



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
جامعة 08 ماي 1945. قالمة  
كلية الحقوق و الآداب و العلوم الاجتماعية  
قسم: العلوم الإنسانية.  
تخصص: علوم الإعلام و الإتصال  
مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس - LMD -

بعنوان:

## دور التلفزيون في التوعية الأسرية

إشراف الأستاذ:

حموش عبد الرزاق

من إعداد الطالبة:

❖ بلخن رضا

❖ قحام محمد ياسين

❖ بوسته صونية

السنة الجامعية: 2010-2011

# شكر و عرفان

يقول الله تعالى في سورة الرحمن: "الرحمن، علم القرآن، خلق الإنسان علمه البيان" صدق الله العظيم.

نشكر الله العلي العظيم القائل في كتابه في سورة ابراهيم "لئن شكرتم لأزيدنكم" ،

نشكره شكر الشاكرين على نعمه و توفيقه لنا في إعداد هذا العمل و الذي لولاه لما استطعنا شيء. فالحمد لله الذي أنعم علينا نعمة العلم و وفقنا في إنجاز هذا العمل المتواضع. وصلي اللهم و سلم على سيدنا محمد و على آله و صحبه اجمعين .

"من لم يشكر الناس لم يشكر الله"، نتقدم بشكراتنا الخالصة الى الأستاذ "هموش عبد الرزاق" الذي تفضل بالإشراف ومتابعة مسار هذا البحث حتى وصوله الى ما هو عليه الآن.

و نتوجه بشكر خاص الى أستاذنا الكريم "محبوبي رفيق" الذي لطالما كان قدوة لنا.

ويملي علينا واجب الاعتراف بالفضل و الشكر لكل من اعاننا في إنجاز هذا العمل نتوجه بالشكر الجزيل الى بوعشة محمد، بولكرطوس لياس و هشام، عوامري علاوة طياب العياشي، لوفول رضوان، بلواد ساسي، ذغمان خير الدين، شادي سالم، بوحديد أحمد، شاوي سفيان، قباي أمين، أوجاني أمين، عباس زين الدين، و كل حي 8 مارس و كل من ساهم معنا من قريب أو بعيد.

**رضا و محمد ياسين**

# اهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

"وقننى ربك أن لا تعيدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا "

وقال رسول الله صلى عليه وسلم "...أمك ثم أمك ثم أمك ثم أبوك "

■ أهدي هذا العمل الى:

"أمي"

التي رأني قلبها قبل عينيها و حفظتني أحشاؤها قبل يديها  
أهدي ثمار جهدي إليها فالعيش ماضي فأكرم والديك به - والأم أولي بالإكرام  
والإحسان- إلى ينبوع الرحمة ، الى التي لم تبخل علي يوما بدعواتها ، الى امي  
سعاد التي أحبها أكثر من نفسي.

"أبي"

أهدي ثمار جهدي الى ابي الذي علمني و رباني ولم يبخل علي يوما بدعمه، حفظه  
الله وأطال في عمره.

"جدتي"

أحب و أعز و أعلى إنسانة على قلبي جدتي.

"أخوتي"

■ آمال، نسيمة، كريم.



رضا

# إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

"وقضى ربك أن لا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا "

وقال رسول الله صلى عليه وسلم " ...أمك ثم أمك ثم أمك ثم أبوك "

■ أهدي هذا العمل الى:

**"أمي"**

التي رآني قلبها قبل عينيها و حفظتني أحشاؤها قبل يديها  
أهدي ثمار جهدي إليها فالعيش ماضي فأكرم والديك به - والأم أولي بالإكرام  
والإحسان- إلى ينبوع الرحمة ، إلى التي لم تبخل علي يوما بدعواتها ، إلى أمي  
رشيدة التي أحبها أكثر من نفسي.

**"أبي"**

أهدي ثمار جهدي إلى أبي جمال الذي علمني و رباني ولم يبخل علي يوما بدعمه،  
حفظه الله وأطال في عمره.

**"جدي و جيتي"**

العزیز " بوزرنة " رحمه الله و اسكنه فسيح جنانه و العزیزة " العانس "

**"أخوتي"**

■ شمس الدين.

■ إلى خالتي زهيرة و زكية و ربيحة، و أعمامي و عماتي بلقاسم و صر هودة،  
وكل من محمد العربي و ديدين و فيصل.



محمد ياسين

# اهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

"وقضى ربك أن لا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا "

■ أهدي هذا العمل الي:

روح أبي الحبيب الذي لا يزال يحيى في قلبي.

"أمي"

التي راني قلبها قبل عينيها و حفظتني أحشاؤها قبل يديها  
أهدي ثمار جهدي إليها فالعيش ماضي فأكرم والديك به - والأم أولي بالإكرام  
والإحسان- إلى ينبوع الرحمة ، إلى التي لم تبخل علي يوما بدعواتها ، إلى أمي التي  
أحبها أكثر من نفسي.

"أجداني"

إلى جدي و جدتي رحمهم الله و أسكنهم فسيح جنانه، اللداني أحبها كثيرا .



صونية

الفهـرس

## فهرس المحتويات

01.....	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.
03.....	1- الإشكالية:
05.....	2- الفرضيات .
06.....	3- تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة.
06.....	3-1- مفهوم التوعية.....
06.....	3-2- مفهوم الأسرة .
08.....	3-3- مفهوم التأثير:.....
08.....	3-4- مفهوم التلفزيون:.....
10.....	4- الدراسات السابقة: .....
10.....	4-1- دراسات بينت أهمية التلفزيون عند الأفراد: .....
10.....	4-2- دراسات بينت تأثير التلفزيون على الأسر. ....
	الفصل الثاني : التلفزيون و الأسرة.
12.....	تمهيد .
12.....	المبحث الأول: نظرة عامة عن التلفزيون.....
12.....	1- نشأة التلفزيون و تطوره .
15.....	2- ايجابيته .
17.....	3- سلبياته .
18.....	4- الخصائص الإعلامية للتلفزيون.....
19.....	4-1- أبعاد المرئي و الحركي و السمعي:.....
20.....	4-2- قدرة ائتلفزيون على الالتقاء بالجمهير:.....
21.....	4-3- قدرة التلفزيون على التكرار:.....
22.....	المبحث الثاني: مزايا التلفزيون و تأثيراته .
22.....	1-1- انمصداقية و المقدرة على الإقناع .....
23.....	1-2- السرعة في نقل الأخبار و الأحداث: .....
23.....	1-3- مجانية الخدمة: .....
24.....	1-4- تغيير أنماط الترفيه و التسلية الجماعية: .....

- 24.....1-5- سعة الانتشار: .....
- 24.....1-6- القدرة على التحديث و المتابعة.....
- 25.....1-7- تعدد مصادر التغذية التلفزيونية: .....
- 25.....1-8- التأثير الادماني للتلفزيون: .....
- 26.....2-مجالات تأثير التلفزيون.....
- 26.....2-1 التأثير في الرصيد المعرفي:.....
- 27.....2-2 التأثير في المواقف و الاتجاهات: .....
- 28.....2-3 تأثير التلفزيون على الفرد:.....
- 28.....2-4 تأثير التلفزيون على الجماعة: .....
- 29.....2-5- تأثير التلفزيون على المجتمع: .....
- 29.....3- البث التلفزيوني و أثاره على الأسرة:.....
- 32.....4- استخدام التلفزيون من طرف الأسرة.....
- الفصل الثالث: علاقة التلفزيون بالتوعية
- 35.....المبحث الأول: الإعلام و التوعية:.....
- 35.....1- تعريف التوعية: .....
- 36.....2- فلسفة الإعلام و تشكيل الوعي الاجتماعي:.....
- 38.....3- وسائل الإعلام و التوعية:.....
- 41.....المبحث الثاني : التلفزيون و التوعية.....
- 41.....1- ابرز نظريات وسائل الإعلام .....
- 42.....2- التلفزيون و مساهمته في تشكيل التوعية.....
- 43.....3- التلفزيون و أثره في التغيير الاجتماعي: .....
- 45.....4- التلفزيون و التوعية في العالم الثالث:.....
- الفصل الرابع: الفصل الميداني و المنهجي:
- 48.....أولا : منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات.....
- 48.....1- المنهج المستخدم:.....
- 48.....2- أدوات جمع البيانات:.....
- 50.....ثانيا : مجالات الدراسة : .....
- 50.....1- المجال المكاني: .....



50.....2- انمجال الزماني :

50.....3- العينة.....

51.....ثالثا : تحليل البيانات :

67.....رابعا :نتائج الدراسة.....

خاتمة

الملاحق

قائمة المصادر و المراجع

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
51	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
51	توزيع أفراد العينة حسب السن	02
52	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	03
53	بالتوعية الأسرية	04
54	ببروز وسائل الإعلام	05
55	بمدى تأثير الوسائل	06
55	بمشاهدة التلفزيون	07
56	عدد ساعات المشاهدة اليومية	08
57	البرامج التي نشاهدها	09
57	نوعية البرامج التي نشاهدها	10
58	التأثر بنوعية معينة من البرامج	11
59	المساعدة التي تقدمها البرامج في التوعية الأسرية	12
59	مدى الإقبال المتلقي للبرامج	13
60	التوعية التي خلقتها البرامج التلفزيونية حسب أفراد العينة	14
61	حول ما إذا كان التلفزيون مؤسسة اجتماعية ذات تأثيرات معينة	15
62	إمكانية الاعتماد على التلفزيون لتوعية الأسرة	16
62	الوسائل الأخرى التي تؤدي دور التوعية الأسرية إلى جانب التلفزيون	17
63	مدى التماس درجة الوعي في الأسرة بسبب مشاهدتها للتلفزيون	18
64	حول ما إذا كان هناك تنافس مع الأسرة حول برامج تلفزيونية توعوية	19
64	مدى مراعاة التلفزيون لاحتياجات الأسرة	20
65	البرامج التي يمكن اقتراحها في التلفزيون للاستفادة منها	21
66	أهم البرامج التي ترى بأنها تؤدي الدور التوعوي	22

# المقدمة

تعد الأسرة تعتبر الأسرة النواة الأساسية لمختلف المجتمعات ووحدة مركزية في الاجتماع البشري ، إذ من مميزات هذه الوحدة القيام بمختلف الوظائف الأساسية اللازمة لتلبية حاجيات أفرادها ، غير أن مظاهر التغير داخل الأسرة أخذت تتعدد من حيث البناء و الوظيفة، و لعل ما يبرر لنا التأثر التكنولوجي على الأسرة بصورة مباشرة و هو عملية التصنيع و ظهور وسائل إعلامية مختلفة مثل : الراديو ، الانترنت ... و من جملة هذه الوسائل يعتبر التلفزيون بمثابة نافذة إعلامية يطل منها الفرد على العالم الخارجي الشيء الذي قد يجعلنا نعتبره احد معجزات العصر الحالي في ميدان الإعلام و الاتصال بل و يمكن القول انه يفوق وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى أهمية .

و لعل أهم المميزات التي جعلت التلفزيون يحتل مكانة مرموقة بين وسائل الاتصال الأخرى هو التزاوج الذي أحدثه بين الصورة و الصوت و الحركة و اللون .  
و في العلاقة المتبادلة بين التكنولوجيا و الإنسان تتولد أشكال الاستبدال الوظيفي و بمعزل عن نوع الوظائف التي تؤديها التقنيات المبتكرة حديثا، أو تلك التي تم تطوير أدائها فان التكنولوجيا و بكونها تحل مكان النشاط الإنساني ما تلبث أن تصبح جزءا لا يتجزأ من البيئة الإنسانية لا يمكن التنازل عنها في مرحلة ما .  
و في هذا الحال يستحق التلفزيون كتفنية أولا و وسيلة اتصال جماهيرية ثانيا شيئا من الانتباه لما أحدثه من انقلاب كبير مع البيئة و الأحداث ، و الحديث هنا لا يدور حول المضامين بل حول التلفزيون كوسيلة و كوسيط مع البيئة ، و مع العالم الخارجي .  
و نظرا لما تعانيه الأسر و العلاقات الأسرية من تزعزع بسبب ظاهرة التنازع حول مشاهدة التلفزيون ، جاءت دراستنا تحت عنوان : "دور التلفزيون في التوعية الأسرية " و من الأسباب التي كانت وراء اختيار هذا الموضوع الرغبة الذاتية في دراسته و أهميته التي تتجسد في خطورة الظاهرة ، و ما لها من آثار سلبية على الأسرة و على مستوى علاقات الأفراد ببعضهم خاصة إذا وصلت مشاهدة الفرد للتلفزيون حد الإدمان، كذلك دراسة علاقة التأثير و التأثر بين الأسرة و التلفزيون ، و في هذا الصدد تمحورت دراستنا حول أربعة فصول:

**الفصل الأول :** فصل تمهيدي حددنا فيه الإشكالية أسباب ،تحديد المفاهيم والدراسات السابقة.  
**الفصل الثاني :** تعرضنا أولا : نظرة عامة عن التلفزيون من نشأته و تطوره ايجابياته  
وسلبياته و ثانيا الخصائص التي تميز من مزايا و مجالات التأثير و كذلك الدور الذي يلعبه  
في الأسرة من خلال طريقة استخدامه.

**الفصل الثالث :** و في هذا الفصل تحدثنا على العلاقة بين التلفزيون و التوعية ،حيث تطرقنا  
أولا إلى الإعلام و التوعية و ثانيا إلى التلفزيون و التوعية.

**أما الفصل الرابع :** فكان الفصل التطبيقي الذي تناولنا في الإجراءات المنهجية للبحث  
و فيه تم التعريف بالمنهج المستخدم للدراسة و الأدوات المعتمدة في الدراسة الميداني  
و في الأخير العينة و تحليل البيانات و تفسيرها.

# الفصل الأول

## الإطار العام للدراسة

1- الإشكالية.

2- الفرضيات.

3- تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة

4- الدراسات السابقة

## 1- الإشكالية

أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية وما تقدمه من مادة إعلامية الغذاء اليومي لكل إنسان ففي ظل ثورة الاتصالات و المعلومات التي يشهدها عالم اليوم تعاضم الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام و التكنولوجيا المتقدمة ، حيث قاربت أجزاء العالم من بعضه البعض و ألغت حدوده السياسية و الجغرافية و الثقافية و لم يعد هناك وجود لإنسان لم يتعرض لأحد هذه الأجهزة ، فأصبح العالم كله بمثابة قرية صغيرة كما يقول " ماكلومان " ، كما أكد أن الإعلام يعد الأداة الوحيدة التي بإمكانها إحداث التغيير المناسب و أداة تواصل بين المجتمع السنلي و العالم الخارجي و يشكل دورا هاما في إحداث التغيير في السلوك و القيم و كلما كان الإعلام مقنعا و تميزت موضوعاته بالنزاهة و الموضوعية و الصدق كان تأثيره كبيرا على الأفراد و الأسرة بصفقتها الخلية الأساسية في المجتمع و توجيههم توجيها صحيحا للتخلي عن السلبيات و نظرا للأهمية التي يكتسبها الإعلام في وقتنا الحاضر فقد أصبح يشكل مجالا خصبا للبحوث و الدراسات العلمية ، كما لهذا القطاع (الإعلام) من تأثير و تأثير بالمجتمع ، كونه لا يعيش بمعزل عن النشاطات التي يعرفها المجتمع .

و في ضوء ما تعرفه وسائل الإعلام و الاتصال من ثورة حقيقية نجد التلفزيون الذي يعتبر أهم ما أفرزته ثورة الاتصالات و المعلومات باقتحامه لأسوار أهم خلية في المجتمع و هي الأسرة التي تعتبر الطرف الأساسي و العام في بناء الفرد لأن صلاح المجتمع و رقيها و تقدمها لا يكون إلا بإصلاح الأسرة و أفرادها . و لم يكن التلفزيون في بداياته خلال الثلاثينات سوى حادث تكنولوجي و نتيجة لاختراع بث و تلقي الإشارات حيث لم يكن يعرف الإعلاميون بعد كيف يستخدمونه ، لكن تغيرت الأوضاع منذ ذلك الحين فأصبح وسيلة إعلامية جماهيرية تمارس تأثيرا لا مثيل له على حياتنا اليومية .

و يشكل النصف الثاني من عقد الثمانينات تحولا مهما للتلفزيون و انقلابا كليا و نوعيا للوسيلة سواء ذلك "جهاز التلفزة" أو محتوى " البرامج و الطريقة التي



باتت تصل بها إلى البيوت " فقد استغرق اثنان أو ثلاثة عقود حتى دخلت الألوان إلى التلفزيون و تنوعت محطاته.

و قد تفتنت الأمم لهذه الأهمية و عملت من أجل تطويرها و ما تركيز الأمريكيان عليها إلا دليل لذلك حيث تجد رئيسهم روزفالت يصرح لطلبة معهد الإعلام قائلا : " إذا أردتم المجد لأمريكا ، فعليكم بوسائل الإعلام خاصة التلفزة " فهم يعتبرونه القوة الضاربة (١)

لكن مع تطور و تعقد الحياة الاجتماعية و دخول التلفزيون و ما يقدمه من برامج مختلفة تقلص دور الأسرة جزئيا فتخلت على الكثير من الأدوار و الوظائف و ألفت بتبعية ذلك إلى جهات أخرى من بينها البرامج التلفزيونية التي دخلت المجال التربوي و التعليمي و أصبحت تؤثر على سلوك الأفراد من خلال جمعها للصوت و الصورة و الحركة و التشويق و المؤثرات المختلفة و قد لعبت هذه البرامج دور كبير في المحافظة على جمع شمل الأسرة أو تفريقها و على تحفظها أو انحلالها. (٢)

فالأسرة جد مهمة في التفاعل العاطفي و الاجتماعي و التربوي لأن لها دور فعال في تنشئة الأجيال إلا أن مع انتشار الفضائيات و الخيارات العديدة التي أدت إلى الحيرة في الاختيار و نشوب مواجهة بين التلفزيون و الأسرة إذ أخذت العلاقة بين أفراد الأسرة شكلا مختصرا بدخول هذا الأخير إلى المنازل و اتساع المساحة الزمنية المخصصة للبحث و أصبح هذا الضيف يفرض نفسه على سهرتنا العائلية و يحاط بالرعاية و الاهتمام منقطع النظير فقد غدا اليوم بلا منازع أقوى وسيلة إعلامية ذات قدرة فائقة على النفاذ إلى كل البيوت و من هنا أصبح التلفزيون ينافس دور الأسرة في التوعية و من هذا المنطلق نتساءل:

### السؤال الرئيسي :

ما هو دور التلفزيون في توعية الأسرة؟.

### التساؤلات الفرعية:

- ما أهمية التلفزيون في المجتمع؟ .

١- عبد الرحمان عدس قطامي: نفس المرجع السابق، ص 83.

٢- إبراهيم عباسي: الطفل و التلفزيون ، في ملقى حول: واقع الأسرة الجزائرية و أفاق ترقيتها : جمعية الإرشاد و الإصلاح، 1997، ص 42.

- ما أثر التلفزيون على الأسرة؟

- هل يساهم التلفزيون بشكل فعال في عملية التوعية؟

## 2- الفرضيات

### \* الفرضية الأولى:

إن حاجة الفرد و المجتمع لوسائل الاتصال وخاصة التلفزيون اليوم أمر واضح الأهمية لقيامها في هذا العصر بوظيفة البحث و إشباع رغبات الأفراد بما يتوافق مع متطلباتهم المعرفية، فهو يشارك مشاركة كبيرة في تكوين اعتقادات الأفراد و البصائر من خلال تقديم المعلومات الوفيرة، و نقل الأفكار و الثقافات الخاصة بالدول الأخرى.

### \* الفرضية الثانية:

لقد ترك التلفزيون أثارا واضحة على الأسرة، من خلال توفير كل الإمكانيات للتغيير و التجاذب و الحيوية، بالتالي لا يقضي على أشكال الملل داخل المنزل. يقلل من المشاحنات و النزاعات الأسرية بسبب اجتماع أفراد الأسرة أمام شاشته، كذلك يقوم بدور آخر فهو يؤثر على الأطفال و ذلك بتوجيههم إلى بعض الأنشطة التربوية التلفزيونية، خلق المناقشة عقب البرامج الهامة لتعزيز المهام الإيجابية.

### \* الفرضية الثالثة :

لقد ساهم التلفزيون بشكل بالغ الأهمية في التوعية الاجتماعية، و ذلك بتوسيع آفاق المواطنين، خلق الشخصية القادرة على فهم الآخرين، تبني نظرة جديدة، القضاء على بعد المسافة و العزلة، كما ساهم في التأثير في المجتمع من خلال ثقافتهم و معتقداتهم و قيمهم و اختياراتهم، أيضا ساهم في استمرار تدفق المعلومات و التي من شأنها إحداث تأثيرات عميقة في التغيير الاجتماعي.

### 3- تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة

#### 1-1 - مفهوم التوعية :

يقصد بالتوعية " **Consciousness** " كمفهوم أنه عبارة عن اتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من إدراك ذاته و إدراك البيئة المحيطة به و الجماعة التي ينتمي إليها كعضو و يذهب " جورج ميد " إلى أن عمليات الاتصال تساعد الفرد على النظر إلى نفسه و القيام بدون الآخرين، و تعتبر عملية الاندماج للآخرين أو تمثل الظروف المحيط شرطاً أساسياً لظهور الوعي (١).

#### 1-2 - مفهوم الأسرة :

تعد الأسرة من أهم المؤسسات الاجتماعية التي يتكون منها البناء الاجتماعي ، ليس لإصلاح الأسرة تعريف و معنى واضحين يتفق عليها العلماء ، من هنا تعددت تعريفات الأسرة بتعدد العلماء و اتجاهاتهم النظرية و الفكرية .  
 " الأسرة في اللغة هي الدرع الحصينة ، و أهل الرجل و عشيرته و تطلق على الجماعة التي يربطها أمر مشترك و جمعها أسر، و جاء في معجم علم الاجتماع أن الأسرة هي عبارة عن جماعة من الأفراد يرتبطون معا بروابط الزواج و الدم و التبني و يتفاعلون معا و قد يتم هذا التفاعل بين الزوج و الزوجة و بين الأم و الأب و بين الأم ، و الأب و الأبناء و تتكون منهم جميعاً وحدة اجتماعية تتميز بخصائص معينة .  
 و يرى الدكتور أحمد زكي بدوي في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية أن الأسرة هي الوحدة الاجتماعية الأولى التي تهدف إلى المحافظة على النوع الإنساني و تقوم على المقتضيات التي يرضيها العقل الجمعي و القواعد التي تقرها المجتمعات المختلفة (٢) .

و في رأي عالم الاجتماع الفرنسي " هنري مندراس " أنه ليس للأسرة معنى واضحاً في اللغة الفرنسية ، حيث يشير هذا المصطلح إلى الأشخاص ( الأب، الأم

١- حسين عبد الحميد رشوان : العلاقات العامة و الإعلام من منظور علم الاجتماع ، محطة الرجل ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1997، ص 248-249.  
 - عبد القادر القصير : الأسرة المتغيرة في مجتمع العربية ، دار النهضة العربية للطباعة و النشر ، بيروت ، الطبعة 2 ، 1999<sup>2</sup> ، ص 33.

الأبناء المرتبطين معا بروابط الدم ، و من هنا فإننا نعني بكلمة أسرة الأشخاص الذين يعيشون في منزل واحد).

و يرى عالم الاجتماع الفرنسي " إميل دوركايم " أن الأسرة ليست ذلك التجمع الطبيعي للأبوين و ما ينبجانه من أولاد على ما يسود الاعتقاد بل أنها مؤسسة اجتماعية و يرتبط أعضاؤها حقوقيا و خلقيا ببعضهم البعض .

و حسب تعريف " أوجبرن و نيمكوف " فإن الأسرة عبارة عن منظمة دائمة نسبيا تتكون من زوج و زوجة مع أطفال أو دونهم أو تتكون من رجل و امرأة على انفراد ضرورة مع ضرورة وجود أطفال و تربط هؤلاء علاقات قوية و متماسكة تعتمد على أواصر الدم و المصاهرة و التبني و المصير المشترك .

و من التعريفات المشهورة للأسرة تعريف كل من " برغس ولوك " ، و أن الأسرة مجموعة من الأشخاص يرتبطون بروابط الزواج أو الدم أو التبني و يعيشون في منزل واحد و يتفاعلون وفقا لأدوار اجتماعية محددة و يخلقون و يحافظون على نمط ثقافي عام. (١)

و من خلال هذه التعاريف المتقاربة و المتشابهة يمكن القول أن كلمة أسرة التي يوجد مقابلها في اللغة الفرنسية كلمة **Family-Famille** في اللغة الانجليزية تعني مجموعة من الأفراد يرتبطون معا بروابط الزواج كالحال بين الزوج و الزوجة و أولادهما غير المتزوجين المقيمون في بيت واحد أو الدم كما الحال بين الأباء و الأبناء و الأقارب أو التبني مثل حال الطفل المتبني و بين أفراد الأسرة و تبعا لكل ذلك فإن الأسرة تعد أهم جماعة أولوية في المجتمع .

و الأسرة في اللغة بما يناسب المراد هنا : هي أهل الرجل و عشيرته .

و في الاصطلاح الشرعي هي الجماعة التي تعد نوات المجتمع، و التي تنشأ عن طريق رابطة زوجية بين رجل و امرأة و يتفرع عنها الأولاد، و تظل ذات صلة وثيقة بأصول الزوجين من أجداد و جدات، و بالحواشي من إخوة و أخوات و بالقرابة القريبة من الأحفاد .

١- عبد القادر القصير: مرجع سبق ذكره، ص 33.

و يجمع المعنيان اللغوي و الاصطلاحي ، مفهوم الحماية و النصره ، و ظهور رابطة التلاحم القائمة على أساس العرق و الدم، و النسب، و المصاهرة و الرضاع .

### 3-1 - مفهوم التأثير :

أ - لغة : يعني الحديث نقله ، فالحديث مأثور أي منقول (١) .  
 أما اصطلاحاً : فالتأثير بعض التغيير الذي يطرأ على متلقي الرسالة الإعلامية ، فقد تلفت الرسالة انتباهه و يدركها ، و قد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة ، أو تعدل من اتجاهات قديمة ، و قد تجعله يتصرف بطريقة أخرى أو يعدل من سلوك سابق .  
 و يعرف أيضاً على أنه : " طريقة إدراك برنامج التلفزيون و «أوك الاستجابة له من خلال المشاهدة، و الأساس في دراسة التأثير هو الملاحظة مثل : تغيرات الوجه، تقلص العضلات أو انبساطها، إلى غير ذلك من الإجراءات السيكولوجية مثل : حذقة العين، و غيرها من أساليب المشاهدة، و قد قسمه بعض العلماء إلى : تأثير ظاهر و تأثير كامن، و آخرون إلى تأثير يهدف القائم بالاتصال إلى تحقيقه، و تأثير لا يهدف إلى تحقيقه .

### ج - التعريف الإجرائي لمفهوم التأثير :

هو مجموع التغيرات التي تطرأ على الفرد ظاهرة في سلوكياته ، فقد يصبح داخل الأسرة منطويا أو حاد المزاج ( سلوك عدواني ) بسبب انفراده بجهاز تلفزيون خاص به أو لعدم توفره على جهاز خاص، مما يخلق مشاكل بينه و بين أفراد أسرته بسبب مشاهدة برنامج ما في حين يريد فرد آخر مشاهدة برنامج آخر، و في نفس الوقت فتحدث مشادات كلامية قد تصل إلى حد الشتم أو الضرب .

### 4-1 - التلفزيون :

يعد التلفزيون من أحدث وسائل الاتصال و الإعلام الجماهيري ، ظهر نتيجة الثورتين المعلوماتية و التكنولوجية، لئنفرد بذلك بنوع خاص من التأثير على اتجاهات و مواقف سلوكيات الجماهير و تتميز هذه الوسيلة من غيرها من الوسائل التي سبقتها أنها جمعت بين الصورة، و الصوت و النص الإعلامي.

١- محمد علي محمد : علم الاجتماع و المنهج العلمي ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، ط 03 ، 1986 ، ص 91 .

و في هذا السياق يمكننا أن نورد بعض التعاريف للتلفزيون كجهاز إخباري طبع عصر التكنولوجيا و المعلومات .

فكلمة تلفزيون **Télévision** مركبة من مقطعين :

**الأول : Télé** و معناها : عن بعد

**و الثاني : Vision** و معناها : الرؤية .

و الكلمة كاملة معناها الرؤية عن بعد (1)

فقد عرف في معجم المصطلحات الإعلامية بأنه : " وسيلة نقل الصوت و الصورة

في وقت واحد بطريقة الدفع الكهربائي ، و هو من أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجمهور لبث برامج معينة " (2) .

و عرفه فريد محمود عزت في القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية بأنه : " جهاز

لنقل الصورة المتحركة مثل ( السينما ) و عرضها كما ينقل الراديو ( الأصوات ) ، و هو

يتكون من جهاز الالتقاط كآلة السينمائية يصور المشاهد فتعكس هذه الصور على لوح من الزجاج المصفر " (3) .

كما اعتبر التلفزيون عند البعض بأنه : " من أهم وسائل الاتصال الجماهيرية المعاصرة

حيث يتفوق عليها جميعا بقدرته على جذب الانتباه و الانبهار و شدة التأثير، فهو يجمع بين

مزايا الإذاعة الصوتية " الراديو" من حيث الصوت ، و مزايا السينما من حيث الصور

و الألوان ، و مزايا المسرح من حيث الحركة. (4)

و قد جاء في معجم المصطلحات الإعلامية " لكرم شبلي " أن " التلفزيون هو

وسيلة من وسائل الاتصال تعتمد على الصوت و الصورة في آن واحد، و من ثم فقد جمعت

1- فضيل دليو: تاريخ وسائل الاتصال، دار أقطاب الفكر، الجزائر، 2007، ص 118 .

2- فضيل دليو: مرجع سبق ذكره، ص 118 .

3- محمود فريد محمود عزت: القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية ( انجليزي ، عربي ) العربي للنشر والتوزيع القاهرة 2001 ص 425.

4- ماجي الحلواني: مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني و الفضائي، علم لكتب، القاهرة، 2002، ص 67

بين خواص الإذاعة المسموعة و خواص الوسائل المرئية ، و المعني نقل الصور و المرئيات عن بعد (١).

نلاحظ فيما سبق من التعاريف التي جاءت حول التلفزيون أنها تركز على أنه وسيلة الإعلام الجماهيرية الوحيدة من بين كل وسائل الإعلام التي جمعت بين الصوت و الصورة و الحركة، التي كانت متفرقة كل ميز وسيلة منفردة ، و هذا ما جعل منه أهم عامل ( وسيلة ) تأثير على مشاهديه و لو بدرجات متفاوتة.

هو عبارة عن جهاز له القدرة على نقل الأخبار صوتا وصورا ، و قد يحدث ذلك في بث مباشر عبر الأقمار الصناعية كما أنه سهل الاستعمال لكل الفئات الاجتماعية و مختلف الأعمار تقريبا.

#### 4-الدراسات السابقة

##### 1-1دراسات بينت أهمية التلفزيون عند الأفراد

إن احد التقارير العلمية في الولايات المتحدة الأمريكية يشير إلى أن خمسة عشرة بالمائة من أفراد عينة بحثه اتجهوا إلى أن التلفزيون أهم مصدر لاستقاء الأخبار الوطنية و العالمية ، و يعتبر التلفزيون الأمريكي أضخم مصدر للأخبار، كما أشارت احد الهيئات أن ثلثي الأمريكيين تقريبا يحصلون على أخبارهم من خلال التلفزيون (٢).

و تؤكد الدراسات و البحوث على أهمية التلفزيون كجهاز إخباري في دول العالم الثالث، فهو يزيد من معرفة ستة و ستون بالمائة من مواطني الدول النامية كما تشير دراسات و البحوث إلى انه يعتبر من أهم مصادر المعرفة بالأخبار (٣).

##### 1-2-دراسات بينت تأثير التلفزيون على الأسر

و من أهم الدراسات و التي تعد في صلب موضوعنا نجد أن الجلوس أمام التلفزيون لساعات طويلة يخلق جوا من البرودة بين أفراد الأسرة و يمنعهم من التفاعل و تأسيس علاقة طبيعية فيما بينهم .

١- كرم شلبي : معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق ، القاهرة ، ط ١ ، 1987 ، ص 603 .

٢- جمال محمد أبو شنب : نظريات الاتصال و الإعلام (المفاهيم المداخل النظرية ، القضايا)، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 2006 ، ص 237.

٣- فحما محمد أبو شنب: مرجع سبق ذكره ، ص 238 .

و أكد الاختصاصي في علم العلاقات بجامعة البرود في غرب "لافييت" بولاية "انديانا" البروفيسور "غلين سباركس" ان بعض أشكال التكنولوجيا مثل الهواتف الخلوية و الرسائل الالكترونية تقوي العلاقات خصوصا بالنسبة للذين تفصل بينهم مسافات طويلة.

و أضاف لكن "الإيمان على مشاهدة التلفزيون يضر بالعلاقات بين الناس و يحرمهم من فرصة اكتساب أصدقاء جدد".



## الفصل الثاني

### التلفزيون و الأسرة

## تمهيد .

المبحث الأول : نظرة عامة عن التلفزيون.

1 - نشأة التلفزيون و تطوره .

2- ايجابيات التلفزيون .

3 - سلبيات التلفزيون .

4- الخصائص الإعلامية التلفزيون.

المبحث الثاني : مزايا و تأثيرات التلفزيون

1 - مزايا التلفزيون و عوامل قوته كأداة إعلامية .

2 - مجالات تأثير التلفزيون .

3- البث التلفزيوني و آثاره المحتملة على الأسرة .

4- استخدام التلفزيون من طرف الأسرة .

تمهيد:

بعد التلفزيون من أبهر الانجازات مما أهله أن يكون فرعاً من فروع التقنية الملازمة للحياة العصرية ، كما أصبح موازياً لكل من الإذاعة و السينما ، من حيث انه أداة تستخدم للتربية و التعليم في شتى المجالات السياسية ، الاقتصادية ، الاجتماعية، ضف إلى أداة التواصل و الوسيلة الإعلامية الأكثر جماهيرية ، و قد توصل إلى ذلك بعد سلسلة من التطورات التقنية و التوسع في الإنتاج (١).

## المبحث الأول : نظرة عامة عن التلفزيون

### 1- نشأة التلفزيون و تطوره

لقد بدأت فكرة نشوء التلفزيون من خلال القاعدة الإعلامية ، نقل الصورة بواسطة تيار كهربائي معين، و ظهرت الفكرة في بدايتها الأولى عند العالم " جوزيف ماي" حيث اكتشف عنصراً يختص في نقل و تحويل القوة الكهربائية إلى صورة.

و في عام 1884 اخترعت الاسطوانة المثقوبة لتركيب الصورة من قبل العالم الألماني " بول نيكو " ، حيث يمكنها تقسيم جسم من الأجسام إلى عناصر تكون في مجموعها صورة من الصور. (٢)

وكانت أول تجربة لبث التلفزيوني من محطة في منتصف القرن التاسع عشر (19) وقد طور هذه التقنية العلمية المهندس الألماني " دي كورن " سنة 1905. (٣)

و في سنة 1915 تنبأ العالم الإيطالي " ماركو ني " باكتشاف التلفزيون المرئي " و كان " جون بيرد " من رواد اختراع التلفزيون و تطوير البث التلفزيوني T.V "VISIBLE" حيث كانت تجربته العلمية الناجحة الأولى سنة 1926 .

١- إدوارد بيسناتي : موسوعة ذاكرة المعارف الثقافية... الاتصال و المواصلات ، المركز الثقافي الحديث للطباعة و النشر ، بيروت ، 2004، ص 45.  
 ٢- فضيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1998 ، ص 146 .  
 ٣- إدوارد بيسناتي: مرجع سبق ذكره ، ص 45.

وفي عام 1927 بدأت الاهتمامات من قبل العلماء بتحويل البث الأسود و الأبيض إلى الملون، كما بدأت التجارب على عمليات نقل الصور سلكيا، وكان نجاحهم مبهرا بإرسال صور تلفزيونية من مدينة إلى أخرى.

وفي عام 1936 تمكن مركز " أليكساندر بلاس " البريطاني من البث التلفزيوني الناجح لساعتين يوميا .

وفي سنة 1939 استطاع "فلاديمير زوريكين" أن يشرح من خلال أحد المعارض العالمية تلفزيونية —هـ ذو النظـام الالكترونيـ المتكامـل. (١) بتصوير الرئيس " ريكي فرانكلين روزلت " وهو يفتح المعرض R.C.A وقامت شركة و نقلت صورته إلى أجهزة الاستقبال التلفزيوني الموزعة في مواقع مختارة من مدينة " نيويورك " ولم يأت شهر فيفري من عام 1940 إلا كانت هناك شبكة تلفزيونية تغطي أجزاء من مدينة " نيويورك " وكذلك بعض من الولاية كلها ، بعد أن نجح الأمريكيون من تحقيق فكرة التقاط الصورة ثم تقويتها وإعادة بثها.

لكن اندلاع الحرب العالمية الثانية عام 1939 أدى شلل في خطوات تطوير التلفزيون في ألمانيا وبريطانيا ، وبعد دخول الولايات المتحدة الحرب عام 1941 توقفت برامج تطويره أيضا في الولايات المتحدة.

أما في الاتحاد السوفياتي فقد بدأ البث التلفزيوني عام 1939 باستيراد معدات أمريكية التي كانت مملوكة لمهاجر أمريكي يهودي من أصل روسي ، رأى أن R.C.A الصنع من شركة يبادر إلى استثمار هذا الاختراع الجديد في موطنه الأصلي فقدم خدماته " لسثالين " الذي رحب بها ، ولكن اندلاع الحرب العالمية الثانية لم يفتح الفرصة لازدهار هذا المشروع ، وبعد الحرب استأنف الاتحاد السوفياتي الخدمة التلفزيونية .

١- عبد الرزاق محمد الدليمي : عولمة التلفزيون ، دار جرير للنشر و التوزيع ، عمان ، ط 2005 ، ص 45

و في عام 1946 سجلت معاونة أمريكية لنفس الغرض ، و كان لدى " ستالين " الكثير مما يعرضه لجماهير الاتحاد السوفياتي للتأكيد على حكمة قراراته و صواب رأيه و قيادته السديدة " فقد كان هدفه من إدخال التلفزيون للاتحاد السوفياتي هدفا سياسيا بحتا .  
لكن بريطانيا و أمريكا لم تتمكن من تجاهل إمكانيات هذه الوسيلة الإعلامية اقتصاديا و مستقبلها الواعد تجاريا .(١)

فلم تلبث الحرب أن وضعت أوزارها حتى عادت برامج تطوير البث التلفزيوني ، و تعميم استخدامها إلى أخذ موقع الصدارة في التخطيط الإعلامي في معسكر الحلفاء بهدف تحقيق مكاسب مالية خيالية من خلال الاستثمار في تصدير معدات الإرسال و أجهزة الاستقبال تجاريا إلى مختلف دول العالم . و في نهاية ذلك العقد و في حوالي 1948 " و بعد التخلص من آثار الحرب اندفعت الشركات الأمريكية و البريطانية بقوة لتقديم الخدمة التلفزيونية الملونة للمشاهدين بشكل عشوائي غير منظم يفنقده أبسط متطلبات التنسيق " ضاربة عرض الحائط بكل القرارات الصادرة عن الجهات الحكومية الرسمية التي لم تستطع السيطرة على سياق التنافس التجاري بين الشركات و أدى ذلك فيما بعد إلى تعدد أنظمة البث التلفزيوني الملون ، لكن انتشار التلفزيون الملون كان بطيئا جدا .

و في سنة 1954 كان ظهور أول تسجيل (فيديوتيب) الذي كان بمثابة حدث تاريخي هام ، لكن شركة (اميكس) أنتجت عام 1956 جهاز " فيديو تيب " ، اكتسح كل ما سبقه و نال شهرة عالمية جعلت الجهاز المستخدم في الغالبية العظمى من محطات التلفزيون في العالم . ثم أطلقت حقبة كانت بمثابة العصر الذهبي في تاريخ تطور التلفزيون ، و تحسين خدماته و برامجه . و معداته من أجهزة تسجيل و إرسال و هوائيات التقاط ، و أجهزة استقبال منزلية ذات وضوح و دقة في عرض الصورة و الصوت .

و اكتسب التلفزيون شعبية واسعة فمند ظهوره تميز بقدرته على جذب انتباه المارة في شوارع نيويورك و ميدينها و كان انبهارهم بقدراته يفوق كل التوقعات .(٢)

<sup>1</sup> - German - Hill, Leslie-P : **Research In Instructional .T.V and Film** , Washington office Education ,1967 ,P73.

<sup>2</sup> - [http // www . WSA T - alhaq . com / modules PIIP name = news and file = article and Sid](http://www.WSAT-alhaq.com/modules/PIIP_name=news_and_file=article_and_Sid) .  
جهاز التلفزيون : 1080 ، 23.03.2011 .

و مع إطلالة الخمسينات ازداد عدد المحطات التلفزيونية من سبعة عشر (17) محطة إلى 45 محطة إرسال و أصبحت الخدمة متوفرة في حوالي 25 مدينة أمريكية و أصبحت التغطية (١) من الشعب الأمريكي %التلفزيونية متوفرة ل60 و ما لبث التلفزيون أن أثبت في عقد الستينات أنه ليس وسيلة للترفيه فقط بل يمكنه أن يكون أداة تعليمية أو ثقافية أو سلاحا إعلاميا دعائيا سياسيا ، كذلك كان له سلبيات كثيرة على الترابط الأسري و المستوى الثقافي و المعرفي ، بعد أن سرق الوقت الذي كانت الأسر تقضيه في لقاء بعضها البعض ، و الوقت الذي كان يمضيه الأفراد في القراءة و المعرفة ، و التلاميذ في المذاكرة و التحصيل العلمي ، و أصبح هو الجهاز الذي نعتمد عليه الأمهات في الهاء الأطفال و تسليتهم حتى كاد يحتل مكانة المربيات المنزليات إن لم نقل انه بالفعل استحوذ عليها في بعض الدول.

## 2- إيجابيات التلفزيون :

- \* يجمع التلفزيون بين عدد من المزايا المجتمعة و هي الصورة و الصوت و اللون و الحركة و هذا يعطي الفرص الإضافية للتأثير على المتلقي.
- \* لا يحتاج التلفزيون إلى مهارات لاستقبال الرسائل الاتصالية حيث يمكن للصورة أو الصوت اللون أو الحركة إن تترك بصماتها واضحة في عواطف و عقل المتلقين و بما يضمن تحقيق الأهداف المطلوبة ، رغم أن الصورة ربما تكون أكثر فاعلية باعتبار أن الوظيفة الأكثر تأثيرا للتلفزيون هي " الفرجة "
- \* التلفزيون هو الأقرب للوسيلة الاتصالية المباشرة لأنه يتفوق على الراديو من خلال قدرته على تكبير الأشياء الصغيرة و تحريك الأشياء الساكنة .
- \* التلفزيون أقدر على مخاطبة الرأي العام داخل المجتمع و خارجه و بهذا يتفوق على الراديو الذي كان إلى وقت قريب الوسيلة المفضلة في الوصول إلى جميع أفراد المجتمع و من ثم عبوره الحدود ليصل إلى العالم كله.

١- أوستن راني: قنوات السنطة أو تأثير التلفزيون في السياسة الأمريكية ، ترجمة موسى جعفر ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، 1986 ، ص 98.

\* استطاع التلفزيون و بفضل تكنولوجيا الاتصال الحديثة و الأقمار الصناعية أن يعط للمتلقى متابعة الأحداث و الوقائع لحظة بلحظة أثناء حدوثها و من خلال عمليات البث المباشر. (١)

\* أصبح التلفزيون الوسيلة الأكثر استخداما من قبل الزعماء و المسؤولين و كبار الشخصيات السياسية و الثقافية و الفنية و غيرهم ، و هذا ما يعطي حزمة أكبر للمتلقين بمتابعة الخطب و الأحاديث و الاجتماعات و اللقاءات التي تهتم بالشؤون الدولية و القومية و الأزمات السياسية و الحروب و الصراعات بما يجعل التلفزيون يمثل مركز الصدارة.

\* إن وجو التلفزيون في المنازل و في الأماكن العامة و أماكن العمل يغني الناس عن الذهاب إلى أماكن أخرى قد تكلفهم جهود بدنية و مالية لا يقدرون عليها. و من هنا فالتلفزيون وسيلة تيسر الإعلام للناس دون مشقات تذكر.

\* يسهم التلفزيون في تشكيل الحقيقة الاجتماعية للفرد و الجماعة، فمن المعروف أن التلفزيون عبر طرق الإيحاء و المحاكاة و التفاعل الاجتماعي يساعد المشاهد على تكوين و تغيير و تعديل مواقفه و اتجاهاته نحو نفسه و الآخرين في العالم.

\* أصبح أفضل وسيلة بين وسائل الإعلام الجماهيرية بعد أن دخل كل بيت، و وفرت له الأقمار الصناعية المنتشرة في الفضاء الكوني انتشارا عالميا مما زاد في عملية التبادل الإعلامي و الثقافي العالمي و أصبح وسيلة تقارب بين الشعوب. (٢)

\* يخاطب التلفزيون أعداد متباينة و غير متجانسة من الجماهير من حيث الثقافة و المستوى التعليمي و الأعمار و الأديان و الجنس و المكانة الاجتماعية و الاقتصادية و التي لها دلالاتها و تأثيرها على مدى الاستجابة للاتصال و سلوكيات جماهير المشاهدين.

\* إن التلفزيون يؤدي الوظائف الاتصالية الرئيسية جميعها : كالإعلام و التنقيف و التعليم و التسويق عن طريق الإعلان و دعم القيم السائدة في المجتمع أو العكس.

\* لقد أصبح التلفزيون عاملا من عوامل تقارب الأفكار و المشاعر بين الأفراد ، فهو يساعد على تحقيق وحدة الفكر و المعايير الثقافية و الأذواق ، و هذا ما دفع بعض

١- عبد الرزاق محمد الدليمي: مرجع سبق ذكره ، ص 23

٢- عبد الرزاق محمد الدليمي: مرجع سبق ذكره ، ص 24-33.

المختصين إلى القول أن التلفزيون يحول الناس جميعا إلى نسخ متشابهة ، و أنه ذو أثر حاسم في تحديد أذواقهم و أمزجتهم و أفكارهم عن الحياة و الروابط بين مشاكل الناس الحقيقية و نقدها أخلاقيا و اجتماعيا. (١)

\* و من الباحثين من يعتبر أن هذه الوسيلة خادم أمين لجماهير و يؤكد ذلك هذه الايجابيات :

- تكسّف الخطيئة و تعري الفساد، أي أنها تعرض الحقائق على طبيعتها.

- تقدم تسلية يومية لا ضرر منها لجماهير المجتمع من خلال الألعاب و الحصص

و المنوعات.

- يقوم التلفزيون بدور الوصي أو الحارس فيما يتعلق بحرية التعبير.

- يسهم في تثقيف الملايين من خلال تنوع اللغات على الشاشة كما انه في بعض القنوات

تترجم الأشرطة الوثائقية و البرامج الهادفة. (٢)

### 3 - سلبيات التلفزيون :

لقد قدم " دوفلور و ساندررا بول روكيتش " في كتابهما : " نظريات وسائل

الإعلام " عرض لبعض التهم الموجهة لوسائل الاتصال عامة ، و التي تسقط

بعضها على التلفزيون كونه وسيلة اتصال جماهيرية و يذكر منها :

\* أنه يساهم في تدهور مستوى الذوق الثقافي العام لما تعرضه بعض القنوات

من برامج تمس بالحياة العام باسم التحضر .

\* زيادة معدلات اللامبالاة و الميل إلى انتهاك القانون باسم حرية الرأي.

\* الإسهام في الانهيار الأخلاقي العام بسبب الإباحية المفرطة .

\* تشجيع الجماهير على السطحية السياسية .

\* قمع القدرة على الخلق و الابتكار. (٣)

\* بعض البرامج تحرض على العنف و الجريمة.

\* الإدمان على ما يبثه التلفزيون يقلل من فرص المطالعة لدى أفراد المجتمع.

١- عبد الرزاق محمد النلمي : مرجع سبق ذكره ، ص 23

٢- نفس المرجع ، ص 35

٣- برهان شاوي : المدخل في الاتصال الجماهيري و نظرياته ، دار الكندي ، الأردن ، ط 01 ، 2003 ، ص 99 .



\* يمكن للتنوع المفرط في البرامج التلفزيونية أن يشتت أفراد الأسرة الواحدة بالنظر إلى تنوع أذواقهم و اختلاف أعمارهم.

\* الخلاف بين الآباء و الأبناء بسبب المنع من مشاهدة بعض البرامج.

\* مشكلة انشغال أفراد الأسرة مع بعضهم، و قلة الحوار و النقاش في أمور تكون أحيانا جزءا من حياة الأسرة.

\* كما يمكن أن يؤدي الإفراط في مشاهدة التلفزيونية إلى الانطوائية مما قد يصيب الفرد بخلل في جهازه النفسي. (١)

#### 4: الخصائص الإعلامية للتلفزيون.

أظهرت الدراسات التي استمرت إلى وقتنا الحاضر أن تأثير وسائل الإعلام عملية مستمرة متفاعلة ذات جوانب متعددة لا تخضع لعامل واحد، و أن التأثير يخضع لظروف الرسالة و ظروف المستقبل و العوامل المساعدة، و أن غالب التأثير لا يظهر إلا بعد فترات طويلة فوسائل الإعلام تعمل في أغلب الأحوال كعامل مكمل لأحداث التأثير و إن كانت في بعض الأحوال قد تكون السبب الرئيسي أو السبب الضروري لإحداث التأثير. (٢)

و يجدر الإشارة إلى أن معظم الآراء التي قيلت و الدراسات التي تمت في الثلاثينات و الأربعينيات عن قوة أو ضعف وسائل الإعلام كانت تعتمد على ان الصحافة هي الوسيلة المؤثرة حيث أن التلفزيون لم يظهر بعد أو أنه في بداياته، و لم تظهر له أثار قوية بحكم محدودية انتشاره، أما اليوم و بعد أن أصبح التلفزيون يملك هذا الانتشار العريض و الاهتمام الكبير فالواقع و الخبرة تؤيدان هذا التأثير باعتبار أن جهازا خطيرا كالتلفزيون لا يمكن أن يظل تأثيرا حياديا.

١- جمال محمد أبو شنب: نظريات الاتصال و الإعلام (المفاهيم، المداخل، النظرية، القضايا) دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 2006.

٢- د. سعيد مبارك أن زعير: التلفزيون و التغيير الاجتماعي، دار و مكتبة الهلال، بيروت، 2008، ص 148

فالتلفزيون يتميز عن غيره من وسائل الإعلام الأخرى ببعض الإمكانيات التي ينفرد بها، كما يختلف عن غيره من الوسائل التي تشاركه في بعض الخصائص مما يجعل تأثيره يتميز عن تلك الوسائل ومن هذه الخصائص (١).

### أ- البعد المرئي و الحركي و السمعي:

فالصورة في التلفزيون عامل جذب و إثارة نفسية لتلقي الرسالة الإعلامية مهما كان نوع الرسالة و مضمونها، لكن عمية فهم الرسالة و إدراكها يختلف حسب ثقافة كل مجتمع و تفسيره لرموز الرسالة. إن أبرز صفات التلفزيون استحواده على مشاهديه، فهو يسيطر على سمع الرائي و بصره، فالصورة أيضا أعطت للتلفزيون هذه الخاصية التي مكنته من السيطرة و الاستحواذ على مستقبلتي الرسائل أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى، ولعل أهمية الصورة تتضح من المقولة التي تروى عن مدير هيئة الإذاعة البريطانية والتي نصح بها العاملين في التلفزيون أن يتخللوا دائما أنهم يخاطبون من فقدوا نعمة السمع، و لا شك أن الاهتمام بفنون التصوير التلفزيوني و حسن استخدامها أحد العوامل الرئيسية لنجاح المواد البرمجية أو فشلها فنجد التفاوت الواضح بين برنامج و آخر للاختلاف في العناية و الاعتماد على الصورة أو الكلمة، فالبرامج الوعظية و التوجيه المباشر إذا لم تستفد من فنون التلفزيون فإن تقديمها من خلاله يعتبر عامل ضعف لها مما يخفض نسبة نجاحها و تحقيق أهدافها. أما الحركة فإنها أضافت إلى قدرة التلفزيون إمكانيات جديدة و لا تزال مهارات المصور يبتدئ في تقديم الحركة بشكل يشد المشاهد و يطرد عنه السأم و الملل مما يحقق الهدف الأساسي و هو إيصال المعلومات و التأثير بها في جمهور المشاهدين، فمن نقل الحركة الطبيعية للإنسان أو للأشياء عن طريق تثبيت الكاميرا على حامل و إدارتها في حركة رأسية على محورها لمتابعة المشهد الذي يجري تصويره، أو وضع الكاميرا على عربة متحركة لتكون حركتها في محاذاة المشهد الذي يجري تصويره أو اقتراب عدسة التصوير من المشهد و ابتعادها عنه شيئا فشيئا يعطي إحساسا

(١) د. سعيد مبارك آل زعير: مرجع سبق ذكره، ص 157.

بالحركة ، أو تحريك الكاميرا في جميع الاتجاهات من أعلى إلى أسفل و من اليمين إلى اليسار يخلق الشعور بالحركة ، وقد بلغ فن التصوير التلفزيوني حدا جعل في الإمكان عمل أفلام تلفزيونية من الصور الفوتوغرافية الثابتة تبدو وكأنها متحركة.

- أما استخدام الألوان فقد أكدت الدراسات على أن استخدام الألوان في التلفزيون يزيد من قوته على الإقناع بصورة هائلة ، كما تزداد فعاليته على التأثير على المشاهدين بشكل مثير وذلك لأن ما يعرض في التلفزيون الملون له مزايا لا يحققها التلفزيون الأبيض و الأسود أهمها :

- 1- الألوان تضيف إلى الأشياء المعروضة واقعية كما في الطبيعة.
- 2- تساعد على التفرقة بين الخصائص المميزة للأشياء.
- 3- تساعد المشاهد على التذكر.

### ب- قدرة التلفزيون على الالتقاء بال جماهير:

إن التلفزيون هو المثال لوسائل الاتصال الجماهيرية إذ يشاهده عدد هائل من الناس كما أنه يتطلب كميات ضخمة من المواد البرمجية لإذاعتها و من ثم يمكن القول إن تاريخ الإنسانية بأسره لم يشهد من قبل تلك المواد المذاعة ، كالأخبار و البرامج الترفيهية و الدراما ، و البرامج الإنسانية و الشخصية، يمثل هذا القدر من الضخامة الكمية في المشاهد التي تشهدها أعداد غفيرة من الجماهير البشرية.

ومن الأمور التي تؤثر على فرصة الانتشار و الالتقاء بال جماهير الوضع الاقتصادي، وذلك من جانبين أحدهما القدرة على شراء جهاز التلفزيون، و الأمر الآخر عدم الانشغال كثيرا في سبيل تحصيل لقمة العيش و هذا الوضع الاقتصادي يلاحظ في البلاد العربية الغنية عامة و في البلاد الخليجية خاصة مما يجعل الفرصة مهيأة للتلفزيون للالتقاء بالجمهور بشكل أكبر في تلك المناطق التي تعتبر ظروفها أفضل من الناحية الاقتصادية، كما أن وجود التلفزيون في المنزل يعفي المشاهد من مشقة الذهاب لحضور العروض السينمائية أو المسرحية، مما يجعل هذا العامل سببا من أسباب قدرة التلفزيون على الالتقاء بالجمهور.

## ج- قدرة التلفزيون على التكرار :

من الأمور المسلم بها أن المعلومات التي يتلقاها الإنسان لا تستوعب بكاملها كما أنه يفقد نسبة كبيرة منها بمرور الوقت مما يجعل عملية إعادة عرض المعلومات و تكرارها أمر ضروري ليتم تثبيتها ووعيتها و تذكرها و الاستفادة منها (١).

و التكرار في التلفزيون مع خاصية مكنته من التأثير بشكل أكبر، فإن طبيعة التلفزيون (المتعطشة و الشرهة للمواهب الفنية و المادة التلفزيونية لملي ساعات الإرسال الطويلة) فهذه دفعت بالقائمين على محطات الإرسال إلى تكرار بعض المواد - مما جعل التكرار صفة ملازمة لبرامج التلفزيون و هذا بدوره يتيح الفرصة لمحتويات البرامج المكررة من التأثير بشكل أكبر (و تحليل الحملات الإعلامية الناجحة يشير إلى أنه بالرغم من أن للتكرار فوائد، إلا أن إعادة ذكر ما قبل يضايق الجمهور من ناحية أخرى فان التكرار يقوم بتذكير المستمع و القارئ باستمرار بالهدف من الاتصال و يثير في نفس الوقت احتياجاته و رغباته و التكرار الممل نجده في مختلف الوسائل الإعلامية بشكل واضح لكنه قليل جدا في التلفزيون و إذا تجنبه القائمون على التلفزيون فإنهم يستطيعون التخلص من عيوب التكرار مما يجعل هذه الخاصية في صف ايجابيات التلفزيون في مجال قدرته على التأثير (٢).

١- د. سعيد مبارك آل زعير، مرجع سبق ذكره، ص 165.

٢- د. سعيد مبارك آل زعير، مرجع سبق ذكره، ص 166.

## المبحث الثانى : مزايا التلفزيون و تأثيراته

### 1 - مزايا التلفزيون و عوامل قوته كأداة إعلامية :

منذ بداية الستينات و بعد نضج صناعة التلفزيون على مستوى العالم و انتشار أجهزة الاستقبال التلفزيوني في المنازل في جميع أنحاء العالم تقريبا ، و حتى قبل تعميم تلويين الصورة، أصبح التلفزيون الأداة الإعلامية الأولى من حيث عدد المتابعين ، و تنوع مشاريعهم و فناتهم ، و من كونه وسيلة تجارة مربحة و الأكثر فاعلية في الولايات المتحدة فقد أصبح وسيلة الدعاية السياسية الأولى في يد لكثير من الحكومات بسبب تمتعه بعدد من المزايا التي لم تتوفر في أي وسيلة إعلامية من قبل ، و خاصة في مجال نقل الأخبار و الأحداث العالمية الهامة،<sup>(١)</sup> و من أهم هذه العوامل ما يأتي:

#### 1-1 المصدقية و المقدرة على الإقناع :

في التلفزيون يرى الأفراد و يسمعون بأنفسهم الأحداث المنقولة ، مما يترك تأثيرا إقناعيا قويا ، فهو لا يعد يجعلهم من المتابعين للحدث بل من شهوده و حضوره و بما أن الإنسان لا يشك في الشيء الذي يراه من أحداث و أخبار كحقيقة لا تقبل النقاش أو الطعن ، بالرغم من أن تلك الحقائق و الأحداث يمكن أن تعالج و تترك آثار متغايرة و متفاوتة من خلال اكتمال العرض و أسلوبه و درجة التركيز على عناصره و التحكم فيما يعرض و ما يحجب عن المشاهدين.

<sup>1</sup> - Desmond Davis , : The Grammar of television Production London ,1966,p 26.

## 1-2- السرعة في نقل الأخبار و الأحداث:

منذ مطلع الستينات أصبح التلفزيون أشمل وسيلة لنقل الأخبار، إذ أنه كان يتساوى مع الراديو في قطع البرامج و إذاعة الأخبار الهامة، لكنه يتفوق عليه بإمكانية عرض الصورة لاحقاً و خلال ساعات.

أما اليوم فإنه ينقل الأخبار و الأحداث الهامة مباشرة في لحظة و وقوعها و لذلك فإن الناس في جميع أنحاء العالم منذ أكثر من أربعين عاماً كانت تتجمع في المساء حول أجهزة التلفزيون لمشاهدة الأخبار و تفاصيل ما سمعوا عنه من خلال الراديو أو قراءته في الصحف و هذا في حد ذاته جعل لجهاز التلفزيون القول الفصل و الكلمة الأخيرة بين ما يصدقه الناس و يقتنعون به، لأنهم شاهدوه بأعينهم و بين ما يشككون في تصديقه لأنهم لم يروه (١).

## • 1-3- مجانية الخدمة

قبل ظهور التلفزيون كان الناس إذا سمعوا بالحدث في الراديو يضطرون إلى شراء الصحف و المجلات المصورة للاطلاع على تفاصيله أكثر، أما في عهد التلفزيون فقد كانت هذه الأحداث تصلهم مجاناً بلا عناء، و تعرض عليهم بالشكل الذي يشبع فضولهم بلا مقابل مادي سوى الاشتراك الرسمي الذي كانت بعض الحكومات تفرضه على كل جهاز تلفزيوني تقتنيه الأسرة و كان التلفزيون يقدم مقتطفات مما تنشره الصحف و المجلات

١ - Revers I-William Theodor Peterson ,Joy W Johanson , The mass Modern Society Rencbat press, 1971,p08.

فيمتنع المشاهدون عن اقتنائها، كما يستضيف كبار المعلقين الإذاعيين في البرامج الحوارية.

#### 4-1- تغير أنماط الترفيه و التسلية الجماعية :

منذ بداية الثلاثينات من القرن العشرين (ق 20) تعود الناس على قضاء الأمسيات مجتمعين حول جهاز الراديو بدل الذهاب إلى المقهى أو النادي ، ثم لم تلبث هذه العادة أن تتأصل بعد ظهور أجهزة " الفونوغراف " و سماع الموسيقى من الاسطوانات المسجلة في المنزل بوجود الأصدقاء بدلا من الذهاب إلى المسرح أو الأوبرا ... و هكذا جاء التلفزيون في الوقت الذي ألف الناس أساليب الترفيه و التسلية المنزلية و أصبحوا يتوقون إلى رؤية الأفلام السينمائية أيضا في منازلهم ، خصوصا أولئك الذين يقدرون على تأمين مصاريف الذهاب إلى صالات العرض السينمائي ، و لذلك لم تواجد أجهزة التلفزيون أي مشقة في التأقلم مع هذا الجو الترفيهي المنزلي الجديد (1).

#### 5-1- سعة الانتشار :

لا يزال التلفزيون حتى الآن محافظا على المركز الأول بين وسائل الإعلام في الانتشار بين الناس و هو يتفوق على الصحف و الراديو في عدد المتابعين ، و نجده أيضا يعد الأداة الرئيسية في حملات الإعلان التجاري ، و يعود ذلك إلى سهولة اقتنائه منزليا و إمكانية المشاهدة براحة و بالكيفية المفضلة للمشاهد و مقدرة التلفزيون على مخاطبة الناس باختلاف مستوياتهم الثقافية و الإعلامية حتى الأمية التي تحول دون انتشار الصحف لا تعد عقبة في طريق متابعة التلفزيون ، فالناس يشاهدون التلفزيون بأعينهم و يكونون قناعاتهم الأخبار العالمية تحتاج إلى مستوى علمي أو إدراك خاص فهي في متناول الجميع و كل واحد يفسرها بحسب إدراكه و نسجه الفكري.

#### 6-1- القدرة على التحديث و المتابعة:

<sup>1</sup> Revers l-William Theodor Peterson Joy W Johanson , " The mass Modern Society " Renebat press, 1971,p 12.

انفرد التلفزيون من بين وسائل الإعلام الأخرى في المجال الإخباري بالمقدرة على المتابعة وتحديث المعلومات و الصور من مواقع الأحداث ، بينما كان الراديو عاجزا على نقلاً لصورة و تحديث المعلومات و صور الصحف يحتاج إلى إصدار الملاحق و الطباعات الإضافية ، و هو ما يستغرق وقتاً و مالا ، و بهذا اختصره التلفزيون في البداية إلى دقائق ثم أصبح فوراً لا تأخير فيه .

فالتلفزيون هو الأداة الإعلامية الأكثر مشاهدة خلال الأزمات السياسية و الصراعات العسكرية و الأحداث العالمية الهامة لأنه الأسرع في النقل و المقدرة على تحديث البيانات .

### 1-7- تعدد مصادر التغذية التلفزيونية :

في بدايات عهد التلفزيون كانت المحطات المحلية في العواصم العالمية الكبرى تتنافس على اجتذاب المشاهدين من خلال تقديم برامج مشوقة و تغطيات إخبارية و رياضية تعتمد على ميول القارئ عليها سياسياً و عقائدياً و هذه الخدمات التلفزيونية تكون مصبوغة بتلك الاتجاهات (1).

و من هنا كان المشاهد التلفزيوني قادراً على رؤية الحدث الواحد و متابعة تفسيراته من خلال وجهات نظر متعددة تحرره من الوقوع تحت سيطرة كاتب أو معلق معين ، أما اليوم فإن البث التلفزيوني الفضائي ضاعف من قوة هذا العامل بالذات أضعافاً مضاعفة.

### 1-8- التأثير الإدماني للتلفزيون :

تميز التلفزيون عن غيره من وسائل الإعلام بمقدرته على إحداث تأثير إدماني على متابعيه . إذ أصبح جزءاً لا يتجزأ من حياة المشاهد يفتقده إن لم يكن موجوداً بل إن كثيراً من المشاهدين يتركونه مشتتاً حتى إن لم يكونوا يتابعون ما يعرضه من برامج فقط لأن إيقافه يجعلهم يحسون بهدوء غير مرغوب فيه ، و تشغيله يذهب الوحشة من الغرف أو المنزل ، كما اتضح أن عدد ساعات مشاهدة تتزايد تدريجياً حتى تصل إلى مستوى

1- عوض منصور ، " التلفزيون بين المنافع و الأضرار " ، الزرقاء ، ط3 ، الأردن ، 1987 ، ص 92 .



معين لا تقل عنه بعد ذلك، كما لوحظ أن وجود التلفزيون في الفنادق كان عامل جذب للنزلاء الذين لم يعودوا يستطيعون الاستغناء ولو لأيام معدودات عنه عند سفرهم. (1)

امتاز التلفزيون عم غير ه من وسائل الإعلام بتنوع المادة المعروضة وشمولية إرضاء الأذواق من طرف المتلقين، بالإضافة إلى البرامج المتخصصة للطفل و المرأة و المراهقين فإنه الوحيد بين الوسائل الإعلامية القادر على نقل المشاهد إلى السينما و المسرح و إلى الملاعب الرياضية، و إلى أعماق البحار و المناطق الجغرافية النائية و ساحات المعارك و الحروب. و من خلال التلفزيون شاهد مئات الجماهير منظر سياحية و أحداث تاريخية و أقاليم جغرافية و فصائل من الحيوانات لم تكن رؤيتها متيسرة إلا لأعداد محدودة من البشر، بل أصبح الإنسان يستطيع من خلال التلفزيون في وقت المشاهدة أن يرى ما كان يراه أسلافه في وقت غابر، و في مئات من السنين الماضية. (2)

ولهذه الأسباب مجتمعة أصبح تقديم الخدمة التلفزيونية للشعوب هاجسا يسيطر على تفكير الحكومات خلال مرحلة الخمسينات من القرن العشرين، و أصبح وجود هذه الخدمة الإعلامية في بلد ما دليلا على تقدمه الحضاري و الثقافي و انفتاحه على المعطيات و الأحداث العالمية و التفاعل معها، و وجدت فيه الحكومات أداة التأثير في مجال صناعة الرأي العام و توجيهه و بناء القناعات للسيطرة على الشعوب.

## 2-مجالات تأثير التلفزيون

### 1-2 التأثير في الرصيد المعرفي:

و يتمثل في المعلومات التي يستقبلها الإنسان عن طريق الحواس المختلفة، و التي تستحوذ على انتباهه، فيقبلها الإطار المرجعي له، و يرفضها و غالبا ما تتناول تلك المعلومات جوانب مختلفة متن الحياة.

1 - محمد ضياء الدين عوض: التلفزيون و التنمية الاجتماعية، اذار القومية للطباعة و النشر، القاهرة، بلا تاريخ

و تتركز التأثيرات المعرفية في كشف الغموض ، تكوين الاتجاه ، ترتيب الأولويات و اتساع المعتقدات و القيم.

### \* التأثير على أنماط السلوك:

حسب ما جاء به "د ويلفر و ساندراروكيتش" فإن التأثيرات السلوكية تتمثل في سلوكين هما :

#### - التنشيط :

يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة تعرضه لوسيلة الإعلام ( التلفزيون ) ، و قد يتمثل هذا التنشيط في اتخاذ مواقف مؤيدة لمطالبة المرأة بحقوقها ، المساواة بين الرجل و المرأة الإقلاع عن التدخين ، التبرع المادي و المعنوي لفئات معينة ، كما قد يكون التنشيط ضارا أو مفيدا اجتماعيا.

#### - الخمول :

و يعني النشاط و تجنب القيام بفعل ما ، و هذا النوع من التأثير قد يتمثل بالعزوف عن المشاركة في الأنشطة الاجتماعية ، و قد تحدث تغطية مبالغ فيها تدفع المرء إلى عدم المشاركة و فقدان الثقة بالرسالة الإعلامية (1).

### 2-2 التأثير في المواقف و الاتجاهات :

تؤكد عدم الأبحاث الإعلامية أن الناس يميلون إلى اختيار الأشياء التي لا تتحدى ما اعتنقوه سلفا من آراء و قيم ، كما أنهم يتذكرون ما لا يؤدي أو هامهم و معتقداتهم ، و إذا ما واجهتهم أشياء لا يتفقون معها فإنهم يميلون إلى تفسيرها بالطريقة التي تدعم معتقداتهم و اتجاهاتهم و عموما يعمل التلفزيون كأى وسيلة اتصال جماهيرية على تدعيم لاتجاهات و القيم أكثر من تغييرها ، حيث أن الرسالة الإعلامية منه تفضل

1- برهان شاوي :مرجع سبق ذكره ، ص 101-102.

التعبير عن آراء مقبولة من الأغلبية و التعبير عن أنماط الاتجاهات و السلوكيات الطبيعية في المجتمع ، و هذا ما يؤدي إلى الانسجام الاجتماعي و إضعاف الفردية و تقليل الاختلافات الاجتماعية و الأجنبية و الدولية .(١)

### 2-3 تأثير التلفزيون على الفرد:

تناول العديد من الباحثين تأثيرات التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية على الفرد من نواحي متعددة ، تركز معظمها على الناحية السلوكية ، و التطور الاجتماعي ، ذلك أن مصادر المعلومات المتنافسة و المتعارضة غالبا ما تتنافس من أجل لفت انتباه الفرد لمدته بالتعريفات و التوجيهات اللازمة لكل الأحداث و الأحوال و المواقف و السلوكيات .(٢)

### 2-4 تأثير التلفزيون على الجماعة :

يتصل هذا التأثير بالصور التي يعرضها جهاز التلفزيون كمصدر للتوقعات الاجتماعية من ناحية التنظيم الاجتماعي لجماعات معينة في المجتمع الحديث ، بمعنى أن مضمون الوسيلة يصف أو يصور النماذج و المعايير و الأدوار و المراتب لكل أنواع الجماعات المعروفة في الحياة الاجتماعية التي تستطيع رؤية نماذج الشرف الاجتماعية أو الحزبي الاجتماعي ، أو التصرفات التي تدل على التبجيل و الاحترام ، أو على الازدراء التي يتلقاها الأفراد الذين يشغلون مناصب مختلفة داخل الجماعات .

و عموما فإن الفرد يتأثر في كثير من مواقفه الاتصالية بموقف الجماعة التي ينتمي إليها ، و بالمعايير التي تؤمن بها و الأنظمة الاجتماعية التي تطبقها ، فكل شخص عضو في جماعات صغيرة كالأسرة ، و دوائر الأصدقاء و زملاء العمل و الأندية .(٣)

١- نفس المرجع ، ص 102 .

٢- برهان شاوي ، مرجع سبق ذكره ، ص 103 .

٣- نفس المرجع ، ص 104 .

## 2-5- تأثير التلفزيون على المجتمع :

إن تأثير التلفزيون على المجتمع يتمثل في كون عنصر الاتصال ضروريا لكل تكيف وفهم يطالب به المجتمع أعضائه ، فعن طريق الاتصال يحافظ الإنسان على مؤسساته الاجتماعية بقيمتها وطرق سلوكها ، ويعمل التلفزيون على الاستقرار لأنه يميل دائما إلى عرض القيم والمعتقدات في المجتمع ، كما أنه يعد وسيلة قوية للضبط الاجتماعي و كونه يعرض مشروعات تجارية ترمي إلى التسويق.(1)

## 3- البث التلفزيوني و أثاره على الأسرة:

استأثر موضوع البث التلفزيوني المباشر بالاهتمام غير الاعتيادي خلال السنوات الأخيرة الماضية و انعكس هذا على مختلف الدوائر الإعلامية و بلغ ذروته بعد أن غلب هذا البث المناطق العربية حتى وصل الغزو الثقافي منازل الجميع و بالقدرة المماثلة للتلفزيون على اختراق الجدران أصبح تأثيره فينا لا شك فيه و لو كان بدرجات متباينة.

ومن أثار هذا البث نذكر الآتي :

إن هذا البث يتوجه إلى العقول بهدف إعادة تشكيلها بشكل ينسجم و المصالح المرجوة منها ، حيث وفرت التكنولوجيا المتقدمة فرصة لأصحابها في تطويع إرادة الشعوب و منها العربية بحيث تنطبع شخصيتها بنفس السمات و الخصائص التي صاغتها الدول الغربية، و هذا ما ينعكس على الأسرة و على علاقة أفرادها بعض ببعض، و تنمية الروح الفردية و تشجيع التمرد و إضعاف ولاء الأبناء لأبنائهم و ثقافتهم ، و إبراز حالة فقدان الذات المقرونة بعدم الرضا الأمر الذي يؤدي إلى شخصية ناقصة غائبة سلبية ضعيفة فاقدة للثقة .

1- برهان شاوي :مرجع سبق ذكره ، ص 105 .

- إن ضعف استيعاب الثورات العلمية و لتقنية و الاتصالية من قبل بعض الدول عمقا في قطع الصلة بالروح الأسرية و زاد روح الاغتراب و النقص و الإحباط و الإحساس بالضعف أمام ما تبثه الشاشات من برامج .

- إن الحديث عن البث المباشر للقنوات التلفزيونية الوافدة يقودنا إلى تناول هذه الظاهرة بجوانبها المختلفة ابتداء من البرامج الموجهة إلى الإعلام و إلى الإعلانات التي تنقل قيم معينة و ما تحمله من تضليل و خداع بهدف تسويق السلع و سلب إرادة الفرد و تعويده على أنماط السلوك الاستهلاكي ، و بما يضر حركة التنمية بالنظر إلى هذه البرامج الإعلامية تكون مدروسة بشكل علمي لمغازلة الرغبات و مغازلة الغريزة الإنسانية .

- إن القنوات التلفزيونية الفضائية الوافدة نجحت في نشر الأنواق الاجتماعية الثقافية لبلدان على حساب بلدان أخرى و على نطاق واسع ، بحيث غدت مأثوفة و تحظى بإعجاب الكثيرين مما أدى بالكثير خاصة منهم الأسر إلى تقليد نمط معيشة ليس كمثّل المعتاد عليه و جعلوه كمعيار للسلوك البشري لديهم و ابتعدوا عن الثقافة الوطنية و قيمهم الاجتماعية.

فالصورة التي تقدمها وسائل الاتصال الجماهيري للواقع الاجتماعي هي صورة ثانية تتضمن حقيقة موصوفة بالحقيقة الالكترونية و على العموم فالصورة مهما كانت معزولة فهي حاملة لجملة من المعاني لا يمكن حصرها خارج المدلول الثقافي و الاجتماعي للأفراد<sup>(١)</sup>.

- لقد ترتب على غزارة الفضائيات الوافدة التي تنقل واقعا غربا ، اجتماعيا و اقتصاديا آثار سلبية على الأسرة العربية أسفرت عن تغلغل منظومة القيم الأسرية حيث توارت معظم القيم الأخلاقية و برزت أهمية الاعتبارات المادية على حساب القيم العاطفية و النفسية و التضامنية و بالذات لدى أجيال الشباب.

- و لأن وسائل الإعلام تشغل حيزا كبيرا من البيئة المحيطة بالإنسان فإنها تسهم بقدر كبير في التكوين المعرفي له ، و بالتالي تؤثر في سلوكه و نمط حياته ، و كلما كان

١- عبد الرزاق محمد الدليمي : مرجع سابق ذكره ، ص 70.

هناك انسجام في التخطيط بين وسائل الإعلام و مؤسسات التنشئة الاجتماعية زادت إمكانية المؤسسة الإعلامية أو السياسية الإعلامية في غرس الاتجاهات التي تريد.(١)

إننا و بشكل كبير يمكننا أن نسقط كل تلك الآثار على العلاقات داخل الأسرة فالمشاهد داخل الوسط الأسري يبقى لساعات طويلة أمام شاشة التلفزيون لا يعلم ما يدور حوله من أحداث إلا ما يبثه ذلك الجهاز و هو في نفس الوقت يكتسب خبرات جديدة وقيم قد لا تكون مناسبة مع القيم التي نشأ عليها لكنه يتبناها ... نمطا يظهر من خلال سلوكياته.

\* فالأطفال مثال إن كنا نتحدث عن الجانب السلبي في التلفزيون فهم يصبحون أكثر عنفا و عداوة و هذا ما بينته الكثير من الأبحاث و الدراسات سواء كانت عربية أو أجنبية إلى جانب أنهم يمكنهم تعلم قيم تقيدهم في حياتهم لذلك يجب وضع رقابة على ما يشاهده الطفل .

\* أما النساء فهم أكثر شغفا بالمسلسلات سواء أجنبية أو عربية ، ينسون في كثير من الأحيان واجباتهم المنزلية و تلبية احتياجات أفراد أسرهم من طعام و تنظيف و دراسة لمشاكل أطفالهم ، مما يحدث شرخا داخل المنظومة الأسرية . فالتلفزيون في كثير من الأحيان يؤدي إلى جمع شمل الأسرة إذ أن ازدياد البقاء في المنزل يؤدي إلى زيادة في الروابط الأسرية و جمع الشمل و تقويته.(٢)

حيث أن الالتفاف حول مشاهدة البرامج التلفزيونية يؤدي إلى خلق نوع من الحوار و المناقشات المتباينة ، فنجد كل فرد من الأسرة يبدي رأيه عن برنامج ما مما يفتح باب الدردشة و طرح الآراء حول الموضوع المطروح من خلال التلفزيون.

كما أن برامج التوعية الأسرية تعتبر من أهم البرامج التي تعالج شؤون الأسرة حيث ما تطرحه من قضايا و مواضيع مهمة تساعد الأسر و توجهها في حياتها اليومية، فنجد برامج توضح دور المرأة في المجتمع الحديث ، و برامج لمعالجة بعض المشكلات العائلية بطريقة نظرية علمية ، و أيضا لفت نظر الأزواج و الزوجات إلى كيفية

١ - عبد الرزاق محمد الدليمي : مرجع سابق ذكره ، ص 79.

٢ - غريب سيد أحمد: علم اجتماع الاتصال و الإعلام ، دار الرفاء ، الإسكندرية، 2002. ص 280.

التعامل مع بعضهما البعض و الطرق العلمية السلمية لتربية الأطفال و تعليمهم آداب السلوك العامة (١) و يكون ذلك عن طريق برامج و حصص مباشرة يتم الاتصال فيها هاتفيا من قبل المشاهدين ، و يكون الرد على الاستفسارات من قبل مختصين.

كما أن التلفزيون يؤثر بشكل أو بآخر على العلاقات الأسرية و الاجتماعية بمختلف أنماطها خصوصا بين الأقارب من خلال الوقت المخصص للزيارات.

كما أن التلفزيون قد يحدث العديد من المشاكل في حياة الناس لم تكن موجودة قبل مجيئه و التي نذكر منها على سبيل المثال و ليس لغرض الحصر ما يأتي:

- 1- الخلاف بين الآباء و الأبناء بسبب المنع من مشاهدة بعض البرامج.
- 2- مشكلة انشغال أفراد الأسرة عن بعضهم البعض و قلة الحوار و النقاش بينهم.
- 3- الخلاف حول استمرار الاستقبال لمادة برمجية معينة أو الانتقال إلى غيرها و لا سيما بوجود الأقمار الصناعية و إمكانية استقبال عدد كبير من محطات الفضائية. (٢)

#### 4- استخدام التلفزيون من طرف الأسرة:

لقد ترك التلفزيون أثارا واضحة على الأسرة ،والذين يؤيدون هذا الجهاز إلى المنزل يزرون انه يعود على الأسرة بالكثير من الفوائد و من أبرزها ما يلي:

\* يوفر التلفزيون للأسرة جوامعها بالتغير و التجاذب و الحيوية ،و بالتالي يقضي على أشكال الملل داخل المنزل . (٣)

\* يقلل من المشاحنات و النزاعات الأسرية بسبب اجتماع الأفراد أمام شاشات التلفزيون ،كما يقلل من تأثير مجموعة الرفاق على الأبناء و يساعد الأبوين في الإشراف على أبنائهم. لكن على الأسرة يترتب عليها دور كبير في استخدام التلفزيون و يمكن توضيح هذا الدور في الواجبات التالية :

- تعويد الطفل على أوقات محددة للمشاهدة مع توجيهه إلى بعض الأنشطة الأخرى كالقراءة و اللعب بأسلوب القدرة و ليس بالأمر.

١- أحمد بدر : الاتصال بلجماهير بين الإعلام و التطوع و التنمية ، دار قباء للطباعة ، القاهرة ، 1997 ، ص 56 .

٢- سي العيد الله : نظريات الاتصال ، دار النهضة العربية ، بيروت الطبعة 01 ، 2006 ، ص 182 .

٣- حنان عبد الحميد العدائي : الطفل و الأسرة و المجتمع ، سلسلة الأسرة التربوية ، دون رقم الطبعة ، 1997 ، ص 213 .

- مناقشة الطفل عقب البرامج الهامة لتعزيز المهام الايجابية و تصحيح المفاهيم الخاطئة لديهم فعلى الوالدين أن يوضحا لأبنائهم أهداف و معني ما يشاهدون بدلا من تركهم يحصلون على تلك المعلومات من مصادر أخرى، وربما لا يستطيع الطفل في سنواته الأولى أن يفرق بين الرمز و الحقيقة في البرامج أو أن يخلط بين الواقع و الخيال.

- توجيه الطفل لمشاهدة و متابعة برامج معينة مع الاهتمام بتحديد ساعات ذهابه للفراش مهما كانت جاذبية البرامج حتى لا يؤثر السهر الاجتهاد على نشاط الطفل في اليوم التالي.

- عدم استخدام التلفاز كأداة للنظام و العقاب أو المكافأة، ذلك أن المبالغة في استخدامه على هذا النحو قد يزيد من القيمة الغير مناسبة للأطفال على المشاهدة. و تجدر الإشارة إلى أن هناك بعضين للتدخل بالمشاهدة النشطة يمكن أن نميز بينهما :

**البعد الأول:** التدخل السلبي و الذي يشير إلى الحجج المعارضة للوالدين التي تعارض رسائل التلفزيون و التي يوضحونها بالأدلة. (1)

**البعد الثاني:** التدخل الايجابي و الذي يشير إلى تعزيز الوالدين أو تأييدهم للرسائل التي تقدم من خلال التلفزيون و توضح الباحثان " فيجوكا و أوستن " أن هاتين الإستراتيجيتين في التدخل تختلفان تماما عن التدخل التقييدي للوالدين أو المانع أو الخاص بوضع القواعد المتعلقة بالمشاهدة أو بالمشاهدة الجماعية التي تعني مجرد المشاهدة مع الطفل دون الانخراط في المناقشة معه. (2)

و هناك علاقة ملحة لفهم تفاعل الآباء في المشاهدة حيث تلعب دورا هاما لهذا التدخل لحماية أطفالهم من الانعكاسات التي تترتب عن الإفراط في المشاهدة أو الاستغلال الغير جيد لمتابعة البرامج مثل مشاهدة البرامج التي يغلب عليها طابع العنف، مع أن التراث العلمي يوضح من خلال الدراسات أن الآباء لا يفعلان سوى القليل للتأثير في أبنائهم بشأن تعرضهم خصوصا لوسائل الإعلام عموما.

<sup>1</sup> حنان عبد الحميد العناني : مرجع سبق ذكره، ص 213.

<sup>2</sup> - حنان عبد الحميد العناني : مرجع سبق ذكره، ص 215.



وفي الدراسة التي أجريت في تايوان عام 1985 أوضحت أن نسبة خمسة عشرة بالمائة من عينة طلاب السنة الثالثة إلى السادسة أنها تناقش ما تراه في التلفزيون مع العائلة ونسبة أربعون بالمائة من نفس العينة أن أسرها لا تضع قواعد لمشاهدة التلفاز، ونفس العينة لا تضع قواعد للمشاهدة.

وفي دراسة أخرى في كلابيا 1986 تبين أن نصف العينة الريفية وثلث العينة الحضرية ذكروا أنهم بإمكانهم مشاهدة ما يريدون من البرامج، وهذا ما يذكره ألمان في عام 1999 بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث ذكر أن القليل من الآباء يحاولون التأثير على أولادهم فيما يخص استخدام واختيار المضمون التلفزيوني الذي يتم التعرض له. (1)

على الأسرة أن تشكل من نفسها قوة ضاغطة ومؤثرة على مؤسسة التلفزيون إلى اختيار وتقديم البرامج الموجهة والمفيدة والتي تعزز قيما العربية الإسلامية ويعتبر دور كل من الأب والأم من الأدوار الرئيسية في حياة الطفل وذلك لاعتبارين الأول أن الأطفال يحتلون في العادة مكانة هامة في الأسرة ومن ثم يكونوا موضع رعاية دائمة والثاني أن درجة تفرغ الآباء تكون كبيرة خاصة في مرحلة الطفولة. (2)

١ - علي ليلة : الطفل و المجتمع و التنشئة الاجتماعية و أبعادها الانتماء الاجتماعي، المكتبة المصرية ، الإسكندرية

2006، ص 119.

٢- سناء خوني: الأسرة و الحياة العائلية، دار النهضة العربية ، بيروت ، دون رقم الطبعة، 1984، ص 119.

## الفصل الثالث

### علاقة التلفزيون بالتوعية

1- تعريف التوعية .

2 - فلسفة الإعلام و تشكيل الوعي الاجتماعي .

3 - وسائل الإعلام و التوعية .

المبحث الثاني : التلفزيون و التوعية.

1- ابرز نظريات وسائل الاعلام.

2- التلفزيون و مساهمته في تشكيل الوعي الاجتماعي .

3- التلفزيون و اثره في التغير الاجتماعي.

4- التلفزيون و التوعية في العالم الثالث.

1 - تعريف التوعية.

## أ- التوعية لغة :

إن التوعية مأخوذة و مشتقة من كلمة " وعي " التي عرفها قاموس الصحاح<sup>1</sup> في اللغة والعلوم وهو من المعاجم العربية الحديثة على النحو التالي إن الوعي من الوعاء واحد من الأوعية ، يقال أوعيت الزاد و المتاع ، إذا جعلته في الوعاء قال الشاعر

الخير يبقى و إن طال الزمان به \*\*\* و الشر أخبث ما أوعيت من زاد

ووعاه أي حفظه ، نقول وعيت الحديث ، أعيه وعيا ، إذن واعية و الله أعلم بما يوعون ، أي يضمرون في قلوبهم من التكذيب ، ويقال لا وعي عن ذلك الأمر أي لا تماسك دونه.

## ب - التوعية اصطلاحا

" يدل على الفاعلية النفسية الاجتماعية CONSCIENCE POLITIQUE الوعي السياسي " للفاعل السياسي ، في كل مجالات اللعبة السياسية العامة أو الخاصة كما يدل الوعي المصلحي أو المنفعي على وعي الجماعات لمواقفها الاقتصادية و أدوارها السياسية ، استنادا إلى قوانين الصراع بين الأقوياء و الضعفاء و بين الأغنياء و الفقراء. و يرجع العلماء عدم تبلور المواقف السياسية المناسبة للأحداث إلى نقص ضعيف في الوعي السياسي لدى الجمهور أو الحكام أو الأسر ، وجميع الفئات المشكلة للمجتمع ، من حكام و محكومين في أي محفل سياسي<sup>2</sup>

<sup>1</sup> إسماعيل بن حماد الجوهري: الصحاح في اللغة العربية و العلوم ، إعداد و تصنيف نديم مرعشلي و أسامة مرعشلي ، دار الحضارة العربية ، بيروت ، لبنان ، ط1 ، 1973 ، ص ص. (1301-1302).

<sup>2</sup> خليل أحمد خليل : معجم المصطلحات السياسية و الدبلوماسية ، دار الفكر اللبناني ، بيروت ، لبنان ، الطبعة الأولى ، 1999 ، ص 193.

وقد استخدم الباحثون مجموعة من المفاهيم و المقاييس ، لتوصيف ما يسمى في نموذج POLITICAL التلقي - القبول بالوعي - ومن هذه المفاهيم الخبرة الإنسانية Cognitive Compléxity التعقيد المعرفي، EXPERTISE Political Acuity ، الحدة السياسية Sophistication ، التوعية ، ويبرز زيلر تفضيله لمصطلح الوعي السياسي بأنه يشتمل على العمليات الأساسية في النموذج وهي تلقي وفهم الأفراد للرسائل من بيئتهم السياسية . وقد أكدت بعض النظريات أمثل نظرية مارتن فيشبين ، على ضرورة استخدام وسائل الإعلام في عملية الإقناع و تغيير السلوك ، حيث ربطت هذه النظرية عملية تكوين أو تغيير الاتجاهات بكمية و نوع المعلومات المتوفرة لدى الفرد و ليس إلى عوامل نفسية حسب ما ذهب إليه النظريات النفسية الاجتماعية، و هنا نجد هذه الوسائل تؤثر في الطريقة التي يدرك بها الناس الأمور إلى جانب ذلك ، فإنها تقوم برسم صورة ذهنية لدى أفراد المجتمع عن الدول و المواقف و الأهداف.

## 2 - فلسفة الإعلام و تشكيل الوعي الاجتماعي :

المقصود بفلسفة الإعلام حسب ما ذهب إليه الدكتور " محمد سيد محمد " هو محاولة النظر في جوهر الإعلام و تحليله و استقصاء أبعاده المختلفة، و هو النظر إلى المشكلة الإعلامية نظرة فلسفية تحدد طبيعة المشكلة و تفسيرها و تربط ما بين جوانبها من علاقات<sup>(1)</sup>.

أهداف هذه الفلسفة تنصب حول أربعة محاور ، يدور كل محور حول هدف و نشاط إعلامي معين .

<sup>1</sup> طه عبد العاطي نجم : الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث ( الموضوع و القضايا )، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية ، مصر 2005 ، ص 112.

## المحور الأول :

تحديد هدف النشاط الإعلامي لواقعة الإعلامي الذي يعيش فيه .

## المحور الثاني :

بينما يركز الثاني على زيادة فاعلية الإعلام في المجتمع و قوة تأثيره و عندما يتمكن الإعلاميون من معرفة الفلسفة الإعلامية السائدة في مجتمعاتهم و يقتنعون بها ، فإنهم يجدون الدافع الحقيقي و القوي لإقناع الناس بما يقدم لهم من إعلام .

## المحور الثالث :

بينما ينصب الهدف الثالث الذي تنشده فلسفة الإعلام حول تجنب التناقض أو التضارب في النشاط الإعلامي و يظهر ذلك في كون فلسفة الإعلام هي الميزان الذي توزن به ما يمكن تقديمه من عدمه في النشاط الإعلامي .

## المحور الرابع :

و يهدف المحور الرابع لفلسفة الإعلامية إلى وضع إطار تنظيمي للمؤسسات الإعلامية واضحا ، و يتحدد من خلال من يملك الوسائل و من يديرها و كيف تمول .

و من خلال الهدفين الثاني و الرابع ، يدور الحديث حول الفلسفة الإعلامية و ما تسعى إليه هذه الوسائل في جميع المجتمعات : الرأسمالية و الاشتراكية و مجتمعات العالم الثالث و التعرف على وسائل تحقيق الهدف الرابع الذي تتضمنه الأطر التنظيمية للمؤسسات

الإعلامية في المجتمع ، يقود إلى التعرف على الطرق التي تنتهجها وسائل الإعلام في عملية الإقناع و التأثير في الجمهور و يرتبط الهدف الرابع بمعرفة العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام في المجتمع و درجة الحرية المتاحة ، و انعكاس هذا النظام على عملية تشكيل الوعي الاجتماعي ، أما تحقيق الهدف الثاني الذي تسعى إليه

الفلسفة الإعلامية فيرتبط بشكل وثيق الصلة بالإيديولوجية السائدة في المجتمع، إذ هناك علاقة وثيقة بين إيديولوجية الدولة ونظم الاتصال الجماهيري الموجودة بها وتستمد وسائل الإعلام والاتصال أهدافها وخطتها من هذه الإيديولوجية، ويرتكز الهدف الأساسي لهذه الوسائل في مساندة ودعم إيديولوجية الدولة.

### 3 : وسائل الإعلام والتوعية :

لقد أخذ موضوع تأثير الإعلام مكانا هاما على الساحة، وشغل اهتمام العلماء فيما إذا كان الإعلام يحدث التأثير في المجتمع ككل أم على الطبقة المستفيدة من وسائل الإعلام ويعد كل من " هوفلاند وجنيز" من أبرز العلماء الذين اهتموا بدراسة الإقناع في وسائل الإعلام، ومدى الدور الذي تلعبه هذه الوسائل في التوعية الاجتماعية بصفة عامة والتوعية الأسرية بصفة خاصة على اعتبار الأسرة تعد بمثابة الخلية الأساسية التي يتشكل منها المجتمع، (١) وتوصل هؤلاء إلى كون أسباب كثيرة تؤدي إلى التأثير بوسائل الإعلام ومن أهمها صحة المصدر المقتبس منه الموضوع، وأهمية الموضوع بالنسبة للمستقبل، وأخيرا اتجاهات وأراء المستقبل للموضوع بالنسبة للموضوع الذي تتناوله وسائل الإعلام.

وقد اهتم علماء النفس الاجتماعي بدراسة ظاهرة تأثير الإعلام، وقد اعتقدوا أن هذا الدور سواء كان إيجابيا أو سلبيا يؤثر في الفرد ذاتيا (تأثير نفسي) أو علاقته بالآخرين (تأثير إيجابي)، ومن أبرز العلماء الذين اهتموا بهذا الموضوع هما "فرنش ورفر" (٢) حيث أكدوا أن الإعلام لا يمارس التأثير على الأفراد فقط، بل يؤثر كذلك في المجتمع أو الثقافة أو عليهما معا، كما يستطيع التأثير في معتقدات الأفراد وقيمهم واختياراتهم، ويؤثر بصفة خاصة على استمرار تدفق المعلومات في الوسيلة والتي من شأنها إحداث تأثيرات التغيير الاجتماعي وبالرغم من صعوبة إجراء الدراسات التي تهتم بتأثير وسائل الإعلام في المجتمع والثقافة لكن توجد أعداد كثيرة ومن الأبحاث

<sup>١</sup> طه عبد العاطي نجم :مرجع سبق ذكره ،ص 22 .  
<sup>٢</sup> طه عبد العاطي نجم :مرجع سبق ذكره ، ص 23 .

المتراكمة الخاصة بالتأثيرات الاجتماعية والثقافية لوسائل الإعلام و تستطيع هذه الوسائل أن تساعد في عمليات التغيير الاجتماعي بطريقة سريعة ، كما يتم استخدامها في بعض الأحيان بطريقة عمدية في عمليات التحديث ، وكذلك يعد تأثير الوسيلة إدراك الجمهور أمرا واقعا للتعرف على اتجاه قضايا الجماهير ، و تؤثر أيضا بتعريف الجمهور وتوعيته بالمشاركة الاجتماعية ، " كما تعد أداة لنقل الثقافة الشعبية حيث تعرض للملايين تدفقا مستمرا من الموسيقى و الدراما " .

وقد أكد دوفلر على أن الإعلام يمارس دورا هاما في المجتمع و يزيد هذا الدور كلما تقدم المجتمع. و من خلال ذلك ، ركز على مجموعة من القضايا ترتبط بأداء هذا الدور حيث أكد على وجود دافع مشترك بين المرسل و المستقبل ، و ينتج هذا الدافع عن المصلحة المشتركة لكل منهما و الصدق في عرض الموضوع ، و يعد الإعلام في نظر دوفلور مشروعا كبيرا (1) يتضمن العديد من المؤسسات ، حيث تلعب كل وسيلة من الوسائل الإعلامية دورا معينا في تنمية المجتمع و توعية أفراده و أسرهم ، و من هذا المنظور ، فكما كانت وسائل الإعلام تناقش كل الأفراد كان ذلك سببا في استفادة جميع الأفراد من هذه الوسائل التي تزيد دور شك في توعيتهم الاجتماعية ، فكل فرد أسلوب خاص في تلقي الأخبار الخارجية بحسب اهتماماته و توصل دوفلور إلى نظام الطبقات الاجتماعية ، بمعنى أن لكل طبقة مستوى اهتمام معين على سبيل المثال ، أن ما يشغل اهتمام الطبقة لمتوسطة هو توفير المعيشة ، أما الطبقة الراقية فإن تفكيرها ينصب حول موضوعات مختلفة ولهذا أكد دوفلور على مسؤولية الإعلام في إشباع احتياجات كل الطبقات بما يضمن التأثير الكبير فيهم و قد لاحظ أن استجابة الجمهور الذي ينتمي إلى طبقة اجتماعية واحدة يكون متشابها تقريبا في كل الأشياء ، و يؤكد أيضا على دراسة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد و مدى انعكاس ذلك على تماسك المجتمع .

وقد وصف الموضوعات التي تناقش من خلال وسائل الإعلام بان لها دورا هاما في تشكيل اتجاهات الأفراد ، و هذا بطبيعة الحال يختلف من فرد إلى آخر ، و من هنا

1 طه عبد العاطي نجم : مرجع سبق ذكره ، ص 111 .



فلا بد من اهتمام الإعلام بالعمل على انتشار الوعي الثقافي و توعية الأفراد و القضاء على الأمية .

و فضلا عن ما تشكله وسائل الإعلام على مختلف أشكالها و أصنافها ، من أهمية بالغة في تشكيل الوعي ، فهناك الأسرة و المدرسة ، و المؤسسة السياسية و المؤسسة الدينية ، فقد رأى هيجل " ... أن الأسرة و هي النواة الأولى و الوحيدة في العلاقات الإنسانية ، حيث تبدأ الأسرة بمفردها في إيجاد العلاقات الاجتماعية ، و نظرا لزيادة العلاقات الاجتماعية و زيادة الحاجات الجديدة للسكان فقد تبعها أيضا زيادة في حاجات الإنسان و إن حقيقة الترابط الإنساني ترجع إلى اللغة و الوعي لدى الإنسان و يعد وعي الإنسان ضروريا للترابط مع الأفراد الذين حوله ووعي الإنسان هو البداية الحقيقية ليعيش الإنسان في المجتمع ككل ، و يرى هيجل، أن تقسيم العمل بمفرده أصبح بالفعل مثل تقسيم الوقت، و لان هناك تقسيما في الحاجات المادية لذلك يوجد تقسيم في الحاجات الذهنية و هناك ارتباطا بين تقسيم الوعي .<sup>1</sup>

<sup>1</sup> طه عبد العاطي نجم : مرجع سبق ذكره ، ص 111 .

المبحث الثاني : التلفزيون و التوعية1- أبرز نظريات وسائل الاعلام :

كانت الدراسات الخاصة بتأثير وسائل الإعلام متأثرة بنظرية المجتمع الجماهيري التي انتشرت بعد الحرب العالمية الأولى والتي كانت ترى بان لهذه الوسائل تأثيرا قويا على اتجاهات و آراء الجماهير و سلوكهم و أنها تملك قدرة فائقة لغسل أدمغة الناس الذين يتلقون هذه الرسائل بلا مقاومة و بكل تقبل .

" و تعتبر المقولة القائلة بان التلفزيون هو حقنة تحت الجلد أو انه بمثابة الرصاصة من أهم ما قيل حول اثر التلفزيون في المشاهدين " <sup>1</sup>، و هذا التصور الذي اعتبر سطحيا جاءت في نقده أبحاث عديدة و كانت أهم نتائج الأبحاث أن التلفزيون محدود الأثر بعدا ما قيل".

" و يأتي ما نشره (كلابر) سنة 1960 و فيه ذكر لنتائج حوالي ألف دراسة أن إعادة النظر فيما سبق اعتقاده من أهمية كبرى لتأثير وسائل الإعلام أمر لا بد منه فقد أشار إلى أن هذه الوسائل لا تعمل منفصلة و لكنها تعمل من خلال عوامل وسيطة " <sup>2</sup>، و جاء ملف دي فلور سنة 1970 ليحدث عن نظريات الاتصال و فيها يميز بين أربعة عوامل اعتبرت بأنها أهم العوامل هي الاختلافات الفردية الطبقات الاجتماعية، العلاقات الاجتماعية، و القيم الثقافية " <sup>3</sup>.

فالاختلافات الفردية ترتبط بالاستعدادات و الخصائص الفردية النفسية التي تؤثر العملية الاتصالية و لا شك بان قوة وسائل الإعلام في التغيير و التأثير في المستمع و المشاهد تفترض وجود أمر ما في طبيعة الإنسان فإذا كانت وسائل الإعلام قوية التأثير فهذا يعني أن المشاهد أو المستمع ضعيف حتما أما الطبقات الاجتماعية

<sup>1</sup> أسامة ظافر كجارة : برامج التلفزيون و التنشئة التربوية و الاجتماعية للأطفال ، ط1 ، دار النهضة العربية ، بيروت ، ص 238.

<sup>2</sup> نفس المرجع ، ص 238.

<sup>3</sup> نفس المرجع ، ص 238.

وهي التي تتميز فيها كل طبقة بمميزات وخصائص معينة تجعلها تستجيب لمضمون وسائل قد تختلف عن الأولى.

أما العلاقات الاجتماعية، فكما يوضحها لازر سفيلدوز وزملاؤه " أن قادة الرأي هم الأكثر احتكاكا وتعاملا مع وسائل الإعلام وعندما يتحقق الإقناع عند هؤلاء القادة فهم يقومون بنقل الأفكار الجدية المطروحة فيها إلى الأفراد الآخرين وذلك عن طرق الاتصال الشفهي"<sup>1</sup>.

وقد أثبتت دراسة لازر سفيلد وزملائه " أن وسائل الإعلام تساعد على التدعيم، كما أنها قد تساعد على التغيير في المجتمع"<sup>2</sup>.

## 2: التلفزيون و مساهمته في تشكيل الوعي الاجتماعي :

يتفاوت وضع السياسات الإعلامية من مجتمع إلى آخر بناء على الأنظمة السياسية والإيديولوجية المتبعة حيث نجد في المجتمعات الرأسمالية أن التلفزيون يتمتع بهامش كبير من الحرية والتعبير من خلال المضمون المقدم وما يتضمنه من مواد ثقافية وسياسية وترفيهية غير أن هذه الحرية تتحكم فيها صناعة الاتصال الجماهيرية. أما في المجتمعات الاشتراكية التي تنص فيها دساتيرها على حتمية تملك الدولة لوسائل الإعلام منها لتلفزيون أين نجد أن القنوات تخضع للهيئات الجماعية والأحزاب السياسية الحاكمة مثل الحزب الشيوعي، أما بالنسبة لدول العالم الثالث فإن التلفزيون يخضع لسياسة وسيطرة الحكومات في جميع الحالات، إلى جانب أنها تعاني من صعوبات اقتصادية ومالية وثقافية، نتيجة التخلف الصناعي والتكنولوجي وتبعاً لكل هذه الظروف فإن عدد أجهزة التلفزيون قليلة بالنظر إلى ضعف الإمكانيات المادية.

<sup>1</sup> أسامة ضافر كبارة : مرجع سبق ذكره ، ص 238.

<sup>2</sup> نفس المرجع ، ص 238.

### 3 : التلفزيون و أثره في التغيير الاجتماعي :

#### \*- تأثير التلفزيون على الوقت :

الوقت هو الحياة هذه الحقيقة التي نعيش من خلالها حياتنا بكل أجزائها ، ففي الوقت نعمل و خلاله نتعلم ، و أثنائه يربي الأبناء، و يمارس الأبناء أنشطتهم و يحققون رغباتهم أيضا ، و به تستطيع أمة من الأمم تنظيم وقتها و تسخيرها لتحقيق أهدافها تحقق مستويات أعلى من النجاح ، و ليس ذلك على مستوى الأمة فقط بل على مستوى نجاح الفرد فهو مرتبط بتنظيم الأوقات ، فالطالب الذي يستطيع تنظيم وقته هو الطالب الذي يحقق أهدافه غالبا . و الفشل في تنظيم الوقت يسبب سلسلة متلاحقة من أنواع الفشل.

و صعوبة تنظيم الوقت بين المتطلبات المتعددة التي تتزاحم للحصول على النصيب الأكبر منه ، تزداد عندما تزيد الأعمال و يضيق الوقت عن الاتساع لها جميعا أو عندما تتعارض مصلحتان لا يمكن تحقيقهما معا، أو عندما يكون أحد الشركاء في الوقت مرغوبا أو مفضلا على غيره ، فإن نصيبه سيرتفع و لو على حساب الشركاء الآخرين ، و هذا هو ما ينطبق على واقع التلفزيون في علاقته مع أنشطة الحياة المختلفة.

#### \*- تأثير التلفزيون على ممارسة الأنشطة التربوية :

تؤكد بعض الدراسات أن تأثير التلفزيون على الأنشطة التربوية الهامة في حياة الأفراد في مختلف الأعمار، مما ينبه إلى ضرورة الدراسة و المتابعة و البحث لتحديد تلك الآثار بشكل أوضح و أدق مما يعطي المخطط للاستقرار الاجتماعي مؤشرات أوضح تساعد في تلمس حاجات الأفراد الحقيقية و إشباعها بأساليب متوازنة لا يطفئ بعضها على بعض .

في دراسة أجريت في الكويت حول استطلاع رأي المشاهدين في دورة تلفزيونية صباحية عام 1984 م جاء من نتائجها أن غالبية أفراد العينة ثمانية و تسعون بالمائة يرون أن بث الدورة الصباحية قد حد من خروج الأطفال من المنزل

<sup>1</sup> د. سعيد مبارك آل زعير: التلفزيون و التغيير الاجتماعي دار و مكتبة الهلال ، بيروت ، 2008 ، ص 206

و هذا دليل على قدرة استحواد التلفزيون على اهتمام الأطفال، و من ثم احتمال تدخله الشديد في تشكيل اتجاهاتهم و تحويل سلوكهم و منعهم من ممارسة الأنشطة الأخرى كاللعب، و القراءة، و مزاوله الهوايات و الاختلاط في المجتمع و التي تعتبر الأنشطة أساسية في عملية التنشئة الاجتماعية و النفسية.<sup>1</sup>

### \*- تأثير التلفزيون على التحصيل العلمي :

لا شك أن التلفزيون يعتبر أحد المؤثرات الكبيرة في البيئة المعاصرة، و لكن تحديد آثاره ينبغي أن يسير بالأساليب العلمية ليتم الوصول إليها و هذا ما قام به فعلا عدد من الباحثين، حيث أظهرت بعض الدراسات التي تمت على الطلبة في المرحلة المتوسطة يدل على التأثير على المستوى التحصيلي لهم، فهم يجزون واجباتهم المدرسية قبل بداية الرسوم المتحركة و هؤلاء يمثلون ثلاثة و خمسون بالمائة من مجموع العينة المختارة في الدراسة.

من هذا يتضح أن مشاهدة الأطفال لبرامج التلفزيون تتدخل بصورة أو بأخرى في تحديد المواعيد التي يلتزم بها الأطفال نسيباً في إنجازهم للواجبات المدرسية و هذا يتمثل بصورة واضحة في نسبة الأطفال الذين يقومون بإنجازاتهم للواجبات على فترات متقطعة.

### \*- تأثير التلفزيون على العلاقات الاجتماعية :

الروابط العائلية و الأسرية بين أفراد العائلة الواحدة و أسرهم الكبيرة من مميزات المجتمع المسلم، حيث أن من أهم القيم لدى المسلمين صلة الرحم بين ذوي القربى، كما أن من عادات المسلمين الفاضلة التزاور بينهم بشكل عام لتفقد أحوال الجيران و المعارف و التي قد لا تعرف بغير الزيارة، و كم يحصل من هذه الزيارات إذا حسنت النيات من خير كثير من زيارة مريض، و إصلاح ذات بين، و تعليم جاهل

1- سعيد مبارك ال زعير، مرجع سبق ذكره، ص 207.

و نصح غافل، و بناء مودة لقول الرسول صلى الله عليه و سلم (من نفس عن مؤمن كربة من كرب الدنيا، نفس الله عنه كربة من كرب يوم القيامة...)<sup>1</sup>

فالتزاور بين المسلمين من أسباب التعرف على أحوال بعضهم بعضا ليتحقق ما ورد عن حديث الرسول صلى الله عليه و سلم. و ليكون كل واحد في عون أخيه، و لا شك أن المتغيرات التي أصابت المجتمعات المعاصرة، قد أثرت على هذه الروابط بسبب تباعد الأحياء السكنية للانتشار الأفقي، و تباعد أطراف المدن، و لكثرة المسؤوليات التي أغرقت الأوقات.

#### 4- التلفزيون و التوعية في العالم الثالث :

رغم مانص عليه التصريح العالمي لحقوق الإنسان من حق حرية الفرد فالتعبير عن رأيه عبر التلفزيون غير أن السياسات التلفزيونية في هذه الدول النامية تتخذ أشكالاً و أنماطاً معينة في سياساتها من خلال فرض القوانين المقيدة لحرية التعبير لخضوع التلفزيون لسيطرة حكومته، إلى جانب مواجهة صعوبات اقتصادية، و من الأساليب التي تعتمد عليها الحكومات في فرض الخناق على التلفزيون نجد هناك نصوصاً قانونية تفرض الرقابة عليه أو من خلال السيطرة القانونية الناجمة عن التملك و التمويل أو اجتماعية عن طريق النقد<sup>(2)</sup>

و في مقابل هذه الاستخدامات للتلفزيون توجد دول أخرى في العالم الثالث، تولى أهمية كبيرة لهذه الوسيلة حيث يعتبر كعامل رئيسي لدفع عجلة التنمية، و التلفزيون على اختلاف أشكاله يستطيع في الدول النامية أن يساعد المواطنين على فهم ثقافات الآخرين و كيفية معاملاتهم و طريقة عيشهم مما يدفعهم إلى النظر إلى أنفسهم نظرة جديدة و متفهمة.

<sup>1</sup>رواه مسلم، مختصر صحيح مسلم للمنذري المكتب الإسلامي، الطبعة الرابعة، عام 1402 هـ. الحديث رقم 1888، ص 498.

<sup>2</sup>طه عبد العاطي نجم، مرجع سبق ذكره، ص 128.

ومن خلال كل هذا اكتشف القادة السياسيون في هذه الدول أن التلفزيون يلعب اليوم دورا هاما في المجتمع، وذلك لخدمة أغراضهم السياسية مثل الدعاية لهم وغير ذلك من الأعمال الخاصة بهم. وفي هذا الصدد تؤكد "الدكتورة جيهان رشتي" على إمكانية قيام هذه الوسيلة في المجتمعات النامية بالوظائف السابقة فهي ترى أن التلفزيون يمكن غرس الشعور بالانتماء إلى أمة أو وطن وتعليم الشعب مهارات جديدة والرغبة في التغيير وتشجيع الناس على المساهمة ونقل أرائهم إلى القادة السياسيين. وتشكل المؤسسة التلفزيونية باعتبارها أداة إيديولوجية دورا بالغ الأهمية في التوعية الاجتماعية، وهذا مقارنة بمختلف المؤسسات الإعلامية الأخرى، وتكمن أهمية التلفزيون في قدرته على توصيل الرسالة الإعلامية إلى المواطنين سواء كانوا في منازلهم أو في أماكن عملهم إلى غير ذلك.

والاتصال في صورته العامة هو عبارة عن عملية نقل و تبادل الحقائق والخبرات والآراء والمعلومات والشعور والأحاسيس والاتجاهات وطرق الأداء والأفكار بواسطة رموز تنتقل من شخص إلى آخر، إلى مجموعة أفراد، وقد تكون هذه الرموز لغة أو أرقاما أو رسومات، ومن هنا تبرز أهمية التوعية انطلاقا مما تقوم عليه هذا الجهاز في التوعية.<sup>1</sup>

ومن المهام التي يقوم بها التلفزيون في المجتمعات النامية توسيع آفاق المواطنين بصفاتهم أفرادا في الأسر، وخلق الشخصية القادرة على فهم الآخرين وتبني نظرة جديدة متفحصة كما يسهم التلفزيون في خلق مناخ صالح للتنمية عن طريق رفع التطلعات وزيادة بعث طموحات الأفراد في سبيل حياة أفضل، إلى جانب إسهامها في إعادة الترتيب القيمي والسلوكي للأفراد، كما يسهم في تدعيم الاتجاهات الراسخة والتأثير في الاتجاهات والتبشير بالقيم والمثل الإنسانية الرفيعة وتكوين رأي عام مستنير.

<sup>1</sup> طه عبد العاطي نجم، مرجع سبق ذكره، ص 130

كما نجد التلفزيون في العالم الثالث، يساهم مساهمة فعالة في مساعدة الشعوب هذه الدول على فهم الآخرين و التطلع إلى مستجداتهم في جميع الميادين التنموية ، مما يجعل هؤلاء ينظرون إلى أنفسهم نظرة جديدة و متفحصة ، كما أنها تقضي على بعد المسافة و العزلة ، و تنقل الناس من المجتمع التقليدي إلى المجتمع الحديث ، و من خلال القدرة التي يتمتع بها في توصيل المعلومات و المستجدات و الأخبار الخارجية و الداخلية.<sup>(١)</sup>

١- طه عبد العاطي نجم ، مرجع سبق ذكره ، ص 136 .



الفصل الرابع

الفصل الميداني

أولاً : منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات .

1- المنهج المستخدم في الدراسة.

2- أدوات جمع البيانات .

ثانياً : مجالات الدراسة

1- المجال المكاني .

2- المجال الزمني .

3 العينة

ثالثاً : تحليل البيانات .

رابعاً : نتائج الدراسة.

أولاً: منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات :

لكل دراسة منهج تقوم عليه و أدوات يتم من خلالها جمع البيانات :

1- المنهج المستخدم في الدراسة :

المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة أو الظاهرة لاكتشاف الحقيقة<sup>1</sup>

كما يعمل على تحديد الأدوات الملائمة ويوظفها في ضوء خصائصه كما يحدد نوع العينات ومصادر جمع البيانات .

او قد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي الذي يقوم على تحليل الظواهر ومتغيراتها، حيث تم اختيارنا لهذا المنهج كونه المناسب و الأكثر ملائمة لطبيعة موضوع بحثنا، فهو منهج يقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها و أبعادها و توظيف العلاقات بينها بهدف الوصول إلى وصف علمي دقيق لهذه الظاهرة أو المشكلة حيث يقوم على الحقائق المرتبطة بها<sup>2</sup>.

و كذلك كونه طريقة لوصف الظاهرة و المشكلة المدروسة و تصويرها كميًا عن طريق جمع المعلومات و تصنيفها و تحليلها و إخضاعها للدراسة الدقيقة<sup>3</sup>.

2- أدوات جمع البيانات :

لا يمكن ضمان نجاح أي دراسة علمية دون الاعتماد على تقنيات بحث علمية دقيقة تسهل على الباحث عملية جمع البيانات الخاصة بالموضوع ، و تنقسم تقنيات البحث الخاصة بالعلوم الإنسانية إلى ستة أنواع وهي " الملاحظة ، المقابلة ، الاستمارة ، التجريب ، تحليل المحتوى و تحليل الإحصائيات "، و يتوقف قرار تبني

1- محمد شفيق ، البحث العلمي : الخطرات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 2001 ، ص 86.

2- مصطفى محمد أبو بكر و احمد عبد الله اللطح ، البحث العلمي : تعريفه خطواته، مناهجه ، المفاهيم الإحصائية، الدار الجامعية الإسكندرية، 2001-2002، ص 51.

3- عمار بوحوش و محمد الذنبيات، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1999 ، ص 140.

تقنية دون أخرى على التقييم الموضوعي لإمكانية التقنية نفسها و حدودها، وذلك من تحديد مشكلة البحث و عليه فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على الأدوات التالية:

### - استمارة البحث :

و هي تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد و تسمح باستجوابهم بطريقة موجهة و القيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية و القيام بمقارنات رقمية .

و بواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق.

و لقد استخدمنا هذه التقنية بهدف الكشف عن طبيعة العلاقة بين متغيرات الظاهرة و ذلك من خلال الإجابة على أسئلة الاستمارة التي تضمنت (22) اثنان و عشرون سؤالاً صياغتها بطريقة بسيطة و واضحة و ذلك تناسبا مع مستوى أفراد عينتنا و لقد وزعت هذه الأسئلة على ثلاث محاور كما يلي :

المحور الأول: تضمن أسئلة حول البيانات السوسيوديمغرافية لأفراد العينة.

المحور الثاني: تضمن أسئلة حول أهمية التوعية الأسرية في مجتمعنا .

المحور الثالث: تضمن أسئلة حول مدى الانطباع الذي يتركه التلفزيون من خلال

ساعات المشاهدة.

ثانيا : مجالات الدراسة :

يقصد بمجالات الدراسة، مكان إجراء الدراسة، و تاريخ إجرائها و العينة التي أجريت عليها .

1- المجال المكاني :

تم إجراء دراستنا بالحرم الجامعي في كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية و بالتحديد طلبة قسم العلوم الإنسانية تخصص اتصال، و ذلك من خلال توزيع الاستمارة على مجموعة من الطلبة و ذلك بطريقة مباشرة قصد ملئها .

2- المجال الزمني :

كانت البداية الفعلية لدراستنا في شهر أفريل 2011 ، حيث قمنا بتوزيع الاستمارات على الطلبة و ذلك يوم الأربعاء: 20-04-2011 م ، حيث قمنا بجمع الاستمارات كلها يوم الخميس 21-04-2011 م وقد تمت هذه العملية في ظروف جيدة دون أي صعوبات في توزيعه الاستمارات أو في استرجاعها حيث كان الطلبة متعاونين معنا لما لهم من وعي و دراية كاملة بأهمية الدراسة.

3- العينة :

إن اختيار العينة هي إحدى الدعائم الأساسية للبحث الامبريقي إذ تسمح بالحصول في حالات كثيرة على المعلومات المطلوبة .

و عند اختيار العينة يجب مراعاة ما يلي :

- أن تمثل العينة المجتمع الأصلي .

- أن تتساوى فرص الاختيار لوحدات المجتمع الأصلي في عينة البحث، و لأن مجتمع دراستنا متجانس حيث يضم الطلبة الذين يدرسون بالكلية بمختلف مستوياتهم

فقد كان اختيار عينتنا عشوائيا من خلال إعطاء قرص متكافئة لكل المستويات.

و تقدر عينتنا بمجموع 30 طالب (25 إناث ، 05 ذكور ) أي ما يعادل 30 استمارة استبيان.

ثالثًا : تحليل البيانات :

المحور الأول : البيانات الشخصية :

الجدول رقم ( 01 ) : الخاص بتوزيع افراد العينة حسب الجنس :

الفئات	التكرار	النسبة
ذكر	5	% 16.66
أنثى	25	% 83.33
المجموع	% 30	% 100

نلاحظ في الجدول المتعلق بمتغير الجنس أن نسبة الإناث و المقدره بـ 83.33 %

و تليها بعد ذلك نسبة الذكور و المقدره بـ 16.66 % هي أكبر نسبة و هذا راجع إلى أن تركيبة المجتمع الجزائري حيث نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور.

الجدول رقم (2) : الخاص بتوزيع أفراد العينة حسب السن :

الفئات	التكرار	النسبة
من (20-18)	1	% 3.33
من (24-21)	25	% 83.33
أكثر من 24	4	% 13.33
المجموع	30	% 100

نلاحظ في الجدول المتعلق بمتغير السن ان أكبر نسبة هي من ( 21 – 24 ) و هذا راجع إلى المرحلة العمرية لسنة الثالثة ثم تليها الفئة أكبر من 24

بنسبة 33.13% و أخيرا الفئة العمرية ( 8 - 20 ) المقدرة ب 3.33% و هي أصغر فئة باعتبارها فئة العشرينيات .

### الجدول رقم ( 03 ) : الخاص بالمستوى التعليمي :

الفئات	تكرار	نسبة
سنة ثانية	2	6.66%
ثالثة	28	93.33%
ماستر	0	0%
المجموع	30	100%

من خلال هذا الجدول الذي يبين المستوى التعليمي لأفراد العينة نلاحظ أن أكبر نسبة من الطلبة الذين يدرسون في السنة الثالثة ب 93.33% ثم تليها الطلبة الذين يدرسون سنة الثانية بنسبة 6.66% و آخر سنة هم الطلبة الذين في مرحلة الماستر بنسبة 0% و هذا راجع إلى أننا ركزنا في توزيع الاستمارة على السنة الثالثة بنسبة أكبر من السنوات الأخرى.

المحور الثاني : التوعية الأسرية :

الجدول رقم 04 : الخاص بالتوعية الأسرية :

النسبة	التكرار	الفئات
43.33 %	13	قيمة أخلاقية
13.33 %	04	قيمة دينية
16.66 %	05	قيمة اجتماعية
10 %	03	قيمة عقلية
3.33 %	01	قيمة أخلاقية ، دينية
10 %	03	قيمة أخلاقية ، دينية ، اجتماعية
3.33 %	01	قيمة أخلاقية ، دينية ، اجتماعية، عقلية
100 %	30	المجموع

من خلال الجدول رقم 04 الخاص بالتوعية الأسرية نجد أن أكبر نسبة هي نسبة القيمة الأخلاقية والتي قدرت بـ 43.33 % لأنها تلعب دور كبير في إثراء المستوى الأخلاقي للأفراد ثم تأتي نسبة القيمة الاجتماعية بـ 16.66 % ثم تليها نسبة القيمة الدينية بـ 13.33 % ثم نجد الإجابة عن القيمة العقلية بنسبة 10 % ثم نجد الإجابات المحتملة و المتمثلة في الأولى قيمة ( أخلاقية ، دينية ، اجتماعية ) قدرت بـ 10 % و الثانية قيمة ( أخلاقية ، دينية ) و القيمة الأخيرة ( أخلاقية، دينية ، اجتماعية عقلية ) قدرت بنسبة 3.33 % . وهذه النسب تعتبر متقاربة كلها وذلك لتقارب الدور الذي تقوم به كل قيمة .



## الجدول رقم 05 : الخاص بـبروز وسائل توعية الأسرة :

الفئات	التكرار	النسبة
وسائل الإعلام	12	40 %
المؤسسات الدينية	11	36.66 %
المؤسسات الاجتماعية	04	13.33 %
أخرى	01	3.33 %
مؤسسات دينية ، اجتماعية	01	3.33 %
وسائل إعلام، دينية ، اجتماعية	01	3.33 %
المجموع	30	100 %

نجد خلال الجدول رقم 05 المخصص لأبرز وسائل التوعية للأسرة أن أكبر نسبة هي نسبة وسائل الإعلام و التي قدرت بـ 40 % و هذا راجع إلى مدى التطور الكبير الذي شهدته ثم يليها نسبة المؤسسات الدينية و التي قدرت بـ 36.66 باعتبارها تراعي ديننا الحنيف ثم تأتي نسبة المؤسسات الاجتماعية المقدره بـ 13.33 % و الوسائل الأخرى بنسبة قليلة قدرت بـ 3.33 % . أما بالنسبة للإجابات المختلطة نجد مؤسسات (دينية، اجتماعية) و (وسائل الإعلام دينية ، اجتماعية) بنفس النسبة و التي قدرت بـ 3.33 % .

الجدول رقم 06 : الخاص بمدى بتأثير هذه الوسائل :

الفئات	التكرار	النسبة
قوي	12	% 40
متوسط	17	%56.66
ضعيف	01	%3.33
لا يوجد تأثير	00	%00
المجموع	30	% 100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 المتعلق بمدى تأثير الوسائل فأفراد العينة يرون بأن تأثير هذه الوسائل هو تأثير متوسط و ذلك بأكثر نسبة قدرت بـ 56.66 % ثم يرى غالبية أفراد العينة أنه تأثير قوي و ذلك بنسبة 10 % ثم تأتي نسبة الأفراد الذين يرون أنه تأثير ضعيف وهي أقل نسبة قدرت بـ 3.33 % بينما لا يوجد أي فرد من أفراد العينة يرون أنه لا يوجد تأثير و منه يمكن القول أن هذا التأثير راجع إلى كون الوسائل أصبحت مهمة في حياة الفرد و بالتالي فإن تأثيرها يكون قوي و متوسطا على غالبية المجموعة.

المحور الثالث: مشاهدة التلفزيون :الجدول 07 : الخاص بمشاهدة التلفزيون :

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	30	% 100
لا	00	% 00
المجموع	30	% 100

نلاحظ من خلال الجدول المتعلق بمشاهدة التلفزيون أن كل أفراد العينة يشاهدون التلفزيون بنسبة 100 % و هذا يفسر لنا في وقتنا الحالي وهو وقت التكنولوجيا و التطورات فمن المعقول أن لا يكون هناك من لا يشاهد هذا الجهاز.

### الجدول 08 : الخاص بعدد ساعات المشاهدة اليومية :

الفئات	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	02	6.66 %
من ساعة إلى 3 ساعات	15	50 %
أكثر من 3 ساعات	13	43.33 %
المجموع	30	100 %

من خلال الجدول 08 الخاص بعدد ساعات المشاهدة اليومية أن أكبر نسبة هي نسبة المشاهدة من ساعة إلى 3 ساعات والتي قدرت بـ 50 % و هذا راجع إلى أن الأفراد لديهم انشغالات معينة ، تليها نسبة المشاهدة أكثر من 3 ساعات قدرت بـ 43.33 % و هنا نجد أن أصحاب هذه النسبة لديهم أوقات فراغ لهذا يلجؤون إلى مشاهدة التلفزيون لمدة طويلة ثم تأتي أقل نسبة و هي نسبة المشاهدة أقل من ساعة قدرت بـ 6.66 % .  
و هنا نتوقف على رغبتهم عن المشاهدة أو قد تكون لديهم انشغالات خاصة .

**الجدول رقم 09 : الخاص بالبرامج التي نشاهدها :**

الفئات	التكرار	النسبة
عربية	03	% 10
أجنبية	02	% 6.66
مختلطة	25	% 83.33
المجموع	30	% 100

نلاحظ من خلال الجدول المتعلق بنوعية البرامج أن أكبر نسبة هي نسبة مشاهدة البرامج المختلطة و التي قدرت بـ 83.33 % و هي البرامج المفضلة لدى أفراد العينة بينما نسبة مشاهدة البرامج العربية قدرت بنسبة 10 % و ذلك باعتبار أنها تقدم بلغة عربية ثم تأتي أقل نسبة و هي نسبة البرامج الأجنبية و التي قدرت بـ 6.66 % و هنا نجدها قليلة بالنسبة للنسب الأخرى و هذا راجع إلى التحفظ و المراعاة.

**الجدول رقم 10 : الخاص بنوعية البرامج التي نشاهدها :**

الفئات	التكرار	النسبة
برامج اجتماعية	14	%46.66
برامج ترفيهية	05	%16.16
برامج علمية	00	% 00
برامج توعوية	00	% 00
برامج اجتماعية علمية	01	% 3.33
برامج اجتماعية ، ترفيهية ، علمية ، توعوية .	01	%3.33
برامج اجتماعية ترفيهية.	04	% 13.33
برامج ترفيهية علمية.	01	% 3.33
اجتماعية ، ترفيهية ، علمية.	03	% 10
المجموع	30	% 100

يخص الجدول رقم 10 المتعلق بنوعية برامج المشاهدة حيث نجد أن أكبر نسبة قدرت بـ 46.66 % و هي البرامج الاجتماعية و هذا راجع إلى أنها المفضلة للمشاهدة لتناولها مواضيع تخص المجتمع و الأسرة و هي برامج مفيدة ثم تأتي نسبة البرامج الترفيهية التي قدرت بـ 16.66 % و هذا لغرض الترفيه عن النفس بعد يوم شاق من العمل أو الدراسة أما بالنسبة للإجابات المختلطة نجد أن الأولى و هي برامج ( اجتماعية، ترفيهية ) قدرت بـ 13.33 % أما الثانية و تمثل البرامج ( الاجتماعية ، العلمية ) و برامج ( اجتماعية ترفيهية ، علمية ، توعوية ) و برامج ( ترفيهية ، علمية ) بنفس النسبة قدرت بـ 3.33 % أما البرامج ( الاجتماعية ، الترفيهية، العلمية ) بنسبة 10 % فكلها نسب متفاوتة و متنوعة لتنوع البرامج المتناولة .

#### الجدول رقم 11 : الخاص بمدى التأثير بنوعية معينة من البرامج :

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	26	86.66 %
لا	04	13.33 %
المجموع	30	100 %

من خلال الجدول رقم 11 الخاص بمدى التأثير ببرامج معينة حيث كانت نسبة الإجابات بنعم و التي قدرت بـ : 86.66 % و ذلك لان نوعية البرامج لها تأثير كبير في التوعية الأسرية ثم يليها نسبة الإجابات بلا و التي قدرت بـ : 13.33 % و هي تعتبر نسبة قليلة بالمقارنة مع النسبة الأولى.

الجدول رقم 12 : الخاص بالمساعدة التي تقدمها البرامج في توعية الأسرة :

البرامج المساعدة	التكرارات	النسبة
نعم	29	96.66 %
لا	01	3.33 %
المجموع	30	100 %

من خلال الجدول رقم 12 الخاص بالمساعدة التي تقدمها البرامج في توعية الأسرة حيث نجد أكثر نسبة في الإجابة ب نعم و التي قدرت ب 96.66 % ثم تليها نسبة الإجابة بلا قدرت ب 3.33 % و هي نسبة قليلة جدا و هذا يدل على أن البرامج التلفزيونية تلعب دورا كبيرا في التوعية الأسرية.

الجدول رقم 13 : الخاص بمدى الإقبال المتلقى للبرامج :

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	18	60 %
لا	0	0 %
نوع ما	12	40 %
المجموع	30	100 %

من خلال الجدول رقم 13 الخاص بمدى الإقبال المتلقى للبرامج حيث نجد أكبر نسبة و التي جاءت بنعم و قدرت ب 60 % ثم تليها نسبة الإجابات التي كانت نوعا ما ب 40 % و ذلك لأن هذه البرامج تركت أثرا كبيرا في توعية الأفراد لذا لقيت إقبالا كبيرا.

الجدول رقم 14 : الذي يبين التوعية التي خلقتها البرامج التلفزيونية حسب أفراد العينة (الطلبة) :

النسبة	التكرار	الفئات
%23.33	07	التوعية بالأفاق و الظواهر الاجتماعية
% 0	0	التوعية السياسية
% 10	03	التوعية الدينية
% 26.66	08	تقديم معلومات
% 3.33	01	أخرى
% 3.33	1	التوعية الدينية + السياسية
%10	3	التوعية الدينية، السياسية ، بالأفاق و الظواهر الاجتماعية
%3.33	1	التوعية الدينية ،أخرى
%3.33	1	التوعية بالأفاق و الظواهر الاجتماعية ، التوعية السياسية
% 3.33	1	توعية دينية ، بالأفاق و الظواهر الاجتماعية
%3.33	01	التوعية بالأفاق و الظواهر الاجتماعية ، التوعية السياسية
% 3.33	01	التوعية بالأفاق و الظواهر الاجتماعية ، الأخرى
%3.33	01	التوعية بالأفاق و الظواهر الاجتماعية ، التوعية الدينية
% 3.33	01	التوعية بالأفاق و الظواهر الاجتماعية ، التوعية السياسية ، تقديم المعلومات
% 100	30	المجموع

من خلال الجدول يتبين لنا أن نوع التوعية التي خلفتها البرامج التلفزيونية هي تقديم المعلومات و جاء هذا بنسبة 26.66 % و تلتها التوعية بالأفاق والظواهر الاجتماعية بنسبة 23.33 % و شملت 10 % كل من ( التوعية الدينية و السياسية و تقديم المعلومات و الأفاق الاجتماعية ) في المقابل كانت نسبة 3.33 % هي نسبة متدنية لمجموع هذه الفئات مثل ( توعية دينية ، أفاق و ظواهر اجتماعية و التوعية السياسية . و يرجع سبب ارتفاع نسبة تقديم المعلومات بـ 24.66 % لأن البرامج التلفزيونية التي تخصص، في القنوات يكون موضوعها الأساسي حول تقديم المعلومات حول أي موضوع سواء كان اجتماعي أو سياسي ، أو اقتصادي ، و كذلك فإن طلاب الإعلام و الاتصال يتابعون البرامج لاكتساب أكبر عدد ممكن من المعلومات و هذا يتماشى مع شخصيتهم .

#### الجدول رقم 15 : يوضح حول ما إذا كان التلفزيون مؤسسة اجتماعية ذات تأثيرات

معينة :

النسبة	التكرارات	الفئات
70 %	21	مهمة
26.66 %	08	بالغة الأهمية
3.33 %	01	قليلة الأهمية
100 %	30	المجموع

من خلال الجدول رقم 15 الخاص بما إذا كان التلفزيون مؤسسة اجتماعية ذات تأثيرات معينة نجد أن أكبر نسبة هي الفئة الأولى و التي تعتبر أن التلفزيون مؤسسة اجتماعية مهمة و التي قدرت بـ 70 % و ذلك لأنه يقوم بدور التوعية ثم تأتي نسبة بالغة الأهمية المقدره بـ 26.66 % و التي تعبر هي الأخرى مدى الأهمية الاجتماعية التي تتركها هذه المؤسسة في أوساط الأفراد ثم تليها نسبة قليلة الأهمية قدرت بـ 3.33 % و هذا رأيهم الشخصي.



**الجدول رقم 16 : الخاص بإمكانية الاعتماد فقط على التلفزيون لتوعية الأسرة :**

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	00	% 0
لا	25	%83.33
نوعا ما	05	% 16.66
المجموع	30	% 100

من خلال الجدول رقم 16 المتعلق بإمكانية الاعتماد فقط على التلفزيون لتوعية الأسرة حيث نجد أكبر نسبة و في هي الإجابة بلا و التي قدرت بـ 83.33 % لأن التلفزيون و نظرا لأهميته البالغة في المجتمع و الأسرة و الدور الذي يقوم به فهو لا يمكن الاعتماد عليه وحده لغرض التوعية ثم تليها نسبة نوعا ما قدرت بـ 16.66 % و هي نسبة قليلة.

**الجدول رقم 17 : الخاص بالوسائل الأخرى التي تؤدي دور التوعية الأسرية إلى جانب**

**التلفزيون :**

الفئات	التكرار	النسبة
الإنترنت	10	% 40
مؤسسات اجتماعية	06	% 24
صحف و مجلات	04	%16
راديو	03	%12
الكتب	02	% 8
المجموع	25	% 100

يمثل الجدول 17 الوسائل الأخرى التي تؤدي دور التوعية الأسرية إلى جانب التلفزيون حيث نلاحظ أن أكبر نسبة هي نسبة الإجابة على وسيلة الإنترنت و التي

قدرت بـ 40 % و هذا راجع إلى أن الأفراد يعتمدون عليها بصفة كبيرة ثم تأتي نسبة المؤسسات الاجتماعية و المقدرة بـ 24 % و بعدها نسبة الصحف و المجالات المقدرة بـ 16 % ثم تليها نسبة الراديو التي قدرت بـ 12 % و أخيرا الكتب بنسبة 08 % وهي نسبة قليلة و هذا بسبب احتلال الأنترنت المرتبة الأولى لكونها وسيلة سهلة لا تأخذ من الأفراد جهدا كبيرا و لا وقتا طويلا في استغلالها .

الجدول رقم 18 : خاص بمدى التماس درجة الوعي في الأسرة بسبب مشاهدتها التلفزيون :

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	16	53.33 %
لا	14	46.66 %
نوع ما	00	00 %
المجموع	30	100 %

من خلال الجدول رقم 18 المتعلق بمدى التماس درجة الوعي في الأسرة بسبب مشاهدتها للتلفزيون نجد أن أكبر نسبة لدى أفراد العينة هو الإجابة بنعم و التي قدرت بـ 53.33 % و هذا يرجع إلى مدى تقبل الأسرة للبرامج التوعوية المقدمة في التلفزيون ثم تليها نسبة الإجابة بلا المقدرة بـ 46.66 % هذه النسبة التي تعبر عن عدم ترك التلفزيون أي درجة من التوعية لدى الأفراد.

**الجدول رقم 19 : يوضح حول ما إذا كان هناك تنافس مع الأسرة حول برامج تلفزيونية توعوية :**

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	11	% 36.66
لا	06	% 20
أحيانا	13	% 43.33
المجموع	30	% 100

من خلال الجدول رقم 19 حول ما إذا كان هناك تنافس مع الأسرة حول برامج تلفزيونية توعوية حيث نجد أن أكبر نسبة كانت الفئة أحيانا و التي قدرت بـ : 43.33 %

و هنا يمكن القول بأن التنافس بين الأفراد و أسرهم بغرض زيادة مستوى الوعي ثم ثاني نسبة المقدرة بـ 36.66 % و التي أجابت بنعم ثم تليها النسبة الأقل بالإجابة بلا و التي قدرت بـ 20 % و هذا لأن هناك من الأفراد الذين لا يتنافسون حول أي برامج تلفزيونية و هذا قد يدل على عدم التأثر بالتلفزيون.

**الجدول رقم 20 : الخاص بمدى مراعاة التلفزيون لاحتياجات الأسرة :**

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	26	%86.66
لا	04	% 13.33
المجموع	300	%100

من خلال الجدول رقم 20 الخاص بمدى مراعاة التلفزيون لحاجيات الأسرة نلاحظ أن أكبر نسبة كانت بالإجابة بنعم والتي قدرت بـ 86.66% و هذا باعتبار أن التلفزيون وسيلة أكثر تطور يمكن الاعتماد عليها لتلبية حاجيات الأفراد ثم تأتي الإجابة بلا بنسبة قليلة قدرت بـ 13.33% وذلك لأنه هناك من الأفراد من يرى أنه لا يلي حاجيات الأسرة أي كل حسب وجهة نظره .

**الجدول رقم 21 : الخاص بالبرامج التي يمكن اقتراحها في التلفزيون للاستفادة منها :**

النسبة	التكرار	الفئات
40%	12	حصص نقاش
20%	06	شرطة علمية
16.66%	05	تلفزيون الواقع
3.33%	03	أخرى
3.33%	01	حصص نقاش ، تلفزيون الواقع
10%	03	شرطة علمية ، تقارير إخبارية
6.66%	02	حصص نقاش ، تقارير إخبارية ، شرطة علمية
100%	30	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 21 الخاص بالبرامج التي يمكن اقتراحها في التلفزيون للاستفادة منها نجد أن أكبر نسبة هي حصص النقاش والتي قدرت بـ 40% وهذا راجع إلى اعتبارها المفضلة لدى الأفراد والأسرة لتلبية رغبتهم العلمية والثقافية ثم تأتي نسبة الشرطة العلمية والمقدرة بـ 20% ثم تليها نسبة الإجابة على تلفزيون الواقع والتي قدرت بـ 16.66% ثم نسبة الإجابة ببرامج أخرى قدرت بـ 3.33% أما نسبة الإجابات المختلطة أو الإجابات التي تحتوي على أكثر من إجابة نجد أن :

- 1) أكبر نسبة في الإجابات المختلطة هي نسبة الإجابة (بأشرطة علمية ، تقارير) قدرت بنسبة 10% .
- 2) ثم تأتي نسبة الإجابة (حصص نقاش ، تقارير إخبارية ، أشرطة علمية) و التي قدرت بـ : 6.66% .
- 3) أقل نسبة هي نسبة الإجابة ( حصص نقاش ، تلفزيون الواقع) والتي نسبتها تقدر بـ : 3.33% .

الجدول رقم 22 : الخاص بأهم البرامج التي ترى بأنها تؤدي دور توعوي :

الفئات	التكرارات	النسبة
برامج اجتماعية	10	33.33%
برامج علمية	12	40%
برامج ثقافية	05	16.66%
برامج دينية	13	43.33%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم 22 الخاص بأهم البرامج التي يمكن التي تؤدي دور توعوي حسب أفراد العينة حيث نجد أكبر نسبة و المتمثلة في البرامج الدينية و التي قدرت بـ 43.33% و هذا لكوننا بلد مسلم يهتم بهذه البرامج فهي تعتبر برامج توعوية بشكل كبير ثم تأتي البرامج العلمية التي لا تقل أهمية عن البرامج الأخرى و ذلك بنسبة 40% ثم تليها نسبة البرامج الاجتماعية و التي قدرت بـ 33.33% باعتبارها برامج مفيدة للأسرة و تناقش قضايا اجتماعية ثم تأتي البرامج الثقافية بنسبة قليلة قدرت بـ 16.66% و هذا يدل على أن البرامج الثقافية لا تقتصر فقط على التي تبث في التلفزيون فهناك مؤسسات أخرى تؤدي الدور الثقافي مثل المؤسسات التربوية و الكتب و غيرها ...

### نتائج الدراسة :

من خلال دراستنا لموضوع التلفزيون وتأثيره على التوعية الأسرية استوجب توزيع الاستمارات لدراسة الجانب الميداني لهذا الموضوع من أجل تدعيم هذه الدراسة بمختلف الحقائق و كذا تصحيح بعض الحقائق الخاطئة و ذلك من خلال حصولنا على مختلف البيانات المتعلقة بدراستنا و تحليلها ، الأمر الذي مكن من اختيار الفرضيات و التي توصلنا من خلالها إلى النتائج التالية:

- أن التوعية الأسرية لها عدة قيم بارزة و ذلك من خلال ما لاحظناه في تلعب دورا كبيرا في إثراء المستوى الأخلاقي للأفراد كما توجد قيم أخرى تمثلت في القيم الدينية باعتبارنا بلدا مسلما فهي لعبت دورا هاما في هذه إثراء هذه القيم .

- بروز مختلف وسائل التوعية الأسرية بشكل كبير في أدائها لدور التوعية و ذلك من خلال النسب التي لاحظناها في العينة ، كما لاحظنا التأثير القوي الذي تركته في أوساط الأفراد .

- من دون شك لا توجد أفراد أو أشخاص لا يشاهدون التلفزيون لكن الملاحظ في ذلك هو اختلاف ساعات المشاهدة لديهم بنسب متفاوتة و ذلك راجع لانشغل الأفراد بأشياء أخرى مثل الدراسة و العمل .

- تلعب نوعية البرامج التي تبث في التلفزيون دورا هاما باختلاف أنواعها و لغاتها، فهي تترك بذلك انطباعات معينة في سلوك الأفراد و المجتمع من خلال التماس درجات الوعي و التنافس في الأسرة حول هذه البرامج، و من خلال الإقبال الواسع لهذه البرامج نراها أيضا تقدم مساعدات كثيرة و متنوعة تساعد على توعية الأفراد ، و ترك أنارا مختلفة.

- كما لاحظنا أيضا ظهور وسائل أخرى إلى جانب الوسائل و المؤسسات التوعوية ، أشكال أخرى مثل الانترنت و الكتب و غيرها فهي تساهم بشكل أو بآخر في التوعية الأسرية.

- مما سبق و ذكرنا كل هذه العوامل و التنوعات و الأساليب أدت أدوارها في التوعية الأسرية.

# الخاتمة

## خاتمة :

بعد كل ما استعرضناه و ذكرناه في موضوع دراستنا و الذي ساعدنا على الوقوف على جملة من المعلومات و الحقائق حول دور التلفزيون في التوعية الأسرية لكل الشرائح الاجتماعية و العمرية و نظرا لأهمية الموضوع الذي أصبح محط بحث العديد من العلماء و الباحثين مما دفعنا إلى الخوض فيه و محاولة الوقوف على أهم تأثيرات التلفزيون الايجابية و السلبية ، حيث أصبح وسيلة هامة لا غنى عنها في كل أسرة فهو يلعب دورا كبيرا مما يترتب علينا الاهتمام بهذا الموضوع و إكثار البحوث و الدراسات فيه فالنظريون من خلال قنواته المختلفة يعرض مجموعة من البرامج و الفقرات التي تؤثر على الفرد و المجتمع ، خاصة منهم الأطفال سواء كان هذا التأثير ايجابيا أو سلبيا حيث انه لا يمكن الحكم على القنوات التي تختلف حسب اختلاف برامجها في التأثير بشكل كبير على الأفراد ، و هذا ما توصلت إليه العديد من الدراسات و الأبحاث و منها الدراسة التي قمنا بها حيث خرجنا بعدة نتائج مفادها أن التلفزيون سلاح ذو حدين و لذلك يجب التفطن إلى كيفية استغلاله حتى يؤدي وظيفته على أكمل وجه ، فاغلب مظاهر العنف في سلوك الأفراد يكتسبونها من خلال مشاهدتهم للتلفزيون مظاهر الانحلال الخلقي و الجريمة و غيرها لكن رغم كل هذه السلبيات لا يمكن ان ننفي الايجابيات التي انفرد بها التلفزيون عن غيره من وسائل الإعلام و ذلك لقوة تأثيرها على الجمهور كتزويدهم بالثقافة و المعلومات و الأفكار الجديدة ، و التعرف على أهم الأخبار و أنباء ما يجري في العالم أثناء حدوثها كما يساهم التلفزيون في صقل شخصية الأفراد و منهم الأطفال بمختلف القيم التي يطرحها ، هذا و لا يمكن إغفال مدى تأثير التلفزيون على الثقافة بما فيها من قيم و مواقف و اتجاهات أنماط السلوك الذي صار من الضروري التعامل بحذر مع ما تبثها القنوات التلفزيونية و خاصة الفضائية منها حيث غدت تمثل خطرا على هويتنا العربية و من خلال النتائج التي توصلنا إليها من خلال الدراسة التي قمنا بها حاولنا تقديم بعض التوصيات التي نراها مهمة للتخفيف من حدة تأثيرات التلفزيون .

يجب التخفيف من حدة التبعية الثقافية للغرب و الحفاظ على عاداتنا و تقاليدنا و ثقافتنا من خلال التخطيط لتقديم إنتاج محلي عربي راقى و هادف يكون منافسا للإنتاج الأجنبي .



ينبغي ترشيد استهلاك البرامج التلفزيونية و توعية الأفراد من خلال القيام بحملات توعوية و أخيرا نقول أننا لسنا ضد التلفزيون كوسيلة إعلامية و إنما المشكلة تكمن في كيفية استخدامها و استغلالها لتلعب دورها الاتصالي لحماية التراث و العادات و التقاليد و القيم الأخلاقية و غرس الروح الوطنية و تعزيز الانتماء إلى الوطن و قيم مجتمعنا و ديننا الحنيف.

الملحق

إستمارة البحث

المحور الأول : معلومات سوسيو ديمغرافية :

1 ( الجنس

ذكر  أنثى

2 ( السن

من 18-20  21-24  أكثر من 24

3 ( المستوى التعليمي

سنة ثانية  سنة ثالثة  ماستر

المحور الثاني : التوعية الأسرية

4 ( حسب رأيك ما هي التوعية الأسرية ؟

قيمة أخلاقية  قيمة دينية  قيمة اجتماعية  قيمة عقلية

5 ( ما هي أبرز وسائل توعية الأسرة ؟

وسائل الإعلام  المؤسسات الدينية  المؤسسات الاجتماعية  أخرى

6 ( هل تأثير هذه الوسائل ؟

قوي  متوسط  ضعيف  لا يوجد تأثير

( 7 ) هل تشاهد التلفزيون ؟

نعم  لا

( 8 ) إذا كانت الإجابة نعم

ما هو عدد ساعات المشاهدة اليومية ؟

أقل من ساعة  من ساعة الى 3 ساعات  أكثر من 3 ساعات

( 9 ) هل البرامج التي تشاهدها ؟

عربية  أجنبية  مختلطة

( 10 ) ما نوعية البرامج التي تشاهدها ؟

اجتماعية  ترفيهية  علمية  توعوية

( 11 ) هل تتأثر ببرامج معينة ؟

نعم  لا

( 12 ) هل ترى بأن هناك برامج معينة تساعد توعية الأسرة ؟

نعم  لا

( 13 ) إذا كانت الاجابة بنعم فهل ترى بأن هذه البرامج تلقى إقبالا ؟

نعم  لا

( 14 ) ما هي نوع التوعية التي خلقتها البرامج التلفزيونية حسب رأيك ؟

التوعية بالأفكار و الظواهر الاجتماعية  التوعية الدينية

التوعية السياسية  تقديم معلومات

أخرى

15) حسب رأيك هل التلفزيون مؤسسة اجتماعية ؟

مهمة  بالغة الأهمية  قليلة الأهمية

16) هل يمكن الاعتماد فقط على التلفزيون لتوعية الأسرة ؟

نعم  لا  نوع ما

17) إذا كانت اجابتك بـ لا فما هي الوسائل الأخرى التي أن تؤدي نفس الدور ؟

- الحملات التوعوية .

- الإذاعة .

18) هل لحسنت درجة من الوعي في أسرتك بنسب سدادتها للتلفزيون ؟

نعم  لا  نوع ما

19) هل تتنافس مع أسرتك حول برنامج توعية تلفزيونية ؟

نعم  لا  أحيانا

20) هل ترى بأن التلفزيون يجب أن يراعي أحيانا الأسرة ؟

نعم  لا

21) ما هي البرامج التي تقترح إدراجها في التلفزيون لمتفيد منها الأسرة ؟

حصص نقاش  أشرطة علمية  أخرى

تلفزيون الواقع  تقارير إخبارية

22) ما هي أبرز البرامج التي ترى بأنها تؤدي دور توعوي ؟

- البرامج الدينية مثل فتاوى على النهوى .

- البرامج الوثائقية مثل الأشرطة العلمية .

# المراجع

# قائمة المراجع و المصادر

## أ - باللغة العربية

- 1- إبراهيم عباسي : الطفل و التلفزيون ، في ملتقى حول : واقع الأسرة الجزائرية و أفاق ترقبتيها جمعية الإرشاد و الإصلاح ، 1997 .
- 2- أحمد بدر : الاتصال بالجمهور بين الإعلام و التطوير و التنمية ، دار قباء للطباعة ، القاهرة ، 1997
- 3- ادوارد البستاني ، موسوعة ذاكرة المعارف الثقافية... الاتصال و المواصلات ، المركز الثقافي الحديث للطباعة و النشر ، بيروت ، 2004 .
- 4- أسامة ظافر كبارة : برامج التلفزيون و التنشئة التربوية و الاجتماعية للأطفال ، ط1 ، دار النهضة العربية ، بيروت .
- 5- إسماعيل بن حماد الجوهري : الصاحح في اللغة العربية و العلوم ، إعداد و تصنيف نديم مرعشلي و أسامة مرعشلي ، دار الحضارة العربية ، بيروت ، لبنان ، ط1 ، 1973 .
- 6- أوستن راني : قنوات السلطة أو تأثير التلفزيون في السياسة الأمريكية ، ترجمة موسى جعفر ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، 1986 .
- 7- برهان شاوي : المدخل في الاتصال الجماهيري و نظرياته ، دار الكندي ، الأردن ، ط1 ، 2003
- 8- جمال محمد أبو شنب : نظريات الاتصال و الإعلام (المفاهيم المداخل النظرية ، القضايا) ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 2006 .
- 9- جمال محمد أبو شنب : نظريات الاتصال و الإعلام (المفاهيم ، المداخل ، النظرية ، القضايا) ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 2006 .
- 10- حسين عبد الحميد رشوان : العلاقات العامة و الإعلام من منظور علم الاجتماع ، محطة الرحل الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1997 .
- 11- حنان عبد الحميد العناني : الطفل و الأسرة و المجتمع ، سلسلة الأسرة التربوية ، دون رقم الطبعة ، 1997 .
- 12- خليل أحمد خليل : معجم المصطلحات السياسية و الدبلوماسية ، دار الفكر اللبناني ، بيروت ، لبنان ، الطبعة الأولى ، 1999 .
- 13- سعيد مبارك آل زعير : التلفزيون و التغيير الاجتماعي ، دار و مكتبة الهلال ، بيروت ، 2008 .

- 14- رواه مسلم .مختصر صحيح مسلم للمنذري المكتب الإسلامي ، الطبعة الرابعة ، عام 1402 هـ  
الحديث رقم 1888 .
- 15- سناء خولي :الأسرة و الحياة العائلية ، دار النهضة العربية ، بيروت ، دون رقم الطبعة ، 1984.
- 16- طه عبد العاطي نجم : الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث ( الموضوع و القضايا)  
دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، مصر 2005 .
- 17- عبد الرحمان عدس قطامي : علم النفس العام ، دار الفكر و التوزيع ، ط1 ، الأردن ، 2002 .
- 18- عبد القادر القصير : الأسرة المتغيرة في مجتمع العربية ، دار النهضة العربية للطباعة و النشر  
بيروت الطبعة 2 ، 1999 .
- 19- علي ليلة : الطفل و المجتمع و التثنية الاجتماعية و إبعادها الانتماء الاجتماعي ، المكتبة المسرية  
، الإسكندرية ، 2006.
- 20- عمار بوحوش و محمد الذنبيات ، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث ، ديوان المطبوعات  
الجامعية ، 1999.
- 21- عوض منصور ، " التلفزيون بين المنافع و الأضرار " ، الزرقاء ، ط3 ، الأردن ، 1987 .
- 22- غريب سيد أحمد : علم اجتماع الاتصال و الإعلام " ، دار الرفاء ، الإسكندرية ، 2002.
- 23- فضيل دليو : تاريخ وسائل الاتصال ، دار أقطاب الفكر ، الجزائر ، 2007 .
- 24- فضيل دليو : مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 1998.
- 25- كرم شلبي : معجم المصطلحات الإعلامية ، دار الشروق ، القاهرة ، ط 1 ، 1987 .
- 26- ماجي الحلواني : مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني و الفضائي ، علم لكتب ، القاهرة ، 2002 .
- 27- محمد شفيق ، البحث العلمي : الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية ، المكتب الجامعي  
الحديث ، الإسكندرية ، 2001.
- 28- محمد ضياء الدين عوض : التلفزيون و التنمية الاجتماعية ، أدار القومية للطباعة و النشر القاهرة  
بلا تاريخ .
- 29- محمد علي محمد : علم الاجتماع و المنهج العلمي ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، ط 03  
1986 .
- 30- محمود فريد محمود عزت : القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية ( انجليزي ، عربي )  
العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة 2001 .
- 31- مصطفى محمد أبو بكر و احمد عبد الله اللالح ، البحث العلمي : تعريفه خطواته ، مناهجه ، المفاهيم  
الإحصائية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2001-2002 .



### ب - باللغة الفرنسية

- 1- Desmond Davis , : **The Grammer of télévision Production** ,London ,1966.p
- 2- Germen – Hill. Leslie-P :**Research In Instructional .T.V and Film** , Washington office Education ,1967.
- 3- Joy W Johanson , :**The mass Modern Society** Renebat press, 1971  
Revers I-William Theodor Peterson .
- 3- Revers I-William Theodor Peterson .Joy W Johanson , "**The mass Modern Society** " Renebat press, 1971.

### ج- مواقع إلكترونية

- 1- [http // www . WSAT –alhaq . com / modules PHP – name = news and file = article and Sid .](http://www.WSAT-alhaq.com/modules/PHP-name=news&file=article&Sid)