



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية
قسم علوم الإعلام و الإتصال



مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الإتصال
تخصص الاتصال الجماهيري الوسائط الجديدة

" اتجاهات الطلبة نحو انعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الإشهار التلفزيوني " (دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة)

إشراف الأستاذ:
بن غنيمة محمد السعيد

من إعداد الطالبة:
* إيمان بن سويسي
* حياة بن شهرة

الموسم الجامعي: 2023/2022

شكر وتقدير

الحمد لله الذي وفقنا في إتمام هذا البحث المتواضع وألهمنا
الصحة والعافية أما بعد :
أهدى إليكم هذا العمل المتواضع لكل من يستحقه
وساندنا
على أن وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع
ونتقدم بالشكر الجزيل إلى
الأستاذ
المشرف على مذكرتنا: بن غنيمة محمد السعيد
على كل ما قدمه لنا من توجيهات ومعلومات

قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة
جزاه الله خيرا
كما نتقدم بجزيل الشكر إلى جميع أساتذتنا
وخاصة قسم علوم الاعلام والاتصال
على كل ما قدموه لنا طيلة مسارنا الدراسي وإلى
كل الزميلات والزملاء في التخصص دون إستثناء
والى كل من نسيه قلبي وتذكره قلبي
نكم من الف تحية

الإهداء :

الى من ابصرت به طريق حياتي مستمدة منه قوتي واعتزازي

بذاتي الى الكفاح الذي لا يتوقف الى الشامخ الذي علمني

معنى الاصرار لا ينبوع العطاء المتفاني مدى عمري ابي الغالي

امدا الله في عمره وجزاه الله عني خير الجزاء

اليك ابي الحبيب

الى من كانت ملجئي ويد اليمنى الى من كان الداعم الاول لتحقيق

طموحاتي الى من ابصرت بها طريق حياتي واعتزازي بذاتي الى القلب الحنون

الى من كانت دعواتها تحيطني وتسعدني الى من ارضعتني الحب والحنان الى رمز

المحبه وبلسم الشفاء

اليك امي الحبيبه

الى رياحين حياه اخوتي الاعزاء حفظهم ورعاهم الله مروه اسامه حمزه

حبيبه محمد بوعمامه ابتسام ساجده الى رفيق درب ومشواري حبيبي الغاليه

لمياء الى صديقاتي ورفيقات درب اللواتي قضيت معهن اجمل اللحظات وارقي الايام

الى خالاتي وعماتي الى اخوالي واعمامي

اخيرا وليس اخيرا الى نفسي العزيزه لقد كنتي لي المرض الاجمل طوال مسيرتي

اهدي لكم ثمره جهدي الى كل من ساندني ولو بدعاء

الى استاذي الفاضل بن غنيمه

الإهداء

إلى من وضعتني على طريق الحياة ورعتني حتى صرت كبيرة فلقد

كان لها الفضل الأول

في بلوغي التعليم العالي (امي الغالية) رحمها الله

والى صاحب السيرة العطرة الفكر المستنير فلقد كان له الفضل الثاني في بلوغي

التعليم العالي (ابي الغالي)

أطال الله في عمره

إلى إخوتي من بينهم اختي سميحة حفظها الله وراعاهاو كان لهم بالغ الاثر لي

في كثير من العقبات والصعاب

والى جميع أساندي الكرام

////////// حياة بن شهرة //////////

ملخص الدراسة :

هدفت الدراسة إلى التعرف على " اتجاهات الطلبة نحو انعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الإشهار التلفزيوني" (دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة) ، حيث تم الإعتماد على المنهج الوصفي لإجراء الدراسة وقد تكونت عينة الدراسة من (40) طالب وطالبة بتخصص سمعي بصري ماستر 2 بجامعة قاصدي مرباح ورقلة وقد كان مجتمع الكلي يقدر بـ (46) تم إختيارهم بطريقة قصدية ، وتم الاعتماد على استبيان حيث تم عرضه على مجموعة من الاساتذة لتحكيمه، وقد تم علاج ما يلي:

ما هي إتجاهات الطلبة نحو إنعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الإشهار التلفزيوني من خلال قناة الشروق TV (حصّة صباح الشروق)؟

ما هي العناصر الثقافية الأكثر إنتشارا في المجتمع الجزائري (بمدينة ورقلة) نموذجا؟.

1. هل يساهم الاشهار التلفزيوني من خلال قناة الشروق TV في تعريف بالعناصر الثقافية للمجتمع الجزائري (مجتمع ولاية ورقلة)؟
2. ماهو إتجاه الطلبة قسم الاعلام والاتصال جامعة ورقلة نحو إنعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائرية في الاشهار التلفزيوني؟
وتم توصل الى النتائج التالية:

- ✓ تحديد العناصر الثقافية الأكثر إنتشارا في المجتمع الجزائري (بمدينة ورقلة) نموذجا.
 - ✓ يساهم الاشهار التلفزيوني في تعريف بالعناصر الثقافية للمجتمع الجزائرية.
 - ✓ إتجاه الطلبة قسم الاعلام والاتصال جامعة ورقلة نحو إنعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائرية في الاشهار التلفزيوني إيجابي .
 - ✓ العادات والتقاليد لطلبة الجامعيين بقسم سمعي بصري بجامعة قاصدي مرباح ورقلة تعد نموذجا لباقي الولايات بالجنوب والتي عبرت عنها قناة الشروق TV من خلال حصّة صباح الشروق .
 - ✓ من خلال قناة الشروق TV وعبر حصّة صباح الشروق تساهم في تحديد العناصر الثقافية لطلبة السمعي البصري بجامعة ورقلة.
 - ✓ هناك اتجاه إيجابي لطلبة السمعي البصري بجامعة ورقلة نحو العناصر الثقافية السائدة بالمجتمع الورقلي والمبثّة عبر حصّة صباح الشروق.
- كلمات مفتاحية:** اتجاهات، الطلبة ، العناصر، الثقافية ، للمجتمع الجزائري، في الإشهار التلفزيوني " قسم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

Résumé de l'étude:

The study aimed to identify "students' trends towards the reflection of the cultural elements of the Algerian society in the television advertising" (a field study on a sample of students of the Department of Media and Communication at Qassedi Merbah and Ouargla A student with an audiovisual specialty Master 2 at Qassedi Merbah and Ouargla

1. What is the students' trends towards the reflection of the cultural elements of the Algerian society in the television advertising through the Sunrise channel (Al -Shorouk Sabah class)?
2. What are the most prevalent cultural elements in Algerian society (in the city of Ouargla) as a model?
3. Do the TV advertising through the TV channel contribute to a definition of the cultural elements of the Algerian society (the community of the state of Ouargla)?
4. What is the direction of students in the Department of Media and Communication, and Ouargla, towards the reflection of the cultural elements of Algerian society in the TV advertising?

The following results were reached:

- Determine the most prevalent cultural elements in Algerian society (in the city of Ouargla) as a model.
- TV advertising contributes to a definition of the cultural elements of Algerian society.
- Students' tendency to the Department of Media and Communication is the University of Ouargla towards the reflection of the cultural elements of Algerian society in the positive TV advertising.
- Habits and traditions for university students in an audiovisual department at the University of Qassedi Merbah and Ouargla is a model for the rest of the states in the south, which was expressed by the Sunrise TV channel through the class of Sabah Al -Shorouk.
- Through Al -Shorouk TV channel and through the class of Sabah Al -Shorouk, it contributes to determining the cultural elements of the hearing visual students at the University of Ouargla.
- There is a positive trend for hearing visual students at the University of Ouargla towards the cultural elements prevailing in the paper society and tired through the class of Sabah Al -Shorouk.

Key words: Trends, students, elements, cultural, for Algerian society, in the television advertisement "Department of Media and Communication at the University of Qassedi Merbah and Ouargla.



فهرس المحتويات

-	الشكر والتقدير
-	الإهداء
ل	ملخص الدراسة
ن	فهرس المحتويات
ع	فهرس الجداول
ف	فهرس الأشكال
12	مقدمة
13	الجانب النظري
14	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة
15	تحديد مشكلة الدراسة
16	فرضيات الدراسة
17	أسباب اختيار الموضوع
18	أهداف الدراسة
18	جدوى الدراسة وأهميتها
19	مفاهيم الدراسة
22	منهج الدراسة وأدواته
22	الأدوات المساعدة على جمع البيانات
22	مجتمع البحث

23	عينة الدراسة
24	الدراسات السابقة
28	الفصل الثاني : عرض ومناقش وتفسير النتائج
29	المحور الأول: البيانات الديمغرافية
31	المحور الثاني: بنود الاستمارة
70	الخاتمة
72	قائمة المراجع
75	قائمة الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	رقم
29	جدول رقم (01) : يوضح متغير الجنس	.1
30	جدول رقم (02) يوضح العمر	.2
31	الجدول رقم (03) يوضح إجابة السؤال الأول من المحور الثاني	.3
33	الجدول رقم (04) يوضح إجابة السؤال الثاني من المحور الثاني	.4
35	الجدول رقم (05) يوضح إجابة السؤال الثالث	.5
37	الجدول رقم (06) يوضح إجابة السؤال الرابع من المحور الثاني	.6
39	الجدول رقم (07) يوضح إجابة السؤال الخامس من المحور الثاني	.7
41	الجدول رقم (08) يوضح إجابة السؤال السادس من المحور الثاني	.8
43	الجدول رقم (09) يوضح إجابة السؤال السابع من المحور الثاني	.9

45	الجدول رقم (10) يوضح إجابة السؤال السابع من المحور الثاني	.10
47	الجدول رقم (11) يوضح إجابة السؤال الأول من المحور الثالث	.11
48	الجدول رقم (12) يوضح إجابة السؤال الثاني من المحور الثالث	.12
50	الجدول رقم (13) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثالث	.13
53	الجدول رقم (14) يوضح إجابة السؤال الرابع من المحور الثالث	.14
55	الجدول رقم (15) يوضح إجابة السؤال الخامس من المحور الثالث	.15
57	الجدول رقم (16) يوضح إجابة السؤال الثامن من المحور الثالث	.16
59	الجدول رقم (17) يوضح إجابة السؤال الأول من المحور الرابع	.17
60	الجدول رقم (18) يوضح إجابة السؤال الثاني من المحور الرابع	.18
63	الجدول رقم (19) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الرابع	.19
65	الجدول رقم (20) يوضح إجابة السؤال الرابع من المحور الرابع	.20
67	الجدول رقم (21) يوضح إجابة السؤال الخامس من المحور الرابع	.21

فهرس الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
29	الشكل رقم (01): يمثل متغير الجنس	.1
30	الشكل رقم (02): يمثل العمر	.2
31	الشكل رقم (03): يمثل السؤال الأول من المحور الثاني	.3
33	الشكل رقم (04): يمثل الرسم للسؤال الثاني	.4
35	الشكل رقم (05): يمثل الرسم البياني للسؤال الثالث	.5
37	الشكل رقم (06): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الرابع	.6
39	الشكل رقم (07): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الخامس	.7
41	الشكل رقم (08): يمثل الرسم التالي يوضح إجابة السؤال السادس	.8

43	الشكل رقم (09): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال السابع	9.
45	الشكل رقم (10): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الثامن	10.
47	الشكل رقم (11): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الأول	11.
48	الشكل رقم (12): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الثاني	12.
51	الشكل رقم (13): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الثالث	13.
53	الشكل رقم (14): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الرابع	14.
56	الشكل رقم (15): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الخامس	15.
57	الشكل رقم (16): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال السادس	16.
59	الشكل رقم (17): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الأول	17.
60	الشكل رقم (18): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الثاني	18.
63	الشكل رقم (19): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الثالث	19.
65	الشكل رقم (20): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الرابع	20.
67	الشكل رقم (21): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الخامس	21.

مقدمة:

مقدمة

إن موضوع انعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الاشهار التلفزيوني من أهم المواضيع المثيرة في اهتمام العديد من الباحثين للتطرق إليها لمعرفة وتحديد ما خاصة في مجتمع ما اليوم، وما انتشار الواسع للعلام المتطور عن طريق التقنيات الحديثة كالتلفاز أصبح الاشهار التلفزيوني يلعب دورا فعالا وكبيرا خاصة في تحديد هذه العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري وتوضيح انعكاسها ، ونظرا للتطورات التكنولوجية الحديثة في مجال الاعلام والاتصال أدت إلى محاولة تقرب صورة عن عناصر الثقافة لكل المجتمعات وذلك من خلال الاشهار التلفزيوني هذا الأخير يعمل على توضيح هذه العناصر وتعريف بها وتحديد ما وتخزينها وتبادلها وارسالها لمجتمعات أخرى، بغرض الانفتاح والتطور وعدم بناء قوقعة الجهل لذلك المجتمع.

فمن خلال الاشهار التلفزيوني تمكنا اليوم اليوم من معرفة العديد من العناصر الثقافية التي تميز مجتمع عن غيره حيث قصر الوقت والمسافات للتعريف بالمجتمعات من خلال عادات وأعراف ولغة قيم ودين.... إلخ فالكثير من الاعلانات الاشهارية تنقل عادة وقيم مجتمعاتها بهدف الرفع من درجة التأثير على الفئة المستهدفة من خلال بث هذا الاشهار .

و الجزائر ليست استثناء خصوصا وانها من بين الدول التي تعرف تنوعا كبيرا في العادات والتقاليد وتختلف هذه العادات من منطقة الى اخرى وهو ما ساهم في ثراء المحتوى الاعلامي المقدم من طرف القنوات الجزائرية سواء كانت عمومية او خاصة ، إنطلاقا من هذا الطرح حاولنا سنحاول في هذه المدكرة البحث في إتجاهات الطلبة نحو إنعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الاشهار التلفزيوني (دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح ورقلة)، حيث قسمنا خطة الدراسة الى فصلين ، الفصل الاول المنهجي الإطار المنهجي للدراسة الذي تناولنا فيه كل من: الإشكالية تساؤلات الدراسة، أسباب اختيار الموضوع محل

الدراسة، أهمية اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، الدراسات السابقة وكيفية توظيفها في الدراسة، تعقيب على الدراسات السابقة، وفي الأخير تم التطرق إلى تحديد المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالدراسة.

ثم الفصل الثاني أو الإطار التطبيقي للدراسة الذي قمنا فيه: بالإجراءات الميدانية وذلك بعرض وتحليل النتائج على ضوء التساؤلات المنطلق منها والخروج بالاستنتاجات والاقتراحات والتوصيات التي لها أهمية كبيرة في الدراسة ثم الخاتمة العامة للدراسة .

الفصل الأول: منهجي

تقديم موضوع الدراسة

1. الإشكالية:

شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة تعددا في القنوات الاعلامية بعد سنوات من الغلق الاعلامي حيث كانت القنوات العمومية تستقر بصناعة المشهد الاعلامي في الجزائر لعقود من الزمن وانتهت هذه السيطرة سنة 2011 بمنح الاعتماد للخواص من أجل فتح قنوات خاصة ، وهو ما جعل هذه القنوات تتنافس على جميع المستويات من اجل استقطاب اكبر قدر ممكن من المشاهدين الجزائريين ، وهذا ببث برامج مختلفة تمس مختلف الشرائح بالمجتمع بالاضافة الى بث العديد من الحصص التي تبرز عادات وتقاليد المجتمع الجزائري خصوصا وان الجزائر التي تعتبر دولة بحجم قارة تعتبر من الدول الاكثر ثراء في هذا الجنب وتتميز كل ولاية ومنطقة بعادات وتقاليد تميزها عن المناطق الأخرى .

فالكثير من القنوات الجزائرية تعمل على تخصيص برامج تقوم بالتعريف في كل مرة بعادات وتقاليد منطقة من مناطق الجزائر وهو ما يجعل من هذه القنوات تحظى بمتابعة من مختلف انحاء الوطن وليس من منطقة واحدة فقط ، وانعكس ذلك على الاشهار ايضا حيث قامت العديد من المؤسسات الكبرى التي توزع منتوجاتها في مختلف انحاء الوطن بالعمل على تنويع اشهاراتها التي تبثها سواء على القنوات الفضائية الخاصة او العمومية على الإستثمار في العناصر الثقافية المتميزة للمجتمع الجزائري بهدف استقطاب مستهلكين جدد للمنتوجات التي يتم الترويج لها عبر هذا الاشهار .

ومن الفئات التي تتعرض ايضا للاشهار نجد فئة الطلبة وهي تكثل شريحة مهمة ومعتبرة في المجتمع الجزائري و ومن هنا نطرح الاشكالية الرئيسية التالية :

ما هو إتجاهات الطلبة نحو إنعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في

الإشهار التلفزيوني من خلال قناة الشروق TV ؟

ومنه نطرح الأسئلة الفرعية التالية :

1. ما هي العناصر الثقافية الأكثر إنتشارا في المجتمع الجزائري (بمدينة ورقلة)

والتي يتم الترويج لها عبر الاشهار التلفزيوني ؟

2. هل يساهم الاشهار التلفزيوني من خلال قناة الشروق TV في تعريف

بالعناصر الثقافية للمجتمع الجزائري (مجتمع ولاية ورقلة)؟

3. ما هو إتجاه الطلبة قسم الاعلام والاتصال جامعة ورقلة نحو إنعكاس

العناصر الثقافية للمجتمع الجزائرية في الاشهار التلفزيوني؟

2- الفرضيات

- هناك العديد من العادات والتقاليد التي تتميز بها ولاية ورقلة خاصة من ناحية

اللباس واللهجة وهي العناصر التي يتم الاستعانة بها بشكل كبير في مختلف

الاعلانات التلفزيونية .

- يساهم الاشهار التلفزيوني في قناة الشروق بالتعريف بجميع المكونات

الثقافية للمجتمع الجزائري بما فيها العناصر الثقافية للمجتمع الورقلي .

- يرى الكثير من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة بانه لا يتم

التعبير عن العناصر الثقافية للمجتمع الورقلي بالشكل الكافي في الاشهار

الذي يتم بثه عبر قناة الشروق .

3 . أسباب اختيار الموضوع:

نعلم أن في أي دراسة علمية هناك أسباب تدفع بالباحث لإختيار موضوع الدراسة ومن هنا تتمثل أهم الأسباب التي دفعتنا لإختيار الموضوع هي :

أ- الأسباب الذاتية:

■ أولاً كون موضوع إتجاهات الطلبة نحو إنعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الاشهار التلفزيوني يتدرج ضمن تخصصنا العلمي إعلام واتصال جماهيري.

- كذلك كونه موضوع شائق كون المتغير المستقل (العناصر الثقافية) موضوع زاخر لا حدود له في مجتمع الجزائري خاصة المجتمع الورقلي محاولين تحديده وقياسه.

- رغبة الباحثين في التطرق لمثل هذه المواضيع والتعمق في تحليلها تحليلا علميا منطقيا.

ب - الأسباب الموضوعية:

- حداثة الموضوع كونه لم يتم التطرق إليه بالشكل الكافي في الدراسات التي

اطلعنا عليها وخاصة بالنسبة للعناصر الثقافية التي تميز المجتمع الورقلة

- تسليط الضوء على الاشهار التلفزيوني الذي يتم بثه عبر قناة الشروق

ومحاولة معرفة مدى تكريسه للعناصر الثقافية التي يتميز بها المجتمع

الجزائري خاصة على مستوى ولاية ورقلة .

■ العمل على التعريف بالعناصر الثقافية للمجتمع الورقلي والتي سنحاول ابرزها

في هذه الدراسة

4 . أهداف الدراسة :

من خلال هذه الدراسة نسعى لتحقيق الاهداف التالية :

- انعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الاشهار التلفزيوني

- الكشف على أهم العناصر الثقافية التي تحدد المجتمع الجزائري

الورقلي في الاشهار التلفزيوني.

- توضيح اتجاه الطلبة نحو انعكاس هذه العناصر الثقافية في

الاشهار التلفزيوني.

- التعريف بأهم العناصر الثقافية للمجتمع الورقلي .

5 . أهمية الدراسة:

لدراستنا أهمية كبيرة كونها لأنها ستسلط الضوء على إتجاهات الطلبة نحو إنعكاس

العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الإشهار التلفزيوني (دراسة ميدانية على عينة

من طلبة قسم الاعلام والاتصال جامعة ورقلة)، ذلك كون موضوع العناصر الثقافية

موضوع ثري وغزير ومن الصعب التحكم فيه كونه متغير وتتعدد العوامل التي تساهم

في تشكيل العادات والتقاليد للمجتمع ، لذلك سنحاول من خلال هذه الدراسة معرفة

أهم العناصر الثقافية التي تميز المجتمع الورقلي عن باقي المجتمعات الاخرى لذلك

فإن أهمية موضوعنا تكمن في توضيح إتجاهات الطلبة نحو إنعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الأشهار التلفزيونية التركيز على العناصر الثقافية للمجتمع الورقلي .

6. مفاهيم الدراسة:

هناك بعض المفاهيم التي تضمنها دراستنا حول (إتجاهات الطلبة نحو انعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الإشهار التلفزيوني - دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال جامعة ورقلة) والتي سنوضحها كما يلي:

العناصر الثقافية:

لغة:

الثقافة من الفعل ثقف، وهي في اللغة بمعنى أسرع في أخذ الشيء وأدركه، وثقف بمعنى أصبح حذقا فطينا ملما بالموضوع من كافة جوانبه، كما نجد فيه ثقف بمعنى ظفر به وألقى القبض عليه، الثقاف هو الشيء الذي تسوى به الرماح¹

¹سورة النور، الآية 31.

إصطلاحا:

يعرف الدكتور نصر محمد عارف في كتابه "الحضارة- الثقافة - المدنية" إلى اللغة العربية، فالاتجاه الأول Culture أن هناك اتجاهين في ترجمة كلمة يعرفها بأنها المعارف والعلوم والآداب يتعلمها الناس ويتثقفون بها، قد تحتويها الكتب ومع ذلك فهي خاصة بالذهن، أما الاتجاه الثاني فيعرف الحضارة مقابلة لترجمة "Culture"¹

ووفقا لإعلان مكسيكو عام 1982 م فإن تعريف الثقافة جاء كما يلي:
الثقافة بمعناها الواسع يمكن أن يُنظر إليها على أنها جميع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية التي تميز مجتمعا بعينه، أو فئة اجتماعية بعينها، وهي تشمل الفنون والآداب وطرائق الحياة، كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان، ونظم القيم والمعتقدات، والثقافة هي التي تمنح الإنسان قدرته على التفكير في ذاته، وهي التي تجعل منه كائنا يتميز بالإنسانية المتمثلة في العقلانية، والقدرة على الالتزام الأخلاقي، وعن طريقها نهتدي إلى القيم ونمارس الاختيار، وهي وسيلة الإنسان للتعبير عن نفسه، والتقرب من ذاته كمشروع غير مكتمل، وإعادة النظر في إنجازاته والبحث دون توان عن مدلولات جديدة، وإبداع أعمال يتفوق بها على نفسه².

وقد أشار للثقافة نور الدين زمام في مقاله "ان الفرد" (Kroeber) كروبير و كلاكهون (Alfred Kroeber) " قد أحصيا ما يزيد عن 160 تعريفا في اللغة

¹موسى مهجور، منظومة الاعلام الثقافي للتلفزيون الجزائري في ظل العولمة الثقافية (دراسة في الرسالة الاعلامية الثقافية للبرامج الحوارية في القناة الأرضية)، أطروحة لنيل الدكتوراه العلوم في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع اتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019/2020، ص44-45.

²نفس المرجع، ص45.

الانجليزية وحدها، وقد أشارا إلى سبعة أصناف من التعاريف: وصفية، تاريخية، تقييمية، بسيكولوجية، بنيوية، تكوينية وأخيرا تعاريف جزئية أو غير كاملة¹.

إجرائيا:

يقصد بها إجرائيا هي كل العناصر التي تشتمل كل من العادات والتقاليد، الأعراف والمعتقدات، والقيم والمعارف، التي تميز المجتمع الجزائري الورقلي عن باقي المجتمعات الأخرى.

الإشهار التلفزيوني

لغة :

الإشهار لغة هو: أعلن يعلن اعلانا بمعنى أظهر، أشهر، جهر؛ مصدرها من لفظ العلانية أي الإشهار بالشيء².

إصطلاحا:

الإشهار التلفزيوني: "هو رسالة سمعية بصرية تهدف إلى توزيع المعلومات خاصة بمنتج أو سلعة معينة قصد تسويقها بين الناس"³.

إجرائيا:

يقصد به إجرائيا هنا في دراستنا هة النشاط الإعلاني الاتصالي الذي يقوم على أساس ترويج معارف أو عادات أو تقاليد أو أي سلوك ثقافي خاص بالمجتمع الجزائري من خلال وسيلة (التلفاز) .

¹ نور الدين زمام، عولمة الثقافة المستحيل والممكن، مجلة العلوم الانسانية جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2001، ص 139

² درويش زين العابدين: "علم النفس الاجتماعي وتطبيقاته"، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999 .

³ راتب نضال: "الافتراءات في التاريخ الاسلامي"، دار الجليس للنشر والتوزيع، دم، ط 1، دت.

7. منهج الدراسة وأدواته :

بما أن هذه الدراسة تدرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية لذلك قمنا باختيار المنهج الوصفي الذي يعرف بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال قدرة زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية¹ ، فهو المنهج الأنسب لدراستنا لاننا سنقوم بوصف وتشخيص ظاهرة انعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الأشهر التلفزيوني، وذلك بدراسة مختلف جوانب هذه الظاهرة والقيام بجمع كافة البيانات وتحليلها تحليلًا علميًا دقيقًا بغية الوصول إلى نتائج علمية مبنية على مبادئ البحث العلمي.

8- الأدوات المساعدة على جمع البيانات:

الاستبيان:

بما أننا ندرس موضوع اتجاهات الطلبة نحو انعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الأشهر التلفزيوني (دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال جامعة ورقلة) فقد إرتأينا إلى إستخدام الإستبيان كأداة لجمع البيانات وتحليلها تحليلًا دقيقًا كونها أفضل أداة في جمع البيانات في وقت قياسي وستساعدنا في فهم اعمق لانعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري من خلال الدراسة الميدانية التي سنجرىها مع طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة .

9 . مجتمع الدراسة :

يتوقف أي بحث علمي على تحديد مجتمع الدراسة أولاً، وهو: " مجتمع محدود أو غير محدود من المفردات (العناصر،الوحدات) المحددة مسبقاً، حيث تنصب

¹محمد عبيد وآخرون، منهجية البحث العلمي، ط 2 ، التل للنشر والتوزيع، عمان، د ن س، ص46.

الملاحظات. " أي أن تعريف مجتمع البحث حسب الباحثين هو: "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث"¹.

وهنا يكزن مجتمع دراستنا يتمثل في طلبة ماستر 2 سمعي بصري بجامعة قاصدي مرباح ورقلة ويتكون عددهم (40) طالب وطالبة .

10. عينة الدراسة :

العينة هي "إختيار جزء أو شريحة من المجتمع تتضمن خصائص المجتمع الأصلي الذي ترغب في التعرف عليه، ويجب أن تكون ممثلة لجميع أفراد المجتمع تمثيلا صحيحا"².

وهنا قد تم تحديد عينة دراستنا ب : (40) طالب وطالبة في تخصص سمعي بصري بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، وقد تم اختيار للعينة القصدية وهي " التي يتم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لاجال للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باختيار المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، هذا لإدراكها لمسبق ومعرفتها لجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة"³، ولكون العينة صغيرة إعتدنا عملية المسح الشامل لجميع مفردات العينة .

¹أحمد بن مرسللي :مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال ط 2ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، 2005، ص166.99.

²تحير الدين عويسي : دليل البحث العلمي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1997، ص91.

³أحمد بن مرسللي،المرجع سبق ذكره،ص166.

11 . الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: جازية بن رابح (2019)¹

تحت عنوان الأبعاد الجماعية للقيم الثقافية في الإشهار التلفزيوني الجزائري دراسة تحليلية من منظور نموذج (هوفستاد)، تهدف هذه الدراسة إلى استعراض دراسة ميدانية تحليلية للقيم الموظفة في عينة من المضامين الاشهارية المبتة على القناة التلفزيونية الثالثة خلال فترة 2018/2017، وقد تم استخدام الأسئلة التالية :

- هل يستند المعلن الجزائري لسمات ومعايير جماعية في الوصول إلى الجمهور من خلال الاشهار التلفزيوني عبر قناة (TV A3)؟
- هل يخاطب المعلن الجزائري الجمهور الجزائري من خلال اتصاله الاشهاري التلفزيوني انطلاقا من قيم ثقافية جماعية ذكورية من المحتمل عدم ملائمتها بالضرورة مع اتجاهات وقيم المجتمع الجزائري ؟

وقد تم الاعتماد على منهج المسح التحليلي الإحصائي وأداتي تحليل المضمون الاستمارة بالإضافة الأسلوب الإحصائي والدراسة الوثائقية على اختيار عينة تتعلق بالمؤسسات الجزائرية محل الدراسة، وهي مختارة من مجتمع البحث " المؤسسات الجزائرية المعلنة عبر التلفزيون (القناة الثالثة " TVA3 مؤسسة قامت

¹جازية بن رابح، الأبعاد الجماعية للقيم الثقافية في الإشهار التلفزيوني الجزائري: دراسة تحليلية من منظور نموذج (هوفستاد) مجلة الاتصال والصحافة، المجلد6، العدد01، 2019.

بيث 3061 رسالة إشهارية مكررة، قامت الباحثة باختيار 28 مؤسسة قامت ببيث 2971 أي بنسبة 97.09 % من مجموع الومضات المبيثة أي أنها تقارب المسح الشامل لمجتمع، ما يوافق 72 مضمون إشهاري (غير مكرر) تناولته الدراسة بالتحليل والبحث.

حيث توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها انه هناك العديد من الإختلالات القيمة نتيجة التوجه نحو توظيف منظومة قيم غير محددة المعالم في مخاطبة الجمهور الجزائري مما يؤكد ضرورة الانتباه للتحديات الجديدة التي أصبح يفرضها التعرض للاتصال الاشهاري على قيم المجتمع الجزائري.

الدراسة الثانية: منى شيهب (2018/2019)¹

تحت عنوان قيم العولمة الثقافية من خلال الإشهار التلفزيوني (دراسة تحليلية لعينة من الإشهار التي يبيث على قناة دراما mbc)، هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن قيم العولمة الثقافية المتضمنة في الإشهار التلفزيوني الذي تبثه قناة mbc دراما التي تعد من أهم القنوات الموجهة للمرأة بشكل عام، وقد تم طرح الاسئلة التالية :

- ما الآليات المعتمدة في تمرير قيم العولمة الثقافية من خلال الإشهار التلفزيوني عبر قناة mbc دراما؟

¹ منى شيهب، قيم العولمة الثقافية من خلال الإشهار التلفزيوني (دراسة تحليلية لعينة من الإشهار التي يبيث على قناة دراما mbc)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: إتصال وعلاقات عامة، جامعة أكلي محمد اولحاج- البويرة-، 2018/2019.

- ما سمات المنتجات التي تقدم قيم العولمة الثقافية من خلال الإشهار التلفزيوني عبر قناة mbc دراما؟
 - ما أنواع قيم العولمة الثقافية التي يروج لها من خلال الإشهار التلفزيوني عبر قناة mbc دراما؟
- حيث أجريت الدراسة التحليلية استنادا للمنهج الوصفي وأداة جمع البيانات المتمثلة في تحليل المضمون على عينة من الإشهارات تم اختيارها بطريقة قصدية بما يتماشى مع الهدف من الدراسة.
- وبعد إجراء عمليات التحليل الإحصائية وتحليل المعطيات (إشهارات) مفردات العينة وتفسيرها توصلت الدراسة أن غالبية الإشهارات المختارة- عينة الدراسة - ذات أصول أجنبية تمركزت حول العطور ومستحضرات التجميل، المنظفات، مواد غذائية إذ تمت ترجمتها للغة العربية في غالب الأحيان، ولقد تضمنت جملة واسعة من قيم العولمة الثقافية التي تعمل على إلغاء العقل وتعطيل قيم الإبداع بالتأكيد على قيم تسطيح الوعي، قيم سلطة الجمال، قيم المادية، قيم الأنانية وحب الذات، قيم الفردية؛ إلى جانب تسويق المرأة كجسد أنثوي محرك للشهوات وجاذب للنظر وعنصر لا يخرج عن نطاق الإغواء الجنس من خلال قيم الايماءات المغربية، قيم الإثارة الغريزية، قيم تشجيع العلاقات العاطفية، قيم الإختلاط، الإستقلالية والتحرر؛ زد إلى ذلك الثورة على العرف من خلال الدعوة لقيم المساواة؛ مع تقديم صور مشوهة ومضللة عن الواقع بالإضافة إلى تعزيز التغريب داخل المجتمع إنطلاقا من قيم الحياة المترفة، قيم المرح والترفيه، قيم الصداقة، قيم الخيال؛ دون أن نهمل تأكيدها وتشجيعها للروح الإتكالية، الاستسلامية والاستهلاكية موازاة مع قيم الراحة وتوفير الجهد و قيم الاستهلاك، قيم الاعجاب والاستمتاع، قيم التآلف والإنسجام.

الدراسة الثالثة : بوذراع جمال (2018/2017)¹

تحت عنوان تمثلات الهوية الثقافية الجزائرية في الإشهار التلفزيوني تحليل سمبولوجي لومضات إخبارية ، حيث هدفت إلى أنه يولي الإشهاري لصورة أهمية بالغة في الإشهار التلفزيوني، والذي هو في الأصل مجموعة من الصور المتحركة التي يتم شحنها بالقيم الثقافية والنفسية وكذا العناصر الجمالية والتقنية، تحاول هذه الدراسة معرفة كيف تتمثل الهوية الثقافية في الإشهار التلفزيوني ؟ هل الومضات الإخبارية تعكس القيم الثقافية للمجتمع الجزائري وبعبارة أخرى هل تعبر هذه الومضات عن ذات المستهلك الجزائري؟ وإلى أي مدى نجحت الإستراتيجية الإجتماعية الثقافية كإستراتيجية إقناع .. وقد تم اقتراح الأسئلة التالية:

- ما هو الإشهار التلفزيوني؟
 - وما هو البناء البلاغي للإشهار التلفزيوني في توظيف الهوية الجزائرية؟
 - كيف جسدت الومضات قيد الدراسة دلالات ومعاني تعكس الموروث الثقافي الجزائري؟
 - وما مدى نجاح الإستراتيجية الاجتماعية الثقافية كإستراتيجية إقناع؟
- ختاما في نتائج ذلك فما الباحث بتوظيف شفرت رولان بارث و الأبجدية النثرية لكل من مارتن جولي وكرستيان ميترز في تحليل الومضات الإخبارية وصولا إلى تأكيد الأهداف التي تم طرحها مسبقا.

¹بوذراع جمال، تمثلات الهوية الثقافية الجزائرية في الإشهار التلفزيوني تحليل سمبولوجي لومضات إخبارية، مذكرة مكملة للحصول على شهادة ماستر في علوم الإعلام والإتصال تخصص: إتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، 2018/2017.

12. التعليق على الدراسات السابقة:

يكن التعقيب حول الدراسات التي تم التطرق إليها في متغيرات دراستنا من خلال مجموعة من النقاط منها: العنوان، منهج المستخدم، العينة، أدوات جمع البيانات كلها عناصر جوهرية تختلف فيها دراستنا عن الدراسات السابقة لكن استفدنا من هذه الدراسات لأنها ساعدتنا في بناء فرضيات دراستنا ومعرفة المنهج الذي سوف نستخدمه في ما بعد وكيفية تحليل هذه الفرضيات بغية الوصول لنتائج علمية صادقة قابلة للقياس .

الفصل الثاني:

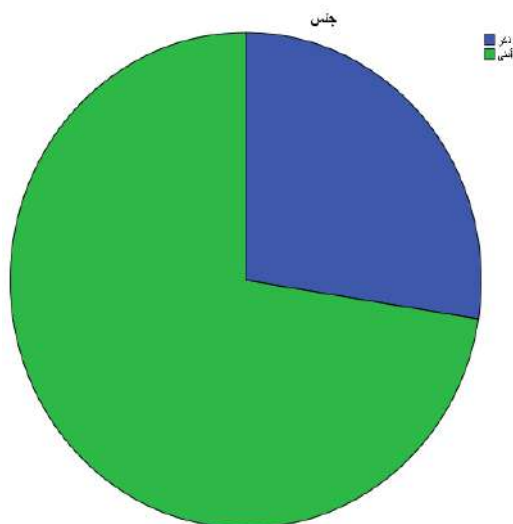
عرض و تحليل نتائج الدراسة

عرض ومناقش وتفسير النتائج:

محور الأول : البيانات الشخصية

الشكل رقم 01: يوضح متغير الجنس

جدول رقم (01) : يوضح متغير الجنس



الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	17	42.5
أنثى	23	57.5
المجموع	40	100

التعليق والتفسير :

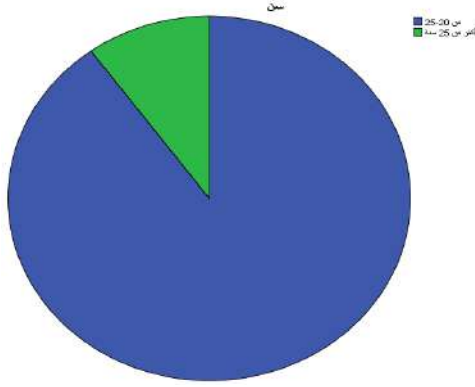
الجدول والشكل رقم (01) يوضح متغير الجنس حيث نلاحظ أن نسبة الإناث بلغت

نسبتها المئوية (42.5%) ويتكرر (17) مرة ونسبة الذكور بلغت نسبة (57.5%) ويتكرر

(23) مرة وانه نلاحظ أن نسبة الذكور أكثر تكرر من نسبة الإناث الرسم البياني للعمر.

جدول رقم (02) يوضح العمر لأفراد العينة

الشكل رقم 02



العمر	التكرار	النسبة المئوية
من 20 - 25	36	90,0
أكثر من 25 سنة	4	10,0
المجموع	40	100,0

تعليق والتفسير :

من خلال الجدول رقم (02) يوضح متغير العمر للفئتين (20-25) والفئة (أكثر من 25 سنة) حيث نلاحظ أن نسبة الفئة الأولى أعلى والتي بلغت نسبتها المئوية (90%) وبتكرار (36) مرة خلاف النسبة الثانية ومنه نستنتج ان اغلب افراد العينة هم اقل من 25 سنة وهم ضمن فئة الشباب .

المحور الثاني : تأثير العناصر الثقافية في الإشهار على المشاهدين

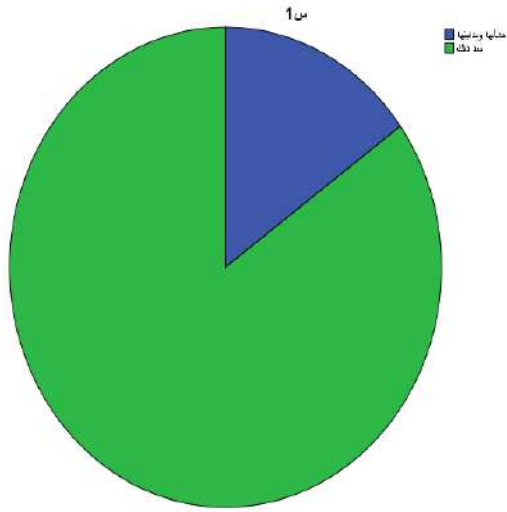
السؤال الأول : منذ متى و أنت تشاهد قناة الشررق؟

الجدول رقم (03)

يوضح إجابة السؤال الأول من المحور الثاني

الشكل رقم (03) يمثل السؤال من

المحور الثاني



النسبة المئوية	التكرار	س1
15	6	نشأتها وديتها
85	34	بعد ذلك
100	40	المجموع

التعليق والتفسير :

الجدول أعلاه والشكل والخاص باجابة السؤال الأول من المحور الأول الذي ينص على السؤال التالي : منذ متى وأنت تشاهد قناة الشروق ؟.

نلاحظ أن الأشخاص الذين يتابعون قناة الشروق منذ نشأتها وبدايتها بلغ نسبة (15%) وبتكرار (6) مرات والأشخاص الذين يتابعونها بعد ذلك بلغت نسبتهم المئوية (85%) وبتكرار (43) مرة وعليه نستنتج ان قناة الشروق اصبحت تحظى بمتابعة كبيرة بعد فترة من نشأتها حيث تم اطلاق قناة الشروق عام 2004، حيث بدأت البث التجريبي في شهر مايو من ذلك العام، ثم تم الانطلاق الفعلي للقناة في شهر سبتمبر. ومنذ ذلك الحين، أصبحت قناة الشروق تحظى بمتابعة كبيرة من طرف المواطن الجزائري .

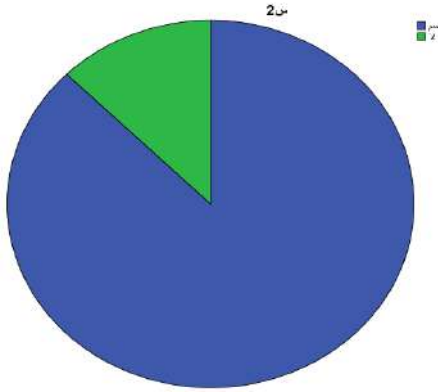
ويعود السبب الرئيسي لتفضيل الكثيرين لمشاهدة قناة الشروق إلى جودة برامجها وتنوعها، فهي تعرض الأخبار السياسية والاقتصادية والثقافية والفنية، بالإضافة إلى عرض برامج ترفيهية وتحليلية وحوارية، مما يجعلها قناة شاملة لمختلف الفئات المختلفة من المشاهدين. كما أنها تعتمد على المصداقية والدقة في نقل الأخبار والتغطية الإعلامية، مما يجعلها مصدراً موثوقاً للحصول على المعلومات الدقيقة.

السؤال الثاني : هل استخدام العناصر الثقافية يجعلك تتابع الإشهار للنهاية ؟

الجدول رقم (04) يوضح إجابة السؤال الثاني من المحور الثاني

س2	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	87.5
لا	5	12.5

الشكل رقم (04): يمثل الرسم للسؤال الثاني



التعليق والتفسير :

الجدول والشكل أعلاه يمثل نسبة إجابة السؤال الثاني من المحور الأول من خلال إجابة السؤال الثالث من المحور الثاني والذي كان كالتالي : هل استخدام العناصر الثقافية يجعلك تتابع الإشهار للنهاية ؟ حيث نلاحظ أن الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم (بنعم) بلغ تكرارهم (35) وبنسبة مئوية (87.5 %) ونسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) بلغت تكراراتهم (5) مرات وبنسبة (12.5 %) وعليه نلاحظ أن نسبة نسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب (نعم) أكثر من الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) .

من وجهة نظرنا لا يمكن الجزم بأن استخدام العناصر الثقافية فقط في الاشهار التلفزيوني يجعل المستخدم يتابع الإعلان حتى النهاية، فذلك يعتمد على عدة عوامل أخرى مثل جودة الإعلان وملاءمته لاحتياجات المستخدم، ومع ذلك، فإن استخدام العناصر الثقافية من شأنه أن يساعد في إيصال رسالة الإعلان بشكل فعال للمستخدمين المستهدفين. فعلى سبيل المثال، إذا كان الإعلان يستخدم صوراً أو أسلوباً يتعلق بثقافة معينة، قد يتمكن المستخدمون من التعرف على هذه العناصر وتفهم الرسالة بشكل أفضل.

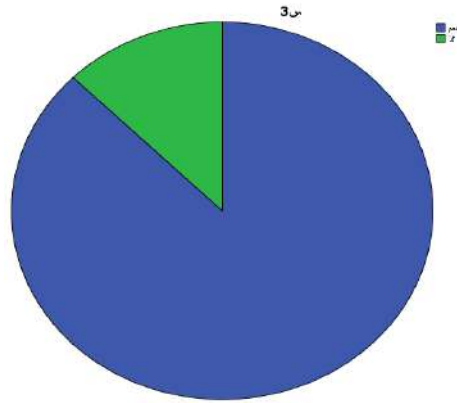
بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تزيد العناصر الثقافية من انطباع المستخدمين حول الإعلان وتجعلهم يشعرون بالارتباط بالعلامة التجارية أكثر. ولذلك، يمكن استخدام العناصر الثقافية بشكل فعال لجذب المستخدمين وتحفيزهم على مواصلة مشاهدة الإعلان.

الجدول رقم (05) يوضح إجابة السؤال الثالث

هل استخدام العناصر الثقافية يجعلك تعجب بالمنتوج وتفضله عن غيره ؟

س3	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	87.5
لا	5	12.5
المجموع	40	100

الشكل رقم (05): يمثل الرسم البياني للسؤال الثالث



تفسير وتعليق :

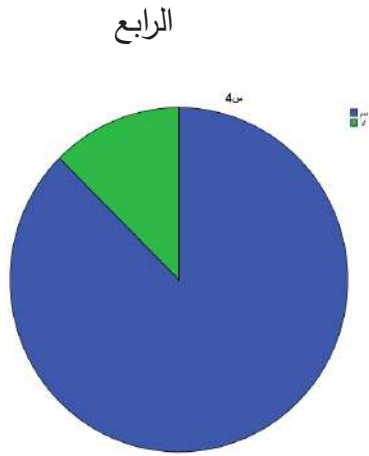
الجدول رقم (05) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثاني والذي كان كالتالي : هل استخدام العناصر الثقافية يجعلك تعجب بالمنتج وتفضله عن غيره ؟ حيث نلاحظ أن الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم (بنعم) بلغ تكرارهم (35) وبنسبة مئوية (87.5 %) ونسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) بلغت تكراراتهم (5) مرات وبنسبة (12.5%) وعليه نلاحظ أن نسبة نسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب (نعم) أكثر من الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) .

لا يمكن القول بالضرورة أن استخدام العناصر الثقافية سيجعل شخصاً معجباً ومفضلاً لمنتج ما على حساب منتج آخر. فعوامل أخرى مثل جودة المنتج وفائدته وسعره ومدى تناسبه مع احتياجات الشخص قد تكون أكثر أهمية في تحديد ما إذا كان شخص معجباً بالمنتج أم لا. ومع ذلك، قد يكون استخدام العناصر الثقافية في التسويق للمنتج مفيداً في بعض الحالات، خاصة إذا كان المنتج يستهدف فئة معينة من الناس مثل الشباب أو النساء أو المسنين. يمكن استخدام العناصر الثقافية مثل الألوان والرموز والتصاميم المألوفة لهذه الفئات في التسويق للمنتج لجذب انتباههم وإعطاء الإحساس بأن المنتج متوافق مع ثقافتهم واحتياجاتهم.

السؤال الرابع : هل يدفعك ذلك لاقتناء المنتج ؟

الجدول رقم (06) يوضح إجابة السؤال الرابع من المحور الثاني

الشكل رقم (06): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال



س	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	87.5
لا	3	12.5
المجموع	40	100

تفسير وتعليق

الجدول رقم (06) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثاني والذي كان كالتالي : هل يدفعك ذلك لإقتناء المنتج ؟ حيث نلاحظ أن الأشخاص الذين كانت إجاباتهم (بنعم) بلغ تكرارهم (35) وبنسبة مئوية (87.5 %) ونسبة الأشخاص الذين كانت إجاباتهم ب(لا) بلغت تكراراتهم (5) مرات وبنسبة (12.5%) وعليه نلاحظ أن نسبة نسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب (نعم) أكثر من الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) .

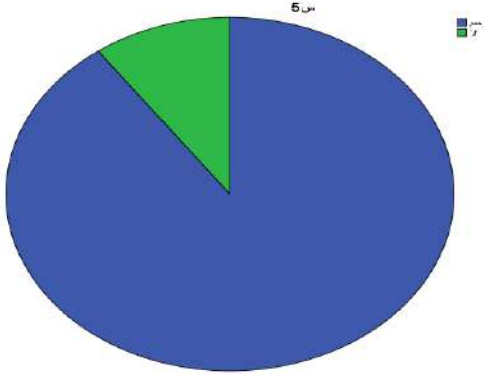
وهذا راجع الى كون المنتج يحتوي على العناصر الثقافية التي تتناسب مع ثقافتنا ليس بالضرورة كافياً لدفعي لاقتناء المنتج. يجب أن يكون المنتج ذو جودة عالية ويفي بالغرض الذي أريده، وأن يكون سعره مناسباً لميزانيتي.

ولكن استخدام العناصر الثقافية في المنتج أو في حملة التسويق له يمكن أن يجذب انتباهي إلى المنتج وأن يشجعني على الاطلاع على تفاصيل المنتج ومعرفة كيف يمكن أن يستفيد منه. لذلك، يمكن أن يؤثر استخدام العناصر الثقافية في المنتج أو الحملة التسويقية للمنتج على تفضيلي لشراء المنتج إذا كان يلبي متطلباتي واحتياجاتي.

السؤال الخامس : هل يجعلك تحفظ أو تكرر الإشهار أو جزء منه؟

الجدول رقم (07) يوضح إجابة السؤال الخامس من المحور الثاني

الشكل رقم (07): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الخامس



النسبة المئوية	التكرار	س5
90	36	نعم
10	4	لا
100	40	المجموع

التفسير والتعليق :

الجدول رقم (07) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثاني والذي كان كالتالي :هل يجعلك تحفظ أو تكرر الإشهار أو جزء منه؟حيث نلاحظ أن الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم (بنعم) بلغ تكرارهم (36) وبنسبة مئوية (90%) ونسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) بلغت تكراراتهم (4) مرات وبنسبة (10%) وعليه نلاحظ أن نسبة نسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب (نعم) أكثر من الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) .

تكرار الإعلانات والجزء منها بشكل مستمر يمكن أن يؤثر على تذكر المنتج ويجعلك تفكر في شرائه. إذا كنت تسمع أو تشاهد إعلانًا محددًا مرارًا وتكرارًا، فمن المحتمل أن ينشأ لديك اتصال بين هذا الإعلان والمنتج وتذكره بسهولة.

ومع ذلك، قد يختلف التأثير على كل فرد وقد لا يكون التكرار مؤثرًا على جميع الأفراد. كما أنه يجب أن يكون الإعلان جذابًا ومثيرًا للاهتمام حتى يؤدي إلى التأثير المطلوب.

عموماً، التكرار الزائد للإعلانات يمكن أن يتسبب في التعب والملل، لذلك يجب أن يكون التكرار بشكل معقول وفي الحدود المناسبة دون إزعاج المسته

الفصل الثاني:

عرض ومناقشة وتفسير النتائج

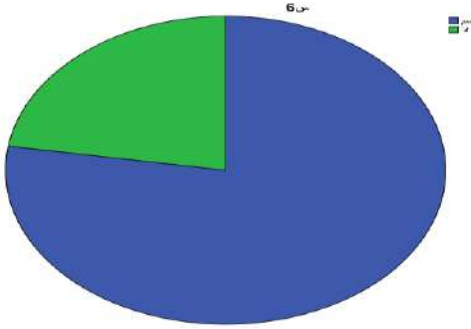
السؤال السادس : هل استخدام العناصر الثقافية في الإشهار يجذبك لمتابعة البرنامج الذي

يرعاه المنتج أو يبث غيره ؟

الجدول رقم (08) يوضح إجابة السؤال السادس من المحور الثاني

س6	التكرار	النسبة المئوية
نعم	31	77.5
لا	9	9
المجموع	40	100

الشكل رقم (08): يمثل الرسم التالي يوضح إجابة السؤال السادس



التعليق والتفسير :

الجدول رقم (08) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثاني والذي كان كالتالي :
الذي يربطه المنتج أو يبيث هل إستخدام العناصر الثقافية في الإشهار يجذبك لمتابعة البرنامج
الذي يربطه المنتج أو يبيث غيره ؟

حيث نلاحظ أن الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم (بنعم) بلغ تكرارهم (31) وبنسبة
مئوية (77.5 %) ونسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) بلغت تكراراتهم (9) مرات
وبنسبة (9%) وعليه نلاحظ أن نسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب (نعم) أكثر من
الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) .

نعم، إستخدام العناصر الثقافية في الإعلانات يعتبر استراتيجية فعالة لجذب اهتمام
المستهلكين. يمكن للاستخدام الملائم للعناصر الثقافية مثل الموسيقى أو التصميم أو الألوان
التقليدية لدولة معينة أن يساعد على تحفيز المشاعر والانفعالات لدى المستهلكين وتجعل
الإعلان أكثر جاذبية.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يؤدي استخدام العناصر الثقافية في الإعلانات إلى بناء
صورة إيجابية للعلامة التجارية وزيادة شعبيتها في السوق المستهدف. وبالتالي، قد يزيد هذا من
فرص المستهلكين للتفاعل مع المنتج أو الخدمة التي تروج لها الإعلانات.

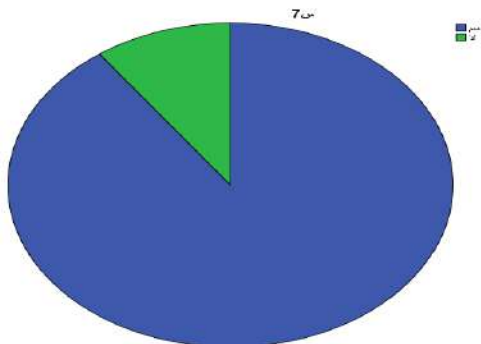
ومع ذلك، من الضروري أن يتم استخدام العناصر الثقافية بطريقة مناسبة، بحيث لا
تسيء إلى أي ثقافة أو مجموعة من الناس. ويجب التأكد من أن الإعلان يحترم التنوع الثقافي
ولا يتضمن أي تمييز أو انحياز لأي شخص أو مجموعة.

السؤال السابع : هل يؤثر الإشهار كوسيلة لبث القيم الإجتماعية والثقافية ؟

الجدول رقم (09) يوضح إجابة السؤال السابع من المحور الثاني

الشكل رقم (09): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال

السابع



س7	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	90
لا	4	10
المجموع	40	100

تعليق وتفسير

الجدول رقم (09) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثاني والذي كان كالتالي : هل يؤثر الإشهار كوسيلة لبث القيم الإجتماعية والثقافية ؟ حيث نلاحظ أن الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم (بنعم) بلغ تكرارهم (36) وبنسبة مئوية (90 %) ونسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) بلغت تكراراتهم (4) مرات وبنسبة (10%) وعليه نلاحظ أن نسبة نسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب (نعم) أكثر من الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) .

نعم، يؤثر الإعلان كوسيلة لبث القيم الاجتماعية والثقافية بشكل كبير. فعندما يتم تصميم إعلانات تحمل رسائل اجتماعية أو ثقافية، فإنه يتم استخدام القوة التأثيرية للإعلان مع المحتوى الذي يتم نشره، للتأثير على الجمهور وإيصال رسالة محددة.

على سبيل المثال، يمكن استخدام الإعلانات لنشر الوعي حول مشكلات اجتماعية مثل العنف المنزلي أو التمييز العنصري، أو لتعزيز قيم معينة مثل العمل الجماعي والتكافل الاجتماعي. وعندما يتم تصميم الإعلان بشكل فعال، يمكن أن يكون له تأثير إيجابي كبير على المجتمع ككل، بما في ذلك تغيير سلوك الناس وتعزيز القيم الإيجابية.

ومع ذلك، يجب ملاحظة أن تأثير الإعلان على تغيير القيم الاجتماعية والثقافية يتطلب وقتاً طويلاً وجهوداً مستمرة. لذلك، يجب تصميم الإعلانات بشكل يتوافق مع القيم المراد نشرها والتركيز على رسائل قوية ومؤثرة لجذب انتباه الجمهور، ويجب مراقبة وتقييم تأثير الإعلانات بانتظام لضمان تحقيق الأهداف المرجو

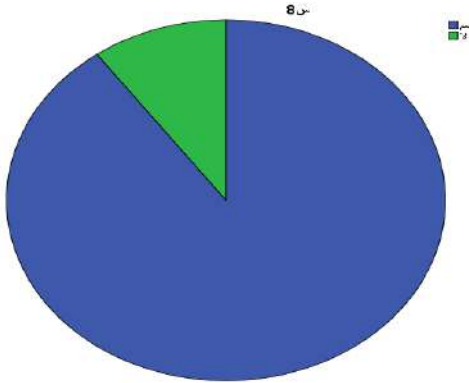
الفصل الثاني:

عرض ومناقشة وتفسير النتائج

السؤال الثامن : حسب رأيك هل يؤدي الإشهار الغربي ونشر بعض القيم والسلوكيات الثقافية؟

الجدول رقم (10) يوضح إجابة السؤال السابع من المحور الثاني

الشكل رقم (10): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الثامن



س8	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	90
لا	4	10
المجموع	40	100

تعليق وتفسير

الجدول رقم (10) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثاني والذي كان كالتالي : هل استخدام العناصر الثقافية يجعلك تتابع الإشهار للنهاية ؟ حيث نلاحظ أن الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم (بنعم) بلغ تكرارهم (36) وبنسبة مئوية (90 %) ونسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) بلغت تكراراتهم (4) مرات وبنسبة (10 %) وعليه نلاحظ أن نسبة نسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب (نعم) أكثر من الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) .

نعم، يؤدي الإعلان الغربي ونشر بعض القيم والسلوكيات الثقافية إلى تأثير على الثقافات الأخرى في جميع أنحاء العالم. يعتبر الإعلان من أهم وسائل الإعلام التي تنقل رسائل محددة إلى الجماهير المستهدفة، ويمكن استخدامه لنشر الثقافة والقيم والسلوكيات الغربية في دول ومجتمعات أخرى.

ومن خلال تطور تكنولوجيا الاتصالات والانترنت، أصبحت الإعلانات الغربية متاحة لجميع الثقافات في جميع أنحاء العالم، مما يؤدي إلى تأثيرها على ثقافات أخرى. ويمكن أن يؤدي هذا التأثير إلى تغيير القيم والسلوكيات في المجتمعات المستهدفة، سواء كان ذلك إيجابياً أو سلبياً،. ومن الجدير بالذكر أن الإعلانات الغربية ليست الوحيدة التي تؤثر على الثقافات الأخرى، فهناك إعلانات أخرى قد تأتي من دول مختلفة وتؤثر على الثقافات في جميع أنحاء العالم. ومن المهم أن يتم التعامل مع الإعلانات بشكل حيادي ومنظم، وضمان أن تتوافق رسائل الإعلان مع القيم والثقافات في المجتمع المستهدف، وذلك لضمان عدم تأثير الإعلان بشكل سلبي على الثقافات الأخرى.

المحور الثالث: مساهمة الإشهار في تعريف بالعناصر الثقافية

السؤال الأول: هل تتعرضون للإشهار عبر قناة الشروق TV؟

الجدول رقم (11) يوضح إجابة السؤال الأول من المحور الثالث

الشكل رقم (11): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال



ف1	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	90
لا	4	10
المجموع	40	100

التعليق وتفسير

الجدول رقم (11) يوضح إجابة السؤال الأول من المحور الثالث والذي كان كالتالي: هل

تتعرضون للإشهار في عبر قناة الشروق TV؟ حيث نلاحظ أن الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم

(بنعم) بلغ تكرارهم (36) وبنسبة مئوية (90%) ونسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا)

بلغت تكراراتهم (4) مرات وبنسبة (10%) وعليه نلاحظ أن نسبة الأشخاص اللذين كانت

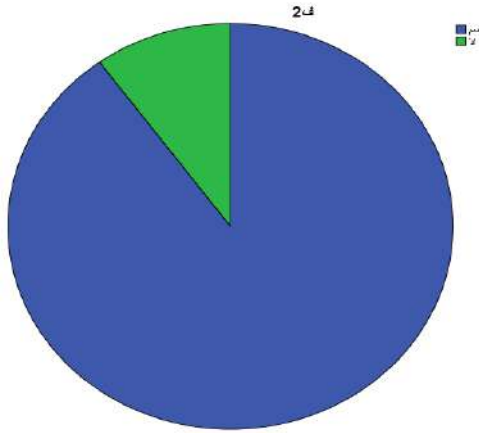
إجاباتهم ب (نعم) أكثر من الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) .

السؤال الثاني: حسب رأيك هل توظيف العناصر الثقافية للمجتمع الورقلي الإشهار التلفزيوني

يعمل على زيادة جذب المشاهدين ؟

الجدول رقم (12) يوضح إجابة السؤال الثاني من المحور الثالث

الشكل رقم (12): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الثاني



ف2	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	90
لا	4	10
المجموع	40	100

التعليق وتفسير

الجدول رقم (12) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثاني والذي كان كالتالي :
حسب رأيك هل توظيف العناصر الثقافية للمجتمع الورقلي الإشهار التلفزيوني يعمل على زيادة جذب المشاهدين؟ حيث نلاحظ أن الأشخاص الذين كانت إجاباتهم (بنعم) بلغ تكرارهم (36) وبنسبة مئوية (90%) ونسبة الأشخاص الذين كانت إجاباتهم ب(لا) بلغت تكراراتهم (4) مرات وبنسبة (10%) وعليه نلاحظ أن نسبة الأشخاص الذين كانت إجاباتهم ب (نعم) أكثر من الأشخاص الذين كانت إجاباتهم ب(لا) .

كون الإعلانات التلفزيونية التي تستخدم العناصر الثقافية الورقلية قد تحظى بشعبية أكبر بين المشاهدين الذين ينتمون إلى هذا المجتمع أو المجتمعات المرتبطة به.

كذلك يمكن أن تكون رسائل الإعلانات أكثر واقعية وتتماشى مع توقعات وقيم المجتمع الورقلي، وبالتالي زيادة فرص جذب انتباه المشاهدين وتولي اهتمامهم بالمنتج أو الخدمة المعلن عنها.

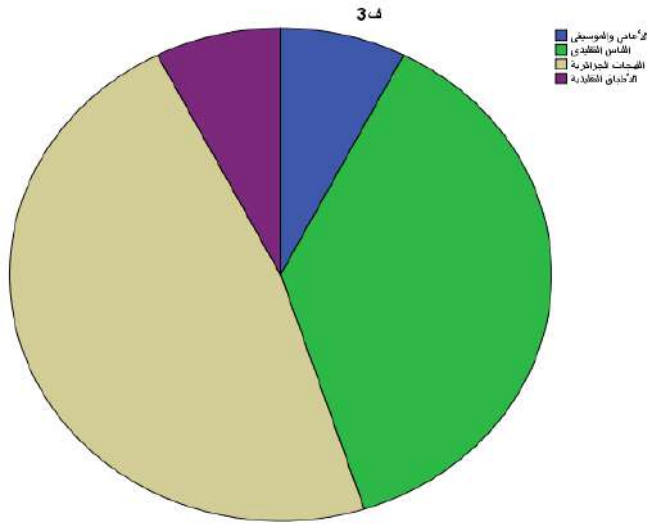
لذلك نرى أنه لا بد من استخدام العناصر الثقافية بطريقة مناسبة، وتجنب الاستخدام الزائف أو الاستغلالي لتلك العناصر. ويجب أن يؤخذ في الاعتبار أن الإعلانات التي تستخدم العناصر الثقافية تستهدف فئة معينة من المشاهدين، ولا يمكن أن تكون مناسبة لجميع الفئات العمرية أو الثقافية، لذلك يجب التركيز على اختيار العناصر الثقافية بطريقة تلائم الفئة المستهدفة.

السؤال الثالث: ماهي العناصر الثقافية للمجتمع الورقلي في الإشهار التلفزيوني التي تساهم في زيادة جذب المشاهدين ؟

الجدول رقم (13) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثالث

ف3	التكرار	النسبة المئوية
الأغاني والموسيقى	3	7.5
اللباس التقليدي	15	37.5
اللهجة	19	47.5
الأطباق التقليدية	3	7.5
المجموع	40	100

الشكل رقم (13): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الثالث



تعليق وتفسير

الجدول رقم (13) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثاني والذي كان كالتالي:

ماهي العناصر الثقافية للمجتمع الورقلي الإشتهار التلفزيوني يعمل على زيادة جذب المشاهدين؟

حيث نلاحظ أن الإشتهار التلفزيوني يعمل على زيادة جذب المشاهدين من خلال الأغاني والموسيقى بلغ تكرارهم (3) وبنسبة مئوية (7.5%) ونلاحظ أن الإشتهار التلفزيوني يعمل على زيادة جذب المشاهدين للباس التقليدي بلغت تكراراتهم (15) وبنسبة (37.5%) ونلاحظ أن الإشتهار التلفزيوني يعمل على زيادة جذب المشاهدين اللهجات الجزائرية بلغ تكرارهم (19) وبنسبة مئوية (47.5%) أن الإشتهار التلفزيوني يعمل على زيادة جذب المشاهدين للأطباق التقليدية بلغ تكرارهم (3) وبنسبة مئوية (7.5%) عليه نستنتج أن المجتمع الورقلي يميلون أكثر إلى مشاهدة الاشتهارات التي تركز على استعمال اللهجة وهذا راجع الى :

كون المجتمع الورقلي يتميز بثراء تراثه الثقافي والتاريخي. ومن أهم العناصر الثقافية التي تميز هذا المجتمع هي :

- تنوع وتعدد اللهجات: حيث يستخدم سكان المجتمع الورقلي لهجات خاصة بهم، وتختلف هذه اللهجات عن اللهجات الجزائرية الأخرى.

- اللباس التقليدي: حيث يحرص سكان المجتمع الورقلي على ارتداء اللباس التقليدي في مناسباتهم الاجتماعية والدينية، والذي يتميز بتطريزات وألوان جميلة.

- الطبخ: حيث يتميز المجتمع الورقلي بمأكولاته الشهية والمميزة، والتي تعكس تراثه الغني.

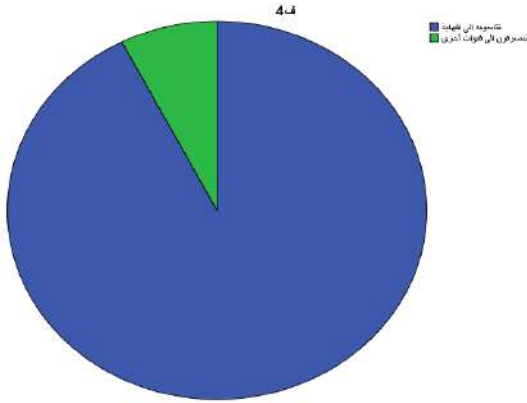
لذلك يعمل الإعلان التلفزيوني على إظهار هذه العناصر الثقافية الخاصة بالمجتمع الورقلي، وذلك لزيادة جذب المشاهدين لمشاهدة البرامج التلفزيونية التي تتعلق بهذا المجتمع، ولإبراز جمالية هذه العناصر الثقافية أمام الجمهور.

السؤال الرابع : عند عرض الإشهار في القناة ؟

الجدول رقم (14) يوضح إجابة السؤال الرابع من المحور الثالث

النسبة المئوية	التكرار	ف4
92.5	37	يتابعون إلى النهاية
7.5	3	تغيير القناة
100	40	المجموع

الشكل رقم (14): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الرابع



التعليق وتفسير

الجدول رقم (14) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثاني والذي كان كالتالي

عند عرض الإشهار في القناة ؟حيث نلاحظ أن الأشخاص اللذين يتابعون الإشهار للنهاية بلغ

تكرارهم (37) وبنسبة مئوية (92.5 %) ونسبة الأشخاص اللذين يغيرون القناة بلغت تكراراتهم

(3) مرات وبنسبة (7.5%) وعليه نلاحظ أن نسبة نسبة الأشخاص اللذين يتابعون الإشهار

للنهاية أكثر من الأشخاص اللذين يتصرفون في قنوات ،وهذا راجع الى عدة أسباب:

جودة الإنتاج: إذا كان الإعلان التلفزيوني مصمماً بشكل احترافي وجذاب وذو جودة عالية، فإن

ذلك سيتيح للمشاهدين الاستمتاع به والاستمرار في مشاهدته حتى النهاية.

المضمون: إذا كان المضمون الذي يتضمنه الإعلان مهماً أو مثيراً للاهتمام، فسيشعر المشاهدون بالحاجة إلى متابعة الإعلان حتى النهاية لمعرفة المزيد عن المنتج أو الخدمة المعلن عنها.

الترفيه: إذا كان الإعلان التلفزيوني مصممًا بطريقة ترفيهية ومسلية، فإن ذلك سيحفز المشاهدين على متابعته حتى النهاية.

4-الإثارة: إذا كان الإعلان التلفزيوني يحتوي على مفاجأة أو تحدي أو عنصر مثير للاهتمام، فسيشعر المشاهدون بالحاجة إلى متابعته حتى النهاية لمعرفة كيف سينتطور الأمر.

وبالتالي، يمكن القول إن السبب الرئيسي الذي قد يجعل المشاهدين يتابعون الإعلان التلفزيوني حتى النهاية هو جودة الإنتاج وجاذبية المضمون.

الفصل الثاني:

عرض ومناقشة وتفسير النتائج

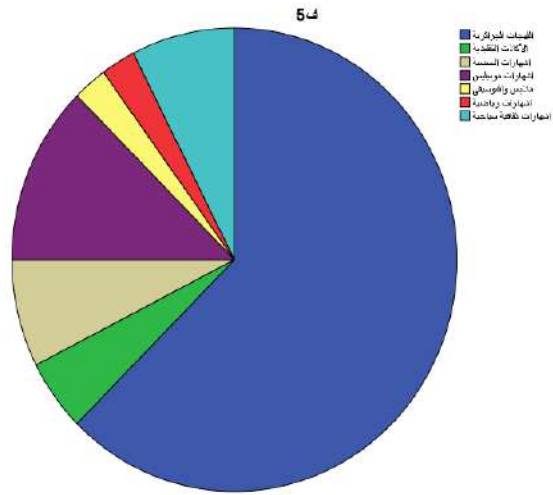
السؤال الخامس : ماهي الإشارات تكرس العناصر الثقافية و تفضلون مشاهدتها؟ التي

تعتمد على مايلي :

الجدول رقم (15) يوضح إجابة السؤال الخامس من المحور الثالث

النسبة المئوية	التكرار	ف6
62.5	25	اللهجات الجزائرية
5	2	الأكلات التقليدية
7.5	3	إشارات الحضنة
12.5	5	إشارات موبيليس
2.5	1	ملابس وموسيقى
2.5	1	إشارات رياضية
7.5	3	إشارات ثقافية سياحية
100	40	المجموع

الشكل رقم (15): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الخامس



التعليق وتفسير

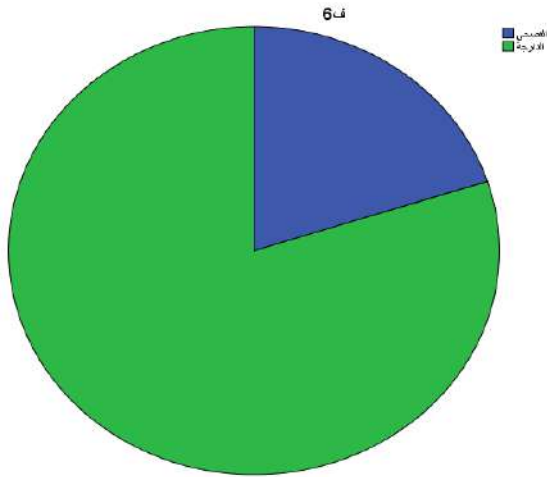
تفضيل الأشخاص في الجزائر لمشاهدة الإعلانات التي تستخدم اللهجة الجزائرية عن غيرها، كونهم يشعرون بالترابط والانتماء عند سماعهم لهذه اللهجة.

كما أن الشركة الجزائرية للاتصالات "موبيليس" مثلا هي واحدة من أكبر الشركات الاتصالات في الجزائر، وبالتالي فإن إعلاناتها تلقى شعبية كبيرة بين الناس خصوصا وانها تعمل على تنويع اشهاراتها وتكيفها مع التقاليد الجزائرية ، و نلاحظ ايضا أن اهتمام الأشخاص بالإعلانات يختلف باختلاف ثقافتهم ومناطقهم الجغرافية ولغتهم المحلية وهذا يرجع إلى عدة عوامل، منها الثقافة واللغة المحلية في الجزائر، فاللغة العربية الجزائرية تختلف قليلاً عن اللغة العربية الفصحى التي يتحدث بها الناس في بلدان أخرى، ولذلك فإن الأشخاص في الجزائر يتفضلون مشاهدة الإعلانات التي تستخدم اللهجة الجزائرية، حيث يشعرون بالانتماء والترابط مع هذه اللهجة.

السؤال السادس: ماهي اللغة التي تفضلونها في عرض الإشهارات ؟

الجدول رقم (16) يوضح إجابة السؤال الثامن من المحور الثالث

الشكل رقم (16): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال السادس



النسبة المئوية	التكرار	ف8
20	8	الفصحى
80	32	الدارجة
100	40	المجموع

التعليق وتفسير

الجدول رقم (16) يوضح إجابة السؤال السادس من المحور الثالث والذي كان كالتالي: ماهي اللغة التي تفضلونها في عرض الإشهارات؟ حيث نلاحظ أن الأشخاص الذين يفضلون عرض الإشهار باللغة العربية الفصحى بلغ تكرارهم (8) وبنسبة مئوية (20%) ونسبة الأشخاص الذين يفضلون عرض الإشهار بالدارجة بلغت تكراراتهم (32) مرات وبنسبة (80%) وعليه نلاحظ أن نسبة الأشخاص الذين يفضلون عرض الإشهار بالفصحى أكثر من الأشخاص الذين يفضلون عرض الإشهار بالدارجة.

وهذا راجع :

كون كبار السن والعامّة في المجتمع يستخدمون الدارجة في حياتهم اليومية، ولذلك فإن استخدام الدارجة في عرض الإعلانات يمكن أن يجعل الإعلانات أكثر قرباً منهم وأكثر فاعلية في نقل المعلومات إليهم. كما أن استخدام اللغة الدارجة قد يزيد من اهتمامهم بالإعلان ويجعلهم يشعرون بالتواصل مع العلامة التجارية أو المنتج المعلن عنه، ومع ذلك، ينبغي مراعاة استخدام اللغة المناسبة للجمهور المستهدف، حيث أنه قد يكون هناك جمهور آخر يستحسن استخدام اللغة الفصحى في الإعلانات.

الفصل الثاني:

عرض ومناقشة وتفسير النتائج

المحور الرابع : إتجاه طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة نحو انعكاس العناصر

الثقافية للمجتمع الجزائري في الإشهار التلفزيوني من خلال قناة الشروق

السؤال الأول: هل هناك رد فعل ايجابي لطلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة نحو ما يبينه

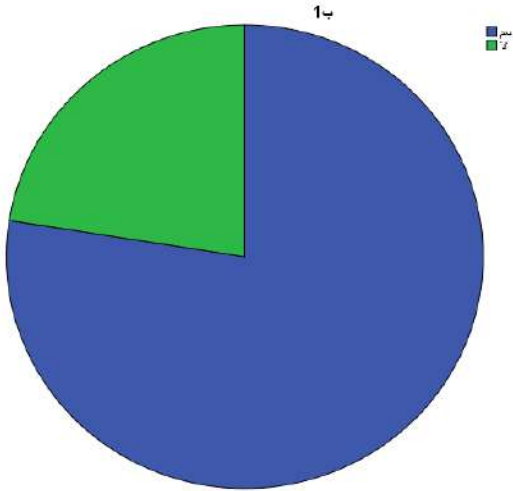
الإشهار التلفزيوني من خلال قناة الشروق tv من برامج ثقافية تعكس صورة المجتمع

الورقلي الجزائري ؟

الجدول رقم (17) يوضح إجابة السؤال الأول من المحور الرابع

الشكل رقم (17): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال

الأول



ب1	التكرار	النسبة المئوية
نعم	31	77.5
لا	9	22.5
المجموع	40	100

التعليق وتفسير

الجدول رقم (17) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثاني والذي كان كالتالي:
هل هناك رد فعل ايجابي لطلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة نحو ما يبينه الإشهار التلفزيوني من خلال قناة الشروق tv من برامج ثقافية تعكس صورة المجتمع الورقلي الجزائري؟ حيث نلاحظ أن الأشخاص الذين كانت إجاباتهم (بنعم) بلغ تكرارهم (31) وبنسبة مئوية (77.5%) ونسبة الأشخاص الذين كانت إجاباتهم ب(لا) بلغت تكراراتهم (9) مرات وبنسبة (22.5%) وعليه نلاحظ أن نسبة نسبة الأشخاص الذين كانت إجاباتهم ب (نعم) أكثر من الأشخاص الذين كانت إجاباتهم ب(لا) .

وهذا راجع الى:

أن البرامج تعرض لصورة إيجابية وواقعية عن المجتمع الورقلي الجزائري، ما يساعد على تعزيز الانتماء الوطني والتعرف على الثقافة الجزائرية، كذلك تشجيع الحوار والنقاش حول المواضيع الثقافية التي تتناولها البرامج، مما يساعد على توعية الطلاب وتحفيزهم للاهتمام بالثقافة والمعرفة، أيضا إيصال المعلومات بطريقة مبسطة وسلسة، مما يجعل المحتوى يستهوي الطلاب ويسهل فهمهم للمعلومات المقدمة، أيضا في تقديم مواد ثقافية جديدة ومتنوعة، مما يجعل الطلاب يستكشفون العديد من المواضيع والمجالات الثقافية المختلفة، وبشكل عام، يمكن القول أن برامج الثقافة التي تعكس صورة المجتمع الورقلي الجزائري تساهم في تنمية الوعي الثقافي لدى الطلاب وتحفيزهم على الاهتمام بثقافتهم ومجتمعهم.

الفصل الثاني:

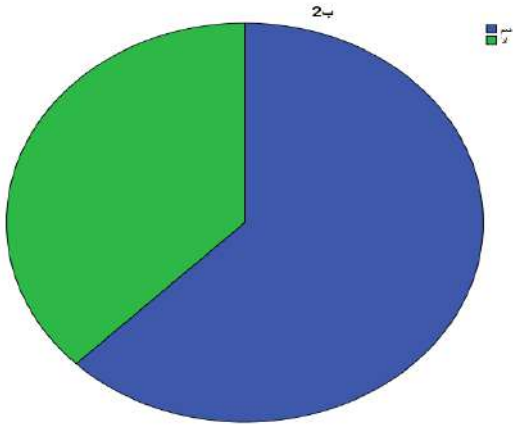
عرض ومناقشة وتفسير النتائج

السؤال الثاني: هل يسعى الطلبة إلى تحقيق مبدأ (النموذجية للثقافة الورقالية) من خلال

إتباعهم ومشاركتهم في برنامج الشروق TV؟

الجدول رقم (18) يوضح إجابة السؤال الثاني من المحور الرابع

الشكل رقم (18): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الثاني



ب2	التكرار	النسبة المئوية
نعم	25	62.5
لا	15	37.5
المجموع	40	100

التعليق وتفسير

الجدول رقم (18) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثاني والذي كان كالتالي :

هل يسعى الطلبة إلى تحقيق مبدأ (النموذجية للثقافة الورقالية) من خلال إتباعهم ومشاركتهم في

برنامج الشروق TV؟ حيث نلاحظ أن الأشخاص الذين كانت إجاباتهم (بنعم) بلغ تكرارهم (25)

وبنسبة مئوية (62.5 %) ونسبة الأشخاص الذين كانت إجاباتهم ب(لا) بلغت تكراراتهم (15)

مرات وبنسبة (37.5%) وعليه نلاحظ أن نسبة نسبة الأشخاص الذين كانت إجاباتهم ب (نعم)

أكثر من الأشخاص الذين كانت إجاباتهم ب(لا) .

وهذا راجع:

برامج الشروق هي برامج تسعى إلى تعزيز الثقافة والتراث الوراثي في المجتمع، من خلال استضافة مجموعة من الضيوف المتخصصين في مجالات الثقافة والتراث، وبالتالي فإن مشاركة الطلاب في هذا البرنامج يساهم في تحقيق مبدأ النمذجية للثقافة الوراثية، حيث يتعلمون عن التراث الثقافي الخاص بمنطقتهم ويساهمون في نشر هذا التراث بين أفراد المجتمع. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن لبرامج التلفزيون أن تكون وسيلة فعالة لنشر الثقافة والمعرفة في المجتمع، ومن خلال مشاهدة برامج التلفزيون المتعلقة بالثقافة والتراث، يتمكن الأفراد من تعلم المزيد عن تاريخهم وتراثهم، وتحقيق بذلك المبدأ الذي يسعى إليه الطلاب في برنامج الشروق.

الفصل الثاني:

عرض ومناقشة وتفسير النتائج

السؤال الثالث: هل تتفاعلون مع البرامج الثقافية المنشورة عبر قناة الشروق TV وذلك من

أجل التعرف على العناصر الثقافية التي تمثل المجتمع الجزائري ؟

الجدول رقم (19) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الرابع

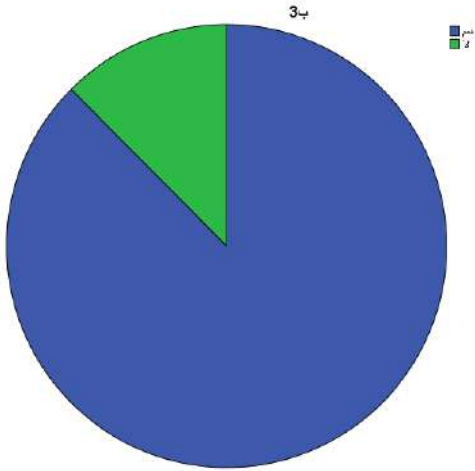
السؤال الثالث:

هل تتفاعلون مع البرامج الثقافية التي تبثها قناة الشروق tv وذلك للتعرف على ا

لعناصر الثقافية التي تمثل المجتمع الجزائري ؟

الشكل رقم (19): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال

الثالث



3 ب	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	87.5
لا	5	12.5
المجموع	40	100

التعليق وتفسير

الجدول رقم (19) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثاني والذي كان كالتالي

:هل تتفاعلون مع البرامج الثقافية المنشورة عبر قناة الشروق tv وذلك للتعرف على العناصر

الثقافية التي تمثل المجتمع الجزائري ؟ حيث نلاحظ أن الأشخاص الذين كانت إجاباتهم (بنعم)

بلغ تكرارهم (35) وبنسبة مئوية (87.5 %) ونسبة الأشخاص الذين كانت إجاباتهم ب(لا)

بلغت تكراراتهم (5) مرات ونسبة (12.5%) وعليه نلاحظ أن نسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب (نعم) أكثر من الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) .

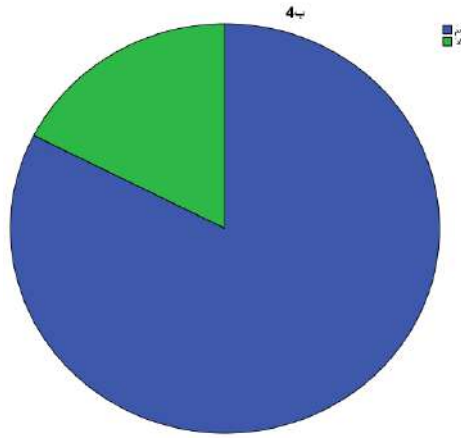
هذا راجع الى :

كون الجزائر تحتوي على مجموعة متنوعة من الأعراف والتقاليد واللغات والديانات، وهذا يتجلى في العديد من جوانب الحياة الاجتماعية والثقافية في البلاد يمكن للبرامج الثقافية التي تم بثها على قناة الشروق أن تساعد في إلقاء الضوء على هذه العناصر الثقافية المختلفة وتمثلها، وبالتالي تساهم في زيادة الوعي الثقافي بين المشاهدين.

السؤال الرابع : هل يعمل الإشهار التلفزيوني المبتث عبر قناة الشروق TV إلى زيادة تطوير العناصر الثقافية للمجتمع الورقلي ؟

الجدول رقم (20) يوضح إجابة السؤال الرابع من المحور الرابع

الشكل رقم (20): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال الرابع



ب4	التكرار	النسبة المئوية
نعم	33	82.5
لا	7	17.5
المجموع	40	100

التعليق وتفسير

الجدول رقم (20) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثاني والذي كان كالتالي : هل يعمل الإشهار التلفزيوني المبتث عبر قناة الشروق TV إلى زيادة تطوير العناصر الثقافية للمجتمع الورقلي ؟حيث نلاحظ أن الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم (بنعم) بلغ تكرارهم (33) وبنسبة مئوية (82.5 %) ونسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) بلغت تكراراتهم (7) مرات وبنسبة (17.5%) وعليه نلاحظ أن نسبة الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب (نعم) أكثر من الأشخاص اللذين كانت إجاباتهم ب(لا) .

يمكن أن يساهم الإعلان التلفزيوني المذاع عبر قناة الشروق في نشر الوعي والمعرفة بين المجتمع الورقلي، وذلك من خلال تحفيز المشاهدين على استكشاف عناصر ثقافية جديدة،

فمن خلال الإعلانات التلفزيونية، يمكن تعريف الجمهور بعروض تقديم مختلفة حول الثقافة والتراث الورقي، وبالتالي يمكن أن يؤدي ذلك إلى زيادة الاهتمام بتطوير هذه العناصر الثقافية والتراثية، ومن المهم الإشارة إلى أن الإعلان التلفزيوني المذاع عبر قناة الشروق لا يمكن أن يكون العامل الوحيد في زيادة تطوير العناصر الثقافية للمجتمع الورقي ولكنه يمكن أن يكون جزءًا من سلسلة من الجهود التي تهدف إلى نشر الوعي ودعم التطوير الثقافي في المنطقة.

الفصل الثاني:

عرض ومناقشة وتفسير النتائج

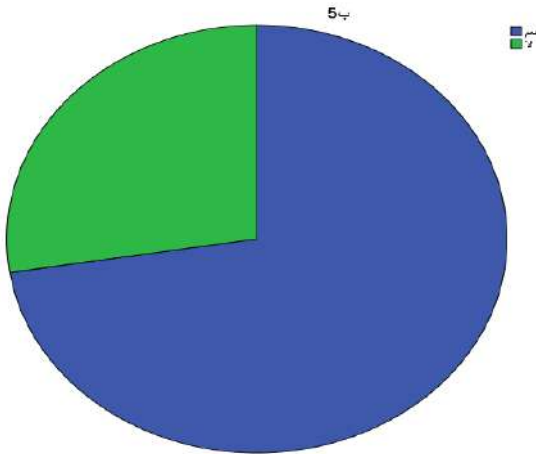
السؤال الخامس: يزيد الإشهار التلفزيوني الذي يكرس العناصر الثقافية من اهتمامكم كطلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة بمتابعة قناة الشروق لانه يعكس العناصر الثقافية لمجتمعكم؟

الجدول رقم (21) يوضح إجابة السؤال الخامس من المحور الرابع ال قناة

الشروق tv من تعديل

الشكل رقم (21): يمثل الرسم يوضح إجابة السؤال

الخامس



ب5	التكرار	النسبة المئوية
نعم	29	72.5
لا	11	10
المجموع	40	100

التعليق وتفسير

الجدول رقم (21) يوضح إجابة السؤال الثالث من المحور الثاني والذي كان كالتالي :

يزيد الإشهار التلفزيوني الذي يكرس العناصر الثقافية من اهتمامكم كطلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة بمتابعة قناة الشروق لانه يعكس العناصر الثقافية لمجتمعكم حيث نلاحظ أن الأشخاص الذين كانت إجاباتهم (بنعم) بلغ تكرارهم (29) وبنسبة مئوية (72.5) % ونسبة الأشخاص الذين كانت إجاباتهم ب(لا) بلغت تكراراتهم (11) مرات وبنسبة (10%) وعليه نلاحظ أن نسبة الأشخاص الذين كانت إجاباتهم ب (نعم) أكثر من الأشخاص الذين كانت إجاباتهم ب : (لا).

هذا راجع الى: أن يؤدي الإعلان التلفزيوني إلى زيادة اهتمام المجتمع بالعناصر الثقافية، وبالتالي تحسين الإدراك الثقافي للأفراد، كطلبة قسم الإعلام والاتصال، يمكنكم استخدام هذه الفرصة لتمكين المجتمع من فهم أهمية العناصر الثقافية وتعزيز الوعي الثقافي بين الناس، ومن خلال هذا الإعلان، يمكنكم تحقيق انعكاس كلي للعناصر الثقافية لمجتمعكم. وبالتالي، يمكن أن يساعد الإعلان التلفزيوني في نشر الوعي الثقافي والتعريف بالثقافة المحلية لدى المجتمع عموماً نفس الوقت يرفع من نسب المشاهدة للقناة التي تتبنى هذا الأسلوب في الاشهار .

خاتمة

خاتمة

من خلال موضوع دراستنا المتمثل في : " اتجاهات الطلبة نحو انعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الإشهار التلفزيوني " (دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح ورقلة)، حيث أظهرت نتائج دراستنا والتي تم تقسيم فيها إلى فصلين (فصل منهجي / فصل تطبيقي) حيث توصلنا الى أن الطلاب يعتبرون الإشهار التلفزيوني أحد الاساليب الاساسية التي تساهم في نشر العادات والتقاليد الخاصة بالمجتمع وفي ولاية ورقلة مثلا تم استخدام العديد من العناصر الثقافية المحلية في الإعلانات التلفزيونية التي تبثها بعض القنوات ، مثل اللهجة الورقلية والأغاني والموسيقى الشعبية والملابس التقليدية والأطعمة الشعبية، ويعتبر ذلك مهماً في تمثيل الثقافة الورقلية بشكل صحيح والحفاظ عليها مما لا بد من مراعاتها والحفاظ عليها فهي تمثل ولاية ورقلة.

بشكل عام، يعتبر انعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الإعلانات التلفزيونية مهماً، حيث يساعد على تقديم الثقافة الجزائرية للعالم وتمثيلها بشكل صحيح ومناسب، ومع ذلك يجب الحرص على ضمان استخدامها بطريقة مهنية ومتوازنة، وفي نفس الوقت كلما تم العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الاشهارات التلفزيونية كلما ارتفعت نسبة المشاهدة وربما اقتناء المنتج الذي تم استعمال هاته العناصر في الاعلان عليه ، لذلك في اخر هذه الدراسة نستطيع القول بأنه استخدام العناصر الثقافية في الاشهار التلفزيوني يحقق مكاسب للجميع سواء للقناة التي ترفع من نسبة مشاهدتها او بالنسبة للمؤسسة المعلنة التي يتم اقتناء منتجها بشكل اكبر او بالنسبة للمشاهد الذي يتعرف اكثر على مختلف العادات والتقاليد الموجودة في المجتمع الجزائري من خلال هذه الاشهارات .

قائمة المصادر والمراجع

1. أمال رقبية، خصوصية الهوية الثقافية في الإشهار التلفزيوني، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 11، عدد 03، 2019.
2. بوزراع جمال، تمثلات الهوية الثقافية الجزائرية في الإشهار التلفزيوني تحليل سميولوجي لومضات إشهارية، مذكرة مكملة للحصول على شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: إتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، 2018/2017.
3. جازية بن رابح، الأبعاد الجماعية للقيم الثقافية في الإشهار التلفزيوني الجزائري دراسة تحليلية من منظور نموذج (هوفستاد) مجلة الإتصال والصحافة ، المجلد 6، العدد 01، 2019
4. درويش زين العابدين " علم النفس الإجتماعي وتطبيقاته"، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999 .
5. راتب نصال " الافتراءات في التاريخ الاسلامي"، دار الجليس للنشر والتوزيع، دم، ط 1 ، دت.
6. سورة النور، الآية 31.
7. محمد عبيد وآخرون، منهجية البحث العلمي، ط 2 ، التل للنشر والتوزيع، عمان، دن س¹ منى شيهب، قيم العولمة الثقافية من خلال الإشهار التلفزيوني (دراسة تحليلية لعينة من الإشهار التي يبث على قناة دراما mbc)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: إتصال وعلاقات عامة، جامعة أكلي محند اولحاج- البويرة، 2019/2018.
8. موسى مهجور، منظومة الاعلام الثقافي للتلفزيون الجزائري في ظل العولمة الثقافية (دراسة في الرسالة الاعلامية الثقافية للبرامج الخوارية في القناة الأرضية)، أطروحة لنيل الدكتوراه العلوم في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع اتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2020/2019.

9. نور الدين زمام، **عولمة الثقافة المستحيل والممكن**، مجلة العلوم الانسانية جامعة محمد خيضر،

بسكرة، 2001

10. أحمد بن مرسلّي : **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال ط 2**ديوان

المطبوعات الجامعية،الجزائر , 2005، ص166.99.

11. خير الدين عويسي : **دليل البحث العلمي**، دار الفكر العربي، القاهرة، ط 1, 1997

12. سمير أبيض، **عناصر الثقافة الوطنية داخل برامج وسائل الإعلام الجزائرية الخاصة**

دراسة تحليلية لبرامج فضائية الشروق الجزائرية، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد (05)، العدد

(02) ، ديسمبر 2021

:

الملاحق

لملحق رقم (03) : الاستبيان

جامعة قاصدي مرباح – ورقلة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال



مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الاتصال
التخصص: اتصال جماهيري

عزيزي الطالب(ة):

في إطار إعدادنا لمذكرة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال جماهيري " اتجاهات الطلبة نحو انعكاس العناصر الثقافية للمجتمع الجزائري في الإشهار التلفزيوني " (دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة) ولهذا نتشرف بأن نطلب من الأساتذة في تخصصنا أن يحكموا هذا الاستبيان بإعطائنا آرائهم نحو موضوعنا وذلك بهدف خدمة البحث العلمي وشكرا.

ملاحظة:

نرجو منكم الإجابة بكل دقة، وذلك بوضع إجاباتكم بأن (مقبول أو يعدل أو يحذف أو يجرأ) وبإمكانية زيادة بعض البنود من طرفكم إذا كانت هناك إمكانية للمساعدة في الخانات المناسبة وتقبلوا منا جزيل الشكر والتقدير.

المحور الأول: البيانات الشخصية :

- الجنس: ذكر أنثى
- العمر:

المحور الثاني: تأثير العناصر الثقافية في الإشهار على المشاهدين

1. منذ متى وأنت تشاهد برامج قناة الشروق TV:
نشأتها وبدايتها بعد ذلك
2. هل استخدام العناصر الثقافية يجعلك تتابع الإشهار للنهاية :
نعم لا
3. هل استخدام العناصر الثقافية يجعلك تعجب بالمنتوج وتفضله عن غيره:
نعم لا
4. هل يدفعك ذلك لاقتناء المنتج :
نعم لا
5. هل يجعلك تحفظ أو تكرر الإشهار أو جزء منه :
نعم لا
6. هل استخدام العناصر الثقافية في الإشهار يجذبك لمتابعة البرنامج الذي يراه المنتج
أو يبث غيره:
نعم لا
7. هل يؤثر الإشهار كوسيلة لبث القيم الاجتماعية والثقافية:
نعم لا
8. حسب رأيك هل يؤدي الإشهار لغربي ونشر بعض القيم والسلوكيات الثقافية :
نعم لا

المحور الثالث: مساهمة الإشهار في التعريف بالعناصر الثقافية

1. هل تتعرضون للإشهار عبر قناة الشروق TV:

نعم لا

2. حسب رأيك هل توظيف العناصر ثقافية للمجتمع الورقلي الاشهار التلفزيوني يعمل

على زيادة جذب المشاهدين

نعم لا

3. ما هي العناصر الثقافية الموظفة في الإشهار التي تثير انتباهك:

- الأغاني والموسيقى

- اللباس التقليدي

- اللهجات الجزائرية

- المعالم والأماكن التراثية

- الأطباق التقليدية

- أخرى.....

4. عند عرض الإشهار في القناة:

تتابعونه إلى النهاية تنصرفون إلى قنوات أخرى

5. ما هي الاشهارات التي تفضلون مشاهدتها؟

-

-

-

6. ما هي اللغة التي تفضلونها في عرض الاشهارات ؟

الفصحى العامية

المحور الرابع: اتجاه طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة نحو انعكاس العناصر الثقافية

للمجتمع الجزائرية في الإشهار التلفزيوني من خلال قناة الشروق TV .

1. هل هناك رد فعل ايجابي للطلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة نحو ما يبثه الإشهار

التلفزيوني من خلال قناة الشروق tv من برامج ثقافية تعكس صورة المجتمع الورقلي الجزائري؟

نعم لا

2. هل يسعى الطلبة إلى تحقيق مبدأ (النموذجية للثقافة الورقلية) من خلال إتباعهم

ومشاركتهم في برامج الشروق tv

نعم لا

3. هل تتفاعلون مع البرامج الثقافية المنشورة عبر قناة الشروق tv وذلك للتعرف على

العناصر الثقافية التي تمثل المجتمع الجزائري؟

نعم لا

4. هل يعمل الإشهار التلفزيوني المبتث عبر قناة الشروق tv إلى زيادة تطوير العناصر

الثقافية للمجتمع الورقلي؟

نعم لا

5. يزيد الإشهار التلفزيوني من خلال قناة الشروق TV من تعديل اتجاهاتكم الايجابية

كطلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة لتحقيق انعكاس كلي للعناصر الثقافية لمجتمعكم؟

نعم لا