

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان :العلوم الإنسانية

الشعبة : علوم الإعلام و الاتصال

التخصص:تكنولوجيا الاتصال الجديدة

من إعداد الطلبة

إسماعيل صندالي

مسعود صندالي

مذكرة بعنوان:

برامج تلفزيون الواقع العربي و أثرها على قيم الطلبة الجامعيين

برنامج " the voice " بالنسخة العربية أنموذجا

دراسة استطلاعية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة

تاريخ المناقشة : 2016/05/22

لجنة المناقشة :

الأستاذ : عبد الرحمان صالحى ..... رئيسا و مقررا

الأستاذ : محرز حمایمی ..... مشرفا و مقررا

الأستاذ : سليم بن زطة ..... مناقشا و مقررا

الموسم الجامعي:2015/2016



# شكر وتقدير:

ا بقول الرسول الله صلى الله عليه وسلم "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

نشكر الله تعالى على توفيقه لنا لانجاز هذا البحث .

يسعنا ويشرفنا أن نتقدم بجزيل الشكر إلى كل من ساهم معنا في انجاز هذا العمل ، سواءا من قريب أو من بعيد.

ونخص بالذكر الأستاذ محرز حمايمي على بحثنا هذا.

فلم يبخل بتوجيهاته ونصائحه علينا ، ولم يتوانى في تقديم آرائه الصائبة لنا، حتى تم انجاز هذا العمل .

وتحياتنا إلى كل أساتذة وطلبة وعمال قسم علوم الإعلام و الاتصال.

" والله في عون العبد ما دام العبد في عون أخيه "

# الإهداء الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

إلى من قال فيها الصادق الصديق الذي لا ينطق على الهواء .

" الجنة تحت أقدام الأمهات " إلى التي حملتني في بطنها وسهرت لأجلي ، إلى التي باركتني

بدعائها وسامحتني بحبها وحنانها الغالية والعزيزة على قلبي دعيني أنحني أمامك وأقبل جبينك ....أمي

إلى الوالد الغالي رحمة الله عليه.

إلى أغلى كنز وهبه الله لي زوجتي الغالية.

إلى كل من أصدقائي العيد جزاه الله كل خير وزملائي في الدراسة كل باسمه .

إلى أساتذة وطلبة وعمال قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة

إلى من جمعتني بهم لحظة صدق ... وفرقتني بهم لحظة صدق أهدي ثمرة جهدي وتعبي.

مسعود

## فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر و تقدير
	الإهداء
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	ملخص الدراسة
	ملخص الدراسة بالفرنسية
	مقدمة
أ	الجانب المنهجي
	الفصل الأول: إشكالية الدراسة ، مداخلها النظرية و منهجيتها
1	إشكالية الدراسة
3	تساؤلات الدراسة
3	فرضيات الدراسة
4	الدراسات السابقة
5	أسباب اختيار الموضوع
5	أهمية الدراسة
6	أهداف الدراسة
6	تحديد المصطلحات و المفاهيم
11	المدخل النظري للدراسة
13	منهج الدراسة و أدواتها
15	أدوات جمع البيانات
19	حدود الدراسة
	خلاصة الفصل
	الجانب الميداني
	الفصل الثاني: الإجراءات الميدانية للدراسة
17	مدخل للفصل
20	بطاقة فنية للتعرف بمجموعة قنوات الـ mbc
24	بطاقة فنية للتعريف ببرنامج the Voice
24	الدراسة الاستطلاعية

25	عرض و تحليل نتائج الدراسة
49	عرض و تحليل و مناقشة نتائج الفرضية الأولى
50	عرض و تحليل و مناقشة نتائج الفرضية الثانية
50	عرض و تحليل و مناقشة نتائج الفرضية الثالثة
52	نتائج الدراسة المتوصل إليها
53	خاتمة
	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

### قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
27	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	جدول رقم (1)
27	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	جدول رقم (2)
28	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية	جدول رقم (3)
29	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي	جدول رقم (4)
30	يوضح نسبة متابعة الطلبة لبرنامج	جدول رقم (5)
30	يوضح نسبة المتابعين الأوفياء للبرنامج	جدول رقم (6)
31	يوضح المواسم التي لم تتم فيها المتابعة للبرنامج من طرف الطلبة	جدول رقم (7)
32	يوضح أوقات متابعة الطلبة للبرنامج	جدول رقم (8)
32	يوضح بمعية من يتابع الطلبة البرنامج	جدول رقم (9)
33	يوضح مدى متابعة الطلبة لأخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم (10)
34	يوضح الموقع أكثر اهتماما لمتابعة أخبار البرنامج من طرف الطلبة	جدول رقم (11)
35	يوضح أوقات متابعة أخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم (12)
36	يوضح دوافع الطلبة نحو متابعة البرنامج	جدول رقم (13)
37	يوضح الحاجات المميزة للبرنامج	جدول رقم (14)
38	يوضح مدى إعجاب الطلبة بالبرنامج و المشاركة فيه	جدول رقم (15)
38	يوضح مدى اهتمام الطلبة بالمشاركين و محاولة تقليدهم	جدول رقم (16)
39	يوضح الحاجات الأكثر إثارة للاهتمام في البرنامج	جدول رقم (17)
40	يوضح مدى مطابقة البرنامج بالصورة العربية للبرنامج الأصلي	جدول رقم (18)

40	يوضح مضمون البرنامج و علاقته بالقيم الإسلامية	جدول رقم (19)
41	يوضح الصورة الذهنية المكونة لدى الطلبة عن البرنامج	جدول رقم (20)
42	يوضح أهم القيم السلبية التي يقدمها البرنامجي نظر الطلبة	جدول رقم (21)
43	يوضح أهم القيم الإيجابية التي يقدمها البرنامجي نظر الطلبة	جدول رقم (22)
44	يوضح أي من القيم الإيجابية و السلبية التي يركز البرنامج على تقديمها	جدول رقم (23)
45	يوضح العلاقة بين متغير السن و بمعية من يتابع المبحوثين البرنامج	جدول رقم (24)
45	يوضح العلاقة بين متغير السن و الأوقات المفضلة لدى المبحوثين في تتبع أخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي	جدول رقم (25)
46	يوضح العلاقة بين متغير الجنس و الميزات الملفتة للانتباه أكثر في البرنامج	جدول رقم (26)
46	يوضح العلاقة بين متغير الحالة العائلية و الحاجات المثيرة للاهتمام أكثر في البرنامج	جدول رقم (27)
47	يوضح العلاقة بين متغير المستوى الجامعي و مدى ملائمة البرنامج مع قيم المجتمع العربي الإسلامي	جدول رقم (28)
48	يوضح العلاقة بين متغير الجنس و ما يركز البرنامج على تقديمه من قيم	جدول رقم (29)
48	يوضح معامل الصدق و الثبات للاستبيان	جدول رقم (30)

### قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
17	الشعار الرمزي لمجموعة قنوات الـ mbc	الشكل رقم (01)
20	الشعار الرمزي لبرنامج أحلى صوت the voice	الشكل رقم (02)

## ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على الظاهرة الجديدة التي طغت على الساحة الإعلامية العربية مؤخرا وهي ما يسمى ببرامج تلفزيون الواقع العربي ، و تم اختيار برنامج the voice بالنسخة العربية نموذجا ، و حاولت هذه الدراسة التعرف على مدى أثر هذه البرامج الفنية و الترفيهية على قيم الطلبة الجامعيين ، و حاولت الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية:

- ما عادات و أنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين لبرنامج the voice لقناة mbc1 ؟
  - ما هي الدوافع من وراء متابعة الطلبة الجامعيين لبرنامج the voice لقناة mbc1 ؟
  - ما الأثر الذي خلفه متابعة الطلبة الجامعيين لبرنامج the voice لقناة mbc1 على قيم الطلبة الجامعيين ؟
- و لاختبار فرضيات الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي و أجريت الدراسة على عينة تكونت من 102 مفردة لكي تغطي مجتمع البحث الذي تمثل في طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة
- أما فيما يخص أدوات الدراسة فاستخدمت الدراسة الحالية (استمارة استبيان ) و توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

أن هناك نسبة كبيرة من الطلبة الجامعيين يهتمون و يتابعون هذا البرنامج ، و ما نلاحظه أن جنس الإناث هم الأكثر إقبالا على متابعة هذا البرنامج مقارنة مع الذكور ، كما بينت الدراسة أن اغلب الطلبة الجامعيين يتابعون هذا البرنامج بدافع التسلية و الترفيه ، و الاستمتاع بما يقدمه المشتركون ، و أوضحت نتائج الدراسة أيضا أن البرنامج في مضمونه يسعى لتقديم القيم السلبية الغربية و التي تتنافى مع مبادئ و قيم المجتمعات العربية المحافظة ، لنخلص في الأخير إلى أن برامج تلفزيون الواقع العربي ليست سوى أفكار و مضامين غريبة مخطط له من قبل لاستهداف الشباب العربي لطمس هويته و دمجها ضمن تيارات غريبة ، و هنا يجب التصدي لهذه الأفكار و الحفاظ على الهوية العربية و الإسلامية.



Résumé de l'étude:

L'étude présentée visait à déterminer de bien connaître le nouveau phénomène qui a été flotté sur la cour d'information arabe ;qui s'appelle les programmes de télévision réelle ,on a choisi le programme qui s'appelle "the voice" en langue arabe comme un modèle.

Cette étude était faite dans le but de connaître l'influence de ces programmes artistiques et plaisantes sur les valeurs des étudiants universitaires. Elle essayait de donner des réponses sur les questions suivantes:

1-Quelles habitudes et les habitudes des étudiants à regarder le programme du MBC1 de canal vocal?

2- Quelles sont les motivations derrière le suivi des étudiants universitaires pour programmer le MBC1 de canal vocal?

3- Quel Impact du suivi des étudiants universitaires pour programmer le MBC1 de canal vocal sur les valeurs universitaires des étudiants?

Et pour tester les hypothèses de l'étude était d'utiliser la méthode descriptive et l'étude a été menée sur 102 formée à partir d'un seul échantillon afin de couvrir la communauté de recherche, qui représente les étudiants du Département des médias et de la communication Sciences de l'Université de Ouargla

En ce qui concerne les outils de l'étude a utilisé l'étude en cours (formulaire de questionnaire) et l'étude a révélé les résultats suivants:

Qu'il y ait une forte proportion d'étudiants universitaires se soucient et regarder ce programme, et ce que nous remarquons que le sexe féminin sont plus enclins à suivre ce programme, par rapport aux hommes. L'étude a également montré que la majorité des étudiants universitaires poursuivent ce programme de distraction et de divertissement, et profiter puisqu'ils sont soumis par les participants et les résultats de l'étude a également indiqué que le programme dans son contenu vise à fournir des valeurs négatives occidentales et qui sont incompatibles avec les principes et les sociétés arabes valeurs conservatrices,

de conclure dans le quatrième que les programmes arabes de télé-réalité ne sont que des idées et des contenus occidentaux prévus en ciblant la jeunesse arabe à brouiller son identité et incorporés dans les cours d'eau de l'Ouest, et nous devons répondre à ces idées et de préserver l'identité arabe et islamique

شهدت السنوات الأخيرة توسعا كبيرا للفضاء الإعلامي التلفزيوني العربي ، حيث ساهمت التطورات الأخيرة لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال في الرقي و الازدهار لهذا المجال ، و مما لا شك فيه أن هذه التقنيات ساهمت بشكل جيد لميدان الإعلام و القنوات التلفزيونية ، حيث سعت هذه الأخيرة لتقديم الأفضل قصد كسب أكبر عدد من نسبة المتابعة، سواء من حيث إنتاج برامج أو مسلسلات أو غيرها.

يرى بعض الخبراء في هذا المجال أن ظهور ما يسمى بالعولمة و التي تستدعي دمج الأبعاد السياسية و الثقافية و التكنولوجية و الترويج للنظام الرأسمالي هو من ساهم في تفتح المجال الإعلامي و ظهور التعددية الإعلامية، و بداية ظهور التبعية الإعلامية العربية للإعلام الغربي في عدة أشكال و مضامين مختلفة تستهدف الشباب العربي بالأخص و هو ما يعرف بـ "ظاهرة تلفزيون الواقع في القنوات العربية" من خلال استيراد و تبني أفكار البرامج الغربية ، مما يشكل تهديدا لقيم الثقافة العربية و خاصة لفئة الشباب العربي ، و قد انعكس ذلك بشكل واضح في انتشار ظاهرة تلفزيون الواقع أثناء العقد الأول من الألفية الثالثة ، حيث ظهرت برامج الواقع منذ عام 2003 و بلغ عددها أكثر من 42 برنامجا تعتمد في معظمها على اقتباس أفكار غربية ، و تستهدف في أغلبها فئة الشباب ، من خلال الترويج للثقافة الاستهلاكية الفردية و الكسب السريع و مهارات الغناء و الرقص و المغامرة و التنافس من أجل الثراء و الشهرة. (حسن عماد مكاوي ، ص : 02)

إن من بين برامج تلفزيون الواقع العربي ، و الذي استقطب نسبة كبيرة من المشاهدة و المتتبعين خاصة فئة الشباب الجزائريين منهم ، برنامج the voice الذي يعرض على قناة mbc1 ، حيث يعنى هذا الأخير باكتشاف مواهب الصوت و الغناء لدى الشباب من كل أنحاء الوطن العربي و حتى العرب منهم المقيمين بالخارج ، هذا الاهتمام و الإقبال الهائل للبرنامج هو ما أثار حفيظتنا لانجاز هذه الدراسة

و كمحاولة منا لمعرفة مدى أثر هذا النوع من البرامج التلفزيونية حديثة النشأة على قيم الطلبة الجامعيين الجزائريين.

و انطلاقا من هذا تم تقسيم الدراسة إلى جزأين ، يتمثل الجزء الأول في عرض الدراسة المنهجية و الجوانب المهمة في هذا الفصل من إشكالية ، فرضيات و تساؤلات ، و المفاهيم الأساسية للموضوع بالإضافة إلى أهداف و أهمية الموضوع و أسباب اختياره ، و كذا نظرية الدراسة ، أيضا التعريف بمجتمع البحث و عينة الدراسة ، و الأدوات المستعملة في جمع البيانات .

أما الفصل الثاني فكان عبارة عن عرض للدراسة الميدانية ، بداية حيث تم التطرق فيه إلى التعريف بالبطاقة الفنية لمجموعة قنوات الـ mbc ، و كذا التعريف ببرنامج the voice ، ثم تحليل و تفسير المعلومات و البيانات التي تم جمعها من طرف المبحوثين .

ثانيا حيث تم عرض و تحليل نتائج كل فرضية من الفرضيات الثلاث على حدا ، إلى الخروج بالنتائج المتوصل إليها ، و التي تتمحور حول مدى أثر هذا البرنامج على قيم الطلبة الجامعيين .

# الجانب المنهجي

## الفصل الأول :إشكالية الدراسة ، مداخلها النظرية و منهجيتها

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- فرضيات الدراسة
- 4- الدراسات السابقة
- 5- أسباب اختيار الموضوع
- 6- أهمية الدراسة
- 7- أهداف الدراسة
- 8- تحديد المصطلحات و المفاهيم
- 9- المدخل النظري للدراسة
- 10- منهج الدراسة و أدواتها
- 11- أدوات جمع البيانات

## 1- الإشكالية:

لقد شهد الإعلام العربي في الآونة الأخيرة زخما كبيرا من حيث الإنتاج في البرامج و المسلسلات و الحصص بمختلف أنواعها ، و تماشيا مع متطلبات هذا العصر تضاعفت و ازدادت القنوات ، لنقل هذا الفضاء الإعلامي للمشاهد العربي أينما حل و ارتحل.

و يرجع الفضل في ذلك للتقنيات التكنولوجية الجديدة للاتصالات ..هذا التضاعف اوجد منافسة شرسة بين هذه الفضائيات الإعلامية فيما تقدمه وسعت بدورها لتقديم الأفضل لكسب المشاهد العربي ..إن ما يستدعي الانتباه هو أن اغلب هذه البرامج برامج غربية مستنسخة بصورة عربية ، و التي في معظمها تستهدف فئة الشباب العربي عامة والفئة المثقفة كالطلبة منهم خاصة ..و ما نلاحظه أيضا أن نسبة كبيرة من القنوات العربية صارت تنتج هذه الأنواع من البرامج ، و تقليدا لمثيلاتها من البرامج الغربية طبعاً بعد الشهرة التي وصلت إليها في الغرب .. اختلف البعض في هذا الشأن بين مؤيد و معارض.

فالمؤيدون يرون أن تقليد هذه البرامج هو بمثابة إعطاء دفعة قوية للإعلام العربي للرقى و الوصول إلى درجة مميزة من الاحترافية و مواكبة التطورات الحاصلة في الإنتاج التلفزيوني ، كما تساهم في الانفتاح الاجتماعي و التخفيف من الضغط للتقاليد التي لا زالت تسود المجتمعات العربية ، أيضا تنمية الحريات ، و إعطاء فرض متكافئة للجنسين ، و تقديم البديل و الأفضل للمشاهد العربي ، و محاولة تحقيق نسب مشاهدة عالية لإرضاء المشاهد العربي ، و نقل الثقافة الغربية إليه عبر برامج و حصص و مسلسلات من شأنها أن تغير روتين المضمون الإعلامي العربي هذا من جهة.

أما من جهة المعارضين لهذه الرؤية فيرون أنها محاولة طمس و تشويه للهوية و ثقافة المشاهد العربي ، و استبدالها بثقافة الغرب ، إذ تساهم في تفكيك و انحلال القيم الاجتماعية داخل الأسر المحافظة ، و نشر الإباحة بين أوساط الشباب ، كما تركز في معظمها على التعدي على الخصوصيات

الفردية للأشخاص و تشجيع الاختلاط بين الجنسين و زرع الثقافة السلبية للغربيين في أوساط الشباب العربي المحافظ ، و ما يعيب على هذه البرامج المستنسخة أنها لا تراعي متطلبات و ثقافات و قيم المشاهد العربي فتقوم هذه القنوات بجلب هذه المضامين و ذلك دون تكييفها بما يناسب بيئة و ثقافة الجمهور العربي ، و هنا يكمن اثر متابعة مثل هذا النوع من البرامج لذوي المبادئ الهشة من العرب دون ترك حرية للإبداع و تقديم الأفضل .

بالرغم من الآراء المختلفة حول هذه البرامج إلا أن هذه الأخيرة صارت تلقى نجاحا و إقبالا واسعا من قبل المشاهد العربي ، و الذي يرى اغلب العارفين بهذا الشأن أن فئة الشباب و الفئة المثقفة منهم كالطلبة هي الفئة الأكثر اهتماما و تعرضا لهذه البرامج ، و هو ما يهم في دراستنا هذه أن هذه الفئة المثقفة و الواعية هي الأكثر إقبالا و التي تستدعي دوما البحث فيما هو جديد و مواكبة التقدم و العولمة في مختلف المجالات تسعى الفئة المثقفة دوما في مجتمعنا العربي لتحقيق أهدافها المنشودة و ذلك بإشباع رغباتها و رسم طموحاتها المستقبلية وفق الأحداث الآنية للبيئة العربية .

و نجد من بين هذه البرامج الترفيهية التي اشتهرت مؤخرا و حظيت باهتمام لدى المشاهد العربي برنامج the voice بالنسخة العربية على قناة mbc1 هذا البرنامج الذي يعرف بأنه برنامج استعراضى غنائي حضي هذا الأخير بإقبال هائل و نسبة مشاهدة كبيرة فاقت كل التوقعات .. يعتمد هذه النوع من البرامج في مضمونه على التعرف على المواهب المشاركة ، و اكتشاف مهارات الغناء و الصوت و المغامرة و التنافس من اجل الوصول إلى الشهرة و النجومية ، تعتمد هذه البرامج في اغلب الأحيان على مشاركة الجمهور كعضو فعال في إنتاجها أو كموجه لأحداثها عن طريق التصويت و التفاعلية التي أضافتها التكنولوجيات الحديثة للاتصالات.



تشكل هذه العوامل و أخرى سببا من الأسباب و الدوافع التي أدت بهذه الفئة المثقفة من المجتمع بالاهتمام ببرامج الواقع العربي في القنوات العربية و برنامج the voice كنموذج منها في دراستنا هذه و ذلك انطلاقا من المتابعة الجماهيرية التي يحظى بها مما جعله محل اهتمام من طرف الجميع .  
..وانطلاقا من كل ما سبق ذكره فإننا سنحاول معرفة اثر برامج الواقع العربي باعتبارها ظاهرة إعلامية جديد في الفضائيات العربية على قيم الطلبة الجامعيين و الانعكاسات التي خلفتها هذه البرامج على جمهورها و الذي بدوره يدفعنا لنطرح التساؤل الرئيسي كالأتي:

ما اثر برنامج the voice لقناة mbc1 على قيم طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة

ورقلة؟؟

## 2-التساؤلات الفرعية:

- ما هي عادات و أنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين لبرنامج the voice لقناة mbc1 ؟
- ما هي الدوافع من وراء متابعة الطلبة الجامعيين لبرنامج the voice لقناة mbc1 ؟
- ما الأثر الذي خلفه متابعة الطلبة الجامعيين لبرنامج the voice لقناة mbc1 على قيم الطلبة الجامعيين ؟

## 3-الفرضيات :

- للطلبة الجامعيين عادات و أنماط في متابعة برنامج the voice لقناة mbc1.
- توجد دوافع لدى الطلبة الجامعيين لمتابعة برنامج the voice لقناة mbc1.
- يؤثر برنامج the voice لقناة mbc1 على قيم الطلبة الجامعيين.

## 4 - الدراسات السابقة

## (أ)-الدراسة الأولى:

مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال للباحثة عزري أمال بعنوان برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية و تأثيرها على قيم و سلوكيات المراهقين برنامج ستار أكاديمي على قناة LBC 25 جانفي 09 ماي 2008 نموذجا دراسة ميدانية في منطقة ولاية سكيكدة.

و جاء في هذه الدراسة التطرق إلى تحليل و تفكيك هذه الظاهرة الإعلامية الجديدة و فهم بنيتها الداخلية من خلال دراسة البرنامج النموذج دراسة تحليلية، و كذا دراسة ما تقدمه الفضائيات العربية و علاقة جمهور المراهقين من التأثير بهذا النوع من البرامج ، و حاولت معرفة تأثير برامج تلفزيون الواقع العربي ومن خلال برنامج ستار أكاديمي على المراهقين ، و أجريت الدراسة في ولاية سكيكدة و أخيرا محاولة معرفة آراء و موقف المراهقين الجزائريين حول هذا البرنامج استخدمت في البحث استمارة تحليل مضمون و كذا استمارة استبيان لمجتمع بحث في منطقة سكيكدة و بعينة عشوائية و خلصت في الأخير لمعرفة مدى التفاعل و نتيجة التأثير لهذا البرنامج على المراهقين.

## (ب)-الدراسة الثانية:

أطروحة دكتوراه بعنوان اثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات - دراسة استطلاعية بمنطقة البليلة - أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الاتصال من إعداد الأستاذ السعيد بومعيزة و تحت إشراف الدكتور بلقاسم بن روان 2006/2005 بجامعة الجزائر ، كلية العلوم السياسية و الإعلام قسم علوم الإعلام و الاتصال ، و تتمحور الدراسة حول اثر وسائل الإعلام على قيم و سلوكيات الشباب في منطقة البليلة و معرفة هذا الأثر بدل دراسة التأثير ، و ترى هذه الدراسة أن الشباب لا يتلقون مختلف

المضامين الإعلامية برمتها بل ينتقون ما يناسبهم و يشبع رغباتهم لأن اغلبهم وصل إلى مرحلة متقدمة من نضج الوعي و التفكير ، و نتيجة لعوامل المرتبطة بالتنشئة الاجتماعية كالمدرسة و المسجد و الشارع.. والتي تم اكتساب القيم السلوكيات منها ، و عليه فان هذه الدراسة قد ركزت على دراسة الأثر و الذي يقصد بها تفاعل الشباب مع وسائل الإعلام ، و اثر هذا التفاعل على قيمهم و سلوكياتهم ، و إبراز العلاقة الوطيدة بين القيم و السلوكيات من جهة و تفاعل الشباب مع وسائل الإعلام من جهة أخرى

### 5-أسباب اختيار الموضوع:

إن السبب الذي دفعنا لاختيار هذا الموضوع هو الإقبال الكبير و الاهتمام الذي لاحظناه لدى الطلبة الجامعيين ببرنامج the voice الذي تبثه قناة mbc 1 ، و كذا التفاعل من قبل الشباب العربي لما يقدمه هذا البرنامج من ترفيه ، و ما خلفه هذا الأخير من انعكاسات كالنقل و التأثير على القيم و غيرها ، و من خلال التمتع بأصوات المشاركين و محاولة التشبه بهم في الصوت و اللباس و تقمص الشخصيات التي يعجبون بها في برنامج أحلى صوت عربي و نظرا للشهرة التي اكتسبها البرنامج في السنوات الأخيرة اثر طبعاته الثلاث و شخصيات البرنامج كأكبر الفنانين و المدربين فيه و تنافس المواهب المميزة أيضا هو من اوجد اهتماما وإقبالا من طرف الطلبة ، و لهذا أردنا معرفة العلاقة بين هذا البرنامج و جمهور الطلبة الجامعيين و مدى الإقبال و الاهتمام و تأثير الطلبة بهذا البرنامج و معرفة الأثر الذي خلفه البرنامج على القيم الاجتماعية و الخلقية للطلبة الجامعيين .

### 6-أهمية الموضوع:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في تحليل ظاهرة جديدة دخلت للساحة الإعلامية العربية حديثا ، و أثارت كثيرا من الجدل دون أن يتم التطرق إليها من جانب المختصين بشكل جدي ، و سنحاول من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على هذا النوع من البرامج الترفيهية العربية ، و كذا معالجة الإشكالية المطروحة

فيه و هي معرفة مدى التتبع و التأثير بهذا النوع من البرنامج على جمهور الطلبة الجامعيين و العلاقة التي ترتبط بينهما ، و كذا الوصول إلى النتيجة و موقف الطلبة الجامعيين من هذا البرنامج.

## 7- أهداف الدراسة:

- يهدف الموضوع إلى كشف العلاقة الموجودة بين متابعة الطلبة الجامعيين لهذا البرنامج و معرفة نسبة تأثرهم به من خلال مجموعة من القيم الاجتماعية و الخلقية.
- كما يهدف أيضا لمعرفة أنماط و عادات المشاهدة المستمرة للبرنامج و أيضا معرفة أي الجنسين أكثر اهتماما و تتبعا لبرنامج .
- محاولة تفكيك هذه الظاهرة الإعلامية الجديدة و فهم بنيتها الداخلية من خلال دراسة هذا البرنامج كنموذج.
- معرفة الحوافز التي تدفع جمهور الطلبة لمتابعة هذا النوع من البرامج الفنية و الترفيهية .
- معرفة آراء و مواقف الطلبة من متابعة هذا البرنامج .
- محاولة معرفة الآثار التي يعكسها هذا النوع من البرامج على القيم الاجتماعية و الخلقية للطلبة الجامعيين.

## 8-تحديد المصطلحات و المفاهيم :

### (أ)-برامج تلفزيون الواقع:

يعد تلفزيون الواقع من الظواهر الجديدة في عالم الإعلام ، خاصة أن الباحث "لاي ديفيد" في كتابه "مقدمة عن تلفزيون الواقع" أكد أن تلفزيون الواقع موجودا منذ نشأة التلفزيون في حد ذاته ، فالبرامج التي تتسم بكونها دون سيناريو مسبق و تنشأ منها مجموعة من العروض مثل اللوحات و الألعاب و المستندات الوثائقية و عروض المنازل ، التي تعرض على الجمهور اعتبرت من قبل الكثير من العلماء

نموذجاً من نماذج تلفزيون الواقع ، و أن العديد من المظاهر التي تبرز فيها برامج تلفزيون الواقع الحالية مثل برامج "الكاميرا الخفية" تعد شكلاً واضحاً للحالة التي كانت عليها برامج التلفزيون في بداياته و من أمثلة ذلك تصوير ردود أفعال الناس حول الأحداث العادية اليومية أو المفجلة ، بما في ذلك تصوير أيام العمل الخاصة بالناس ، و كذلك اشتراك الناس القادمين كمشاركين فعالين في برامج التلفزيون .  
(سماح حسين القاضي ، 2009 ، ص : 24-25)

### التعريف الإجرائي:

في دراستنا هذه نقصد ببرامج تلفزيون الواقع تلك البرامج التلفزيونية ذات الطابع الترفيهي و الغنائي ، و التي تكون في شكل مسابقات التي تعتمد على تصوير حياة الأفراد أو الشخصيات سواء كانت مشهورة أو بسيطة من الأفراد العاديين، وذلك من خلال نقل تفاعلاتهم مع محيطهم، ومع بعضهم باعتماد كاميرات تراقب كل حركاته ، ويتم عرضها مباشرة دون تعديل، وذلك في غياب نص أو سيناريو معد مسبقاً ، كما أنها تعطي الأولوية للمتلقى سواء كمشارك فيها أو كمتابع لها، حيث يوجه سير أحداث البرامج عن طريق التفاعلية التي أتاحتها التكنولوجيات الحديثة للاتصال مؤخرًا ، كما تعتمد هذه البرامج على ميزة التصويت الذي يعتبر قرار مهم في نجاح المشاركين ، وتختلف هذه البرامج حسب أهدافها : شهرة، مال، منصب ، مهنة.أو النجومية ومن أمثلة ذلك : الأخ الأكبر، وستار أكاديمي، وسوبر ستار، وقسمة ونصيب، ومن جديد، وعيش براري، وألحان وشباب عرب ايدول... الخ

### (ب)-الأثر:

لغة : الأثر بقية الشيء، ما بقي من رسمه

والأثر: بمعنى ، أثر في الشيء : ترك فيه علامة أثراً، وللاثر معاني أخرى كالخبر في قوله تعالى

(ونكتب ما قدموا وآثارهم..) (قران كريم ، سورة ياسين ، ص:12 )

أي ما أسلفوا من أعمال و أخبار، وأثر الرسول سننه... وهدف أي عملية اتصالية أو إعلامية من رسالتها إحداث التأثير في المتلقي، وقد يكون تأثيراً فوري الظهور مباشراً أو غير مباشر أو ردود الأفعال على

المثيرات وهي ، Feed Beach ويظهر التأثير من خلال رجوع الصدى الرسائل الإعلامية، والتأثير يحمل معنى التغيير الذي يطرأ على المتلقي بعد استقباله لرسالة المرسل. (ابن منظور ، 1990 ، ص 05:

#### التعريف الإجرائي:

نقصد بالأثر في دراستنا هذه كل تغير يطرأ على سلوكيات فئة الطلبة الجامعيين، وقيمهم التي تعتبر معايير لتوجيه السلوكيات والاتجاهات بعد تعرضهم للبرنامج ، ونتعرف عليه من خلال استجابات المبحوثين للأسئلة المطروحة في استمارة الاستبيان.

#### (ج)-التعرض:

يقصد به فعل استهلاك محتوى إعلامي معين من طرف فرد من أفراد الجمهور، و قد يكون هذا التعرض مخططا له ، و التعرض قد ينطوي على عملية العلم التي تستدعي جهدا فكريا من خلال آليتي التمثيل الصاعد و التمثيل النازل من جانب الفرد المستهلك أو قد لا ينطوي على ذلك فان مجرد التعرض لمحتوى إعلامي محدد لا يعد مؤشرا كافيا لقياس تأثير وسائل الإعلام.(السعيد بومعيزة، 2005 ، ص : 30).

#### (د)-الطلبة:

إن جمهور الطلبة في دراستنا هذه هم فئة الشباب بصفة خاصة و ربما بصفة عامة المراحل العمرية التي تفوق مرحلة الشباب و التي تمتد هذه الفئة من 19 سنة فما فوق تتميز هذه الفئة بخصائص اجتماعية و نفسية و ثقافية مما يميزها عن غيرها و التي تعد النخبة في المجتمع كما يسميها الأغلبية كما تتميز هذه الفئة أيضا بالحيوية و الحركية و التطلع لكل ما هو جديد في الحياة اليومية و التي تختلف بنسب متفاوتة بين الجنسين.

(هـ)-القيم :

لغة : هي واحدة القيم و تعني ثمن الشيء ، و ذا المعنى قريب إلى المعنى الذي يطلقه الاقتصاديون على (القيمة ) أو هي حكم شخص على ما هو مهم في الحياة .

اصطلاحا :

يعرفها: (ثورنديك) أن القيم هي التفصيلات أو الأشياء المفضلة لدى الإنسان أو الجماعة و تنقسم إلى القيم إيجابية تجلب اللذة و قيم سلبية تجلب الألم. (أسامة ظافر كباره ،محمد منير سعد الدين ، 2003 ، ص : 32-33)

و يعرفها : م- روكتش M.Rokeach ( أن القيم ما هي إلا انعكاس للأسلوب الذي يفكر الأشخاص به في ثقافة معينة ، و في فترة زمنية معينة . كما أنها هي التي توجه سلوك الأفراد و أحكامهم و اتجاهاتهم فيما يتصل بما هو مرغوب عنه من أشكال السلوك في ضوء ما يصنعه المجتمع من قواعد و معايير ، و قد تجاوز الأهداف المباشرة للسلوك إلى تحديد الغايات المثلى في الحياة) (أسامة ظافر كباره ، محمد منير سعد الدين ، 2003 ، ص : 86)

القيم في الإسلام:

لغة: القيم مشتقة من لفظة (قوم) و هي القيام نقيض الجلوس و يجيء القيام بمعنى المحافظة و الإصلاح ، و منه قوله تعالى ((الرجال قوامون على النساء)) ، (القرآن الكريم ، سورة النساء، ص:530).

و تأتي القيم بمعنى الاستقامة : قال كعب بن زهير: فهم صرفوكم حين جزتم عن الهدى بأسيا فهم حتى استقمتم على القيم . (أسامة ظافر كباره ، محمد منير سعد الدين ، 2003 ، ص : 100).

والقوام لفظة مشتقة بمعنى العدل : قال تعالى ((إن هذا القرآن يهدي للتي هي أقوام ))(القرآن الكريم ، الإسراء، ص: 09).

اصطلاحاً:

هي الأحكام التي يصدرها المرء على أي شيء مهتدياً في ذلك بقواعد و مبادئ مستمدة من القرآن و السنة و ما تفرع عنهما من مصادر التشريع الإسلامي أو ما تحتويها هذه المصادر ، و تكون موجهة إلى الناس عامة ليتخذوها معايير للحكم على قول و فعل ، و لها في الوقت نفسه قوة تأثير عليهم.

تعريف آخر ((قيم الإسلام هي عبارة عن مجموعة من المثل و الغايات و المعتقدات و التشريعات و الوسائل و الضوابط و المعايير سلوك الفرد و الجماعة ، مصدرها الله عز وجل)). (أسامة ظافر كباره ، محمد منير سعد الدين، 2003 ، ص : 101)

(و)-تعريف البرامج الفنية: (برنامج أحلى صوت)

برنامج ترفيهي غنائي تقدمه قناة mbc1 لرسم البهجة على وجوه الشباب ، و من خلاله يقوم ملاك البرنامج باختيار طاقات الشباب في الغناء عن طريق الاختيار المباشر من طرف المحكمين بالضغط عن الزر و اللف بالكرسي للمتسابق و قد لا تخلو من المنافس حول المحكمين من أجل إقناع المترشح لاختيار أحدهم ، هذا في المرحلة الأولى لصوت فقط و التي تكون في خمسة حلقات يتقدم فيها كلا الجنسين من مختلف دول العالم العربي ، و في المرحلة الثاني يكون الجمهور يختار هو أيضا بالتصويت بالهاتف كما أكتشف هذا البرنامج عدة مواهب غنائية بدأت مشاورها منه.(عبد الله فتحي الظاهر و علي أحمد خصر المعماري، 2014 ، ص : 163)

(ي)-تأثير برامج الواقع على منظومة القيم:

منظومة القيم و المفاهيم الثقافية : هي جزء من لغة الشباب التي تتأثر بما يتعرض له في برامج الواقع العربي ، و هي لا تنفصل عن الصورة التي يشاهدها الطلبة أو اللغة يسمعونها في البرنامج الغنائي فإن القيم و المفاهيم الثقافية تتسرب على غير وعي منه بمجرد أن يشاهد ذلك البرنامج و إن كان صامتة ذلك الشخصيات الفنية تتحرك في أستوديو معين ، و يستقر ذلك الصوت في عقل الشباب أنفسهم، كونه



يشاهده بعينه و يسمع فيكون رسوخها أشد. (عزي عبد الرحمان ، ممدوح محمد المشمشي، 2010، ص : 34-36).

أما القيم التي يحملها برنامج the Voice تؤثر في لغة الطلبة فهي واضحة و صريحة في موضوعاته ، وسنقف فقط عند بعض القيم التي يكتسبها الطلبة من البرنامج الغنائي (أحلى صوت) فقد ساعد هذا البرنامج على انتشار بعض الألبسة لشخصيات متنافسة في البرنامج أو محكم ، و أيضا نجد بعض الطلبة يرددون بعض المقاطع الغنائية التي عرضت في البرنامج ، بالإضافة إلى بعض قصات الشعر و أنواع الألبسة و أيضا اللهجة العربية المختلفة .

## 9- المدخل النظري للدراسة

(أ): نظرية الحتمية القيمةية : لعزي عبد الرحمان

جاءت هذه نظرية في مجال الأبحاث الإعلامية المعاصرة و كنفذ و ثورة على المحاولات العربية التي اقتصرت على إسقاط النظريات الغربية على خصوصية المجتمع المحلي، بإعلام إسلامي للمفكر الجزائري عزي عبد الرحمان الذي قام بمجموعة من الدراسات العلمية التجريبية و الأصلية و الرابط الرئيسي هو القيم الإسلامية ، و الذي يرى بأن وسائل الإعلام إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم ، يكون تأثيرها إيجابيا و يكون التأثير سلبيًا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة كما أنه يرى أيضا أن الإعلام رسالة و أهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تنبع أساسا من المعتقد الإسلامي ، و أنه لا وجود لهذه القرينة و ذلك باستبدالها بمفاهيم جديدة مثل المخيال الاجتماعي و التمقل و التموضع ... الخ

أهم ركائز النظرية :

- أن يكون الاتصال نابعا و منبثقا من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي إليها المجتمع.

- أن يكون الاتصال تكامليا ، فيتضمن الاتصال السمعي البصري و المكتوب و الشفوي الشخصي ، مع التركيز على المكتوب لأنه من أسس قيام الحضارات.

- كما يعتمد في حججه على القرآن و السنة بالإضافة إلى مقدمة ابن خلدون.

كما أن النظرية تقترب إلى حد كبير من الواقع العربي.(بداني فؤاد ، ص: 166 -122)

بحيث تم الاعتماد على نظرية الحتمية القيمية في دراستنا من أجل الكشف عن مدى تفاعل الطلبة الجامعيين مع برامج الواقع العربي المأخوذة من نسخة غربية و درجة تبنيهم للقيم الأخلاقية و الدينية التي ينتقها من هذه البرامج في الوقت الراهن في ظل التغيرات الحاصلة في الدول الإسلامية على وجه الخصوص.

#### (ب) : نظرية الغرس الثقافي:

هذه النظرية تعلقت بوسيلة التلفزيون لدراسة العنف و الجريمة في المضامين التلفزيونية و تطورت و نتج عنها أن اكتشف أن الفرد الذي يتعرض للتلفزيون تنغرس فيه قيم و تصورات تجعله يتبناها و يظن أنها فعلا ما يحدث بالواقع و بالتالي تنغرس فيه لا شعوريا فإذا سألناه عن ظاهرة ما يكون تفسيره و نظريته حسب ما يتلقاه من التلفزيون و مغايرة تماما للواقع . و المتلقي بتقبل ما يبث له على أنه تعب حقيقي للواقع، لكونه غير واع بعملية صنع هذا الواقع، بل إن وعيه لا يتعدى الشعور بالتسلية، وذلك بقضاء الساعات الطويلة أمام شاشة التلفاز.

ونظرية الغرس الثقافي هي نظرية اجتماعية تهدف إلى دراسة تأثير التلفزيون على الأمريكيين وكان هذا في الستينات و السبعينيات ، وضعها مجموعة من العلماء ولكن مؤسسها الرئيسي هو جورج.

يعتقد صاحب هذه النظرية أن الناس في المجتمعات الغربية إنما هم أسرى الواقع المصنوع ، هذا وأنهم يتصرفون ويعيشون على واقع غير الواقع الحقيقي بكل ما ينبت من تعقيدات من مثل هذا التباين. تفترض النظرية أن الأشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التلفزيونية (كثيفو المشاهدة)

يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن أولئك الذين يشاهدون كميات قليلة من البرامج أو لا يشاهدون (قليلو المشاهدة) ، ويرى مؤسس النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث أثراً قوياً على إدراك الناس للعالم الخارجي، خاصة هؤلاء الذين يتعرضون لتلك الوسائل لفترات طويلة ومنتظمة، و في الأخير خلصت النظرية إلى أن الذين يشاهدون التلفزيون بكثافة فإنهم يعتقدون أن ما يشاهدونه من خلال التلفزيون من واقع وأحداث وشخصيات فإنها تكون مطابقة لما يحدث في الحقيقة وفي الحياة .

### تتلخص أهم محاور هذه النظرية :

- أن وسائل الإعلام قادرة على التأثير في معرفة الأفراد و إدراكهم و ما يحيط بهم بدرجة كبيرة.  
- إن زيادة التعرض لوسائل الإعلام تؤدي إلى اكتساب أو تلقي أو مشاهد مجموعة من المعاني و المعتقدات والأفكار و الصور الرمزية والتي تشكل لهم واقع رمزي يختلف عن الواقع الفعلي في البيئة الاجتماعية.

- وكل الذي سبق يعني أن وسائل الإعلام تستطيع أن تغرس في أذهان المشاهدين ووعيهم أفكار معينة بحيث يحل واقع التلفزيون محل الواقع الفعلي أو الطبيعي.( عبد الحافظ عواجي صلوي ، أسامة بن مساعد المحيا ، 2008 ، ص : 26)

و من هنا سيكون هذا المدخل منطلقاً لدراستنا هذه و سيتم الاعتماد عليه للتعرف على الدوافع التي تكمن وراء متابعة الطلبة الجامعيين للبرنامج ومدى تأثيرهم به .

### 10- منهج الدراسة و أدواتها:

يلجا أي باحث إلى استخدام هذا الأسلوب حين يكون على علم بأبعاد و جوانب الظاهرة التي يريد دراستها ، و نظراً لتوفر المعرفة بها من خلال بحوث استطلاعية أو وصفية سبق إن أجريت عن هذه الظاهرة و لكنه يريد التوصل إلى معرفة دقيقة و تفصيلية عن عناصر الظاهرة موضوع البحث تفيد في تحقيق فهم أفضل لها أو في وضع سياسيات أو إجراءات مستقبلية خاصة بها.

تستوجب كل دراسة الاعتماد على منهج علمي واضح لكي تتصف بالعلمية، ونستطيع الوثوق بنتائجها، وانطلاقاً من الموضوع المتناول " برامج الواقع العربي و تأثيرها على قيم الطلبة الجامعيين نستطيع إدراج دراستنا هذه ضمن الدراسات الوصفية، لأننا نحاول من خلالها تحليل برامج الواقع العربي و العلاقة بين جمهور الطلبة و هذا النوع من البرامج ، وإيجاد العلاقات بين متغيرات هذه الظاهرة الإعلامية الجديدة، وبينها وبين الظواهر الأخرى من القيم الاجتماعية لدى الطلبة و قد استخدمنا المنهج المسحي في دراستنا هذه و الذي يعد المنهج الأمثل في الدراسات الوصفية و الذي يهدف إلى تحليل وقائع الظاهرة الداخلية والخارجية و كذا المتغيرات الزمنية والمكانية التي ترتبك بالظاهرة موضوع البحث والتي يتمثل أهمها في الدراسة هذه برامج الواقع العربي ,الطلبة ,القيم الاجتماعية ، the voice و التي تعتبر مفاهيم و متغيرات الدراسة موضوع البحث.

#### (أ) - منهج المسح:

يمكن القول بأنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة ، من حيث العوامل المكونة لها و العلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي ، و ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة ، من خلال جمع المعلومات و البيانات المحققة لذلك . (احمد بن مرسلي ، 2010، ص : 286)

#### (ب) - تعريف المنهج الوصفي:

طريقة من طرق التحليل و التفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى إغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية أو سكان معينين و يعتقد الكاتب نفسه بان المسح الاجتماعي يمكن إن يتضمن عدة عمليات كتحديد الفرض منه و تعريف مشكلة البحث و تحليلها و تحديد نطاق و مجال المسح و فحص جميع الوثائق المتعلقة بالمشكلة و تفسير النتائج و أخيراً الوصول إلى الاستنتاجات و استخدامها للإغراض المحلية أو القومية ( عمار بوحوش ، 2011، ص : 139 )

## (ج) - العينة:

إن العينة هي الجزء الممثل للكل يتم اختياره بطريقة علمية لدراسة بعض مفردات المجتمع بدل مسحه مسحا شاملا، وذلك لتوفير الجهد والوقت، وذلك لأنه يعطي نفس النتائج تقريبا التي يعطيها المسح الشامل إذا ما اختيرت العينة بطريقة صحيحة وممثلة، بحيث نستطع تعميم هذه النتائج على كل مفردات المجتمع المدروس. . ( عاطف عدلي العبد ، 2003 ، ص: 07)

و انطلاقا من هذا و مجتمع البحث في دراستنا هذه على اختيار العينة العشوائية البسيطة و هي التي يكون فيها لأي فرد فرصة الاختيار و التي تشترط أن يكون جميع أفراد العينة معروفين و محددين بالإضافة إلى تجانس الجميع .

## (د) - تعريف العينة العشوائية:

يتم الاختيار على أساس إعطاء فرص متكافئة لكل فرد من أفراد المجتمع الأصلي فإذا كان أفراد العينية مرقمين على قصاصات من الورق فانثناء الأرقام يتم بطريقة عشوائية إلى أن يتم انتقاء العدد المطلوب و كل ما زاد على ذلك العدد يلغى و يستعمل هذا الأسلوب في عملية القرعة. (عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات ، 2008، ص: 65)

## 11- أدوات جمع البيانات:

بعد صياغة إشكالية البحث لا يحتاج البحث مهما كان نوع بحثه ، إلى أن يجمع معلومات أو بيانات حول هذه المشكلة ، و لهذا الغرض طور الباحثون مجموعة من أدوات جمع البيانات ، كل أداة من هذه الأدوات تصلح لجمع بيانات عن موضوع ما ، و قد لا تصلح لموضوع آخر ، و هذا لا يعني بأي حال من الأحوال أن أداة أفضل من غيرها بالمنطق. (عدنان عوض ، 2008 ، ص: 225)

(أ) - الاستبيان:

**تعريف الاستبيان:** هو مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين ، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيد للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها. و بواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق. (عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات ، 2008،ص: 67)

كما عرفه عبد الله محمد شريف بأنه: وسيلة من وسائل جمع البيانات ، و تعتمد أساسا على استمارة تتكون من مجموعة من أسئلة ترسل بواسطة البريد ، أو تسلّم إلى الأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة الواردة فيه و إعادته ثانية. ويتم كل ذلك بدون مساعدة الباحث للأفراد سواء في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابات عنهما . (عبد الله محمد شريف ، 1996، ص :

(123

(ب) - أنواع الاستبيان :

**الاستبيان المقفل و المفتوح:**

يعتبر هذا النوع من الاستبيان أكثر شيوعا من غيره . وهو مزيج من الاستبيان المفتوح . و يتضمن أسئلة ذات أجوبة محددة و معدة سلفا و أسئلة مفتوحة و أخرى مقفلة ، و الواقع أن قضية اختيار الاستبيان المفتوح أو الاستبيان المقفل تتوقف عادة على عوامل رئيسية ثلاثة هي :

الثبات ، الصدق ، إمكانية الاستعمال . (عبد الله محمد شريف ، 1669 ، ص: 124 -125).



# الجانب الميداني



## الفصل السادس : عرض وتحليل البيانات الميدانية

### مدخل للفصل

- 1- بطاقة فنية لمجموعة قنوات الـ mbc
  - 2- بطاقة فنية للتعريف ببرنامج the voice
  - 3- حدود الدراسة الاستطلاعية
  - 4- عرض و تحليل نتائج الدراسة
  - 5- عرض وتحليل و مناقشة نتائج الفرضية الأولى
  - 6- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثانية
  - 7- عرض وتحليل ومناقشة نتائج الفرضية الثالثة
  - 8- نتائج الدراسة المتوصل إليها
- خاتمة

تمهيد:

بعد التعرض إلى الجانب المنهجي في هذه الدراسة و تحديد إشكالية البحث و تساؤلات و فرضيات الدراسة ، و كذا أهداف الموضوع و سبب اختياره بالإضافة إلى الأهمية من هذه الدراسة ، و استعراض المفاهيم و المصطلحات الأساسية ، سنحاول في هذا الفصل محاولة الإجابة عن إشكالية البحث و ذلك بالاعتماد على أدوات التحليل التي اعتمدنا عليها في دراستنا هذه ، حيث سيتم عرض بطاقة فنية عن البرنامج و قناة mbc ، بالإضافة لعرض منهجية البحث ، و الأساليب الإحصائية المستعملة التي اعتمدنا عليها في تفسير و تحليل النتائج ، يليه عرض لأهم نتائج الدراسة من المعلومات و البيانات التي تم جمعها ، و ذلك بتحليل و تفسير كل الأسئلة و ترميزها في شكل جداول ، و من ثم عرض ومناقشة و تفسير كل فرضية من الفرضيات الثلاثة ، ليتم بعد ذلك التوصل إلى نتائج هذه الدراسة ، و الخروج بخلاصة حول الموضوع برمته.

1- بطاقة فنية مجموعة قنوات الـMBC

مؤسسة مجموعة قنوات الـMBC

الشعار اللغوي للقناة : مجمع قنوات الـmbc



الشعار الرمزي للقناة:

الشكل رقم (1)

الدولة : الإمارات العربية المتحدة

الملكية : ملكية خاصة

المقر: مدينة دبي للإعلام

نوع القناة : متنوعة البرامج

اللغة : العربية

تاريخ بداية البث: 1991

المدير الحالي:

بث القناة على القمر الصناعي: نايل سات ، عرب سات ، هوت بيرد

طبيعة البث : (مجانى/مشفر) يجري بث البرامج مجاناً

(أ)- مجموعة قنوات الـMBC :

تأسست مجموعة قنوات MBC في العام 1991 في لندن، لتصبح أول مجموعة قنوات فريدة من نوعها في العالم العربي، وعبر سجلها الحافل والمميز الذي يمتد على مدى 23 عاماً، تبوّأت مجموعة MBC مكانة مرموقة لتصبح مجموعة إعلامية عالمية تنثري حياة ملايين المشاهدين من خلال التواصل والتفاعل معهم، وتزويدهم بالمعلومات، ومن مقرها الرئيسي في مدينة دبي للإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة، تضم "مجموعة" MBC اليوم 18 قناة تلفزيونية هي MBC1 للترفيه العائلي ، و MBC MAX العالمية و MBC2 أفلام عالمية على مدار الساعة ، و MBC3 قناة مخصصة لأطفال وتضم مزيجاً من البرامج العالمية و الإنتاجيات المحلية ، و MBC4 للمرأة العربية العصرية و MBC ACTION أفلام ومسلسلات التشويق والمغامرة بالإضافة إلى برامج من إنتاج محلي و MBC VARIETY أفلام ومسلسلات وبرامج ومنوعات عالمية على مدار الساعة و MBC دراما عربية وكذلك تركية وهندية ولاتينية وغيرها مدبلجة إلى العربية و MBC+ DRAMA قناة مدفوعة و العربية قناة الأخبار باللغة العربية على مدار الساعة والحدث نافذة إضافية لقناة العربية تتوجه لمدمني الأخبار و وناسة قناة الأغاني الخليجية والعربية على مدار الساعة و MBC مصر قناة الترفيه الراقى والهاتف للعائلة المصرية MBC BOLLYWOOD أفلام ومسلسلات وبرامج هندية وآسيوية مدبلجة ومترجمة ، وشبكة قنوات رياضية كروية هي MBC PRO SPORTS التي تضم 4 قنوات مخصصة لبث المسابقات الكروية السعودية

والبرامج الكروية ذات الصلة؛ بالإضافة إلى محطتين إذاعيتين هما MBC FM للموسيقى الخليجية ، وبانوراما FM لأنجح الأغاني العربية الحديثة ، بالإضافة إلى شركة O3 للإنتاج وحدة الإنتاج المتخصصة بالبرامج والأفلام الوثائقية ، كما تنبثق عن المجموعة عدة مواقع إلكترونية رائدة على شبكة الإنترنت تتضمن [www.mbc.net](http://www.mbc.net) و [www.alarabiya.net](http://www.alarabiya.net) و [www.shahid.net](http://www.shahid.net) وهو أول موقع "فيديو حسب الطلب" مجاني في العالم العربي و [www.actionha.net](http://www.actionha.net) و [www.mbcprosports.n](http://www.mbcprosports.n) وغيرها.

وابتداءً من يوليو 2011، بدأت مجموعة MBC بث سبع قنوات بأحدث تقنيات البث العالي الوضوح في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. وتضم القنوات MBC1 ، MBC 2 ، MBC 4 ، MBC ACTION ، MBC ، MBC دراما، و MBC MAX، إضافةً إلى قناة العربية. وفي عام 2013 تم إضافة MBC3 لهذه الباقة وفي عام 2014 تم إضافة قناة MBC VARIETY أيضاً .

#### (ب) - التعريف بقناة MBC1:

انطلق بث قناة MBC1 في عام 1991، لتوفّر للمشاهد العربي مجموعة متميزة من البرامج والمسلسلات بشتى أنواعها الدرامية والكوميديّة والترفيهية والدينية والمسابقات، والأخبار المتنوعة، وبرامج تلفزيون الواقع، بما يتناسب مع مختلف الأذواق .

تتصدر القناة باستمرار المراكز الأولى في ترتيب القنوات العربية الأكثر مشاهدةً وفق دراسات شركات الأبحاث التسويقية المستقلة، ما يجعلها الخيار الأول لجمهور القنوات العائلية في المنطقة بأسرها . واليوم، ومع مضي ما يزيد على 23عاماً، لا تزال MBC1 تواصل انطلاقتها الرائدة، لتصبح محطة الترفيه رقم واحد للأسرة في المنطقة العربية، وذلك عبر حزمة من البرامج، التي تتنوع بين الرياضي مثل "صدى الملاعب"، والصحة في "التفاح الأخضر"، وتلك التي تهتم بقضايا المرأة عبر "كلام نواعم"، أو

التي تعني بأناقته وبشخصيتها وجديد الموضة وذلك عبر برنامجي "ستايل" و "جويل"، إضافة للبرامج الخيرية التي تتناول الشأن السعودي بشكل خاص عبر برنامج "الثامنة" أو العربي بشكل عام من خلال برنامج "صباح الخير يا عرب".

كما كان للدراما العربية، نصيب وافر على شاشة MBC1 التي عرضت مجموعة من أهم المسلسلات الحصرية التي تنتجها MBC مثل، مسلسل عمر، وسرايا عابدين، اللذان مثلا الإنتاج الأكبر في تاريخ الدراما العربية. هذا ولم تغب الدراما المدبلجة بدورها عن شاشة العرب الأولى، حيث تم عرض مجموعة من أشهر المسلسلات مثل سنوات الضياع، أكليل الورد، زهرة القصر، الوشاح الأحمر، وغيرها من أشهر الأعمال المدبلجة.

ليس هذا فقط بل كانت MBC1 النافذة الأولى التي تطل من خلالها أشهر مواهب الغناء العربية، من خلال برنامج Arab Idol، الذي يقدم العالم الحالي نسخته الثالثة بنجاح منقطع النظير، وبرنامج The Voice أحلى صوت الذي صار هو الآخر حديث المواهب العربية الباحثة عن عالم الشهرة (<http://www.mbc.net/ar/corporate/about-us.html>) وقت الزيارة

20:12 يوم 2016/02/07).

## 2- بطاقة فنية للتعريف ببرنامج the voice

نو فويس : أحلى صوت



رمز البرنامج :

شكل رقم (2)

إخراج : جنان منصور ، باسم كريستو

تقديم : محمد كريم (مصر) و نادين نجيم (لبنان)

الكواليس و مواقع التواصل الاجتماعي (منذ مرحلة العروض المباشرة) : أروى جودة

الحكام : كاظم الساهر ، شيرين عبد الوهاب ، صابر الرباعي ، عاصي الحلاني

الملحن والموزع الموسيقي : اللبناني جان ماري رياشي

الدولة : الوطن العربي

اللغة : العربية

عدد المواسم : 03

الإنتاج

أستوديو التصوير والعرض : بيروت (لبنان)

المنتج المنفذ : رانيا قازان و نادين نعيم

مدة العرض : ساعتان مع الإعلانات

شركة الإنتاج : ام بي سي

الإصدار

القناة : mbc1 و mbc مصر

صيغة الصورة : عالية الجودة 1080

صيغة الصوت : عالي الجودة 1080

البت لأول مرة : 14 أيلول 2012

التسلسل الزمني

البرامج المتعلقة به : ذو فويس كيدز

(أ) -التعريف ببرنامج the voice :

البرنامج العربي أحلى صوت، هو النسخة العربية من برنامج المسابقات الغنائي الهولندي العالمي «The Voice» الذي اخترعه جون دي مولروئيل فان فيلزن عام 2010 وطورته شركة سوني العالمية وتالبا.

انطلق الموسم الأول من المسابقة في 14 أيلول 2012 على قناة إم بي سي 1 وأيضا على قناة أل بي سي، وهي من تقديم الممثل المصري محمد كريم والممثلة اللبنانية نادين نجيم التي تستعرض في حلقة خاصة كل ما حدث في كواليس الحلقة الرئيسية، يتم تصوير البرنامج في استوديوهات القناة في منطقة ذوق مصبح بالعاصمة اللبنانية بيروت.

الفائز فسوف يحصل على عقد تسجيل ألبوم وعقد عمل مع يونيفرسال العالمية للموسيقى ، إلى جانب شركة «سوني تي في بروكشن» مع شركة بلاتينيوم، مسؤولة عن تسويق الإنتاج الفني للبرنامج، كما سيحصل على فرصة التعاون مع المنتج العالمي ريد-وان من خلال أغنية من ألبومه، توزيعه وإنتاجه، سيقدمها للفائز بالتعاون مع يونيفرسال العالمية، كما سيحصل أيضا على سيارة شيفروليه طراز تريل بليزر آخر صيحة .

(ب) -نبذة عن البرنامج:

برنامج متخصص باكتشاف قدرات المتسابقين الغنائية الاستثنائية و صقلها لاحقا، ليس شرطا أساسيا للاشتراك في المسابقة أن يكونوا المتقدمين من الهواة، بل يمكن أن يكونوا من فئة شبه المحترفين، ممن يمتلكون طاقات صوتية ومؤهلات جيدة ويعملون في هذا المجال، ويطمحون إلى الحصول على فرصة أخرى في مسيرتهم المهنية، قد تقودهم إلى الاحتراف والنجومية والشهرة.

(ج) - فكرة البرنامج:

في البداية تم إجراء مرحلة للمقابلات تحت إشراف الملحن والموزع الموسيقي اللبناني جان ماري رياشي الذي أختار 94 شخصا، من أفضل المتقدمين لكي ينتقلوا إلى مرحلة "الصوت وبس" أمام اللجنة المختصة في الاستوديو في بيروت، المقابلات جرت في: الإمارات العربية المتحدة، مصر، الكويت، تونس، المغرب ولبنان، أما مراحل التصفيات في المسابقة مؤلفة من ثلاثة جولات وهي التالية:

- جولة الصوت وبس:

تعرض على مدى خمس حلقات، يختار خلالها كل مدرب الأصوات التي تنال إعجابه دون أن يتمكن من رؤية أصحابها، فهم يجلسون على كراسي لونها أحمر وظهرهم مدار للمتسابقين، إذا أعجبه الصوت، على الفنان أن يضغط الزر الأحمر الموجود أمامه، هذا يعني "صوتك حلو وأرغب بتدريبك"، حينها يدور الكرسي الجالس عليه المدرب 180 درجة لكي يرى صاحب ذلك الصوت.

فريق المدربين في النسخة العربية مؤلف من أربعة من أبرز نجوم الغناء في العالم العربيهم (مرتبين حسب جلوسهم في المسرح بدءا من اليسار إلى اليمين) :

كاظم الساهر ثيرين عبد الوهاب صابر الرباعي عاصي الحلاني

بحال ضغط أكثر من مدرب على الزر الأحمر، على المتسابق اختيار مع من يرغب بالتدريب، بختام هذه الجولة سيكون لكل مدرب فريقا خاصا به مؤلف من 12 متسابق، لدى كل متسابق في هذه المرحلة دقيقة ونصف لتأدية أي أغنية يريدها ويعتقد أنها ستجذب المدربين، جميع المتسابقين يدخلون المسرح دون أن يتم الإعلان عن أسمهم، جنسيتهم، جنسهم.

- جولة المواجهة:

مؤلفة من 48 متسابق، 12 لكل فريق تمتد على مدى أربع حلقات، يكون كل مدرب ثنائيات غنائية ويعطي كل مجموعة أغنية، التي ستتدرب على أدائها تحت إشرافه وإشراف مساعد له وهو



المستشار، بعدها يتم الانتقال إلى مسرح المواجهة، وهو على شكل حلبة ملاكمة، حيث يتنافس المشتركون في تأدية أغنياتهم، وعلى المدرب إقصاء أحد المشتركين، فقط أفضل ست متسابقين من كل فريق يختارهم مدربوهم ينتقلون للمرحلة التالية، المستشارون الذين اختارهم المدربون في هذا الموسم هم: إيمان حسني، مدربة فريق كاظم، مغنية أوبرا ومدربة أصوات أتمت دراستها في النمسا محمد أبو الخير، مدرب فريق شيرين، فنان يجيد الغناء، الإخراج الأوبرالي، تصميم السينوغرافيا وتدريب الصوت خليل أبو عبيد، مدرب فريق صابر، أستاذ بالتربية الموسيقية العربية الكلاسيكية، ملحن ولديه إمام بالأوبرا غادة شبير، مدربة فريق عاصي، مغنية وباحثة في الأغنية العربية وأستاذة في أصول الغناء.

### - جولة العروض المباشرة:

تتألف من ست حلقات تعرض مباشرة على الهواء، وتتضمن الأداء الحي على المسرح ويتنافس 24 متسابقين، ست لكل مدرب، بين بعضهم البعض. بهذه الجولة الجمهور في المنازل يصوت للإبقاء واحد من كل فريق، أما المدربون يختارون واحد آخر من فريقهم للبقاء في المنافسة، بعدها يختار الجمهور مجددا من يريد أن يبقى، المتسابق الذي اختاره الجمهور أم اختيار المدرب، وهكذا تمتد حتى الحلقة النهائية التي سيعلن فيها الفائز بالبرنامج وحامل لقب "أعلى صوت" من بين الأربعة المتبقين .

( <https://ar.wikipedia.org/wiki> .وقت المتابعة 20:55 يوم 2016/02/07 )

### 3- الدراسة الاستطلاعية :

تعتبر الدراسة الاستطلاعية أهم عنصر لإجراء الدراسة الميدانية ، وذلك من خلال العينة المختارة ، تهدف إلى التحقق من صحة أداة جمع البيانات وصلاحيتها للتطبيق ومعرفة الصعوبات التي يمكن أن تؤثر على نتائج البحث ومحاولة ضبطها والتحكم فيها.

### حدود الدراسة الاستطلاعية :

( أ ) - الحدود الزمنية : تم إجراء الدراسة الاستطلاعية خلال شهري مارس و افريل.

(ب)- الحدود المكانية : تم إجراء الدراسة الاستطلاعية في جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، القطب الجامعي الثاني، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، قسم علوم الإعلام و الاتصال.

(ج)- الحدود البشرية : شملت الدراسة الطلبة المسجلون في قسم علوم الإعلام و الاتصال في مستويات ثانية علوم الإعلام والاتصال و سنة الثالثة اتصال و علاقات عامة و الأولى ماستر تكنولوجيا الاتصال الجديدة و كذا إذاعة و تلفزيون و الثانية ماستر تكنولوجيا الاتصال الجديدة ، و ذلك باختيار نسبة 12,50 من إجمالي مجتمع البحث الذي يتجاوز 800 طالب و طالبة ، ليتم توزيع 102 استمارة على المبحوثين.

#### 4- عرض و تحليل نتائج الدراسة:

(أ)-تقديم الاستبيان : تم وضع هذا الاستبيان و ذلك لمعرفة اثر برامج الواقع العربي على قيم الطلبة الجامعيين ، و انطلاقا من هذا قمنا بتصميم استمارة استبيان أولية تغطي محاور مدى متابعة المبحوثين للبرنامج و اهتمامهم به و كذا الدوافع من وراء هذه المتابعة بالإضافة إلى معرفة نتائج تأثير هذا البرنامج على قيم الطلبة الجامعيين و قد احتوت على أربع محاور بالإضافة إلى محور البيانات الشخصية. و سلمنا هذه الاستمارة الأولية إلى مجموعة من الأساتذة المحكمين ، و على ضوء ملاحظات الأساتذة و اقتراحاتهم التي كانت متقاربة بشكل ايجابي مع محتوى الأسئلة قمنا بالتعديلات اللازمة عليها لتتخذ الاستمارة شكلها النهائي.

وتشتمل الاستمارة على ثلاث محاور أساسية تتكون من 20 سؤالا تدور حول مدى اهتمام و متابعة و تأثر المبحوثين بهذا البرنامج ، بالإضافة إلى أربع أسئلة حول البيانات الشخصية ، و بالتالي فان مجموع الأسئلة بلغ حوالي 24 سؤالا .

تمثل المحور الأول في مجموعة أسئلة تحاول الإجابة عنها من خلال معرفة عادات و أنماط متابعة الطلبة الجامعيين للبرنامج ، لمعرفة مدى تتبع البرنامج في الأساس و كذا معرفة أوقات المتابعة و

بمعية من تتم المتابعة بالإضافة إلى معرفة مدى اهتمام المبحوثين بإخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي و أي المواقع أكثر اهتماما للطلبة .

يكن محتوى المحور الثاني في الدوافع و الأسباب التي تنجم عن متابعة الطلبة للبرنامج و ذلك من خلال محاولة معرفة أي الميزات التي تلفت انتباه المبحوثين أكثر في البرنامج و ما يقدمه من مشاركين و أصوات و مواهب و غيرها.

أما المحور الثالث فتمثل في انعكاسات متابعة البرنامج على قيم الطلبة الجامعيين من خلال ما يقدمه من مضامين و قيم ، و كذا محاولة معرفة أي القيم التي يسعى لتقديمها للجمهور العربي من خلال السلب و الإيجاب مقارنة مع مبادئ و قيم المجتمع العربي المحافظ.

محور البيانات الشخصية و اشتمل هذا المحور على الأسئلة التقليدية التي تطرح في مثل هذه الأبحاث ، أي الجنس ، السن ، الحالة العائلية و المستوى الجامعي..

(ب)-الأساليب الإحصائية المستخدمة :

مقاييس النزعة المركزية :

- المتوسط الحسابي : يعتبر الوسط الحسابي من أكثر الأساليب الإحصائية استخداما في مجال العلوم الإدارية ، حيث يستخدم في مجالات عديدة لوصف الظواهر و المشاهدات.. يتم استخراج الوسط الحسابي عن طريق إيجاد مجموع قيم المشاهدات و من ثم قسمة النتائج على عدد المشاهدات.(محمد عبيدات ،

محمد أبو نصار ، عقلة مبيضين ، 1999 ، ص : 122)

\*النسبة المئوية : و التي يتم حسابها من خلال : التكرار x 100 / مجموع التكرارات

المحور الأول: البيانات الديموغرافية

جدول 01: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	24	23,5%
أنثى	78	76,5%
المجموع	102	100%

يوضح هذا الجدول بعد فحص البيانات لمتغير الجنس الطاهرة بالجدول أن 24 مفردة بنسبة 23.5% من مفردات العينة من جنس الذكور ، فيما بلغ عدد الإناث 78 مفردة بنسبة 76,5% و يتبين من خلال البيانات متابعة الطلبة لهذا البرنامج ، و أيضا نجد نسبة الإناث تمثل أعلى نسبة بـ76,5% وذلك راجع للتخصص الذي تقصده الإناث أكثر من الذكور، بالإضافة إلى هذا النوع من هذه البرامج الذي يستهدف جنس الإناث أكثر من الذكور.

جدول 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

الفئة	التكرار	النسبة
[24-19]	88	86,3%
[29-25]	14	13,7%
[30- فما فوق]	00	00%
المجموع	102	100%

يوضح الجدول التالي خصائص العينة ، من خلال تحليل بيانات لمتغير السن ، أن الفئة العمرية من 19-24 هي الأكثر متابعة لبرنامج و ذلك بنسبة 86,3% و بتكرار 88 ، و يليها الفئة الثانية من 25-29 سنة و الممثلة بنسبة 13,7 % و بتكرار 14 ، أما الفئة الثالثة من 30 سنة فما فوق فقد كانت نسبتها معدومة و ذلك لعدم مصادفتنا لأي عينة من هذه الفئة العمرية .

جدول 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية

الحالة العائلية	التكرار	النسبة
أعزب	99	1,97%
متزوج	03	2,9%
مطلق	00	00%
المجموع	102	100%

يوضح الجدول الآتي خصائص العينة المدروسة من خلال تحليل متغير الحالة الاجتماعية نلاحظ أن نسبة العزاب كانت بـ 97,1 % ما يقابلها تكرار 99 مفردة من أصل 102 ، و يليها نسبة المتزوجين بـ 2,9 % بتكرار 03 ، أما الفئة الثالثة لحالة المطلقين فقد كانت معدومة و ذلك لعدم وجود مصادفة لهذه العينة ، و تبين لنا أن أغلبية مجتمع البحث الذي أجريت عليه الدراسة من حالة العزاب و ذلك لفتوة مجتمع البحث .

جدول 04: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي

النسبة	التكرار	المستوى الجامعي
47,1%	48	سنة ثانية إعلام
24,5%	25	سنة ثالثة اتصال وعلاقات عامة
10,8%	11	أولى ماستر
17,6%	18	ثانية ماستر
100%	102	المجموع

يوضح الجدول الآتي خصائص العينة المدروسة ، بعد تحليل لمتغير المستوى الجامعي ، نلاحظ أن أفراد العينة ذو المستوى ثانية إعلام و اتصال بنسبة 47,1 % ، و يليها مستوى ثالثة اتصال و علاقات عامة بنسبة 24,5 % ، و يليها سنة ثانية ماستر بنسبة 17,6 % ، وتليها في الأخير مستوى أولى ماستر بنسبة 10,8 % ، و نلاحظ من خلال ذلك أن السنة ثانية إعلام و اتصال هي الفئة الطاغية على عينة الدراسة.

المحور الثاني: عادات و أنماط متابعة الطلبة الجامعيين للبرنامج

جدول 05: يوضح نسبة متابعة الطلبة للبرنامج

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
نعم	89	87,3%	0,872
لا	13	12,7%	0,127
المجموع	102	100%	1

يوضح الجدول الآتي نسبة متابعة الطلبة الجامعيين لبرنامج ، و تشير نتائج الجدول إلى أن أكثر أفراد العينة يتابعون البرنامج و ذلك بنسبة 87,3% ، و و النسبة المتبقية و المتمثلة في 12,7% لا يتابعون باهتمام أكثر البرنامج .

جدول 06 : يوضح نسبة المتابعين الأوفياء للبرنامج

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
نعم	55	53,9%	0,54
لا	47	46,1%	0,46
المجموع	102	100%	1

يوضح الجدول الآتي أن أكثر من نصف أفراد العينة يتابعون البرنامج و ذلك بنسبة 53,9% و يعتبرون من المتابعين الأوفياء للبرنامج و تمثل نسبة 46,1% الأفراد المتابعين للبرنامج بصورة عادية .

جدول 07 : يوضح المواسم التي لم تتم فيها المتابعة للبرنامج من طرف الطلبة الجامعيين

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
الموسم الأول	27	26,5%	0,265
الموسم الثاني	20	19,6%	0,196
الموسم الثالث	15	14,7%	0,147
المجموع	62	60,8%	0.61

يوضح الجدول الآتي المواسم التي لم يتابع فيها المبحوثين البرنامج و انطلاقا من تفسير النتائج نلاحظ أن الموسم الأول بنسبة 26.4% هو الموسم الذي لم تتم فيه المتابعة من قبل الطلبة بنسبة

كبيرة ، و يرجع ذلك لعدة تفسيرات من بينها عدم شهرة البرنامج في بدايته الأولى ، و يليه الموسم الثاني بنسبة 19.6% كموسم لم يلقى متابعة كبيرة من طرف الطلبة ، و يليه الموسم الثالث بنسبة معتبرة مقارنة بالموسم الأخرى و التي قدرت ب 14.7% ، و يفسر ذلك بالشهرة و الصدى التي اكتسبها البرنامج بعد الموسمين الأول و الثاني و المتابعة و الاهتمام الذي حظي به من قبل المشاهد العربي في الآونة الأخيرة ، في حين نجد أن 40 من الأشخاص المبحوثين لم يجيبوا على السؤال ، و ذلك يفسر بأنهم شاهدو البرنامج في كل مواسمه الثلاث.

**جدول 08 : يوضح أوقات متابعة الطلبة الجامعيين للبرنامج**

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
وقت البث المباشر	60	58,82%	0,59
وقت الإعادة	42	41,17%	0,42
المجموع	102	100%	1

يوضح الجدول الآتي أوقات المتابعة للبرنامج من قبل الطلبة و قد أظهرت النتائج أن نسبة 58,82% من المبحوثين يتابعون البرنامج أثناء وقت البث المباشر، و تمثلت النسبة المتبقية و التي قدرت بـ 41,17% أن المبحوثين يفضلون متابعة البرنامج أثناء وقت الإعادة .



جدول 09 : يوضح بمعية من يتابع الطلبة البرنامج

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
بمفردك	25	%24,5	0,245
مع العائلة	65	%63,72	0,6372
مع الأصدقاء	12	%11,76	0,1176
المجموع	102	%100	1

يوضح الجدول الآتي أن نسبة كبيرة من المبحوثين يتابعون البرنامج مع أفراد العائلة و ذلك بنسبة %63,72 نظرا لان محتوى البرنامج عائلي ذو طبع ترفيهي ، و تليها نسبة %24,5 من مجموع أفراد العينة يتابعون البرنامج بمفردهم و يرجع ذلك إلى بعض خصوصيات الشباب الجامعي ، و يليه في الأخير مجموعة الطلبة الجامعيين الذين يتابعون البرنامج مع الأصدقاء و التي تمثلت بنسبة %11,76، يرجع تفسير هذه النتائج إلى أن متابعة البرنامج من قبل الطلبة يعود للبيئة المحيطة بهم كالأسرة و الذي من شأنه أن يثيرهم كما نجد أيضا تأثير الأصدقاء يظهر بشكل جلي أكثر من الأسرة أحيانا ، كذا نوعية البرنامج الذي يثير اهتمامهم و يدفعهم الفضول لمتابعته.

جدول 10 : يوضح مدى متابعة الطلبة لإخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
نعم	58	%56	0,56
لا	44	%44	0,44
المجموع	102	%100	1

يوضح الجدول الآتي نسبة متابعة المبحوثين لأخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث بينت النتائج إلى تأكيد معظم أفراد العينة لمتابعة البرامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي و ذلك بنسبة 56% ، و يرجع ذلك لتطور وسائل الأعلام التكنولوجية لنقل الأخبار عبر الوسائط المتعددة ، و تمثلت النسبة المتبقية و المقدرة بـ 44% من مجموع أفراد العينة كفاءة لا تهتم بمتابعة أخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

**جدول 11:** يوضح الموقع أكثر اهتماما لمتابعة أخبار البرنامج من طرف الطلبة الجامعيين

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
الفيس بوك	37	36,2%	0,362
تويتر	12	11,7%	0,117
انستغرام	13	12,7%	0,127
يوتيوب	37	36,2%	0,362
موقع القناة	3	2,9%	0,29
المجموع	102	100%	1

يوضح الجدول الآتي متابعة أخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي و الموقع الذي يلقي الاهتمام الكبير من قبل المبحوثين ، و قد بينت النتائج أن موقع الفيس بوك و يوتيوب هما اللذين يحتلان المرتبة الأولى بنسبة 36,2% و يرجع ذلك لشهرة الموقعين في المجتمع العربي و الأكثر استخداما من طرف الطلبة الجامعيين في متابعة آخر المستجدات و الأخبار للبرنامج ، و يليه في المرتبة الثانية موقع انستغرام بنسبة 12,7% كموقع يثير الطلبة الجامعيين لمعرفة آخر أخبار البرنامج ، أما في المرتبة

الثالثة فقد جاء موقع تويتر بنسبة معتبرة قدرت بـ 11,7% ، و أخيرا في المرتبة الرابعة فقد حل موقع القناة بنسبة 2,9% كنسبة ضعيفة لمعرفة أخبار البرنامج من قبل الطلبة الجامعيين ، عموما ترجع هذه الإجابات والنتائج المختلفة إلى اختلاف طرق البحث و المواقع الأكثر اهتماما و استقطابا و شهرة التي تستهوي الطلبة الجامعيين لمعرفة أخبار البرنامج .

**جدول 12:** يوضح أوقات متابعة أخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
الصباح	5	5,1%	0,51
المساء	25	25,5%	0,255
السهرة	72	70,58%	0,7058
المجموع	102	100%	1

يوضح الجدول الآتي أوقات متابعة أخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، و قد أظهرت النتائج إلى أن وقت السهرة هو أكثر الأوقات لمتابعة أخبار البرنامج و الذي احتل المرتبة الأولى بنسبة 70,58% ، و يليه فترة المساء في المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ 25,5% كوقت يتابع فيه الطلبة الجامعيين أخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، و احتلت فترة الصباح المرتبة الثالثة بنسبة 5,1% من مجموع الأوقات الثلاث المذكورة سلفا ، و يمكن تفسير هذه الإجابات المختلفة إلى أن فترة السهرة هي فترة الراحة بالنسبة لأغلب المجتمعات و التي من خلالها يمكنه الخوض و البحث في عالم الانترنت ، أما بالنسبة للفترة المسائية فهي فترة ما بين العمل و الراحة و التي اتسمت بالتذبذب ، أما بالنسبة لضعف نسبة متابعة أخبار البرنامج في الفترة الصباحية فيفسر ذلك إلى أنها فترة عمل و ينقص فيها الاهتمام بهذه المواضيع .

المحور الثالث: الدوافع و الحاجات من وراء متابعة الطلبة الجامعيين للبرنامج

جدول 13: يوضح دوافع الطلبة الجامعيين نحو متابعة البرنامج

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
التسلية و الترفيه	51	%50	0,50
لأنه برنامج من نوعية مميزة و جديدة	12	%11,8	0,118
لمتابعة المشتركين الجزائريين	29	%28,4	0,284
من اجل مناقشة الأصدقاء في أحداث البرنامج	3	%2,9	0,29
لاكتشاف عالم الشهرة و النجومية في فن الغناء	7	%6,9	0,69
المجموع	102	%100	1

يوضح الجدول الآتي الدوافع من وراء متابعة الطلبة للبرنامج و نلاحظ من خلال النتائج المترتبة عن هذا السؤال أن أغلبية الطلبة الجامعيين يتابعون البرنامج من اجل دافع التسلية و الترفيه و ذلك بنسبة 51% ، و يرجع ذلك حيث نجد أن طلاب الجامعات يلجئن إلى متابعة هذا النوع من البرامج الترفيهية و ذلك بغية الترويح عن النفس و التخفيف من القلق و التوتر الذي يعانيه طوال اليوم في حياتية الاجتماعية ، و يليه الدافع الثاني و المتمثل في متابعة المشتركين الجزائريين و الذي قدر بنسبة 28,4% ، و يفسر ذلك بالغيرة عن الوطن هو من يدفعهم لمتابعة البرنامج ، أو ما يسمى بحب الانتماء ، يليه الدافع الثالث و المتمثل في انه برنامج من نوعية مميزة والذي تمثلت بنسبة 11,8% ، حيث نجد أن هذا النوع من البرامج الجديدة يستخدم أساليب و تقنيات جديدة لجذب و استقطاب المشاهد العربي المثقف و هذا ما يتفق مع خصائص الشباب الجامعي و يثير اهتمامهم و يشبع فضولهم.

جدول 14 : يوضح الحاجات المميزة للبرنامج

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
الاستوديو	8	7,8	0,78
الحكام	24	23,5	0,235
الجمهور	17	16,7	0,167
المشاركين	53	51,96	0,5196
المجموع	102	100	1

يوضح الجدول الآتي الحاجات الأكثر لفتا للانتباه و المميزات التي تميز البرنامج ، و قد جاءت فئة المشاركين بنسبة 51,96% كميزة لفتت انتباه المشاهد العربي من خلال ما يقدمه المشاركون من أداء ووصلات غنائية فأصبح المشاركون بذلك لب البرنامج ، و جاءت في المرتبة الثانية فئة الحكام بنسبة قدرت بحوالي 23,5% و التي تبرز مكانة الحكام الأربع لدى المشاهد العربي و هم الأكثر شهرة حتى من المشاركين أنفسهم من خلال ما يقدمونه من نصائح للمشاركين و تحكيمهم المميز للمتنافسين ..، أما الفئة الثالثة الملفتة للانتباه للبرنامج فتمثلت في الجمهور و الذي قدر بنسبة 16,7% حتى يحظى الجمهور بمكانة مرموقة أيضا للمشاهد العربي للنكهة التي يضيفها للبرنامج من خلال الأهازيج و التصفيقات و إثارة و تشجيع المشاركين و زيادة حماسهم لتقديم الأفضل، أما الفئة الرابعة فتمثلت في الاستوديو بنسبة 7,8% حيث يعد استوديو البرنامج من بين الاستوديوهات الأكثر تطورا و إثارة مقارنة باستوديوهات بعض البرامج العربية الأخرى .

جدول 15 : يوضح مدى إعجاب الطلبة الجامعيين بالبرنامج و المشاركة فيه

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
نعم	12	11,76	0,176
لا	90	88,23	0,8823
المجموع	102	100	1

يوضح الجدول الآتي أن أغلبية المبحوثين لا يرغبون المشاركة في البرنامج كمشاركين ، وذلك بنسبة 88,23% مقابل نسبة 11,76% يرغبون في ذلك ، و يفسر هذا بان أغلبية الطلبة الجامعيين بحكم الوعي و الثقافة التي تميزهم عن غيرهم من فئات المجتمع الأخرى لا يودون المشاركة في هذا البرنامج و ذلك راجع لعدة معطيات و خصوصيات منها مجموعة القيم الدينية و الخلقية و الاجتماعية للمجتمع العربي.

جدول 16:مدى اهتمام الطلبة الجامعيين بالمشاركين و محاولة تقليدهم

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
نعم	17	16,66	0,17
لا	85	83,33	0,83
المجموع	102	100	1

يوضح الجدول الآتي أن نسبة 83,33% لا يقلدون معجبيهم من المشاركين مقابل 16,66% يحاولون تقليدهم ،و يمكن أن نفسر هذا بعدة عوامل من بينها خصوصيات المجتمعات العربية و الرقابة

التي تفرضها بعض العائلات ، بالإضافة إلى التنشئة الاجتماعية و ضوابط و عادات و قيم المجتمعات المحافظة .

جدول 17: يوضح الحاجات الأكثر إثارة للاهتمام في البرنامج

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
-اللباس	11	10,7	0,107
-الصوت الغناء	69	67,6	0,676
-الأزياء و الموضة	17	16,7	0,167
-قصص الشعر	5	4,9	0,5
المجموع	102	100	1

يوضح الجدول الآتي الحاجات التي تميز البرنامج عن غيره و تشير اهتمام المشاهد حتى جاء في المرتبة الأولى فئة الصوت و الغناء بنسبة 67,6% ، و ذلك لان البرنامج في محوره يعتمد على الصوت و الغناء و هو ما يثير أكثر اهتمام المشاهد، و تليها فئة الأزياء و الموضة بنسبة 16,7% كفئة أثارت اهتمام متتبعي البرنامج من قبل المبحوثين ، أما الميزة الثالثة التي أثارت الاهتمام بالبرنامج فتمثلت في اللباس بنسبة 10,7%، أما قصص الشعر فقدرت بنسبة 4,9% من مجموع الحاجات الأكثر إثارة للاهتمام في البرنامج .

المحور الرابع : الآثار الناتجة عن متابعة الطلبة للبرنامج

جدول 18: يوضح مضمون البرنامج و علاقته بالقيم الإسلامية

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
نعم	18	17,64	0,1764
لا	84	82,35	0,8235
المجموع	102	100	1

يوضح الجدول الآتي مدى ملائمة مضمون البرنامج مع قيم المجتمع العربي و الإسلامي ، و قد أظهرت النتائج أن مضمون البرنامج لا يتناسب مع القيم الدينية للمجتمع العربي و بنسبة كبيرة تمثلت ب 82,35% مقابل نسبة 17,64% من المبحوثين يرون أن مضمون هذا البرنامج يتناسب عموما مع قيم مجتمعنا العربي.

جدول 19 : يوضح مدى مطابقة البرنامج بالصورة العربية للبرنامج الأصلي

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
نعم	80	78,43	0,784
لا	22	21,56	0,215
المجموع	102	100	1

من خلال الجدول الآتي يبرز لنا أن نسبة 78,43% يرون أن هذا البرنامج مأخوذ بالصورة الغربية في حين أن نسبة 21,56% من المبحوثين يرون أن هذا البرنامج ليس مأخوذ بصورة غربية ، و يمكن



القول هنا أن هذا البرنامج ذو طبعة غربية في مصدره و هو بمثابة صورة مستنسخة عن البرنامج الأصلي.

جدول 20 : يوضح الصورة الذهنية المكونة لدى الطلبة الجامعيين عن البرنامج

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
بمعنى إن البرامج الغربية أحسن من العربية	32	31,37	0,33
التقديم الإعداد المونتاج و الإخراج	12	11,8	0,14
فكرة البرنامج الجديدة في استقطاب اكبر عدد من المشاهدين	36	35,3	0,41
المجموع	80	78,44	1

يوضح الجدول الآتي نتائج الصورة الذهنية التي تكونت لدى المشاهد العربي من خلال متابعة هذا البرنامج و عن مدى رؤية هؤلاء حول فكرة البرنامج بخصوص انه مأخوذ بصورة غربية ، إذ أظهرت النتائج أن 35,3% يرون أنذاك يرجع لفكرة البرنامج الجديدة في استقطاب اكبر عدد من المشاهدين و الحصول على اكبر نسبة متابعة ، في حين أن 31,37% يرون أن ما تقدمه البرامج الغربية أحسن مما تنتجه البرامج العربية ، فيما يرى البعض الأخر والمتمثل بنسبة 11,8% أن السبب في ذلك راجع إلى أساسيات البرنامج و هي التقديم والمونتاج و الإعداد و الإخراج ، في حين أن نسبة 21,56 لم يجيبوا على السؤال لأنه لا يعني المبحوثين الذين أجابوا ب (لا)

جدول 21: يوضح أهم القيم السلبية التي يقدمها البرنامج في نظر الطلبة الجامعيين

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
الاختلاط بين الجنسين	19	18,6	0,186
ضعف الوازع الديني	14	13,7	0,137
طمس الهوية العربية و تشجيع الثقافة الغربية	28	27,5	0,275
اللباس غير المحتشم	19	18,6	0,186
إهمال اللغة السليمة و التركيز على اللغة الأجنبية	17	16,7	0,167
التشجيع على إثارة الغرائز	5	4,9	0,49
المجموع	102	100	1

يوضح الجدول أعلاه القيم السلبية لبرنامج حسب إجابات المبحوثين ، حيث أشارت نسبة 27,5% من الإجابات إلى أن البرنامج في محتواه يعد بمثابة طمس للهوية العربية و تشجيع الثقافة الغربية ، ونجد أن نسبة 18,6% من الإجابات يرون أن البرنامج ذو قيم سلبية تؤدي إلى الاختلاط بين الجنسين و هذا اللباس غير المحتشم ، و نلاحظ أن مثل هذه القيم السلبية صارت تحاكي المجتمع العربي في الآونة الأخيرة ، في حين نجد نسبة 16,7% من الإجابات يرون أن هذا البرنامج أدى لإهمال اللغة السليمة و التركيز على اللغة الأجنبية ، و هو ما نلاحظه خلال متابعتنا للبرنامج التخلي عن اللغة العربية الفصحى السليمة و التعامل باللغات الأجنبية المختلطة و ليست حتى السليمة منها ، أما نسبة 13,7% من الإجابات فيرون أن هذا النوع من البرامج يؤدي إلى ضعف الوازع الديني و هو التخلي عن الشريعة الإسلامية و المبادئ و القيم وهو من شأنه أن يبعدنا عن تعاليم السمحاء لديننا الحنيف ، و تظهر نسبة

4,9% من الإجابات التي ترى بعضهم أنها تشجع على إثارة الغرائز و خاصة لدى الشباب ذو الشخصية الضعيفة ممن اتخذوا الغرب وكرا لتقليدهم و إتباع ما يقومون به.

جدول 22: يوضح أهم القيم الإيجابية التي يقدمها البرنامج في نظر الطلبة الجامعيين

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
تطوير المواهب الغنائية للمشاركين	34	33,3	0,34
ربط العلاقات بين مختلف الدول من خلال ممثليهم	27	26,5	0,27
اكتساب لهجات مختلفة	16	15,7	0,16
تلبية حاجيات و رغبات الشباب كالمتعة	15	14,7	0,15
التشجيع على إنتاج برامج مشابهة	10	9,8	0,1
المجموع	102	100	1

يوضح الجدول أعلاه القيم الايجابية التي يقدها البرنامج ، إذ تشير النتائج على أن نسبة 33,3% من إجابات المبحوثين يرون أن هذا البرنامج يهدف إلى تطوير المواهب الغنائية للمشاركين من خلال التدريب و كذا الاحتكاك بكبار الفنانين من حكام و مدربي البرنامج من شأنه أن يطور المواهب الغنائية لهؤلاء المشاركين ، و نجد أيضا أن نسبة 26,5% من إجابات المبحوثين يرون أن هذا النوع من البرامج يهدف إلى ربط العلاقات بين مختلف الدول العربية من خلال ممثليهم ، وهو عبارة عن الصداقات التي تتشكل بين المشاركين أثناء تواجدهم في البرنامج من شأنه أن يعزز أواصر الأخوة و المحبة بين مختلف المشاركين من مختلف الدول العربية ، أما نسبة 15,7% من الإجابات فيرون انه من خلال البرنامج سيكتسب المشاركون عدة لهجات مختلفة من أشقائهم من الدول العربية و الذي من شأنه أن يسهل عملية التواصل بينهم أثناء الحوار و المتابعة الغناء ، في حين أن نسبة 14,7% يرون انه يهدف إلى تلبية

حاجيات و رغبات الشباب كالمتمتع و الترويح عن النفس و الضغوط اليومية ، و أخيرا فتمثلت نسبة 9,8% من إجابات المبحوثين و اللذين يرون أن الشهرة التي اكتسبها هذا البرنامج من شأنها أن تشجع على إنتاج برامج مشابهة و التحلي عن فكرة التقليد الغربي.

**جدول 23:** يوضح أي من القيم الإيجابية و السلبية التي يركز البرنامج على تقديمها

البيانات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
الإيجابية	39	38,2	0,39
السلبية	63	61,76	0,617
المجموع	102	100	1

يوضح الجدول الآتي باختصار القيم التي يتضمنها البرنامج ، حيث نجد أن 61,76% من إجابات المبحوثين يرون أن البرنامج يتضمن قيم سلبية أكثر في المقابل نجد أن 38,2% يرون أن البرنامج يحتوي على قيم ايجابية.

تحليل السؤال 24: و الذي جاء على شكل سؤال مفتوح أردنا من خلاله معرفة الآراء المختلفة للطلبة حول هذا البرنامج و ما يقدمه من مضامين متعددة ، انطلاق من البيئة التي نشأ و تربي فيه الفرد حيث اختلفت وجهات النظر حول هذه الأفكار بين الجنسين و بين مختلف الفئات العمرية التي صادفناها ، فمنهم من يرى أن مثل هذا النوع من البرامج لا تصلح بتاتا مع مجتمعاتنا المحافظة فهي لا تراعي الخصوصية في كل ما تبثه أو تروج له فعادات و تقاليد التي نشأنا عليها تتنافى مع محتوى هذه البرامج ، في حين نجد فئة قليلة من المبحوثين ترى عكس ذلك حيث يرون أن هذا من البرامج صار شيا عاديا في نظرهم و من شأنه أن يضيف نوعا من المرح و الترفيه على المشاهد العربي ، ربما تختلف الإجابات

حول هذا الموضوع لكن يبقى لكل فرد رأي حول ذلك انطلاقاً من الواقع المعاش و المستوى الفكري و الثقافي.

جدول 24 : يوضح العلاقة بين متغير السن و بمعية من يتابع المبحوثين البرنامج

Total	بمعية من يتابع المبحوثين البرنامج			السن
	الأصدقاء	أفراد الأسرة	بمفردك	
88	9	57	22	[19-24]
14	3	8	3	[25-29]
102	12	65	25	Total

تبين نتائج الجدول أعلاه العلاقة بين متغير السن و بمعية من يتابع أفراد العينة البرنامج ، إذ تشير إلى أن أغلبية الطلبة الجامعيين بنسبة 57 % في الفئة العمرية ما بين (19-24) يتابعون البرنامج مع أفراد العائلة ، و هو ما يوحي بان البرنامج ترفيهي اجتماعي ، و 22 % منهم يتابعون البرنامج بمفردهم ، أما 9% فيتابعونه مع الأصدقاء ، في حين كانت نسبة 8 % في الفئة العمرية ما بين (25-29) أيضا يتابعون البرنامج مع أفراد أسرهم ، و 3 % يتابعون البرنامج سواء بمفردهم أو مع أصدقائهم ، أما فئة ما فوق سن 30 فلم تصادفنا بتاتا هذه الفئة خلال توزيع الاستمارة.

جدول 25: يوضح العلاقة بين متغير السن و الأوقات المفضلة لدى المبحوثين في تتبع أخبار

البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي

السن	أوقات متابعة أخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي			Total
	الصباح	المساء	السهرة	Total
[19-24]	4	19	65	88
[25-29]	1	6	7	14
Total	5	25	72	102

يبين الجدول الآتي أن هناك علاقة بين متغير السن و متابعة المبحوثين لأخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، إذ تشير النتائج إلى 65% من أغلبية أفراد العينة الذين تمتد أعمارهم ما بين

(19-24) يفضلون متابعة أخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي في السهرة ، و 19 %منهم يتابعون أخبار البرنامج في المساء ، في حين 4 %يتابعون أخبار البرنامج في فترة الصباحة ، أما الذين تمتد أعمارهم مت بين (25-29) ف 7 %منهم هم أيضا يتابعون أخبار البرنامج في فترة السهرة ، كل ذلك يفسر بان أغلبية المبحوثين يفضلون وقت السهرة في متابعة أخبار البرنامج عبر النت كوقت ملائم يناسب الأغلبية لأنه يعد وقت راحة و فراغ للجميع من طلبة الجامعات.

جدول 26: يوضح العلاقة بين متغير الجنس و الميزات الملفتة للانتباه أكثر في البرنامج

Total					الجنس
Total	المشتركين	الجمهور	الحكام	الاستوديو	البيانات
24	10	7	5	2	ذكور
78	43	10	19	6	إناث
102	53	17	24	8	Total

أظهرت نتائج الجدول أعلاه أن أغلبية الإناث و بنسبة 43 %أن ما يلفت انتباههم أكثر في البرنامج هم المشتركين ، و ما يفسر ذلك شغف متتبعي البرنامج بممثلي بلدانهم في البرنامج و هو ما يلفت انتباه الجميع و يدفعهم نحو المشاهدة ، في حين كانت نسبة 10%من الذكور هم أيضا كان من بين المميزات التي لفتت انتباههم أكثر في البرنامج ميزة المشتركين ، و منه نلاحظ أن الإجابة عن السؤال لدى كلى الجنسين في فيما يثير الانتباه أكثر في البرنامج متقاربة .

جدول 27 : يوضح العلاقة بين متغير الحالة العائلية و الحاجات المثيرة للاهتمام أكثر في البرنامج

الحالة العائلية	الحاجات المثيرة أكثر للاهتمام في البرنامج				Total
	اللباس	الصوت	الموضة	قصات الشعر	Total
أعزب	11	67	16	5	99
متزوج	0	2	1	0	3
Total	11	69	17	5	102

يوضح الجدول الآتي إلى أن 67% من العزاب يرون أن ما يثير الانتباه أكثر في هذا البرنامج هو الصوت ، و ما يفسر ذلك أساسا لب البرنامج (أحلى صوت) ، يليه 16% يصير اهتمامهم الأزياء و الموضة المقدمة في البرنامج ، و يليه 11% يجذب اهتمامهم طريقة اللباس المتنوعة في البرنامج ، و 5% يرون انق صات الشعر و أنواع الحلاقة المختلفة هي ما تثير اهتمامهم ، أما بالنسبة لحالة المتزوجين من أفراد العينة ، فنجد أن 2% يثير اهتمامهم أكثر في البرنامج الصوت ، و 1% للموضة و الأزياء ، من خلال هذا نستنتج أن اغلب المبحوثين في دراستنا هذه هم من فئة العزاب ، حيث قدر عددهم ب 99 ، و 3 من المتزوجين ، في حين لم نصادف أي من حالة الطلاق في هذه الدراسة.

**جدول 28:** يوضح العلاقة بين متغير المستوى الجامعي و مدى ملائمة البرنامج مع قيم المجتمع العربي

الإسلامي

Total	ملائمة البرنامج مع القيم العربية و الإسلامية		
Total	لا	نعم	المستوى الجامعي
48	39	9	سنة ثانية
25	21	4	ثالثة سنة
11	9	2	أولى ماستر
18	15	3	ثانية ماستر
102	84	18	Total

يبين الجدول الآتي العلاقة بين مستوى الطلبة الجامعيين و رأيهم حول مضمون و ملائمة

البرنامج لقيم المجتمع العربي المحافظ ، إذ أشارت النتائج أن أغلبية المبحوثين و بمختلف مستوياتهم

يرون أن مضمون البرنامج لا يتوافق مع القيم الإسلامية ، حيث نجد أن 39% من طلبة السنة ثانية

يرون أن البرنامج لا يتوافق مع القيم العربية الإسلامية ، أما 21% من طلبة السنة الثالثة ، و 15% من

طلبة السنة ثانية ماستر ، و 9% من طلبة السنة أولى ماستر ، يرون نفس الشيء بان مضمون البرنامج

غير مطابق لقيم مجتمعاتنا ، أما عن الذين أجابوا ب (لا) و يرون أن مضمون البرنامج يتوافق مع القيم

الإسلامية فكانت بنسب ضعيفة ، حيث قدرت بنسبة 9% من طلبة السنة ثانية ، و 4% من طلبة السنة

ثالثة ، و 3% من طلبة السنة ثانية ماستر ، و 2% من طلبة سنة أولى ماستر ، نستنتج من خلال هذا أن أغلبية مختلف مستويات أفراد العينة يرون أن مضمون هذا البرنامج لا يتوافق بتاتا مع القيم الدينية و الإسلامية.

جدول 29 : يوضح العلاقة بين متغير الجنس و ما يركز البرنامج على تقديمه من قيم

الجنس	القيم التي يركز البرنامج على تقديمها		
	الإيجابية	السلبية	Total
ذكور	9	15	24
إناث	30	48	78
Total	39	63	102

بينت نتائج الجدول أعلاه رأي الجنسين حول مل يركز البرنامج على تقديمه من قيم ايجابية أو سلبية ، حيث نجد أن 48% من الإناث يرون أن البرنامج يركز على تقديم القيم السلبية ، في حين 30% منهم يرون عكس ذلك ، أما بالنسبة للذكور فان 15% منهم يرون أيضا أن البرنامج يقدم قيما سلبية و 9% منهم يرون أن البرنامج يسعى لتقديم قيم ايجابية ، و من خلال نتائج البحث نلاحظ أن البرنامج في معظمه يركز على القيم السلبية أكثر من الايجابية.

### معامل الصدق و الثبات ALPHA

جدول 30: معامل الصدق و الثبات للاستبيان

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha(a)	N of Items
-,094	19

a The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

نلاحظ من خلال الجدول التالي لمعامل الصدق و الثبات ( Cronbach's Alpha ) أن للاستبيان مصداقية

و ذلك لأن النتيجة 0,94 ذو نسبة كبيرة و قريبة من 1 .



## 5- عرض و تحليل نتائج الفرضية الأولى

حسب ما أدلت به نتائج الدراسة حسب مجال الأسئلة من 5 إلى 11 و المتعلق بعادات و أنماط المشاهدة للبرنامج من طرف الطلبة ، حيث نجد في الجدول 5 بان معظم الطلبة يتابعون البرنامج و ذلك بنسبة 87,3% مما يدل على المتابعة باهتمام و الإقبال من طرف الطلبة ، أما الجدول 6 فيبين معدل المتابعة من قبل أوفياء البرنامج والتي قاربت نسبة 52,9% ، في حين يبين الجدول 7 المواسم التي لم تتم فيها المتابعة من بين المواسم الثلاث للبرنامج حيث أن الإجابات أظهرت بان الموسم الأول هو الموسم الذي لم تتم فيه المتابعة بكثرة و ذلك بنسبة 43,5% و يرجع ذلك ربما لعدم شهرة البرنامج في بداياته الأولى ، و عن الجدول 8 فقد أشار إلى أوقات متابعة البرنامج و كانت إجابة الأغلبية بأنهم يتابعون البرنامج أثناء وقت البث المباشر و ذلك راجع إلى الإثارة و المتعة للبرنامج أثناء وقت البث ، و يشير الجدول 9 إلى بمعية من تكون متابعة البرنامج و أظهرت النتائج إلى الأغلبية من الطلبة يتابعون البرنامج مع أفراد العائلة و ذلك بنسبة 64,4% و ذلك يرجع إلى نوعية البرنامج ، أما الجدول 10 يبين مدى متابعة أخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي و قد قاربت النتيجة 55,44% مما يدل على اهتمام جمهور الطلبة بتصفح أخبار البرنامج عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، و كذا يظهر الجدول 11 أي المواقع التي تثير اهتمام الطلبة أكثر في متابعة أخبار البرنامج ، و قد جاء موقع الفاييس بوك و تويتر أولاً بنسبة 36,3% مما يفسر شهرة و كذا استخدام الموقعين من طرف الطلبة الجامعيين ، أما الجدول 12 يبين أوقات متابعة أخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة و أظهرت إجابات المبحوثين بان وقت السهرة هو الأكثر تصفحاً لهذه المواقع و ذلك بنسبة 69,4% و يعد هذا الوقت هو الأنسب لأنه وقت راحة و معظم الطلبة يتفرغون لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي .

## 6- عرض و تحليل نتائج الفرضية الثانية

يوضح هذا التساؤل الحاجات الدوافع من وراء متابعة الطلبة الجامعيين للبرنامج و ذلك بامتداد مجموعة من الجداول من 13-17 ، حيث يمثل الجدول 13 الدوافع التي تكمن وراء متابعة الطلبة للبرنامج ، حيث أجاب اغلب الطلبة بدافع التسلية و الترفيه و ذلك بنسبة 40,98% مما يفسر كون البرنامج ترفيهي ، أما الجدول 14 فيبين الحاجات و المميزات أكثر لفتا للانتباه في البرنامج و بينت النتائج أن ما يلفت أكثر انتباه جمهور المتابعين من الطلبة هو إعجابهم و هوسهم بالمشاركين ، و هذا ما يبين مكانة المشتركين داخل البرنامج ، أما الجدول 15 فيبرز لنا مدى الإعجاب بالبرنامج و المشاركة فيه من قبل المبحوثين ، حيث أشارت النتائج إلى أن اغلب متابعي البرنامج لم يدفعهم الإعجاب بالبرنامج للمشاركة فيه و ذلك بنسبة 88%، فالإعجاب بالبرنامج لا يعني بالضرورة المشاركة فيه ، و يشير الجدول 16 إلى مدى اهتمام الطلبة الجامعيين بمشتركي البرنامج و إمكانية تقليديهم ، حيث كانت اغلب إجابات الطلبة ب عدم التقليد و ذلك بنسبة 83,3% و يمكن تفسير ذلك بالمستوى الثقافي و الفكري التي تملكه هذه الفئة من المجتمع، أما الجدول 17 فيبين المميزات الأكثر إثارة للاهتمام في البرنامج التي تكون أحيانا دافعا من وراء المتابعة و قد أجاب اغلب الطلبة بان ميزة الصوت و الغناء هي الأكثر إثارة و ذلك بنسبة 67,6% و هو ما يعد لب البرنامج و مضمونة و ما يجسد عنوانه أعلى صوت.

## 7- عرض و تحليل نتائج الفرضية الثالثة :

يوضح هذا التساؤل الانعكاسات و الآثار المترتبة من وراء متابعة البرنامج على قيم الطلبة الجامعيين ، فقد بين لنا الجدول 18 محتوى البرنامج و مدى تطابقه مع قيم الدين الإسلامي إذ بينت اغلب النتائج أن مضمون هذا البرنامج لا يتوافق مع قيم ديننا السمحاء و ذلك بنسبة 83% و ذلك بالعودة إلى عادات و تقاليد المجتمعات العربية المحافظة و التي لا يمكن أن تتناسب مع ما يقدمه هذا البرنامج من قيم لا تمت بصلة إلى الدين الإسلامي الحنيف ، أما الجدول 19 فيظهر لنا الصورة الذهنية للبرنامج المأخوذ بصورة غربية حيث كانت اغلب إجابات المبحوثين بان البرنامج مأخوذ بصورة غربية

بنسبة قاربت 78,4% مما يدل على أن البرنامج ليس سوى نسخة أمريكية ، و كذا يشير الجدول 20 إلى السبب حول إقبال الجمهور على هذا النوع من البرامج حيث كانت الإجابة الأكثر تداولاً هي حول فكرة البرنامج الجديدة في استقطاب أكبر عدد من المشاهدين و هو ما يبين السعي وراء تقديم الأفضل و الأجود لكسب أكبر نسبة مشاهدة ، في حين يبرز الجدول 21 القيم السلبية التي يحتويها البرنامج ، و قد كانت إجابة الطلبة متمثلة أكثر في أن البرنامج ذو قيم سلبية تسعى لطمس الهوية العربية و تشجيع الثقافة الغربية ، و هو ما نلاحظه مؤخراً في مجتمعنا العربي أو ما يسمى بالتقليد الأعمى الذي طغى جلياً على الشباب العربي في أغلب مناحي الحياة ، أما الجدول 22 فيبرز القيم الإيجابية التي يتضمنها البرنامج حيث نجد أن جمهور المتابعين من الطلبة يرون أن البرنامج يسعى لتطوير المواهب الغنائية للمشاركين ، حيث نلاحظ فعلاً أن البرنامج يسعى لصقل هذه المواهب و تدريبها ..أما الجدول 23 فيبين لنا أي القيم التي يتضمنها البرنامج أكثر، و قد كانت إجابة المبحوثين في أن البرنامج يقدم قيم سلبية أكثر منه إيجابية و ذلك بنسبة قاربت 59,8% مما يبين لنا أنه بالرغم من أن محتوى البرنامج الترفيهي الذي يسعى لتطوير هذه المواهب إلا أنه لا يخلو من قيم سلبية تتنافى مع قيم مجتمعاتنا العربية المحافظة التي تنبذ الاختلاط .

### 8- نتائج الدراسة المتوصل إليها

- يتابع الطلبة الجامعيون باهتمام برنامج "ذو فويس" و خاصة جنس الإناث منهم و ذلك بسبب شغفهم بالبرنامج و إعجابهم بما يقدمه المشتركون خاصة .
- يواظب اغلب الطلبة الجامعيون المتابعين للبرنامج في مشاهدته أثناء السهرة و في وقت البث المباشر
- يهتم اغلب أفراد العينة بمتابعة أخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، كما يثير اهتمامهم أكثر موقع الفيس بوك و تويتر لمتابعة مستجدات البرنامج و حيثياته.
- بينت الدراسة أن اغلب الطلبة الجامعيين يتابعون البرنامج بدافع متابعة المشتركين الجزائريين و كذا تحفيزهم و تشجيعهم.
- لقد تبين من خلال الدراسة أن معظم أفراد مجتمع البحث يدركون بمدى تنافي مضمون البرنامج مع قيم المجتمع العربي المحافظ ، و انه ليس إلا صورة غريبة مستنسخة.
- كما أوضحت الدراسة أن البرنامج في محتواه يركز على تقديم قيم سلبية أكثر منها ايجابية ، و ذلك بالعودة إلى قيم و عادات و تقاليد و الهوية العربية المسلمة .

خاتمة

### خاتمة:

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة معالجة إحدى الظواهر الجديدة في الساحة الإعلامية العربية و هي برامج تلفزيون الواقع العربي و علاقاتها بالشباب العربي و الفئة المثقفة منهم (الطلبة) ، من خلال معرفة مدى أثر هذا النوع من البرامج الفنية و الترفيهية على القيم الاجتماعية و الخلقية التي نشأ عليها الفرد العربي ، إن اختيار الشباب (الطلبة) لم يكن اعتباطيا في هذه الدراسة ، بل لعدة أولويات أهمها أن هذه الفئة هي الأكثر نوعا و كما في المجتمع العربي سواء ديموغرافيا ، إبداعيا ، اجتماعيا و اقتصاديا و هي المستهدفة بالخصوص من طرف الغرب ، تعد أيضا الهيمنة الإعلامية الغربية سببا في تحول دول العالم الثالث إلى فئة مستهلكة و مجبرة على الاستهلاك لا أكثر لهذه المضامين الإعلامية، حيث لم يقتصر الأمر على الاستيراد فقط بل امتد إلى محاكاة و تقليد هذه الأفكار و التخلي عن المبادئ و القيم و الثقافات العربية الأصلية.

و هو ما يتجلى بوضوح في برامج تلفزيون الواقع العربي ، حيث أثرت هذه الأخيرة على قيم الشباب العربي و أدت إلى طمس الهوية العربية و نشر الثقافة الغربية ، كما يرى البعض أنها تروج للقيم الإباحية و نبذ القيم الاجتماعية العربية المحافظة ، في حين يرى الطرف الآخر أن هذه البرامج أضافت طفرة نوعية للإعلام العربي ، حيث تسعى لتبني موضوعات ثقافية كالشعر و الغناء و الرسم و الاقتصاد ، و اكتشاف المواهب ، و تقييم الذكاء و تطوير المهارات الفردية ، و تعزيز ثقافة الإقضاء ، و نشر روح الأخوة و التسامح بين الجنسين .

ربما تختلف وجهات النظر حول هذا الموضوع ، لكن ما يتجلى بوضوح هو أن برامج تلفزيون الواقع العربي ليست سوى انصهار للإعلام العربي ضمن بوتقة العولمة الثقافية و هو ما سيشكل تهديدا للقيم و الثقافات العربية مستقبلا لذا بات من الضروري توفير إمكانيات و معدات قنوات اتصال من شأنها أن تواكب تطور تكنولوجيا وسائل الإعلام الجديدة و بذلك يمكن التخلي و الابتعاد عن المضامين الغربية و

إنتاج مضامين ثقافية موجهة للشباب العربي من شأنها أن تعزز من فرص التواصل معه و تنمية مهاراته و زيادة انتمائه إلى وطنه.



# قائمة المراجع



### قائمة المراجع:

- 1- القرآن الكريم.
- 2- احمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية جامعة الجزائر ، ط 4 ، 2010. الجزائر.
- 3- أسامة ظافر كباره، محمد منير سعد الدين (برامج التلفزيون و التنشئة التربوية و الاجتماعية للأطفال) دار النهضة العربية ، ط 1 ، 2003 ، بيروت ، لبنان.
- 4- بداني فؤاد ، م عبد الحافظ عواجي صلوي ، أسامة بن مساعد المحيا ، نظريات التأثير الإعلامية ، 2008.
- 5- عاطف عدلي العبد، تصميم و تنفيذ استطلاعات الإعلام الرأى العام و الأسس النظرية و النماذج التطبيقية، د.ط،دار الفكرة العربي ، 2003 ، القاهرة.
- 6- عبد الرحمان عزي ، ممدوح محمد المشمشي ((فضائيات العربية و الهوية الثقافية)) نحو الإعلام الهادف في القرن الحادي و العشرين ، جامعة الشارقة، ط 1 ، 2010 الإمارات العربية المتحدة.
- 7- عبد الله فتحي الظاهر و علي أحمد خصر المعماري (( أثر القنوات الفضائية )) في القيم الاجتماعية و السياسية ، قناة الشرقية عين العالم على العراق أنموذجا دراسة في النقد و التحليل ، دار غيداء ، ط 1 ، 2014 ، عمان الأردن.
- 8- عبد الله محمد شريف ، مناهج البحث العلمي ، دليل الطالب في كتابة الأبحاث و الرسائل العلمية ، جامعة الفاتح الجماهيرية العظمى ، مكتبة الإشعاع للطباعة و النشر و التوزيع، 1996 ، الإسكندرية، مصر.

## قائمة المراجع

9- عدنان عوض ، مناهج البحث العلمي ، الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة ، د.ط ، 2008 ، القاهرة مصر .

10- عمار بوحوش ، و محمد محمود الذنبيات ، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية 2010-2011،الساحة المركزية - بن عكنون -الجزائر، طه،

11- محمد عبيدات ، محمد أبو نصار ، عقلة مبيضين ، منهجية البحث العلمي ،كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية،الجامعة الأردنية، دار وائل للنشر ،1999 ، عمان .

### مذكرات:

1- السعيد بومعيزة ، أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات -دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام و الاتصال من 2006/2005 بجامعة الجزائر كلية العلوم السياسية و الإعلام قسم علوم الإعلام و الاتصال و تتمحور الدراسة حول اثر وسائل الإعلام على قيم و سلوكيات الشباب في منطقة البلدية.

2- عزري آمال، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال للباحثة بعنوان برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية و تأثيرها على قيم و سلوكيات المراهقين ،برنامج ستار أكاديمي على قناة lbc ، 25 جانفي 09 ماي 2008 ،نموذجا دراسة ميدانية في منطقة ولاية سكيكدة.

### مجالات:

1-مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية - جامعة الوادي ، العدد الرابع - جانفي 2014.

2-حسين عماد مكايي ، مجلة ، الشباب العربي ، تلفزيون الواقع و مخاطره على الشباب ، د.ط ، جامعة القاهرة.

## قائمة المراجع

---

مواقع الانترنت:

يوم <http://www.mbc.net/ar/corporate/about-us.html> وقت الزيارة 20:12 يوم  
(.2016/02/07  
( <https://ar.wikipedia.org/wiki> .وقت المتابعة 20:55 يوم 2016/02/07 )

الملاحق



جامعة قاصدي مرباح ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية  
قسم علوم الإعلام و الاتصال  
ماستر تكنولوجيا الاتصال الجديدة  
مذكرة بعنوان

برامج تلفزيون الواقع العربي و أثرها على قيم الطلبة الجامعيين  
برنامج **The voice** بالنسخة العربية أنموذجا  
دراسة استطلاعية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة ورقلة

## استمارة استبيان

أخي(ة) الطالب (ة) ....

في إطار انجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر ، نضع بين أيديك أخي(ة) الكريم هذا الاستبيان الذي يحوي مجموعة من العبارات. نرجو منك الإجابة بكل صراحة وذلك بوضع علامة (x) في الخانة التي تنطبق عليك دون أن تنسى أيا من هذه العبارات مع العلم أن إجابتك ستحظى بالسرية التامة ولا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي، ونشكر مسبقا على تعاونك معنا.

تحت إشراف الأستاذ :

حمایمی محرز

من إعداد الطالبین :

صندالی إسماعیل

صندالی مسعود

الموسم الجامعي 2015/2016

## البيانات الشخصية :

الجنس :  ذكر  أنثى

السن : من [19-24]  [25-29]  [30 فما فوق...]

الحالة العائلية:  أعزب  متزوج  مطلق

المستوى الجامعي: سنة ثانية إعلام  سنة ثالثة علاقات عامة  سنة أولى ماستر  سنة ثانية ماستر

## المحور الأول: عادات و أنماط متابعة جمهور الطلبة لبرنامج The voice

1- هل أنت من متتبعي برنامج The voice على قناة MBC  نعم  لا

2- هل من المتابعين الأوفياء لبرنامج في كل موسمه ؟  نعم  لا

إذا كانت الإجابة ب " لا "

اذكر المواسم التي لم تتابعه فيها

موسم 1  موسم 2  موسم 3

3- هل تواظب على أوقات متابعة برنامج The voice ؟

وقت البث المباشر  وقت الإعادة

4- مع من تتابع برنامج The voice

بمفردك  مع أفراد الأسرة  مع الأصدقاء

5- هل أنت من متتبعي إخبار البرنامج على مواقع التواصل الاجتماعي  نعم  لا

إذا كانت الإجابة ب " نعم "

ما هو الموقع الذي يثير اهتمامك أكثر؟

الفيس بوك  تويتر  انستغرام  يوتيوب  موقع القناة

6- ما هي الأوقات التي تتابع فيها أكثر أخبار البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

الفترة الصباحية  المسائية  السهرة

## المحور الثاني : دوافع مشاهدة الطلبة لبرنامج The voice

1- ما الذي يدفعك لمتابعة هذا البرنامج ؟

- التسلية و الترفيه  لأنه برنامج من نوعية مميزة و جديدة
- لمتابعة المشتركين الجزائريين  من اجل مناقشة الأصدقاء في أحداث البرنامج
- لاكتشاف عالم الشهرة و النجومية في فن الغناء
- 2- ما الذي يلفت انتباهك أكثر في البرنامج ؟
- الأسطوديو  الحكام  الجمهور  المتشاركين
- 3- إعجابك بالبرنامج هذا هل دفعك يوما للمشاركة فيه ؟ نعم  لا
- 4- اهتمامك و شغفك بأحد المتنافسين المميزين هل دفعك لتقليده مثلا ؟ نعم  لا

### المحور الثالث :انعكاسات برنامج The voice على قيم الطلبة .

- 1- في رأيك هل يتناسب مضمون برنامج The voice مع قيم مجتمعنا العربي و الإسلامي؟  
نعم  لا
- 2- هل تعتقد إن برنامج The voice مأخوذ بصورة غريبة ؟  
نعم  لا
- إذا كانت الإجابة ب "نعم"
- بمعنى إن البرامج الغربية أحسن من العربية
- التقديم الإعداد المونتاج و الإخراج
- فكرة البرنامج الجديدة في استقطاب اكبر عدد من المشاهدين
- 3- في رأيك ما هي أهم القيم السلبية التي يعتمدها برنامج The voice؟
- الاختلاط بين الجنسين
- الإثارة الجنسية
- ضعف الوازع الديني
- طمس الهوية العربية و تشجيع الثقافة الغربية
- اللباس غير المحتشم
- إهمال اللغة السليمة و التركيز على اللغة الأجنبية
- 4- في رأيك ما هي أهم القيم الايجابية لبرنامج The voice؟
- تطوير المواهب الغنائية للمتنافسين
- ربط العلاقات بين مختلف الدول من خلال مثليهم

-اكتساب لهجات مختلفة

-تلبية حاجيات و رغبات الشباب كالمتعة

- التشجيع على إنتاج برامج مشابهة

5- ما الذي يثير اهتمامك أكثر في البرنامج؟

اللباس  الصوت الغناء  الأزياء و الموضة

قصات الشعر

6-برأيك هل يركز البرنامج على تقديم القيم الايجابية أكثر ام السلبية

.....؟

.....

7-عموما كيف تقيم برنامج **The voice** بناءا على القيم التي نشئت عليها

.....؟

.....

.....