى أداة ذات تأثير رمزي وسلوكي، لها القدرة على تمرير مضامين قيمية بشكل غير مباشر، قد تكون إيجابية أو سلبية. وما يثير الانتباه في السنوات الأخيرة، تساعد بعض أشكال البرامج التي تقوم على عرض مضامين مثيرة للجدل، سواء من حيث المواضيع المطروحة، أو طبيعة التفاعلات بين المشاركين، أو الرسائل الضمنية التي يتم إيصالها. ومن بين هذه البرامج، يبرز برنامج "قسمة ونصيب" كأحد أكثر البرامج الترفيهية متابعة عبر منصة "اليوتيوب" في الجزائر، لما يطرحه من محتوى اجتماعي بأسلوب درامي/ترفيهي يثير نقاشات حادة حول منظومة القيم التي يعكسها.

وانطلاقاً من هذا الواقع الإعلامي الجديد، جاء اختيار هذا الموضوع بهدف الوقوف على اتجاهات الجمهور نحو القيم السلبية التي تُرُوَّج في البرامج الترفيهية، من خلال دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة بسكرة، بوصفهم من الفئات النشطة في استخدام الإعلام الرقمي، وأكثريهم تفاعلاً مع هذه البرامج. وقد حاولت الدراسة فهم تمثلات هذه الفئة للرسائل التي يقدمها برنامج "قسمة ونصيب"، وتحليل طبيعة المواقف التي يتبنونها، وتأثيراتها المحتملة على المستوى السلوكي والفكري. وتأسيساً على ذلك، تم تقسيم المذكورة إلى ثلاثة محاور أساسية جاءت وفقاً للهيكل التالي:



الفصل الأول : تم فيه تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، مع بيان أسباب اختيار الموضوع، وأهميته، وأهدافه. كما ضُبطت المفاهيم والمصطلحات الأساسية، واستُعرضت المقاربات النظرية المؤطرة للبحث، مع تحديد نوع الدراسة ومنهجها، وأدوات جمع البيانات، بالإضافة إلى شرح إجراء الصدق والثبات، وتحديد المجالات الثلاثة للدراسة: المكاني، الزمني، والبصري.

الفصل الثاني : جاء الجزء الأول بعنوان "البرامج الترفيهية في الإعلام المعاصر"، حيث تم التطرق إلى مفهوم الترفيه، ونشأة البرامج الترفيهية وتطورها، وتصنيفاتها، وأهميتها ووظائفها، قبل أن يُختتم بتحليل التأثيرات القيمية والاجتماعية للبرامج الترفيهية، لاسيما في ظل الإعلام الرقمي.

أما الجزء الثاني تناول "القيم السلبية وتأثيراتها على المجتمع"، من خلال تعريف القيم وتصنيفاتها وخصائصها، مع التركيز على القيم السلبية، ثم تحليل التأثيرات السلوكية والفكرية التي قد تنشأ لدى الجمهور المتابع لهذه البرامج، مع إسقاط خاص على برنامج "قمة ونصيب".

الفصل الثالث: تم تخصيصه لعرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها، انطلاقاً من تفريغ البيانات، والتعامل مع الجداول الإحصائية البسيطة والمركبة، وصولاً إلى مناقشة نتائج البحث في ضوء الإطارين النظري والمنهجي.

وعليه، تهدف هذه الدراسة إلى تسلیط الضوء على واحدة من الظواهر الإعلامية والاجتماعية المعاصرة، من خلال مقاربة علمية تعتمد على التحليل المزدوج للمضامين الإعلامية من جهة، وتمثلات الجمهور من جهة أخرى، بما يسمح بفهم أعمق للعلاقة بين المحتوى الإعلامي والقيم الاجتماعية في ظل الإعلام الرقمي الترفي

الفصل الأول

موضوع الدراسة ومنهجيتها

أولاً: موضوع الدراسة

1. الدراسات السابقة

2. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

3. مفاهيم ومصطلحات الدراسة

4. نظرية الدراسة

5. أسباب اختيار الموضوع

6. أهمية الدراسة

7. أهداف الدراسة

ثانياً: منهجية الدراسة

1. نوع ومنهج الدراسة

2. أدوات جمع البيانات

3. مجتمع الدراسة

4. عينة الدراسة

5. إجراءات الصدق والثبات

6. مجالات الدراسة

أولاً: موضوع الدراسة

1- الدراسات السابقة :

تعد الدراسات السابقة ركيزة أساسية في بناء أي بحث علمي، إذ تتيح للباحث فهم الخلفية العلمية المرتبطة بموضوعه، والتعرف على المناهج التي تم إتباعها، وال المجالات التي تم تناولها سابقاً. كما يعد التعقيب على الدراسات السابقة خطوة جوهرية توضح مكانة البحث الحالي في هذا السياق، من خلال إبراز أوجه التشابه والإختلاف، وحدود الاستفادة منها مقارنة بما تم دراسته من قبل .

الدراسة الأولى: محمد بقرة - الجزائر - (2024)¹

إشكالية الدراسة : مطابيعة الصراع القيمي في البراج الفضائية المغاربية

تساؤلات الدراسة :

- تساؤلات الدراسة التحليلية:

- مطابيعة اللغة المستخدمة في عرض وتقديم البرام عينة الدراسة؟

- ماهي القوالب التي تقدم بها فقرات هذه البرامج ؟

-مانوع الضيوف بهذه البرامج وما مدى ملائمتهم للموضوع البرنامج ؟

-ما مدى ملائمة تخصصات الضيوف لموضوعات البرنامج؟

¹ - محمد بوقرة، صراع القيم في برامج الفضائية المغاربية دراسة تحليلية ميدانية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث، جامعة قسطنطينة، سنة 2024

- تساؤلات الدراسة الميدانية:

- ما هو مظاهر تجلي صراع القيم في هذه البرامج من وجهة نظر الطلبة المبحوثين؟
- مامدى موافقة الطلبة المبحوثين حول التزام هذه البرامج بأبعاد مسؤولية الأخلاقية نحو المشاهدين ؟
- ماهي الأطر الإعلامية الظاهرة في البرامج عينة الدراسة والتي أدت إلى إخفاء قيم معينة دون أخرى حسب رأي الطلبة المبحوثين ؟

منهج الدراسة وأدواتها: يستخدم الباحث منهجه المصح الوصفي الإعلامي التي تهدف إلى تحليل المضمون الإعلامي وتحديدا المضمون الإعلامي السمعي البصري، إعتمادا على استماره تحليل محتوى السمعي البصري

نتائج الدراسة :

أن القيم الإيجابية المتجالية بكثرة في البرنامج، هي قيم التكافل الاجتماعي والبعد التواصلي في الحوار ، وتسليط الضوء على بعض الطابوهات في المجتمع المغاربي لمحاولة معالجتها ،في حين أن القيم السلبية الأكثر تجليا تمثلت في إهمال اللغة العربية الأم في الحوار داخل البرنامج والإعتماد على اللهجات العامية ،وكذا إنتشار قيم التشهير وفضح الأسرار البيوت وعدم إحترام المشاهدات العائلية والدوق العام .

الدراسة الثانية: نصيرة سحنون - الجزائر-(2015) الدراسة ²

إشكالية الدراسة : هل تلبي البرامج الترفيهية في القنوات الجزائرية العمومية حقيقة إحتياجات الجمهور من الترفيه؟ وما هي بالمقابل الإحتياجات والطلبات اللازم إشباعها لهذا الدور وتناسب مع قيم المجتمع الجزائري؟

فروض الدراسة:

- إن الترفيه الأكثر أنواع البرامج جاذبية في التلفزيون وأبرز موضوعاته لكن عرضه في بعض الأشكال والمضمams المتدنية جعل هذا النوع عرضة للإنقاذ .
- كلما إرتفع الوعي والمستوى العلمي والثقافي لدى الجمهور ،كلما قل التقبل للمستويات الرديئة من البرامج الترفيهية وزاد النقد والتقويم .
- هناك نماذج معينة من المواد الترفيهية التي تروج أكثر من غيرها لقيم الإجتماعية الداخلية .

منهج الدراسة وأدواتها: لأن هذه الدراس تدرج ضمن البحوث الوصفية إعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسح بعتباره من أنساب المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية ، مع الإعتماد على أدات الإستبيان.

نتائج الدراسة :

- أن الترفيه هو أكثر أنواع البرامج جاذبة في التلفزيون وأبرز موضوعاته لكن عرضه في بعض الأشكال والمضمams المتدنية جعل هذا النوع عرضة للإنقاذ .

²-نصيرة سحنون،الترفيه في التلفزيون وعلاقته بالقيم الاجتماعية دراسة وصفية تحليلية لعينة من مشاهدي البرامج الترفيهية في التلفزيون الجزائري ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والإتصال ،جامعة الجزائر ،سنة 2015

- إن مدة المشاهدة لا تعتبر ذات أهمية كبيرة، حيث يقضي 71% من المشاهدات المبحوثين وقتاً قصيراً في متابعة المواد الترفيهية يدوم حوالي ساعة إلى أقل من ذلك يومياً وهذا بحكم إنشغالاتهم بأمور مختلفة تتناسب مع قدرتهم.

- تعد الأنترنا توسيلة ترفيهية تستقطب إهتمام كل الشاهدين المستجوبين بعد مشاهدة التلفزيون لأنها وسيلة جذابة وجامعة تناسب العديد من الفئات الاجتماعية .

– يعتقد المشاهدين المبحوثون صغار السن وغير المتزوجين والحاصلين على درجات علمية عليا أن التلفزيون الجزائري لم يحقق لهم الإشباع من التسلية والترفيه خاصة الإشباعات البعيدة والهادفة والبناءة ، وأقصى ما إستطاع تحقيقه هو الإسترخاء وتمضية الوقت لفئة قليلة من المشاهدين عبر المسلسلات والأفلام والبرامج الفكاهية.

³ الدراسة الثالثة : محمد عبد الرحيم سلوم - عمان - (2020)

إشكالية الدراسة : ما أثر المضامين الإعلامية في موقع شبكة اليوتيوب على اليافعين في الوطن العربي ؟

أسئلة الدراسة :

- ما الهدف من استخدام الانترنت من قبل اليافعين ؟

- ما المضامين الإعلامية الأكثر مشاهدة من قبل اليافعين على موقع شبكة اليوتيوب؟

- ما الأسباب التي تجعل اليافعين يقضون ساعات طوالة على موقع اليوتيوب؟

³ محمد عبد الرحيم سلوم ، أثر المضامين الإعلامية على اليافعين المستخدمين لموقع اليوتيوب في العالم العربي دراسة مسحية ، رسالة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، سنة 2020

- مامدى مساهمة الضروف المجتمعية للأسرة على إقبال اليافعين على إستخدام موقع اليوتيوب؟
- ما التأثير السلبي الذي يحد ثه اليوتيوب على اليافعين في الوطن العربي ؟
- ما التأثير الإيجابي الذي يحد ثه موقع اليوتيوب على اليافعين في الوطن العربي ؟
- مادر الأهل في توجيه أبنائهم خلال مشاهدتهم المضامين الإعلامية المتاحة ؟
- ما الإشاعات التي يحققها موقع اليوتيوب بتحقيقها للإيافعين ؟
- هل هناك علاقة بين المتغيرات الديمografية لعينة الدراسة (الجنس ,المستوى الدراسي ,مدة الإستخدام) وتأثير اليوتيوب على اليافعين؟

منهج الدراسة وأدواتها : لتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ، كما إستخدم أداة الإستبيان كوسيلة لجمع المعلومات .

نتائج الدراسة :

أظهرت نتائج الدراسة أن أغالبية اليافعين يستخدمون التطبيقات الإلكترونية و موقع اليوتيوب في المنزل ، كما أنهم يقضون ساعات طويلة على الشبكة بسبب الملل والفراغ و لإضاعة الوقت ، وأن للأسرة دور كبير على إقبالهم على شبكة الإنترنـت . ومن أبرز التأثيرات الإيجابية والإشاعات المتحققـة هو التعرف على أصدقاء جدد من جنسـيات مختـلة وتعـبـة وقت الفراغ والتسلية و أوصـت الـدراسة إلى ضرورة تـثـقـيفـ اليـافـعـينـ من خـلـالـ الـدـرـوـسـ التـوـعـوـيـةـ لـكـيـفـيـةـ إـسـتـخـدـامـ الإنـتـرـنـتـ بشـكـلـ صـحـيـ وـتـحـديـرـهـ مـنـ مـخـاطـرـهـ وـتـكـثـيـفـ وـعيـ الأـهـلـ تـجـاهـ أـلـاـدـهـمـ وـزـيـادـهـ إـهـتـمـامـهـ بـهـمـ .

الدراسة الرابعة : أمانى العزام (2021)⁴

إشكالية الدراسة : مطبيعة إستخدام طلاب الجامعات الأردنية لبرامج تلفزيون الواقع والإشبعات التي يحققها لهم ، وما مدى انعكاس هذا الإستخدام على قيمهم الأخلاقية وسلوكية ؟

التساؤلات الفرعية :

- مطبيعة وعادات وأنماط متابعة طلبة الجامعات الأردنية لبرامج التلفزيون الواقع؟
- ما الإستخدامات والإشبعات التعودية والفعوية التي تدفع طلبة الجامعات الأردنية إلى التعرض لبرامج تلفزيون الواقع وما تحققه لهم ؟
- ما القيم وعادات الأخلاقية التي يكتسبها طلبة الجامعات الأردنية من هذه البرامج ؟
- ما التأثير الذي تخلفه القيم التي تبث في هذه البرامج على سلوكيات طلبة الجامعات الأردنية؟

منهج الدراسة وتساؤلاته : إعتمد الباحث على المنهج الوصفي عبر توزيع إستبانة على عينة عشوائية من 400 مفردة من طلبة جامعيي اليرموك وجدارا.

نتائج الدراسة :

وأظهرت نتائج الدراسة أن غالبية المشاركين لا يتبعون برامج التلفزيون الواقع بشكل مستمر، حيث بلغت نسبة المتابعين أحيانا 39,3% والدائمين 34% بينما يعتبر 12,2% فقط أن هذه البرامج ترفيهية. كما أشارت النتائج إلى أن هذه البرامج تؤثر على إنتشار مفهوم الحرية بمعناه السلبي بنسبة 2,57%، وتؤثر على إنفعالات الشباب الأخلاقية بنسبة 1,33% .

⁴ - أمانى العزام ، استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لبرامج تلفزيون الواقع وتأثيراتها "دراسة مسحية" ،جامعة اليرموك،سنة 2021

وأظهرت أن البرامج تجعل المحرمات أمراً طبيعياً لدى البعض بنسبة 1,27%. ومن أبرز أسباب عدم متابعة هذه البرنامج: عدم وجود هدف واضح لها بنسبة 30,6%، وإستهدافها للعقل بنسبة 24,6%، وضعف الاهتمام بها بنسبة 28,4%. أما نسبة استخدام الشباب الجامعي الأردني لخدمات التلفزيون الواقعي فقد بلغت 2,80%.

- التعقيب على الدراسات السابقة وحدود الإستفادة منها:

في هذا الإطار يهدف التعقيب الحالي إلى تحليل مدى توافق أو تباين دراستي ، التي تتناول "إتجاهات الجمهور نحو القيم السلبية في البرامج الترفيهية - دراسة مسحية على عينة من متابعي برنامج قسمة ونصيب" ، مع أربعة دراسات سابقة ذات صلة بموضوع القيم الإعلامية وتأثيرها على الجمهور ، سواء من حيث الموضوع ، الأهداف أو المنهجية .

الدراسة الأولى (محمد بوقرة، 2024) تشارك هذه الدراسة مع البحث الحالي في إعتماد المنهج التحليلي ، إذ يركز كلاهما على تحليل القيم الإعلامية وتأثيرها على الجمهور وتوجهاتهم نحوها. ومع ذلك يبرز الاختلاف في طبيعة البرامج والعينة المستهدفة، حيث تناولت دراسة بوقرة القيم في البرامج الفضائية المغربية بشكل عام ، مع إتباع منهج تحليلي واسع النطاق ، بينما ركزت الدراسة الحالية على برنامج محدد يعرض عبر منصة رقمية حديثة ، مما يجعل العينة أكثر تخصصا. كما تختلف المنهجية بين الدراستين ، حيث إعتمدت الدراسة الأولى التحليل الميداني لمحتوى البرامج ، بينما إستخدمت دراستي منهجية المسح لاستطلاع آراء الجمهور. وقد إستندت من هذه الدراسة في بناء الإطار النظري ، خاصة فيما يتعلق بالمفاهيم المرتبطة بالقيم الإعلامية والنظريات التي تفسر تأثير المحتوى الإعلامي على الجمهور.

الدراسة الثانية (نصيرة سحنون 2015) تتقاطع هذه الدراسة مع البحث الحالي في الإهتمام بالقيم المرتبطة بالمحظى الترفيهي وتأثيرها على الجمهور، وإستخدام المنهج التحليلي لفهم الظاهرة الإعلامية. كما يتشابهان في دراسة تلقي الجمهور للمحتوى الإعلامي وتأثيره على منظومة القيم لديهم. إلا أن الاختلاف يكمن في منهج البحث ، حيث إعتمدت دراستي على المنهج المسحي لاستطلاع آراء الجمهور ، بينما إستخدمت دراسة سحنون المنهج الوصفي التحليلي لمحتوى البرامج وتأثيرها، كما تختلف طبيعة البرامج المدروسة ، فالبحث الحالي ركز على برنامج "قسمة ونصيب "على اليوتيوب ، في حين تناولت الدراسة الثانية البرامج الترفيهية في التلفزيون الجزائري. وقد تم الاستفادة من هذه الدراسة في اختيار الأدوات البحثية المناسبة لجمع البيانات وتحليلها، كما قدمت منهجيتها نموذجا يمكن البناء عليه في دراسة تأثير البرامج الترفيهية على القيم الاجتماعية لدى الجمهور.

الدراسة الثالثة (عبد الرحيم سلوم 2020) تلاقى هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في إعتماد المنهج الميداني ، ودراسة تأثير الوسائل الإعلامية على الجمهور ، كما يشتركان في الاهتمام بالمحظى الإعلامي في الوسائل الرقمية ، سواء تلفزيون أو يوتيوب ، كذلك يتشابهان في إستهداف عينة من الجمهور لدراسة تصوراتهم وسلوكياتهم ، بالإضافة إلى تناول القيم الاجتماعية المرتبطة بالمحظى الإعلامي . ومع ذلك يبرز الاختلاف في موضوع الدراسة إذ يركز بحثي على القيم السلبية في البرامج الترفيهية ، بينما تناولت دراسة سلوم تأثير المحتوى الإعلامي على فئة اليافعين ، مما يعني إختلاف الفئة العمرية المستهدفة . كما أن البحث الحالي يركز على يوتيوب بينما تطرقت الدراسة السابقة إلى التلفزيون والمحتوى الإعلامي بشكل عام . وقد أفادتني هذه الدراسة في تحديد المفاهيم الأساسية المتعلقة بالقيم الإعلامية وتأثيراتها ، مما أسهم في بناء الإطار النظري ، بالإضافة إلى الاستفادة من المنهجية العلمية في تصميم الاستبيان.

الدراسة الرابعة (أمانى عزام 2021) تتشابه هذه الدراسة مع البحث الحالى في دراسة تأثير البرامج الترفيهية على الجمهور ، كما يشتركان في استخدام البحث الميداني أو المسحى لفهم إتجاهات الجمهور ، كذلك تستهدف كلا الدراستين طلبة الجامعات ، مما يعكس إهتماما مشتركا بفئة الشباب وتأثيرهم بمحظى البرامج الترفيهية . رغم هذا التشابه يبرز الإختلاف في طبيعة البرامج والمنصة الإعلامية ، فقد ركزت دراسة عزام على برامج تلفزيون الواقع التقليدية، بينما تناولت الدراسة الحالية البرامج الترفيهية عبر المنصات الرقمية وتأثيرها على القيم السلبية في المجتمع . وقد تم الإستفاد من هذه الدراسة في توظيف بعض أدوات البحث ، مثل الإستبيان . مع تعديلاها لتناسب منصة يوتيوب ، كما إستخدمنا من إطارها النظري في تحليل تأثير الإعلام الترفيهي على الجمهور .

يتضح من خلال تحليل الدراسات السابقة أن دراستي تتميز بتركيزها على برنامج ترفيهي محدد يعرض عبر المنصات الرقمية ، مما يعكس حداة الموضوع وأهميته في ظل التحولات الرقمية الراهنة . وعلى الرغم من التشابه مع الدراسات السابقة في تحليل القيم الإعلامية وتأثيرها على الجمهور ، فإنها تقدم منظورا جديدا يسلط الضوء على إتجاهات الجمهور نحو القيم السلبية مع إسهام واضح في سد الفجوات البحثية المتعلقة بالإعلام الرقمي .

2- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها :

يشهد الواقع الإعلامي تطوراً متسارعاً في العقود الأخيرة بفعل الثورة الرقمية وإنشار منصات التواصل الاجتماعي، مما أدى إلى تغيرات جوهرية في طبيعة المحتوى الإعلامي. فلم يعد الجمهور يقتصر على إستهلاك المحتوى التقليدي عبر القنوات التلفزيونية، بل أصبح مشاركاً في صناعته من خلال التفاعل والتعليق والمشاركة. ويعد اليوتيوب من أبرز المنصات التي أسهمت في هذا التحول، إذ أتاح فضاءً واسعاً لإنتاج محتواً وبرامج متعددة، لا يخضع دائماً للرقابة الصارمة التي تفرضها وسائل الإعلام التقليدية، مما جعله بيئة خصبة لانتشار مضمون مختلفة سواء إيجابية أو سلبية.

في هذا السياق برزت البرامج الترفيهية الرقمية كأحد أبرز أنواع المحتوى الترفيهي المصمم خصيصاً للعرض على المنصات الرقمية مثل، يوتيوب، نتليكس، فيسبوك، وتيك توك، دون أن تمر عبر القنوات التلفزيونية التقليدية. وتتميز بعض هذه البرامج بإنتاج إحترافي أو شبه إحترافي يحاكي الجودة التلفزيونية، وتعتمد على تفاعل الجمهور من خلال التعليقات والإعجابات والمشاركة، مما يؤثر على مدى إنتشارها.

في ظل هذه البيئة الإعلامية التنافسية الشديدة، أصبح معيار النجاح مرتبطاً بعدد المشاهدات والتفاعل الجماهيري، مما دفع المنصات الرقمية إلى التركيز على تقديم محتوى يثير إهتمام الجمهور بشكل فوري، بغض النظر عن قيمته الثقافية أو التربوية. وقد أدى ذلك إلى إنتشار "الترفيه السطحي"، الذي يعتمد على إثارة العاطفة والجدل الفارغ، على حساب البرامج ذات الجودة والعمق الفكري، والتي غالباً ما يتم تهميشها لصالح تحقيق الشهرة والانتشار السريع.

لقد أدى هذا التحول إلى هيمنة الطابع الترفيهي على وسائل الإعلام الاجتماعي ، حيث لم يعد الترفيه محصورا في دوره التقليدي، بل تحول إلى أداة إستراتيجية لنشر سلوكيات ومعتقدات قد يكون لها تأثيرات غير إيجابية على الأفراد والمجتمعات . ففي كثير من الأحيان ، يتم الترويج لقيم ومفاهيم خاطئة ، أو تعزيز ثقافة الإستهلاك المفرط، أو تركيز على المظاهر بدل الجوهر ، مما يساهم في إعادة تشكيل الوعي الاجتماعي بطرق قد تكون خطيرة ، خاصة على فئة الشباب.

في هذا السياق ، تبرز أهمية دراسة إتجاهات الجمهور نحو القيم السلبية التي تطرحها البرامج الترفيهية وتأثيرها على تشكيل الوعي الاجتماعي . ويعود برنامج قسمة ونصيب نموذجا للبرامج التي حظيت بمتابعة واسعة على منصة اليوتيوب، مما يطرح تساؤلات حول تأثير هذه البرامج على الجمهور . ومن هنا تسعى هذه الدراسة إلى تحليل إتجاهات الجمهور نحو القيم السلبية في البرامج الترفيهية على اليوتيوب ، من خلال دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة بسكرة ، وذلك لفهم مدى تأثير هذا النوع من المحتوى على تشكيل الوعي الاجتماعي ومدى إدراك الجمهور للقيم التي يروج لها ، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر . وللإحاطة بهذه الإشكالية وتحليلها طرحتنا التساؤل التالي :

لتساؤل الرئيس:

"ما إتجاهات المتابعين نحو القيم السلبية المتضمنة في برنامج قسمة ونصيب ؟"

التساؤلات الدراسية:

1. ما دوافع إقبال الطلبة على متابعة برنامج قسمة ونصيب ؟
2. ما القيم السلبية المتضمنة في برنامج قسمة ونصيب من وجهة نظر عينة الدراسة ؟

3. ما إنعكاسات هذه القيم السلبية على سلوكيات الطلبة من وجهة نظر عينة الدراسة؟

3- مفاهيم الدراسة :

تعد عملية تحديد المفاهيم الأساسية خطوة مهمة في أي دراسة ، حيث تساعد في توجيه البحث وتوضيح جوانب المشكلة في دراستنا هذه نركز على مفهومي "القيم" والبرامج الترفيهية "باعتبارهما محورين رئيسيين لتحليل تأثير برنامج "قسمة ونصيب" . تحديد هذه المفاهيم يسهم في فهم تأثير هذه البرامج على القيم الاجتماعية والثقافية .

1- القيم :

- القيم لغة: تُعد القيم من الألفاظ ذات المعاني المتعددة في اللغة ،في قواميس اللغة الإنجليزية تعرف كلمة (Value) بأنها مفهوم يعني الشيء الثمين ذو الأهمية، ويرجع في أصله الاشتقaci إلى الفعل اللاتيني (Valeo) الذي يدل على القوة، ومعناه الأصلي «أنا قوي»، أو «أنا أتمتع بصحة جيدة». فيشمل من هذه الناحية الشجاعة والصلابة والقوة، ومعاني أخرى كالتأثير في الأشياء ، والقدرة على ترك بصمات قوية عليها. كما تعني الوقوف والاستواء والاعتدال وبلغة⁵

- إصطلاحا: يعرفها البعض أنها "أحكام مكتسبة من الظروف الاجتماعية يتشربها الفرد ويحكم بها وتحدد مجالات تفكيره وتحدد سلوكه وتأثير في تعلمه "ويرى ماسلو" أن مفهوم القيم مرده الحاجات الأساسية التي تسعى إلى الإشباع فالحاجات الأساسية هي التي تؤسس الكائن بيولوجيا وتحدد له نسق اختياراته فهي تبدأ بمثابة قيم بيولوجية ثم تحول بفعل النمو والتعليم والتدريب إلى

⁵ مصطفى شربال، مفهوم القيم في الفلسفة والعلوم، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 4 – العدد 4، جامعة سطيف 2، 2021، ص 521

قيم إجتماعية .ويعرفها **كلوكلاهون**:القيمة أنها تصور ظاهر أو مضرر يميز الفرد أو الجماعة لما هو مرغوب يؤثر في الإختياريين الوسائل و الغايات المتاحة للسلوك .⁶

- **إجرائيا** :تعرف القيم على أنها الأنماط السلوكية والمبادئ أو الرسائل الأخلاقية وغير الأخلاقية التي يتم تقديمها أو ترويجها من خلال برنامج "قسمة ونصيب ".ويتم تحديد القيم السلبية التي تعالجها الدراسة بناء على مجموعة من المعاير تشمل ، التصرفات السلبية مثل التلاعبل والإهانة، التقليل من شأن الآخرين ، أو تشويه صورة العلاقات الاجتماعية.المواقف المقدمة، والتي تشمل الأحداث أو المواقف التي تعكس خرقاً للقيم الأخلاقية أو الثقافية المقبولة في المجتمع . الرسائل الضمنية، وهي الأفكار أو الصور التي قد تؤثر على تشكيل الوعي والسلوكيات بطريقة غير إيجابية.

2- البرامج الترفيهية :

إصطلاحا:تعرف البرامج الترفيهية بأنها البرامج التي تهدف إلى تحقيق أهداف المرسل من خلال المضامين التي تصاغ في إشكال وقوالب متنوعة وجذابة ومشوقة كالأفلام والدراما والموسيقى والغناء والألعاب والمسابقات وبرامج المنوعات والمسابقات الرياضية ..إلخ، التي يجد فيها المشاهد ترفيه وتسليه ومتعة تريحه من مشكلات الحياة اليومية.⁷

كما تعرف أنها برامج يدخل في بنائها الكلمة والموسيقى والغناء حيث يتشكل منها مادة لتسليه المشاهدة والترفيه عنه، وهذا لا يمنع من أن تحمل إلى المشاهدة بعض المعلومات والفوائد العامة الممزوجة بالتسليه والترفيه.ويقصد بها أيضاً أنها برامج ترتكز على الجانب الإنساني والمواقف

7 رابح خدوسي ، موسوعة الأمثال الجزائرية ،دار الحضارة ،الجزائر ص.8.

8 م.م.نور وليد مسلم،**سلبيات تعرض الجمهور للبرامج الترفيهية في القوات الفضائية**، مجلة الجامعة العراقية ، العدد 48 ج 1، دون سنة 489،

الاجتماعية ، فهي مواقف إنسانية صاحكة تحمل في طياتها مضامين إجتماعية وثقافية بهدف إمتاع المشاهدين حسياً و ذهنياً⁸ .

إجرائياً : هي تلك البرامج التي تعرض عبر وسائل الإعلام المختلفة، تهدف إلى تقديم محتوى يركز على التسلية وإمتاع الجمهور، من خلال أشكال متنوعة مثل الألعاب، المسابقات، المشاهد التمثيلية، أو البرامج الحوارية ذات الطابع الخفيف. يتميز هذا النوع من البرامج بقدرته على جذب شريحة واسعة من المشاهدين، من خلال تقديم موضوعات تحاكي اهتماماتهم وتلبى احتياجاتهم النفسية والإجتماعية. وفي إطار هذه الدراسة، يعرف البرنامج الترفيهي "قسمة ونصيب" كنموذج لتحليل القيم السلبية التي قد تتعكس من خلاله، بما في ذلك السلوكيات والرسائل التي قد تساهم في تعزيز أنماط تفكير أو ممارسات تتعارض مع القيم الثقافية أو الأخلاقية للمجتمع. يتم التركيز على هذه القيم السلبية كمحور للتحليل لفهم تأثير البرنامج على الجمهور، خاصة فيما يتعلق بالسلوكيات والعادات التي يمكن أن يروج لها بشكل مباشر أو غير مباشر .

4- عرض المقارب النظرية المعتمدة وعلاقتها بدراسةنا :

ترتکز هذه الدراسة على إطار نظري يعتمد على نظرية الاستخدامات والإشاعات، التي تُعنى بفهم كيفية اختيار الأفراد للبرامج الإعلامية، وبخاصة الترفيهية، استناداً إلى احتياجاتهم ودوافعهم النفسية والاجتماعية. وتساعد هذه النظرية على تفسير العلاقة بين المحتوى الإعلامي وتقضيات الجمهور، من خلال ما يسعى إليه المشاهد من إشباع لحاجاته، سواء كانت معرفية أو وجدانية أو اجتماعية. ويسهم هذا المدخل في تحليل كيفية تأثير برنامج "قسمة ونصيب" على

9- د. إبراهيم محمد فتحي غزال، **البرامج الترفيهية عبر القنوات الفضائية والإسعاف الثقافي دراسة في علم الاجتماع** ، كلية الآداب - جامعة المنوفية، دون سنة، ص 306.

اتجاهات الطلبة نحو القيم السلبية، من منطلق أن أنماط المشاهدة لا تم بشكل عشوائي، بل بدوافع ذاتية تؤثر في إدراكيهم وتقييمهم للمضامين المعروضة.

- نظرية الاستخدامات والإشاعات :

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشاعات من بين المرجعيات النظرية التي تُتَّخذ لفهم استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، إلى جانب مختلف النظريات المفسرة لذلك. تأسست هذه النظرية على أنماط نظرية التأثير، وحولت نظرة الباحثين من مجرد البحث فيما تفعل وسائل الإعلام بالجمهور إلى تحويل السؤال إلى: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟⁹

وفي هذا السياق، فقد فتحت نظرية الاستخدامات والإشاعات الأفق لدراسة العلاقات القائمة بين الجمهور ووسائل الإعلام منذ منتصف السبعينيات من القرن الماضي، من منظور ما يفعله الفرد بالصحيفة والمجلة والفيلم والإذاعة والتلفزيون. وبالتالي، تبُوا هذا المنظور مكانة بارزة في بحوث الإعلام والاتصال، بعد أن اتجه إلى معرفة ما يجنيه الجمهور من الوسائل المذكورة، بدل الانسياق وراء البحث عن تأثير وسائل الإعلام، الذي تبيّن أنه تراكمي ويحصل على المدى الطويل عبر مستويات مختلفة، ولا يحدث بشكل آني ومتزامن مع الاستخدام، كما يصعب عزله عن تأثير بقية المؤسسات الاجتماعية والثقافية¹⁰.

وقد تطور هذا المفهوم بشكل أكثر دقة في دراسة بلومر وكاتر Blumer et Katz سنة 1969، التي أُجريت على الانتخابات العامة البريطانية. ومن خلالها تم التعرف على أسباب المشاهدة أو

⁹ أ. رaisi على إيتسم، نظرية" الاستخدامات والإشاعات " وتطبيقاتها على الإعلام الجديد، مجلة الدراسات والأبحاث، العدد 25، جامعة وهران، الجزائر، 2016، ص205

¹⁰ نصر الدين العياضي، التفكير في عدة التفكير مراجع نقدية لنظرية الاستخدامات والإشاعات في البيئة الرقمية، دراسة إعلامية، 2020، ص3

عدمها للحملات الانتخابية. وبعد هذه الدراسة، تم تحديد، من طرف كانز وبلومر وكورفيتش، أن مدخل الاستخدامات والإشاعات يقوم على دراسة الجوانب النفسية والاجتماعية للأفراد لتحديد الاحتياجات والتوقعات من وسائل الإعلام والمصادر الأخرى¹¹.

نطلاقاً من ذلك، تشير بحوث الاستخدامات والإشاعات إلى أن استخدام وسائل الإعلام يحقق مكافآت أو إشاعات يمكن توقعها أو التنبؤ بها من جانب أعضاء الجمهور، على أساس تجاربهم الماضية مع هذه الوسائل. فالباحث رايبرون صاغ أفكاراً حول مدخل الاستخدامات والإشاعات على أساس أن الإشاعات المتحققة لها صلة بتوقع ذاتي للجمهور، وأطلق عليها نظرية القيمة المتوقعة، وفي نفس الاتجاه يرى كانز أن حاجات الأفراد تظهر نتيجة للعوامل الاجتماعية والنفسية، وتدفعه الحاجة إلى رسم توقعات عن كيفية تلبيتها من خلال الاختيار بين التعرض لوسائل الإعلام أو التوجه لمصادر أخرى¹².

ومن الجدير بالذكر، أن كانز كان قد طرح مدخل الاستخدامات والإشاعات عام 1959، في مقال رد فيه على رؤية برنار برسون، الذي حكم على أبحاث حقل الإعلام بـ"الموت"، في حين رد عليه كانز بأن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات، كون تلك الفترة عرفت اهتماماً ببحوث الإقناع وكيفية تمكن وسائل الإعلام من التأثير على الجمهور، في حين أظهرت النتائج آنذاك ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور¹³.

¹¹ أ. رايس على إبتسام، نفس المرجع السابق، ص 206

¹² مدفوني جمال الدين، نظرية الاستخدامات والإشاعات من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الرقمي، مجلة الرسالة الدراسات

الإعلامية، العدد 3، جامعة الجزائر 3، 2019، ص 76

¹³ أ. رايس على إبتسام، نفس المرجع السابق، ص 206

وفي ضوء ماضي قامت نظرية الاستخدامات والإشباعات على عدد من الفروض التعليمية التي شكلت الأساس النظري للعديد من الدراسات ، ومن أبرزها ماورد على لسان كانتز وزملائه

- أن جمهور وسائل الإعلام مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يبحث عنها الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية ، وعوامل التفاعل الاجتماعي.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار المضمون الذي يشبع حاجاته. فالآباء هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليس العكس.
- يستطيع الجمهور أن يحدد حاجاته ودوافعه ، ومن ثم يختار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات .¹⁴

علاقة نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسةنا :

لقد أصبحت الوسائل الإعلامية أكثر تنويعاً وسهولة في الوصول ، مما أدى إلى تغير أنماط التلقي والتفاعل مع المحتوى المقدم ، ويعود يوتيوب من بين أبرز المنصات الرقمية التي أتاحت للجمهور متابعة مختلف أنواع البرامج ، بما في ذلك البرامج الترفيهية التي تشكل جزءاً أساسياً من المشهد الإعلامي الحديث إلا أن هذا النوع من المحتوى يثير جدلاً واسعاً حول القيم التي يروج لها وتأثيره على الجمهور ، وفي هذا السياق يصبح من الضروري دراسة كيفية تفاعل الجمهور مع هذه البرامج ، خاصة فيما يتعلق بالقيم السلبية التي قد تتضمنها ، وذلك لفهم مدى تأثير المتابعين بهذه القيم وتوجهاتهم إزاءها ، ومن هذا المنطلق تستند هذه الدراسة على نظرية

¹⁴ محمد بن سعود البشير، نظريات التأثير الإعلامي ، العبيكان للنشر، الرياض ، ط 1، 2014، ص 135

الإستخدامات والإشباعات باعتبارها إحدى النظريات الرئيسية في مجال الإعلام ، والتي ترکز على تفسير كيف يستخدم الأفراد وسائل الإعلام وكيفية تفاعلهم معها لتحقيق احتياجاتهم الشخصية والاجتماعية .

حيث تم الاعتماد الدراسة على توظيف نظرية الإستخدامات والإشباعات لفهم كيفية تفاعل طلبة جامعة بسکرة مع برنامج "قسمة ونصيب" على منصة يوتوب ، ستكون هناك محاولة لفحص كيف يحقق هؤلاء الشباب أهدافا مختلفة من خلال متابعة هذه البرامج ، مثل الترفيه أو الهروب من الطفوطة اليومية ، كما ستم دراسة القيم السلبية التي قد يتم إشباعها أو تعزيزها عبر هذا النوع من البرامج ، وكيفية تأثير ذلك على معتقداتهم وسلوكياتهم.

5- أسباب اختيار الموضوع :

لكل دراسة أسباب ودوافع تشكل الأساس الذي يدفع الباحث إلى تناول موضوع معين بالبحث، وتتنوع هذه الأسباب بين دوافع شخصية مرتبطة باهتمامات الباحث، وأخرى موضوعية تتعلق بأهمية الدراسة وإشكالياتها في السياق العام وتخالف هذه الأسباب بحسب طبيعة الموضوع والفترة الزمنية التي تتم فيها الدراسة، بناء على ذلك يمكن تلخيص أسباب اختيار هذه الدراسة في نقاط التالية :

أسباب ذاتية :

- التجربة الشخصية مع برنامج "قسمة ونصيب" لاحظت سلوكيات مثيرة للجدل، مما دفعني إلى تحليلها بشكل علمي لفهم تأثيرها على الجمهور .

- كون البرنامج يحظى بنسبة مشاهدة عالية بين فئة الشباب والطلاب ، فإن ذلك يثير تساؤلات حول مدى تأثيره على شكل قيمهم وسلوكياتهم .
- الإهتمام بدراسة التأثير الإعلامي على الفرد لفهم العلاقة بين المحتوى الإعلامي وقيم وسلوكيات المجتمع .

أسباب موضوعية:

- شعبية البرنامج خلال الموسم الحالي مما يجعله نموذجاً مناسباً لدراسة تأثير المحتوى الترفيهي على الجمهور
- دور الإعلام الاجتماعي في تشكيل القيم والسلوكيات نظراً لأن الإعلام يؤثر بشكل كبير على المجتمع ، فإن دراسة البرامج الترفيهية تسهم في فهم أعمق لتأثيرها على القيم الثقافية والاجتماعية
- إنتشار القيم السلبية في البرامج الترفيهية ، مثل السخرية والمظاهر المادية والتنميط الاجتماعي ، مما يتطلب تحليلاً علمياً لدراسة هذا التأثير ومعالجته .
- قلة الدراسات التحليلية والميدانية حول القيم السلبية في البرامج الترفيهية بشكل علمي .
- أهمية الشباب كفئة مستهدفة باعتبارهم الأكثر عرضة للتأثير بالمحظى الإعلامي ، فإن دراسة تأثير البرامج الترفيهية عليهم تساعد في فهم علاقتهم بالإعلام ودوره في تشكيل قناعاتهم وقيمهم .

6 - أهمية الدراسة:

تكمّن أهمية دراسة القيم السلبية في البرامج الترفيهية وخاصة برنامج "قسمة ونصيب" في عدّة جوانب رئيسية، من أبرزها :

- فهم تأثير الإعلام الاجتماعي والترفيه على القيم الاجتماعية والثقافية وذلك لتوضيح دور الإعلام في تشكيل المعتقدات والسلوكيات المجتمعية وتعزيز أو تقويض القيم الأساسية
- تقديم توصيات لصناع المحتوى لتحسين البرامج الترفيهية من خلال توجيههم نحو الابتكار في تقديم محتوى يتماشى مع القيم الثقافية والإجتماعية الإيجابية، مع التركيز على تحقيق توازن بين الترفيه والمسؤولية الاجتماعية .
- المساهمة في فهم العلاقة بين مشاهدة البرامج الترفيهية وسلوكيات الجمهور، خاصة لدى الشباب، كونهم الفئة أكثر عرضة للتأثير الإعلامي مما يجعل هذه الدراسة أداة لفهم توجهاتهم وتأثير البرامج على حياتهم اليومية .
- تشجيع المؤسسات الإعلامية على تحمل المسؤوليات الأخلاقية والإجتماعية في تحسين البرامج الترفيهية بهدف دفعها نحو تقديم محتوى أكثر إيجابية وتأثيراً يساهم في بناء مجتمعات واعية ومسؤولة .

7- أهداف الدراسة:

لقد حرصت الدراسة على تناول موضوع القيم السلبية في برنامج "قسمة ونصيب" من خلال التركيز على إستقصاء إتجاهات الجمهور نحو القيم السلبية التي يتضمنها البرنامج ، ومدى تأثيرها على سلوكهم وقيمهم، وفيما يلي تم تفصيل أهداف الدراسة إلى النقاط التالية .

- 1- التعرف على دوافع إقبال الطلبة على متابعة برنامج "قسمة ونصيب"
- 2- تحديد القيم السلبية التي يتلقاها الطلبة من خلال مشاهدة البرنامج "قسمة ونصيب".
- 3- دراسة إنعكاسات القيم السلبية المطروحة في البرنامج على سلوكيات المتابعين من الطلبة.

ثانياً: منهجية الدراسة وأدواتها :

1- نوع ومنهج الدراسة:

بالنظر إلى موضوع الدراسة التي تتعلق ب " القيم السلبية في البرامج الترفهية " مع التركيز على برنامج قسمة ونصيب, فإن هذه الدراسة تتنمي إلى حقل دراسة الوصفية التي تعتمد على استخدام المنهج المسحي لتحقيق أهداف البحث .

- **يعرف المنهج المسحي** : بأنه طريقة أو أسلوب الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية وعرض هذه البيانات في صورة يمكن الإستفادة منها سواء في بناء قاعدة معرفية أو تحقيق فروض الدراسة أو التساؤلات¹⁵. ويعرف أيضا أنه ذلك النوع من البحث الذي يتم بواسطته إستجواب جميع أفراد البحث أو عينة كبيرة منهم ، وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة

¹⁵ عدنان عوض, مناهج البحث العلمي , عمان , جامعة القدس المفتوحة , سنة 1994, ص 78

حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط دون أن يتجاوز ذلك دراسة العلاقة أو إستنتاج الأسباب¹⁶. حيث تم إعتماده في دراستنا باعتباره الأنسب لدراسة إتجاهات الجمهور نحو القيم السلبية في البرامج الترفهية، حيث يهدف هذا المنهج إلى وصف الظاهرة المدروسة وتحليلها من خلال جمع البيانات من عينة ممثلة للمجتمع محل الدراسة. ونظراً لكون بحثي يركز على آراء متابعي برنامج "قسمة ونصيب" فقد يمكننا هذا المنهج من قياس توجهاتهم بدقة، عبر رصد آرائهم وموافقتهم تجاه القيم المطروحة في البرنامج، كما يساعدنا في إستخلاص إستنتاجات كمية وكيفية حول مدى إنتشار هذه القيم وتأثيرها على الجمهور، وإعتماد الدراسة على جمع البيانات من عينة محددة مما يسمح لي ببناء تحليل موضعي مدعم بالبيانات، يعكس واقع الظاهرة قيد البحث ويوفر أساساً متيناً لإستخلاص النتائج والتوصيات.

2- أدوات جمع البيانات :

تعد أدوات البحث العلمي حسب سهيل رزق ذياب من الأدوات المهمة في جمع البيانات المتعلقة بموضوع البحث، فهي وسائل معايدة للحصول على البيانات اللازمة لموضوع البحث، كما تساعد على تحديد ما لدى الباحث من قدرات واستعدادات وطرق تفكير وبحث، ولذلك لا بد من أن يكون على ألفة بطبيعة البيانات التي تؤدي إليها وكذلك لا بد أن يكون لديه مهارة في استخدام هذه الأدوات وإعدادها، وتفسير البيانات التي تؤدي إليها¹⁷. ولقد إعتمدنا في دراستنا على أداتين وهما الإستبيان والملاحظة.

¹⁶ - محمد سرحان علي محمودي، مناهج البحث العلمي، الجمهورية اليمنية صنعاء دار الكتب، ط 13، سنة 1919، ص 52

¹⁷ - بقار منيرة، تصميم وبناء أدوات البحث العلمي، جامعة الجزائر 3، 2018، ص 1

الإستبيان: يعرف على أنها أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق إستماراة يجري تعبئتها من قبل المستجيب ، ويستخدم لجمع المعلومات بشأن معتقدات ورغبات المستجيبين ولجمع حقائقهم على علم بها ، ولهذا يستخدم بشكل رئيس في مجال الدراسات التي تهدف إلى إستكشاف حقائق عن الممارسات الحالية وستطلاعات الرأي العام والميول الأفرا.¹⁸ تم الإعتماد على الإستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات الكمية وذلك من خلال إستطلاع آراء الجمهور حول تأثير القيم السلبية في البرامج الترفهية . وقد تم توزيع الإستبيان على عينة من الطلبة جامعة بسكرة الذين يتبعون برنامج قسمة ونصيب على منصة يوتيوب، بهدف قياس إتجاهاتهم نحو القيم السلبية المطروحة في البرنامج، يتيح الإستبيان إمكانية الوصول إلى عدد كبير من المشاركين بسهولة وسرعة ، مما يسهم في تعزيز موثوقية النتائج وإمكانية تعميمها ، تم تصميم الإستبيان وفق مقياس ليكرت ، حيث إشتمل على ثلاثة محاور رئيسية وهي :

المحور الأول : دوافع متابعة برنامج قسمة ونصيب ويتضمن عشرة بنود.

المحور الثاني : القيم السلبية التي يتلقاها الطلبة من خلال البرنامج ويتضمن أيضا عشرة بنود.

المحور الثالث : إنعكاسات القيم السلبية على سلوك الطلبة يتضمن عشرة بنود.

يهدف هذا التقسيم إلى توفير رؤية متكاملة حول مدى تأثير المحتوى الإعلامي على توجهات وسلوكيات الطلبة ، مما يسهم في إثراء التحليل البحثي وإستباط النتائج بشكل دقيق وموضوعي.

الملاحظة: يمكننا تعريف الملاحظة على أنها المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما ، مع الإستعانة بأساليب البحث والدراسة التي تتلاءم مع طبيعة هذه الظاهرة . و تستخدمن في البحوث الميدانية لجمع البيانات

¹⁸ - فلاح حسن راهي، أدوات البحث العلمي ، الجامعة المستنصرية كلية الأدب دراسة الماجستير ، 2019، ص4

التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الدراسة النظرية أو المكتبة ، كما تستخدم في البيانات التي يمكن جمعها عن طريق الإستمار أو المقابلة أو الوثائق والسجلات الإدارية أو الإحصاءات الرسمية والتقارير أو التجريب. ويمكن تعريف الملاحظة بأنها : جهد حسي وعقلاني منظم ومنتظم يقوم به الباحث بغية التعرف على بعض المظاهر الخارجية المختارة الصريحة والخفية للظواهر والأحداث والسلوك الحاضر في موقف معين ووقت محدد.¹⁹ تم دعم نتائج الإستبيان بالملاحظة المباشرة ، حيث تم تحليل عدد من الحلقات من برنامج "قسمة ونصيب" لرصد وتحديد القيم السلبية التي يتم الترويج لها . وقد ساعدت الملاحظة في فهم طبيعة المحتوى المقدم ، ومدى تكرار بعض الرسائل السلبية ، وتأثيرها المحتمل على الجمهور .

بالإضافة إلى ذلك تم تحليل تعليقات المتابعين على الحلقات المنشورة عبر منصة يوتيوب ، حيث تعكس هذه التعليقات آراء الجمهور بشكل مباشر ، مما يوفر بيانات إضافية حول مدى تقبلهم أو رفضهم للقيم السلبية المطروحة في البرنامج . وبينما تسهم الملاحظة في إستكشاف الأبعاد الكيفية للظاهرة ، يساعد تحليل التعليقات في فهم كيفية تفاعل الجمهور مع المحتوى الإعلامي واستجابتهم له.

3- مجتمع الدراسة :

مجتمع الدراسة: هو المجتمع الأكبر أو المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة . ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ، ويتم تعليم نتائج الدراسة على كل مفرداته ، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامتها ، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه

¹⁹ - أ.د سلمان المشهداني، *منهجية البحث العلمي*، دار أسامة للنشر وتوزيع، الأردن- عمان، ط 1، ص 151

والإقترب منه لجمع البيانات ، والذي يعتبر عادة جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلي حاجات الدراسة وأهدافها ، وتختار منه عينة البحث²⁰.

وفي إطار هذه الدراسة، يتمثل مجتمع البحث في جميع الأفراد من طلبة جامعة محمد خيضر -بسكرة، الذين يتبعون برنامج "قسمة ونصيب" على منصة اليوتيوب ، حيث تم اختيار هذا المجتمع نظراً لإنتماء أفراده لفئة الشباب الجامعي، التي تعرف بمتلاكها مستوى من الوعي النقدي والقدرة على تحليل المحتوى الإعلامي ، إضافة إلى كونهم من أكثر الفئات استخداماً للمنصات الرقمية ومتابعة للبرامج الترفيهية. وبعد هذا المجتمع الأكثر إرتباطاً بموضوع الدراسة ، نظراً لما قد يتعرض له من تأثيرات ناتجة عن القيم السلبية المتضمنة في البرنامج المدروس . مما يجعلهم الفئة الأنسب لتحليل الإتجاهات قيد البحث.

4- عينة الدراسة :

تعرف العينة بأنها : "مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية ، ويجب أن تكون ممثلاً تمثيلاً صادقاً ومتكافئاً مع المجتمع الأصلي ، ويمكن تعميم النتائج عليه" وبعد اختيار العينة هدفاً مهماً واعياً لكل الدراستين والباحثين ، يتوقف عليه استخلاص النتائج ، ومن ثم تعميم نتائج الظاهرة المقاسة لمجتمع الأصل الذي إشتقت منه الظاهرة العلمية موضوع الدراسة والبحث.²¹ وتتقسم العينات إلى نوعين رئيسيين، العينة الإحتمالية حيث يمنح لكل فرد في المجتمع فرصة متساوية ليكون ضمن العينة. والعينة غير الإحتمالية ، لا يتم فيها اختيار الأفراد بشكل عشوائي ، بل وفق معايير يحددها الباحث.

²⁰- أ.طحة إلياس، نظام المعاينة في البحوث الاجتماعية والإعلامية، جامعة الأمير عبد القادر -قسنطينة- الجزائر، 2017، ص 1

²¹- أ.د. سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي ، مرجع سبق ذكره ، ص 85

وفي إطار هذه الدراسة تم الاعتماد على العينة القصدية (تعرف أيضاً بالعينة العمدية أو الغرضية) حيث يقوم الباحث باختيار هذه العينة اختياراً حرّاً على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها، فإذا أراد باحث أن يدرس تاريخ التربية في الأردن، فإنه يختار عدداً من المربين كبار السن كعينة قصدية تحقق أغراض دراسته، إنه يريد معلومات عن التربية القديمة في الأردن، وهؤلاء الأشخاص يحققون له هذا الغرض فلماذا لا يأخذهم كعينة؟ إذ ليس من الضروري أن تكون العينة ممثلاً لأحد. فالباحث في هذه الحالة يقدر حاجة إلى المعلومات ويختار عينته بما يحقق له غرضه²².

وقد تم إعتماد هذا النوع من العينات في هذه الدراسات باعتبارها الأنسب لطبيعة الموضوع وأهدافه، خاصة في ظل العدد الكبير لأفراد المجتمع ككل، فقد تم التركيز على فئة المتابعين فقط، بعتبرهم الفئة الأكثر إرتباطاً بالموضوع المدروسة والأقدر على تقديم بيانات دقيقة ووافية تخدم إشكالية البحث. وقد تم اختيار (61 مفردة) تمثل هذه الفئة بشكل يضمن تنوعاً كافياً وثراءً في الآراء، بما يسهم في تحقيق مصداقية النتائج وجودتها. ويستند هذا الإختيار إلى قناعة الباحث بأن أفراد هذه العينة يمتلكون من الخصائص والمعرفة ما يؤهلهم للإجابة على تساؤلات الدراسة بكفاءة، مما يجعل النتائج المتوصّل إليها ذات دلالة علمية رغم عدم الاعتماد على العشوائية في إختيار العينة.

5- إجراءات الصدق والثبات:

- **صدق الأداة:** يقصد بالصدق هو قدره الأداة على قياس ما أعدت لقياسه فعلاً، أي مدى تمثيلها الحقيقي للمفهوم الذي يقيسه. ويرى كثير من الباحثين أن صدق النتائج تعتمد في جزء كبير منها على الصيغة التي يصاغ بها الإختبار وعلى الطريقة التي ينفذ بها²³.

²² د.نوفان عبيات، آخرون، **البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه**، دار الفكرناشرون وموزعون، عمان، ط17، 2015، ص103

²³ د.حنان بشارة، د.نعميم بوعمورة، **الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية**، مجلة دراسات في علوم الإنسانية والمجتمع، جامعة جبل، مجلد 3، العدد 02، 2020، ص118

وفي إطار التأكيد من صدق الأداة، تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين ذوي الخبرة في مجال التخصص الإعلام والإتصال وهم: الأستاذة علمي نجاة والأستاذة نوي إيمان، والأستاذة تومي خنساء، وذلك بهدف تقييم فقرات الاستبيان من حيث سلامة الصياغة اللغوية والدقة المفاهيمية، فضلاً عن مدى ملاءمتها لقياس المتغيرات المستهدفة، بما يسهم في تعزيز صدق الأداة وموثوقية نتائجها.

- الثبات: هو المقياس الذي يعطي النتائج نفسها إذا قاس الشيء نفسه مرات متتالية تحت الظروف نفسها، أي عدم تناقض المقياس مع نفسه ولا تصل المقايس النفسية إلى دقة مقياس الظواهر المادية المختلفة كالطول والوزن والزمن²⁴.

1- دراسة ثبات الاستبيان والاتساق الداخلي:

أ- صدق وثبات التباين

الجدول رقم (01): نتائج اختبار صدق وثبات الاستبيان

عدد فقرات المحور	معامل ألفا كرونباخ	
10	0.903	المحور الأول
10	0.950	المحور الثاني
10	0.939	المحور الثالث

من إعداد الباحث: مخرجات برنامج SPSS V26

من خلال نتائج الجدول أعلاه يتضح لنا أن محاور الاستبيان تتتصف بالصدق والثبات وهذا من خلال قيم ألفا كرونباخ لمحاور الثلاثة حيث تتراوح نسبه بين 90% إلى 95% وهي

²⁴د. حنان بشارة، د. نعيم بعموشة، **الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 126

نسب عالية جداً مقبولة احصائياً، أي أن هذا الاستبيان مقبول حتى يعرض ميدانياً على عينة الدراسة وسوف يحقق نتائج مرضية لموضوع الدراسة وأيضاً حتى نجيب على فرضيات الدراسة.

بــ الاتساق الداخلي:

الجدول رقم (02): نتائج الاتساق الداخلي

المحور الرابع	المحور الثالث	المحور الثاني	
0.720 Sig=0.000	0.839 Sig=0.000	0.783 Sig=0.000	العبارة 1
0.816 Sig=0.000	0.849 Sig=0.000	0.732 Sig=0.000	العبارة 2
0.854 Sig=0.000	0.846 Sig=0.000	0.812 Sig=0.000	العبارة 3
0.729 Sig=0.000	0.748 Sig=0.000	0.511 Sig=0.000	العبارة 4
0.819 Sig=0.000	0.929 Sig=0.000	0.609 Sig=0.000	العبارة 5
0.842 Sig=0.000	0.866 Sig=0.000	0.762 Sig=0.000	العبارة 6
0.850 Sig=0.000	0.804 Sig=0.000	0.686 Sig=0.000	العبارة 7
0.721 Sig=0.000	0.838 Sig=0.000	0.771 Sig=0.000	العبارة 8
0.90 Sig=0.000	0.841 Sig=0.000	0.729 Sig=0.000	العبارة 9
0.805 Sig=0.000	0.759 Sig=0.000	0.754 Sig=0.000	العبارة 10

تبين لنا من خلال الجدول رقم (2) الذي معاملات ارتباط عبارات كل محور مرتبطة ارتباط إيجابي مع كل محور حدا.

المحور الأول: كل عبارته مرتبطة ارتباط طردي من متوسط إلى فوق قوي جدا حيث تتراوح نسب الارتباط بين 51.1% إلى 81.2% وهذه الارتباطات كلها معنوية عند مستوى 5%.

المحور الثاني: اتضح لنا أن معاملات ارتباط عبارات المحور الثاني عالية النسبة تتراوح بين 74.8% إلى 86.6% وهي نسب عالية جدا أي أنها لها علاقة ارتباطية عالية طردية عالية جدا.

المحور الثالث: أيضا نفس الملاحظة بالنسبة لهذا المحور فعبارته ذات ارتباط طردي قوي مع المحور الثالث.

6- مجالات الدراسة :

تُعد مجالات الدراسة من الأسس المنهجية الضرورية في أي بحث علمي، حيث تساعد على تحديد حدود الدراسة بدقة، وتمكن الباحث من فهم الإطار الذي تتنتمي إليه. وتتقسم مجالات الدراسة إلى ثلاثة أبعاد رئيسية: المجال البشري، والمجال المكاني، والمجال الزمني، والتي سيتم توضيحها كما يلي

- المجال البشري: ويتم في هذا العنصر بجمع المعلومات الخاصة بكل البشر الذين ينتمون لمجاله الجغرافي، وذلك من خلال التعرف على خصائصهم ومواصفاتهم من حيث الجنس. السن المستوى التعليمي الحالة الاجتماعية، مكان سكنهم أجورهم إذا كانوا عمالا.. وهو ما يصطلاح

عليه علماء الإحصاء المجتمع المعلوم²⁵. وفي إطار هذه الدراسة، تمثل المجال البشري في عينة من طلبة جامعة محمد خضر - بسكرة، المتابعين لبرنامج "قسمة ونصيب"، حيث تم اختيارهم بناءً على صلتهم المباشرة بالموضوع المدروس وقدرتهم على تقديم بيانات دقيقة تخدم أهداف البحث.

- المجال المكاني: عادة ما يتعلق بالمكان الجغرافي أو الجزء الذي ستجري به الدراسة الميدانية تحديداً... من خلال تحديد حدوده الجغرافية أو الطوبوغرافية بحيث يتسعى لأي شخص أن يتعرف على المكان بسهولة ويسر، وأن يتمكن من الوصول إليه تبعاً لهذا التحديد دون عناء²⁶. وفي هذه الدراسة، تمثل المجال المكاني في جامعة محمد خضر - بسكرة، باعتبارها الحاضنة الأكademية لعينة الدراسة، وموقع تنفيذ الاستبيانات وجمع البيانات.

- المجال الزمني: يقصد به تلك الفترة الزمنية التي استغرقتها الدراسة أو البحث، وذلك منذ البدء في طرح الموضوع للدراسة والبحث حتى الانتهاء منه بشكل نهائي، وقد جرت العادة عند تحديد المجال الزمني للبحث الاقتصار على الدراسة الميدانية تحديداً، ابتدءاً من النزول إلى الميدان الإجراء الدراسة الاستطلاعية، ثم النزول إلى الميدان لتطبيق الاستمارة التجريبية، ثم النهاية في مرحلة لاحقة... غير أن تحديد الفترة الزمنية لكن البحث منذ الاختيار وحتى كتابة التقرير النهائي تبقى محبذة²⁷. وقد امتدت الدراسة على مرحلتين رئيسيتين:

²⁵ د. مراد بلخير, مجالات الدراسة وحدودها في البحوث السوسيولوجية، مجلة رؤية للدراسات المعرفية والحضارية، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة، د.س، ص 203

²⁶ د. مراد بلخير, مرجع سبق ذكره، ص 202

²⁷ د. مراد بلخير, مرجع سبق ذكره، ص 200

- لمرحلة الأولى: من بداية شهر أكتوبر 2024 إلى نهاية شهر فيفري 2025، وتم خلالها اختيار عنوان الدراسة بالتنسيق مع المشرف، وجمع المعلومات النظرية، وإنجاز الإطار المنهجي، ووضع خطة البحث.

- المرحلة الثانية: من بداية شهر مارس إلى نصف شهر ماي 2025، حيث تم إعداد أداة البحث (الاستمارة) وصياغة محاورها بما يتناسب مع إشكالية الدراسة، ثم عرضها على أساتذة مختصين لتحكيمها والتأكد من سلامة محتواها، وبعد ذلك تم توزيعها على عينة من الطلبة المتابعين لبرنامج "قسمة ونصيب"، ثم استرجعت الاستمرارات، وتمت مراجعة بيانات كل استماراة بدقة، وبعد التأكد من صحتها تم إدخالها في برنامج SPSS لإجراء التحليلات الإحصائية اللازمة

الإطار النظري

الفصل الثاني

البرامج الترفيهية في الإعلام المعاصر وتأثيراتها

أولاً: التعريف بالبرامج الترفيهية

ثانياً: أهمية البرامج الترفيهية في الإعلام المعاصر

ثالثاً: تأثير الإعلام الترفيهي على القيم والمواقف الاجتماعية

مدخل:

أصبح الترفيهاليوم جزءاً أساسياً من المحتوى الإعلامي ، حيث تحولت الوسائل الإعلامية بمختلف أنواعها إلى فضاءات ضخمة لإنماوج وتقديم البرامج الترفيهية التي تسقطب جماهير واسعة من مختلف الفئات الاجتماعية . ويعود ذلك إلى قدرة هذه البرامج على الجمع بين المتعة والتشويق من جهة وبين التأثير في الرأي العام والذوق الثقافي من جهة أخرى ، ما يجعلها أحد أبرز الأدوات الناعمة التي تسهم في تشكيل أنماط التفكير والسلوك داخل المجتمعات.

ومع تطور وسائل الإعلام وتعدد منصاتها، إنقل الترفيه من كونه وسيلة لترژية الوقت إلى أداة فاعلة في التأثير على الأفراد وتوجيه مواقفهم وقيمهم ، لاسيما في ظل إفتتاح الجمهور على مضامين إعلامية تتتنوع من حيث الشكل والمحتوى والثقافة. كما أن تكرار الرسائل الرمزية والصور النمطية داخل هذه البرامج قد يحدث تحولات في تمثيل الجمهور للقيم الاجتماعية والثقافية ، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر .

لهذا تبرز أهمية دراسة البرامج الترفيهية في الإعلام المعاصر ، لا بوصفها مواداً خفيفة أو ثانوية ، بل كخطاب مؤثر يستدعي الفهم والتحليل ، لما له من انعكاسات على بنية المجتمع ومكوناته القيمية والفكرية. ومن هذا المنطلق سنتناول في الفصل الثاني العناصر الثلاثة في عملية الترفيه وذلك من خلال:

أولاً: التعريف بالبرامج الترفيهية .

ثانياً: أهمية البرامج الترفيهية في الإعلام المعاصر .

ثالثاً: تأثير البرامج الترفيهية على القيم والمواصف الاجتماعية .

أولاً: التعريف بالبرامج الترفيهية:

تحتل البرامج الترفيهية مكانة متقدمة ضمن المواد الإعلامية المعاصرة ، نظراً لما تتوفره من محتوى خفيف يهدف إلى التسلية وكسر رتابة الحياة اليومية. غير أن فهم هذا النوع من البرامج لا يمكن أن يتم بمعزل عن الإحاطة بالمفهوم الأوسع الذي تنتهي إليه وهو "الترفيه". لذلك يستحسن التناول النظري للبرامج الترفيهية إنطلاقاً من مفهوم الترفيه ، باعتباره الإطار الأشمل الذي تبني منه هذه البرامج .

1- مفهوم الترفيه:

يعد الترفيه من المفاهيم التي تحمل دلالات متعددة ومت多قة ، تختلف حسب السياق الثقافي والإجتماعي والزمني . فقد يدل على التسلية، أو الترويح عن النفس أو الإمتاع ، وغيرها من المعاني التي تلتقي جميعها حول هدف مشترك يتمثل في تحقيق الراحة النفسية والخروج من الروتين اليومي . وتكون أهمية الترفيه في كونه وسيلة أساسية لتجديد الطاقة النفسية والجسدية ، وتحقيق التوازن في حياة الإنسان .

فمن الناحية اللغوية يشتق مفهوم "الترفيه" من الجذر، الذي يدل على السعادة، والإنبساط وإزالة التعب وإدخال السرور على النفس بعد العنااء، فالترويح والترفيه والتسلية كلها تشير إلى معاني متقاربة.²⁸ كما يعرف الترفيه لغة من رفه بمعنى نفس وروح ويشتق من الانجليزية *entertai* معناه يستضيف أو يكرم وفادة أو يسلی بمعنى استضافة الملتقي لتمضية وقت ممتع ولطيف بعيداً.²⁹

²⁸ ابن منظور محمد ، لسان العرب ، بيروت ، دار صادر ، سنة 2009م، ص455

²⁹ رقية نعيم فنيحي، الترفيه ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، مجلة الدراسات التربوية والإنسانية، المجلد 16، العدد 4، كلية التربية، 2024، ص416

وهناك من يرى أن المعنى الأساس لكلمة الترفيه (Recreation) مشتق من الكلمة اللاتينية (Recreate) والتي تعني إعادة الانتعاش وتجديد الحيوية والنشاط، ويعرف بأنه نشاط يمارس وقت الفراغ بهدف الوصول إلى المتعة والتسليه، ويمكن للإنسان في أثناء ممارسه الترفيه والاستجمام أن يكون داخل الأبنية أو خارجها في الطبيعة³¹

وفي هذا السياق يذهب بلتر **pettiller** إلى أن "الترفيه" يمثل أحد أوجه النشاط التي تمارس في وقت الفراغ والتي يختارها الفرد بداعٍ شخصيٍّ لممارستها والتي يكون من نواتجها إكتسابه **foucas** العديد من قيم بدنية أو عقلية أو إجتماعية أو معرفية .³² كما يرى فوكس أن "الترفيه" يتصل بشكل مباشر بالأنشطة التي يمارسها الفرد خارج ساعات عمله ، وهو بهذا يدل على أن الفرد قد اختار بضعة أوجه من الأنشطة لممارستها طوعاً نتيجة لرغبة داخلة دافعة وأن المشاركة في هذه الألوان من الأنشطة تمده براحة ورضا نفسي .³³

30 إيمان بنت أحمد إبراهيم الكنافـي ، إتجاهات الشباب والفتـيات نحو التـرفـيه في المجتمعـ السـعـودـي في ضـوء روـيـة 2030، درـاسـة مـقدـمة لـلنـيل درـجة المـاجـيـسـتـار في قـسـم عـلـم الـاجـتـمـاعـ والـخـدـمة الـاجـتـمـاعـيـة كلـيـة عـلـمـ الـاجـتـمـاعـيـة، جـامـعـة الـإـلـمـامـ مـحـمـدـ بنـ سـعـودـ الـإـسـلـامـيـة، صـ505

³¹ رقية نعيم فتحي, الترفيه ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة, مرجع سبق ذكره, ص 416

³² كمال درويش, محمد الحمامي , رؤية عصرية للتاريخ وأوقات الفراغ ,3, مركز الكتاب للنشر , القاهرة , 2007,ص 55

³³ عاك فوزية، الترفيه وأوقات الفراغ لدى الشباب، مجلة المربى، العدد 21، جامعة الجزائر 2018، ص 97

وفي هذا السياق ، وإنطلاقاً من أهمية الترفيه كحاجة نفسية وإجتماعية تسهم في التخفيف من أعباء الحياة اليومية ، وتحقيق نوع من التوازن النفسي للفرد ، برزت البرامج الترفيهية كأحد أبرز الأشكال التي تجسد هذا المفهوم ضمن وسائل الإعلام . وتعد هذه البرامج من بين أكثر الأنماط الإعلامية جذباً لجمهور وتنوعاً في المضمادات . وعليه يمكن تعريف البرامج الترفيهية كما يلي :

2- مفهوم البرامج الترفيهية بأنها البرامج التي تهدف إلى تحقيق أهداف المرسل من خلال المضمادات التي تصاغ في أشكال وقوالب متنوعة وجذابة ومشوقة كالأفلام والدراما والموسيقى والغناء والألعاب والمسابقات والبرامج المنوعات والمسابقات الرياضية إلخ³⁴

وفي سياق آخر ، تعرف بأنها البرامج : التي تعمل على إبعاد المشاهدة عن مشكلات العالم الواقعي ، وتلğa إلى العاطفة وتنقى الخيال ، مثل البرامج الكوميدية للألعاب الرياضة وبرامج المنوعات والمسابقات أفلام الكوميديا وأفلام الكرتون .³⁵

كما يمكن تعريفها : على أنها هي البرامج تقدم مضمادات الهدف منها التسلية والترويح عن النفس وملئ وقت الفراغ لتحقيق إشباع الرغبات النفسية والإجتماعية للفرد لتبعده عن المشاكل اليومية والشعور بالملل ، تكون البرامج الترفيهية على عدة أنواع منها الدراما الرقص والغناء والموسيقى والمسابقات وغيرها.³⁶ وبناء على ما تقدم مما يتضح أن البرامج الترفيهية هي كل البرامج التي تقدم نوعاً من الراحة والتسلية للمشاهدة وهذا بخلاف المضمون الذي يتطرق إليه البرنامج هذا الأخير يتم بالتنوع ولذا يعرف هذا النوع من البرامج بالمنوعات ، ويمكن القول أن البرنامج

³⁴ م، نور وليد مسلم . سلبيات تعرّض الجمهور للبرامج الترفيهية في القوات الفضائية ، جامعة الإمام جعفر الصادق ، كلية الأدب ، قسم الإعلام ، مجلة الجامعة العراقية . العدد 48 ج 1، ص 489

³⁵ دفريدة بوعكارز ، إنعكاسات البرامج الترفيهية المستخدمة في القوات الفضائية الجزائرية على قيم الجمهورية دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة باجي مختار عنابة ، مجلة المعيار ، مجلد 25 العدد 56، باجي مختار عنابة ، 2021، ص 359

³⁶ مروة عبد الحسين . إنعكاس البرامج الترفيهية في الفضائيات العربية على مظاهر السلوك الاجتماعي للشباب العراقي ، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد 52 المجلد 13 ، جامعة بغداد كلية الإعلام ، سنة 2021، ص 179

المنوع هو البرنامج الذي يشمل على أكثر من فقرة حيث تستخدم فيه أشكال وقوالب متعددة . فقد يحتوي البرنامج على لقاء و أغنية وجزء من تمثيلية أو مسرحية أو لعب أو الإستعراض .³⁷

وعليه يمكن ملاحظة أن التعريفات السابقة رغم اختلاف صياغاتها وزوايا تناولها، إلا أنها تتفق جميعاً على أن البرامج الترفيهية تهدف إلى إدخال المتعة والتسلية إلى نفس المتلقى من خلال مضمamins متعددة وجذابة. كما يظهر من خلالها أن هذه البرامج تطورت من حيث الشكل والمحظى، فأصبحت لا تقتصر فقط على التسلية بل تؤدي أدواراً متعددة، منها التأثير في سلوك الجمهور وتحقيق أرباح تجارية معترفة. وهو ما يدفع إلى النظر إليها كظاهرة إعلامية تستحق الدراسة من مختلف الجوانب النفسية والاجتماعية والثقافية، بعيداً عن كونها مجرد وسيلة لتمضية الوقت.

2-نشأة وتطور الترفيه:

بعد الوقوف على المفاهيم الأساسية للترفيه والبرامج الترفيهية، لا بد من العودة إلى الجذور التاريخية لفهم كيف نشأ هذا النشاط الإنساني وتطور عبر الزمن . إذ أن الترفيه لم يكن ولد العصر الحديث بل هو حاجة فطرية مارسها الإنسان منذ العصور القديمة بوسائل بدائية، قيل أن يتطور بشكل تدريجي ليتخد أشكالاً متعددة مع تطور المجتمعات ووسائل الإعلام والتكنولوجيا . وسنحاول في هذه الفقرات تتبع هذا المسار التاريخي للوقوف على المحطات الكبرى التي شكلت ملامح الترفيه في صورته المعاصرة.

- الترفيه كحاجة فطرية:إذ يُعتبر الترفيه وظيفة ضرورية للتفيس عن الضغوط النفسية وتعزيز الإبداع لدى الفرد. بدأ الترفيه في أشكاله الأولى كجزء من الطقوس الاحتفالية التي اعتمدت على

³⁷ حسن نيازي الصيفي، *الفضائيات العربية في عصر العولمة* ، إتراك للطباعة والنشر، ط1، ص108

الطبول، والأقنعة، والأزياء التتكرية، والغناء، والرقص. وقد تطور هذا الاحتفال ليصبح احتفالاً دينياً يتضمن أعياد ميلاد الآلهة وتمثيل قصصهم.³⁸

- من المسرح إلى وسائل الإعلام التقليدية: ثم جاءت مرحلة ظهور المسرح، حيث استخدم اليونانيون القدماء التراجيديا والكوميديا كأداة ترفيهية تعبيرية من خلال الرقص والغناء والجوقة. ومع تطور وسائل الاتصال، دخلت مرحلة جديدة حيث أدخلت الطباعة إلى عالم الترفيه، مما أسهم في انتشار الصحف والمجلات والكتب، التي أصبحت تُعد من أهم وسائل الترفيه التي تقدم الأخبار عن الأحداث اليومية وفضائح المشاهير والنجوم لاحقاً، ومع التطور التكنولوجي، شهد الترفيه تطويراً ملحوظاً عندما انتقل إلى الإذاعة ثم السينما وصولاً إلى التلفزيون، مما جعل الترفيه يتاح لجمهور أوسع وأكثر تنوعاً. ومع مرور الزمن، استمر الإنسان في استخدام هذه الوسائل التكنولوجية في الإبداع والابتكار، مما أسهم في نشر الترفيه بين مختلف الفئات الاجتماعية والعمريّة.³⁹

- العصر الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي: حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي تشكل ساحة رئيسية لإنتاج محتوى ترفيهي متعدد. أصبحت السوشيال ميديا أكثر تفاعلاً، حيث أتاح هذا المجال لصناعة المحتوى تقديم مواقف متعددة ومعالجتها بأشكال مختلفة. ظهرت أيضاً العديد من الشخصيات التي أبدعت في تناول الأحداث والمواقف الواقعية بأسلوب ساخر، في حين أبدع آخرون في طرح مواقف خيالية تحمل رسائل ضمنية تهدف إلى الترفيه على الرغم

³⁸ انظر، رمضان الخامسة، العايب مريم، المحتوى الترفيهي عبر شبكات التواصل الاجتماعي وإخراق القيم الثقافية لدى الشباب الجزائري، المجلة الدولية للدراسات الإنسانية، جامعة عباس لغورو، خنشلة، 2023، ص 124.

³⁹ رمضان الخامسة، العايب مريم، نفس المرجع السابق، ص 124.

من ذلك، لم يتوقف تطور الترفيه عند هذه النقطة، بل استمر بشكل سريع جدًا مع تقدم التكنولوجيا. فقد لعبت التقنيات الحديثة دورًا محوريًا في توسيع آفاق الترفيه⁴⁰.

- محطات تقنية كبرى في تطور الترفيه : ففي عام 1877 اخترع توماس إديسون جهاز الفونوغراف، والذي سمح بتسجيل الصوت وتشغيله ليشكل ذلك خطوة هامة نحو إدخال الصوت إلى عالم الترفيه. وفي عام 1895، أطلق الأخوان لومير أول عرض عام للفيلم السينمائي. ومع بداية القرن العشرين أصبحت أجهزة الراديو وسيلة شائعة لنقل الأخبار والترفيه، وظلت سائدة لعقود. في العقدين الثالث والرابع، تم اختراع التلفزيون وأصبح له تأثير كبير. في الخمسينيات، ظهرت أجهزة الراديو الترانزستور وتزايدت ملكية التلفاز. أما في السبعينيات، فقد شهدنا ظهور ألعاب الفيديو. وفي السبعينيات، بدأت وحدات التحكم في الألعاب وأجهزة الفيديو المنزلية تنتشر⁴¹.

- من الإنترنات إلى الميتافيرس: في الثمانينيات، ظهرت أجهزة الموسيقى المحمولة مثل "Walkman" ، ثم في التسعينيات تطور الإنترن트، مما حسن تدفق الصوت والفيديو، وتزايد استخدام الـ DVD. في العقد الأول من الألفية، انتشرت منصات مثل "يوتيوب" و"نتفليكس" ، وأصبح الوصول للمحتوى أسهل. وفي العقد الثاني، دخل الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي، وظهر مفهوم "الميتافيرس" كفضاء جديد للترفيه⁴².

وقد ساهمت هذه التحولا التقنية والإجتماعية في إعادة تشكيل مضمون الترفيه وأساليبه، لاسيما مع ظهور منصات رقمية مثل اليوتيوب ، التي أصبحت حاضنة لمحتوى ترفيهي جديد يعتمد على مشاركة الأفراد بعيدا عن الرقابة التقليدية ، وقد أنتج ذلك أنماطاً ترفيهية تحمل في طياتها قيمًا متنوعة، من بينها ما يصنف ضمن القيم السلبية. ومن هذا المنطلق تكتسي دراسة

⁴⁰ رمضان الخامسة، العايب مريم، نفس المرجع السابق، ص 124

⁴¹ وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات، الترفيه في العصر الرقمي، مركز إستشراف التقنية، 2023، ص 9

⁴² وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات، الترفيه في العصر الرقمي، مرجع سبق ذكره، ص 10

إتجاهات الجمهور نحو هذه القيم أهمية بالغة ، خاصة في برامج مثل قسمة ونصيب ، الذي يعد نموذجاً معاصرًا للترفيه الرقمي المثير للجدل .

4- أنواع البرامج الترفيهية:

مع تطور وسائل الإعلام الحديثة وتحولها من النمط التقليدي إلى الإعلام الرقمي التفاعلي، شهدت البرامج الترفيهية تنوّعاً كبيراً من حيث الشكل والمضمون. لم تعد التسلية مقتصرة على الشاشات الكلاسيكية، بل أصبحت البرامج تُبث على المنصات الرقمية، وتستهدف جمهوراً متنوّعاً بمحتوى مرن وتفاعلي، يجمع بين المتعة والمشاركة. وفي ظل هذا التطور، يمكن تصنيف البرامج الترفيهية المعاصرة إلى الأنواع التالية:

- **برامج الألعاب واللغاز** : وهي البرامج التي تهدف إلى اختبار معلومات المشاهدين وقدراتهم وذلك عن طريق الاشتراك الفعلي للجمهور ووجوده في الاستوديو على شكل فردي أو على شكل فريقين⁴³ .

- **برامج المسابقات** : وهي تختلف عن برامج الألعاب واللغاز من حيث جمعها لعدة أشخاص مع مدير البرنامج لمناقشة فكره البرنامج، وقد تكون صراعاً بين الجنسين رجالاً ونساء ، أو أسئلة حول شخصية معينة. وفي جميع الاحوال فإن المشترك في برنامج المسابقات يوضع في موقف تناقض مع شخص آخر أو عدة اشخاص أو مع الزمن ويتطلب هذا الشكل في البرامج الترفيهية مقدم برنامج متمن ومحكم أو لجنة تحكيم ومتسابقون افراداً أو جماعات وكتابة نص كامل بالأسئلة⁴⁴ .

⁴³ د سعد مطشر عبد الصاحب، البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية العربية دراسة تحليلية للبرامج الترفيهية في قناة المستقبل اللبنانية إنماذجاً، مجلة كلية الأدب، العدد 82، 2007، ص 400.

⁴⁴ سعد مطشر عبد الصاحب، البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية العربية دراسة تحليلية للبرامج الترفيهية في قناة المستقبل اللبنانية، مرجع سابق ذكره، ص 400.

- **المسلسلات** : وهي عبارة عن برنامج درامي شعبي تجري القصة فيه على حلقات يتميز عن السلسلة التي تعرض شخصيات ثابتة تواجه في كل جزء مغامرات مختلفة⁴⁵ . وتجدر الإشارة إلى أن المسلسلات أصبحت من أكثر أشكال البرامج الترفيهية استقطاباً للجمهور في وسائل الإعلام المعاصرة، حيث يتم إنتاجها خصيصاً للعرض على المنصات الرقمية مثل "نتفليكس" و"يوتيوب" ، ما يجعلها متاحة في أي وقت وبحسب رغبة المتلقي ، وهو ما يعكس تغيراً واضحاً في أنماط المشاهدة وتزايد الطلب على المحتوى القصصي المتسلس.

- **البرامج الحوارية والمقابلات** : عادة ما تكون برامج الحوار والمقابلات هذه بين شخصين المقدم و ضيفه، و قد تكون جماعية حيث يستضيف المقدم أكثر من ضيف كل واحد في تخصصه لإثراء البرنامج. تكون هذه البرامج مسجلة أو مباشرة تبث على الهواء مباشرة لإعطاء المشاهد الكلمة و السماح له بالمشاركة في البرنامج إما لإبداء رأيه أو لمجرد طرح سؤال مباشرة على الضيف. تتميز هذه البرامج بالتفاعلية لإقحام المشاهد في النقاش و إحداث نوع من التفاعل مع البرنامج⁴⁶ .

- **برامج المتنوعات** : وتعني الخلط بين شكلين أو أكثر من أشكال البرامج الترفيهية كالموسيقى والغناء ومقاطع من المسرحيات أو المسلسلات أو الأفلام أو المسابقات أو المقاطع الكوميدية وبرامج الكاميرا الخفية و المنولوج وال الحوار و التعليق ولا يقصد بهذا الخلط ان يكون بصورة عشوائية بل ان ينطلق من موضوع رئيس ومحدد يلعب دوراً كبيراً في تحديد هذه الفقرات وقد يكون هذا الموضوع مناسبة خاصة سواء كانت المناسبة دينية أو وطنية

⁴⁵ موسهام، تأثير الدراما التلفزيونية على قيم شباب الجزائر دراسة مسحية لجمهور الطلبة الجامعيين بمناطق الجزائر العاصمة والبليدة والمدية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتورا في علوم الإعلام والإتصال، 2018، ص 18

⁴⁶ بايو جازية، مبادئ وتقنيات إنتاج البرامج التلفزيونية دراسة وصفية تحليلية للإعداد البرامجي التلفزيون الجزائري نموذجا، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والإتصال، 2019، ص 93

وغيرها من المناسبات، ويعود هذا الشكل من اشكال البرامج الترفيهية التي تؤثر في المشاهد لما يتميز به من حركة وتنوع وحيوية⁴⁷.

برامج إخبارية : تُعد من أهم أنواع البرامج في الإعلام المعاصر، وتحتل مكانة خاصة نظراً لوظيفتها الإخبارية والإعلامية. تهدف إلى نقل الأحداث الجارية محلياً ودولياً، وتزويد الجمهور بالمعلومات الدقيقة والآنية حول مختلف القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.. وقد ساهم الإعلام الرقمي في تطوير هذا النوع من البرامج، من خلال البث الحي عبر منصات الإنترنت وتطبيقات الهواتف، مما عزز من حضورها وانتشارها بين مختلف شرائح المجتمع، خاصة فئة الشباب التي أصبحت تعتمد على الإعلام الرقمي كمصدر أول للمعلومة⁴⁸.

برامج الأطفال: تُعد من أقدم البرامج التي ظهرت مع بداية البث التلفزيوني، تستهدف الأطفال تحديداً على عكس البرامج الإخبارية الموجهة للكبار. ونظراً لجمهور الواسع من الأطفال، اهتمت مختلف القنوات بهذا النوع لتقديم محتوى موجه إليهم، خاصة ما تعلق منه بالرسوم المتحركة. تخصصت بعض القنوات الفضائية في عرض برامح الأطفال، فحظيت باهتمام عدد هائل من المشاهدين. ونظراً لتكلفتها العالية، اكتفت بعض القنوات بترجمة هذه البرامج دون تغيير مضمونها، مما يجعلها أحياناً منافية لقيم الاجتماعية والدينية⁴⁹.

⁴⁷ د. سعد مطشر عبد الصاحب، البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية العربية دراسة تحليلية للبرامج الترفيهية في قناة المستقبل اللبنانية، مرجع سبق ذكره، ص 401

⁴⁸ بابو جازية، مبادئ وتقنيات إنتاج البرامج التلفزيونية دراسة وصفية تحليلية للإعداد البرامجي التلفزيون الجزائري نموذجا، مرجع سبق ذكره، ص 103

⁴⁹ بابو جازية، مرجع سبق ذكره، ص 103

وفي ظل تطور الإعلام المعاصر ، لم تعد مشاهدة الأطفال للبرامج الترفيهية تقتصر على شاشة التلفاز، بل أصبح عدد كبير منهم يتابع هذا النوع من المحتوى عبر الهواتف الذكية ومنصات مثل اليوتيوب، وهو ما يعكس تحولاً في طبيعة التلقي لدى الجيل الجديد.

- **البرامج تثقيفية والتعليمية:** يعد هذا النوع من البرامج من أهم البرامج التلفزيونية في الوقت الراهن من حيث قيمتها العلمية ووظيفتها التربوية حسب آراء العديد من المفكرين والباحثين في العلوم الاجتماعية. فقد كثرت في هذا العصر السلوكيات البديهة وتدور المستوى العلمي وأصبح إهتمام الأشخاص خاصة منهم الشباب منصبًا على البرامج الترفيهية والمسلية لأنها تقدم الراحة والترفيه فهو يتلقاها دون أي بذل أي جهد فكري و هذا ما قد يتبعه في البرامج الثقافية التي تتطلب منه التركيز والجدية في التعامل معها . ونظراً لميله أكثر على كل ما هو سهل يسقط المتلقي عادة في بحر من الأمور التافهة التي لا قيمة لها.⁵⁰.

ثانياً: أهمية البرامج الترفيهية في الإعلام المعاصر

يُعد الإعلام المعاصر أداة فاعلة في تشكيل السلوك الاجتماعي والثقافي، خاصة مع بروز الوسائل الرقمية التي وسعت من وظائفه. ومن بين هذه الوظائف بُرِزَ الترفيه كعنصر محوري خصوصاً مع تطور التكنولوجيا التي حولت وسائل بسيطة كالهاتف المحمول إلى منصات متعددة الاستخدامات، هذا ما ساهم في انتشار البرامج الترفيهية، وجعلها جزءاً أساسياً من المحتوى الإعلامي اليومي. وتكمّن أهمية هذه البرامج في كونها تؤدي أدواراً متعددة تشمل الجوانب النفسية، الاقتصادية، الثقافية والعلمية، إلى جانب دورها الرئيسي في التسلية.

⁵⁰ بايو جازية، مبادئ وتقنيات إنتاج البرامج التلفزيونية دراسة وصفية تحليلية للإعداد البرامجي التلفزيون الجزائري نموذجا، مرجع سبق ذكره، ص 96

1- الوظيفة الترفيهية:

يُعتبر الترفيه من الوظائف الجوهرية التي تؤديها وسائل الإعلام في العصر الحديث، حيث تعمل على ملء أوقات فراغ الجمهور من خلال محتوى مخصص لهذا الغرض، مثل الأبواب المسلية في الصحف والمجلات، والبرامج الإذاعية، والمنوعات التلفزيونية، بالإضافة إلى المحتوى الترفيهي المنتشر على المنصات الرقمية وموقع التواصل الاجتماعي. وفي جميع هذه الحالات، تراعي وسائل الإعلام مبدأ واضحا وهو أن البرامج التسلية والترفيه ضرورية لراحة الجمهور وجذبه إليها⁵¹. والترفيه واحد من وظائف الإعلام الأساسية، حيث إن من حق الجمهور أن يستقبل المواد الترفيهية تماماً كما يستقبل المواد الإخبارية أو التثقيفية، ولا تقل الوظيفة الترفيهية أهمية عن غيرها، خاصة في ظل حياة معاصرة تزداد تعقيداً يوماً بعد يوم، مما يجعل الحاجة إلى محتوى مسلٍ ضرورة لا ترقا⁵².

كما أن الترفيه لم يعد يقتصر على الجانب التسلوي فقط، بل أصبح في كثير من الأحيان وسيلة توظيف ذكية من قبل وسائل الإعلام للتأثير في الرأي العام، من خلال برامج ومضامين ترفيهية موجهة تسعى لترسيخ توجهات معينة أو تعديلها، وهو ما يتطلب اعتماد أساليب اتصالية مدرosaة وفعالة.

وترى بعض النظريات الإعلامية، مثل نظرية "تشارلز رايت"، أن التسلية تُعد من أكثر وظائف الإعلام وضوحاً، بل إنها تتجاوز وسائل الإعلام السمعية البصرية لتشمل حتى الصحافة المكتوبة، مما يساعد الناس على الهروب من المشاكل اليومية التي تواجههم، ويقتضي البعض بأن

⁵¹ الزبيير بن عون، الدور الوظيفي للتسلية والترفيه الإعلامي في القنوات الفضائية الجزائرية-تحليل سيسيلوجيا للمضامين الترفيهية في الإعلام الجزائري-،جامعة عمار ثليجي الأغواط،دن،ص7

⁵² أحمد التجاني عمر عوض، استخدام تقنية الواقع الافتراضي في تحقيق الوظيفة الترفيهية لدى مشاهدي الأفلام السينمائية، مجلة المنصور، العدد 40، 2023، ص12

هذه البرامج ترفع أدوات الجماهير ، في حين يرى آخرون أنها تخفض أدواتهم وتشجع الهروب من المجتمع ، وتعوق نمو الفنون الراقية⁵³ .

يظهر هنا الجدل القائم حول وظيفة الترفيه فهي تحمل في طياتها إمكانيات للارتفاع بالذوق العام ، ولكنها قد تقلب في حال التوظيف السلبي ، إلى عامل تراجع فني وثقافي ، حسب طبيعة المحتوى المعروض أن وظيفة الترفيه لا تقتصر على مجرد التسلية السطحية ، بل يمكن أن تكون وسيلة موجهة لدعم بعض الاتجاهات ، أو الدعوة إلى مواقف معينة من خلال قوله خفيفة وظريفة تجذب المشاهد وتؤثر فيه بشكل غير مباشر . ويشير الباحثون إلى أن هذا التأثير قد يكون إيجابياً في بعض الأحيان ، إذ يرفع من ذوق الجمهور ، بينما قد يُنتقد أحياناً لتأثيره السلبي على الفنون الراقية.

3- الوظيفة النفسية: في إطار تناولنا البرامج الترفيهية، تبرز الوظيفة النفسية كإحدى أبرز المهام التي تؤديها وسائل الإعلام ، لاسيما في ظل ما تشهده المجتمعات من ضغوط وتحديات يومية متزايدة . فالإعلام الناجح هو الذي يهدف إلى إشباع الحاجات النفسية للجماهير وتلبية رغباتهم ، وتحقيق فائدة ملموسة لديهم . ومن أهم هذه الحاجات: الحاجة إلى المعلومات ، التسلية والترفيه ، الحاجة إلى الأخبار ، وال الحاجة إلى دعم الاتجاهات النفسية . وبالتالي فإن للإعلام أهمية وتأثيراً نفسياً في سلوك الفرد والجماعة⁵⁴ .

⁵³ الزبير بن عون، الدور الوظيفي للتسلية والترفيه الإعلامي في القنوات الفضائية الجزائرية-تحليل سيسنولوجيا للمضامين الترفيهية في الإعلام الجزائري- مرجع سبق ذكره ص 6

⁵⁴ أمانى رضاعبد المقصود. الوظيفة الترفيهية لوسائل الإعلام ودورها في دعم الترابط الأسري، المجلة العربية بحوث الإعلام والإتصال، العدد 30، جامعة القاهرة، 2020، ص 695

وفي هذا السياق، تؤدي البرامج الترفيهية عدة أدوار، أبرزها وظيفة التحرر من المشاعر والانفعالات المكبوتة، حيث تتيح للمشاهدين التعبير عن مشاعرهم أو التفاف عنها بشكل عاطفي.

فعلى سبيل المثال، تُستخدم أفلام الرعب منذ وقت طويل لتحقيق هذا الهدف، وقد لاقت شعبية كبيرة، كما أن هناك أفلاماً مأساوية تدخل المشاهد في حالة بكاء، يشعر بعدها بالراحة النفسية. كما أن بعض الأفراد يتوجهون مع أبطال المسلسلات الذين يعانون من مشاكل أكبر من مشاكلهم الخاصة، مما يمنحهم فرصة للتخلص من الإحباطات التي يتعرضون لها في حياتهم اليومية. وفي هذا السياق، يرى "فيرن جونس" أن البرامج الدرامية والموسيقى في التلفزيون توفر منفذًا للانفعالات المحبوسة، مثل الغضب، العداون، أو الكراهة، حيث تعمل هذه البرامج على تصريف تلك الانفعالات، وتُستخدم أحياناً كوسيلة علاجية أو تفيسية.⁵⁵

يُعد الترفيه بوظيفة عامة أحد الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام، إذ يحقق نوعاً من التطهير النفسي والعاطفي، من خلال نقل الإنسان من عالم الحزن والمعاناة إلى حالة من التوازن والتوازن النفسي⁵⁶. وأخيراً، فإن مستهلك هذه البرامج، غالباً ما يقبل عليها مدفوعاً بعدة عوامل، أبرزها: الرغبة في الهروب من العزلة، والتسلية، والضحك مع أشخاص يشبهونه في الحياة اليومية؛ أشخاص ليسوا نجوماً كما اعتادت السينما أو الدراما، بل عاديون مثله، يدخلون إلى هذه البرامج ويخرجون منها وهم في قمة السعادة والنجومية⁵⁷.

⁵⁵ لمياء طالة، الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، ط1، دار أسامة للنشر وتوزيع، عمان، 2014، ص 156

⁵⁶ أبيب خضور، سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون الدراما التلفزيونية، دار الوئام، الجزائر، 1999، ص 16

⁵⁷ نصيرة سحنون، نفس المرجع السابق، ص 136

ومن خلال ملاحظتنا الواقع الإعلامي المعاصر، يمكن القول إن التوسع في إنتاج البرامج الترفيهية، خاصة تلك المعروضة على المنصات الرقمية مثل "اليوتيوب" و"نتفليكس"، يعود إلى وعي المنتجين بأثر هذه البرامج في تحقيق التوازن النفسي للمشاهد. فالمنتقى المعاصر، الذي بات محاطاً بمصادر ضغط متعددة، يجد في هذه البرامج مساحة للهروب المؤقت من مشكلاته اليومية، كما أنها تمنحه فرصة لمشاركة مشاعره وتعليقاته عبر التعليقات أو التفاعل المباشر، مما يعزز الشعور بالتقدير والاهتمام. وتعود هذه الوظيفة النفسية من بين الدوافع الأساسية التي تجعل الفرد يُقبل على استهلاك هذا النوع من المحتوى بانتظام.

3- الوظيفة الاقتصادية:

شهد الميدان الإعلامي تحولاً نوعياً، حيث أصبح المحتوى الإعلامي - بما في ذلك الأخبار والترفيه - يُعامل كسلعة تُسوق في السوق الإعلامي، خاصة مع التطور السريع لقطاع الاتصالات وظهور الإنترنت، مما أتاح فرصاً استثمارية واسعة في الإعلام الترفيهي. وقد أدى هذا التحول إلى ارتباط وثيق بين الإعلام والترفيه من جهة، والاقتصاد من جهة أخرى، إذ لم يعد الترفيه مجرد وسيلة للمتعة، بل أصبح صناعة قائمة بذاتها تحقق أرباحاً ضخمة من خلال الإعلانات، الشركات، والرعاية التجارية. وفي ظل هذا التطور، لم تعد المؤسسات الإعلامية الكبرى تقتصر على نقل الأخبار فحسب، بل باتت مشاريع اقتصادية تهدف إلى تحقيق الربح عبر تقديم المحتوى الترفيهي ضمن استراتيجيات اقتصادية محددة⁵⁸.

ولفهم الأبعاد الاقتصادية لهذا التحول، من الضروري التوقف عند بعض الآراء التي تؤكد مركزية الترفيه في الاقتصاد المعاصر. إذ يرى الكثير من الخبراء والمحللين الاقتصاديين أن

⁵⁸ الموسوي جوادالموسوي وأخرون، الإعلام الجديد والوظيفة تطور الأداء والوسيلة، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، 2011، ص20.

تكنولوجيًا الإعلام الرقمي سوف تكون هي المحرك الرئيسي للاقتصاد العالمي، حيث تعد الإلكترونيات الاستهلاكية من أكبر الصناعات العالمية الآن وأكثرها ديناميكية ونموًا، وستكون المحرك الرئيسي أيضًا للتكتلات الاقتصادية التجارية الكبرى في آسيا وأوروبا وأمريكا في القرن الواحد والعشرين. وتشير الكثير من الشواهد إلى أن هذه التكنولوجيا الحديثة قد أصبحت هي النواة الأساسية للاقتصاد الجديد الذي يبني على الكم الهائل من المعلومات التي ترخر بها شبكة الإنترنت، فضلاً عن أن العلاقات والقواعد الحديثة المعقدة وتوجهات العولمة التي أصبحت غير قابلة للاستغلال بالوسائل التقليدية⁵⁹.

وفي هذا السياق، يؤكد مايكل وولف في كتابه عن اقتصاد الترفيه أن: "ليست صناعة السيارات، ولا الصلب، ولا الخدمات البنكية، بل الترفيه هو من يقود عجلة الاقتصاد في العالم"، مثيرًا إلى أن الترفيه أصبح عاملاً هاماً في الحراك الاقتصادي للدول على مستوى العالم اليوم⁶⁰. هذه الرؤية تُبرز بوضوح التحول الجذري الذي شهده القطاع الترفيهي كقوة اقتصادية عالمي، وهذا ما يعكس بوضوح أن الاستثمار في البرامج الترفيهية لم يعد خيارًا ترفيهياً بحتًا، بل هو توجه إستراتيجي تتنافس حوله كبريات الشركات العالمية .

إن اعتماد القنوات الخاصة على إنتاج برامج ترفيهية يستند بدرجة كبيرة إلى نسب المشاهدة العالية التي تتحققها، حيث تحول المشاهد إلى فاعل أساسي في عملية الإنتاج الإعلامي. هذا النوع من البرامج يحقق أهداف القنوات التجارية من خلال اعتماد القليل من الموارد المالية للحصول على أكبر قدر من الأرباح. فكلما ارتفعت نسب المشاهدة، زادت فرص استقطاب الإعلانات، إذ يركز المعلنون على البرامج ذات الانتشار الواسع لتقديم محتوياتهم الإشهارية. وبالتالي، فإن نجاح

⁵⁹ د.محمد بشير محمد علي، الإعلام الرقمي وإقتصاديات صناعته، ورقة عمل مقدمة للمنتدى الإعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والإتصال، الرياض، 12 أفريل 2016، ص 16

⁶⁰ د.محمد مفرح، الترفيه..رافعة النماء الاقتصادي، الموقع الرسمي للدكتور محمد بن يحيى آل مفرح، 2018، ص 1

أي برنامج ترفيهي لا يمكن أن يتحقق بمazel عن الرهانات الاقتصادية والمصالح المادية والتجارية، مما جعله مصدر دخل مهم للعديد من القطاعات⁶¹.

ويتجلى هذا الدور الاقتصادي للبرامج الترفيهية في عدة نماذج عربية وعالمية، نذكر منها برنامج "من سيربح المليون"، الذي شكل ظاهرة إعلامية عربية، وجذب ملايين المشاهدين، محققاً عائدات ضخمة من الإعلانات والرعايات، وساهم في ترسیخ حضور قناة MBC كمنافس قوي في السوق الإعلامي. أما برنامج "أراب آيدول" فقد ساهم في دعم صناعة الموسيقى العربية من خلال اكتشاف مواهب جديدة، وتنشيط شركات الإنتاج الفني، ورفع نسب المشاهدة، ما جعله وجهة مربحة للرعاية والمعندين.

وعلى المستوى العالمي، يُعد تأثير الفنانة تايلور سويفت خير مثال على العلاقة بين الترفيه والنمو الاقتصادي، حيث ساهمت جولتها الغنائية The Eras Tour في تحفيز عدة قطاعات إقتصادية في الولايات المتحدة، وبلغ تأثيرها الاقتصادي أكثر من 5 مليارات دولار، وفقاً لما أكدته مجلة تايم⁶². وفي السياق ذاته، يُعد قطاع الترفيه والفن أحد المركبات الأساسية لرؤية المملكة العربية السعودية 2030، والتي تهدف إلى تنويع مصادر الدخل وتعزيز النمو الاقتصادي، من خلال توفير حزمة واسعة من الأنشطة الثقافية والترفيهية.

ويعتبر هذا القطاع لاعباً اقتصادياً مهماً من خلال ما يوفره من فرص عمل، وخلق بيئة استثمارية جاذبة، وتحفيز نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ورفع المحتوى المحلي، بما يعكس على الناتج المحلي الإجمالي. إن صناعة الترفيه والفن، وتكاملهما، يشكلان رافداً مهماً نحو تعزيز

⁶¹ أنظر، نصيرة سحنون، الترفيه في التلفزيون وعلاقته بالقيم الاجتماعية دراسة وصفية تحليلية لعينة من مشاهدي البرامج الترفيهية في التلفزيون الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص 134

⁶² jennie kopstein and mariah espada, the staggering economic impact of taylor swift s eras tour ,time magazine published: august 23 ,2023.

القدرة الاقتصادية، من خلال ما تخلقه من قيمة مضافة وعوائد متعددة في مجالات الاستثمار، التشغيل، التدوير الداخلي للعائدات، والتوليد الوظيفي⁶³.

5- الوظيفة الثقافية

تُعد الوظيفة الثقافية من أبرز الوظائف التي تؤديها البرامج الترفيهية، إذ إن الإعلام الثقافي له وظائف عديدة تجعله مهمًا عند التخطيط لمضمون وسائل الإعلام، فلا تقتصر وظيفته على الترفيه أو استهواه غرائز المشاهدين، بل له وظائف مهمة منها الوظيفة الروحية، حيث يسعى الإعلام الثقافي إلى رأب الصدع في المجتمع المعاصر، الذي تطغى فيه المنافع المادية على حياة الناس، وذلك حينما يسعى الإعلام الثقافي إلى إشاعة القيم الجمالية بين الجماهير، وهنا تصبح الفنون في إطار الإعلام الثقافي – الراديو أو التلفزيون أو الصحافة – وسيلة من وسائل التطهير النفسي، ومواجهة الأزمات النفسية التي يعاني منها الإنسان المعاصر⁶⁴.

وهذا ما يُظهر أن الإعلام الثقافي يتجاوز مجرد التسلية ليقدم بعدها روحانياً وجمالياً يعيد التوازن النفسي للفرد، وهو ما يربط الثقافة بالجانب الإنساني العميق لا بالسطحيات. وتعتدى هذه الوظيفة بعد النفسي لتأخذ بعدها اجتماعياً، حيث يُشير "دوركايم" و"جروس" إلى أن الفن يخلق من مشاهديه والمعجبين به وحدة اجتماعية متماسكة، فهو وسيلة لخلق التضامن بين الناس في الهيئات والمجتمعات⁶⁵.

⁶³ عبد الرحمن أحمد الجيري، إقتصاديات الترفيه والفن، صحفة مال، 30 يوليو 2021، ص1

⁶⁴ السعدية قرش، واقع البرامج الثقافية في الفضائيات العربية دراسة وصفية من منظور عينة من الفاعلين في العالم العربي، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر 3، 2018، ص57

⁶⁵ السعدية قرش، واقع البرامج الثقافية في الفضائيات العربية دراسة وصفية من منظور عينة من الفاعلين في العالم العربي، مرجع سبق ذكره، ص58

من خلال هذا الطرح نلاحظ أن الوظيفة الثقافية تؤدي إلى تحقيق التماسك الاجتماعي، فالثقافة ليست معرفة فردية فقط، بل تجربة جماعية توحد الأفراد حول قيم ورموز مشتركة. إذ تلعب البرامج الترفيهية دوراً كبيراً في نقل الثقافة من جيل إلى آخر من خلال العادات، التقاليد، والرموز اللغوية، مما يجعلها وسيلة فعالة لغرس القيم الثقافية والاجتماعية، وهذا يعكس ما يعرف بالثقافة الانتقالية والثقافة المثالية، حيث تقدم البرامج نماذج يُحتذى بها، وتشجع في تعزيز الانتماء الثقافي لدى الفرد⁶⁶.

إن البرامج الترفيهية رغم بساطتها الظاهرة تلعب دوراً جوهرياً في ترسيخ الهوية الثقافية وتربيّة النّشء على الموروث الحضاري، مما يعطيها بعدها تقييفاً قوياً، وترتبط وسائل الإعلام وبالأخص البرامج الثقافية ارتباطاً وثيقاً بالثقافة، بل إن إحدى وظائف وسائل الإعلام هي تثقيف الشعوب وتربيتها بالشكل السليم، وتكون هذه الوظيفة أكثر أهمية كلما زاد التطور التقني، وخصوصاً بعد عصر الإعلام المفتوح والإعلام الجديد بكل أنواعه وأشكاله في ميدان تزويد الناس بالثقافة، مما جعل وسائل الإعلام تتّساق وتتنافس في تزويد الناس بالثقافة، الأمر الذي دعا القنوات التلفزيونية الفضائية أن تجعل في اهتمامها تخطيط، إعداد، وتنفيذ برامج ثقافية⁶⁷.

وهذا يوضح كيف أن التكنولوجيات الحديثة لم تضعف من دور الثقافة في الإعلام، بل جعلت من الضروري الاستثمار فيها والتقنن في إيصالها لجمهور واسع ومتّوّع.

كما أن وسائل الإعلام تؤدي دوراً أساسياً في تزويد الأفراد بالمعلومات والأراء التي يتم من خلالها رسم صور للعالم الدلالي، وتجعلهم يهتمون بأمور لا يستطيعون معرفتها بالتجربة المباشرة، ولذلك يفترض البعض دائمًا أن حوالي 70% من صور الفرد في المجتمع الحديث

⁶⁶ جواد علي مسلماني، البرامج التلفزيونية والدور الثقافي للقنوات الفضائية، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، 2016، ص25

⁶⁷ د. راضي رشيد الجبوري، دور البرامج التلفزيونية الثقافية في تنمية معارف وخبرات الطلبة الجامعية العراقية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والإتصال، العدد 21، الجامعة العراقية، سنة 2018، ص115

لواقعه مستمدة من وسائل الإعلام⁶⁸. ومن هنا يمكن القول إن البرامج الترفيهية، بما تنقله من رموز وقيم وأحداث، تساهم في تشكيل الإدراك الجماعي، وهي ليست فقط مرآة للمجتمع بل أداة فاعلة في بنائه الرمزي والمعرفي.

ثالثاً: تأثير الإعلام الترفيهي على القيم والمواقف الاجتماعية

شهدت المجتمعات العربية في السنوات الأخيرة تحولات متسارعة مست مختلف جوانب الحياة، خاصة مع التطورات التكنولوجية والانفتاح الإعلامي الكبير، ما أثر بشكل واضح على سلوك الأفراد. وقد ساهم الانتشار الواسع للبرامج الترفيهية، خاصة تلك المتأثرة بالثقافة الغربية، في إحداث نوع من التغير في المنظومة القيمية داخل المجتمع، وأمام هذا التأثير المتزايد أصبح من الضروري فهم الدور الذي يلعبه الإعلام الترفيهي في إعادة تشكيل القيم والمواقف الاجتماعية، سواء من حيث تمثله لمفاهيم الأسرة، الاحترام، والتضامن، أو من خلال ما يطرحه من رموز ومضامين تؤثر في الذوق الفني، اللغة، وأنماط التفكير. ومن هذا المنطلق، يتناول هذا المطلب أثر الإعلام الترفيهي على القيم الاجتماعية والثقافية للمجتمع.

1- تأثير الإعلام الترفيهي على القيم الاجتماعية (مثل الحب، الأسرة ، العلاقات) :

يعد الإعلام الترفيهي من أبرز الفضاءات التي تعيد تشكيل أنماط العلاقات الاجتماعية ، إذ تؤثر البرامج الترفيهية في طبيعة الروابط بين الأسرة ، وفي أنماط التفاعل والتواصل داخل المجتمع . فمع تزايد إستهلاك هذه البرامج من المؤلف أن تتراجع مظاهر التلاقي الأسري والحوار العائلي ، لتحول محلها مظاهر الإنعزال الفردي والإنشغال بالمحظى الترفيهي ، كما تسهم بعض البرامج ، بشكل مباشر أو غير مباشر في ترويج لقيم تتنافى مع

⁶⁸ د.راضي رشيد الجبوري، دور البرامج التلفزيونية الثقافية في تنمية معارف وخبرات الطلبة الجامعية العراقية، مرجع سبق ذكره، ص 115

البنية الاجتماعية التقليدية مثل الفردانية، وتراجع الاحترام المتبادل، وضعف روابط الحب والود، مما يؤدي إلى تآكل منضومة القيم داخل الأسرة والمجتمع ككل، وهذا ماتؤكده بعض الدراسات والملاحضات الميدانية التي سجلت تغيرات واضحة في العلاقات بين الأفراد تحت تأثير المحتوى الإعلامي.

يسهم الإعلام الترفيهي في إضعاف القيم الاجتماعية وال العلاقات الإنسانية الحقيقة داخل الأسرة والمجتمع، مثل العلاقة بين الوالدين والأبناء أو بين الأزواج والجيران. فقد أصبح من النادر اجتماع أفراد الأسرة دون أن يكون التلفاز شغالة، ما يقلل من فرص التواصل المباشر. ويظهر ذلك في إحدى الملاصقات الإعلانية لقناة Canal+ الفرنسية التي حملت عبارة: "الأطفال يستحقون أفضل من هذا"، مرفقة بصورة لأسرة متباude تواصلها، حيث تكتفي الابنة بسماعات MP3، في دعوة ضمنية لاستبدال التواصل الأسري بالمصامين الإعلامية. هذا النموذج يوضح كيف تساهم هذه الوسائل في تراجع قيم الحب، الاحترام، والتواصل الحقيقي داخل الأسرة.⁶⁹

وفي ضوء هذا التأثير، أدى خروج الأمهات إلى سوق العمل إلى تراجع دور الأسرة في غرس القيم، وأصبح الأطفال يستوعبون القيم من خلال وسائل وفي مقدمتها التلفزيون.⁷⁰ ويمثل هذا التحول خطورة بالغة على البنية القيمية للمجتمع إذ لم تعد الأسرة المصدر الأساسي لبناء المنظومة القيمية لدى النشاء، بل أصبحت وسائل الإعلام وعلى رأسها البرامج الترفيهية، تشكل دوراً محورياً في تحديد الاتجاهات السلوكية للأفراد حيث تلعب البرامج الترفيهية دوراً كبيراً في صياغة تصورات الأفراد عن العلاقات الاجتماعية، والأخلاقيات، والأنماط السلوكية، سواء كانت هذه القيم إيجابية أو سلبية.

⁶⁹ زهير بوسيلة، قراءة في سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة دييجي فارس المدية، د8-7، ص8.

⁷⁰ د.شعبانى مالك، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد 7، جامعة بسكرة، 2012، ص220.

من جهة أخرى، يعكس "صراع الأجيال" ظاهرة اجتماعية حتمية ناتجة عن التغيرات الاجتماعية المتسارعة. كما أشار الفيلسوف هيرقلطيس إلى هذه الظاهرة في قوله: "لا يخطو الرجل مرتين في نفس النهر"، وهو ما يعبر عن حتمية التغير الاجتماعي. هذا التباين بين الأجيال أصبح أكثر وضوحاً في العالم العربي منذ تسعينيات القرن الماضي، نتيجة الانفتاح الاقتصادي والتطور التكنولوجي، مما أدى إلى اتساع الفجوة بين جيل متمسك بالقيم التقليدية وجيل نشأ في بيئه ثقافية وإعلامية مفتوحة⁷¹.

إذ نجد البرامج الترفيهية تسهم بشكل كبير في تعزيز هذا التباين بين الأجيال، حيث تقدم محتوى يعكس أنماط حياة وأفكار قد تكون بعيدة عن القيم التي نشأ عليها الجيل الأكبر. في حين يتفاعل الجيل الشاب مع هذه البرامج بشكل إيجابي باعتبارها وسيلة للتعبير عن نفسه والاطلاع على قضايا معاصرة، يرى الجيل الأكبر فيها تهديداً للقيم والتقاليد التي يعتز بها. وبالتالي تساهم هذه البرامج في تشكيل مفاهيم جديدة لدى الجيل الشاب حول العلاقات الاجتماعية والأخلاقيات، مما يؤدي إلى تطور في القيم الاجتماعية وتباين في كيفية فهم الأجيال لهذه القيم.

من خلال هذا السياق، يمكن القول إن البرامج الترفيهية أصبحت أحد العوامل المؤثرة في خلق فجوة بين الأجيال، بسبب تنوّع محتواها وسرعته التي تواكب تطورات العصر، مما يسهم في تشكيل تصورات مختلفة للقيم الاجتماعية وال العلاقات الإنسانية.

2- تأثير الإعلام الترفيه على القيم الثقافية :

تعد البرامج الترفيهية المستوردة شكلاً من أشكال الإستعمار الثقافي ، إذ يتسلّل هذا الأخير إلى المجتمعات من خلال مظاهر سطحية وظاهرة تتعلق بالشفرات الاجتماعية والثقافية ، مثل

⁷¹ أنظر. د.شيرين جمال حسن، الإعلام الرقمي وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 69، جامعة الأزهر كلية الإعلام، 2024، ص 1240.

أنماط اللباس والتربية وإستقطاب الألفاظ والكلمات الدخيلة على اللغة العربية، وصولاً إلى أخطر مظاهره التي تمس العلاقات الأسرية والإجتماعية . ولهذا النمط من الإستعمار أثر بالغ على المجتمعات العربية، حيث إجتاحتها منذ الثمانينيات مالا يقل عن ست موجات من الغزو الثقافي، ولا يزال يمارس ضغطاً متزايداً وإقتحاماً متكاملاً لهويتها. وقد أدى هذا التأثير إلى مايعرف بفوضى القيم وتماهي المعاني ،حتى أصبح المواطن العربي في حيرة من أمره تجاه الأصول الحقيقية لمفردات اللغة والخطاب اليومي، أو حتى لعاداته وتقاليده ولباسه ومعتقداته.⁷²

وتتفاقم هذا التأثير مع ظهور الفظائيات التي راحت تتتسابق في إرضاء الجمهور العربي وإستقطابه من خلال تقديم مواد ترفيهية تتعارض مع أسس التنشئة الاجتماعية ومقوماتها، مما ساهم في نشر النموذج الغربي من خلال نسخ مقتبسة من برامج أمريكية و أوروبية،كما هو الحال في ما يعرف با "تلفزيون الواقع". وقد ساعدت هذه البرامج على تعميق ظاهرة "أمريكا" الترفيه العالمي من خلال الثقافة التي تقدمها للشباب، فأصبحوا يرتدون الجينز الأزرق ويشربون الكواكولا، ويفغون أحد أحدث أغاني الروك. مما أثر بشكل سلبي على تشكيل وعي الشباب بتأكيد القيم الفعلية والفردية وإنشار ثقافة الإستهلاك نتيجة الإنفتاح، تمجيد كل ما هو أجنبي وتحول الشباب إلى ساق عالمي متحرر.⁷³

إذ يسهم الترفيه الإعلامي ، لاسيما من خلال البرامج الترفيهية في إحداث تحولات واضحة في القيم الثقافية لدى الجمهور ، حيث يتم إنتاج مضامين تتسم بالسطحية والتكرار وتعتمد على صورة فقير دلالياً لاتحفز على التفكير أو المشاركة ، إذ تشير العديد من الدراسات إلى أن هذه المواد الترفيهية أصبحت تشكل النسبة الأكبر من البرمجة التلفزيونية ، وهو مايعكس فقرا في

⁷² د، حراث سمير ، *الفضائيات التلفزيونية وإستراتيجيات صناعة الترفيه وترويجه* مقال جامعة يحيى فارس -المدية، قسم علوم الإعلام والإتصال ، دس، ص .8

⁷³ أ. إخلاف كنزة ، *برامج التلفزيون الواقع وإنعكاساتها على القيم الأخلاقية* ، مجلة معارف ، العدد 20،جامعة البويرة،2016،ص 250

الكتابات وفيابا للرسائل الثقافية العميقه ، تميل هذه البرامج إلى معالجة قضايا هامشية أو مشوشة بطريقة تفرغ الشخصيات من هوياتها الفردية وتظهرها ككائنات مشوهة ، مما يعيق بناء صورة ثقافية متماسكة ، و يؤثر سلبا على الذوق العام والوعي الجماعي.

الفصل الثالث

ما هي القيم السلبية وتأثيراتها على المجتمع

أولاً:تعريف القيم السلبية التي تتضمنها البرامج الترفيهية .

ثانياً:التأثيرات السلوكية والفكرية التي تظهر على الجمهور

نتيجة المشاركة في هذه البرامج .

مدخل:

تعتبر القيم إحدى الأسس الجوهرية التي تقوم عليها المجتمعات، فهي تشكل الإطار المرجعي الذي يوجه السلوك الأفراد وينظم العلاقات داخل المجتمع . غير أن وسائل الإعلام الحديثة خاصة البرامج الترفيهية ، أصبحت تلعب دوراً مزدوجاً ، فبينما تساهم في نشر القيم الإيجابية وتعزيز الهوية الثقافية ، فإنها قد تكون أيضاً وسيلة لنقل قيم سلبية تؤثر بشكل غير مباشر على الأفراد والمجتمع ككل. فقد تتضمن بعض هذه البرامج مظاهر تتعارض مع المبادئ الأخلاقية والاجتماعية ، مما يؤدي إلى تغيرات في أنماط التفكير والسلوك ، وهو ما قد يسهم في ترسيخ مفاهيم غير ملائمة لقيم السائدة.

وفي هذا السياق سنتناول في هذا الفصل :

أولاً : تعريف القيم السلبية التي تتضمنها البرامج الترفيهية

ثانياً: التأثيرات السلوكية والفكرية التي تظهر على الجمهور نتيجة المشاركة في هذه البرامج .

أولاً : تعريف القيم السلبية التي تتضمنها البرامج الترفيهية

تلعب القيم دوراً محورياً في تشكيل شخصية الأفراد وتوجيه سلوكهم داخل المجتمع فهي بمثابة المبادئ التي يستندون إليها في تقييم الأفعال وتخاذل القرارات . ومع التطور السريع لوسائل الإعلام ، أصبحت البرامج الترفيهية واحدة من أكثر الوسائل تأثيراً في نشر القيم وترسيخها ، سواء كانت إيجابية أم سلبية. بينما تساهم بعض البرامج في تعزيز الأخلاق والتقاليد الإيجابية ، نجد أن أخرى قد تكرس سلوكيات غير مرغوبة أو قياماً تتعارض مع الهوية الثقافية للمجتمع.

وفي هذا السياق تبرز العاجة إلى دراسة مفهوم القيم وتصنيفاتها وكيف إنعكاسها في المحتوى الإعلامي ، خاصة عندما يتعلق الأمر بالقيم السلبية التي قد تؤثر على توجهات وسلوكيات الجمهور ، لاسيما الفئات الأكثر عرضة للتأثير ، مثل الشباب والمرأة ، بناءً على ذلك سنتبدأ :

1-تعريف القيم وتصنيفاتها

2-خصائصها

3-مفهوم القيم السلبية في البرامج الترفيهية

1-مفهوم القيم وتصنيفاتها

تعد القيم عنصراً جوهرياً في تشكيل السلوك الاجتماعي والتفاعل بين الأفراد، حيث تمثل المبادئ والمعتقدات التي تحدد ما يعتبره المجتمع مرغوب أو غير مرغوب فيه، مما أدى إلى تعدد التعريفات بتنوع السياقات العلمية. ومن هذا المنطلق يختلف الباحثون في تحديد مفهوم القيم وفقاً للتخصصات المختلفة.

على المستوى اللغوي: جاء في المعجم الوسيط أن قيمة الشرح هي قدرته، وقيمة المتابع هي ثمنه، وقال مال فلان قيمة أي ماله ثبات ودوماً على الأمر⁷⁴. تدل كلمة القيمة على الثمن أو النوع، وما له من قيمة فإنه يتصف بالثبات والدوماً. كما أنها تعني الإستقامة، فقال ابن إسحاق، القيم هو المستقيم، والقيمة هي الديانة المستقيمة، قال تعالى {وَذَلِكَ دِينُ الْقَيْمَةِ} متحدثاً عن الإسلام أي الدين الأقوم، واستقام: أي إعتدل ومنها الصراط المستقيم أي الصراط المعتدل، والقيم مشتقة من قوم أي قدر الشيء وثمنه، وكتاب قيم أي ذو قيمة، وتقيم الشيء إعطاءه قيمة والتقويم إزالة العوج⁷⁵.

أما من الناحية الإصطلاحية: فقد قدم الباحثون عدة تعريفات للقيم، بخلاف توجهاتهم العلمية ومن أبرز هذه التعريفات نجد من عرف القيم "على أنها مفهوم يدل على مجموعة من التصورات والمفاهيم التي تكون إطاراً للمعايير والأحكام والمثل والمعتقدات والتفضيلات التي تكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية، بحيث تمكنه من اختيار

⁷⁴ إبراهيم أنيس، **المعجم الوسيط** ، مجمع اللغة العربية، ط.2، 1979، ص108.

⁷⁵ بورحطة سليمان ، أثر استخدام الإنترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مسيلة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم الإعلام والإتصال ، قسنطينة 3، سنة 2018، ص 36

أهداف وتوجهات لحياته ويراها جديرة بتوظيف إمكانيات وتجسد من خلال الإهتمامات أو الإتجاهات أو السلوك العلمي أو اللفظي بطريقة مباشرة⁷⁶.

كما يوجد من عرفيها على أنها الحكم الذي يصدره الشخص على شيء ما، مهتميا بمجموعة من القواعد والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه، والذي يحدد المرغوب عنه من أنماط السلوك⁷⁷. كما تعد القيم خاصية من خصائص المجتمع الإنساني والإنسان هو موضوعها، فالقيم عملية إجتماعية تختص بالجنس البشري عموماً وتشكل أهميتها من طبيعة وجوده في المجتمع الإنساني دون قيم، فهما ظاهرتان متماسكتان أشد التماسك ويشبهما كروبير بأنها "كسطح الورقة في تلاصقهما"، فإذا محونا من أي مجتمع إنساني من قيمة، فإننا بذلك تكون قد سلخنا عنه إنسانيته.⁷⁸

في حين يرى الإتجاه **السيكولوجي** القيم : بأنها تقدير ذاتي يشتق من ذات الشخص المتفاصل مع خبراته ، والقيم هي ذلك العدد من المثل العليا الأساسية التي تقرر السلوك العقلي للأفراد ، وهي عبارة عن اختيار يقوم به الإنسان في مختلف ميادين الحياة التي تضم إتجاهاته الأساسية وميوله العميقه والأشياء التي تحظى منه بالإحترام والتقديس ، والقيم تتأثر بالأساس الثقافي للمجتمع الذي يتفاعل فيه الفرد وما يتضمنه هذا الوسط من نظم وتقالييد وعادات إجتماعية وأنماط سلوكية ، ثم التوافق عليها في سياق تاريخ الجماعة حتى أصبحت جزءاً من التراث الثقافي والحضاري، ويرى "ماسلو" أن مفهوم القيم مرده الحاجات الأساسية التي تسعى إلى الإشباع

⁷⁶ على خليل مصطفى ، القيم الإسلامية والتربية - دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها ، مكتبة إبراهيم حلبى ، المدينة المنورة ، د. ط ، 1988 ، ص 34.

⁷⁷ سلوى السيد عبد القادر ، الأنثربولوجيا والقيم ، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر ، الإسكندرية، 2013، ص 19

⁷⁸ عبد الله عقله مجل الحزاعله،الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدراة التربوية، دار الحامد للنشر والتوزيع ، ط 1، الأردن، 2009، ص 35

فال حاجات الأساسية هي التي تؤسس الكائن بيولوجياً وتحدد له نسق إختياراته فهي تبدأ بمثابة قيم بيولوجية ثم تحول بفعل النمو والتعليم والتدريب إلى قيم اجتماعية⁷⁹.

كما تعرف القيم عند الفلاسفة: إذ نقل الفلاسفة موضوع القيم إلى الحقول الفلسفية من العلوم الاقتصادية ، وصار استعمالها في مجالات عديدة للدلالة على كلمات كانت شائعة في الفلسفة القديمة مثل الكمال والخير والقيمة كلمة من الصعب تحديد معنى حقيقي لها ، لأنها كما يقول لاند تدل غالباً على تصور متحرك مروراً من الواقع إلى الحق ومن المرغوب فيه إلى القابل للرغبة فيه⁸⁰.

2- تصنیفات القيم:

ونظراً لهذا التنوع في المفاهيم، قام الباحثون في تعريف القيم إلى أنواع مختلفة، وفقاً لمعايير متعددة، حيث نجد من بين أشهر التصنیفات في هذا المجال التصنیف الذي اقترحه سبريرجر (spranger)، والذي يستند إلى عدة أبعاد. يشمل بعد المحتوى القيم النظرية، السياسية، الدينية، الاجتماعية والاقتصادية. أما بعد الشدة فيتضمن القيم الإلزامية، القيم التفضيلية ، القيم المثالیة. كما يضاف إلى ذلك بعد المقصود، الذي يميز بين القيم الوسائلية والقيم الغائیة. ثم يأتي بعد العمومية الذي يفرق بين القيم العامة والقيم الخاصة يليه بعد الوضوح الذي يشمل القيم الحركية والقيم الضمنية. وأخيراً نجد بعد الدوام الذي يفرق بين القيم الدائمة والقيم المؤقتة.

⁷⁹ د.لطيفة طبال ، أسماء رتيمي ، الدلالة السوسيولوجية للقيم، قسم العلوم الاجتماعية ، جامعة البلدة2، جامعة البلدة ، د.س، ص 2

⁸⁰ نور الدين بولعراس، سفيان بو عطيط، القيم الشخصية و بينة العمل، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 18، العدد 01، 2024، ص 110

أ- بعد محتوى القيم: فقد صنفها سبرنجر في كتابه "أنماط الرجال" إلى ستة أقسام وهي⁸¹

1- **القيم النظرية**: وتعني الإهتمام بالمعرفة وإكتشاف الحقيقة والسعى إلى التعرف على القوانين وحقائق الأشياء وتمثل نمط الفيلسوف والعالم.

2- **القيم الاقتصادية**: تتضمن الاهتمام بالمنفعة الاقتصادية والمادية والسعى إلى المال والثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج وإستثمار الأموال وهي تمثل نمط رجال الأعمال والاقتصاد.

3- **القيم الجمالية**: تعبّر عن الاهتمام بالمال وبالشكل وبناتسق وهي تهم الشخص ذا الإهتمامات الفنية والجمالية .

4- **القيم الاجتماعية**: تتضمن الاهتمام بالناس ومحبّتهم ومساعدتهم وخدمتهم والنظر إليهم نظرة إيجابية كغايات لا وسائل لتحقيق أهداف شخصية وتجسم نمط الفرد الاجتماعي .

5- **القيم السياسية** : تتضمن عناية الفرد بالقوة والسلطة والتحكم في الأشياء أو الأشخاص والسيطرة عليها .

6- **القيم الدينية** : تتضمن الاهتمام بالمعتقدات والقضايا الروحية والدينية والغيبية والبحث عن حقائق الوجود وأسرار الكون .

ب- بعد المقصود من القيمة: وتنقسم إلى قسمين⁸²

1- **قيم وسائلية**: وهي تلك القيم التي ينظر إليها الأفراد والجماعات على أنها وسائل لغايات أبعد.

⁸¹ محسن جلوب الكناني, القيم والنسل القيمي التعريف والمفهوم, كلية الإعلام بجامعة بغداد, بغداد, ص 23

⁸² إدارة التحرير, تصنيف القيميين الإسلام والغرب, مجلة مع الشباب, العدد 4, سنة 2019, ص 13

2 - **قيم غائية**: وهي الأهداف والفضائل التي يضعها الأفراد والجماعات لأنفسهم.

ج- بعد شدة القيمة :

ترتبط شدة القيمة بأمرتين أولها درجة الالتزام التي تفرضها على الفرد وثانيهما الجزاء أو العقوبة التي تقررها وتوقعها على من يخالف القيمة وبمقدار درجة الالتزام والجزاء تكون شدة القيمة أو ضعفها فمثلاً عدم الغش في الامتحانات (قيمة درجة الالتزام فيها عالية والجزاء عليها شديد إذن هي قيمة ذات شدة عالية)، أما قيمة مقابلة الإساءة بالإحسان فدرجة الالتزام فيها ضعيفة والجزاء على من لا يفعلها ضئيل لذلك فإن شدتها ضعيفة، وتنقسم القيم باعتبار شدتها إلى ثلاثة أنواع هي⁸³ :

1- القيم الملزمة أو لامرة النهاية : هي تتعلق فيما ينبغي أن يكون ويجب الالتزام بها، ويكون جزاء من يخالفها شديداً، وهي غالباً ما تتعلق بالمصلحة العامة وبما تعارف عليه المجتمع من قيم وفضائل تحقق أمنه واستقراره ونموه ومن أمثلتها القيم المتعلقة بالمعتقدات الدينية وبعدم الاعتداء على الآخرين أو إيدائهم والالتزام بمعايير المجتمع الأخلاقية.

2- القيم التفضيلية: هي القيم التي يفضل أن تكون حيث يشجع الفرد على تمثيلها بصورة تفضيلية غير ملزمة ولا يكون جزاء من يخالفها شديداً أو صارماً ومن أمثلتها إكرام الضيف والإحسان إلى الجيران وصلة الرحم.

⁸³ بورحطة سليمان، أثر الأنترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسنطينة، 2018، ص 96-97.

3- القيم المثالية: هي القيم التي يرجى أن تكون والتي يتطلع الناس إلى تمثيلها في سلوكهم ولكن يشعرون بصعوبة تحقيقها بشكل دائم وبصورة كاملة ومنها الزهد في الدنيا والإيثار، وهذه القيم على درجة كبيرة من الأهمية لأن أثراها يعمل على توجيه سلوك الأفراد نحو المثل العليا، ويعطي أنموذجاً وقدوة حسنة لآخرين ومن أمثلتها الزهد في الدنيا والإيثار والتضحية والبذل والعطاء.

د- بعد عمومية القيمة: ويقصد بهذا المعيار مدى شيوع القيمة وإنشارها وتصنف إلى صنفين ⁸⁴ بما:

1- القيم العامة: هي القيم الشائعة والمنتشرة في المجتمع بغض النظر عن فئاته وطبقاته وببيئته وتمثل هذه القيم الإطار القيمي العام الذي يتحكم إليه الأفراد المجتمع في سلوكياتهم وأحكامهم، وتتبع أهمية هذه القيم في تحقيق التجانس والتكامل بين الأفراد وتوحيد إتجاهاتهم والتخفيض من حدة الصراع القيمي لأن الصراع القيمي يمثل حالة عدم التوافق والتجانس التي تؤدي إلى تفكك وإختلاف الأفراد ومن الأمثلة على القيم العامة: المعتقدات الدينية والزواج والأسرة ورعاية الوالدين والتكافل التكافل الاجتماعي.

2- القيم الخاصة: هي القيم التي ترتبط بفئة خاصة أو تحدد بزمان ومكان معينين ومن أمثلتها الزكاة في شهر رمضان الصلة في مصلى العيد، والاحتفال بالمناسبات الدينية.

⁸⁴ حامد عبد السلام زهران: علم النفس الاجتماعي، دار الكتب الحديث، الإسكندرية، 2000، ص 160

هـ - بعد الوضوح القيمة :⁸⁵

1- القيم الصريحة: وهي القيم التي يتم التعبير عنها علينا، سواء في التصريحات الرسمية للقوانين، أو السلوكيات المتفق عليها في المجتمع. هذه القيم تكون واضحة للجميع ولا تحتاج إلى تفسير أو تأويل.

2- القيم الضمنية: وهي القيم التي تكون غير معلنة أو غير مباشرة، بل يتم إستنتاجها من خلال السلوكيات العادات، أو الأعراف السائدة في المجتمع، قد تكون هذه القيم غير مكتوبة لكنها تؤثر بشكل كبير في تصرفات الأفراد والمجتمعات.

وـ - بعد الدوام القيمة:⁸⁶

1- قيم عابرة: هي القيم التي لا تدوم طويلاً إنما توجد لوقت قصير مؤقت لإرتباطها بحد ما أو ظاهرة معينة تزول بزوالها فقد تظهر قيمة معينة بين طلبة الجامعة تتعلق بموضوع أو سلوك معين سرعان ما تتلاشى وتذهب.

2- القيم الدائمة: هي القيم التي تدوم طويلاً ويتناقلها الناس من جيل إلى جيل وتخد صفة الإلزام والتقدير كالصدق والأمانة.

⁸⁵ دارة التحرير، نفس الرجع السابق، ص 13

⁸⁶ بورحمة سليمان، نفس المرجع السابق، ص 98

3- خصائص القيم:⁸⁷

عددت خصائص القيم واختلفت وهذا راجع للمرجعية الفكرية للباحثين ولكن هناك خصائص مشتركة نذكر منها:

- القيم نسبية القيم غير ثابتة تتغير بتغير الزمان والمكان وتنبع بتغير الثقافات والبيئات.
- اجتماعية: القيم تتشكل وتتبع من تراث المجتمع وثقافته.
- مكتسبة: تكتسب عن طريق التنشئة الاجتماعية.
- القيم مرنة : تتميز بالمرونة والقابلية للتطور ومواكبة التغيرات المستمرة
- الإنسانية: هي إنسانية بحثة تتعلق بالعنصر البشري.
- الهرمية ترتيب القيم عند الفرد هرميا حسب الأهمية.
- القيمة حكم عقلي وجاذبي مجرد.

3- القيم السلبية في البرامج الترفيهية:

وبينما تساهم بعض القيم في تعزيز الأخلاق والهوية المجتمعية، نجد أن هناك قيمًا أخرى قد تؤدي إلى تأثيرات سلبية على الأفراد والمجتمع ، خاصة عندما يتم نشرها عبر وسائل الإعلام والبرامج الترفيهية . وهنا يبرز مفهوم القيم السلبية الذي يستوجب التعريف والدراسة لفهم إنعكاساته المختلفة.

⁸⁷ نور الدين بولعراس، سفيان بوعطيط ، نفس المرجع السابق، ص114

مفهوم القيم السلبية: هي مجموعة من المبادئ والمفاهيم التي تتناقض مع المعايير الأخلاقية والاجتماعية الإيجابية السائدة في المجتمع ، وتدعي إلى تعزيز أنماط سلوك غير مرغوبة فيها أو متعارضة مع الهوية الثقافية والقيم التربوية، تتجلى هذه القيم في المضامين الإعلامية التي تروج لمفاهيم مثل التجاوز الأخلاقي، الفردية المطلقة، التحرر من القيود الاجتماعية دون ظوابط والتقليل من أهمية العادات والتقاليد الإيجابية⁸⁸.

كما نجد فريدة بوعكز تناولت في دراستها بعنوان "إنعكاسات البرامج الترفهية المستخدمة في القنوات الفضائية الجزائرية على قيم الجمهور" تأثير هذه البرامج على القيم الاجتماعية وأشارت أن هذه البرامج قد تساهم في إعادة جيل مشبع بالقيم السلبية والأخلاقية ، وتكريس قيم غريبة عن مجتمعنا⁸⁹. من هذا السياق يمكن فهم أن القيم السلبية هي تلك التي تتعارض مع القيم والأخلاق السائدة في المجتمع ، وتأثيرها سلبا على سلوكيات الأفراد.

بالإضافة إلى ذلك أشارت دراسة أخرى بعنوان "سلبيات تعرض الجمهور للبرامج الترفهية في القنوات الفضائية" إلى أن بعض البرامج الترفهية قد تؤدي إلى ضعف القيم الأخلاقية والإحترام بين أفراد العائلة⁹⁰. وهذا يشير إلى أن القيم السلبية تشمل تلك التي تضعف الروابط الأسرية والقيم الأخلاقية .

بناء على هذه الدراسات يمكن تعريف القيم السلبية في البرامج الترفهية بأنها : مجموعة من المضامين والسلوكيات المعروضة في البرامج الترفهية ، والتي تتناقض مع المبادئ والقيم الأخلاقية والثقافية والاجتماعية السائدة في المجتمع ، هذه القيم قد تؤثر سلبا على الأفراد من

⁸⁸ إخالف كنزة، برامج تلفزيون الواقع وإنعكاساتها على القيم الأخلاقية ، مجلة معارف العدد 20، البويرة، 2016، ص 250

⁸⁹ فريدة بوعكاز، إنعكاسات البرامج الترفهية المستخدمة في القنوات الفضائية الجزائرية على قيم الجمهور، مجلة معيار، العدد 56، 2021، ص 357-357

⁹⁰ نور وليد مسلم، سلبيات تعرض الجمهور للبرامج الترفهية في القنوات الفضائية، مجلة الجامعة العراقية ، العدد 48، 2020، ص 486-499

خلال إعادة تشكيل مواقفهم وسلوكياتهم بطرق تتناقض مع المعايير الأخلاقية المقبولة، مما ينعكس على العلاقات الأسرية، الاجتماعية وحتى على بنية ككل.

ثانياً: التأثيرات السلوكية والفكرية التي تظهر على الجمهور نتيجة المشاركة في هذه البرامج.

تُعد البرامج الترفيهية من أبرز أنماط المحتوى الإعلامي التي باتت تحظى بمتابعة جماهيرية واسعة، خاصة مع الانتقال التدريجي للمنصات الرقمية مثل اليوتيوب التي أضحت بيئة خصبة لإنتاج هذا النوع من البرامج وترويجه. وتميز هذه الأخيرة بطابعها الجذاب، القائم على التسلية والتفاعل، ما يجعلها أكثر قرباً من الجمهور، خصوصاً فئة الشباب. ومع هذا الانتشار اللافت، لم تعد البرامج الترفيهية تقتصر على دورها التقليدي في الترفيه والتسلية، بل أصبح لها تأثير واضح على أنماط التفكير والسلوك داخل المجتمع، وذلك من خلال ما تحمله من مضامين، وما تتيحه من فرص تفاعل ومشاركة.

فالتابع لهذه البرامج لا يتوقف عند حدود المشاهدة، بل قد يتأثر بما يُعرض فيها من سلوكيات، أو مواقف، أو آراء، مما قد ينعكس على سلوكياته اليومية وتوجهاته الفكرية. ومن هذا المنطلق، فإن تحليل التأثيرات الناجمة عن هذه البرامج لا بد أن يأخذ بعين الاعتبار مختلف الأبعاد النفسية والاجتماعية التي قد تترجم عن هذا التفاعل، سواء على المستوى الفردي أو الجماعي. وبناءً على ما سبق، سنتناول في هذا المطلب.

أولاً التأثيرات السلوكية التي قد تظهر على الجمهور نتيجة المشاركة أو التفاعل مع هذه البرامج، ثم ننتقل.

ثانياً إلى التأثيرات الفكرية التي قد تمس منظومة القيم والتمثيلات الذهنية لدى الأفراد.

أولاً: التأثيرات السلوكية التي تظهر على الجمهور نتيجة المشاركة في هذه البرامج.

لا يخفى على أحد أن البرامج الترفيهية تحظى باهتمام واسع من قبل الجمهور نظراً لطبيعتها المسلية ومحتوها الجذاب. إلا أن هذه البرامج لا تقتصر على توفير جرعات من الترفيه والمتعة فقط، بل تمتد تأثيراتها لتلامس الجوانب السلوكية لدى الأفراد. فالانغماس المستمر في متابعة هذا النوع من المحتوى الإعلامي قد يؤدي إلى تبني سلوكيات جديدة أو تعزيز سلوكيات قائمة، نتيجة لما تتضمنه من مضامين متعددة تؤثر على تصرفات الأفراد وتوجهاتهم. ومن هنا تبرز أهمية دراسة التأثيرات السلوكية للبرامج الترفيهية على الجمهور لفهم أبعادها وانعكاساتها.

1- تأثير البرامج الترفيهية على الانتماء والقيم الاجتماعية: تعمل بعض البرامج الترفيهية على تجسيد المغامرة الفردية وتعزيز الشعور بالعظمة، مما يؤدي إلى تراجع الإحساس بالانتماء للمجتمع. إذ إن الترويج للشخصيات الفردية التي تعتمد على الشهرة والتميز الشخصي قد يخلق فجوة بين الفرد ومحيطة الاجتماعي، حيث يبدأ البعض في تقليد هذه النماذج على حساب التفاعل الاجتماعي الحقيقي .

كما تساهم بعض البرامج في تشويه صورة المرأة عبر تقديمها كسلعة، مما يؤدي إلى انحطاط مكانتها الاجتماعية وتقليل دورها كفاعل أساسي في المجتمع. وهذا التناول الإعلامي ينعكس على الشباب والمرأهقين، حيث يتبنون نظرة سطحية للعلاقات الاجتماعية تقوم على المظاهر والشكليات، كما تساهم هذه البرامج في خلخلة القيم الاجتماعية وحدوث اضطرابات عميقة في العلاقات الأسرية، حيث تعزز من التمرد على الالتزام الاجتماعي مما يؤدي إلى تآكل الروابط

الأسرية والمجتمعية، كما تسهم في نشر ظاهرة الإغتراب، الفردية، العدوانية، الإنحراف السلطوي والمال والنساء، عدم الإكتراث⁹¹.

2- تعزيز النمط الاستهلاكي وتغريب الهوية : من ناحية أخرى، تدفع هذه البرامج الجمهور إلى تقليد النمط الغربي في اللباس، استهلاك الأطعمة السريعة، واتباع أساليب حياة لا تتماشى مع البيئة الثقافية المحلية⁹². كما تسهم في زعزعة الكثير من العادات الاجتماعية والتشكيك في الممارسات القائمة، مما يشيع حالة من القلق وهو ما يعيق التواصل مع الأجيال⁹³. وغالباً ما تُقدم هذه الأنماط بشكل مبهر وجذاب، مما يجعل المشاهد يشعر بأن هذه الممارسات هي الطريق نحو النجاح الاجتماعي والقبول العام.

في هذا السياق، تنتشر ثقافة استهلاكية غير مدروسة تُعزّز من النزعة الاستهلاكية لدى الشباب، حيث يتبنون أسلوب حياة قائماً على الاستهلاك المفرط بدلاً من الإنتاج. ويفيد ذاك إلى انحسار الثقافة المحلية لصالح ثقافات دخيلة، مما يهدد الهوية الثقافية ويقلل من قيمة العادات والتقاليد.

3- التأثيرات النفسية والسلوكية للبرامج الترفيهية : تؤدي متابعة البرامج الترفيهية بشكل مفرط إلى تأثيرات سلبية على الصحة النفسية، حيث يعتبر بعض الباحثين أن الإفراط في المشاهدة يصل إلى حد الإدمان مما يتسبب في ضياع الوقت وتقليد شخصيات تقوم بأدوار سلبية. وفي بعض الأحيان قد يؤدي ذلك إلى عواقب وخيمة، مثل العنف الأسري أو الطلاق أو حتى الوفاة أو نشر العنف والفاحشة نتيجة تقليد مشاهد خطرة⁹⁴. إذ يشعر الأفراد بعدم القدرة على الانفصال عن هذه البرامج، مما يؤثر على التوازن النفسي ويفيد إلى إهمال الأنشطة الحياتية الأخرى، كما

⁹¹ أ.إخلاف كنزة، برامج تلفزيون الواقع وإنعكاساتها على القيم الأخلاقية، مجلة معارف العدد 20، البويرة، 2016، ص 151

⁹² أ.إخلاف كنزة، نفس المرجع السابق، ص 151

⁹³ نهوند القادري عيسى، قراءة في الثقافة الفضائية، مركز الدراسات الوحيدة العربية، ط 2، بيروت، 2013، ص 320

⁹⁴ منال أبو الحسن، علم الاجتماع الإعلامي أساسيات وتطبيقات، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2009، ص 110

أن بعض البرامج التي تروج للعنف أو السلوكيات غير الأخلاقية قد تدفع المشاهدين إلى تقليدها، خاصة الفئات الشابة التي تتأثر بسرعة بالمضمونين الإعلامية.

4 - تأثير البرامج على العلاقات الاجتماعية والأسرية: مع التطور التكنولوجي وانتشار القنوات الفضائية التجارية التي تدعو إلى الاستهلاك⁹⁵, تغير العلاقات التقليدية للأفراد وأصبحت وسائل الإعلام تلعب دوراً في تقليل التواصل الأسري أدى هذا إلى تراجع التفاعل الاجتماعي وعدم القدرة على فتح مجالات للحوار والتواصل مع المجتمع والأسرة⁹⁶.

حيث بات الأفراد، خاصة الشباب، يقضون ساعات طويلة أمام الشاشات، مما يقلل من فرص الحوار الأسري ويؤدي إلى تباعد أفراد العائلة. ومن بين التأثيرات الملحوظة، تراجع أهمية الجلسات العائلية التقليدية، حيث يحل محلها الانغماس في البرامج التلفزيونية. يؤدي ذلك إلى خلق حالة من الانعزal الاجتماعي، حيث يصبح التواصل الرقمي أكثر أهمية من التواصل الواقعي. كما أن بعض البرامج تسهم في ترسیخ مفهوم النجاح الفردي بمعزل عن العائلة، مما يدفع الشباب للتركيز على الإنجازات الشخصية دون الاهتمام بالعلاقات الأسرية. وبهذا، تصبح الأسرة مجرد إطار اجتماعي هش يفتقد إلى التفاعل الإيجابي والدعم المعنوي.

إن البرامج الترفيهية تحمل في طياتها الكثير من التأثيرات السلوكية التي لا يمكن تجاهلها، خاصة في ظل ازدياد انتشارها وتتنوع محتواها. وتبقى مسؤولية المتابعة الوعية ضرورية للحد من هذه التأثيرات، من خلال تعزيز الوعي الثقافي والتأكيد على أهمية الحفاظ على الهوية الاجتماعية والأسرية.

⁹⁵ م.م. نور وليد مسلم، *سلبيات تعرّض الجمهور للبرامج الترفيهية في القنوات الفضائية*، مجلة الجامعة العراقية العدد 48، قسم الإعلام، ص 490.

⁹⁶ أنظر، أمانى رضا عبد المقصود، *الوظيفة الترفيهية لوسائل الإعلام ودورها في دعم الترابط الأسري*، مجلة العربية لبحوث الإعلام والإتصال، العدد 30، جامعة القاهرة، سنة 2020، ص 698.

ثانياً: التأثيرات الفكرية التي تظهر على الجمهور نتيجة المشاركة في هذه البرامج

تلعب وسائل الإعلام الحديثة بما في ذلك البرامج التلفزيونية الترفيهية، دوراً كبيراً في تشكيل الوعي الجمعي والثقافة العامة لدى الأفراد. ومع تزايد تأثير هذه البرامج على مختلف الفئات العمرية، بدأت تظهر انعكاسات واضحة على الأفكار والسلوكيات المجتمعية. إذ لا يقتصر الأمر على الترفيه فقط، بل يمتد إلى تشكيل نمط التفكير والقيم الثقافية. وفي هذا السياق، من المهم التطرق إلى أبرز التأثيرات الفكرية التي تتركها هذه البرامج على المشاهدين.

1- تشويه الوعي الاجتماعي: تؤثر البرامج الترفيهية على الفكر المجتمعي بشكل ملحوظ، حيث تسهم بعض البرامج في تشويه الوعي بالواقع الاجتماعي لدى الشباب، مما يجعلهم غير مدركين لحقيقة الواقع ويعزز لديهم سلوكيات غير أخلاقية⁹⁷. من وجهة نظرى، يُعد هذا النوع من التأثير من أخطر ما تسببه البرامج الترفيهية، خاصة تلك التي تعتمد على المبالغة أو تسويق نماذج سلوكية منحرفة في قالب من المرح والتسلية، مما يجعل المشاهد، خصوصاً الشباب، يطبع هذه الصورة المغلوطة في وعيه ويعامل معها كأنها الواقع الحقيقي.

2- تغيير الأولويات الفكرية: يسهم المحتوى الترفيهي في تغيير الأولويات الفكرية لدى المشاهدين، حيث يفقدون أهمية احترام الوقت، وتضعف لديهم قيمة التفاعل الأسري والشعور بالانتماء⁹⁸. انطلاقاً من ملاحظي الشخصية، فإن المحتوى الترفيهي المفرط، خاصة على المنصات الرقمية، يغير بشكل غير مباشر نمط حياة الأفراد، حيث يغلب عليه الطابع الفردي والافتراضي على حساب التفاعل الاجتماعي الواقعي، كما أن قيمة الوقت تبدأ في التراجع أمام أولوية المتابعة الدائمة.

⁹⁷ أظر، د،نهى مجد السيد ، تأثير البرامج التلفزيونية وموقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية والثقافية في المجتمعات

العربية،المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري كلية الإعلام،جامعة بنى سيف،ص812

⁹⁸ د،نهى مجد السيد، نفس المرجع السابق،ص812

ومثال على ذلك أضحت أن الأطفال والراهقين الذين يقضون وقتاً طويلاً في مشاهدة المحتوى الترفيهي على منصات مثل "YouTube" أو "TikTok"، أصبح لديهم تقدير أقل للوقت وأقل اهتماماً بالأنشطة التعليمية أو الاجتماعية. يتضح هذا في تراجع أداء بعض الطلاب في المدارس حيث يصبح لديهم أولويات أخرى تتعلق بمتابعة اليوتيوب أو المسابقات الترفيهية التي لا تقدم أي فائدة معرفية.

3- تعطيل القدرات العقلية: تؤدي المشاهدة الكثيفة لهذه البرامج إلى تعطيل القدرات العقلية والمعرفية، وتجميد الطاقات، مما يفقد الطفل فرصة الحضور والتخيل، و يؤثر على قدرته على التفكير والتمرين الذهني، وذلك بما تحمله هذه البرامج من مضمون عربى ناشر للفاحشة وبما يتميز به من إثارة سمعية وبصرية والتي تؤثر في الأعصاب والنفس⁹⁹. من وجهة نظرى، فإن هذا النوع من التأثير يعد من أخطر ما قد تسببه البرامج الترفيهية، خصوصاً تلك التي تُعرض على شكل رسوم متحركة أو أنيمي، لما لها من قدرة عالية على التأثير في اللاوعي الجماعي، لا سيما لدى فئة المراهقين. فالملتقطي، أثناء متابعته لهذه البرامج، لا يتفاعل معها بعين الناقد، بل يندمج فيها وجданياً وعاطفياً، مما يُعطل ملكاته العقلية النقدية على المدى الطويل

فعلى سبيل المثال، يلاحظ أن العديد من الشباب يتبعون بشكل مكثف بعض أعمال الأنمي مثل "Tokyo Ghoul" و "Death Note" ، والتي تتضمن مضمون سوداوية، عنف دموي، وأحياناً محتوى إباحي غير لائق. هذا التكرار البصري والذهني لمشاهد القتل والدم، يجعل الذهن يتبلد تجاه العنف، ويساهم في تجميد التفكير التأملي، وتحفيز سلوكيات

⁹⁹ منال أبو الحسن، علم الاجتماع الإعلامي أساسيات وتطبيقات، القاهرة ، دار النشر للجامعات، 2009، ص 105

غير متزنة نفسياً وفكرياً. كما أن الاعتماد على مشاهد بصرية مثيرة وإخراج مبهر، يُعني عن تشغيل العقل النقي وتحول المشاهد إلى متلقي سلبي، مما يعمق حالة الجمود الذهني لديه.

4- تعزيز الفجوة الثقافية: نشر الثقافة المضادة لقيم العربية من خلال خلق وعي بالثقافة أو قيم لا توجد صلة بينها وبين النظام الاجتماعي الذي يعيشه الفرد مما يحدد نمط ذاته، كما أنها تؤدي إلى تكريس الثنائية والإنتشار في الهوية الثقافية العربية وتعمل على تهديد منظومة القيم الأصلية¹⁰⁰. وفي هذا الإطار، أرى أن البرامج المستوردة أو المقلدة، دون مراعاة للخصوصية الثقافية، قد تركت الهوية لدى الجمهور، وتحدث نوعاً من التناقض الداخلي بين ما يُقدم كقيم ترفيهية وما يعيشونه فعلياً في بيئتهم، ما يؤدي إلى الانفصال عن الواقع المحلي ورفضه أحياناً.

من الأمثلة على هذا، العروض الغربية مثل "The Voice" أو "The Bachelor" ، التي تعرض نماذج من العلاقات والشخصيات لا تتناسب مع القيم الثقافية في بعض البلدان العربية. هذه البرامج قد تجعل الشباب في المجتمعات العربية يتذمرون عن خياراتهم الشخصية والعاطفية بناءً على معايير مختلفة، قد تكون بعيدة عن سياقهم الاجتماعي والثقافي.

5- تظليل العقول والتوجيه الثقافي: إن البرامج الترفيهية التي تقدمها وتروج لها وسائل الإعلام تعتبر استراتيجيات أساسية لتظليل المتلقين، إذ تعمل على تظليل عقولهم وتذهب إلى، نحو محتوى غير نافع¹⁰¹. تعليقاً على هذا فإن هذه البرامج لا تؤثر في المتلقي بطريقة مباشرة فحسب، بل تستخدم استراتيجيات إعلامية خفية ترسّخ مفاهيم وتصورات معينة على المدى الطويل، دون أن يشعر المشاهد بحجم التوجيه الثقافي المبطن الذي يتعرض له.

¹⁰⁰ أ. إخالق كنزة، نفس المرجع السابق، ص 251

¹⁰¹ د. حماد سمير، *الفضائيات التلفزيونية و استراتيجيات صناعة الترفيه وترويجه*، جامعة يحيى فارس المدية ، د.س، ص 4

العديد من البرامج التلفزيونية والإعلانات التجارية، مثل تلك التي تُروج لعلامات تجارية مشهورة أو نمط حياة محدد (مثل عروض السيارات الفاخرة أو الملابس العصرية)، تستخدم مؤثرين وشخصيات ذات تأثير على الجمهور، مما يعزز تصور أن السعادة والنجاح مرتبطة باقتناء هذه المنتجات، رغم أن هذا ليس هو الحال في الواقع. هذه البرامج تسهم في تشكيل الوعي الثقافي والجمالي للجمهور دون أن يدرك المتابعون حجم التأثير الذي يتركونه في حياتهم.

6 - نشر ثقافة سطحية وإباحية: اكتسب الترفيه دلالة سلبية، إذ أصبح أداة من أدوات السلطة الفاعلة للقهر الثقافي والإيديولوجي¹⁰². نشر ثقافة الإباحية من خلال هذه البرامج يزيد من سطحية التفكير وضآللة العقل، وتحرفه عن التفكير في أساسيات الحياة، مما يقتل روح المعرفة والإبداع والمسؤولية وتحوله إلى فرد غير مسؤول عن أفعاله وغير مدرك للقيم والإرث الديني الإسلامي¹⁰³.

من وجهة نظري، فإن هذا الانحدار في نوعية المحتوى أضحت يشكل تهديداً حقيقياً لمنظومة القيم لدى الأفراد، خاصة في ظل غياب دور رقابي فعال، ما يجعل بعض الفئات، خصوصاً المراهقين، تتأثر بسهولة وتتبّنّ هذه الثقافة دون وعي بخطورتها. ومن الأمثلة على ذلك هو ظهور "البرامج الواقعية" التي تعرض مشاهد تتضمن سلوكيات غير أخلاقية، مثل "Love Island" أو بعض برامج الواقع العربية التي تعرض علاقات عاطفية سطحية (قسمة ونصيب)، مما يعزز لدى المشاهد أن العلاقات لا تحتاج إلى التقاهم أو الاحترام المتبادل بل هي مجرد لحظات من المتعة العابرة. هذه البرامج تؤثر بشكل واضح على القيم التقليدية للمجتمعات الشرقية وتؤدي إلى ضعف الروابط الأسرية والاجتماعية.

¹⁰² د. حرات سمير ، نفس المرجع السابق، ص 4.

¹⁰³ عبد السالك عبد السادة، يحيى شاهين حمادي الطاهر، قياس مستوى متابعة الفضائيات لدى طلبة كلية التربية وإنعكاساتها على القيم التربوية، مجلة أبحاث البصرة، العدد 37، المجلد 04، قسم الإرشادي النفسي المدرية العامة للتربية البصرة، 2012، ص 233.

7- تقليد السلوكيات الغير أخلاقية: تقوم هذه البرامج بجذب الانتباه والسيطرة على التفكير ، مما يدفع المشاهدين إلى محاولة تقليد ما يشاهدونه، مما يعزز انتشار الأفكار الغير أخلاقية والغير اجتماعية التي تتناقض مع القيم والتقاليد السائدة في المجتمع¹⁰⁴. ويلاحظ أن التكرار المستمر لسلوكيات منحرفة أو نماذج مشوّهة في هذه البرامج يجعلها مع مرور الوقت عادلة في نظر المتلقى، بل ومحبّة أحياناً، مما يؤدي إلى محاكاة غير واعية لهذه السلوكيات حتى وإن كانت مرفوضة في بيئته الحقيقية ويسُتدل على ذلك من خلال بعض البرامج الترفيهية المنتشرة على منصات مثل اليوتيوب، والتي تُظهر علاقات سطحية أو تروج لمفاهيم خاطئة حول الحب والنجاح بأسلوب خفيف ومشوّه

ففي برامج مثل "المواعيد العمياء" أو النسخ العربية المقتبسة من برامج المواعدة الغربية، يتم تقديم نماذج علاقات عاطفية خارجة عن الإطار الثقافي والديني العربي، مما قد يؤثر على تصور الشباب لمفهوم العلاقات، و يجعل من السهل عليهم تقليد سلوكيات لا تتماشى مع بيئتهم أو قيمهم المجتمعية.

وتؤكدًا لما سبق من تحليلات نظرية، أظهرت الدراسة الاستطلاعية التي أجريت حول تأثير الأعمال التلفزيونية على القيم الأسرية في المجتمع ،أن نسبة 79% من المشاركين يتلقون على أن المادة الإعلامية تسهم في خلق صراع فكري ونفسي بين التناقضات التي تحملها هذه المضامين الإعلامية، وبين التنشئة الاجتماعية التي يتلقاها الفرد من الأسرة والمؤسسات التربوية. كما وافق 78% على أن هذه المواد تتعارض مع الخصوصية المجتمعية والقيم المتوارثة، وتقطّع مع دور الأسرة في توجيه الأفراد نحو هوية ثقافية أصلية. وأكد 79% من المشاركين أن تمثيل

¹⁰⁴ ياسر خضر البياتي، المجتمع الخليجي وإشكاليات تأثير الصورة المترفة، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 08، جامعة بغداد، 2010، ص 75

الرجل لدور المرأة والعكس في الأعمال التلفزيونية المحلية من شأنه التأثير على سلوك الأبناء على المدى البعيد، ويُعد عاملًا مشجعًا على الانحرافات السلوكية كالشذوذ الجنسي¹⁰⁵.

¹⁰⁵ جمعية المودة للتنمية الأسرية، دراسة إستطلاع تأثير الأعمال التلفزيونية على القيم الأسرية في المجتمع، المودة بيت الأسرة، إصدار رقم 55، ص 8.

الإطار التطبيقي

الجانب التطبيقي

اتجاهات الجمهور نحو القيم السلبية في البرامج الترفيهية "قسمة ونصيب

أولاً: البيانات الشخصية

ثانياً: دوافع إقبال الطلبة على متابعة برنامج "قسمة ونصيب

ثالثاً: القيم السلبية المتضمنة في برنامج "قسمة ونصيب" من وجهة نظر الطلبة

رابعاً: انعكاسات القيم السلبية على سلوكيات الطلبة من وجهة نظرهم

خامساً: الجداول المركبة

أولاً: البيانات الشخصية لعينة الدراسة

يُعد التعرف على السمات الأولية لعينة الدراسة أمرًا جوهريًا في البحوث الاجتماعية والإعلامية، حيث تُسهم هذه المعطيات في فهم السياقات العامة التي ينتمي إليها المبحوثون، مما يُساعد على تفسير اتجاهاتهم وآرائهم بشكل أعمق وأكثر دقة. وتتجلى أهمية هذه المعطيات خاصة عندما ترتبط الدراسة بموضوعات ذات أبعاد ثقافية واجتماعية، على غرار القيم السائدة في البرامج الترفيهية، والتي تتبادر مواقف الأفراد منها تبعًا لاختلاف خلفياتهم واهتماماتهم.

في هذا السياق، تناولت الدراسة مجموعة من المتغيرات الديموغرافية والسلوكية التي تمثل ملامح أفراد العينة، وذلك قصد تحليل تأثيرها المحتمل على مواقفهم تجاه مضمون برنامج "قسمة ونصيب". وتشمل هذه المتغيرات.

1- الجنس: باعتباره مؤشرًا أوليًا قد يعكس اختلافًا في تمثل القيم والتفاعل مع مضممين البرامج.

2- السن: الذي يُعد عاملاً فارقاً في طريقة تلقي المحتوى الإعلامي وفهم رسائله.

3- الحرص على متابعة الحلقة الأسبوعية من برنامج "قسمة ونصيب" عند صدورها: هو متغير سلوكي يدل على مستوى الاهتمام والتفاعل مع البرنامج، وقد يُسهم في توضيح مدى تأثرهم بالقيم المطروحة فيه

تحليل ومناقشة النتائج:

القسم الأول: محور البيانات الشخصية

- الجدول (1) يمثل جنس المبحوثين

الجنس	ذكر	أنثى
التكارات	4	57
النسبة المئوية	%6.6	%93.4

يتضح من خلال الجدول رقم (1) أن نسبة الإناث تفوق بكثير نسبة الذكور ضمن عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة الإناث 93.4% مقابل 6.6% فقط للذكور. ويشير هذا التفاوت الملحظ إلى ميل الإناث لمتابعة البرامج الترفيهية ذات الطابع الاجتماعي والعاطفي مثل برنامج "قسمة ونصيب"، الذي يتناول مواضيع العلاقات والزواج، وهي مواضيع قد تلقى صدى أكبر لدى الفئة النسوية نظراً لطبيعة ميولهن واهتمامهن. كما قد يعكس هذا التفاوت أيضاً توجه الذكور نحو محتويات ترفيهية من نوع مختلف، أو انخفاض مشاركتهم في هذا النوع من الدراسات. وقد لوحظ أيضاً من خلال التعليقات على الحلقات المنشورة عبر منصة اليوتيوب أن أغلب الحسابات المتفاعلة مع البرنامج تحمل أسماء أو صوراً تشير إلى كونها حسابات نسوية، وهو ما يعزز نتائج العينة ويفيد الطابع الغالب للعنصر النسوي في متابعة هذا النوع من البرامج.

- الجدول (2) يمثل سن المبحوثين

العمر	%0	أقل من 20 سنة	من 20 إلى 25 سنة	26 - 30 سنة
التكاليف	0	46	15	15
النسبة المئوية	%0	%75.4	%24.6	15

تكشف نتائج الجدول رقم (2)، الذي يمثل توزيع العينة حسب الفئة العمرية، ميلًا واضحًا نحو الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة، التي شكلت النسبة الأكبر من متابعي البرنامج بنسبة 75.4%， تليها الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة بنسبة 24.6%， بينما لم تُسجل أي نسبة مشاهدة ضمن الفئة العمرية الأقل من 20 سنة، حيث بلغت نسبتها 0%.

هذا التوزيع يعكس من جهة طبيعة العينة المدروسة، التي اقتصرت على طلبة الجامعة، وهي فئة يغلب عليها السن الجامعي النموذجي من 20 إلى 25 سنة. كما يبرز التوجه العام نحو البرامج الترفيهية ذات الطابع العاطفي في هذه المرحلة العمرية، التي تُعد فترة حساسة من حيث التكوين الوجداني والاجتماعي، مما يجعل هذه الفئة أكثر انخراطًا في مثل هذه البرامج.

أما غياب الفئة الأقل من 20 سنة، رغم أن الوسط الجامعي يضم فئة عمرية تتراوح بين 18 و 19 سنة، مؤشرًا على أن هذا الغياب قد يرجع إلى طبيعة العينة القصديرية أو إلى ضعف

تقاعلهم مع أداة الاستبيان. ويُعد هذا الغياب مؤشراً على ضرورة الحذر عند تعميم النتائج، خصوصاً أن التباين في الفئات العمرية قد يؤدي إلى تباين في أنماط التلقى والتفاعل مع القيم المطروحة في البرنامج الترفيهي محل الدراسة.

- الجدول (3) هل تحرص على متابعة الحلقة الأسبوعية من برنامج "قسمة ونصيب

" عند صدورها؟

لا أتابع البرنامج بانتظام	أحياناً فقط	نعم أتابع البرنامج بانتظام	
35	18	8	النكرات
%57.4	%29.5	%13.1	النسبة المئوية

يوضح الجدول رقم (3) مدى حرص الطلبة على متابعة الحلقة الأسبوعية من برنامج "قسمة ونصيب" عند صدورها، حيث تشير النتائج إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة لا يتبعون البرنامج بانتظام، إذ بلغت نسبتهم 57.4%， تليهم فئة الطلبة الذين يتبعونه أحياناً بنسبة 29.5%， في حين لم تتجاوز نسبة من يتبعون البرنامج بانتظام 13.1%.

تعكس هذه النتائج نمطاً استهلاكياً شائعاً للمحتوى الرقمي بين فئة الطلبة يتمثل في المرونة في توقيت المشاهدة؛ أي أن منصة اليوتيوب تتيح الحرية في الوصول إلى المحتوى في أي وقت، مما يقلل من الحاجة إلى المتابعة الفورية. إذ لم يعد الجمهور ملتزمًا بموعد بث المحتوى، بل يفضل مشاهدته لاحقاً حسب ظروفه اليومية. ويرتبط ذلك بطبيعة نمط الحياة

الطلابية، التي تتسم بكثرة الالتزامات الدراسية وتعدد المهام اليومية، مما يدفعهم إلى تأجيل متابعة الحالات إلى أوقات الفراغ أو العطل الأسبوعية.

ثانياً: دوافع إقبال الطلبة على متابعة برنامج قسمة ونصيب

تحديد اتجاهات المبحوثين نحو دوافع متابعة برنامج "قسمة ونصيب" وفق مقياس ليكرت الخماسي، لقياس اتجاهات المبحوثين نحو دوافع إقبالهم على متابعة برنامج "قسمة ونصيب"، تم الاعتماد على مقياس **ليكرت الخماسي** باعتباره أحد الأدوات الشائعة في الدراسات المسحية لقياس المواقف والاتجاهات. يتضمن هذا المقياس خمس درجات تقييمية تدرج من "غير موافق بشدة" إلى "موافق بشدة"، حيث تُمنح كل درجة قيمة رقمية وفق الترتيب التالي: غير موافق بشدة (1)، غير موافق (2)، محايد (3)، موافق (4)، موافق بشدة (5).

ونظراً لكون المقياس ذاتاً طبيعة ترتيبية، فقد تم حساب المتوسط المرجح لكل عبارة لتحديد مستوى الاستجابة بدقة. ويتم تحديد طول الفقرة وفق المعادلة التالية:

$$\text{لتحديد اتجاه العينة} = \frac{(\text{أعلى درجة} - \text{أدنى درجة})}{(\text{عدد البدائل})} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

أي أتنا نضيف القيمة 0.8 في كل مرة

وبناءً على هذا الطول، تم تحديد مستويات التقدير وفق الجدول التالي:

اتجاه العينة	غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الفئات	1.8 - 1	2.6 - 1.8	3.4 - 2.6	4.2 - 3.4	5 - 4.2

- الجدول(4) دوافع إقبال الطلبة على متابعة برامج "قسمة ونصيب"

اتجاه العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	العبارة
محايد	1.39	3.00	5 8.2%	29 47.5%	2 3.3%	11 18%	14 23%	أشاهد البرنامج بدافع الفضول لمعرفة محتواه .
غير موافق	1.20	2.21	4 6.6%	7 11.5%	6 9.8%	25 41%	19 31.3%	يعجبني أسلوب تقديم البرنامج والإخراج الفني .
غير موافق	1.21	2.49	1 1.6%	18 29.5%	6 9.8%	21 34.4%	15 24.6%	أتبع البرنامج لأنه يناقش مواضيع جريئة تثير الجدل .
محايد	1.22	3.39	8 13.1%	31 50.8%	5 8.2%	11 18%	6 9.8%	أرى أن البرنامج يعكس جزءاً من الواقع الاجتماعي المعاصر .
غير موافق	1.15	2.51	2 3.3%	14 23%	9 14.8%	24 39.3%	12 19.7%	أتبع البرنامج لأن أصدقاء يتحدثون عنه وأرغب في مواكبة النقاشات حوله(التفاعل مع الأصدقاء) .
محايد	1.30	2.90	5 8.2%	23 37.7%	4 6.6%	19 %31.1	10 16.4%	أسلوب عرض البرنامج يجذبني حتى لو لم أوفق على مضمونه .
محايد	1.22	3.15	8 13.1%	21 34.4%	9 14.8%	18 29.5%	5 8.2%	يوتيوب يسهل الوصول إلى البرنامج مما يجعلني أشاهد باستمرار .
غير موافق	1.14	2.39	2 3.3%	11 18%	11 18%	22 36.1%	15 24.6%	أعتقد أن البرنامج يقدم محتوى ممتعًا بعيدًا عن الجدية والممل للهروب من الواقع .
غير موافق	1.16	2.38	0 0%	10 16.4%	11 18%	19 31.1%	17 27.9%	أتبع البرنامج لأنني مهتم بالعلاقات العاطفية وطريقة تناولها في وسائل الإعلام .
غير موافق	1.023	2.23	0 0%	10 16.4%	10 16.4%	25 41%	16 26.2%	أشاهد البرنامج من باب التعلم أو إكتساب أفكار جديدة حول العلاقات (دافع تعليمي) .
	0.86	2.68						المحور الأول ككل

تشير نتائج الجدول الخاص بـ دوافع إقدام الطلبة على متابعة برنامج "قسمة ونصيب"، باستخدام مقياس (ليكرت الخماسي) إلى وجود اتجاه معارض واضح لدى أفراد العينة نحو العبارات التي تتناول دوافع المتابعة. فقد أظهرت النتائج أن العينة تميل بشدة إلى رفض العبارة: "أشاهد البرنامج من باب التعلم أو اكتساب أفكار جديدة حول العلاقات (دافع تعليمي)", حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.23 وإنحراف معياري 1.02، ما يعكس عدم اعتبارهم للبرنامج كمنبر تعليمي أو تثقيف رسمي حول العلاقات الاجتماعية، لكن من خلال ملاحظتي الشخصية أرى أن البرنامج قد لا يكون تعليمياً بالمعنى التقليدي إلا أنه قد يحمل رسائل خفية حول القيم والموافق وال العلاقات يمكن إلتقاطها من خلال تفاعلات الضيوف وإختياراتهم .

كما رفض المبحوثون كذلك العبارة: "أتبع البرنامج لأنني مهتم بالعلاقات العاطفية وطريقة تناولها في وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي 2.38، وإنحراف معياري 1.16، ورغم ما تعكسه هذه الأرقام من ضعف اهتمام المبحوثين بالمحظى العاطفي المطروح في البرنامج، إلا أنه لا يمكن الجزم بأن هذه النتائج تعبر بدقة عن دوافع المشاهدة الفعلية. فمن خلال الملاحظة الميدانية والتفاعل مع العينة، يمكن افتراض وجود تأثير للعرف الاجتماعي والتلفزيوني الذي قد يمنع الأفراد من التصريح الصريح باهتمامهم بالعلاقات العاطفية، خصوصاً في السياقات التي يغلب عليها طابع الحياة والحسنة، كما هو الحال في بيئة الطلبة الجامعيين.

ويُعزز هذا التفسير الطريقة السطحية أو المثيرة التي يتم بها تناول المواضيع العاطفية في البرنامج، حيث اتسم الطرح بالعشوانية وغياب الأسس العلمية أو الدينية أو النفسية أو الاجتماعية، ما قد يدفع المهتمين فعلياً بهذا المجال إلى النفور منه أو إنكار الاهتمام به.

كذلك تم رفض العبارة: "أعتقد أن البرنامج يقدم محتوى ممتعًا بعيدًا عن الجدية والممل للهروب من الواقع"، بمتوسط حسابي 2.39، وإنحراف معياري 1.14، ما يشير إلى أن العينة لا ترى البرنامج وسيلة للتفریه أو للهروب من الواقع لأن من خلال متابعتي شعرت أن بعض الحلقات تثير التوتر بدلاً من الإمتاع، ويضفي عليها الجدالية المفرطة، مما يفقد البرنامج طابعه الترفيهي المفترض، ولهذا السبب لم ينظر إليه الطلبة كوسيلة للهروب من ضغوط الحياة.

وإتجه المبحوثون أيضًا بشدة إلى رفض عبارة: "أتبع البرنامج لأنه يناقش مواضيع جريئة تثير الجدل"، بمتوسط حسابي 2.49، وإنحراف معياري 1.21، حيث إن أكثر من 59% لم يوافقو على ذلك، مما يدل على أن الجرأة أو إثارة الجدل ليست من عناصر الجذب الإيجابية من وجهة نظرهم، لأن ما لحظته فإن ما يطرح في البرنامج تحت عنوان الجرأة قد تجاوز في بعض الحلقات حدود المقبول إجتماعياً، ليس فقط من منطلق ديني بحكم أننا مجتمع مسلم، بل أيضاً إنطلاقاً من كوننا مجتمعاً شرقياً محافظاً بطبعته، يرفض بعض السلوكيات والعادات الوافدة التي تتنافى مع منظومته القيمية.

كما رفض 59% من المبحوثين العبارة: "أتبع البرنامج لأن أصدقائي يتحدثون عنه وأرغب في مواكبة النقاشات حوله"، بمتوسط حسابي 2.51، وإنحراف معياري 1.15، ما يشير إلى أن التأثير الاجتماعي والصحبة أو الرغبة في النقاش ليس دافعاً مؤثراً في قرار المتابعة. لأنني كثيراً ما لاحظت أن هذا البرنامج يشاهد غالباً بشكل فردي، دون أن يتحول إلى محور النقاش واسع بين الطلبة رغم متابعتهم له، وقد يعود ذلك إلى الطابع الجريء أو الخفيف للمواضيع التي يطرحها، ما يجعل النقاش حوله أحياناً بطريقة نقدية أو ساخرة، أو ربما يتحاشى البعض إضهار كاهتمام شخصي أمام الآخرين. كما يمكن تفسير ذلك أيضاً بكون البرنامج لم يأت من الأصدقاء

أو شبكات العلاقات الاجتماعية المباشرة ،بل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ماجعل المتابعة فردية وليس جماعية .

ومن جهة أخرى، أشارت النتائج إلى وجود اتجاه رافض بشكل واضح نحو عبارة: "يعجبني أسلوب تقديم البرنامج والإخراج الفني" ، حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.21، وإنحراف معياري 1.20، وقدّرت نسبة الرافضين لهذا الرأي بـ 42%. ويعني هذا أن الرأي العام يميل إلى انتقاد الأسلوب الفني والإخراجي ، ما يشير إلى ضعف جاذبية البرنامج من حيث الشكل والمظهر التقني والفنى. لكن من خلال ملاحظتي الشخصية، ورغم أن الجوانب التقنية كالإضاءة والتصوير بدت مقبولة من حيث الجودة، إلا أن أداة الملاحظة كشفت عن وجود ضعف في جوانب أخرى قد تفسر هذا الاتجاه الرافض، خاصة فيما يتعلق بمستوى المحتوى المقدم. فقد سُجّل استخدام الفاظ غير لائقة في بعض الحلقات، بالإضافة إلى رداءة التعبير وضعف التحكم في الحوار، مما أضعف من القيمة الفنية العامة للبرنامج.

أما بخصوص العبارة: "أشاهد البرنامج بدافع الفضول لمعرفة محتواه" ، فقد أظهر المبحوثون اتجاهًا محايدًا، بمتوسط حسابي 3.00، وإنحراف معياري 1.39، حيث وافق أكثر من 55% بدرجات متفاوتة، ما يدل على وجود فضول لدى العينة تجاه محتوى البرنامج، لكنه ليس قويًا بما يكفي لخلق إجماع. لأنَّ لاحظت بعض المتابعين يشاهدون الحلقات الأولى أو الجزء الأول بدافع الفضول فقط ، ثم يتوقفون إذا لم يجدوا فيها ما يشدهم، ما يعكس طبيعة الفضول المؤقت تجاه المحتوى الجديد.

وفيما يتعلق بتأثير المنصة الرقمية سجلت العبارة: "اليوتيوب يسهل الوصول إلى البرنامج مما يجعلني أشاهده باستمرار" ، بمتوسط حسابي 3.10، وإنحراف معياري 1.22، ما يدل على أن

عامل التوفر والسهولة عبر المنصة الرقمية يساهم في تكرار المشاهدة، لكن دون أن يكون دافعاً رئيسياً، ويمكن دعم هذه النتيجة بما ذكره الباحثون حول خصائص المنصة. حيث يعتبر موقع يوتيوب من المنصات ذات الحاجز المنخفضة التي تُسهل على المستخدمين، وخاصة فئة الشباب، الوصول إلى المحتوى دون متطلبات معقدة، مما يجعله فضاءً ملائماً لاستهلاك البرامج الترفيهية بسهولة، كما أن خوارزميات المنصة تتيح عرض مقاطع فيديو مشابهة تلقائياً، مما يشجع على الاستمرار في المشاهدة. وبالتالي، فإن الخصائص التقنية والاجتماعية للمنصة تعد عوامل مؤثرة في تعزيز عادة المتابعة، حتى وإن لم تكن الدوافع مرتبطة دائماً بالمحتوى نفسه¹⁰⁶. وهذا ما لاحظته أن بعض الأشخاص يمرون على حلقات البرنامج بسبب ظهورها في إقتراحات يوتيوب وليس بسبب رغبة مسبقة، مما يعكس قوة الخوارزميات في دفع المستخدمين للاستهلاك العفوياً للمحتوى.

كذلك نجد اتجاهًا محايده نحو عبارة: "أسلوب عرض البرنامج يجذبني حتى لو لم أوفق على مضمونه"، بمتوسط حسابي 2.90، وإنحراف معياري 1.30، حيث بلغت نسبة الموافقة 45.9%， مما يشير إلى أن الشكل الفني والإخراج والسيناريو له دور في جذب الانتباه حتى وإن كانت المضامين محل تحفظ أو عدم قبول، وهذا مالحظته في نفسي أحياناً أنجذب لبعض الحلقات من حيث التقديم والإخراج رغم تحفظي على مضمونها، وهذا يؤكد أن الشكل الجيد يمكن أن يخفف من وقع المحتوى الجريء أو المختلف. ويمكن تدعيم هذا الاتجاه بما ورد في الأدب، حيث يشير الحاج (2022، ص. 49) إلى أن الإنتاج التلفزيوني هو "مجموعة المراحل التخطيطية والتنفيذية المختلفة التي تؤدي إلى تحويل الفكرة إلى صورة وصوت وفيديو

¹⁰⁶ صارة أوسعيد، أ. د. ياسمين محمد إبراهيم السيد، التقديم الداتي لمنشئ المحتوى (اليوتيوبز) على موقع اليوتيوب وكيفية تحقيقهم للثقافة التشاركية، مجلة البحث الإعلام، العدد 55، جامعة الأزهر، 2020، ص 922.

على شكل برنامج تلفزيوني أو دراما أو إعلان، ووضعها في قالب فني شيق بهدف إيصالها إلى جمهور معين من المشاهدين والتأثير عليهم¹⁰⁷.

كما أظهر المبحوثون حياداً مائلاً للموافقة نحو عبارة: "أرى أن البرنامج يعكس جزءاً من الواقع الاجتماعي المعاصر"، بمتوسط حسابي 3.39، وإنحراف معياري 1.22، ما يدل على وجود إدراك عام بأن البرنامج يحاكي الواقع بدرجة ما رغم اختلاف الآراء. غير أن هذا الإدراك لا يُصرّح به دائمًا بشكل صريح، ربما بسبب طبيعة المواضيع الحساسة التي يطرحها البرنامج، والتي تُعدّ من وجهة نظر البعض "طابوهات"، ويصعب الاعتراف بها. ومن خلال ملاحظتي الشخصية، لاحظت أن الكثير من الأصدقاء يعترفون بأن ما يُعرض في البرنامج يحدث فعلاً في المجتمع، لكنهم لا يُعلنون ذلك غالباً خوفاً من نظرة المجتمع أو خشية أن يُفهم ذلك كنوع من التأييد للمضامين الجريئة. وهذا يفسّر الميل نحو الحياد أو التردد في الإفصاح عن المواقف الكاملة، رغم وجود قناعة ضمنية بواقعية المحتوى المطروح.

ويُلاحظ من خلال تحليل هذا المحور أن دوافع متابعة الطلبة لبرنامج قسمة ونصيب لا ترتكز أساساً على عناصر التسلية أو الهروب من الواقع، كما لا تشكّل الجوانب العاطفية أو الجريئة المحرك الأساسي للمتابعة. ورغم ذلك، تُظهر بعض العبارات حياداً مائلاً للموافقة، خصوصاً تلك التي تتعلق بطرح البرنامج لقضايا واقعية أو اجتماعية مثيرة للفضول، وهو ما قد يُفسّر بانجذاب ضمني نحو المواضيع الجريئة أو المصنفة ضمن الطابوهات.

¹⁰⁷ د. فريدة بن عمروش، واقع الإنتاج التلفزيوني الجزائري في ظل توظيف التكنولوجيا الرقمية، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 1، 2023، ص 462.

وفي هذا السياق، تتقاطع نتائج هذه الدراسة مع ما توصل إليه "محمد بوقرة" (2024) في أطروحته "صراع القيم في البرامج الفضائية المغاربية: دراسة تحليلية"، حيث أكد أن فئة الطلبة أيدت اهتماماً ملحوظاً بالبرامج التي تتناول مواضيع من صميم الواقع الاجتماعي، لا سيما تلك التي تعجز القنوات العمومية عن طرحها بسبب حساسيتها أو مخالفتها للمعايير التقليدية. هذا ما يعزز الفرضية القائلة بأن جزءاً من الجاذبية التي تتمتع بها هذه البرامج، يكمن في قدرتها على كسر المحظورات وملامسة الواقع بشكل مباشر.

كما يمكن الاستناد بنتائج دراسة أخرى "لمحمود عبد الرحيم سلوم" بعنوان "أثر المضامين الإعلامية على اليافعين المستخدمين لموقع اليوتيوب في العالم العربي" (2020) أجريت على عينة من اليافعين حول الإشباعات التي تتحققها التطبيقات الإلكترونية، حيث بينت أن أعلى دافع كان "تبعية وقت الفراغ والتسلية" (متوسط 3.68)، بينما جاء "التعرف على أصدقاء جدد" في المرتبة الأخيرة (2.59)، بمتوسط كلي 2.94 (درجة متوسطة). وهو ما ينسجم إلى حد ما مع نتائج هذه الدراسة، التي أظهرت حياداً أو رفضاً لد الواقع عاطفية أو اجتماعية، مع ميل نسبي نحو دافع الفضول وسهولة الوصول، مما يعكس أن متابعة البرنامج ليست مرتبطة بقيم أو رسائل محددة بقدر ما ترتبط بخصائص الوسيط (يوتيوب) وسلوكيات الاستهلاك السريع للمحتوى.

وتتوافق هذه النتائج مع ما تطرحه نظرية الاستخدامات والإشباعات التي ترى أن الجمهور يتجه نحو وسائل الإعلام لإشباع حاجات ود الواقع معينة، سواء كانت معرفية، وجذانية، اجتماعية، أو ترفيهية. غير أن نتائج الدراسة الحالية تشير إلى أن طلبة جامعة بسكرة لا يجدون في برنامج "قسمة ونصيب" إشباعاً كافياً لتلك الحاجات، لا سيما المعرفية (التعلم حول العلاقات)،

ولا الوجданية (الترفيه والهروب من الواقع)، ولا الاجتماعية (المشاركة في النقاشات)، وهو ما يتجلّى في المتطلبات المنخفضة للعبارات التي تقيس هذه الدوافع.

ويُظهر ذلك أنّ الجمهور - في إطار هذه النظرية - لا يتفاعل مع المحتوى الإعلامي بشكل سلبي أو تلقائي، بل يقوم بانتقاء المحتوى الذي ينماشه مع حاجاته الفعلية وتوقعاته، ما يفسر الرفض الواسع للبرنامج كوسيلة ترفيه أو تنقيف. كما تبيّن أنّ عامل الفضول - رغم حياديته - يمثل أحد أشكال الإشباع المؤقت الذي تحدثت عنه النظرية، خاصة حين يتعلق الأمر بالمحتوى الجديد أو الجريء. إلا أنّ هذا الفضول لا يتحول إلى دافع مستدام ما لم يجد الجمهور إشباعاً حقيقياً لرغباته المعرفية أو الترفيهية. ومن هنا يمكن القول إنّ برنامج "قسمة ونصيب" لم يتمكّن من تحقيق التوازن المطلوب بين الجذب والإشباع، وهو ما أدى إلى تراجع دوافع المتابعة بين الطلبة.

ثالثاً: القيم السلبية المتضمنة في البرنامج "قسمة ونصيب" من وجهة نظر الطلبة.

للإجابة عن السؤال : مالقيم السلبية المتضمنة في برنامج قسمة ونصيب من وجهة نظر عينة الدراسة؟ تم توزيع مجموعة من العبارات التي تعكس مظاهر القيم السلبية المحتملة في محتوى البرنامج، وتم تحليل استجابات المبحوثين باستخدام النسب المئوية، بالإضافة إلى حساب المتطلبات الحسابية والانحرافات المعيارية، وذلك من أجل تحديد درجة إدراك أفراد العينة لهذه القيم السلبية ومدى اتفاقهم معها، كما هو موضح في الجدول الآتي.

- الجدول (5): يبين القيم السلبية المتضمنة في برنامج "قسمة ونصيب".

اتجاه العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	العبارة
موافق بشدة	0.85	4.52	41 67.2%	15 24.6%	2 3.3%	2 3.3%	1 1.6%	البرنامج يروج لعلاقات لا تتماشى مع القيم الأخلاقية لمجتمعنا مثل العلاقات قبل الزواج والمساكنة .
موافق بشدة	0.85	4.46	37 60.7%	19 31.1%	2 3.3%	2 3.3%	1 1.6%	بعض المشاهدات في البرنامج تتنافى مع العادات والتقاليد العربية المحافظة، مثل التصرفات العاطفية المبالغ فيها أمام الكاميرا.
موافق	0.89	4.18	24 39.3%	29 47.5%	4 6.6%	3 4.9%	1 1.6%	البرنامج يروج لمفاهيم غير دقيقة حول معاير الجمال والثروة والنجاح، مما يكرس قيمًا مادية خاطئة .
موافق بشدة	0.99	4.26	31 50.8%	22 36.1%	3 4.9%	3 4.9%	2 3.3%	طريقة تفاعل المشاركين في البرنامج تروج لنمط حياة غير مسؤول مثل الإنفتاح العاطفي السريع بين المشاركين .
موافق بشدة	0.93	4.34	33 54.1%	22 36.1%	1 1.6%	4 6.6%	1 1.6%	أرى أن البرنامج يساهم في نشر صورة نمطية غير صحيحة عن العلاقات الاجتماعية مثل تصوير العلاقات العاطفية السريعة على أنها طبيعية ومقبولة .
موافق بشدة	0.85	4.31	29 47.5%	26 42.6%	3 4.9%	2 3.3%	1 1.6%	بعض الحوارات والأسلوب اللغوي المستخدم في البرنامج يتنافى مع الذوق العام ، مثل استخدام ألفاظ غير مناسبة أو التحدث بأسلوب غير محترم في بعض المواقف مع وجود عنف لفظي والجسدي .
موافق بشدة	0.89	4.46	38 62.3%	18 29.5%	1 1.6%	3 4.9%	1 1.6%	الملابس والمظهر في البرنامج لا تعكس هوية ثقافتنا المحلية ، حيث يتم تقديم أنماط لباس لا تتماشى مع القيم المجتمع .
موافق بشدة	0.85	4.46	39 63.9%	14 23%	5 8.2%	3 4.9%	0 0%	أرى أن البرنامج يتجاوز القيم الأخلاقية والخطوط الحمراء من أجل تحقيق نسب مشاهدات أعلى، مثل التحدث عن مواضيع حساسة دون مراعاة خصوصية الثقافية العربية.
موافق	0.89	4.18	25 41%	26 42.6%	7 11.5%	2 3.3%	1 1.6%	البرنامج يروج لقيم خفية تعزز التفرقة بين الطبقات والأديان وتعمق الصراعات داخل الأسرة .
موافق	0.90	4.16	26 42.6%	23 37.7%	8 13.1%	4 6.6%	0 0%	يبدو أن للبرنامج أهداف تجارية أكثر من كونه وسيلة لنشر الوعي مما يفقد رسالته الإعلامية .
	0.73	4.33	المحور الثاني ككل					

تشير نتائج الجدول رقم (5) الخاص بالقيم السلبية المتضمنة في برنامج "قسمة ونصيب" من وجهة نظر الطلبة، وفقاً لمقاييس "ليكرت" الخماسي، إلى شدة الاتجاه نحو التأييد، حيث تؤكد النتائج حصول العبارات المؤيدة على مراتب متقدمة من "الموافقة بشدة" في تصورات العينة حول هذا النوع من المحتوى.

ويمكن تفسير ذلك بوجود اتجاه عالٍ جدًا من الموافقة في إجابات المبحوثين نحو العبارة: "البرنامج يروج لعلاقات لا تتماشى مع القيم الأخلاقية لمجتمعنا مثل العلاقات قبل الزواج والمساكنة"، بمتوسط حسابي بلغ 4.52 وإنحراف معياري 0.85، ما يشير إلى إدراك واضح لدى الطلبة للتّمثيلات غير الأخلاقية في البرنامج، وهو ما يعكس رفضاً جماعياً واضحًا لمحتواه من حيث المساكنة وال العلاقات قبل الزواج. وقد تعزّز هذا الانطباع من خلال مشاهدة بعض الحلقات التي ظهر فيها شباب وشابات من جنسيات مختلفة يقيمون معًا في منزل واحد، بحجة اختيار الشريك المناسب، وهو سلوك يُعدّ دخيلاً على الثقافة العربية والإسلامية.

وهنا يمكن الاستناد إلى ما ورد في الإطار النظري، حيث اعتبرت هذه البرامج من أبرز أدوات التأثير الناعم، خاصة حين تقدّم في قوالب مشوقة وملائمة بالإثارة والرموز الثقافية المستوردة، مما يُضعف قدرة الأفراد على التمييز بين الأصيل والدخيل، ويفيد إلى تآكل تدريجي للهوية الثقافية والاجتماعية .

وفي هذا السياق، عبرت العينة عن تأييدها الشديد لعبارة: "بعض المشاهدات في البرنامج تتنافى مع العادات والتقاليد العربية المحافظة، مثل التصرفات العاطفية المبالغ فيها أمام الكاميرا"، بمتوسط حسابي 4.46 وإنحراف معياري 0.85. يدلّ هذا على رفض قاطع لما اعتبره

الجمهور مظاهر دخيلة، حيث أظهر البرنامج من خلال ملاحظتي مشاهد توحى بتقارب جسدي وعاطفي

مبالغ فيه في إطار درامي يفتقر إلى الحشمة والاحترام، وظهر المشاركون في عدّة حلقات وهم يتداولون العبارات العاطفية والنظرات واللمسات، في تصرفات تُعدّ مرفوضة اجتماعياً، خاصة في مرحلة ما قبل الزواج ولم تقتصر الانتقادات على هذه التصرفات فحسب، بل امتدت إلى طريقة الإخراج وتقديم هذه السلوكيات على أنها طبيعية، وهو ما اعتبره كثيرون مساهمة في تطبيع قيم لا أخلاقية تمسّ ببنية الأسرة والمجتمع.

و أيدت العينة أيضاً عبارة: "الملابس والمظهر في البرنامج لا يعكسان هوية ثقافتنا المحلية"، حيث عبر من المبحوثين عن موافقتهم الشديدة، بمتوسط حسابي 4.46، وإنحراف معياري 0.89، مشيرين إلى أن البرنامج قد ساهم في تغريب الهوية البصرية من خلال تركيزه على أنماط لباس كاشفة ومبالغ فيها وتنسجم هذه النتيجة مع ما ورد في الإطار النظري خاصة في عنصر تعزيز نمط الإستهلاك وتغريب الهوية. حيث تم تطرق أن هذه البرامج تدفع الجمهور إلى تقليد النمط الغربي في اللباس، إستهلاك الأطعمة السريعة، وإتباع أساليب حياة لا تتماشى مع البيئة الثقافية المحلية"¹⁰⁸.

أما بخصوص عبارة: "أرى أن البرنامج يتجاوز القيم الأخلاقية والخطوط الحمراء من أجل تحقيق نسب مشاهدات أعلى، مثل التحدث عن مواضيع حساسة دون مراعاة الخصوصية الثقافية العربية"، فقد أبدى الطلبة تأييدها شديداً لهذه العبارة با متوسط حسابي 4.46 وإنحراف معياري 0.85، معتبرين أن البرنامج يتطرق إلى مواضيع مثل العلاقات العاطفية، الغيرة،

¹⁰⁸ إخلاف كنزة ، مرجع سبق ذكره، ص151

والخيانة، في إطار درامي مصطنع يفتقر إلى الهدف التوعوي، ويدفع المشاهد للمتابعة بدافع الفضول فقط. وهنا يتقاطع رأي العينة مع ما ورد في الإطار النظري في عنصر أهمية البرامج الترفيهية في (الوظيفة الاقتصادية) حيث جاء أن "اعتماد القنوات الخاصة على إنتاج برامج ترفيهية يستند بدرجة كبيرة إلى نسب المشاهدة العالية التي تتحققها، فكلما ارتفعت نسب المشاهدة زادت فرص استقطاب الإعلانات"¹⁰⁹، وهو ما يفسر اعتماد هذه البرامج على عناصر الإثارة والتجاوز لتحقيق الربح المادي على حساب القيم.

كما أظهرت النتائج تأييدها واضحاً نحو العبارة: "البرنامج يساهم في نشر صورة نمطية غير صحيحة عن العلاقات الاجتماعية، مثل تصوير العلاقة العاطفية السريعة على أنها طبيعية ومقبولة". حيث بلغ المتوسط الحسابي 4.34، وإنحراف معياري 0.93، ويدل هذا على أن معظم الطلبة يرون أن البرنامج يشوه صورة العلاقات العاطفية، من خلال تبرير العلاقات السرية، وهو مؤشر خطير يعكس خطراً تطبيع هذه السلوكيات لدى المتلقى. وقد عزز هذا الموقف ما لوحظ في إحدى الحلقات، حيث انسحب مشاركة ووصف البرنامج بأنه "مخلاً جداً"، بينما برت المقدمة ذلك بأنه "أمر عادي"، مما يدل على سعي البرنامج إلى تطبيع سلوكيات غير مقبولة مجتمعاً تحت غطاء الترفيه.

كذلك أيد المبحوثون بشدة عبارة: "بعض الحوارات والأسلوب اللغوي المستخدم في البرنامج يتنافى مع الذوق العام، مثل استخدام ألفاظ غير مناسبة أو أسلوب غير محترم، إضافة إلى وجود عنف لفظي وجسدي". بمتوسط حسابي بلغ 4.31، وإنحراف معياري 0.85، حيث أشاروا إلى أن البرنامج يعكس خطاباً ترفيهياً سلبياً، قائماً على التوتر بدلاً من الحوار والاحترام، وهو ما

¹⁰⁹ نصيرة سحنون، مرجع سبق ذكره، ص 57

بدا جلياً من خلال الحوارات الحادة والألفاظ السوقية. وقد لوحظ من خلال المشاهدة المباشرة أن البرنامج أحياناً يثير الفتن بين المتسابقين لخلق مشاهد درامية تزيد نسب المشاهدة، ما يعكس تغليب منطق الإثارة على حساب القيم وتتقاطع هذه الملاحظات مع ماتوصلت إليه دراسة (محمد بوقرة ، صراع القيم في البرامج الفضائية المغاربية،2024) التي أبرزت كيف أن بعض البرامج الترفيهية في الإعلام الجزائري ترّوّج لخطاب درامي قائم على الإثارة والعنف اللفظي، وتستثمر في توتر العلاقات بين المشاركين بهدف رفع نسب المشاهدة ، رغم اختلاف البرنامجين إلا أن كلاهما يعتمد على خلق الصدمة كوسيلة لجذب الجمهور ، ما يكرس أنماطاً سلبية في التفاعل الإعلامي .

و في السياق ذاته وافقت العينة على عبارة: "طريقة تفاعل المشاركين في البرنامج ترّوّج لنمط حياة غير مسؤول، مثل الانفتاح العاطفي السريع". حيث وافق 50.8% بشدة، بمتوسط حسابي 4.26، وإنحراف معياري 0.99، ما يدل على شعور عام بأن الأداء داخل البرنامج غير صادق، ويعتمد على التمثيل لأغراض ترفيهية أو ربما لتحقيق أهداف خفية تتعلق بالتأثير على الجمهور تجاه العلاقات العاطفية. في نفس السياق، أيد 47.5% من الطلبة بالموافقة على عبارة: "البرنامج يروّج لمفاهيم غير دقيقة حول الجمال والثروة والنجاح، مما يكرس قيمة مادية خاطئة"، بمتوسط حسابي 4.18، وإنحراف معياري 0.89، مما يعكس وعيًا نسبيًا بخطورة تكريس صورة نمطية سطحية في الإعلام الترفيهي، تركز على المظهر والثروة كمحددات القبول الاجتماعي وهو ما ينسجم مع ملاحظتنا المتكررة لتركيز المشاركين على الحديث عن الجمال والمكانة المادية في معظم الحلقات.

أيضاً أيد 41% من الطلبة العبارة: "البرنامج يرّوج لقيم خفية تعزز التفرقة بين الطبقات والأديان، وتعمق الصراعات داخل الأسرة"، بمتوسط حسابي 4.18، وإنحراف معياري 0.89 مؤكدين وجود رسائل ضمنية تؤثر سلباً على العلاقات الاجتماعية، وتؤدي إلى الانقسام والتوتر داخل النسيج المجتمعي. وقد لاحظت ذلك من خلال البرنامج أنه يبرز أحياناً الخلافات بين المشاركين بناء على خلفياتهم الاجتماعية والدينية والثقافية، دون محاولة تهدئة أو توجيه، بل يتم استثمار هذه الصراعات لخلق الجدل، ويتجلّى أثر ذلك حتى في تعليقات المتابعين إذ يتحول خلاف المشاركين إلى صراع بين المتابعين .

وأخيراً، أبدى 42.6% من الطلبة موافقتهم الشديدة على عبارة: "يبدو أن للبرنامج أهدافاً تجارية أكثر من كونه وسيلة لنشر الوعي، مما يفقده رسالته الإعلامية"، بمتوسط حسابي 4.16، وإنحراف معياري 0.90، وهنا يمكن الإشارة إلى ما ورد في الإطار النظري أيضاً، بأن "نجاح أي برنامج ترفيهي لا يمكن أن يتحقق بمعزل عن الرهانات الاقتصادية والمصالح المادية والتجارية"، وهو ما يعزّز التوجّه الربحي لهذه البرامج على حساب الرسالة التوعوية.

رابعاً: إنعكاسات القيم السلبية المتضمنة في برنامج "قسمة ونصيب" على سلوكيات الطلبة من وجهة نظر عينة الدراسة.

للإجابة عن السؤال: "ما انعكاسات القيم السلبية المتضمنة في برنامج قسمة ونصيب على سلوكيات الطلبة من وجهة نظر عينة الدراسة؟"، تم تقديم مجموعة من العبارات التي تقيس مدى تأثر سلوك الطلبة بالمضامين السلبية التي يتضمنها البرنامج، وقد تم تحليل استجابات أفراد العينة من خلال عرض النسب المئوية، وحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد مستوى تأثير هذه القيم على سلوكياتهم، وذلك كما هو موضح في الجدول الآتي:

- الجدول(6) يبين إنعكاسات القيم السلبية على سلوكيات الطلبة .

اتجاه العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	العبارة
موافق	0.87	4.18	23 37.7%	31 50.8%	3 4.9%	3 4.9%	1 1.6%	كثرة مشاهدة المحتوى غير التقليدي على اليوتيوب تسهم في جعل بعض السلوكيات مثل العلاقات المفتوحة أكثر قبولا لدى الجيل الجديد.
موافق بشدة	0.87	4.25	27 44.3%	27 44.3%	2 3.3%	5 8.2%	0 0%	البرامج الترفهية مثل "قسمة ونصيب" قد تؤدي إلى تغيير بعض القيم الاجتماعية لدى الطلبة خاصة مايتعلق بنمط العلاقات الإنسانية.
موافق بشدة	0.91	4.25	29 47.5%	23 37.7%	4 6.6%	5 8.2%	0 0%	تكرار مشاهدة المحتوى الجريء أو غير مقبولة مجتمعا في البرنامج قد يؤدي إلى تقليد بعض التصرفات المتهورة أو اللباس أو أساليب الكلام الغريبة .
موافق	0.88	4.16	24 39.3%	27 44.3%	7 11.5%	2 3.3%	1 1.6%	أرى أن هذا البرنامج يروج لقيم مادية مثل التفاخر بالمظاهر والثروة والنجاح السريع على حساب القيم التربوية الأصيلة .
موافق	0.90	4.13	23 37.7%	28 45.9%	6 9.8%	3 4.9%	1 1.6%	بعض الطلبة يقلدون أنماط حياة لا تتناسب مع بيئتهم ، بسبب تركيز البرنامج على المظاهر والإهتمام الزائد بالشكل الخارجي .
موافق	0.94	4.10	23 37.7%	27 44.3%	6 9.8%	4 6.6%	1 1.6%	هذه البرنامج قد تشوّش على فهم الطلبة لما هو صواب وخطأ ، خاصة عند عرض مواقف تفتقد إلى المعايير الأخلاقية الواضحة .
موافق	0.95	3.89	15 24.6%	32 52.5%	7 11.5%	6 9.8%	1 1.6%	التأثر بالمحظى قد يؤدي إلى صعوبة تكوين علاقات إنسانية سليمة ومتوازنة لدى بعض الطلبة .
موافق	1.02	3.66	12 19.7%	27 44.3%	12 19.7%	9 14.8%	1 1.6%	من الممكن أن يؤدي تأثير هذه البرنامج إلى ضعف مهارات التفاعل والتواصل لدى الطلبة ، خاصة في محيطهم الأسري أو الجامعي
موافق	0.89	3.98	16 26.2%	34 55.7%	6 9.8%	4 6.6%	1 1.6%	يعتمد بعض الطلبة على وسائل الإعلام الرقمية ، بما فيها يوتيوب ، لتشكيل آرائهم أكثر من إعتمادهم على الأسرة مما يؤدي إلى ضعف ارتباطهم بالثقافة والقيم المحلية .
موافق	0.99	3.97	18 29.5%	32 52.5%	4 6.6%	5 8.2%	2 3.3%	مشاهدة هذا النوع من البرنامج بشكل متكرر قد يؤدي إلى تساهل الطلبة مع مفاهيم مثل الغش الكذب أو العنف اللفظي .
	0.74	4.05	المحور الثالث ككل					

أظهرت نتائج الجدول رقم (6) إلى وجود إدراك واضح لدى أفراد العينة لتأثير البرامج الترفيهية، مثل "قسمة ونصيب"، على سلوكهم الاجتماعي. فقد أظهرت النتائج أن العبارات المرتبطة بهذا المحور قد حصلت على نسب عالية من درجة الموافقة ، مما يدل على وجود تصورات إيجابية لدى العينة نحو هذا التأثير .

ومن أبرز النتائج التي تدعم هذا التوجه، حصول العبارة "البرامج الترفيهية مثل قسمة ونصيب قد تؤدي إلى تغيير بعض القيم الاجتماعية لدى الطلبة خاصة مايتعلق بنمط العلاقات الاجتماعية" على متوسط حسابي مرتفع بلغ (4.25) وإنحراف معياري 0.87، وهذا يدل على وجود إتجاه قوي لدى العينة نحو الاعتقاد بأن هذه البرامج تساهم في تغيير بعض القيم الاجتماعية، خاصة ما يتعلق بنمط العلاقات الإنسانية، وقد تم تدعيم هذه النتيجة من خلال ملاحظات الميدانية والنقاشات التي دارت مع بعض الطلبة حيث عبر العديد منهم عن إستغرابهم لبعض السلوكيات المعروضة في البرنامج ، معتبرين إياها دخيلة على المجتمع وهو مايعكس وجود وعي لدى هؤلاء الأفراد بالقيم الأصلية التي بدأ الإعلام يمسها ويهز ثوابتها.

كما أظهرت النتائج أن نسبة(47.5 %) من العينة وافقوا بشدة على عبارة "تكرار مشاهد المحتوى الجريء أو غير المقبول اجتماعياً قد يؤدي إلى تقليد بعض التصرفات المتهورة أو اللباس أوأساليب الكلام الغريبة" ، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.25) وإنحراف معياري 0.91، هذا يشير بأن الطلبة لا يستهينون بخطورة التأثير السلوكي للمحتوى الترفيهي الجريء المرئي، والآثار المحتملة لهذا النوع من المحتوى على السلوك اليومي لدى فئة الشباب . وقد تم تأكيد ذلك من خلال ملاحظاتي لسلوكيات بعض الطلبة أمكن تسجيل مظاهر واضحة لتأثيرهم بهذا النوع من المحتوى لا سيما في أنماط اللباس غير المألوفة ثقافيا والتي كانت مرفوضة إجتماعيا في السابق .

كما أيد (50.8%) من الطلبة بشدة العبارة القائلة بأن "كثرة مشاهدة المحتوى غير التقليدي علىاليوتيوب تسهم في جعل بعض السلوكيات مثل العلاقات المفتوحة أكثر قبولاً لدى الجيل الجديد. بمتوسط حسابي بلغ 4.18. وإنحراف معياري 0.87 ويفكّد هذا المعطى أن الطلبة واعون ب مدى التأثير الذي يمارسه هذا النوع من المحتوى في إعادة تشكيل القيم الاجتماعية والسلوكية. وهذا ما لاحظته بأن العلاقات المفتوحة باتت أكثر تقبلاً في أوساط بعض الطلبة، بل وحتى من طرف أولياء الأمور الذين بدأوا يُظهرون نوعاً من التبرير أو التساهل تجاه هذه العلاقات، ما يشير إلى نوع من القبول الضمني الذي قد يفتح المجال أمام استمرار هذه السلوكيات وتوسيعها مستقبلاً، دون إدراك لآثارها العميقـة.

من جهة أخرى، عبر (44.3%) من الطلبة عن موافقـتهم على أن "الـبرنـامـج يـروـج لـقيـمـاـدـيـة مـثـلـ التـفـاخـرـ بـالـمـظـهـرـ وـالـثـرـوـةـ وـالـنـجـاحـ السـرـيعـ عـلـىـ حـسـابـ الـقيـمـ التـرـبـوـيـةـ الأـصـيـلـةـ،ـ بمـتـوـسـطـ (4.16)،ـ وإنـحرـافـ مـعـيـارـيـ 0.88ـ،ـ وـيـدـلـ ذـلـكـ عـلـىـ وـجـودـ وـعـيـ وـاـضـحـ لـدىـ الـعـيـنـةـ بـأـنـ الـبـرـنـامـجـ يـعـزـ مـفـاهـيمـ سـطـحـيـةـ مـرـتـبـطـةـ بـالـمـظـهـرـ الـخـارـجـيـ،ـ ماـيـعـكـسـ تـحـولـاتـ فـيـ سـلـمـ الـأـوـلـوـيـاتـ الـقـيمـيـةـ لـدـىـ الشـابـ،ـ مـنـ التـرـكـيزـ عـلـىـ الـجـوـهـرـ إـلـىـ الـإـنـهـارـ بـالـمـظـهـرـ وـهـذـاـ مـاـ لـاحـظـتـهـ فـيـ تـعـلـيـقـاتـ الـمـتـابـعـينـ وـتـرـكـيزـيـمـ الـمـلـحوـظـ عـلـىـ مـظـهـرـ الضـيـوـفـ وـمـسـتـوـيـ ثـرـوـاتـهـمـ،ـ حـتـىـ إـنـ بـعـضـ الـطـلـبـةـ أـصـبـحـوـاـ يـرـبـطـونـ النـجـاحـ بـالـمـظـهـرـ الـخـارـجـيـ فـقـطـ مـاـيـدـلـ عـلـىـ تـأـثـرـ الـقـيمـ التـرـبـوـيـةـ بـقـيمـ إـسـتـهـلاـكـيـةـ وـإـعـلـامـيـةـ سـطـحـيـةـ.

كما أيد (45.9%) عـبـارـةـ مـفـادـهـ أـنـ "بعـضـ الـطـلـبـةـ يـقـلـدـونـ أـنـمـاطـ حـيـاةـ لـاـ تـنـاسـبـ معـ بـيـئـتـهـمـ بـسـبـبـ تـرـكـيزـ الـبـرـنـامـجـ عـلـىـ الـمـظـاهـرـ وـالـهـتـمـامـ الزـائـدـ بـالـشـكـلـ الـخـارـجـيـ"ـ بمـتـوـسـطـ حـسـابـيـ قـدـرـهـ 4.13ـ،ـ وإنـحرـافـ مـعـيـارـيـ 0.90ـ،ـ مـاـيـعـكـسـ تـأـثـرـاـ وـاـضـحـاـ لـمـظـهـرـ الـمـعـرـوـضـ فـيـ الـبـرـنـامـجـ

على تصورات وسلوكيات الطلبة ، وتدل هذه النتيجة على أن الفاصل بين الواقع والتمثيل الإعلامي أصبح غير واضح لدى بعض الطلبة ، ما قد يؤدي إلى نوع من الإضطراب الثقافي.

وأكَدَ (44.3%) من العينة أن "البرامج قد تشوّش على الفهم السليم لما هو صواب أو خطأ، خاصة عند عرض مواقف تفتقد إلى المعايير الأخلاقية الواضحة" وذلك بمتوسط حسابي 4.10، وإنحراف معياري 0.94 وهذا يدل خطر تأثير المحتوى غير المنضبط أخلاقياً على إدراك القيمي لدى الطلبة ، إذ يصبح التمييز بين القيم الصحيحة والمنحرفة أمراً ضبابياً خصوصاً مع تكرار التعرض للمحتوى. وهذا ما لاحظته كذلك من خلال حوارات مع بعض الطلبة أو تعليقات المتابعين أن هناك نوعاً من التبلد القيمي أو التبرير اللاواعي لبعض المواقف التي تُعرض في البرنامج رغم تعارضها مع القيم الأخلاقية إذ أصبحوا يبررون هذه المواقف باعتبارها "حرية شخصية" أو مجرد تمثيل، ما يعكس وجود تأثير تراكمي للمحتوى يؤدي إلى خلل في التمييز الأخلاقي مع مرور الوقت.

كما أظهرت النتائج أن (55.7%) من الطلبة يتوجهون إلى تأييد العبارة التي مفادها أن "بعض الطلبة يعتمدون على وسائل الإعلام الرقمية، بما فيها اليوتيوب، لتشكيل آرائهم أكثر من اعتمادهم على الأسرة" ، بمتوسط حسابي بلغ 3.98، وإنحراف معياري 0.89، وتدل هذه النتيجة على أن الإعلام الرقمي قد أصبح المصدر الأول لتشكيل المواقف والآراء لدى نسبة معتبرة من الطلبة، متجاوزاً بذلك دور الأسرة كمصدر تقليدي للتنشئة القيمية والاجتماعية. ويعُد هذا التحول مؤشراً على ضعف الارتباط بالثقافة المحلية والقيم الأسرية، نتيجة استبدال مصادر التقليدية بمصادر رقمية عابرة للحدود والثقافات، ما قد يؤدي إلى تغيير في منظومة القيم والمرجعيات الاجتماعية المعتمدة لدى الجيل الجديد .

وفي السياق ذاته، أيد (52.5%) من أفراد العينة العبارة التي مفادها أن "التأثير بالمحظى قد يؤدي إلى صعوبة في تكوين علاقات إنسانية سليمة ومتوازنة لدى بعض الطلبة"، بمتوسط حساب 3.89، وإنحراف معياري 0.95 وتشير هذه النتيجة إلى أن البرامج الترفية والمحتوى غير التقليدي قد ينعكس سلباً على قدرة الطلبة في بناء علاقات اجتماعية قائمة على التوازن والتقاهم، مما يلمح إلى احتمال تراجع المهارات الاجتماعية والتواصلية نتيجة تأثيرهم بأنماط العلاقات المشوهة أو السطحية التي تُعرض في تلك البرامج ، ومن خلال متابعتي لبعض الناقاشات والسلوكيات، لاحظت أن بعض الطلبة يتعاملون ببرود أو باندفاع غير مبرر في علاقاتهم مع زملائهم، ويظهر ذلك في شكل صعوبة في ضبط التفاعل العاطفي أو التواصل الإيجابي، وهو ما قد يكون انعكاساً لما يشاهدونه من نماذج علاقات غير مستقرة أو سطحية في المحتوى الترفيهي .

كما أيد (44.3%) من أفراد العينة العبارة التي مفادها أن "من الممكن أن يؤدي تأثير البرامج إلى ضعف مهارات التفاعل والتواصل لدى الطلبة، خاصة في محيطهم الأسري أو الجامعي"، بمتوسط حسابي بلغ 3.66، وإنحراف المعياري 1.02 . ورغم أن هذه النسبة تُعد اتفاقاً نسبياً أقل مقارنة بباقي العبارات، إلا أنها لا تزال تعكس احتمال وجود تأثيرات سلبية على مهارات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة، نتيجة الاعتماد المفرط على النماذج الإعلامية في تشكيل أساليب التفاعل بدلاً من الواقع الاجتماعي الفعلي. ويمثل ذلك مؤشراً على تغير في المرجعيات السلوكية والتواصلية نتيجة الانغماس في محتوى لا يعكس بالضرورة السياقات الحقيقية أو المقبولة مجتمعيًا.

وأخيراً، بينت النتائج أن (52.5%) من أفراد العينة يرون أن "مشاهدة هذا النوع من البرامج بشكل متكرر قد يؤدي إلى تساهل الطلبة مع مفاهيم سلبية مثل الغش، الكذب أو العنف اللفظي"، بمتوسط حسابي بلغ (3.97). وإنحراف معياري 0.99، وتشير هذه النتيجة إلى وجود مؤشر خطر يتمثل في إمكانية تطبيع بعض السلوكيات السلبية لدى الطلبة، نتيجة التعرض المتكرر للمضامين الإعلامية التي تُظهر هذه السلوكيات بشكل عادي أو مقبول. وهو ما يستدعي الانتباه الجاد إلى طبيعة المضمون المعروض في وسائل الإعلام الترفيهية، خاصة في ظل التأثير غير المباشر الذي قد تمارسه على المعايير الأخلاقية والقيمية للنائمة.

تشير نتائج الدراسة الحالية إلى توافق جزئي مع ما توصلت إليه دراسة "أمانى لعزم (2021)"، التي أجريت على عينة من طلبة الجامعات الأردنية، حيث خلصت إلى أن ما يقارب 80% من أفراد العينة يرون أن البرامج التلفزيونية تؤثر على سلوكيات الشباب بدرجات متفاوتة، لاسيما من حيث تعزيز مفاهيم الحرية الزائفة، وانقلاب القيم الأخلاقية، والتأثير بمظاهر اللباس وال العلاقات الاجتماعية. وهو ما يدعم نتائج الجدول (12) في هذه الدراسة، حيث تصدرت عبارة "انتشار مفهوم الحرية لدى الشباب بالمعنى الذي تطرحه هذه البرامج" بمتوسط حسابي (1.36)، تليها "انقلاب الشباب على القيم الأخلاقية تحت مسمى الحرية" (1.33)، ما يؤكد التأثير السلوكي للبرامج التلفزيونية على الشباب.

خامساً: الجداول المركبة

- الجدول رقم (7): خاص بتوزيع البيانات الخاصة بالعبارة رقم: (3) "هل تحرص على متابعة الحلقة الأسبوعية من برنامج "قسمة ونصيب" فور صدورها وذلك حسب متغيري الجنس والسن:

المجموع	هل تحرص على متابعة الحلقة الأسبوعية من برنامج قسمة ونصيب عند صدورها				الجنس	
	لا أتابع البرنامج بانتظام	أحياناً فقط	نعم أتابع البرنامج بانتظام	النكرارات		
4	3	0	1	النكرارات	ذكر	الجنس
100,0%	75,0%	0,0%	25,0%	% dans الجنس		
57	32	18	7	النكرارات	أنثى	
100,0%	56,1%	31,6%	12,3%	% dans الجنس		
61	35	18	8	النكرارات	-	المجموع
100,0%	57,4%	29,5%	13,1%	% dans الجنس		
46	27	13	6	النكرارات	من 20 سنة 25	العمر
100,0%	58,7%	28,3%	13,0%	% dans العمر		
15	8	5	2	النكرارات	26 – 30 سنة	
100,0%	53,3%	33,3%	13,3%	% dans العمر		
61	35	18	8	النكرارات	-	المجموع
100,0%	57,4%	29,5%	13,1%	% dans العمر		

من خلال تحليل هذا الجدول، نلاحظ أن غالبية المبحوثين لا يُظهرون حرصاً على متابعة برنامج قسمة ونصيب فور صدور الحلقة الأسبوعية، حيث بلغت نسبة غير المتابعين المنتظمين 45.7.4%， في حين بلغت نسبة المتابعين بانتظام 13.1% فقط. وهذا ما قد يفهم على أنه مؤشر على ضعف مستوى الحرص، لكنه لا يُعد بالضرورة دليلاً على أن البرنامج لا يُمثل أولوية ترفيهية لدى فئة الشباب الجامعي، بل يُظهر سلوكاً انتقائياً ومرناً في استهلاك المحتوى الرقمي، حيث يعتمد توقيت المشاهدة على مدى توافر الوقت وال الحاجة النفسية أو الترفيهية.

فالليوتيوب كمنصة رقمية يوفر حرية اختيار وقت المشاهدة، ما يعكس تحولاً في أنماط الاستهلاك الإعلامي، من المتابعة المباشرة إلى المشاهدة حسب الطلب. وهذا يدل على أن عدم المتابعة الفورية قد يكون مرتبطاً بالانشغالات اليومية، وليس بضعف الاهتمام بالمحظى نفسه، كما يمكن ربطه بالحاجة إلى الإشباع العاطفي أو الهروب من ضغوط الواقع، والتي تلبي في أوقات لاحقة.

وبتحليل النتائج حسب الجنس، نلاحظ أن نسبة الذكور الذين لا يتبعون البرنامج بانتظام بلغت 75%， وهي نسبة مرتفعة مقارنة بالإناث (56.1%). ورغم أن الإناث لا يُظهرن انتظاماً صارماً في المتابعة، فإن نسبة المتابعين (سواء أحياناً أو بانتظام) تبقى أعلى من الذكور. ويعزى هذا الفارق إلى الاختلاف في الأدوار الاجتماعية والثقافية بين الجنسين إذ تميل الفتيات، بحكم القيود المجتمعية، إلى قضاء وقت أطول داخل المنزل، ما يدفعهن إلى استهلاك المحتوى الترفيهي الرقمي كبديل واقعي، خاصة إن كان يحمل بُعداً وجاذبية كما هو الحال في برنامج قسمة ونصيب. كما أن البُعد العاطفي والخيالي للبرنامج يتماشى مع ميولات الإناث، اللواتي غالباً ما يُظهرن حساسية وجاذبية أعلى، وميلاً أكبر نحو القصص الرومانسية والدرامية، ما يجعل هذا النوع من البرامج أكثر جاذبية لهن.

أما الذكور، فغالباً ما يُفضّلون أنشطة ترفيهية واقعية أو بدنية (مثل الرياضة، الخروج، أو ألعاب الفيديو)، ولا يجدون في البرامج الحوارية الاجتماعية ما يُشبع اهتماماتهم أو ينسجم مع ميولاتهم النفسية والسلوكية. كما أنهم يتمتعون بهامش حرية أوسع في المجتمع، ما يسمح لهم بتقديم طاقاتهم وعواطفهم عبر أنشطة واقعية، وليس من الضروري أن يلجؤوا إلى الفضاء الرقمي لهذا الغرض.

من جهة أخرى، لم تُظهر النتائج فروقاً ملحوظة من حيث السن، حيث تقارب نسبة الفتاتين (20-25 سنة و26-30 سنة)، ما يشير إلى أن العامل العمري لم يكن حاسماً في تحديد نمط التفاعل مع البرنامج، بينما يُعتبر عامل الجنس أكثر تأثيراً في تفسير هذا السلوك الإعلامي.

- الجدول رقم (8): خاص بالمحور الأول العبارة رقم 4 "أرى أن البرنامج يعكس جزءا من الواقع الاجتماعي المعاصر" وذلك حسب متغير الجنس والسن.

المجموع	أرى أن البرنامج يعكس جزءا من الواقع الاجتماعي المعاصر .								
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة				
4	2	1	0	0	1	التكلارات	ذكر	الجنس	
100,0%	50,0%	25,0%	0,0%	0,0%	25,0%	% dans الجنس			
57	6	30	5	11	5	التكلارات	أنثى		
100,0%	10,5%	52,6%	8,8%	19,3%	8,8%	% dans الجنس			
61	8	31	5	11	6	التكلارات	المجموع		
100,0%	13,1%	50,8%	8,2%	18,0%	9,8%	% dans الجنس			
46	6	22	5	10	3	التكلارات	من 20 - 25 سنة	العمر	
100,0%	13,0%	47,8%	10,9%	21,7%	6,5%	% dans العمر			
15	2	9	0	1	3	التكلارات	سنة 30 - 26		
100,0%	13,3%	60,0%	0,0%	6,7%	20,0%	% dans العمر			
61	8	31	5	11	6	التكلارات	المجموع		
100,0%	13,1%	50,8%	8,2%	18,0%	9,8%	% dans العمر			

تدرج هذه الفرضية ضمن المحور الأول الذي يعني بالكشف عن الدوافع التي تحرك الطلبة نحو متابعة البرنامج، وذلك من خلال اختبار مدى موافقتهم على العبارة: "أرى أن البرنامج يعكس جزءا من الواقع الاجتماعي المعاصر". وقد كشفت نتائج الجدول أنّ أغلب أفراد العينة يميلون إلى الاتفاق مع مضمون الفرضية، حيث بلغت نسبة الموافقة بدرجتي "موافق" و"موافق بشدة" ما مجموعه 63.9% من إجمالي المبحوثين، في حين عبر حوالي 27.8% عن عدم موافقتهم بدرجات متقاوتة (غير موافق ، غير موافق بشدة)، ويفتهر هذا التوزيع أنّ البرنامج يُنظر

إليه من طرف عدد معتبر من الطلبة كمرأة تعكس جوانب من الواقع الاجتماعي الراهن، وإن كان ذلك بدرجات متقاربة بين القبول والتحفظ.

عند تحليل النتائج حسب متغير الجنس، لوحظ أن الإناث شكلن النسبة الأكبر من المؤيدن للفرضية، إذ بلغت نسبة اللواتي وافقن 52.6%， بينما عبرت 10.5% منهن عن موافقهن الشديدة. ويمكن تفسير ذلك بخصوصية التجربة الاجتماعية للطالبات، حيث يجدن غالباً في هذا النوع من البرامج محتوى يحاكي واقعهن وتجاربهن اليومية، خاصة فيما يتعلق بالعلاقات العاطفية، الضغوط النفسية والاجتماعية، ما يجعل التمثيل الواقعي للبرنامج دافعاً أساسياً لمتابعته لديهن. أما فيما يخص الذكور، ورغم قلتهم داخل العينة، فإن نسبة 50% منهم وافقوا بشدة على العبارة، مما يشير إلى أن بعض الذكور أيضاً يجدون في هذا النوع من البرامج مساحة لقراءة الواقع من زوايا مغايرة أو نقاط تماس مع تجاربهم الشخصية. غير أن قلة العدد لا تتيح تعميم النتائج بشكل موسّع.

أما عند تحليل النتائج حسب متغير السن أظهرت الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة أعلى نسبة من الموافقة على العبارة، بنسبة بلغت 60%， ما يدل على أن الدافع الإدراكي لمتابعة البرنامج يزداد كلما تقدم العمر، حيث يصبح الفرد أكثر وعيًّا واهتمامًا بالمضامين الاجتماعية التي تعكس قضاياه الخاصة أو تحاكي واقعه. كما أن هذه الفئة غالباً ما تكون منشغلة بقضايا مثل الزواج، تكوين الأسرة أو الاستقرار المهني، ما يجعلها أكثر تقبلاً للمحتوى الذي يعكس هذه الجوانب، حتى وإن كان ذلك بطريقة درامية أو غير مباشرة. كما أن النضج العمري والخبرة الحياتية يجعلهم أقل تأثراً بالسرديات السلبية، ويرجح أن يتعاملوا مع البرنامج على أنه وسيلة لعرض مشكلات اجتماعية واقعية وإن كانت مسكونةً عنها في المجتمع.

في المقابل، أظهرت الفئة من 20 إلى 25 سنة نوعاً من التباين في المواقف، حيث وافق 48% منهم، ووافق بشدة 13%， بينما عبر حوالي 22% عن عدم موافقتهم على الفرضية. ويعكس هذا الانقسام أنّ هذه الفئة لم تُشكّل بعد موقعاً موحداً من البرنامج، فبينما يرى البعض أنه ترفيهي محض، ينظر إليه آخرون بعين نقدية معتبرين أنه يتضمن مبالغات أو أنه لا يمثل واقعهم الحقيقي. وهذا ما يشير إلى أنّ هذه الفئة ما زالت في مرحلة بناء الوعي الاجتماعي والنقدi، مما يجعل تقييمها للمحتوى متذبذباً وغير مستقر.

الجدول رقم (9) : خاص بالمحور الأول العبارة رقم 10 "أشاهد البرنامج من باب التعلم أو إكتساب أفكار جديدة حول العلاقات (دافع تعليمي)" وذلك حسب متغير الجنس و السن.

المجموع	أشاهد البرنامج من باب التعلم أو إكتساب أفكار جديدة حول العلاقات (دافع تعليمي).							
	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	النكرارات	% dans الجنس	الجنس	
4	1	2	0	1	النكرارات	ذكر	الجنس	
100,0%	25,0%	50,0%	0,0%	25,0%	% dans الجنس			
57	9	8	25	15	النكرارات	أنثى		
100,0%	15,8%	14,0%	43,9%	26,3%	% dans الجنس			
61	10	10	25	16	Effectif	المجموع		
100,0%	16,4%	16,4%	41,0%	26,2%	% dans الجنس			
46	6	8	22	10	النكرارات	من 20 - 25 سنة	العمر	
100,0%	13,0%	17,4%	47,8%	21,7%	% dans العمر			
15	4	2	3	6	Effectif	سنّة 26 - 30		
100,0%	26,7%	13,3%	20,0%	40,0%	% dans العمر			
61	10	10	25	16	النكرارات	المجموع		
100,0%	16,4%	16,4%	41,0%	26,2%	% dans العمر			

من خلال تحليل بيانات الجدول، يتضح أن أغلب المبحوثين لا يتبعون البرنامج بداع تعليمي صريح، حيث شكلت فئتاً "غير موافق" و"غير موافق بشدة" نسبة معتبرة من إجمالي العينة، ما يعكس غياب الثقة في البرنامج كمصدر موثوق للمعرفة أو كمرجع يمكن الاعتماد عليه في فهم العلاقات الاجتماعية أو الخلافات الأسرية.

تكشف النتائج حسب متغير الجنس عن تفاوت في المواقف، حيث أبدى 25% من الذكور موافقتهم أو موافقتهم الشديدة، بينما اتخذ 50% منهم موقف الحياد، ما يشير إلى حالة من التردد أو غموض الموقف، وقد يعزى ذلك إلى أن الذكور غالباً ما يتعاملون مع مثل هذا النوع من البرامج إما بغضول أو من باب التسلية دون تكوين موقف نقيدي حاسم تجاه مضمونه. في المقابل، تظهر الإناث ميلاً أوضاع نحو الرفض، إذ صرّحت حوالي 70% منهن بعدم الموافقة، من بينهن 26.3% عبرن عن رفض شديد. هذا التوجه يفسّر بكون الإناث أكثر وعيّاً وانتقاداً لطريقة تقديم العلاقات داخل البرنامج، خصوصاً أنه لا يتضمن محتوى إرشادياً أو معرفياً واضحاً، بل يركز غالباً على عرض درامي يعكس صراعات ومشاكل دون تقديم حلول عملية أو رؤى تربوية.

أما على مستوى الفئة العمرية، فقد أظهرت النتائج أن فئة 20 إلى 25 سنة كانت الأكثر ميلاً للموافقة، بنسبة 30.4%， مقارنة بالفئة من 26 إلى 30 سنة، والتي صرّح حوالي 60% منها بعدم الموافقة أو اتخاذ موقف حيادي. ويفسر هذا التفاوت بأن الفئة الأصغر سنًا ما تزال في طور بناء الخبرة والمعرفة، وقد تجد في البرنامج محتوى يطرح تساؤلات أو يعرض مواقف تهمها، ولو بشكل غير منهج. أما الفئة الأكبر سنًا، فبحكم نضجها وتجربتها الحياتية الأوسع، تُظهر قدراً أكبر من الوعي النقدي، وتُفرق بين البرامج ذات الطابع الترفيهي وتلك التي تقدم محتوى معرفياً منهجاً وهادفاً. وبالتالي، فإن هذه الفئة لا تنظر إلى البرنامج كوسيلة تعليمية، بقدر ما تراه وسيلة ترفيهية تفتقر إلى العمق التربوي.

الجدول رقم (10): خاص بالمحور الثاني العبارة رقم 5 "أرى أن البرنامج يساهم في نشر صورة نمطية غير صحيحة عن العلاقات الاجتماعية مثل تصوير العلاقات العاطفية السريعة على أنها طبيعية ومقبولة" وذلك حسب متغير الجنس والسن.

المجموع	أرى أن البرنامج يساهم في نشر صورة نمطية غير صحيحة عن العلاقات الاجتماعية مثل تصوير العلاقات العاطفية السريعة على أنها طبيعية ومقبولة .							
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	النكرات	ذكر	الجنس
4	3	1	0	0	0	النكرات	ذكر	الجنس
100,0%	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	% dans الجنس		
57	30	21	1	4	1	Effectif	أنثى	الجنس
100,0%	52,6%	36,8%	1,8%	7,0%	1,8%	% dans الجنس		
61	33	22	1	4	1	النكرات	المجموع	
100,0%	54,1%	36,1%	1,6%	6,6%	1,6%	% dans الجنس		
46	24	18	1	2	1	النكرات	- من 20 سنة	العمر
100,0%	52,2%	39,1%	2,2%	4,3%	2,2%	% dans العمر		
15	9	4	0	2	0	Effectif	26 - 30 سنة	العمر
100,0%	60,0%	26,7%	0,0%	13,3%	0,0%	% dans العمر		
61	33	22	1	4	1	النكرات	المجموع	
100,0%	54,1%	36,1%	1,6%	6,6%	1,6%	% dans العمر		

من خلال تحليل هذا الجدول، نلاحظ أن غالبية المبحوثين يوافقون على أن البرنامج يساهم في نشر صورة نمطية غير صحيحة حول العلاقات الاجتماعية، من خلال تصوير العلاقات العاطفية السريعة على أنها طبيعية ومقبولة.

عند تحليل النتائج حسب متغير الجنس، نلاحظ أن الذكور أظهروا اتفاقاً ملحوظاً مع مضمون العبارة، حيث بلغت نسبة الموافقين بشدة 75%， والمماهقين 25%， ولم تُسجل أي آراء مخالفة أو محايدة، ما يدل على إجماع كامل من طرف الذكور على الإقرار بوجود صورة نمطية سلبية عن العلاقات في البرنامج. أما بالنسبة للإناث، فقد عبرت نسبة كبيرة منهم أيضاً عن اتفاقهن مع العبارة، إذ بلغت نسبة "المماهقات بشدة" 52.6%， و"المماهقات" 36.8%， في حين سُجلت نسب محدودة من الآراء المعاشرة أو المعايدة. وهو ما يشير إلى اتفاق الأغلبية من الجنسين، إلا أن بعض الإناث أبدين عدم المماهقة أو الحياد، ما يمكن تفسيره بأن الذكور أكثر حساسية تجاه المظاهر المرتبطة بالعلاقات السريعة في البرنامج، أو ربما لشعورهم بوجود تهديد للقيم الاجتماعية التقليدية التي تمنح للرجل دوراً محورياً في بناء العلاقات.

أما النسبة الضعيفة من الطالبات اللواتي عبرن عن "عدم المماهقة" (7%) أو كن "محايدات" (1.8%)، فقد يُعزى موقفهن إلى نظرتهن إلى البرنامج من زاوية ترفيهية بحتة، أو إلى وجود نوع من المرونة أو التقبل لما يُعرض فيه مقارنة بالذكور. وقد يرى بعض الذكور أن البرنامج يسيء إلى صورة العلاقات الجادة، أو يشكل تهديداً لهيبتهم في العلاقات الاجتماعية، في حين قد تتعامل بعض الإناث مع المحتوى العاطفي بنوع من التسامح أو الفضول العاطفي، مما يخفف من حدة رفضهن له، رغم وعيهن بطبيعته السطحية أو النمطية.

أما من حيث متغير السن، فقد سجلت الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة نسبة عالية من المماهقة الشديدة (52.2%)، ولم تتجاوز نسبة الآراء المعاشرة أو المعايدة 8.7%， ما يدل على وعي مرتفع لدى الطلبة الشباب تجاه المضامين السلبية المتعلقة بالعلاقات المصورّة في البرنامج. ويُحتمل أن يكون هذا الوعي ناتجاً عن التعرض العالي للمحتوى الرقمي، أو التفاعل المتواصل مع منصات التواصل الاجتماعي، مما يجعلهم أكثر قدرة على رصد التحولات السريعة في شكل العلاقات.

وبالنسبة للفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة، ورغم أن حجم العينة فيها كان أصغر، إلا أن النمط نفسه ظهر، حيث سجلت أعلى نسبة من "المماهقة الشديدة" بنسبة 60%. وهذه الفئة غالباً ما تتسم بمستوى أعلى من النضج والتجربة الاجتماعية، مما يعزز قدرتها على إدراك

الفارق بين العلاقات الواقعية وتلك المصطنعة التي تروج لها بعض البرامج الترفيهية، خصوصاً عندما تكون هذه الأخيرة مبنية على مشاهد مختزلة وسريعة للعواطف.

- الجدول رقم (11) خاص بالمحور الثاني العبارة رقم 7 "الملابس والمظهر في البرنامج لا تعكس هوية ثقافتنا المحلية ، حيث يتم تقديم أنماط لباس لا تتماشى مع القيم المجتمع" وذلك حسب متغير النوع أو التخصص.

المجموع	الملابس والمظهر في البرنامج لا تعكس هوية ثقافتنا المحلية ، حيث يتم تقديم أنماط لباس لا تتماشى مع القيم المجتمع .							
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	النكرارات	ذكر	الجنس
4	3	1	0	0	0	% dans الجنس	ذكر	الجنس
100,0%	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	% dans الجنس		
57	35	17	1	3	1	النكرارات	أنثى	
100,0%	61,4%	29,8%	1,8%	5,3%	1,8%	% dans الجنس		
61	38	18	1	3	1	النكرارات	المجموع	
100,0%	62,3%	29,5%	1,6%	4,9%	1,6%	% dans الجنس		
46	28	14	1	2	1	Effectif	من 20 - 25 سنة	العمر
100,0%	60,9%	30,4%	2,2%	4,3%	2,2%	% dans العمر		
15	10	4	0	1	0	النكرارات	سنة 26 - 30	
100,0%	66,7%	26,7%	0,0%	6,7%	0,0%	% dans العمر		
61	38	18	1	3	1	النكرارات	المجموع	
100,0%	62,3%	29,5%	1,6%	4,9%	1,6%	% dans العمر		

نلاحظ من خلال تحليل معطيات الجدول أن أغلبية المبحوثين يتفقون على أن الملابس والمظهر المقدم في البرنامج لا يعكسان هوية الثقافة المحلية، حيث يتم عرض أنماط لباس لا تتماشى مع القيم المجتمعية المسائدة.

ولتحليل النتائج حسب متغير الجنس، نجد أن الذكور كانوا مؤيدین لهذه العبارة بنسبة 75% "مُوافق بشدة"، و25% "مُوافق"، ولم تُسجّل أي نسبة في فئات "غير موافق بشدة"، "غير موافق"، أو "محايد"، مما يعكس إجماعاً تاماً بينهم على هذا الرأي. أما بالنسبة للإناث، فرغم أن نسبة "المُوافق بشدة" كانت أقل من الذكور، إلا أنها لا تزال مرتفعة جداً، حيث بلغت 61.4%， تليها نسبة "المُوافق" بـ 29.8%. بينما سُجّلت نسب ضعيفة في فئات "غير موافق بشدة" (1.8%)، و"محايدة" (1.8%)، و"غير موافقة" (5.3%). ويشير هذا إلى أن الذكور أكثر تشدداً في رفض المظاهر غير المناسبة ثقافياً، بفارق يُقدر بحوالي 10% في فئة "مُوافق" و"مُوافق بشدة"، مقارنة بالإناث.

ويُفسّر هذا الفرق باختلاف النظرة النفسية والاجتماعية إلى اللباس بين الجنسين، إذ قد تنظر بعض الإناث إلى أنماط معينة من اللباس على أنها عادية أو مقبولة ضمن إطار الموضة أو حرية شخصية، بينما قد يُنظر إليها من طرف الذكور على أنها مثيرة أو غير لائقة، حتى وإن لم تكن فاضحة بشكل سافر. وهذا يعكس بعدها ثقافياً واجتماعياً يتمثل في تأثير الإدراك الذكري بمعايير الغريرة والانطباع الجنسي الذي قد يولد الشكل العام للمظاهر، وهو ما قد لا تنتبه إليه بعض الفتيات اللواتي لا يشعرن بالإثارة أو الانزعاج تجاه نفس اللباس.

أما فيما يخص متغير السن، فنلاحظ أن الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة عبرت عن نسبة موافقة عالية، حيث بلغت "الموافقة الشديدة" 60.9%， في حين لم تتجاوز نسب "غير موافق" و"محايد" 9%. وهذا يدل على أن هذه الفئة، رغم كونها أكثر عرضة للعولمة والتأثيرات البصرية الرقمية، إلا أن ذلك لم يمنعها من رفض أنماط اللباس غير الملائمة ثقافياً، ما يعكس نوعاً من التماسك التقافي رغم الانفتاح.

أما الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة، فقد كانت نسبة "المواقة الشديدة" فيها متقاربة مع الفئة السابقة، حيث بلغت 66.7%， ولم تُسجّل أي نسبة في فئات الرفض أو الحياد. وهو ما يدل على أن النضج الاجتماعي لهذه الفئة يُعزز من حدة رفضها لأنماط التي لا تتماشى مع السياق الثقافي، ويبدو أنها أكثر تمسكاً بالموروث القيمي. وعليه، يمكن القول إن كلتا الفئتين تُظهران مستوىً عالياً من الوعي بالقيم الثقافية، مع رفض شبه جماعي للمظاهر المقدّم في البرنامج، مما يدل على أن الجمهور المستهدف لا يرى فيه تمثيلاً حقيقياً للهوية الثقافية المحلية.

- الجدول رقم (11): خاص بالمحور الثالث العبارة رقم 5 "بعض الطلبة يقلدون أنماط حياة لا تتناسب مع بيئتهم، بسبب تركيز البرامج على المظاهر والإهتمام الزائد بالشكل الخارجي" وذلك حسب متغير الجنس والسن.

المجموع	بعض الطلبة يقلدون أنماط حياة لا تتناسب مع بيئتهم، بسبب تركيز البرامج على المظاهر والإهتمام الزائد بالشكل الخارجي .									
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		النكرارات	% dans الجنس	ذكر	الجنس
4	3	1	0	0	0		النكرارات	% dans الجنس	ذكر	الجنس
100,0%	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%		النكرارات			
57	20	27	6	3	1		النكرارات	% dans الجنس	أنثى	الجنس
100,0%	35,1%	47,4%	10,5%	5,3%	1,8%		النكرارات			
61	23	28	6	3	1		النكرارات	% dans الجنس	المجموع	الجنس
100,0%	37,7%	45,9%	9,8%	4,9%	1,6%		النكرارات			
46	15	22	6	2	1		النكرارات	% dans الجنس	من 20 - 25 سنة	العمر
100,0%	32,6%	47,8%	13,0%	4,3%	2,2%		النكرارات			
15	8	6	0	1	0		Effectif	% dans الجنس	من 26 - 30 سنة	العمر
100,0%	53,3%	40,0%	0,0%	6,7%	0,0%		Effectif			
61	23	28	6	3	1		النكرارات	% dans الجنس	المجموع	الجنس
100,0%	37,7%	45,9%	9,8%	4,9%	1,6%		النكرارات			

من خلال تحليل هذا الجدول، نلاحظ أن نسبة معتبرة من المبحوثين تتوافق على أن بعض الطلبة قد يتأثرون بأنماط الحياة المعروضة في البرنامج، مما يدفعهم إلى تقليد سلوكيات لا تتناسب مع بيئتهم الاجتماعية. حيث صرّح 45.9% من العينة بموافقتهم، و37% بموافقتهم الشديدة، أي أن غالبية الطلبة ترى في هذا البرنامج عاملاً قد يؤثر في سلوك الفرد، من خلال التركيز المفرط على المظاهر.

وبالنظر إلى متغير الجنس، فإن الذكور عبروا عن نسبة "موافقة شديدة" أكبر بلغت 75%， مقارنة بالإإناث اللاتي بلغت لديهن النسبة 35.1%. ويمكن تفسير هذا الفارق باختلاف في التلقي الحسي والاجتماعي للمظاهر المعروض في البرنامج؛ فبينما قد تنظر بعض الإناث إلى المظاهر باعتبارها طبيعية أو مجرد تعبير عن الأنوثة، قد يراها الذكور تجاوزاً للقيم أو حتى عاملاً مثيراً للغريز. ويُحتمل أن يكون ذلك ناتجاً عن حساسية الذكور تجاه التحولات الشكلية والمظاهر المصطنعة التي يُرُوّج لها، مما يعزز رفضهم الضمني لها.

أما من حيث متغير السن، فقد أظهرت الفئة الأصغر (من 20 إلى 25 سنة) توافقاً معتبراً، في حين ارتفعت نسبة الموافقة الشديدة لدى الفئة الأكبر سنّاً (من 26 إلى 30 سنة) إلى 53.3%， وهو ما يشير إلى وجود وعي نسبي لدى كلا الفئتين بأثر المحتوى الإعلامي على السلوكيات الفردية، إلا أن الفئة الأكبر عمراً تبدو أكثر وعيّاً بالمفاهيم الثقافية وقدرةً على التمييز بين ما هو أصيل وما هو دخيل، ما يجعلهم أكثر رفضاً للسطحية التي تروج لها بعض البرامج. كما قد تكون لديهم تجارب شخصية أو اجتماعية ساعدتهم على ملاحظة الأثر الواقعي لمثل هذه الأنماط السلوكية المستوردة، مما يعزّز وعيهم النقيدي تجاه هذه المضامين.

الجدول رقم (12): خاص بالمحور الثالث العبارة رقم 9 "يعتمد بعض الطلبة على وسائل الإعلام الرقمية ، بما فيها يوتيوب ، لتشكيل آرائهم أكثر من إعتمادهم على الأسرة مما يؤدي إلى ضعف إرتباطهم بالثقافة والقيم المحلية" وذلك حسب متغير الجنس والسن.

المجموع	يعتمد بعض الطلبة على وسائل الإعلام الرقمية ، بما فيها يوتيوب ، لتشكيل آرائهم أكثر من إعتمادهم على الأسرة مما يؤدي إلى ضعف إرتباطهم بالثقافة والقيم المحلية .					النكرارات	ذكر	الجنس
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
4	3	1	0	0	0	النكرارات		
100,0%	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	% dans الجنس	ذكر	
57	13	33	6	4	1	النكرارات		
100,0%	22,8%	57,9%	10,5%	7,0%	1,8%	% dans الجنس	أنثى	
61	16	34	6	4	1	النكرارات		
100,0%	26,2%	55,7%	9,8%	6,6%	1,6%	% dans الجنس	المجموع	
46	11	26	6	2	1	النكرارات		
100,0%	23,9%	56,5%	13,0%	4,3%	2,2%	% dans العمر	- 20 من سنة 25	
15	5	8	0	2	0	النكرارات		
100,0%	33,3%	53,3%	0,0%	13,3%	0,0%	% dans العمر	26 - 30 سنة	
61	16	34	6	4	1	النكرارات		
100,0%	26,2%	55,7%	9,8%	6,6%	1,6%	% dans العمر	المجموع	

تُظهر بيانات الجدول أن نسبة معتبرة من الطلبة يرون أن اعتمادهم على وسائل الإعلام الرقمية، خاصة اليوتيوب، لتشكيل آرائهم يفوق اعتمادهم على الأسرة، مما يؤدي تدريجياً إلى ضعف ارتباطهم بالثقة والقيم المحلية. فقد بلغت نسبة الموافقين 55.7%， والم موافقين بشدة 26.2%， أي ما يقارب 81.9% من العينة مؤيدة، وهو ما يعكس بوضوح التأثير العميق الذي أصبحت تمارسه الوسائل الرقمية في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات.

إذ أظهرت النتائج بالنسبة لمتغير الجنس، أن الذكور عَبَرُوا عن أعلى درجات الاتفاق؛ إذ بلغت نسبة "الموافقين بشدة" 75% دون وجود أي حالة حياد أو رفض. أما بالنسبة للإناث، فرغم تأييد الأغلبية (9.57% موافقات و 22.8% موافقات بشدة)، إلا أن هناك تبايناً في الآراء مع وجود نسب للرافضين. ويُحتمل أن يكون الذكور أكثر تفاعلاً مع المضامين الرقمية نظراً لطبيعة محتوى اليوتيوب الذي يُوجَّه في كثير من الأحيان إلى اهتمامات ذكورية، مثل التحديات، القضايا الاجتماعية الجريئة، أو المحتوى الترفيهي الصادم، ما يجعلهم أقل اعتماداً على مرجعية الأسرة.

كما يُحتمل أن يعود هذا الاختلاف إلى عدة عوامل، منها رغبة الذكور في الاستقلالية وإثبات الذات، أو تجنبهم اللجوء إلى الأسرة في بعض المواضيع التي قد يعتبرونها محروقة أو حساسة، ما يؤدي إلى ضعف ارتباطهم بالقيم المحلية التي غالباً ما تُغرس ضمن المحيط الأسري. بينما قد تتحقق الفتاة بنوع من التوازن بين الإعلام الرقمي والأسرة، إما نتيجة للتنشئة الاجتماعية التي تولي أهمية للعائلة، أو بسبب الرقابة الأسرية التي قد تحدّ من حرية الاستهلاك الإعلامي لديها.

أما بالنسبة لمتغير السن، فنجد أن الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة عبرت غالباً عن المواقف الشديدة بنسبة 52.2%. أما الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة، فرغم تأييدها أيضاً للفكرة بنسبة 53.3% "مُوافق" ، و 33.3% "مُوافق بشدة" ، إلا أن هناك نسبة من "غير المُوافقين" 13.3%، دون حياد أو رفض شديد.

وقد تملك الفئة العمرية الأكبر سنًا وعيًا أكثر نضجًا بالأثر الذي يُحدثه الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي والسلوك، وقد تكون قد عايشت مراحل سابقة كان فيها دور الأسرة أقوى في التأثير، ما يجعلها تلاحظ الفجوة المتزايدة في ارتباط الأفراد بمنظومتهم القيمية. في حين أن الفئة الأصغر سنًا نشأت في ظل هيمنة الإعلام الرقمي، ما يجعلهم يرونها أمراً طبيعياً ولا يدركون بالضرورة حجم الفجوة التي يُحدثها بين الفرد وقيمه المحلية.

أولاً: نتائج الدراسة الجزئية:**1- البيانات الشخصية:**

- أظهرت نتائج الدراسة أن الغالبية العظمى من أفراد العينة كانوا من الإناث، حيث بلغت نسبتهن 93.4% مقابل 6.6% فقط من الذكور، مما يعكس اهتماماً أكبر من الطالبات بمتابعة البرنامج محل الدراسة، أو ربما تجاوبياً أعلى مع الاستبيان.

- أما من حيث الفئة العمرية، فتبين أن معظم المشاركين تتراوح أعمارهم بين 20 و25 سنة بنسبة 75.4%， يليهم المشاركون الذين تتراوح أعمارهم بين 26 و30 سنة بنسبة 24.6%， في حين لم تُسجل أي مشاركة من الفئة العمرية أقل من 20 سنة، وهو ما يعكس كون العينة تتنمي أساساً إلى الفئة الجامعية الشابة التي تعتبر الأكثر نشاطاً على منصات التواصل.

- أما بخصوص مدى متابعة أفراد العينة للبرنامج، فقد صرّح أكثر من نصف المشاركين (57.4%) بأنهم لا يتبعون البرنامج بانتظام، بينما قال 29.5% إنهم يتبعونه أحياناً فقط، و13.1% فقط يتبعونه بانتظام، مما يدل على أن نسبة المتابعة المنتظمة للبرنامج محدودة، رغم انتشار حلقاته على المنصة.

2- المحور الأول: دوافع إقبال الطلبة على متابعة الحلقة الأسبوعية من برنامج "قسمة ونصيب" عند صدورها.

كشفت نتائج الدراسة أن دوافع الطلبة لمتابعة برنامج "قسمة ونصيب" تتتنوع بين الفضول، جذب الأسلوب، ومحاكاة الواقع الاجتماعي، مع ميل نسبي نحو الحياد في بعض الدوافع.

- وقد تصدرت عبارة "أرى أن البرنامج يعكس جزءاً من الواقع الاجتماعي المعاصر" أعلى متوسط حسابي (3.39)، مما يدل على وعي الطلبة بطبيعة المحتوى الذي يقدمه البرنامج وارتباطه بواقعهم الاجتماعي، حيث وافق ما مجموعه 63.1% (موافق + موافق بشدة) على هذه العبارة.
- كذلك جاءت عبارة "أتابع البرنامج لأن أسلوب عرضه مشوق أو أافق على مضمونه" بمتوسط حسابي (3.15)، مما يعكس أن جاذبية العرض والمضمون تمثل دافعاً قوياً للمتابعة.
- أما الفضول كمحفز للمتابعة، فقد تجلى من خلال عبارة "أشاهد البرنامج بداعي الفضول لمعرفة محتواه" التي سجلت متوسطاً قدره (2.99)، وأيدتها حوالي 70.5% من الطلبة، ما يبيّن أن الدافع الاستكشافي لا يزال حاضراً بقوة.
- في المقابل، عبر الطلبة عن ضعف في اعتبار البرنامج مصدراً للمضامين التعليمية أو التوعوية، حيث جاءت عبارة "أعتقد أن البرنامج يساهم في تقديم اكتشافات اجتماعية وثقافية جديدة حول العلاقات (داعٍ تعليمي)" بأدنى متوسط (2.23) مع نسبة كبيرة من غير الموافقين أو المحايدين.
- بشكل عام، بلغ المتوسط العام للمحور الأول (2.68)، مما يشير إلى أن أهم دوافع متابعة البرنامج كانت متعلقة بجاذبية الطرح ومحاكاة الواقع، أكثر من كونها دوافع تعليمية أو قيمة.
- المحور الثاني: القيم السلبية المتضمنة في برنامج "قسمة ونصيب" من وجهة نظر الطلبة.**
تشير نتائج الجدول إلى إدراك عالٍ من طرف الطلبة لاحتواء البرنامج على عدد من القيم السلبية التي لا تنسجم مع خصوصيات المجتمع، إذ سجل المحور متوسطاً حسابياً عاماً قدره (4.33) وهو مرتفع، مما يدل على أن معظم العبارات لقيت موافقة قوية من طرف العينة المدرستة.

- أعلى استجابة كانت للعبارة: "البرنامج يروج لعلاقات لا تتماشى مع القيم الأخلاقية، مثل العلاقات قبل الزواج والمسكنة"، حيث سجلت أعلى متوسط حسابي (4.52)، ووافق بشدة عليها 67.2% من الطلبة. ويعني ذلك أن الطلبة يرون في البرنامج انحرافاً أخلاقياً واضحاً عن قيم المجتمع.

- كما جاءت عبارات أخرى بتقييمات مرتفعة، منها المشاهدات في البرنامج تتنافى مع العادات والتقاليد العربية المحافظة مثل التصرفات العاطفية المبالغ فيها أمام الكاميرا (4.46) . والعبارة أن للبرنامج أهداف تجاري أكثر من كونه وسيلة لنشر الوعي مما يفقد رسالته الإعلامية (4.16) وعبارة أرى أن البرنامج يساهم في نشر صورة نمطية غير صحيحة عن العلاقات الاجتماعية مثل تصوير العلاقات العاطفية السريعة على أنها طبيعية ومقبولة (4.34)

- كذلك لاحظ الطلبة أن البرنامج يروج لقيم خفية تعزز التفرقة بين الطبقات والأديان وتعمق الصراعات داخل الأسرة ، وهو ما إنعكس في العبارة التي حازت على متوسط حسابي (4.18) ونسبة إتفاق مرتفعة 41% موافق بشدة و 42.6% موافق .

- كما أشار الطلبة إلى أن الملابس والمظهر في البرنامج لا تعكس هوية الثقافة المحلية، حيث يتم تقديم أنماط لباس لا تتماشى مع قيم المجتمع، وقد حازت هذه العبارة على متوسط حسابي مرتفع (4.46)، مع نسبة موافقة شديدة بلغت 62.3%， مما يدل على نقد واضح لطريقة تمثيل الهوية الثقافية في البرنامج

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن العينة المدروسة تتفق إلى حدّ كبير على وجود قيم سلبية واضحة في البرنامج، وخاصة في ما يتعلق بالمضمون الأخلاقي، وطريقة تمثيل العلاقات، والتأثير على الوعي المجتمعي .

المحور الثالث: إنعكاسات القيم السلبية على سلوكيات الطلبة.

أظهرت النتائج أن المشاهدة المتكررة للمحتوى غير التقليدي على اليوتيوب تسهم في رفع درجة تقبل بعض السلوكيات الدخيلة، مثل "العلاقات المفتوحة"، حيث عبر 50.8% من الطلبة عن موافقتهم، و37.7% عن موافقتهم الشديدة، ما يؤكد على وجود تأثير فعلي لهذا المحتوى في تشكيل التوجهات.

- يرى 44.3% من المبحوثين أن البرامج الترفيهية مثل "قسمة ونصيب" قد تؤدي إلى تغيير بعض القيم الاجتماعية، خاصة في ما يتعلق بنمط العلاقات الإنسانية، و44.3% آخرين أيدوا ذلك بشدة، ما يعكس وعيًا جماعيًّا بأثر هذه البرامج على البنية القيمية.

- يعتقد 47.5% من أفراد العينة أن تكرار مشاهدة المحتوى الجاري أو غير المقبول مجتمعيًّا في البرنامج قد يؤدي إلى تقليد سلوكيات متهورة أو أنماط لباس وكلام غريبة، كما أيد ذلك 37.7% أيضًا، ما يشير إلى أن هذه المظاهر لها صدى واسع بين الطلبة.

- عبر 44.3% من الطلبة عن موافقتهم على أن البرنامج يروج لقيم مادية مثل التفاخر بالظاهر والثروة والنجاح السريع، مقابل 39.3% وافقوا بشدة، ما يكشف تزايد الوعي بطغيان القيم المادية على حساب القيم التربوية الأصيلة.

- وافق 45.9% من الطلبة على أن تركيز البرنامج على المظهر الخارجي يؤثر على الطلبة، و يجعلهم يميلون إلى تقليد أنماط حياة غير ملائمة لبيئتهم، في حين أيد ذلك بشدة 37.7% منهم، ما يدل على حجم التأثير البصري والجمالي للمحتوى.

- أشار 44.3% من الطلبة إلى أن البرنامج قد يشوش على فهمهم لما هو صواب وخطأ نتيجة عرض مواقف تفتقد للمعايير الأخلاقية، و37.7% أيدوا ذلك بشدة، ما قد يؤثر على نضجهم الأخلاقي وتوازنهم القيمي.

- ترى نسبة معتبرة من الطلبة (52.5% موافقون و24.6% موافقون بشدة) أن تأثير هذه البرامج قد يؤدي إلى صعوبة تكوين علاقات إنسانية سليمة ومتوازنة، وهو ما يعكس التأثيرات النفسية والاجتماعية المحتملة للمحتوى الترفيهي غير المنضبط.

- أظهر 55.7% من أفراد العينة موافقتهم على أن الطلبة أصبحوا يعتمدون على وسائل الإعلام الرقمية، بما فيها اليوتيوب، لتشكيل آرائهم، مقابل 26.2% أيدوا ذلك بشدة، ما يدل على تراجع دور الأسرة في التأثير القيمي والتربوي.

- يرى 52.5% من الطلبة أن المشاهدة المتكررة لهذا النوع من البرامج قد تؤدي إلى تساهل الطلبة مع مفاهيم مثل الغش والكذب والعنف اللفظي، في حين وافق على ذلك بشدة 29.5%， وهو مؤشر خطير حول تطبيع بعض السلوكيات غير المقبولة.

- بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (4.05)، وهو أعلى من المتوسط الفرضي، مما يعكس اتفاقاً عاماً لدى أفراد العينة على وجود انعكاسات فعلية للقيم السلبية المعروضة في البرنامج على سلوكياتهم وموافقهم.

ثانيًا: النتائج العامة للدراسة .

بناءً على تحليل البيانات الميدانية لعينة من طلبة جامعة بسكرة حول مضامين برنامج "قسمة ونصيب"، وفي ضوء المقاريبتين النظريتين المعتمدتين في هذه الدراسة - نظرية الاستخدامات والإشاعات ونظرية التأثير الإعلامي كأداة مساعدة - أمكن استخلاص مجموعة من النتائج التي تُبرز مواقف الطلبة واتجاهاتهم من القيم السلبية المتضمنة في البرنامج، وكيفية تأثرهم بها أو وعيهم تجاهها. و تعكس هذه النتائج قدرة الجمهور الجامعي على التفاعل الانتقائي والنقدi مع المحتوى الإعلامي، كما تُبرز دور المنصات الرقمية في تشكيل إدراكيهم وتمثيلاتهم الاجتماعية والثقافية. ويمكن عرض أبرز هذه النتائج كما يلي:

- يتبع طلبة جامعة بسكرة برنامج "قسمة ونصيب" بدرجات متفاوتة، مع ميل واضح نحو المتابعة غير المنتظمة، ويعزى ذلك إلى طبيعة المنصة الرقمية (اليوتيوب) التي تتيح حرية المشاهدة في أي وقت، بما يتماشى مع ما تطرحه نظرية الاستخدامات والإشاعات من أن الجمهور يسعى لاختيار الوسائل التي تلبي حاجاته الخاصة من حيث الوقت والمحتوى.
- أظهرت النتائج أن الإناث أكثر اهتمامًا بمتابعة البرنامج مقارنة بالذكور، وهو ما قد يفسّر بكون مضامين البرنامج تميل إلى المواضيع العاطفية والاجتماعية التي تلقى تفاعلاً أكبر من النساء، في إطار البحث عن إشاعات وجاذبية وعاطفية.
- يعتمد أغلب أفراد العينة على منصة اليوتيوب لمتابعة البرنامج، دون الاعتماد على وسائل أخرى، ويفسّر ذلك بكون هذه المنصة تُتيح التفاعل، الإعادة، والتصفح الحر، مما يحقق لهم إشاعات معرفية وترفيهية بسهولة.

- كما أبرزت النتائج أن هناك إدراكاً مرتفعاً لدى الطلبة لوجود قيم سلبية واضحة في البرنامج ، مثل الترويج لعلاقات غير أخلاقية خارج إطار الزواج والتشجيع على الإستهلاك والمظاهر، وتقديم صورة نمطية مضللة عن العلاقات الاجتماعية، وهذا التقييم يدل على قدرة الجمهور على تحليل المضامين الإعلامية من منظور قيمي ، ويفيد هذا ما تطرحه نظرية التأثير الإعلامي من أن الطريقة التي يقدم بها المحتوى تؤثر على كيفية تفسيره وفهمه، حيث إن تأثير البرنامج بأسلوب واقعي عاطفي ساهم في تمرير مضامين قيمية سلبية مثيرة للجدل.
- تبين وجود تخوف لدى بعض المبحوثين من تأثير البرنامج على تصورات الشباب حول العلاقات والزواج، خاصة في ظل تكرار مشاهد غير واقعية أو مبالغ فيها، ما قد يؤدي إلى ترسيخ تمثيلات خاطئة لدى المتلقين.
- تؤكد طريقة تأثير البرنامج وطرحه للمضامين على قدرته في تشكيل تصورات المتلقين وسلوكياته تدريجياً، من خلال تطبيع بعض القيم والسلوكيات الجديدة، ما يدل على فعالية التأثير الإعلامي في التأثير القيمي والثقافي
- إنقاد الطلبة تمثيل الهوية الثقافية في البرنامج، حيث لا تتوافق أنماط المظهر واللباس المعروضة مع القيم والموروث المحلي، ما يشكل إشارة إلى صراع ثقافي محتمل بسبب إعادة تأثير الهوية في سياق الإعلام الرقمي
- برع لدى أفراد العينة نوع من النضج الإعلامي تجسّد في المواقف النقدية تجاه الرسائل السلبية في البرنامج، وهو ما يدل على تطور القدرة على القراءة الوعية للمضامين الإعلامية، وليس استهلاكها فقط.

- تشير النتائج إلى أن البرامج الترفيهية الرقمية لا تكتفي بتقديم التسلية، بل تساهم أيضًا في إعادة تشكيل المنظومة القيمية والفكرية للجمهور، مما يفرض ضرورة تعميق التربية الإعلامية في الوسط الجامعي لتفادي التأثيرات السلبية غير المباشرة.

الخاتمة

في ختام هذه الدراسة الموسومة بـ "اتجاهات الجمهور نحو القيم السلبية في البرامج الترفيهية - دراسة مسحية على عينة من متابعي برنامج قسمة ونصيب على منصة اليوتيوب (طلبة جامعة بسكتة نموذجاً)"، يمكن القول إن التطور المتتسارع في المنصات الرقمية وما أتاحته من حرية في اختيار المحتوى وتتنوع في أشكال الترفيه، جعل من البرامج الترفيهية عاملًا فاعلاً في تشكيل وعي الجمهور، لا سيما فئة الشباب الجامعي، حيث كشفت الدراسة عن تأثيرات متعددة على منظومة القيم، بعضها قد يكون مباشراً وظاهراً، وبعضها الآخر يتسلل تدريجياً من خلال أساليب التأطير والمضامين غير المعنة.

وقد توصلت الدراسة، بناءً على المعالجة الميدانية والمعطيات الإحصائية، إلى جملة من النتائج أبرزها وجود متابعة معتبرة من طرف الطلبة لبرنامج "قسمة ونصيب"، مع إدراك مرتفع لوجود قيم سلبية في مضامينه، تتجلى في الترويج لنماذج غير واقعية عن العلاقات، وتطبيع بعض السلوكيات البعيدة عن ثقافتنا وموروثنا المحلي. كما أظهرت النتائج نوعاً من النضج الإعلامي لدى الطلبة، تمثل في المواقف النقدية والوعي بالمضامين، مما يعكس قدرة المتألق الجامعي على التفاعل الانقائي مع المحتوى الرقمي.

وفي ضوء هذه النتائج، تؤكد الدراسة أن البرامج الترفيهية الرقمية لم تعد تكتفي بوظيفتها التقليدية المرتبطة بالتسلية، بل أصبحت تلعب أدواراً قيمية وثقافية مؤثرة، وهو ما يستوجب تفعيل أدوار المؤسسات التربوية والثقافية في التوعية الإعلامية، وتعزيز قدرات الطلبة على التحليل النقدي للمضامين المعروضة.

وعليه، تقترح الدراسة مجموعة من التوصيات العملية، من بينها:

- تعزيز التربية الإعلامية في الوسط الجامعي من خلال تنظيم ورشات ومواد دراسية تُنمّي الحس النقدي لدى الطلبة في التعامل مع المضامين الرقمية
- دعوة صناع المحتوى إلى مراعاة القيم الأخلاقية والثقافية خاصة في البرامج الترفيهية التي تُخاطب فئة الشباب، مع تجنّب الترويج للعلاقات والمظاهر غير الواقعية.
- العمل على إنتاج محتوى ترفيهي بديل يُحاكي اهتمامات الجمهور دون المساس بالثوابت القيمية والهوية الثقافية.
- تشجيع الطلبة على النقاشات الجماعية حول المحتوى الإعلامي لتبادل الآراء وتكوين تمثالت واعية تقلّل من التأثيرات السلبية غير المباشرة.
- إجراء دراسات مستقبلية حول تأثير الإعلام الرقمي على القيم مع توسيع العينة والفئة المستهدفة لمقارنة التأثيرات حسب الجنس، العمر، ومستوى التعليم.
- دعم الأسرة والجامعة في التوجيه الإعلامي عبر حملات توعوية لتحسين الشباب ضد الرسائل المبطنة التي تشكّل تصورهم عن العلاقات والقيم.

وبذلك، تكون هذه الدراسة قد ساهمت في تسلیط الضوء على جانب مهم من علاقة الجمهور الجامعي بالبرامج الترفيهية الرقمية، وفتحت المجال لمزيد من النقاش العلمي حول الدور القيمي الذي تؤديه وسائل الإعلام الجديدة في ظل التحولات المجتمعية والثقافية المتسارعة..

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب باللغة العربية

- 1- أديب خيصور ، سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون: الدراما التلفزيونية، دار الوئام، الجزائر، 1999
2. أنيس إبراهيم، المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، ط2، 1979.
3. جواد مسلماني علي، البرامج التلفزيونية والدور الثقافي للقنوات الفضائية، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، 2016.
4. حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، دار الكتب الحديث، الإسكندرية، 2000.
5. حسن نيازي الصيفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة، إتراك للطباعة والنشر ، ط1.
6. حمد بن عبد العزيز الكواري، الإعلام المعاصر وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر ، ط1، 2014
- 7- خليل مصطفى علي، القيم الإسلامية وال التربية: دراسة في طبيعة القيم ومصادرها ودور التربية الإسلامية في تكوينها وتنميتها، مكتبة إبراهيم حلبى، المدينة المنورة، د.ط، 1988 .
- 8- ذوقان عبيادات وآخرون، البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه، عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون، ط17، 2015.
- 9- راجح خدوسي، موسوعة الأمثال الجزائرية، الجزائر : دار الحضارة.
- 10- سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1
- 11 - سلوى السيد عبد القادر، الأنثروبولوجيا والقيم، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر، الإسكندرية، 2013

- 12- عبد الله عقله الحزاعلة، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009.
- 13- عدنان عوض، مناهج البحث العلمي، عمان: جامعة القدس المفتوحة، 1994.
- 14- عيسى القادري ونهوند، قراءة في الثقافة الفضائية، مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، بيروت، 2013.
- 15- لمياء الطالة، الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 16- محمد الحمامي وكمال درويش، رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ، ط3، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2007.
- 17- محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، الرياض: العبيكان للنشر، ط1، 2014.
- 18- محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، صنعاء: دار الكتب، ط13، 1919.
- 19- محمد ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، 2009.
- 20- محسن جلوب الكناني، القيم والنسق القيمي: التعريف والمفهوم، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
- 21- منال أبو الحسن، علم الاجتماع الإعلامي: أساسيات وتطبيقات، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2009.

22- نسرين الحسونة، نظريات الإعلام والاتصال، ماجستير صحافة، شبكة لوكة، 2010.

ثانياً: الرسائل الجامعية

1- أمانى العزم، استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لبرامج تلفزيون الواقع وتأثيراتها: دراسة مسحية، رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، 2021.

2 - إلياس طحة، نظام المعاينة في البحث الاجتماعي والإعلامية، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، 2017.

3 - إيمان الكنافي بنت أحمد إبراهيم، اتجاهات الشباب والفتيات نحو الترفيه في المجتمع السعودي في ضوء رؤية 2030، دراسة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

4- جازية بابو، مبادئ وتقنيات إنتاج البرامج التلفزيونية - دراسة وصفية تحليلية للإعداد البرامجي: التلفزيون الجزائري نموذجاً، أطروحة دكتوراه، علوم الإعلام والاتصال، 2019.

5 - حسن راحي فلاح، أدوات البحث العلمي، الجامعة المستنصرية، كلية الآداب، دراسة ماجستير، 2019.

6 - السعدية قرش، واقع البرامج الثقافية في الفضائيات العربية - دراسة وصفية من منظور عينة من الفاعلين في العالم العربي، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2018.

7- الزبير بن عون، الدور الوظيفي للتسلية والترفيه الإعلامي في القنوات الفضائية الجزائرية – تحليل سيميولوجي للمضمون الترفيهي في الإعلام الجزائري، جامعة عمار ثليجي الأغواط، دون تار

- 8 - سليمان بورحطة، أثر استخدام الإنترن特 على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة، أطروحة دكتوراه، جامعة قسنطينة 3، 2018.
- 9 - سهام ممو، تأثر الدراما التلفزيونية على قيم شباب الجزائر - دراسة مسحية لجمهور الطلبة الجامعيين بمناطق الجزائر العاصمة والبلدية والمدية، أطروحة دكتوراه، 2018.
- 10 - عبد الرحيم سلوم محمد، أثر المضمومين الإعلامية على اليافعين المستخدمين لموقع اليوتيوب في العالم العربي - دراسة مسحية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2020.
- 11 - محمد بوفرة، صراع القيم في برامج الفضائية المغاربية: دراسة تحليلية ميدانية، أطروحة دكتوراه، جامعة قسنطينة، 2024.
- 12 - منيرة بقار، تصميم وبناء أدوات البحث العلمي، جامعة الجزائر 3، 2018.
- 13 - نصيرة سحنون، الترفيه في التلفزيون وعلاقته بالقيم الاجتماعية: دراسة وصفية تحليلية لعينة من مشاهدي البرامج الترفيهية في التلفزيون الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2015.

ثالثاً: المقالات العلمية

- 1 - أحمد، التجاني عمر عوض، "استخدام تقنية الواقع الافتراضي في تحقيق الوظيفة الترفيهية لدى مشاهدي الأفلام السينمائية"، مجلة المنصور، العدد 40، 2023.

- 2- أحمد بن عفيف، أسماء سالم، "طبيعة القيم (دراسة مقارنة بين الإسلام والفلسفات الوضعية)"، مجلة الدراسات العربية، كلية دار العلوم، جامعة ألمانيا، المملكة العربية السعودية، دون سنة.
- 3 - أمانى رضا عبد المقصود، "الوظيفة الترفيهية لوسائل الإعلام ودورها في دعم الترابط الأسري"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 30، جامعة القاهرة، 2020.
- 4- إخالف كنزة، "برامج التلفزيون الواقع وانعكاساتها على القيم الأخلاقية"، مجلة معارف، العدد 20، جامعة البويرة، 2016.
- 5- إدارة التحرير، "تصنيف القيم بين الإسلام والغرب"، مجلة مع الشباب، العدد 4، 2019.
- 6- ابتسام رايس علي، "نظيرية 'الاستخدامات والإشاعات' وتطبيقاتها على الإعلام الجديد"، مجلة الدراسات والأبحاث، العدد 25، جامعة وهران، الجزائر، 2016.
- 7- بلخير مراد، "مجالات الدراسة وحدودها في البحوث السوسيولوجية"، مجلة رؤية للدراسات المعرفية والحضارية، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2، دون سنة.
- 8 - جمال الدين مدفوني، "نظيرية الاستخدامات والإشاعات من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الرقمي"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 3، جامعة الجزائر 3، 2019.
- 9- حنان بشتة، وبعموشة نعيم، "الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية"، مجلة دراسات في علوم الإنسانية والمجتمع، جامعة جيجل، مجلد 3، عدد 02، 2020.
- 10- رشيد الجبوري راضي، "دور البرامج التلفزيونية الثقافية في تنمية معارف وخبرات الطلبة"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 21، الجامعة العراقية، 2018.

- 11 - رقية نعيم فتيحي، "الترفيه ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة"، مجلة الدراسات التربوية والإنسانية، المجلد 16، العدد 4، كلية التربية، 2024.
- 12 - رمضان بياضي، والعايض مريم، "المحتوى الترفيهي عبر شبكات التواصل الاجتماعي واختراق القيم الثقافية لدى الشباب الجزائري"، المجلة الدولية للدراسات الإنسانية، جامعة عباس لغور خنشلة، 2023.
- 13 - سميرة حرات، "الفضائيات التلفزيونية واستراتيجيات صناعة الترفيه وترويجه"، مقال، جامعة يحيى فارس - المدينة، قسم علوم الإعلام والاتصال، دون سن.
- 14 - شيرين جمال حسن، "الإعلام الرقمي وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 69، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 2024.
- 15 - عبد الساجد عبد السادة، ويحيى شاهين حمادي الطاهر، "قياس مستوى متابعة الفضائيات لدى طلبة كلية التربية وإنعكاساتها على القيم التربوية"، مجلة أبحاث البصرة، العدد 04، المجلد 37، 2012.
- 16 - عبد الصاحب سعد مطشر، "البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية العربية - دراسة تحليلية للبرامج الترفيهية في قناة المستقبل اللبنانية أنموذجاً"، مجلة كلية الآداب، العدد 82، 2007.
- 17 - فريدة بوعكاز، "انعكاسات البرامج الترفيهية المستخدمة في القنوات الفضائية الجزائرية على قيم الجمهور - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة باجي مختار عنابة"، مجلة المعيار، مجلد 25، عدد 56، جامعة باجي مختار عنابة، 2021.
- 18 - فوزية عكاك، "الترفيه وأوقات الفراغ لدى الشباب"، مجلة المربى، العدد 21، جامعة الجزائر 3، 2018.

- 19- لطيفة طبال، وأسماء رتيمي، "الدلالة السوسيولوجية للقيم"، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة البلدة 2، دون سنة.
- 20- مالك شعباني، "دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 7، جامعة بسكرة، 2012.
- 21- مروة عبد الحسين، "انعكاس البرامج الترفيهية في الفضائيات العربية على مظاهر السلوك الاجتماعي للشباب العراقي"، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 52، المجلد 13، جامعة بغداد كلية الإعلام، 2021.
- 22- مصطفى شربال، "مفهوم القيم في الفلسفة والعلوم"، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 4، العدد 4، جامعة سطيف 2، 2021.
- 23- نصيرة تامي، "التموقع المنهجي لنظرية التأثير الإعلامي في الدراسات الإعلامية: قراءة في الأبعاد والاستخدامات"، مجلة معارف، المجلد 1، العدد 1، جامعة الجزائر 3، 2022.
- 24- نصر الدين العياضي، "التفكير في عدة التفكير: مراجع نقدية لنظرية الاستخدامات والإشعاعات في البيئة الرقمية"، دراسة إعلامية، 2020.
- 25- نهى مجد السيد، "تأثير البرامج التلفزيونية وموقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية والثقافية في المجتمعات العربية"، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، جامعة بنى سويف.
- 26- نور الدين بولعراس، وبوعطيط سفيان، "القيم الشخصية وبيئة العمل"، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 18، العدد 01، 2024.

- 27- وليد مسلم نور، "سلبيات تعرض الجمهور للبرامج الترفيهية في الفنون الفضائية"، مجلة الجامعة العراقية، العدد 48، ج 1، دون سنة
- 28- ياسر خضر البياتي، "المجتمع الخليجي وإشكاليات تأثير الصورة المتأففة"، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 08، جامعة بغداد، 2010.
- 29- زهير بوسيلة، "قراءة في سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون"، مقال في علوم الإعلام والاتصال، جامعة د. يحيى فارس المدية، دون سنة.

ثالثاً : الواقع إلكترونية

- 1- عبد الرحمن، أحمد الجيري، "اقتصاديات الترفيه والفن"، صحيفة مال، 30 يوليو 2021، ص 1.
- 2- وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، الترفيه في العصر الرقمي، مركز استشراف التقنية، 2023، ص 9.

رابعاً: تقارير وورقات عمل

- 1- بشير محمد علي، "الإعلام الرقمي واقتصاديات صناعته"، ورقة عمل مقدمة للمنتدى الإعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، 12 أفريل 2016، ص 16.
- 2- مفرح محمد، "الترفيه.. رافعة النماء الاقتصادي"، الموقع الرسمي للدكتور محمد بن يحيى آل مفرح، 2018، ص 1.

3- الموسوي جواد وآخرون، الإعلام الجديد والوظيفة: تطور الأداء والوسيلة، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - جامعة بغداد، 2011، ص 20.

Fifth: Foreign Websites

Jennie Kopstein and Mariah Espada, "The Staggering Economic Impact of Taylor Swift's Eras Tour", Time Magazine, Published: August 23, 202

الملحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خضر - بسكرة -

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

قسم: الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

شعبة: علوم إعلام واتصال

إستماراة إستبيان

اتجاهات الجمهور نحو القيم السلبية في البرامج الترفيهية دراسة مسحية على عينة من متابعي برنامج قسمة ونصيب على منصة اليوتيوب - طلبة جامعة بسكرة نموذجا -

أطلب منكم التفضل بالمشاركة في ملء هذه الإستماراة، حيث تساهم آراؤكم بشكل كبير في إنجاح هذا البحث الأكديمي، ولن تُستخدم إجاباتكم إلا لأغراض علمية بحثة مع ضمان السرية والخصوصية التامة.

إشراف الدكتورة

- جفال سامية

من إعداد الطالبة:

- الوافي عبير

السنة الجامعية: 2024. 2025.

القسم الأول: محور البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- العمر : أقل من 20 سنة من 20-25 سنة من 25-30 سنة
- 3- هل تحرص على متابعة الحلقة الأسبوعية من برنامج "قمة ونصيب" عند صدورها؟
 نعم أتابع البرنامج بانتظام لا أحيانا فقط

1- دوافع إقبال الطلبة على متابعة برامج قمة ونصيب

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
أشاهد البرنامج بداعي الفضول لمعرفة محتواه .					
يعجبني أسلوب تقديم البرنامج والإخراج الفنى.					
أتبع البرنامج لأنه يناقش مواضيع جريئة تثير الجدل .					
أرى أن البرنامج يعكس جزءا من الواقع الاجتماعي المعاصر .					
أتبع البرنامج لأن أصدقائي يتحدثون عنه وأرغب في مواكبة النقاشات حوله(التفاعل مع الأصدقاء).					
أسلوب عرض البرنامج يجذبني حتى لو لم أوفق على مضمونه .					
يوتيوب يسهل الوصول إلى البرنامج مما يجعلني أشاهده باستمرار .					
أعتقد أن البرنامج يقدم محتوى ممتعًا بعيدا عن الجدية والملل للهروب من الواقع .					
أتبع البرنامج لأنني مهتم بالعلاقات العاطفية وطريقة تناولها في وسائل الإعلام .					
أشاهد البرنامج من باب التعلم أو إكتساب أفكار جديدة حول العلاقات (داعي تعليمي).					

2-القيم السلبية المتضمنة في برنامج "قسمة ونصيب" من وجهة نظر الطلبة .

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارة
					البرنامج يروج لعلاقات لا تتماشى مع القيم الأخلاقية لمجتمعنا مثل العلاقات قبل الزواج والمساكنة .
					بعض المشاهدات في البرنامج تتنافى مع العادات والتقاليد العربية المحافظة , مثل التصرفات العاطفية المبالغ فيها أمام الكاميرا .
					البرنامج يروج لمفاهيم غير دقيقة حول معايير الجمال والثروة والنجاح , مما يكرس قيمًا مادية خاطئة .
					طريقة تفاعل المشاركين في البرنامج تروج لنمط حياة غير مسؤول مثل الإنفاق العاطفي السريع بين المشاركين .
					أرى أن البرنامج يساهم في نشر صورة نمطية غير صحيحة عن العلاقات الاجتماعية مثل تصوير العلاقات العاطفية السريعة على أنها طبيعية ومحبوبة .
					بعض الحوارات والأسلوب اللغوي المستخدم في البرنامج يتنافى مع الذوق العام , مثل استخدام ألفاظ غير مناسبة أو التحدث بأسلوب غير محترم في بعض المواقف مع وجود عنف لفظي والجسدي .
					الملابس والمظهر في البرنامج لا تعكس هوية ثقافتنا المحلية , حيث يتم تقديم أنماط لباس لا تتماشى مع القيم المجتمع .
					أرى أن البرنامج يتجاوز القيم الأخلاقية والخطوط الحمراء من أجل تحقيق نسب مشاهدات أعلى, مثل التحدث عن مواضيع حساسة دون مراعاة خصوصية الثقافية العربية .
					البرنامج يروج لقيم خفية تعزز التفرقة بين الطبقات والأديان وتعمق الصراعات داخل الأسرة .
					يبدو أن للبرنامج أهداف تجارية أكثر من كونه وسيلة لنشر الوعي مما يفقده رسالته الإعلامية .

3- إنعكاسات القيم السلبية على سلوكيات الطلبة من وجهة نظرهم

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارة
					كثرة مشاهدة المحتوى غير التقليدي على اليوتيوب تensem في جعل بعض السلوكيات مثل العلاقات المفتوحة أكثر قبولا لدى الجيل الجديد.
					البرامج الترفهية مثل "قسمة ونصيب" قد تؤدي إلى تغيير بعض القيم الاجتماعية لدى الطلبة خاصة مايتعلق بنمط العلاقات الإنسانية.
					تكرار مشاهدة المحتوى الجريء أو غير مقبولة مجتمعا في البرنامج قد يؤدي إلى تقليد بعض التصرفات المتهورة أو اللباس أو أساليب الكلام الغربية .
					أرى أن هذا البرنامج يروج لقيم مادية مثل التفاخر بال貌ه والتثروة والنجاح السريع على حساب القيم التربوية الأصيلة .
					بعض الطلبة يقلدون أنماط حياة لا تناسب مع بيئتهم ، بسبب تركيز البرامج على المظاهر والإهتمام الزائد بالشكل الخارجي .
					هذه البرامج قد تشوّش على فهم الطلبة لما هو صواب وخطأ ، خاصة عند عرض مواقف تفتقد إلى المعايير الأخلاقية الواضحة .
					التأثر بالمحظى قد يؤدي إلى صعوبة تكوين علاقات إنسانية سليمة ومتوازنة لدى بعض الطلبة .
					من الممكن أن يؤدي تأثير هذه البرامج إلى ضعف مهارات التفاعل والتواصل لدى الطلبة ، خاصة في محيطهم الأسري أو الجامعي
					يعتمد بعض الطلبة على وسائل الإعلام الرقمية ، بما فيها يوتيوب ، لتشكيل آرائهم أكثر من إعتمادهم على الأسرة مما يؤدي إلى ضعف إرتباطهم بالثقافة والقيم المحلية .
					مشاهدة هذا النوع من البرنامج بشكل متكرر قد يؤدي إلى تساهل الطلبة مع مفاهيم مثل الغش الكذب أو العنف اللفظي .



فهرس المحتويات

- فهرس الجداول

الصفحة	فهرس الجداول	رقم الجدول
28	يبين نتائج اختبار صدق وثبات الإستبيان	1
29	يبين نتائج الإتساق الداخلي	2
84	يبين جنس المبحوثين	3
85	يبين سن المبحوثين	4
86	يبين حرص متابعة الحلقة الأسبوعية من برنامج "قسمة ونصيب" عند صدورها	5
87	يبين تحديد إتجاه العينة	6
88	يبين دوافع إقبال الطلبة على متابعة برنامج "قسمة ونصيب"	7
96	يبين القيم السلبية المتطرفة في برنامج "قسمة ونصيب"	8
102	يبين انعكاسات القيم السلبية على سلوكيات الطلبة من وجهة نظرهم	9
108	خاص بتوزيع البيانات الخاصة بالعبارة رقم 3 وذلك حسب متغير الجنس والسن	10
110	خاص بالمحور الأول العبارة رقم 4 حسب متغير الجنس والسن	11
112	خاص بالمحور الأول العبارة رقم 10 حسب متغير الجنس والسن	12
114	خاص بالمحور الثاني العبارة رقم 5 حسب متغير الجنس والسن	13
116	خاص بالمحور الثاني العبارة رقم 7 حسب متغير الجنس والسن	14
118	خاص بالمحور الثالث العبارة رقم 5 حسب متغير الجنس و السن	15
120	خاص بالمحور الثالث العبارة رقم 9 حسب متغير الجنس و السن	16

- فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	شكر وعرفان
	الإهداء
	ملخص
أ- ب	مقدمة
32-1	الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة
1	موضوع الدراسة ومنهجيتها
22 -2	أولا: موضوع الدراسة
10 -2	1- الدراسات السابقة
12-11	2- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
15-13	3- مفاهيم ومصطلحات الدراسة
19 -15	4- الإطار النظري للدراسة
20-19	5- أسباب اختيار الموضوع
21	6- أهمية الدراسة
22	7- أهداف الدراسة
32-22	ثانيا: منهجية الدراسة وأدواتها
23-22	1- نوع ومنهج الدراسة
25-23	2- أدوات جمع البيانات
26-25	3- مجتمع الدراسة
27-26	4- عينة الدراسة
30 -27	5- إجراءات الصدق و الثبات
32 -30	6- مجالات الدراسة
58-34	الفصل الثاني: البرامج الترفيهية في الإعلام المعاصر وتأثيراتها
45 -36	1- التعريف بالبرامج الترفيهية
54 -45	2- أهمية البرامج الترفيهية في الإعلام المعاصر
58 -54	3- تأثير الإعلام الترفيهي على القيم والمواقف الإجتماعية
80 -59	الفصل الثالث: ماهي القيم السلبية وتأثيرها على المجتمع
71 -61	1- تعريف القيم السلبية التي تتضمنها البرامج الترفيهية
80-71	2- التأثيرات السلوكية والذكورية التي تظهر على الجمهور نتيجة المشاركة هذه البرامج
122-81	الإطار التطبيقي
87-83	أولا: البيانات الشخصية

95-88	ثانياً: دوافع إقبال الطلبة على متابعة برنامج "قسمة ونصيب"
101 -96	ثالثاً: القيم السلبية المتضمنة في برنامج "قسمة ونصيب" من وجهة نظر الطلبة
107-102	رابعاً: إنعكاسات القيم السلبية على سلوكيات الطلبة من وجهة نظرهم
122 -108	خامساً: الجداول المركبة
130-123	نتائج الدراسة
133-131	خاتمة
143-134	قائمة المراجع
149 -144	قائمة الملاحق
153 -150	الفهارس