

جامعة الجزائر 3
كلية علوم الإعلام والاتصال
قسم علوم الإعلام



مساهمة الإعلام القيمي في تحقيق التنشئة الاجتماعية والثقافية
دراسة ميدانية مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ الدكتور:
عبد السلام بن زاوي

إعداد الطالبة:
إسمهان جبالي

جامعة الجزائر 3
كلية علوم الإعلام والاتصال
قسم علوم الإعلام



مساهمة الإعلام القيمي في تحقيق التنشئة الاجتماعية والثقافية
دراسة ميدانية مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ الدكتور:
عبد السلام بن زاوي

إعداد الطالبة:
إسمهان جبالي

أمام لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
أ.د. بلقاسم بالروان	أستاذ التعليم العالي	جامعة الجزائر 3	رئيساً
أ.د. عبد السلام بن زاوي	أستاذ التعليم العالي	جامعة الجزائر 3	مشرفاً
أ.د. أحمد بوخاري	أستاذ التعليم العالي	جامعة الجزائر 3	مناقشاً
د. منيرة بن نصيب	أستاذ محاضر أ	جامعة الجزائر 3	مناقشاً
أ.د. عبد الرحيم بن بوزيان	أستاذ التعليم العالي	جامعة الوادي	مناقشاً

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
﴿ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى
وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ ۖ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي
عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴾

سورة النمل، الآية 19

شكر وعرفان

الحمد لله حمدا كثيرا، الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله وكرمه وتوفيقه

أتممت هذا العمل، ولأن من لا يشكر الناس لا يشكر الله أتقدم بجزيل الشكر لأستاذي

ومشرفي الأستاذ عبد السلام بن زاوي على صبره وسعة صدره فقد كان له من اسمه النصيب

الكبير هو سلام حل على ارض دراستي.

كما أنحني عرفانا الى كل اساتذتي الأفاضل من جامعة الجزائر 3

ولأن من علمني حرفا صرت له عبدا فلن أفوت فرصتي في الدعاء الخالص حين عز

الشكر لمن منحني دعما وآمن بوجودي المثمر في فضاء الجامعة أستاذي ومعلمي وناصري

وقدوتي المرحوم الدكتور عبد العالي رزاقى - اسأل الله أن يجعل علمه صدقة جارية ويجزيه

ثوابا وغفرانا

قائمة طويلةوقلب يسع الجميع

شكرا لكل من مر فأحدث الأثر

إهداء

إلى أمي فاطمة... يا جدارا سريا تستند إليه روعي كلما مالت

ويا نبضا ما توقف يوما عن الدعاء

إليك أهدي ثمرة سنوات وما حملته من صبر وسعي وخطى متعثرة ثم ثابتة بتوفيق من الله

إلى والدي الإثنين...

فالأول منحني الحياة... والثاني علمني الحياة.. فما أوفرني حظا من الحياة

كلاكما يسكن جهة من قلبي... وكلاكما كان نورا في درب طال

أهديكما هذا العمل عرفانا وامتنانا لا يكتمل

إلى زوجي

الذي لم يكن يوما عابرا في عمري...

لقد كن الهدوء حين يعصف كل شيء.. ركني المتين وطمأنينتي وسط كل انشغال

والقوة حين تضعف الخطوات... والقلب الذي احتمل غيابي وانشغالي وضغوط سعيي

لك من هذا الإنجاز نصيب كما لي تماما

إلى بناتي

قطعتان من الفرح وسغ الحلم الذي يمضي الى الابد

شكرا لأنكن كنتن الضوء في عز العتمة... والحافز الذي يجعل الطريق يستحق العبور

إلى اخوتي وأخواتي

سندي حين تتقل الأيام وأعمدة توازن لا تميل... أهديكم ما وصلت إليه فأنتم جزء من قوتي

فهرس المحتويات:

شكر وعرفان	
إهداء	
قائمة الجداول	
قائمة الأشكال	
الملخص:	
مقدمة:	أ.

الإطار المنهجي

الفصل الأول: إشكالية الدراسة وأجراءاتها المنهجية

أولاً: البناء المنهجي للإشكالية	8
1 إشكالية الدراسة، تساؤلاتها وفرضياتها	8
2 أسباب اختيار الموضوع، أهدافه، وأهميته	10
ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة:	13
1- نوع الدراسة، منهجها، وطرق جمع بياناتها:	13
2- مجتمع الدراسة وعينته:	21
ثالثاً: مجالات الدراسة:	26
رابعاً: تحديد المفاهيم والمصطلحات:	28
خامساً: الدراسات السابقة:	34

الإطار النظري

الفصل الثاني: الإعلام القيمي في السياق الإذاعي - الخصائص والأهداف

تمهيد:	78
المبحث الأول: مفهوم الاعلام القيمي، خصائصه، وأهدافه	79
المطلب الأول: تعريف الاعلام القيمي	79
المطلب الثاني: العلاقة بين الاعلام والقيم	81
المطلب الثالث: خصائص الاعلام القيمي	92

المطلب الثالث: أهداف الاعلام القيمي.....	97
المبحث الثاني: الإذاعة المحلية كوسيط قيمي	104
المطلب الاول: مفهوم الإذاعة المحلية وفروقاتها عن الإذاعات الأخرى	104
المطلب الثاني: الإذاعة المحلية في الجزائر:	110
المطلب الثالث: خصائص الإذاعة المحلية:	115
المطلب الرابع: أهداف الاذاعة المحلية:	117
المطلب الخامس: أسباب انتشار الإذاعات المحلية:	120
المطلب السادس: وظائف الإذاعة المحلية وأدوارها	124
المطلب السابع: الإذاعة المحلية والهوية الثقافية:	128
المطلب الثامن: الإذاعة المحلية والمعايير الاجتماعية :	130
المبحث الثالث: البرامج القيمة في الاذاعة المحلية، اشكالها، واهميتها	132
المطلب الأول: البرامج الدينية في الإذاعة المحلية:	132
المطلب الثاني: البرامج الثقافية في الإذاعة المحلية:	133
المطلب الثالث: البرامج الاجتماعية في الإذاعة المحلية:	136
المطلب الرابع: أشكال البرامج القيمة واهميتها.....	137
خلاصة الفصل:	147
الفصل الثالث: التنشئة الاجتماعية والثقافية (المفهوم، الخصائص، الأهمية، والمؤسسات الفاعلة)	
تمهيد:	150
المبحث لأول: ماهية التنشئة الاجتماعية، مراحلها، أهدافها، ومؤسساتها	151
المطلب الأول: مفهوم التنشئة الاجتماعية	151
المطلب الثاني: خصائص التنشئة الاجتماعية.....	153
المطلب الثالث: أهمية التنشئة الاجتماعية وأهدافها.....	155
المطلب الرابع: عناصر عملية التنشئة الاجتماعية وشروط حدوثها.....	159

المطلب الخامس: اشكال التنشئة الاجتماعية:	
تأخذ عملية التنشئة الاجتماعية لدى الفرض شكلين رئيسيين هما :	161
المطلب السادس: مراحل التنشئة الاجتماعية:	162
المطلب السابع: مؤسسات التنشئة الاجتماعية	165
المبحث الثاني: ماهية التنشئة الثقافية، علاقتها بالهوية ودورها في بناء الشخصية ..	172
المطلب الأول : مفهوم التنشئة الثقافية	172
المطلب الثاني: أهمية التنشئة الثقافية وأهدافها	173
المطلب الثالث: وظائف التنشئة الثقافية	175
المطلب الرابع: آليات التنشئة الثقافية	176
المطلب الخامس: علاقة الثقافة بالهوية والانتماء	178
المطلب السادس: دور الثقافة في بناء الشخصية	179
المطلب السابع: التمييز بين التنشئة الاجتماعية والتنشئة الثقافية .	181
المبحث الثالث: الإعلام القيمي كفاعل في التنشئة الاجتماعية والثقافية	184
المطلب الأول: الإعلام القيمي ودوره في التنشئة الاجتماعية	184
المطلب الثاني: الإعلام القيمي ودوره في التنشئة الثقافية	185
المطلب الثالث : الأساليب والطرق التي يعتمدها الإعلام القيمي في عملية التنشئة	
	186
المطلب الرابع : الاثار المترتبة عن الاعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية والثقافية:	
	188
المبحث الرابع: الأطر النظرية المفسرة للعلاقة بين الاعلام القيمي والتنشئة الاجتماعية والثقافية	
	192
المطلب الأول: نظرية التعليم الاجتماعي :	192
المطلب الثاني: نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام :	194
المطلب الثالث: نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام	196
المطلب الرابع: نظرية الغرس الثقافي كإطار مفسر للدراسة	202

المطلب الخامس: الغرس الرمزي كمدخل تفسيري للدراسة (الغرس التطوري).....	209
خلاصة الفصل :	211

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع: قراءة تحليلية لنتائج استبيان دراسة مساهمة الاعلام القيمي في تحقيق التنشئة الاجتماعية والثقافية

تمهيد:	214
أولاً: تحليل البيانات الديموغرافية للعينة:	215
1/ توزيع العينة حسب النوع الاجتماعي:	215
2/ توزيع العينة حسب العمر:	215
3/ توزيع العينة حسب المستوى الدراسي:	216
4/ الربط بين العمر والمستوى الدراسي: جدول رقم (8 و 9)	216
ثانياً: اختبارات الفروق - متابعه البرامج القيمية	217
1- الفروق حسب النوع الاجتماعي: Independent T-test	217
2/ الفروق حسب العمر (One way ANOVA)	218
3/ الفروق حسب المستوى الدراسي (One way ANOVA)	218
4/ الارتباط بين متابعة البرامج وتقييم محاور الاستبيان:	219
ثالثاً: توجهات العينة حسب نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه	222
1 /البرامج الدينية في المرتبة الأولى	222
2 /البرامج الثقافية في المرتبة الثانية	222
3 /البرامج الاجتماعية	222
4 /البرامج التربوية الأقل استدعاء للانتباه	223
رابعا: تحليل محاور الدراسة الأساسية (الاستجابات والارتباطات)	224
1- محور الاعلام القيمي والإذاعة المحلية:	224
2- محور مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية:	231
3- محور مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الثقافية:	235

239	4- محور تمثلات البعد الرمزي
244	5- محور دور المتغيرات الوسيطة في تفسير المضامين القيمية:
250	6- محور الآثار القيمية والمضامين الإعلامية المسموعة:
254	7- محور الأسئلة المفتوحة:
259	خامسا: تفسير النتائج على ضوء نظرية الغرس الثقافي (الرمزي)
259	المحور الأول: البيانات العامة
260	المحور الثاني: الإعلام القيمي والإذاعة المحلية:
263	المحور الثالث: مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية:
264	المحور الرابع: مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية
265	المحور الخامس: التمثلات البعد الرمزي (الغرس الرمزي):
267	المحور السادس: دور المتغيرات الوسيطة في تفسير المضامين القيمية:
267	المحور السابع: محور الآثار القيمية للمضامين الإعلامية
268	سادسا: النتائج المتعلقة باختبار الفروق نحو متابعة البرامج القيمة.
269	1- نتائج محور الاعلام القيمي في الإذاعة المحلية:
270	2- نتائج محور مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية:
271	3- نتائج محور مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الثقافية:
271	4- نتائج محور تمثلات البعد الرمزي:
272	5- نتائج خاصة بمحور دور المتغيرات الوسيطة في تغيير المضامين القيمية: ..
273	6- نتائج متعلقة بمحور الآثار القيمية للمضامين الإعلامية:
274	7- نتائج متعلقة بالأسئلة المفتوحة:
275	8- النتائج الأساسية للدراسة:
279	الخاتمة
283	الملاحق
306	قائمة المصادر والمراجع

قائمة الجداول

- الجدول رقم (1): يوضح نتائج اختبار معامل الفا كرونباخ للاستبيان 20
- الجدول رقم (2): يوضح الاتساق الداخلي للعينة 21
- الجدول رقم (3): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإجابات المستثناة من الدراسة 23
- الجدول رقم (4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي 24
- الجدول رقم (5): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر 24
- الجدول رقم (6): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي 25
- الجدول رقم (7): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي 215
- الجدول رقم (8): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر 215
- الجدول رقم (9): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي 216
- الجدول رقم (10): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو متابعة البرامج القيمية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي 217
- الجدول رقم (11): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو متابعة البرامج القيمية تعزى لمتغير الفئة العمرية 217
- الجدول رقم (12): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو متابعة البرامج القيمية تعزى لمتغير المستوى الدراسي 218
- الجدول رقم (13): يوضح الارتباط بين متابعة البرامج وتقييم كل محور 219
- الجدول رقم (14): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه 221
- الجدول رقم (15): يوضح استجابات افراد العينة نحو الإعلام القيمي والإذاعة المحلية 224
- الجدول رقم (16): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو محور الإعلام القيمي والإذاعة المحلية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي 225

- الجدول رقم (17): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور الإعلام القيمي والإذاعة المحلية تعزى لمتغير الفئة العمرية.....225
- الجدول رقم (18): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور الإعلام القيمي والإذاعة المحلية تعزى لمتغير المستوى الدراسي.....226
- الجدول رقم (19): يوضح الارتباط بين أسئلة تمثلات محور الإعلام القيمي والإذاعة المحلية والدرجة الكلية للمحور.....227
- الجدول رقم (20): يوضح الارتباط بين الاعلام القيمي والإذاعة المحلية وتقييم كل محور.....228
- الجدول رقم (21): يوضح استجابات افراد العينة نحو مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية.....231
- الجدول رقم (22): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.....232
- الجدول رقم (23): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية تعزى لمتغير الفئة العمرية.....232
- الجدول رقم (24): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية تعزى لمتغير المستوى الدراسي.....233
- الجدول رقم (25): يوضح الارتباط بين أسئلة محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية والدرجة الاجمالية له.....233
- الجدول رقم (26): يوضح ارتباط التنشئة الاجتماعية بباقي المحاور.....234

الجدول رقم (27): يوضح استجابات افراد العينة نحو مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية.....	235
الجدول رقم (28): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.....	236
الجدول رقم (29): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية تعزى لمتغير الفئة العمرية.....	236
الجدول رقم (30): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية تعزى لمتغير المستوى الدراسي.....	237
الجدول رقم (31): يوضح الارتباط بين أسئلة محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية والدرجة الاجمالية له.....	237
الجدول رقم (32): يوضح ارتباط التنشئة الثقافية بباقي المحاور.....	238
الجدول رقم (33): يوضح استجابات افراد العينة نحو تمثلات البعد الرمزي.....	239
الجدول رقم (34): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو الغرس الرمزي تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.....	239
الجدول رقم (35): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو الغرس الرمزي تعزى لمتغير الفئة العمرية.....	240
الجدول رقم (36) : ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو الغرس الرمزي تعزى لمتغير المستوى الدراسي.....	241
الجدول رقم (37): يوضح الارتباط بين اسئلة تمثلات البعد الرمزي والدرجة الكلية للمحور.....	241
الجدول رقم (38): يوضح ارتباط لغرس الرمزي بباقي المحاور:.....	243
الجدول رقم (39): يوضح استجابات افراد العينة نحو دور المتغيرات الوسطية.....	244

- الجدول رقم (40): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو محور دور المتغيرات الوسيطة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.....245
- الجدول رقم (41): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور دور المتغيرات الوسيطة تعزى لمتغير الفئة العمرية.....246
- الجدول رقم (42): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور دور المتغيرات الوسيطة تعزى لمتغير المستوى الدراسي.....246
- الجدول رقم (43): يوضح الارتباط بين أسئلة تمثلات محور دور المتغيرات الوسيطة والدرجة الكلية للمحور247
- الجدول رقم (44): يوضح ارتباط محور دور المتغيرات الوسيطة بباقي المحاور248
- الجدول رقم (45): يوضح استجابات افراد العينة نحو الآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة250
- الجدول رقم (46): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو محور الآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي251
- الجدول رقم (47): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور الآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة تعزى لمتغير الفئة العمرية251
- الجدول رقم (48): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور الآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة تعزى لمتغير المستوى الدراسي.....251
- الجدول رقم (49): يوضح الارتباط بين أسئلة محور الآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة والدرجة الكلية للمحور252

الجدول رقم (50): توزيع القيم التي نجحت الإذاعة القيمية في تعزيزها.....	254
الجدول رقم (51): تحديد الارتباط بين القيم التي نجحت الإذاعة في تعزيزها والبيانات العامة	255
الجدول رقم (52): توزيع أفراد عينة الدراسة حول الحاجة الى تطوير البرامج الاذاعية القيمية	256
الجدول رقم (53): يوضح استجابات افراد العينة حول فئات التطوير المقترحة للبرامج	257
الاذاعية القيمية.....	257
الجدول رقم (54): ملخص الجداول المتقاطعة للبرامج التي تستدعي الانتباه والقيم المكتسبة	258
الجدول رقم (أ): تحديد الاتجاه العام حسب قيم المتوسط المرجح	296
الجدول رقم (ب): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لعينة الدراسة.....	296
الجدول رقم (12): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في	
متوسطات إجابات الطلبة نحو نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "دينية" تعزى	
لمتغير النوع الاجتماعي.....	296
الجدول رقم (13): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد	
وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "دينية" تعزى	
لمتغير الفئة العمرية.....	297
الجدول رقم (14): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد	
وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "دينية" تعزى	
لمتغير المستوى الدراسي.....	297
الجدول رقم (15): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في	
متوسطات إجابات الطلبة نحو نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "أخلاقية" تعزى	
لمتغير النوع الاجتماعي.....	297
الجدول رقم (16): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد	
وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "أخلاقية" تعزى	
لمتغير الفئة العمرية.....	297

الجدول رقم (17): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "أخلاقية" تعزى لمتغير المستوى الدراسي.....	298
الجدول رقم (18): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "تربوية" تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.....	298
الجدول رقم (19): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "تربوية" تعزى لمتغير الفئة العمرية.....	298
الجدول رقم (20): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "تربوية" تعزى لمتغير المستوى الدراسي.....	298
الجدول رقم (21): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "ثقافية" تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.....	299
الجدول رقم (22): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "ثقافية" تعزى لمتغير الفئة العمرية.....	299
الجدول رقم (23): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "ثقافية" تعزى لمتغير المستوى الدراسي.....	299
الجدول رقم (ج): يوضح الارتباط بين تمثيلات البعد الرمزي والتنشئة الاجتماعية والثقافية.....	299
الجدول رقم (د): يوضح الارتباط بين دور المتغيرات الوسيطة والتنشئة الاجتماعية والثقافية.....	300

قائمة الأشكال

- شكل رقم 1: تمثيل افراد العينة حسب الإجابات المستثناة من الدراسة..... 23
- شكل رقم 2: توزيع افراد العينة حسب النوع الاجتماعي..... 24
- شكل رقم 3: توزيع افراد العينة حسب العمر..... 25
- شكل رقم 4: توزيع العينة حسب المستوى الدراسي..... 25
- شكل رقم 5: تمثيل افراد العينة حسب النوع الاجتماعي..... 300
- شكل رقم 6: تمثيل افراد العينة حسب الفئة العمرية..... 301
- شكل رقم 7: تمثيل افراد العينة حسب المستوى الدراسي..... 301
- شكل رقم 8: تمثيل نوع البرامج القيمية التي تستدعي انتباه المبحوثين..... 302
- شكل رقم 9: تمثيل نوع البرامج القيمية التي تستدعي انتباه المبحوثين بالاعمدة البيانية. 302
- شكل رقم 10: تمثيل القيم التي نجحت الإذاعة القيمية في تعزيزها لدى المبحوثين..... 303
- شكل رقم 11: تمثيل القيم التي نجحت الإذاعة القيمية في تعزيزها لدى المبحوثين بالاعمدة البيانية..... 303
- شكل رقم 12: تمثيل أفراد عينة الدراسة حول الحاجة الى تطوير البرامج الاذاعية القيمية..... 304
- شكل رقم 13: تمثيل فئات التطوير المقترحة بالأعمدة البيانية..... 304
- شكل رقم 14: تمثيل فئات التطوير المقترحة للبرامج الاذاعية القيمية للبرامج الاذاعية القيمية..... 305

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف مساهمة الإعلام القيمي ممثلاً في الإذاعة المحلية في تحقيق التنشئة الاجتماعية والثقافية لدى طلبة الاعلام والاتصال بجامعة الوادي، اعتماداً على نظرية الغرس الثقافي الرمزي. اعتمدت الباحثة على عينة قصدية غرضية مكونة من طلبة يتابعون الإذاعة المحلية وقد تم جمع البيانات باستخدام استبيان يتكون من سبعة محاور رئيسة هي كالتالي: الإعلام القيمي والإذاعة المحلية، التنشئة الاجتماعية، التنشئة الثقافية، الغرس الرمزي، المتغيرات الوسيطة والآثار القيمة للمضامين الإعلامية. حيث أظهرت النتائج أن متابعة البرامج القيمة مرتبطة إيجابياً مع جميع المحاور حيث ساهمت في تعزيز القيم الاجتماعية والثقافية، بناء الوعي الثقافي وكذا توجيه السلوك الاجتماعي. كما أبرزت النتائج أهمية التكرار الرمزي للمضامين والقيم ودور المتغيرات الوسيطة مثل الخبرة الشخصية والتفاعل الاجتماعي في تفسير الرسالة الإعلامية، وقد دعمت هذه النتائج الدراسات السابقة المحلية والعربية والأجنبية كما أكدت صحة جميع فرضيات البحث. لتخلص الدراسة إلى أن الإعلام القيمي عبر الإذاعة المحلية يعد فاعلاً مساهماً في التنشئة الاجتماعية والثقافية لدى الطلبة، مع ضرورة تطوير البرامج لتوسيع حضورها الميداني. **الكلمات المفتاحية:** الإعلام القيمي، الإذاعة المحلية، التنشئة الاجتماعية، التنشئة الثقافية، الغرس الثقافي، الغرس الرمزي، القيم، الطلبة، المتغيرات الوسيطة، المضامين الإعلامية.

Abstract:

This study aimed to explore the contribution of value-oriented audio media represented by local radio -to supporting social and cultural socialization among media and communication students at the University of El Oued ; grounded in the cultural and symbolic cultivation Theory; A purposive sample of students who regularly follow local radio was selected; and data were collected through a structured questionnaire covering value-related media; social socialization; cultural socialization; symbolic cultivation; mediating variables; and value-related outcomes.

The findings revealed significant correlations between exposure to value-oriented programs and all study; axes; indicating that local plays a central role in reinforcing social value; strengthening cultural awareness and supporting students symbolic and cognitive development. The results further emphasized the relevance of symbolic repetition of value-laden content; as well as the influence of mediating factors such as the personal experience and social interaction in shaping message interpretation. These outcomes align with previous research and confirm the studies hypotheses.

The study concludes that value-oriented media through local radio contributes meaning fully to students social and cultural socialization; high lighting the importance of enhancing and expanding value-based programming.

Keywords: Value-oriented media; Local radio; Social socialization; Cultural socialization; Cultural cultivation; Symbolic cultivation; Values; Students; Audio content; Mediating variables.

مقدمة:

تمثل القيم إحدى أهم الركائز التي يقوم عليها البناء الاجتماعي والثقافي داخل المجتمع، إذ تشكّل الإطار الناظم للسلوك الفردي والجماعي، وتوجّه علاقات الأفراد، وتضبط تفاعلهم مع محيطهم الاجتماعي. وفي ظل ما يشهده العالم المعاصر من تحولات معرفية ورقمية متسارعة، أصبحت مسألة الحفاظ على المنظومة القيمية وتوجيهها نحو دعم الاستقرار الاجتماعي والانسجام الثقافي من الأولويات البحثية الملحة. وفي هذا السياق، يبرز الإعلام بوصفه فاعلا مساهما في تشكيل القيم وتوجيه الوعي الاجتماعي، لما يمتلكه من قدرات على إنتاج الرسائل وتعميمها والتأثير في الاتجاهات والسلوكيات. وقد أضحت "الإعلام القيمي" أحد المداخل الحديثة لدراسة هذا الدور، نظرا لكونه يهتم بالمحتوى الهادف إلى ترسيخ القيم، وبفاعليته في التشكيل الرمزي والثقافي لتصورات الجمهور.

ومن بين الوسائط الإعلامية التي حافظت على حضور قوي في البيئة الاجتماعية الجزائرية، نجد الإذاعة المحلية التي تتميز بقربها من جمهورها، وبقدرتها على معالجة قضاياها الآنية، وتقديم مضامين تتلاءم مع واقعها واحتياجاته اليومية. فالطبيعة المحلية للخطاب الإذاعي تمنحه قدرة أكبر على ملاسة اهتمامات الأفراد، وتقديم محتوى يعبر عنهم، ويعزز ارتباطهم ببيئتهم الاجتماعية والثقافية. كما أنّ الإذاعة المحلية تمتلك خصائص تجعلها وسيطا فعالا لنقل القيم، مثل سهولة الوصول، والمجانية، وبداية التلقي، وطبيعة الاتصال اللفظي القائم على الحوار والسرد، فضلا عن حضورها المستمر في البيوت وأماكن العمل والتنقل. وهو ما يجعلها قناة مناسبة لدراسة الإعلام القيمي المسموع، خصوصا لدى فئة الطلبة بما تمثله من شرائح واعية وقادرة على التفاعل مع الرسائل الإعلامية.

وتتجلى أهمية دراسة الإعلام القيمي المسموع في علاقته بعمليات التنشئة الاجتماعية والتنشئة الثقافية، وهما عمليتان محورتان في تشكيل شخصية الفرد وبناء سلوكه وانتماؤه. إذ تسهم التنشئة الاجتماعية في إدماج الفرد في محيطه من خلال تعليمه القواعد والمعايير والقيم التي تنظم الحياة الاجتماعية. بينما تعمل التنشئة الثقافية على بناء الهوية الثقافية، وتعزيز الإحساس بالانتماء، وتمكين الفرد من فهم رموز وثقافة المجتمع. وتعد وسائل الإعلام اليوم من أبرز مؤسسات التنشئة، لما تمتلكه من قدرة على الحضور

الواسع وإعادة إنتاج الرموز والمعاني، ومن ثمّ الإسهام في بناء التصورات الاجتماعية وتوجيه السلوك.

ولفهم العلاقة بين الإعلام القيمي المسموع وبين عمليات التنشئة، تستند الدراسة إلى نظرية الغرس الثقافي بشقيها التقليدي والرمزي التطوري. فالشّق التقليدي يفترض أن التعرّض المتكرر للمضامين الإعلامية يسهم في بناء تصورات مشتركة لدى الجمهور، بينما يركّز الشق الرمزي على الكيفية التي يستوعب بها المتلقي الرسائل الإعلامية وفق خبراته الشخصية وسياقه الاجتماعي، وعلى التفاعل الرمزي الذي يربط بين الرسالة الإعلامية وبين المعاني التي يضيفها عليها المتلقي. وتمثّل هذه النظرية إطاراً مناسباً لدراسة طبيعة العلاقة بين الرسائل القيميّة المسموعة وبين عمليات التنشئة الاجتماعية والثقافية، وكيفية بناء المعاني القيميّة عبر المحتوى الإذاعي، خصوصاً في سياق محلي يتسم بخصوصيات ثقافية واجتماعية مميزة.

وتتأكد أهمية هذا البحث في ظل ندرة الدراسات التي تناولت الإعلام القيمي المسموع في الإذاعة المحلية الجزائرية بوصفه وسيطاً قيمياً، مقابل وفرة الدراسات التي ركّزت على الإعلام السمعي البصري أو الإعلام الرقمي. كما أن الدراسات التي جمعت بين الإعلام القيمي، والتنشئة الاجتماعية والثقافية، والإطار النظري للغرس الثقافي، في سياق محلي، ما تزال محدودة، رغم الحاجة إلى بناء فهم علمي أعمق للدور الذي يمكن أن يلعبه هذا الوسيط في تشكيل الوعي القيمي لدى فئة الطلبة.

وانطلاقاً من هذه الأهمية، جاءت هذه الدراسة لتبحث في مدى مساهمة الإعلام القيمي المسموع عبر الإذاعة المحلية في تحقيق التنشئة الاجتماعية والثقافية لدى طلبة الإعلام والاتصال، من خلال استكشاف طبيعة المضامين القيميّة، والآليات التي يتم من خلالها تلقيها وفهمها، والتمثيلات الرمزية التي يبنّيها الطلبة حولها، والآثار القيميّة المحققة وفق معطيات الاستبيان. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وعلى أداتي الاستبيان والمقابلة لجمع البيانات من عينة قصدية من الطلبة المتابعين للإذاعة المحلية، بالشكل الذي يسمح بفهم أعمق لأبعاد الظاهرة المدروسة.

وقد جاءت هذه الدراسة مبنية وفق هيكل علمي متكامل يراعي الترابط بين الإطار النظري والمنهجي والتطبيقي، بما يتيح مقارنة الظاهرة المدروسة من مختلف أبعادها الاتصالية والاجتماعية والثقافية. وقد تم توزيع محتوى الدراسة على ثلاثة محاور كبرى : الإطار المنهجي، الفصلان النظريان، والفصل التطبيقي، بما يضمن وضوح الرؤية، وتدرج التحليل، ودقة الوصول إلى النتائج.

أولاً: الإطار المنهجي للدراسة

يُعدّ الإطار المنهجي الأساس الذي تنطلق منه الدراسة لفهم الظاهرة محل البحث وضبطها علمياً. وقد تضمن هذا الإطار تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها الرئيسية والفرعية، وأهدافها العامة والخاصة، وأهمية البحث النظرية والعملية، وحدود الدراسة الزمنية والمكانية والبشرية. كما شمل تحديد مجتمع البحث وعينته القصدية، وشرح مبررات اختيارها وفقاً لخاصية المتابعة الفعلية للإذاعة المحلية. وتم في هذا الإطار أيضاً تقديم وصف مفصل لأدوات جمع البيانات، وهما الاستبيان والمقابلة، مع الإشارة إلى إجراءات البناء والتحكيم لضمان الصدق الظاهري والمحتوى، وشرح معاملات الثبات (الفكرونباخ). إضافة إلى ذلك، تضمن الإطار المنهجي توضيح أساليب التحليل الإحصائي المعتمدة مثل المتوسطات والانحرافات المعيارية، معاملات الارتباط، واختبارات الفروق، ومبررات استخدامها في ضوء طبيعة المتغيرات المدروسة. وقد شكّل هذا الإطار المدخل الضروري لفهم المسار العلمي الذي اعتمدته الباحثة للوصول إلى تفسير الظاهرة، وربط الجانب التطبيقي بنظيره النظري.

ثانياً: الفصلان النظريان

يعكس الإطار النظري للدراسة الأساس المفاهيمي الذي تستند إليه الباحثة في تحليل الظاهرة وفهم سياقاتها. وقد تم تقسيمه إلى فصلين رئيسيين:

الفصل الأول: الإعلام القيمي والإذاعة المحلية

في هذا الفصل، تناولت الدراسة بالتفصيل مفهوم الإعلام القيمي من حيث نشأته ودلالاته وخصائصه، وركزت على أدواره في بث المنظومة القيمية داخل المجتمع، ووظائفه التربوية والاجتماعية والثقافية. كما تمت دراسة الإذاعة المحلية بوصفها وسيطاً قيمياً فاعلاً، من خلال تحليل خصائصها الاتصالية، وأهدافها، ودورها في مخاطبة الجمهور المحلي،

وأَسباب انتشارها واستمرار حضورها رغم التحولات الرقمية. وتم التطرّق إلى العلاقة بين الإذاعة المحلية والهوية الثقافية، ودورها في الحفاظ على المعايير الاجتماعية، إضافة إلى عرض أبرز البرامج القيمة المسموعة وتصنيفاتها الثقافية والاجتماعية والدينية وأهميتها بالنسبة للمتلقين. وقد وفر هذا الفصل الخلفية النظرية الضرورية لفهم طبيعة المحتوى القيمي داخل الإذاعة المحلية.

الفصل الثاني: التنشئة الاجتماعية والثقافية

ركّز هذا الفصل على مفهوم التنشئة الاجتماعية باعتبارها عملية أساسية لتكوين شخصية الفرد ودمجه داخل المجتمع، من خلال تناول تعريفها، وخصائصها، وأهميتها، ومؤسساتها، وأهدافها، ومراحلها. كما تناول مفهوم التنشئة الثقافية بوصفها مدخلا لبناء الهوية الثقافية وترسيخ الانتماء، من خلال بيان أهميتها ووظائفها وآلياتها، والعلاقة بينها وبين الثقافة في بناء الشخصية الفردية والجماعية. وتم أيضا تقديم تمييز مفصّل بين التنشئة الاجتماعية والتنشئة الثقافية، مع توضيح نقاط التقاطع بينهما داخل السياق الإعلامي. وأخيرا، قدم الفصل الأساس النظري المفسّر للدراسة، من خلال تحليل نظرية الغرس الثقافي بشقيها التقليدي والرمزي، مع إبراز علاقتها بعملية تلقي الإعلام القيمي، ودورها في تفسير تشكّل التمثيلات الرمزية وانعكاساتها على السلوك والوعي لدى المتلقين.

ثالثا: الفصل التطبيقي (التحليل الإحصائي والمناقشة)

يمثل هذا الفصل الجانب الميداني الذي تسعى من خلاله الدراسة إلى اختبار الأسئلة البحثية وتحليل المعطيات الواقعية. مع شرح مفصل لنتائج الاستبيان موزعة حسب محاور الدراسة: دور الإعلام القيمي في الإذاعة المحلية، إسهامه في التنشئة الاجتماعية، إسهامه في التنشئة الثقافية، الغرس الرمزي، الآثار القيمة المحققة، والمتغيرات الوسيطة وعلاقتها بالمتغيرات المقاسة. وقد تم تحليل النتائج باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، ثم مناقشتها في ضوء الإطارين النظري والدراسات السابقة، مع التركيز على كيفية تفسير النتائج باستخدام نظرية الغرس الثقافي. وقد مكّن هذا الفصل من الكشف عن طبيعة حضور القيم داخل الإذاعة المحلية، ومستوى تحقق آثارها الاجتماعية والثقافية لدى الطلبة، والعلاقات التي تربط بين المتغيرات قيد الدراسة.

وبذلك، يجمع بناء الدراسة بين التأسيس النظري والمنهجي والتحليل الميداني، في مقارنة متكاملة تسمح بفهم إسهام الإعلام القيمي المسموع في الإذاعة المحلية في عمليات التنشئة الاجتماعية والثقافية داخل سياق محلي متميّز، وبما يعزز الوعي العلمي بأدوار الإعلام القيمي ورهاناته في البيئة الاتصالية الراهنة.

الإطار المنهجي

الفصل الأول: إشكالية الدراسة واجراءاتها المنهجية

أولاً: البناء المنهجي للإشكالية

1 إشكالية الدراسة، تساؤلاتها وفرضياتها

1-1 الإشكالية:

تكتسب دراسة الإعلام القيمي المسموع في الإذاعة المحلية أهميتها من دوره البارز في تعزيز التنشئة الاجتماعية والثقافية لدى الأفراد، وخصوصاً لدى الشباب وطلبة الإعلام والاتصال الذين يمثلون فئة مؤثرة في المجتمع ومستقبل الثقافة الإعلامية. تلعب الإذاعة المحلية دوراً محورياً في نقل القيم والمعايير الاجتماعية والثقافية، حيث توفر برامجها بيئة تعليمية غير مباشرة تساعد على ترسيخ السلوكيات المقبولة وتعزيز الهوية والانتماء الثقافي. ومع ذلك، فإن قدرة هذه البرامج على ممارسة وظائفها التربوية والقيمية تتحدد بمستوى تفاعل المتلقين مع الرسائل الإعلامية واستيعابهم لها، بالإضافة إلى التحولات السريعة في عصر الاتصال الرقمي الذي أعاد تشكيل أنماط استهلاك الإعلام وطرق التفاعل مع المحتوى، مما قلل من إمكانية غرس القيم بشكل منتظم ومنهجي عبر القنوات التقليدية.

ويأتي في صميم هذا الاهتمام ما أشارت إليه نظرية الغرس الثقافي الرمزي، التي ترى أن الإعلام ليس مجرد ناقل للمعلومات، بل هو أداة لنقل الرموز والقيم الثقافية والاجتماعية، سواء من خلال الرسائل المباشرة أو عبر التفاعل الرمزي الذي يتيح للمتلقين تفسير المحتوى واستثماره وفق خبراتهم وتجاربهم الشخصية. وتبرز أهمية الإذاعة المحلية هنا بشكل خاص، إذ توفر سياقاً قيمياً وثقافياً مرتبطاً بالمجتمع المحلي.

فعلى الرغم من الاهتمام بالإعلام القيمي، إلا أن الدراسات التي تناولت هذا الإعلام في السياق المحلي الجزائري وبالموسيط الإذاعي تحديداً تبقى قليلة نسبياً.

ما يجعل الاعتماد على السياق المحلي الجزائري في تقييم فعالية الإعلام القيمي مسألة جديرة بالبحث والدراسة.

ومن هذا المنطلق، ينبثق التساؤل الرئيس للدراسة:

إلى أي مدى يساهم الإعلام القيمي المسموع عبر الإذاعة المحلية في تحقيق التنشئة الاجتماعية والثقافية لدى طلبة الإعلام والاتصال، وفق ما تفسره نظرية الغرس الثقافي (الرمزي)؟

ولتفصيل هذا التساؤل الرئيس وتحليل مكوناته وفق نتائج الاستبيان وبيانات العينة، تم اشتقاق التساؤلات الفرعية التالية:

- 1 ما مدى إدراك طلبة الإعلام والاتصال لدور الإعلام القيمي في الإذاعة المحلية كوسيط لنقل القيم والمعايير الاجتماعية والثقافية؟
- 2 ما تصور طلبة الإعلام والاتصال لمساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية؟
- 3 ما إدراك الطلبة لمساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية، من حيث تعزيز الهوية والانتماء الثقافي؟
- 4 ما مدى تفسير الطلبة للرسائل الإعلامية والقيمية في ضوء الغرس الرمزي؟
- 5 ما مدى اختلاف إدراك الطلبة للمضامين القيمية وفق خصائصهم الديموغرافية وتجاربهم الشخصية والتفاعل الاجتماعي؟
- 6 ماهي الآثار القيمية المحققة للمضامين الإعلامية المسموعة لدى الطلبة؟

1-2 فرضيات الدراسة:

❖ الفرضية العامة:

يساهم الاعلام القيمي المسموع متمثلا في الإذاعة المحلية في تعزيز أبعاد التنشئة الاجتماعية والثقافة لدى طلبة الاعلام والاتصال من خلال مضامينه الرمزية القيمية، وذلك في ضوء اختلاف بعض الخصائص الفردية التي قد تسهم في تشكيل طرق فهم تلك المضامين والتفاعل معها.

❖ الفرضيات الفرعية:

- الفرضية 1:** تسهم الإذاعة المحلية ذات الطابع القيمي في تعزيز الخصوصية الثقافية والاجتماعية لدى طلبة الاعلام والاتصال، من خلال تقديم محتوى قيم المجتمع المحلي.
- الفرضية 2:** يسهم الإعلام القيمي المسموع في دعم التنشئة الاجتماعية لدى الطلبة من خلال ترسيخ قيم التواصل، الاحترام، والمسؤولية داخل البيئة الاجتماعية.
- الفرضية 3:** يسهم الاعلام القيمي المسموع في ترسخ مقومات الهوية الثقافية لدى الطلبة من خلال المعرفة بالعادات والتقاليد، الرموز الثقافية، والانتماء للمجتمع المحلي.
- الفرضية 4:** يساهم التكرار الرمزي في الخطاب الإعلامي القيمي في تشكيل إدراك الطلبة للمعاني القيمية وترسيخها ضمن تمثيلاتهم الثقافية والاجتماعية.

الفرضية 5: تسهم المتغيرات الوسيطة (خصائص الأفراد) [كالنوع، المستوى الدراسي، التجربة الشخصية، والتفاعل الاجتماعي] في تباين تفسيرهم واستيعابهم للمضامين القيمية في الاعلام المسموع.

الفرضية 6: تساهم المضامين الإعلامية القيمية المسموعة في تكوين ملامح قيمية لدى الطلبة تتجلى في مواقفهم، تصوراتهم وسلوكياتهم داخل محيطهم الاجتماعي.

2 أسباب اختيار الموضوع، أهدافه، وأهميته

2-1 أهمية الدراسة:

أولا الأهمية النظرية:

تتجلى أهمية هذه الدراسة من خلال سعيها إلى إثراء الحقل العلمي للدراسات الإعلامية، خاصة تلك المهتمة بالعلاقة بين الاعلام القيمي والتنشئة الاجتماعية والثقافية، وتعد هذه الدراسة متميزة في مقاربتها الحديثة التي ركزت على البعد الرمزي وهو التطور الحديث في أفكار نظرية الغرس الثقافي التقليدية، وتتجاوز هذه الدراسة منطق الاستهلاك الكمي المتكرر للمضامين الإعلامية نحو منطق التفسير والمعنى الرمزي للرسائل الإعلامية القيمة.

ثانيا الأهمية التطبيقية:

تكمن الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة فيما يمكن أن توفره من بيانات ميدانية حول تمثيلات الطلبة للإعلام القيمي المحلي، ومدى تفاعلهم مع مضامينه، ما من شأنه أن يفيد المؤسسات الإعلامية بخاصة المحلية، على الرقي ببرامجها ومضامينها بما يوافق واحتياجات الجمهور الجامعي وتطلعاته، ويزيد من فعالية الرسالة القيمية في مجتمع يتجه نحو إعادة تشكيل مرجعياته الثقافية والقيمية، في ظل بيئات رقمية متغيرة.

كما تقدم الدراسة نموذجاً تطبيقياً لإعادة تفعيل دور الإذاعة المحلية كوسيط أو أداة تربوية وثقافية، من خلال اعتماد البعد الرمزي في بناء الرسائل وتوجيهها، بدل الركون إلى أشكال البث التقليدي غير المتفاعل.

وخلاصة على ما سبق، فإن الدراسة تمثل مساهمة علمية من خلال السعي إلى فهم أعمق لدور الاعلام القيمي المحلي في بناء المعاني وإعادة تشكيل السلوك والتصورات، وهذا

من خلال تحليل تفاعل النخبة الطلابية من الرسائل الرمزية القيمة بما يعزز من المسعى التربوي والأخلاقي والثقافي الاعلام في ظل التحولات الاتصالية المعاصرة.

2-2 أهداف الدراسة:

1- استقصاء مدى إقبال طلبة الاعلام والاتصال على الاستماع إلى الاعلام القيمي المحلي.

2- التعرف على التمثلات الرمزية التي يشكلها الطلبة حول مضامين الاعلام القيمي ذات الطابع التربوي والأخلاقي والثقافي.

3- رصد مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الثقافية وتعزيز الهوية والانتماء.

4- الكشف عن مدى مساهمة الاعلام القيمي في بناء أبعاد التنشئة الاجتماعية لدى طلبة الاعلام والاتصال.

5- تبين أهمية البعد الرمزي في تفاعل المتلقي مع المضامين القيمية دون الاعتماد على كثافة التلقي.

6- استكشاف آراء الطلبة وتصوراتهم الذاتية حول دور الاعلام القيمي المحلي، وكذا مقترحاتهم الممكنة لتطور مضمونه أو طرق تقديمه في ضوء تجربتهم ذاتية وتفاعلهم معه ابراز دور.

7- المتغيرات الوسيطة (النوع، المستوى الدراسي، التفاعل الاجتماعي) في فهم الفروقات الممكنة داخل تمثلات الطلبة ومواقفهم من الاعلام القيمي.

2-3 أسباب اختيار الموضوع:

وترجع أسباب اختيارنا لهذا الموضوع نتيجة تداخل دوافع شخصية وموضوعية دفعتنا إلى التعمق في دراسة الاعلام والقيمي ودوره في التنشئة الاجتماعية والثقافية لدى طلبة الإعلام والاتصال.

1- فمن الناحية الشخصية، ارتبطت الباحثة ميدانيا وأكاديميا بإذاعة الوادي المحلية من خلال الاهتمام الشخصي والعلمي المتواصل بمضامين الاعلام المحلي كونها مازالت تحافظ على رسالتها القيمية من خلال برامج دينية، ثقافية وتربوية، رغم التحولات التي عرفها المشهد الاتصالي.

- 2- معاشه الباحثة ميدانيا للمضامين القيمة التي تقدمها الإذاعة، وملاحظة هذا التفاعل الإيجابي لعدد من الطلبة مما حفز التساؤل حول طبيعة هذا التفاعل وحدود إسهاماته في تشكيل تمثيلاتهم وسلوكهم الاجتماعي والثقافي.
- 3- امتداد هذا الموضوع لرسالة الماجستير، فكانت هذه الدراسة فرصة لتوسيع البحث وتعميق المعالجة النظرية والميدانية للإذاعة كمصدر قيمي له خصوصيته في السياق المحلي.
- 4- رغبة الباحثة في إعادة تقييم دور الإذاعة في بيئة اعلامية جديدة تراجع فيها الاستماع المنتظم أمام هيمنة الوسائط الرقمية، وهو ما يثير تساؤلات حول فعالية الاعلام الإذاعي القيمي في بناء تصورات الشباب.
- 5- سعي الدراسة إلى الاستفادة من التحولات الجديدة في نظرية الغرس الثقافي، وبخاصة بعدها الرمزي لفهم الغرس الغير مباشر للمضمون الاعلامي القيمي بعيدا عن الاشتراط التقليدي لكثافة التلقي.
- 6- قلة الدراسات التي تناولت الإذاعة المحلية كوسيط اعلامي قيمي، وبالتالي قد تمثل محاولة لسد فراغ بحثي في المجال، ولفت الانتباه إلى ضرورة تفعيل دور هذا الوسيط في مشاريع التنشئة.
- 7- سهولة الوصول إلى عينة طلبة الاعلام والاتصال بحكم علاقة الباحثة الأكاديمية بهم، مما ساعد في تسهيل تنفيذ الاستبيان ورصد آرائهم وواقع تفاعلهم مع الاعلام القيمي المسموع.

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- نوع الدراسة، منهجها، وطرق جمع بياناتها:

1-1- نوع الدراسة:

تقوم مجمل الدراسات والبحوث في العلوم الاجتماعية على عديد المناهج العلمية، وعلى كل باحث أن يوضح المنهج الذي اعتمده في بحثه ومع هذا فإن طبيعة الدراسة في غالب الأحيان هي التي تفرض على الباحث طبيعة المنهج المناسب بالإضافة إلى الأهداف المسطرة والملائمة لاستقصاء الحقائق وجمع المعلومات ومن ثم الوصول إلى النتائج. وتجدر الإشارة أن المنهج العلمي هو " تحليل منسق وتنظيم للمبادئ والعمليات التجريبية التي توجه بالضرورة البحث العلمي.¹

وعليه فإن الدراسة التي بين أيدينا تنتمي إلى مجال البحوث الوصفية، وهذه الأبحاث الوصفية ضرورية من حيث أنها تتعلق بدراسة الظاهرة في وضعها الراهن، (أو موقف معين أو مجموعة من الناس أو أحداث معينة).²

والدراسات الوصفية للظواهر تهدف إلى وصف ظاهرة معينة، من خلال جمع بياناتها وتصنيفها وتسجيلها، وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلًا شاملاً واستخلاص النتائج والدلالات³ (وبالتالي فهي ليست مجرد وصف بل تعتمد على استخدام الأدوات الكمية (البيانات وحسابها إحصائياً) والكيفية (خطوات بناء الإشكالية والفرضيات والمتغيرات) التي تساعد الباحث على وصف وتحديد خصائص ظاهرة معينة. وعليه فإن هذه الدراسة التي تسعى إلى تقدير مدى مساهمة الاعلام القيمي المحلي في التنشئة الاجتماعية والثقافة واستقصاء تمثيلات طلبة الاعلام والاتصال تجاه الاعلام القيمي المحلي، تفرض توظيف منهج يسمح لنا بوصف الظاهرة كما هي في الواقع واستطلاع آراء فئة محددة ذات علاقة مباشرة بالمجال المدروس.

¹ عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط2، دار النمير للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2004، ص 1

² احمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 116.

³ منال هلال المزهرة، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 25

1-2- منهج الدراسة:

إن طبيعة الظاهرة موضوع الدراسة والأهداف المسطرة هما اللذان يفرضان على الباحث طبيعة المنهج المناسب لاستقصاء الحقائق وجمع البيانات ومن ثم الوصول الى النتائج وإن كانت جزئية، وكون الدراسة التي بين أيدينا تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تقوم على وصف الظاهرة وصفا دقيقا لذا فان تصميمها الفني يحتاج الى عناية كبيرة من حيث البناء الهيكلي الى جانب الاهتمام بجوانب التعبير عن البيانات حتى تكون تامة غير منقوصة¹.

بهذا وقع الاختيار على المنهج الوصفي بأسلوب المسح نظرا لملائمته في دراسة الاتجاهات والتمثلات الاجتماعية والمواقف، خاصة عند التعامل مع جمهور نوعي كالطلبة الجامعيين، كما يسمح هذا المنهج بجمع بيانات كمية واسعة عن الظاهرة المدروسة كأنماط التلقي وأنواع المضامين القيمية التي يتفاعلون معها دون الخوض في العلاقات السببية، ما ينسجم مع أهداف الدراسة، كما أنه المنهج الأنسب لدراسة جمهور وسائل الاعلام في إطارها الوصفي حيث يرى أحمد بن مرسل: أن المنهج المسحي مرادف للمنهج الوصفي بحكم أن الأبحاث الوصفية هي اكتشاف للواقع كما هو، والثاني بالاستقصاء الذي ينصب على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع الحاضر قصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقة بين عناصرها².

بالتالي إن اعتمادنا للمنهج الوصفي المسحي ينسجم تماما مع أهداف الدراسة التي لا تسعى إلى اختبار التأثير بل إلى وصف واقع إدراك الطلبة للمضامين القيمية وتحليل تفاعلهم الرمزي معها.

وقد اختير أسلوب المسح لكونه ينسجم كذلك مع طبيعة العينة المستهدفة، ويسمح بجمع معلومات شاملة خلال الاستبيان الإلكتروني مما يساعد على تحديد الاتجاهات العامة، والوقوف على الفروقات المحتملة في التمثلات القيمية. انطلاقا من الخلفيات المعرفية للمبحوثين ويسمح هذا المنهج بمراعاة بعض المتغيرات الوسيطة (مثل: النوع الاجتماعي،

¹ أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 52

² أحمد بن مرسل، الأسس العلمية لبحوث الاعلام والاتصال، ط1، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 96

المستوى الدراسي، التجربة الشخصية، والتفاعل الاجتماعي) بوصفها عوامل مساعدة لفهم طبيعة الاختلافات داخل العينة.

1-3- أدوات جمع بيانات الدراسة:

تعد مرحلة جمع البيانات من المراحل الأساسية في أداء البحث العلمي الذي يحتاج الى عناية خاصة من قبل الباحث حيث يتم التركيز على جمع معظم التفاصيل والمعلومات والاستنتاجات المتعلقة بها وتقديم اقتراحات.¹

إذا الأداة هي الوسيلة المستخدمة في جمع المعلومات وتصنيفها وجدولتها كما أنه يمكن استخدام أكثر من تقنية في البحث الواحد إذا اقتضت الضرورة ذلك.

فقد تفيد المقابلة أو الإستمارة عندما يكون نوع المعلومات المطلوبة يتعلق بآراء واتجاهات، بصفة عامة فان الباحث يفضل الأدوات التي يرى أنها تمكنه من الوصول الى البيانات المستهدفة بأكثر دقة وموضوعية. حسب طبيعة الموضوع وأهداف البحث وكيفية استجابة المبحوثين الذي يعد طرفا أساسيا في هذه العملية²

وقد تطلبت هذه الدراسة الجمع بين أداتين تمكننا من تناول الموضوع ومعالجته من جميع الجوانب. وبهذا التكامل بين الأداة الكمية (الاستبيان) والأداة النوعية (المقابلة)، حرصت الدراسة على تحقيق مقاربة منهجية شمولية تضمن دقة أكبر في الفهم، وتعطي صورة أوسع حول دور الإعلام القيمي المسموع في الإذاعة المحلية في تنشئة الطلبة اجتماعيا وثقافيا

❖ المقابلة:

حسب موريس انجرس هي أداة بحث مباشرة تستخدم في مساءلة الأشخاص المبحوثين بكيفية منعزلة وفي بعض الحالات مساءلة جماعات بطريقة نصف موجهة تسمح بأخذ معلومات كيفية بهدف التعرف بعمق على المبحوثين.³

¹ محمد زيان عمر، البحث العلمي: مناهجه وتقنياته، ط 4، دار الشروق للنشر والطباعة، جدة، السعودية، 1983، ص133.

² خالد حامد، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص133

³ موريس انجرس منهجية البحث العلمي في العلوم الإسلامية، ترجمة: بوزيد صحراوي وكمال بوشرف وسعيد سبعون، دار القصبة، الجزائر، 2006 ص197

وقد تم توظيف المقابلة في هذه الدراسة بشكل مسند وداعم للنتائج الكمية، بحيث سمحت بتفسير بعض المؤشرات الإحصائية، وتوضيح الأسباب المحتملة وراء تباين استجابات الطلبة في بعض المحاور، كما أسهمت في تثبيت المعطيات المتعلقة بأنماط التلقي، وتجارب الاستماع، والسياقات الاجتماعية والثقافية التي تؤثر تعامل الطلبة مع الإعلام القيمي المسموع.

❖ الاستبيان:

ان الأداة المستخدمة لجمع البيانات الميدانية في هذه الدراسة هي استمارة " الاستبيان وهي " أسلوب لجميع البيانات تستهدف سؤال المبحوثين بطريقة ممنهجة ومقننة لتقديم أفكار وحقائق معنية في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها"¹

ويتم استخدام هذه الأداة دون تدخل من طرف الباحث في عملية التقرير الذاتي للمبحوثين وهي من أكثر أدوات البحث استخداما في المنهج المسحي. لأنه يمكن الباحث من جمع المعلومات حول موضوع الدراسة من عدد كبير من الأفراد لا يشترط تواجدهم في نفس المكان.

ونظرا لأهمية الاستبيان في دراستنا كونه أداة هامة في جمع البيانات حاولنا أن تكون الأسئلة واضحة ومفهومة وفي متناول مفردات العينة، مما يتيح لهم فرصة الإجابة عليها بكل سهولة، وقد عمدت الباحثة إلى تصميم الاستمارة عبر المرور بعدد المراحل وهي: الخطوات العلمية التي اتبعنا في تصميم الاستبيان:

أ- تحديد أهداف الاستبيان بوضوح:

حيث عمدنا إلى تحديد الغاية من الاستبيان وهي: جمع بيانات كمية من طلبة الاعلام حول:

مدى اقبالهم على الاستماع للإعلام القيمي المحلي.

تمثلاتهم للقيم المتضمنة في الرسائل الاذاعية.

الوقوف على الآثار التي حققتها مضامين الإعلام القيمي على سلوكيات وتصورات طلبة الاعلام والاتصال.

¹ أحمد عبادة سرحان، الإحصاء الاجتماعي، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، 1993، ص 13

- المتغيرات التي قد تتوسط العلاقة بين الاعلام القيمي والتنشئة الاجتماعية والثقافية.

ب- الربط بين الاستبيان والإطار النظري:

تم بناء محاور الاستبيان بالاعتماد على:

مفاهيم الاعلام القيمي، أهدافه وظائفه.

أبعاد وخصائص التنشئة الاجتماعية والثقافية.

الدراسات السابقة فيما تعلق بالاعلام القيمي كفاعل في التنشئة.

ج- تحديد المتغيرات (مستقلة- تابعة- وسيطة)

المتغير المستقل: الاعلام القيمي المتمثل في إذاعة الوادي المحلية.

المتغيرات التابعة: أبعاد التنشئة الاجتماعية والثقافية.

المتغيرات الوسيطة: النوع الاجتماعي، المستوى الدراسي، التجربة الشخصية، والتفاعل

الاجتماعي.

د- توزيع الأسئلة على محاور محددة:

البيانات العامة (الديمغرافية)

مستوى التعرض للإذاعة القمية المحلية.

تمثلات المضامين الرمزية (وفق الغرس الثقافي الرمزي)

الاعلام القيمي المحلي والتنشئة الاجتماعية.

الاعلام القيمي المحلي والتنشئة الثقافية.

دور المتغيرات الوسيطة في تباين تفسيرات المضامين القمية في الاعلام المسموع.

الآثار القمية للمضامين الإعلامية القمية المسموعة.

هـ- اختيار نوع الأسئلة والصياغة:

- تعد أغلب أسئلة الاستبيان مغلقة (بنظام مقياس ليكرت الخماسي). "تم اعتماد مقياس

ليكرت الخماسي في هذا الاستبيان لقياس اتجاهات وآراء المشاركين بدقة عالية، لما

يوفره من الحصول على درجة تفصيلية في الإجابات وسهولة استجابتها. ويعدّ هذا

المقياس من أكثر المقاييس استخداما في البحوث الاجتماعية والتربوية والنفسية، حيث

يسهل تحليله إحصائيا ويقلل من التحيز في استجابات المشاركين مقارنة بالمقاييس الثلاثية أو الثنائية. وقد بين عبد الرحمن عدس في كتابه أساسيات البحث التربوي أن مقياس ليكرت الخماسي يوفر تمييزا كافيا بين درجات الموافقة والرفض ويعزز موثوقية النتائج وكذلك أكد كتاب منهجية البحث العلمي (مع كمال زيتون) أن استخدام هذا المقياس يضفي قدرًا من الاتساق والثبات الإحصائي في الأبحاث الاجتماعية.

- أدرجنا سؤالين مفتوحين في الأخير لتحقيق نوع من الحرية للتعبير.
- تمت صياغة الأسئلة بلغة واضحة بسيطة تراعي مستوى العينة.
- قمنا بتجنب المصطلحات الغامضة أو المعقدة.
- كانت صياغة الأسئلة بعيدة عن التوجيه تعكس الحيادية.
- كنا حريصين على عدم تكرار الأسئلة أو تضاربها.
- و- **مراجعة المحاور والتحقيق من شمولية الاستبيان:**

وكانت هذه المراجعة من أجل التحقيق من عديد الخصائص التي يجب أن تتوفر في الاستبيان:

- الاتساق مع الفرضيات. تغطية كل أبعاد الدراسة (الإعلام، الغرس، التنشئة)
- شمولها لكل فئات العينة.

ي- التحضير للتحكيم العلمي:

ومن أجل التأكد من الصدق الظاهري للاستبيان، والتحقيق من مدى صلاحية الأسئلة لقياس ما صممت لقياسه، وكذا وضوح الأسئلة وعدم غموضها. قامت الباحثة بعرض الاستبيان في صورته الأصلية على مجموعة من الأساتذة المحكمين، وهذا بغية ابداء آرائهم حول مدى صلاحية الاستبيان وتمثيل أسئلته للإشكالية وفرضيات الدراسة، وقد قدمت الاستمارة لتحكيمها للأساتذة التالية أسماؤهم:

- الدكتور: محمد بشير محمودي، أستاذ محاضر أ بقسم الاعلام والاتصال -جامعة الوادي-

- الدكتور: طارق هابة، أستاذ محاضر أ بقسم الاعلام والاتصال - جامعة الوادي -

❖ الخطوات التي تلت التحكيم:

1 الصدق الظاهري لأداة الدراسة:

- إجراء التعديلات بناء على آراء المحكمين: فبعد تقديم نسخة من الاستبيان مرفقة بدليل الاستبيان لعدد من الخبراء في الإعلام:
- تم جمع ملاحظاتهم وتصنيفها (لغوية - منهجية)، وكذلك التوجيهات والاقتراحات التي قدموها الأساتذة المحكمون حتى وصل إلى شكله النهائي.
- إعادة ترتيب بعض الأسئلة، إعادة صياغة بسيطة لبعض البنود بما يتماشى مع توجيهات المحكمين.
- كما تم التأكد من أن كل سؤال يقيس البعد الذي ينتمي إليه بدقة.

2 ثبات الأداة:

حرصت الباحثة بعد التأكد من الصدق الظاهري للأداة على اختبار ثبات الأداة لتحقيق استقرار نتائجه وضمان قياسه للظاهرة المدروسة بصورة منتظمة. وتم ذلك باستخدام معامل الثبات "ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)"، أكثر الاختبارات شيوعاً ودقة في تقييم ثبات أدوات القياس في البحوث الاجتماعية والإعلامية.

بحيث تشير القيم المرتفعة منه إلى تمتع الأداة بقدر عالٍ من التجانس الداخلي. وقد أظهرت نتائج المعاملات أن قيمة ألفا كرونباخ تراوحت بين 0.658 و 0.843 ما يدل على ثبات مقبول إلى مرتفع وفق المعايير المعتمدة في البحوث الاجتماعية جاءت أعلى قيمة ثبات تلك التي حققها محور الآثار القيمية بنسبة 0.843 في حين حققت محاور الإعلام القيمي والإذاعة المحلية ومحور التنشئة الاجتماعية والتنشئة الثقافية ومحور الغرس الرمزي معاملات ثبات جيدة، وظهر محور المتغيرات الوسيطة بثبات مقبول 0.658 نظراً لاختلاف طبيعة متغيراته.

في الأخير رصدت الباحثة قيمة ثبات كلي عالية جداً للاستبيان 0.939 وهو مؤشر قوي على ثبات الأداة وموثوقيتها في قياس المتغيرات المقصودة. الجدول رقم (1)

3 الصدق البنائي للأداة:

تم إجراء اختبار الصدق البنائي للاستبيان عبر حساب معاملات الارتباط بين كل محور من محاوره والدرجة الكلية له وذلك للتحقق من مستوى الاتساق الداخلي ومدى مساهمة كل محور في البناء العام للاستبيان

وقد أظهرت النتائج ان معاملات الارتباط جميعها جاءت موجبة ومرتفعة ودالة احصائيا عند مستوى 0.001 حيث تراوحت بين 0.611 و 0.883 وهذا يعد دليلا قويا على ترابط محاور الأداة حيث سجل محور الاثار القيمية أعلى ارتباط 0.883 ما يشير إلى أهميته الكبيرة في تفسير الظاهرة المدروسة يليه محور الغرس الرمزي 0.843 ومساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الثقافية 0.832 وهي مستويات ارتباط عالية تؤكد مساهمة هذه الابعاد في تفسير الظاهرة قيد البحث. أما بالنسبة لمحور المتغيرات الوسيطة فقد بلغ ارتباطه 0.611 وهو مقبول يدل على دوره في تعزيز فهم الأداة ولو كانت الدرجة أقل.

وبشكل عام تشير هذه النتائج إلى أن الاستبيان يتمتع بدرجة قوية من الاتساق الداخلي تتكامل محاوره لقياس الأثر القيمي للإعلام المحلي المسموع. الجدول رقم (2)

4 إعداد النسخة النهائية للاستبيان:

- يتم تصميم الاستبيان في شكله النهائي بشكل منظم، كما يحوي تعليمات واضحة للمبحوث، ومقدمة موجزة تبين الغرض منه.
- احتوى الاستبيان على تنويه بأن البيانات ستستخدم لأغراض علمية مع ضمان السرية التامة.

5 اختيار العينة وتوزيع الاستبيان:

- كنا قد حددنا العينة القصدية الغرضية من بين طلبة الإعلام والاتصال، باعتبارهم الفئة التي تتقاطع خصائصها بشكل مباشر مع إشكالية الدراسة وأهدافها، لكونهم متلقين فعليين للإذاعة المحلية القيمية، ويمثلون شريحة معنية برصد أدوارها في التنشئة الاجتماعية والثقافية.
- قامت الباحثة بعملية توزيع النسخ إلكترونيا لما أهلتها الظروف.
- ثلثها مرحلة جمع البيانات واسترجاع الاستبيانات من المبحوثين.

الجدول رقم (1): يوضح نتائج اختبار معامل الفا كرونباخ للاستبيان

الاستبيان	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
الإعلام القيمي والإذاعة المحلية	7	0.742
مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية	7	0.813
مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية	5	0.769
تمثيلات البعد الرمزي (الغرس الرمزي)	5	0.784
دور المتغيرات الوسيطة	5	0.658
آثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة	6	0.843
اجمالي الاستبيان	35	0.933

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

الجدول رقم (2): يوضح الاتساق الداخلي للعينة

الرقم	العبرة	الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان	
		معامل الارتباط	الدلالة
1	الإعلام القيمي والإذاعة المحلية	0.795	<0.001
2	مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية	0.79	<0.001
3	مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية	0.832	<0.001
4	تمثلات البعد الرمزي (الغرس الرمزي)	0.843	<0.001
5	دور المتغيرات الوسيطة	0.611	<0.001
6	الآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة	0.883	<0.001

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

2- مجتمع الدراسة وعينته:

يعرف مجتمع البحث بأنه: "كل الأفراد الذين يحملون بيانات الظاهرة التي تحت الدراسة، فهو مجموع وحدات البحث التي يراد منها الحصول على البيانات"¹ وعينته هو "الجزء الذي يتم اختياره في المجتمع لتطبيق الدراسة عليه".² وبهذا فإنه يقصد بمجتمع الدراسة كل العناصر المراد دراستها وسحب جزء منه هو العينة أما العملية فيطلق عليها المعاينة، أي أن العينة تمثل جزء من مجتمع الدراسة من حيث الخصائص والصفات.

وبدلاً من أن يقوم الباحث بدراسة كل وحدات المجتمع يلجأ إلى اعتماد دراسة مصغرة للمجتمع، وعليه فإن مجتمع الدراسة هم جميع طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي باعتبارهم الفئة الأكثر ارتباطاً بالمضامين الإعلامية وفهما لآليات عملها.

¹ علي معمر عبد المؤمن، البحث في العلوم الاج، ط1، منتدى سور الأزيكية، مصر، 2008، ص 184

² محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2، الرياض، السعودية 2004، ص71

وقد تم الاعتماد على عينة قصدية غرضية تضم الطلبة الذين يتابعون البرامج القيمية عبر الإذاعة المحلية لولايته الوادي والمغير بشكل فعلي باعتبارهم الأكثر قدرة على الإجابة على فقرات الاستبيان ومنح أو توفير بيانات ذات معنى يتعلق بموضوع الغرس الثقافي. وقد اختيرت العينة نظرا لتوفرها في الميدان وقابليتها لتمثل الفئة التي استهدفتها الدراسة في فروعها ومحاورها.

وهذا تماما ما يؤكد **أحمد بن مرسل** في كون العينة جزء محدود يستخرج من مجتمع الدراسة الأصلي، ويعتمد عليه بغية الوصول إلى نتائج نستطيع تعميمها على ذلك المجتمع، بشرط أن يكون اختيارها مبني على الأسس العلمية الدقيقة، مع الإشارة أن تمكن الباحث من اختيار العينة المناسبة يختلف باختلاف طبيعة الدراسة وأهدافها.¹

❖ طريقة اختيار العينة:

في دراستنا تم الاعتماد على العينة القصدية الغرضية وهي من بين أنواع العينات غير الاحتمالية، يلجأ إليها الباحث في الدراسات التي تتطلب اختيار مبحوثين أو مفردات بحث تتوافر فيها شروطه معينة أو خصائص محددة بناء على معرفة الباحث السابقة بالمجتمع حيث يتم الاختيار لأفراد يفترض أنهم يملكون خبرة أو تجربة أو إدراكا يزيد من ثراء البحث. ويؤكد **أحمد بن مرسل** أن هذا النوع من العينات يرتبط بمدى دقة الاختيار وارتباطه بأهداف البحث وطبيعته.²

اعتمدت الدراسة على عينة قصدية غرضية، تم اختيار أفرادها وفق معيار محدد مرتبط بموضوع البحث، وهو متابعة الطلاب للبرامج القيمية عبر الإذاعة المحلية لولاية الوادي. ويلاحظ أن شرط الانتظام في المتابعة لم يكن ضروريا، إذ يكفي أن يمتلك الطالب خبرة أو معرفة بالمحتوى الإعلامي القيمي، ليتمكن من الإجابة على الاستبيان بدقة وموضوعية. ويُعد هذا الأسلوب مناسبا للأبحاث الوصفية الميدانية التي تستهدف الأفراد الأكثر صلة بالموضوع، حيث يضمن جمع بيانات ذات صلة وثيقة بالظاهرة المدروسة. مع الأخذ بعين الاعتبار التنوع بين الجنسين، والتوازن بين المستويات الدراسية المختلفة (ليسانس، ماستر).

❖ حجم العينة:

¹ أحمد بن مرسل، الأسس العلمية لبحوث الاعلام والاتصال، مرجع سابق، ص 112

² احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي، مرجع سابق، ص 171

شملت العينة في البداية (180 طالبا) من مختلف المستويات الدراسية في قسم الإعلام والاتصال (السنة الثانية، والسنة الثالثة ليسانس) و(السنة الأولى والسنة الثانية ماستر)، وهو ما يضمن تمثيلا نسبيا لتجارب الطلاب الأكاديمية المختلفة ودورها في تشكيل إدراكهم للمضامين الإعلامية القيمة.

ومع ذلك، تم استثناء المبحوثين الذين لم تتوفر لديهم تجربة متابعة للبرامج القيمة، وكان عددهم 9 إذ لم يكونوا قادرين على تقديم إجابات ذات معنى للبيانات المطلوب تحليلها إحصائيا. وبذلك، أصبح العدد النهائي لمفردات العينة 171 طالبا، وهو العدد المستخدم في جميع التحليلات الإحصائية للدراسة. (انظر جدول رقم 3)

الجدول رقم (3): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإجابات المستثناة من الدراسة

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
01	عينة الدراسة	نعم	171	95.0
		لا	9	5.0
المجموع			180	% 100

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.



شكل رقم 1: تمثيل افراد العينة حسب الإجابات المستثناة من الدراسة

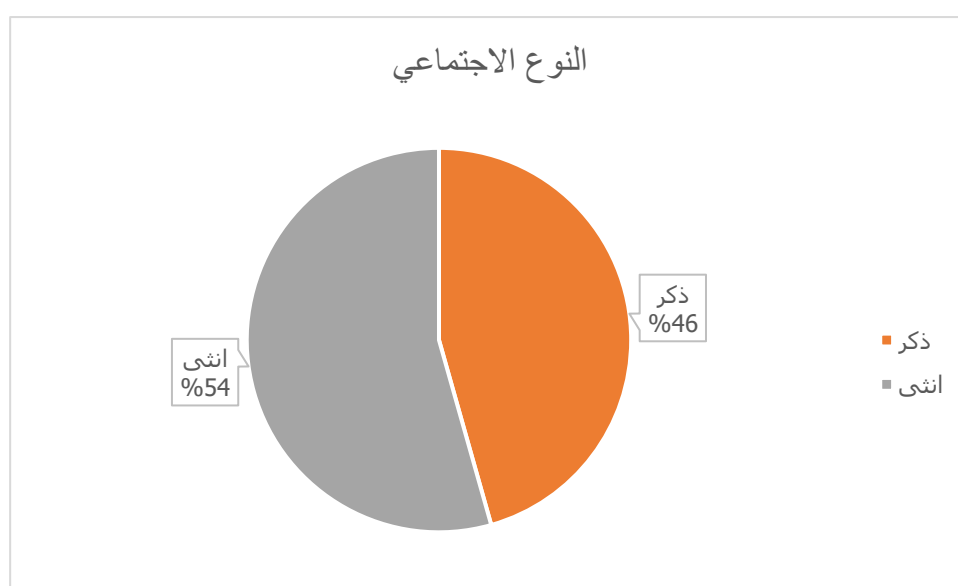
❖ خصائص عينة الدراسة:

فيما يلي عرض لعينة الدراسة وفق الخصائص والسمات الشخصية:

الجدول رقم (4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
01	النوع	ذكر	78	45.6
		انثى	93	54.4
المجموع			171	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

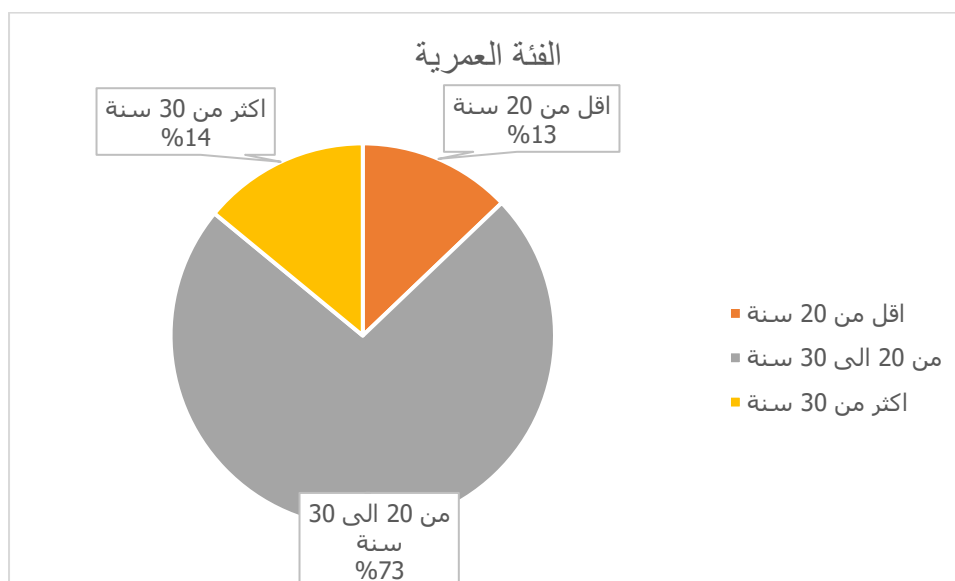


شكل رقم 2: توزيع افراد العينة حسب النوع الاجتماعي

الجدول رقم (5): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
02	العمر	اقل من 20 سنة	22	12.9
		من 20 الى 30 سنة	125	73.1
		اكثر من 30 سنة	24	14.0
المجموع				
			171	100 %

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

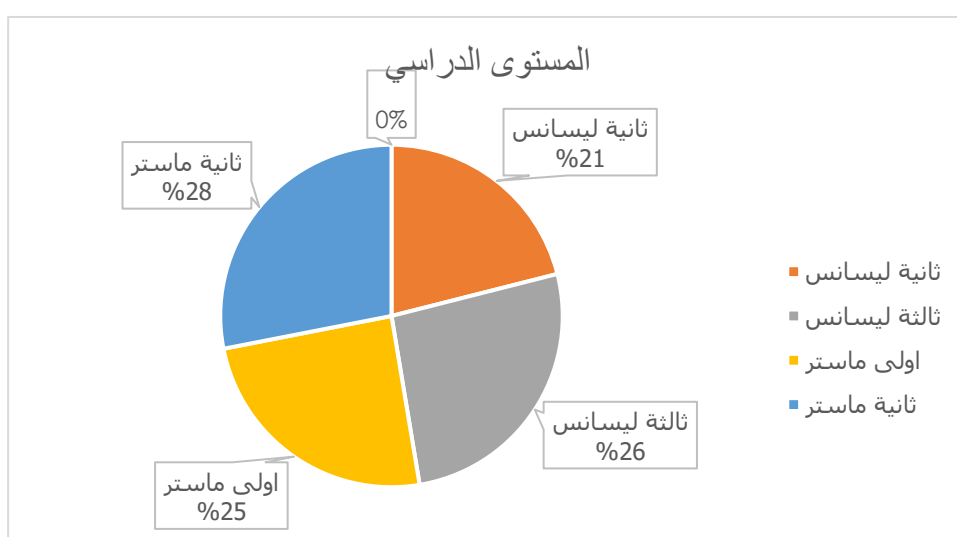


شكل رقم 3: توزيع أفراد العينة حسب العمر

الجدول رقم (6): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
03	المستوى	ثانية ليسانس	36	21.1
		ثالثة ليسانس	45	26.3
		اولى ماستر	42	24.6
		ثانية ماستر	48	28.1
المجموع				
			171	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.



شكل رقم 4: توزيع العينة حسب المستوى الدراسي

ثالثا: مجالات الدراسة:

❖ المجال الجغرافي:

تم تحديد المجال الجغرافي للدراسة في كل من ولاية الوادي وولاية المغير، باعتبارهما الحيز الجغرافي الذي يقوم بث الإذاعة المحلية وادي سوف بتغطيته، وهي الإذاعة محل الدراسة. وقد أنجزت الدراسة ميدانيا بجامعة الوادي، عن طريق استبيان الكتروني موجه إلى طلبة قسم الاعلام والاتصال، نظرا لكون هذه الجامعة تضم القسم الوحيد المتخصص في الاعلام على مستوى الولايتين. بما يضمن توفر مفردات عينة مؤهلة علميا ومنتمية فعليا إلى كلتا المنطقتين.

❖ المجال الزمني:

امتدت المرحلة التطبيقية للدراسة من أغسطس حتى نهاية نوفمبر 2025، حيث شملت توزيع الاستبيانات على طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي وجمع البيانات المتعلقة بمتابعتهم للبرامج القيمة عبر الإذاعة المحلية. وقد تم توزيع الاستبيانات بطريقتين: إلكترونية وورقية، الأمر الذي ساهم في تمديد فترة جمع البيانات لضمان وصولها لجميع أفراد العينة وإتاحة الفرصة لكل المبحوثين للإجابة. وقد أتاح هذا الإجراء جمع بيانات دقيقة وكاملة من العينة النهائية المكونة من 170 طالبا بعد استبعاد من لم تتوفر لديهم تجربة متابعة. ويعكس هذا الإطار الزمني الجزء التطبيقي للدراسة، أي الفترة التي تم فيها تطبيق أدوات البحث وجمع البيانات الميدانية بشكل فعلي، بما يضمن صلاحية النتائج والإحصاءات المستخلصة.

❖ تحديد متغيرات الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على متغير مستقل رئيسي وهو الإعلام القيمي المسموع والذي يعد محددا للمتغيرات الأخرى.

المتغير المستقل: الإعلام القيمي المسموع وهو في الدراسة: جميع البرامج الإذاعية المحلية ذات الطابع القيمي لولايتي الوادي والمغير.

المتغيرات التابعة: وتمثل النتائج المترتبة عن التعرض للإعلام القيمي المسموع، والمتمثلة في التنشئة الاجتماعية والتنشئة الثقافية.

المتغيرات الوسيطة: وهي تلك العوامل التي توضح أو تفسر العلاقة بين الإعلام القيمي المسموع والتنشئة الاجتماعية والثقافية وتشمل:

النوع الاجتماعي، العمر، المستوى الدراسي، الخبرة الشخصية، والتفاعل الاجتماعي. وتساعد هذه المتغيرات على توضيح الفروق بين المبحوثين في استجاباتهم للمضامين القيمة عبر الإذاعة المحلية، وتقديم فهم أعمق لطبيعة مساهمة الاعلام القيمي في تحقيق التنشئة دون التطرق الى العلاقة السببية المباشرة.

رابعاً: تحديد المفاهيم والمصطلحات:

• الاعلام القيمي:

يعرف الاعلام القيمي في كتابات آمال عميرات بأنه ذلك النوع من الإعلام الذي يستند إلى مرجعية دينية وأخلاقية واضحة، تهدف إلى بناء الإنسان معرفياً وسلوكياً من خلال مضامين رمزية تسهم في ترسيخ القيم داخل المجتمع. (بتصرف)

اجرائياً:

هو ذلك الشكل من الخطاب الإعلامي الذي تقدمه الإذاعة المحلية المسموعة متمثلة في إذاعة الجزائر من الوادي والمغير والذي يحوي مضامين رمزية تركز على قيم دينية أخلاقية، تربوية، ثقافية، واجتماعية يفترض أنها تساهم في دعم التنشئة الاجتماعية والثقافية لدى طلبة الاعلام والاتصال من خلال تفاعلهم مع تلك المضامين في اطار حياتهم اليومية ومحيطهم الاجتماعي العام.

مع الإشارة الى مجموعة من الملاحظات المنهجية المتعلقة باستخدامات التعريف الاجرائي أو أبعاده في الدراسة:

-المجال التطبيقي: البرامج ذات الطابع القيمي في الإذاعة المحلية (برامج دينية، اجتماعية، تربوية، أخلاقية، وثقافية).

-تمييز مفاهيمه: الاعلام القيمي في الدراسة لا يقصد به الجانب الوعظي أو الديني، بل يشمل كل محتوى يعيد إنتاج القيم الاجتماعية الإيجابية.

• التنشئة الاجتماعية:

هي تلك العملية التي تستمر مع حياة الفرد(طفلاً، فمراهقاً، فراشداً، فشيخاً) من خلال اكسابه سلوكيات واتجاهات تناسب أدواره الاجتماعية فهي بهذا عملية تعلم وتلقين وتربية يتحول الفرد معها من مجرد كائن بيولوجي إلى كائن اجتماعي متوافق اجتماعياً مع جماعته ومحققاً لخاصية الاندماج في الحياة الاجتماعية.¹

¹ علي عبد الفتاح علي، التنشئة الاجتماعية، دار الايتام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص7

أو كما يراها عبد الهادي الجوهري: التنشئة الاجتماعية عملية التثبيت التي تستمر مدى الحياة كلها، يتعلم من خلالها الفرد أنماط السلوك والقيم والرموز الأساسية المشتركة، والتي يعبر عنها لاحقاً ضمن عمليات تكون الأدوار الاجتماعية المنوطة به هو والآخرين.¹

اجرائياً:

نقصد بالتنشئة الاجتماعية من خلال دراستنا:

العملية التي من خلالها يتم إكساب طلبة الاعلام والاتصال بجامعة الوادي مجموعة من القيم والتصورات والأنماط السلوكية، عن طريق تفاعلهم مع المضامين القيمية التي ثبتها الإذاعة المحلية، بما يحقق اندماجهم في محيطهم الاجتماعي والجامعي، ويعزز فهمهم للمعايير الاجتماعية والأخلاقية السائدة في مجتمعهم المحلي.

• **التنشئة الثقافية:**

يذكر الدكتور أحمد بن نعمان في كتابه "الثقافة والشخصية الجزائرية من منظور الأنثروبولوجيا" أن التنشئة الثقافية: "هي عملية تشكل الانسان عن طريق التعلم، والتدريب حتى يصير شخصاً قابلاً للتكيف مع البيئة الثقافية السائدة في مجتمعه وهذه العملية تتم بكيفية شعورية أحياناً وبكيفية لاشعورية في غالب الأحيان، وذلك أن الطفل يولد وهو خاضع خضوعاً كلياً لدوافعه الغريزية ويكتسب من خلالها مجموعة من السلوكيات الحياتية في المجتمع"²

كما نذهب إلى ما أشار إليه العالم (Herskovits) حيث يقول عن التنشئة الثقافية أنها التجربة التعليمية التي نستطيع من خلالها التفريق بين الانسان وغيره من الحيوانات وبواسطتها يصبح حاملاً للثقافة التي يعيش فيها.³

اجرائياً: يقصد بالتنشئة الثقافية في هذه الدراسة:

العملية التي يتم بمقتضاها نقل القيم والرموز الثقافية من خلال مضامين الإذاعة المحلية القيمية إلى فئة طلبة الاعلام والاتصال بجامعة الوادي بما يساهم في بناء وعيهم

¹ عبد الهادي الجوهري، قاموس علم الاجتماع المكتب الجامعي الحديث، 1991، القاهرة، ص71

² أحمد بن نعمان: سمات الشخصيات الجزائرية من منظور الأنثروبولوجيا النفسية، ط1، دون دار نشر، دار نشر، ص56

³ Herskovits p32، Melville J. *Man and His Works: The Science of Cultural Anthropology*.

1948، New York: Alfred A. Knopf

الثقافي وتشكيل أدراكهم لهويتهم الثقافية وانتمائهم المجتمعي، عبر تفاعلهم الواعي والمستمر مع الرسائل الإعلامية القيمة.

• الإذاعة المحلية:

يعرفها الأستاذ **عبد المجيد شكري** هي: الجهاز الإعلامي الذي يخدم مجتمعا محليا، بمعنى الإذاعة التي ثبت برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، مجتمعا متناسقا من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد¹

اجرائيا: يقصد بالإذاعة المحلية في الدراسة:

الوسيلة الإعلامية المسموعة التي ثبت في النطاق الجغرافي لولايي الوادي والمغير، تقدم برامج تعالج قضايا ثقافية واجتماعية ودينية وتربوية ذات طابع قيمي، تعتبر المصدر الرئيسي الذي نقيس من خلاله مدى مساهمتها في تحقيق التنشئة الثقافية والاجتماعية لدى أفراد العينة المبحوثة من طلبة الاعلام والاتصال والذين يتابعونها بدرجات متفاوتة.

• المجتمع المحلي:

قد ورد تعريف مشترك لمؤتمر الشؤون الاجتماعية لخبراء الشؤون الاجتماعية للدول العربية في مؤتمر العقد عام 1955 بالقاهرة حول المجتمع المحلي حيث رأوا أنه يتميز بطابع ثقافي مشترك يضم جملة من الخصائص التالية:

- بقعة جغرافية ثابتة إلى حد كبير.
- مصالح اجتماعية واقتصادية مشتركة بالإضافة إلى مجموعة من القيم والعادات والروابط الاجتماعية تعزز الشعور بالانتماء إلى مجتمع واحد².

أما **ريدفيلد** فيعدد مجموعة خصائص المجتمع المحلي التي تمنحه صفة خاصة فكلًا من التميز، صغير الحجم الاكتفاء الذاتي، التجانس السكاني مقومات تجعل منه كلاً متكاملًا ومتجانسا إلى أبعد الحدود³.

¹ عبد المجيد شكري، **الإذاعات لغة العصر**، د ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987، ص 12

² حسين عبد الحميد احمد رشوان، علم الاجتماع النفسي: المجتمع والثقافة والشخصية، د ط، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2010

اجرائيا:

هو الحيز الجغرافي والاجتماعي الذي ينتمي إليه طلبة الاعلام والاتصال بجامعة الوادي، ويتمثل في ولاية الوادي كمجتمع محدد السمات الثقافية والاجتماعية، يتفاعلون مع مجموعة الرموز والقيم والمعاني من مخرجات الإذاعة المحلية ذات الطابع القيمي، ما يمنحنا فرصة لاتخاذ (المجتمع المحلي السوفي) فضاء أساسيا لفهم عمليات التنشئة الاجتماعية والثقافية محل الدراسة.

• طلبة الاعلام والاتصال:

الطالب الجامعي

لغة: في لسان العرب ابن منظور: جمع طلبة، طلاب ويطلق على من يسعى في التحصيل على شيء.¹

اصطلاحا: هو الذي يمتلك العقل الواعي المدرك لواقعة، ويكون منفتحاً على العالم مطلعاً على تجاربه وابتكاراته، وأمام هذا التطور السريع جداً في عصرنا الحالي يظهر مقدرة علمية تساعد على مواكبة التطور العلمي: التقني والأدبي والثقافي.²

اجرائيا:

هم الطلبة المسجلون في قسم علوم والاتصال بجامعة الوادي، خلال العام الأكاديمي محل الدراسة والذين تمت عملية اختيارهم بصفة قصدية باعتبارهم جزء من الفئة الجامعية التي لها درجة من التعرض أو الاهتمام بالمضمون القيمي الذي تبثه الإذاعة المحلية ويعتمد عليهم كوحدة لفهم عملية تفاعل الجمهور الجامعي مع الاعلام القيمي في سياق التنشئة الاجتماعية والثقافية.

مساهمة: اجرائيا

³ R. M. Community: A Sociological Study: Being an Attempt to Set Out the Nature (MacIver)

1917. P2, and Fundamental Laws of Social Life. Macmillan & Co.

¹ أبي العقل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، مجلد 4، 2004، ص 239

² عاهد حسين الصفدي: دقات على الباب العتيق مقالات اجتماعية، دار كتاب للنشر الامارات العربية المتحدة، 2015،

مساهمة الاعلام القيمي نقصد بها الدور الذي يقوم به دون سببه في تعزيز جوانب التنشئة الاجتماعية والثقافة لدى طلبة الاعلام والاتصال. أو ما يمكن وصفه بالدور المشترك للإعلام القيمي فهو في التعريف اللغوي (الاصطلاحي): "إسهام أو مشاركة في أمر ما" دون أن تمثل السبب الحصري.

تحقيق: اجرائيا

هو الوصول إلى مستوى من التمكن التدريجي للعمليات المرتبطة بالتنشئة الاجتماعية والثقافية لدى طلبة الاعلام والاتصال وهذا من خلال قياس مدى ارتباط تلك العمليات بمضامين الإذاعة القيمية، دون افتراض علاقة سببية مباشرة.

المتغيرات الوسيطة: اجرائيا

يقصد بالمتغيرات الوسيطة في هذه الدراسة:

مجموعة الخصائص الشخصية والاجتماعية والثقافية التي يتميز بها طلبة الاعلام والاتصال (مثل: النوع الاجتماعي، المستوى الدراسي، التفاعل الاجتماعي، والخبرة الشخصية) والتي تساهم في تفسير طبيعة تفاعلهم المعرفي والاجتماعي مع الرموز والرسائل التي يقدمها الاعلام القيمي عبر الإذاعة المحلية، دون افتراض علاقة سببية مباشرة.

خامسا-أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة:

استخدمت الدراسة مجموعة من الأساليب الإحصائية الملائمة لطبيعة البيانات وأهداف البحث، وذلك عبر برنامج SPSS، وتمثلت فيما يأتي:

معامل الثبات الفا كرونباخ : لحساب درجة الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان والتحقق من موثوقية الأداة.

الإحصاءات الوصفية: وتشمل التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، بهدف وصف خصائص العينة وتحديد اتجاهات استجابات المبحوثين.

اختبار (T-test) لعينتين مستقلتين: لقياس الفروق في متوسطات الاستجابات تبعا لمتغير النوع.

تحليل التباين الأحادي: (One-way ANOVA) لدراسة الفروق الإحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة وفق متغيري: المستوى الدراسي، والفئة العمرية.

معامل الارتباط بيرسون: للكشف عن طبيعة العلاقة بين الخبرة الشخصية والتفاعل الاجتماعي من جهة، وتفسير المضامين القيمية من جهة أخرى، باعتبارها متغيرات وسيطة ذات صلة بموضوع الدراسة.

تحليل الارتباط بين محاور الاستبيان: لإظهار طبيعة الروابط بين أبعاد الدراسة المختلفة ومدى انسجامها وما تعكسه من اتجاهات مرتبطة بفرضيات البحث.

خامسا: الدراسات السابقة:

الدراسات المتعلقة بالمحور الأول والتي تجمع الإعلام بالقيم

الدراسة الأولى: الأبعاد القيمية للدراما التلفزيونية الجزائرية (2022)

الدكتورة مريم شيخة ابراهيمي: دراسة وصفية تحليلية لمضامين المسلسلات الجزائرية
الرمضانية الناطقة بالعربية من منظور الحتمية القيمية في الإعلام)

تهدف دراسة الدكتورة مريم شيخة ابراهيمي إلى الكشف عن طبيعة الحضور للقيمي التي تتناوله الموضوعات والأعمال الدرامية التلفزيونية محل الدراسة وفق ما حددته نظرية الحتمية القيمية ومدى اعتماد البنية القيمية في الدراما التلفزيونية الجزائرية على المرجعيات التاريخية والثقافية والاجتماعية. وكان ذلك من خلال الإجابة على تساؤل الرئيسي حول كيف تجسدت الأبعاد القيمية في الدراما التلفزيونية للمسلسلات الرمضانية الجزائرية وما دلالات الرأسمالية القيمية للمجتمع الجزائري في نصها الدراسي؟

وقد اعتمدت هذه الدراسة الوصفية التحليلية على المنهج المسحي من خلال المزاوجة بين تقنيتي تحليل المضمون والتحليل السيميولوجي، كما قامت الدراسة على المعاينة العشوائية المنتظمة لبلغ قوام العينة 30 حلقة ما يقارب 10% باعتبار ان مجتمع البحث الكلي 273 حلقة خاصة بأداة تحليل المضمون بالنسبة لأداء التحليل السيميولوجي، قامت الباحثة باعتماد أسلوب المعاينة العمدية والتي حددت 10 مشاهد كاملة قصدية كما يعادل اختيار مشهد واحد من كل مسلسل من حلقات عينة دراسة تحليل المضمون.

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن رصدها كالتالي:

- الدراما الرمضانية الجزائرية تعكس مجموعة من القيم المجتمعية: الأسرة، التضامن، ولكن أحيانا يكون الشكل مغلوط.
- يبرز تقاطع بين القيم المحلية الأصلية المشتركة مع القيم الفردانية الاستهلاكية ذات طابع غربي.
- التمثيلات الرمزية للمعالم الثقافية حاضرة بقومة من خلال: اللغة، اللباس، الديكور، أسلوب المعيشة، له دلالة واضحة بتفكيك النسق القيم التقليدي على الرغم من محاولة استحضار البعد الاجتماعي والجمالي في الألبسة التقليدية في بعض الحلقات.

- يغلب على الإعلام استجابته لمنطق السوق الإعلامي وحتى الترفيه من خلال اعتماده على تشكيل نسق قيمي يوافقه مع عدم مراعاة الإبقاء على النسق القيمي الأصل كما هو.

- التجليات الرمزية للبعد الإيماني كانت حاضرة من خلال مشاهد المسلسلات عينة الدراسة في إبراز قوي للهوية الدينية الجزائرية.

الدراسة الثانية: رمزية المنظور القيمي الثقافي في الإشهار الإلكتروني الجزائري - دراسة تحليلية سيميولوجية لمتعاملي الهاتف النقال (موبيليس - جيزي - أوريدو) الدكتور: إسماعيل زياد (2018)

تهدف الدراسة إلى استخراج القيم الثقافية الموظفة في الإشهارات الإلكترونية الجزائرية بالإضافة إلى التعرف على مدى مساهمة القيم الثقافية في الإشهار الإلكتروني لمتعاملي الهاتف النقال في الجزائر في ربط الخصائص الموضوعية للمنتج بالخصائص السيميوتقافية للمستهلك، بالإضافة إلى سعي الدراسة إلى الكشف عن الصورة النموزجية للمستهلك الجزائري حسب ما تعكسه القيم الثقافية الموظفة في الإشارة الإلكترونية لمتعاملي الهاتف النقال في الجزائر.

قد اعتمد الباحث على العينة العشوائية المنتظمة باستخدام المنهج التحليلي السيميولوجي من خلال توظيف مقاربة "رولان بارث" في تحليل الصورة الإشهارية + توظيف العناصر السيميائية الأساسية لتحليل الإشهار الإلكتروني وقد تبلورت إشكاليته في طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي رمزية القيم الثقافية التي يحملها الإشهار الإلكتروني الثابت والمتحرك لمتعاملي الهاتف النقال (جيزي - موبيليس - أوريدو) في الجزائر؟
الذي انبثق عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية:

1- ما هي أهم القيم الثقافية المجسدة في الإشهار الإلكتروني (صورة / فيلم) لمتعاملين الهاتف النقال بالجزائر؟

2- هل ساهمت الرموز القيمية الثقافية في الإشهار الإلكتروني (صورة / فيلم) لمتعاملين هاتف النقال بالجزائر في ربط الخصائص الموضوعية للمنتج بالخصائص السيميوتقافية للمستهلك؟

3- كيف يصور الإشهار الإلكتروني (صورة / فيلم) من خلال عينة الدراسات المستهلك الجزائري في أبعاده القيمية الثقافية؟

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن حصرها في محاور تمثل أسئلة الدراسة الفرعية بشكل تسلسلي كالتالي:

1- أهم القيم الثقافية المجسدة في الأفلام الإشهارية الإلكترونية للمتعاملين لهاتف النقال (جيزي - موبيليس - أوريدو)

أفلام العينة المدروسة أكدت على وجود مجموعة من القيم الثقافية المشتركة والمختلفة والتي تحمل معاني رمزية تتمثل فيما يلي:

القيمة الثقافية اللغوية وهي قيمة كان لها الدور الإيجابي في تجسيد وظيفتي الترسخ والمناوبة كعملية تطابق إيجابية بين الصورة والكلمة كما أظهرت النتائج أن هذه القيمة كانت خليطاً بين الفصحى والعامية.

• **قيمة الذكورة والأنوثة:** التي تجسدت من خلال عينة الدراسات بطريقتين مختلفتين تغلب في كل مرة فئة نوعية على حساب الأخرى ما يمكن إرجاعه إلى التحولات الاجتماعية والأسرية المتسارعة في المجتمع الجزائري والذي جعل عنصر الأنوثة ينافس عنصر الذكورة.

• **القيمة الاستهلاكية والاجتماعية:** وقد ترجمت هذه القيمة مظهرين من الاستهلاك الجماعي والفردى الأول له علاقة بالأسر الجزائرية بين نمطية العادات الأكلية التقليدية وتحولها إلى النمط العصري خارج حدود المنزل في المطاعم والفضاءات الخارجية وحتى من خلال موضة اللباس وقصات الشعر في إبراز لرمزية قيمية عن تطور النسق القيمي والعادات الثقافية لدى المجتمع الجزائري على الصعيد الفردي والجماعي.

• **قيمة السعادة واللعب:** ظهور هذه القيمة عند المتعاملين الثلاثة ما يفسره رضا المستهلك الجزائري عن مزايا الخدمات التي يوفرها ذات المتعاملين.

• **القيمة الأسرية والاجتماعية:** والتي تجسدت من خلال صورة الرمزية تبرز مكانة المرأة من الأسرى المعاصرة بالإضافة إلى تغيير نمط المعيشة وخروج المرأة للعمل والتسوق دون أن ننسى الهدف الأسمى وهو تعزيز فكرة أن خدمات المتعاملين موجهة للاستهلاك الأسري.

- القيمة التاريخية والتراثية: والتي برزت من خلال المتعاملين الثلاث في اللباس التقليدي الرجالي (القندورة) وكذا اللباس التقليدي النسائي (بالقفطان)
- القيمة الفنية: ظهرت هذه القيمة من خلال ألوان الموسيقى الجزائرية التي مزجت بين التراثي منها والحديث على غرار الآلات الموسيقية الصحراوية وكذا الطابع الموسيقي الشبابي المعاصر الذي يمزج بين الجزائري والغربي
- القيمة الحضارية: متمثلة في النمط المعماري المتنوع الذي تتمتع به الجزائر العاصمة بتفاصيل الشوارع والطرق ومتر الأنفاق على سبيل المظاهر الحضارية التي تجمع بين الطابع العربي القديم والغربي الحديث.
- قيمة السرعة والفورية في الوقت: تشير إلى الخصائص الموضوعية التي توفرها خدمات المتعاملين على سبيل المكالمات الغير محدودة.
- القيمة الإنسانية: التي تجسدت في تبيان أنماط المزاج الذي يمتاز به الجزائريون من خلال سلوكيات الغضب السريع، النرفزة، والشك في معلومات الآخرين.
- القيمة الدينية: لم يغفل متعاملو الهاتف النقال عن إبراز قيمة مشاركتهم للجزائريين نكهات رمضان وخصوصية أجوائه، لتقديم خدماتهم المناسبة فيه، وهذا ما كان واضحا من خلال خدمة المتعامل موبيليس.
- القيمة الوطنية: الألوان الثلاثة المكونة للعلم الوطني ودلالة رمزية على أن خدمة المتعامل موبيليس من إنتاج مؤسسة موبيليس الجزائرية وهو تحديدا صورة هوية العلامة التجارية لها.
- القيمة الجنسية والجمالية: تجلت هذه القيمة عند المتعامل جيزي في تكرار صورة العارضة للأزياء وكانت الشخصية الرئيسية.
- القيمة التعليمية والتربوية: رمزية أهمية التعليم من خلال مشهد التلاميذ مع المعلمة في قاعة التدريس في الفيلم الإشهار المتعامل أوريدو.
- قيمة الجماعة والفردية: والتي ظهرت في رمزية العلاقات الاجتماعية سواء الأسرية أو زملاء العمل في ورشات ومستشفيات وقاعات تدريس دلالة على أن الخدمة موجهة للاستهلاك الجماعي.

• **قيمة الوفاء والحب والمشاركة:** ظهرت هذه القيم في عبارات صريحة عبر خطاب لسانی لشعارات المتعامل أوريدو.

• **قيمة الأمومة:** رمزية الأمومة تظهر من خلال مشهد الأم ورضيعها

• **قيمة العصرية والرخاء والرفاهية:** جسدها الفيلم الإشهاري للمتعامل موبيليس من خلال صورة الديكور العصري والأثاث الراقي الذي يعكس نمطا معماري غربي.

2- الرموز القيمة الثقافية الموظفة في الأفلام الإشهارية الإلكترونية (جيزي، موبيليس، أوريدو) ومساهمتهما في ربط الخصائص الموضوعية للمنتج بالخصائص السيسيوثقافية للمستهلك الجزائري:

استنتج الباحث من خلال دراسته للأفلام عينة الدراسة أن رمزية القيم الثقافية للمتعاملين الثلاث ربطت الخصائص الموضوعية لخدماتهم بالخصائص السيسيوثقافية للمستهلك الجزائري بطريقة مباشرة لكونهم انطلقوا من الأبعاد القيمة الثقافية الحقيقية للثقافة الجزائرية الحالية التي تساهم بشكل فعال في مخاطبة الجانب النفسي والاجتماعي للمستهلك الجزائري ودفعته إلى اقتناء خدمات المتعاملين وقد تمثلت هذه الأبعاد في التالي:

البعد اللغوي والهجين البعد الوطني والإنساني متمثلا في الخطاب الشعبي كاستراتيجية تسويقية للمتعامل موبيليس بالإضافة إلى بعد التوجه للثقافة والبعد الدين الإسلامي وأيضا بعد الذكورة وبعد الجماعية والتي وظفت بالقوة في أفلام المتعاملين الثلاث وبأكثر تركيز عند المتعاملين الأجبيين جيزي وأوريدو فيما يعرف بأبستمولوجيا الإقناع وهذا التوظيف المباشر للأبعاد القيمة له مبرره الترويجي لخدماتهما.

3- **كيفية تصوير الأفلام الإشهارية الإلكترونية للمتعاملين الثلاث (جيزي، موبيليس، أوريدو) للمستهلك الجزائري في أبعاده القيمة الثقافية.**

من خلال تحليل الأفلام عينت الدراسة تبين أن القيم الثقافية الموظفة في الإشهار الإلكتروني الثابت والمتحرك أعطت صورة نمطية متذبذبة عن المستهلك الجزائري الذي يتخبط بين نمطين من أسلوب المعيشة الأول يتسم بالأصالة والثاني بالحدثاء والعصرية.

الدراسة الثالثة: البعد القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال التشريعات الإعلامية -دراسة تحليلية لقانون الإعلام العضوي 2012-

الدكتورة: أمال توهامي (2022)، جامعة 8 ماي 1945، قالمة (الجزائر)

تهدف الدراسة المتناولة إلى الكشف عن البعد القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال تحليل القانون العضوي للإعلام 2012 معتمدة بذلك على المنهج الوصفي المسحي باستخدام أداة تحليل الوثائقي.

وقد خلصت الباحثة إلى مجموعة من النتائج كانت عبارة عن إجابات لتساؤلات فرعية انبثقت من تساؤل الرئيسي محوري حول:

إلى أي مدى اهتم الشرع الجزائري بموضوع القيم لضبط الممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال قانون الإعلام 2012؟

في حين تجسدت التساؤلات الفرعية فيما يلي:

1- ما هو الأساس القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال قانون 2012؟

2- ما هي القيم التي دعا قانون الإعلام 2012 إلى الالتزام بها عند ممارسته العمل الإعلامي في الجزائر؟

وتهدف الباحثة من خلال دراستها إلى إبراز مكانة القيم في قوانين الإعلام المنظمة لمزاولة العمل الإعلامي في الجزائر في مختلف أشكاله (المكتوب، الإذاعي، التلفزيوني والإلكتروني) وعلى مستوى جميع أطرافه (المؤسسة الإعلامية، الصحفي الإعلامي، المضمون الإعلامي، السلطات الضابطة للنشاط الإعلامي والجمهور المستقبل).

بالإضافة إلى سعي الدراسة إلى الكشف على الأساس القيمي الضابط للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال التشريعات الإعلامية من خلال قانون الإعلام 2012 على اعتبار أنه القانون المعمول به حالياً والشامل لكل أنواع الإعلام وصوره أيضاً تهدف الدراسة إلى تبيان أهم القيم التي دعا إليها ذات القانون وإلى ضرورة الالتزام بها والعمل على ترقيتها وتلك التي شدد على التخلي عنها ونبذها.

هذه الدراسة الوصفية استندت على منهج المسح الوصفي من خلال اختيار العينة التي تمثلت في القانون العضوي للإعلام 2012 الذي تم اختياره على أساس أنه أحدث وأشمل قانون إعلام في الجزائر.

وقد اعتمدت الباحثة على أداة التحليل الوثائقي على اعتبار أنها الأنسب لتحليل مضمون الوثائق.

ومن خلال القراءة التحليلية للقانون العضوي للإعلام 2012 محل الدراسة خلصت الباحثة إلى جملة من النتائج ندرجها فيما يلي:

كان النص القانوني صريحا على أن يعمل الإعلام الجزائري بمختلف مؤسساته وأنماطه (السمعي، البصري، المكتوب، الإلكتروني) للحفاظ على المنظومة القيمية للمجتمع وترسيخها وترقيتها.

- أكد القانون بصراحة على أن تكون الممارسة الإعلامية في الجزائر في إطار القيم الوطنية المستمدة من الدين الإسلامي وثقافة المجتمع وهويته والتي تمثل أساس العمل الإعلامي والأداة الضابط له حيث أنه نص صراحة على أن الممارسة الإعلامية يجب أن تكون في هذا الإطار وكل خرق لهذه القيم يلاقى بالعقوبة.

- دعا القانون إلى الالتزام بمجموعة من القيم الواجب توفرها في أطراف العملية الإعلامية (المؤسسة الإعلامية، الصحفي، الإعلامي، المضمون الإعلامي، والسلطات الضابطة للنشاط الإعلامي والجمهور المستقبل) كالنزاهة، والشفافية، والموضوعية، والشرف، والاحترام، والحرية، والحق، والأصالة، والمهنية، وغيرها.

- دعا القانون إلى ضرورة الابتعاد عن جملة من القيم السلبية مثل العنصرية، والعنف، والسرقة، والوشاية، والقذف، وغيرها.

علاقة الدراسات السابقة بالبحث وحدود الاستفادة منها:

العلاقة البحثية:

تناولت هذه الدراسات العلاقة الأصلية التي تجمع الإعلام بمنظومة القيم من مقاربات تحليلية متنوعة، مما يعزز من قوة الطرح الذي تنطلق منه هذه الدراسة والمتمثل في ضرورة فهم الإعلام كفاعل قيمي داخل المجتمع من بين هذه الدراسات نجد دراسة زياد اسماعيل (2018) والتي تناولت تحليل الرموز القيمية في الإشهار الإلكتروني الجزائري من خلال مقارنة سيميولوجية كشفت عن طبيعة القيم التي يتضمنها الخطاب الإعلامي وعلاقتها بالهوية الثقافية أما دراسة مريم براهيم (2020) التي اهتمت بالكشف عن تمثيلات القيم الاجتماعية والأخلاقية في المسلسلات التلفزيونية الرمضانية الجزائرية من منظور الحتمية

القيمية. مؤكدة على الدور التربوي القيمي الضمني الذي تؤديه الدراما التلفزيونية من خلال تقديمها لمضامين مشبعة بالقيم المجتمعية في السياق نفسه جاءت دراسة آمال توهامي (2021) لتؤكد أن البعد القيمي في الإعلام لا يقتصر على المضامين بل يمتد إلى الإطار التشريعي المنظم للممارسة الإعلامية، وهذا ما أوضحت من خلال تحليل قانون الإعلام (2012) أن القيم المهنية والاجتماعية جزء لا يتجزأ من فلسفة التشريع الإعلامي.

رغم تمايز هذه الدراسات في المنهجية والأدوات والوسائل، إلا أن هذا لا ينفي نقاط تشابهها مع دراستنا خاصة في الانطلاق من فرضية مركزية مفادها أن الإعلام ينقل القيم بطريقة ضمنية أو مباشرة عبر رموز أو خطاب مباشر وأنه يساهم في تشكيل منظومة الأخلاق والقيم والثقافة والمعايير السلوكية داخل المجتمع.

الفجوة البحثية:

على الرغم من أن جميع هذه الدراسات تتفق مع دراستنا حول أهمية وجود خطاب إعلامي يعزز القيم الأصيلة ويحمل مرجعية وطنية غير أنها اختلفت عنها من حيث التخصص الدقيق في المقاربة والوسيط.

فزياد إسماعيل ركز على الإشهار الإلكتروني ومريم براهيم على الدراما التلفزيونية أما تهامي آمال فكان منظورها تشريعياً بينما تسعى دراساتنا إلى فحص الإذاعة المحلية القمية كوسيط إعلامي مستقل وتبيان دوره في تحقيق التنشئة الاجتماعية والثقافية لفئة جامعية متخصصة.

وبالرغم من أهمية هذه الدراسات فإنها لم تدرس دور المضامين القمية في توجيه سلوك المتلقي في السياق الجامعي، ولم تقدم نظرية الغرس الثقافي في بعدها الرمزي كإطار تفسيري لعملية التلقي بالإضافة إلى عدم تمييزها بين أبعاد التنشئة الاجتماعية والثقافية ولا التطرق إلى دور المتغيرات الوسيطة في عملية استقبال المضامين القديمة.

وهنا تبرز أهمية دراستنا ساعية لسد هذا النقص من خلال تقديم معالجة ميدانية تفسيرية لممارسة الإعلام القيمي عبر الإذاعة المحلية ومدى مساهمته في ترسيخ القيم وبناء الوعي الثقافي والأخلاقي وتوجيه السلوك الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، ضمن منظور نظري يؤكد أهمية البعد الرمزي في عملية الغرس.

حدود الاستفادة:

ساعدتنا الدراسات المرتبطة بمحور الإعلام والقيم خاصة دراسة زياد إسماعيل (2018)، دراسة مريم براهيم (2020)، دراسة آمال توهامي (2021)، على بناء أرضية معرفية أساسية لفهم تجليات القيم في الرسالة الإعلامية الجزائرية، كما دعمت الإطار النظري المتعلق بدراستنا من خلال تعدد المقاربات التحليلية والمنهجية التي اعتمدتها، فبالنسبة لدراسة إسماعيل زياد أتاحت لنا الفرصة التعمق في البعد الرمزي الذي حوته الرسائل الإعلامية من خلال تحليل القيم الثقافية في الإشهار الإلكتروني، ما ساعدنا على فهم آليات توظيف الرموز في بناء المعنى القيمي، أيضا دراسة مريم إبراهيم وفرت مقارنة تحليلية تبرز تمثيلات القيم الاجتماعية في الدراما التلفزيونية ما وسع من إدراكنا وعمق اهتمامنا بطبيعة القيم المتداولة في الإعلام المحلي وعلاقتها بالمعايير الاجتماعية السائدة. أما بالنسبة لدراسة آمال توهامي فقد حملت بعدا مرجعيا مهما زاد من قوة الطرح بعلاقة الإعلام بالقيم ليس فقط تشريعيًا وإنما أخلاقيا مؤكدة أن القيم ليست مجرد خيار تحريري وإنما مبدأ يكرسه القانون الجزائري.

بين هذه الزوايا والمقاربات، تمكنت دراستنا من تأطير العلاقة بين الإعلام والمنظومات القيمية في علاقة متعددة الأبعاد لا تقف عند التحليل الظاهري بل تتعداه إلى مستويات أعمق منها الرمزي، المرجعي والتشريعي ... دون أن ننسى استخدامها كمراجع داعمة. أوضحت معالم السياق المعرفي للبحث وساعدت في تحديد الإشكالية ضمن الإعلام القيمي كفاعل في التنشئة الاجتماعية والثقافية.

الدراسات المتعلقة بالمحور الخاص بالإذاعة المحلية وعلاقتها أو دورها في التنشئة الاجتماعية:

الدراسة الأولى: للدكتور هشام رزايقية (2019)

أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال سياسي واجتماعي والمعنونة ب: التنشئة الاجتماعية من خلال الإذاعة المحلية - دراسة تحليلية لبرنامج دنيا الأطفال بإذاعة تبسة -

تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف نلخصها كالتالي التعرف على أهم المواضيع ذات العلاقة بالتنشئة الاجتماعية المقدمة في برامج إذاعة تبسة، أيضا تحديد

المستويات اللغوية التي تقدم بها مختلف جوانب التنشئة الاجتماعية في هذه البرامج بالإضافة إلى الكشف عن الأساليب الإقناعية المستخدمة في تفسير مختلف جوانب التنشئة الاجتماعية وكذلك التعرف على أساليب التقديم المستخدمة في مثل هذه البرامج لشرح مختلف جوانب التنشئة الاجتماعية. كما هدفت الدراسة إلى تحديد الفئات العمرية المستهدفة من خلال هذه البرامج وأيضاً الموسيقى المستخدمة ومدى مناسبتها للجمهور المستهدف. قد استخدم الباحث المنهج المسحي باعتماد أداة تحليل المضمون كأداة رئيسية، بالإضافة إلى استخدامه لأدوات علمية منهجية أخرى، على غرار المقابلة الملاحظة العلمية. تمثلت عينة الدراسة في العينة القصدية غير الاحتمالية والمتمثلة في برنامج دنيا الأطفال بإذاعة تبسة.

وقد انطلقت الدراسة من طرح تساؤل رئيسي تمثل في:

كيف تساهم إذاعة تبسة المحلية في التنشئة الاجتماعية للطفل؟

وقد تم تفكيك التساؤل الرئيسي إلى عدة تساؤلات فرعية تمثلت في:

- 1- ما هي أهم المواضيع ذات العلاقة بالتنشئة الاجتماعية المقدمة في هذه البرامج؟
- 2- ما هي المستويات اللغوية التي تقدم بها مختلف جوانب التنشئة الاجتماعية في هذه البرامج؟
- 3- ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في هذه البرامج في تفسير مختلف جوانب التنشئة الاجتماعية؟
- 4- ما هي أساليب التقديم المستخدمة في بث هذه البرامج لشرح مختلف جوانب التنشئة الاجتماعية؟
- 5- ما هي الفئات العمرية المستهدفة من خلال هذه البرامج الخاصة بالتنشئة الاجتماعية؟
- 6- ما مدى مناسبة الموسيقى المستخدمة في هذه البرامج للجمهور المستهدف؟

وقد خلصت الدراسة الميدانية إلى مجموعة من النتائج يمكن حصرها فيما يلي:

إذاعة تبسة ومن خلال برامج "دنيا الأطفال" قد وفقت فعلاً في مرافقة المؤسسة التعليمية من حيث المواضيع التي اقترحت في أغلب الحصص التي كانت محل الدراسة والتحليل كما توصلت الباحثة إلى أن طبيعة هذه المواضيع التي تناولها برنامج "دنيا الأطفال" بإذاعة تبسة قد وافق المستويات التعليمية للأطفال المشاركين في البرنامج، حيث

غلبت الفئة الصغرى من سن 6 إلى 11 سنة وهي الفئة المعنية بالتنشئة الاجتماعية والمرافقة والمتابعة كما بيّنت نتائج الدراسة التحليلية لمضمون البرنامج أن أغلب القصص التي تم تطرق إليها هي قصص دينية وتاريخية وهو ما من شأنه أن يربط جيل اليوم بالأمس ما يجعل الأطفال متمسكين بوثنيتهم وهويتهم ودينهم وعقيدتهم بعيدين عن الانغماس في حضارة الغرب وتقليده، وبالتالي خلصت الباحثة إلى كون الإذاعة من خلال هذا البرنامج محل الدراسة تساهم في الحفاظ على الهوية الوطنية وحب الوطن وهي من الأساسيات التي تعمل كل مؤسسات التنشئة الاجتماعية على غرسها في الأطفال كما توصلت الدراسة إلى اعتماد القائمين على هذا البرنامج على استخدام اللغة الفصحى ما ساهم بشكل كبير في خلق شعور الحب في الأطفال المشاركين في البرنامج نحو اللغة العربية وإتقانها.

الدراسة الثانية: (دراسة الدكتور نبيل الأحمر)

وهي أطروحة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال للموسم الدراسي 2017-2018 بعنوان: دور الإعلام المحلي في تكوين الوعي بالتنمية المستدامة -دراسة ميدانية لعينة من مستمعي إذاعة بسكرة -

تهدف الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف بداية من الكشف عن مختلف الأدوات التنموية التي تقوم بها إذاعة الجزائرية من بسكرة في تشكيل الوعي بأبعاد التنمية المستدامة (الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية) بالإضافة إلى محاولة الربط بين أثر الإذاعات المحلية وزيادة الوعي بالتنمية المستدامة لدى الجماهير، كما تهدف إلى الكشف عن مدى اهتمام الإذاعة الجزائرية من بسكرة بمبادئ التنمية المستدامة ومدى تبنيها وسعيها إلى نشر تلك المبادئ لدى الجمهور المستمع.

كما ترمي الدراسة إلى معرفة تصورات الجمهور عن المضامين التنموية بالإذاعة الجزائرية من بسكرة الهادفة لتحقيق التنمية المستدامة.

وأيضاً لفت انتباه القائمين بالاتصال في المؤسسات الإذاعية للتمكن من مسايرة التطورات والتغيرات الحاصلة على مستوى التنمية المستدامة. وأخيراً تهدف الدراسة كذلك إلى محاولة قياس فعالية هذه العملية الاتصالية التي تقوم بها الإذاعة الجزائرية من بسكرة على سلوكيات الجمهور.

انطلقت الدراسة من إشكالية تم ضبطها في طرح تساؤل محوري هو كالاتي:

ما هو الدور التي تؤديه الإذاعة الجزائرية من بسكرة في تشكيل الوعي بأبعاد التنمية المستدامة لدى جمهور المستمعين؟ وقد تفرع عنه مجموعة من التساؤلات:

- 1- ما مدى اهتمام إذاعة بسكرة بقضايا التنمية المحلية؟
- 2- ما مدى اعتماد جمهور إذاعة بسكرة في التزود بالمعلومات تجاه قضايا التنمية المحلية؟
- 3- هل تتبنى الإذاعة الجزائرية من بسكرة مبادئ التنمية المستدامة وتسعى إلى نشرها للجمهور؟
- 4- ما مدى اعتماد الجمهور في التزود بالمعلومات على إذاعة بسكرة تجاه قضايا التنمية المستدامة؟
- 5- هل هناك علاقة بين الأدوار التنموية للإذاعة الجزائرية من بسكرة وأبعاد التنمية المستدامة؟ الاقتصادي، الاجتماعي، والبيئي؟
- 6- هل استطاعت الإذاعة الجزائرية من بسكرة تشكيل سلوك إيجابي لدى جمهورها تجاه أبعاد التنمية المستدامة؟

بالإضافة إلى اعتماد الباحث على فرضية عامة جاءت كالتالي:

توجد علاقة بين الدور التنموي لإذاعة الجزائر من بسكرة وأبعاد التنمية المستدامة لدى جمهور المستمعين

يتفرع عن هذه الفرضية العامة مجموعة فرضيات أساسية هي كالتالي:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العين حول الوعي بأبعاد التنمية المستدامة تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، مكان الإقامة)
- 2- توجد علاقة دالة إحصائية بين الدور التنموي لإذاعة الجزائر من بسكرة وأبعاد التنمية المستدامة لدى الجمهور.

أما بالنسبة للمنهج المتبع فقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي باستخدام ثلاثة أدوات أساسية في جمع المعلومات والبيانات وهي الملاحظة العلمية المقابلة والاستبيان.

يتمثل مجتمع البحث للدراسة في جمهور المستمعين الذين ينتمون للمجال الجغرافي المكون لولاية بسكرة، أما بخصوص العينة فقد استعان الباحث بنوعين من العينات وعلى مرحلتين (عينة المساحة الجغرافية - عينة كرة الثلج) وقد قدرت عدد مفرداتها 500 مفردة.

خلصت الدراسة في النهاية إلى مجموعة من النتائج هي كالتالي:

- بالنسبة للفرضيات بالترتيب وهي نتائج متعلقة بالجانب الميداني:
- رفض الفرض المطروح بأنه: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة حول الوعي بالتنمية المستدامة تعزي لمتغير الجنس". بالنسبة للبعدين الاقتصادي والاجتماعي والبعد البيئي كذلك. أما بالنسبة للبعد البيئي يختلف وعليه يقبل الفرض ويكون: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العين حول أبعاد التنمية المستدامة تعزي لمتغير الجنس".
- رفض الفرض المطروح بأنه: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة حول الوعي بالتنمية المستدامة تعزي لمتغير السن". وهذا ما تعلق بالبعدين الاقتصادي والبيئي أما بالنسبة للبعد الاجتماعي فالأمر مختلف حيث يقبل الفرض ويكون: "توجد فروق ذات صلة دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العين حول أبعاد التنمية المستدامة تعزي لمتغير السن".
- رفض الفرض المطروح الذي يقول: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد العينة حول أبعاد تنمية المستدامة تعزي لمتغير المستوى التعليمي". فيما تعلق بالبعدين الاقتصادي والاجتماعي، أما بالنسبة للبعد البيئي فالأمر يختلف يقبل الفرض ويكون: "توجد فروق دالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة حول أبعاد تنمية المستدامة تعزي لمتغير المستوى التعليمي".
- رفض الفرض المطروح بأنه: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة حول الوعي بأبعاد تنمية المستدامة تعزي لمتغير مكان الإقامة". وهذا بالنسبة للبعد الاقتصادي والاجتماعي والبعد البيئي كذلك.
- رفض الفرض المطروح الذي يقول: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد العين حول أبعاد التنمية المستدامة تعز لمتغير المهنة". وهذا فيما تعلق بالبعدين الاقتصادي والاجتماعي.
- الأمر مختلف بالنسبة للبعد البيئي يقبل الفرض ويكون: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العين حول أبعاد التنمية المستدامة تعزي لمتغير المهنة".
- يستنتج الباحث وجود علاقة ارتباطية متوسطة بين الدور التنموي للإذاعة المحلية والبعد الاقتصادي للتنمية المستدامة ما يثبت صحة الفرضية المدروسة والتي تقول: "توجد

علاقة دالة إحصائيا بين الدور التنموي لإذاعة الجزائر من بسكرة والبعد الاقتصادي للتنمية المستدامة لدى الجمهور".

- ثبات صحة الفرضية المدروسة والتي نقول: "توجد علاقة دالة إحصائيا بين الدور التنموي للإذاعة الجزائر من بسكرة والبعد الاقتصادي للتنمية المستدامة لدى الجمهور".

- ثبات صحة الفرضية المدروسة والتي نقول: "توجد علاقة دالة إحصائيا بين الدور التنموي للإذاعة الجزائرية من بسكرة والبعد البيئي للتنمية المستدامة لدى الجمهور".

بالإضافة إلى مجموعة من النتائج المتعلقة بالجانب النظري والذي كان مقسما إلى محاور كالتالي:

الجوانب المعرفية للإعلام المحلي

الإعلام التنموي كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة.

الدراسة الثالثة: الدكتور: حنادر عبدالله،

جامعة الجزائر 03، المعنون ب: "دور إذاعة شلف المحلية في تعزيز قيم المواطنة

لدى الطالب الجامعي" -دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة شلف-

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الإذاعة المحلية في زيادة قيم الانتماء الوطني لدى طالب جامعة شلف وأيضا تسعى إلى التعرف على دور الإذاعة المحلية في بث الوعي السياسي لدى المستمع كون الوعي السياسي بعد عنصرا رئيسيا من عناصر المواطنة، تبلورت إشكالية الدراسة في السؤال المحوري التالي:

"ما هو الدور الذي تقوم به إذاعة شلف المحلية في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالب

الجامعي؟"

تفرع عنه مجموعة من التساؤلات هي كالتالي:

1- ما هي عادات وأنماط استماع طلبة جامعة شلف للإذاعة المحلية؟

2- ما هي دوافع استماع طلبة جامعة شلف لإذاعتهم المحلية؟

3- ما مدى مساهمة إذاعة شلف في الرفع من مستوى الوعي السياسي عند الطالب

الجامعي؟

4- إلى أي مدى تساهم إذاعة شلف في التعريف بالتاريخ والتراث المحلي والوطني؟

5- ما مدى إقبال جمهور الطلبة على البرامج التي تعالج قضايا المواطنة في إذاعة شلف؟

ولقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي كما استخدمت أكثر من أداة لجمع البيانات وهي الاستبيان والمقابلة.

أما بالنسبة للعينة فقد جاءت عينة قصدية قوامها 200 مفردة من طلبة جامعة شلف والذين يتابعون إذاعة الشلف.

أسفرت الدراسة عن جملة من النتائج هي كالتالي:

- الغالبية العظمى من الطلبة لا يداومون على الاتصالات لبرامج المواطنة التي تهتم بها إذاعة شلف بشكل دائم بحيث أحيانا ما يترددون عليها.
- أغلب برامج المواطنة التي تبثها إذاعة شلف المحلية لا تحظى باهتمام كبير لدى المبحوثين من الطلبة.
- أغلب المبحوثين يتابعون البرامج التي تعني بالمواطنة بإذاعة شلف المحلية بدافع الاطلاع على المستجدات محليا ووطنيا إضافة إلى الرغبة في رفع المستوى الفكري وإثراء الرصيد المعرفي.
- برنامجا "تاريخ بلدي" و"دنيا ودين" يستقبلان اهتمام معظم الأفراد المستمعين للإذاعة في حين أن برنامج فضاء المستهلك لا يلقى اهتماما.
- تساهم إذاعة شلف المحلية في تعزيز قيم الانتماء الوطني للأفراد المستمعين من الطلبة إلى حد المقبول نوعا ما.
- رصد انشغالات المواطنين والسعي في إيجاد الحلول لها تأتي في المقام الأول كقيمة وطنية إضافة على العمل على تعزيز حب الوطن وترسيخ مبادئ الهوية الوطنية.
- تعد الإذاعة حسب أفراد العين وسيلة ضرورية لمتابعة ومناقشة جل المواضيع التي تضم قيمة وطنية وتسعى من خلالها إلى غرس قيم الوطن والمواطنة.
- يرى غالبية الطلب المبحوثين أن هناك مصادر أخرى غير الإذاعة في الحصول على المعلومات كالصحف والمجلات والتلفزيون والإنترنت والتي من شأنها أن تدعم القيمة الوطنية لديهم.

الدراسة الرابعة: الباحثة Ada Gonzalez - TORRES

This version : Décembre 15 . 2024 –Local media and the chaping of

social Norms:

- وسائل الإعلام المحلية وتشكيل المعايير الاجتماعية : أدلة من نقشي داء الإيبولا
- تهدف الدراسة إلى تبيان تأثير الإذاعة المحلية (community radio) على تغيير السلوكيات الاجتماعية والصحية خاصة ذات العلاقة الوطيدة بمعايير ثقافية خلال فترة نقشي فيروس الإيبولا في غينيا.
- كما أنها تريد الكشف عما إذا كان الطابع المحلي للإذاعة والوسائل الإعلامية هو الذي يمنح لها هذا القدر الأكبر من التأثير على سلوك الأفراد وليس فقط المحتوى أو اللغة المستخدمة.
- كما أن الدراسة تهدف إلى اختبار فرضية أساسية تتمثل في الإذاعة المحلية تؤدي إلى خلق معرفة مشتركة تعمل على انسجام السلوكيات المجتمعية وتناسقها ما يدفع المجتمعات نحو سلوكيات أو ممارسات محلية أفضل.
- اعتمدت الباحثة على المنهج شبه التجريبي (quasi - experimental design) كما أنها استخدمت تصميم الفرق في الاختلافات لقياس تأثير الإذاعة المحلية عبر الزمن بين المناطق التي تمتلك الإذاعة وتلك التي لا تمتلكها.
- أما بخصوص الأدوات البحثية في جمع البيانات فقد استندت الباحثة على أكثر من أداة سجلت حالات الإصابة الإيبولا من منظمة الصحة العالمية أيضا تقارير أسبوعية من وزارة الصحة الغينية على المقاومة الاجتماعية أيضا استبيانات حول المعرفة والسلوك والتصورات المتعلقة بالوباء.
- دون أن ننسى بيانات مسح ميداني على رؤساء إذاعات، بالإضافة إلى حساب التغطية الإذاعية بناء على نموذج تضاريس غير المنتظمة الذي يحدد وصول إشارات الراديو حسب خصائص الأرض والمرسلات من خصوص العينة غطت الدراسة 341 مقاطعة فرعية في غينيا كما استخدمت عينة ممثلة في 2،466 فرد لسير الآراء.
- وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثلت فيما يلي:
- كان لتغطية الإذاعة المحلية تأثير ملموس في تراجع حالات الإيبولا.
- انخفاض بنسبة 13% - 18% شهرياً في الإصابات في المناطق التي لديها تغطية إذاعية محلية بنسبة 10 نقاط مئوية أكثر.

- 470 - 500 حالة إصابة (13% من مجموع الحالات) كان بالإمكان تقاؤها لو أن كل المناطق التي تستقبل إذاعات مجتمعية كانت تمتلك واحدة محلية.
- طابع "المحلية" الذي يتميز به الإعلام كان السبب وراء هذا التأثير وليس بسبب الانتماء اللغوي أو الإثني.
- الدور الكبير الذي قدمته الإذاعة المحلية في تغيير السلوكيات المتعلقة بالمعايير الاجتماعية مثل الامتناع عن رعاية المرضى في المنزل أو رفض الدفن التقليدي ولكنها لم تحقق ذلك بشكل كبير على السلوكيات الخاصة (مثل غسل اليدين).
- يعتبر الزمن عامل مهم لحدوث تنسيق اجتماعي عبر المعرفة المشتركة وهذا ما فسره الوقت المرتبط ببداية الحملة الإعلامية حتى ظهور الأثر والمتمثل في حوالي 5 إلى 7 أشهر.

الدراسة الخامسة: دراسة عربية باللغة الأجنبية

للباحث: (الحسين سعيد عبد الهادي المرهج)، مجلة لإرك (Lark journal for phisosophie, linrijustics and social)، المجلد 16، الجزء 2، 2024 بعنوان **The social responsibility of Iraqi radio** "المسؤولية الاجتماعية للإذاعات العراقية في ترسيخ القيم الاجتماعية دراسة تحليلية لإذاعة الرابعة FM على الفيسبوك"

تهدف الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تم رصدها كالتالي: تبيان أهم القيم التي تم التركيز عليها في منشورات إذاعة الرابعة FM على منصة الفيسبوك وأيضاً الجهات الفرعية التي ركزت عليها الإذاعة في منشوراتها كما عمدت الدراسة إلى معرفة مدى محافظة الإذاعة على المسؤولية الاجتماعية في تسويق القيم بالإضافة إلى أن الدراسة هدفت إلى الكشف عن أهم الأشكال التي تم تسويق القيم بها في منشورات إذاعة الرابعة FM على منصة الفيسبوك.

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي مستعيناً بأداة تحليل المضمون أما بخصوص العينة فقد اعتمد الباحث أسلوب الحصر الشامل لمنشورات إذاعة الرابعة FM على الفيسبوك للمدة من 1 - 10 2023 ولغاية 31/12/2023.

وفي الأخير توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- 1- احتلت القيم الاجتماعية المرتبة الأولى بنسبة 50% وذلك بسبب كونها من أكثر القيم التي تهتم المجتمع العراقي
 - 2- نالت فئة رفع المستوى المعيش للفقراء اهتمام الإذاعة بشكل واضح حبا بنسبة 40.8% وكذلك الحال بالنسبة إلى فئة احترام كرامة الإنسان.
 - 3- اعتمدت الإذاعة على مقاطع الفيديو بنسبة كبيرة جدا إذ بلغت 90.5% وذلك بسبب أهمية هذه الخاصية في ترسيخ القيم بالصوت والصورة.
- علاقة الدراسات السابقة بالبحث وحدود الاستفادة منها:**
- العلاقة البحثية:**

أظهرت عديد الدراسات السابقة أهمية الإذاعة المحلية باعتبارها منبر إعلامي قريب من المجتمع تقوم بنشر الوعي وترسيخ القيم وتعزيز الانتماء ما يجعلها أداة فعالة في سياق التنشئة الاجتماعية لقد تناولت دراسة هشام رزايقية (2019) حول برنامج "دنيا الأطفال" بإذاعة تبسة أهمية البرامج الإذاعية الموجهة للأطفال في ترسيخ سلوكيات اجتماعية إيجابية ومطابقة المضامين التربوية والتعليمية لأساليب التعليم في المؤسسات الرسمية، وهو ما يندرج في إطار التنشئة المبكرة كما ركزت دراسة نبيل لحرر على دور إذاعة بسكرة في تشكيل الوعي بالتمتية المستدامة لدى المواطنين كشكل من أشكال التنشئة الموجهة نحو المسؤولية المدنية، أما بخصوص دراسة عبدالله حنادر فقد سلطت الضوء على دور إذاعة الشلف في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلاب الجامعيين وهو ما يظهر فاعلية الإذاعة المحلية في مخاطبة فئة عمرية شابة.

على الصعيد الخارجي تناولت دراسة الباحثة "إيدا غونزاليز تورز" مساهمة الإذاعة المحلية في غينيا خلال أزمة الإيبولا في تشكيل المعايير الاجتماعية وتوجيه سلوك الأفراد عبر مضامين إعلامية توعوية واجتماعية وأخلاقية تجسد الخطاب الإعلامي المباشر.

على الصعيد العربي قدمت دراسة حسين سعيد عبد الهادي المرهج هو كذلك نموذجا اجتماعيا تحققه الإذاعات العراقية من خلال منظور المسؤولية الاجتماعية والمتمثل في ترسيخ القيم عبر تفاعلها الرقمي على منصات التواصل، ما يدل على التطور الوظيفي للإذاعة المحلية وتعدد وسائطها التواصلية.

تتقاطع هذه الدراسات مع دراستنا في التأكيد على الدور الاجتماعي والتربوي والأخلاقي للإذاعة المحلية وقدرتها الكبيرة في توجيه سلوك الأفراد وضبط مفاهيمهم داخل محيطهم الاجتماعي.

كما تتفق مع دراستنا في الإقرار بأن الإذاعة المحلية وسيلة فعالة في التنشئة المجتمعية، خاصة إذا ما كانت مضامينها تخاطب فئة بعينها كالأطفال أو الطلبة.

الفجوة البحثية:

رغم الاتفاق في عديد النقاط البحثية، غير أن هذا لا ينفي وجود نقاط اختلاف مع دراستنا في عدة جوانب لعل أبرزها أنها لم تعتمد نظرية الغرس الثقافي كإطار تفسيري لعلاقة التلقي المتكرر بالمضامين القيمية. كما لم تدمج بين المجالين الاجتماعي والثقافي للتنشئة بشكل مترابط. كما أن بعضها ركز على برامج محددة أو أزمات ظرفية. ولم تسعى إلى الوقوف عند الوظيفة القيمية الدائمة للإذاعة المحلية.

من خلال كل هذا تسعى دراستنا إلى سد هذه الثغرات عن طريق الربط بين المعالجة النظرية والتطبيقية، التي تسعى إلى رصد مساهمة الإذاعة المحلية القيمية في التنشئة الاجتماعية والثقافية لطلبة الإعلام والاتصال باستخدام مقاربة تقوم على نظرية الغرس الثقافي كإطار لفهم التفاعل بين الوسيلة القيمية والمتلقي

حدود الاستفادة:

ساعدتنا هذه الدراسات في بناء تصور أولي عن الوظائف الأساسية التي تحققها الإذاعة المحلية وفي صياغة الفرضيات المتعلقة بمحاور التنشئة الاجتماعية واختيار أدوات التحليل بالإضافة إلى إثراء الجانب النظري خاصة فيما تعلق بعناصر التمايز بين التنشئتين الاجتماعية والثقافية أيضا تدعيم الدراسة بعدد المراجع التي تخدم الموضوع.

الدراسات المتعلقة بمحور: الإذاعة المحلية والتنشئة الثقافية

الدراسة الأولى: للباحثة ليلى شاوي (2015)

بعنوان: "أنماط تلقي جمهور مستمعي الإذاعة المحلية لبرامج الهوية الثقافية" - دراسة اثنوجرافية لعينات من الأسر الجزائرية جانفي 2010-2015-

تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من منظور اجتماعي ثقافي ودراسة التفاعلات التي تحصل بين الإذاعة المحلية والأسرة الجزائرية وبين عناصر الأسرة من جهة أخرى كمحاولة لتقريب المنظور ويمكن حصر جملة الأهداف في النقاط التالية:

- التقرب من الوسط الأسري والحيز الجغرافي محل الدراسة من خلال الدلالات الجغرافية والتاريخية والخصوصية والثقافية وكذلك التقرب من الوسط الإعلامي السائد في كل منطقة الإذاعة المحلية.

- محاولة الوصول إلى نتائج علمية وعملية لفهم آلية التلقي لدى الأسر من خلال التعرض لبرامج الهوية الثقافية في الإذاعة المحلية بالإضافة إلى التعرف على عادات الاستماع للإذاعات والأثر الذي تتركه عملية الاستماع لبرامج الهوية الثقافية في الإذاعة المحلية.

- كسر الحاجز النفسي القائم حول الإذاعات والهوية الثقافية المختلفة للجمهور التي يقال إنها تشكل خطرا على الوحدة الوطنية والنظر إلى الجانب الإيجابي خاصة فيما يتعلق بتمتين الرابط الاجتماعي والثقافي في المحافظ عليه من خلال الإذاعة المحلية.

- فهم وتحليل أنماط تلقي الأسر الجزائرية لبرامج الهوية الثقافية في الإذاعة المحلية من حيث حجم التعرض والمواضيع والمضامين الأكثر اهتماماً للمستمعين ودراسة تأثير المتغيرات كالنوع والعمر والوصول الإثنية (مكان التنشئة) وتفسير طبيعة علاقات أفراد الأسر الواحدة (قبل، أثناء، بعد) عملية التعرض (الاستماع).

- معرفة الدلالات والتأويلات الناتجة عن سماع مختلف أفراد الأسر لبرامج الهوية الثقافية في الإذاعة المحلية وما تحدثه من أثر على الأسر.

- إبراز الفروق لدى الأفراد في الأسرة الواحدة من جهة ولدى الأسر عينة الدراسة المختلفة اثنيا من جهة ثانية في تفسير وتأويل مضامين برامج الهوية الثقافية في إذاعتهم المحلية.

وقد تبلورت إشكالية الدراسة في تساؤل محوري كالتالي: "ما هي أنماط تلقي الأسرى الجزائرية لبرامج الهوية الثقافية المسموعة عبر أثر الإذاعة المحلية؟"

متجزة في تساؤلات فرعية تستفسر عما هي الخصائص الاثنوجرافية للأسر الجزائرية؟ وما هي مضامين برامج الهوية الثقافية في الإذاعة المحلية، بالإضافة إلى تساؤل: ما هي

عادات تلقي الأسر الجزائرية لمضامين برامج الهوية الثقافية في الإذاعة المحلية؟ هل تؤثر متغيرات النوع، السن المستوى التعليمي، منطقة التنشئة الاجتماعية في عادات تلقي الأسر الجزائرية؟ هل تختلف أنماط تلقي الأسر لبرامج الهوية الثقافية في الإذاعة المحلية باختلاف الخصوصية الثقافية والأصول الإثنية لها؟

فيما تجلّى التساؤلين الأخيرين في: البحث عن معاني التأويلات المصاحبة لفعل التلقي لدى الأسر وعلاقتها بالخصوصية الثقافية والإثنية وأخيرا عن الاحتياجات التي تسعى الأسر الجزائرية إلى إشباعها من خلال تعرضها لبرامج الهوية الثقافية في الإذاعة المحلية.

اعتمدت الباحثة من خلال الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وقد لجأت إلى اختيار العينة القصدية التي تتكون من 40 أسرة جزائرية قوامها 266 فردا. وقد تضمنت الدراسة استخدام أكثر من أداة بحثية في جمع المعلومات بين الملاحظة بنوعيتها (الملاحظة بمشاركة، الملاحظة بدون مشاركة)، كذلك أداة المقابلة.

خلصت الدراسة في الأخير إلى مجموعة من النتائج العامة حول المحاور الأساسية التي تناولتها الباحثة بدءا بأنماط التلقي الإذاعي لعينة الدراسة لبرامج الهوية الثقافية في إذاعتهم المحلية وكيفية الاستماع وردود الأفعال أثناء وبعد الاستماع إضافة إلى التأويلات المختلفة وأهم الإشباعات المحققة ويمكن حصرها في الأفكار التالية:

- نمط الحوار كان النمط الطاعي داخل الأسر عينة الدراسة، يؤثر السياق الثقافي والاجتماعي للأسرة ومكان التنشئة الاجتماعية في فعل التلقي وفي التأويلات والمعاني المشكلة لديهم وتفسيرهم للمحتوى الإعلامي.

- تختلف الأسر الجزائرية في خصائصها الاثنوجرافية رغم أنها تنتمي إلى رقعة جغرافية واحدة.

- إدراك المستمعين من الأسر عينة الدراسة لدور الإذاعات المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية المحلية من خلال التحدث عن تاريخها المحلي، التراث الشفهي، التراث المادي، العادات والتقاليد وغيرها ...

- الأفعال الفردية داخل الأسرة هي التي تفسر مضامين رسائل الهوية الثقافية التي تعرض لها أفراد الأسر عينة الدراسة.

- فعل الاستماع لدى أغلب الأسر مصاحب لعمل آخر كالأعمال المنزلية أو القيادة.

- من حيث نوع الإشباعات فالرسائل التي تتضمن محتويات ثقافية تمس بجانب الهوية والانتماء أكثر تأثيرا وتفضيلا وبالتالي فأكثر الإشباعات التي تتحقق لدى الأفراد هي إشباعات ثقافية.
- تقوم الأسر عينة الدراسة بإعادة إنتاج القيم الثقافية ذات الخصوصية أثناء عملية التعرض لبرامج الهوية الثقافية في الإذاعة المحلية.
- تؤثر متغيرات: النوع، السن، المستوى التعليمي ومنطقة التنشئة الاجتماعية في عادات تلقي الأسر الجزائرية وظروف ودواعي التعرض لبرامج الهوية الثقافية في الإذاعات المحلية.

الدراسة الثانية: الباحث كمال بزاحي.

بعنوان: تمثيلات الهوية الثقافية الأمازيغية في الأفلام الوثائقية التلفزيونية-دراسة تحليلية سيميولسانية على ضوء التحليل النصي للفيلم الوثائقي- الأمازيغ حكاية تعايش (قناة سكاى نيوز عربية 2015)

- تهدف الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وزعها الباحث على شقين أهداف متعلقة بالجانب النظري من خلال ما يلي :
- التعريف بالأمازيغ من حيث تسمياتهم وأصولهم وتقسيماتهم القبلية القديمة ومقاومتهم عبر التاريخ لشتى أشكال الاحتلال.
- التعريف بمقومات الهوية الثقافية الأمازيغية من لغة وكتابة وتقويم وأنماط الأكل واللباس والحلي وكذا قوانينهم أعرافهم ودياناتهم عبر التاريخ كما تسعى الدراسة إلى تقصي فنونهم المعمارية والأدبية وحرفهم التقليدية.
- أما بالنسبة لما يتعلق بالجانب التطبيقي للدراسة فيهدف إلى:
- الاستفادة من المقاربة المنهجية متعددة تخصصات لدراسة تمثيلات الهوية الثقافية الأمازيغية من خلال المنهج السيميولوجي والتحليل النقدي للخطاب.
- إبراز تمثيلات الهوية الثقافية الأمازيغية في الأفلام الوثائقية القريبة من الواقع عكس الأفلام التمثيلية التي تخضع للسيناريو.
- معرفة الأبعاد الضمنية لتمثيلات الهوية الثقافية الأمازيغية بعد معرفة مدى التشابه بين تمثيلات الهوية الثقافية لأمازيغ شمال إفريقيا.

اعتمد الباحث في دراسته على أكثر من منهج فكان المنهج التحليل السيميولوجي لفهم تمثيلات الهوية الثقافية ودلالاتها وأيضاً منهج تحليل النقد للخطاب الإعلامي ومن ثم منهج التحليل النصي للفيلم.

أما بخصوص أدوات الدراسة فهو مزيج النظر لتعدد المناهج المستخدمة فكانت أدوات بحثية متعلقة بتحليل الأفلام وأدوات التحليل السيميولوجي، وأخيراً أدوات متعلقة بالتحليل الالسنّي.

بالنسبة للعينّة وقع اختيار الباحث على الفيلم الوثائقي "الأمازيغ حكاية تعايش" كعينّة قصديّة لأسباب تفي بالغرض العلمي.

وقد انطلقت الدراسة من تساؤل محوري يخص إشكالية الباحث وكان كالتالي:
ما هي دلالات تمثيلات الهوية الثقافية الأمازيغية من خلال الفيلم الوثائقي الأمازيغ حكاية تعايش الذي بثته قناة سكاي نيوز عربية سنة 2015؟

ومن أجل توضيح هذه الإشكالية وتبسيطها طرح الباحث مجموعة من التساؤلات الفرعية منها ما هو متعلق بالتحليل السيميولوجي على غرار الدلالات التي تضمنها الفيلم الوثائقي محل الدراسة؟

التساؤل عن كيفية توظيف العلامات البصرية لتجسيد كل من اللباس والطعام والعادات والتقاليد كنسق ثقافي؟

وتساؤلات فرعية أخرى خاصة بالتحليل اللساني (الالسنّي).
مثل: كيف وظفت الاستراتيجيات الخطابية لإبراز تمثيلات آراء ومواقف المشاركين في الخطاب؟

أيضاً كيف وظفت الاستراتيجيات الخطابية لإبراز تمثيلات أهداف المشاركين في الخطاب؟

وأيضاً كيف وظفت الاستراتيجيات الخطابية لإبراز تمثيلات توجيه وإقناع تلقي الخطاب؟

وفي الأخير خلصت الدراسة من خلال التحليل السيميولوجي والالسنّي لتمثيلات الهوية الثقافية الأمازيغية في الفيلم الأمازيغي محل الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات:

- ميول بعض الأمازيغ للعيش في شكل قبائل متفرقة في الجبال والصحاري لم يكن خيالا بل كانت ضرورة أملت لها الاستعمارات المتتالية والفتوحات الإسلامية في المنطقة.
- تمكن الأمازيغ القاطنين بالجبال والصحاري والمعروفين بالتمرد ورفض الاحتكاك بالآخر من المحافظة على لغتهم وهويتهم وثقافتهم إذ لم يختلطوا بغيرهم، أما سكان السهول من الأمازيغ فقد وجدوا أنفسهم مجبرين على الاحتكاك بغيرهم ومنهم من تخلى على لغته وهويته وثقافته الأمازيغية.
- إقبال الأمازيغ على اللغة العربية لغة القرآن الكريم وتبنيهم لها تسبب في التحول اللغوي للأمازيغ الساكنين بالمدن والحوضر حيث تخلوا تدريجيا عن لغتهم الأمازيغية.
- يحافظ أمازيغ القرى الجبلية والصحراوية على لغتهم الأصلية رغم معرفتهم باللغة العربية واختصار استخدامها على أداء العبادة (الصلاة) أو في المعاملات مع العرب.
- يظهر الفيلم أن العلاقة بين الأمازيغ والعرب بعد الفتوحات الإسلامية ميزها التعايش والقبول والاندماج.

الدراسة الثالثة: الأستاذة ليلي زادي، الدكتور: أحمد عبدلي (2018)

- بعنوان: "مساهمة البرامج الثقافية في إذاعة سطيف المحلية في تعزيز الهوية الثقافية عند النساء الماكثات في البيت" - دراسة ميدانية بمدينة سطيف -
- انطلقت دراستها من طرح تساؤل رئيسي انبثق عن إشكالية بحثية وهو كالتالي: هل تساهم إذاعة سطيف من خلال برامجها الثقافية في تعزيز الهيمنة الثقافية عند المستمعات؟
- يندرج تحت السؤال الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية نلخصها كالآتي:
- ما هي الخصائص الاجتماعية للمرأة الماكثة في البيت والمستمعة للبرامج الثقافية في إذاعة سطيف؟
 - ما رأي المستمعة في اللغة التي تبث بها البرامج الثقافية؟ وهل تساهم هذه البرامج في دعم اللغتين العربية والأمازيغية عندها؟
 - ما مدى مساهمة البرامج الثقافية بإذاعة سطيف المحلية في التعريف بعادات وتقاليد المنطقة عند المرأة الماكثة في البيت؟ وما مدى اهتمامها بالمناسبات الوطنية والدينية؟
- منهجيا اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، كما لجأت الباحثة إلى المعاينة القصدية لاستبيان عينة قوامها 70 مفردة من النساء المتزوجات الماكثات في البيت والمستمعات إلى

المضامين والبرامج الثقافية التي تعرضها الإذاعة المحلية محل الدراسة وكان الاستبيان أداة لجمع البيانات في هذه الدراسة.

خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن إدراجها على النحو التالي:

- بينت الدراسة نسبة عالية من المبحوثات أقل من 35 سنة أغلبهن مستواهن الدراسي بين الجامعي والثانوي.
- أن نسبة عالية من المستمعات تداوم على الاستماع إلى البرامج الثقافية التي تقدمها إذاعة سطيف بين ثلاثة وتسعة سنوات وهذا ما يؤكد وفاءهن لهذه المضامين.
- من ناحية دوافع الاستماع أشارت الدراسة إلى أن نسبة لا بأس بها تستغل هذه البرامج من أجل زيادة الوعي بالهوية الثقافية المحلية وأيضاً تسهيل معرفة تراث الوطن محلي.
- من ناحية مقومات الهوية الثقافية وعناصرها أظهرت النتائج المزج بين اللغتين العربية الفصحى والعامية كما أكدت المستمعات علناً ضرورة إعطاء الأمازيغية حقها في هذه البرامج.
- بالنسبة لمقوم العادات والتقاليد نسبة 68.57% من المبحوثات تشدن بمساهمة الإذاعة المحلية في هذا الشأن.
- خلصت الدراسة في الأخير إلى أن للإذاعة المحلية دورها مفعال في تكوين وتعزيز الهوية الثقافية لدى المستمعات.

الدراسة الرابعة : عيسى خنغير الذيباني

بعنوان " دور وسائل الإعلام في تشكيل الهوية الوطنية والثقافية والتصدي لسلبيات العولمة في المجتمع السعودي "

تهدف الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف على غرار فهم الدور الحالي لوسائل الإعلام من خلال تحديد كيفية تأثيرها على تشكيل الهوية الوطنية والثقافة في المجتمع السعودي، أيضا تحليل التأثيرات الإيجابية من خلال تحليل كيفية تعزيز وسائل الإعلام للهوية الوطنية والثقافة وتعزيز التواصل الثقافي، بالإضافة إلى تقدير التحديات السلبية وذلك بتحليل التحديات السلبية التي تواجه الإعلام في تحقيق ذات الهدف المتمثل في الحفاظ على الهوية الوطنية والثقافية ومكافحة التأثيرات السلبية للعولمة.

عمد الباحث إلى صياغة إشكاليته في سؤالي رئيسي تمثل في:

ما دور وسائل الإعلام في تشكيل الهوية الوطنية والثقافية والتصدي لسلبيات العولمة في المجتمع السعودي؟

وقد انبثق عنه أسئلة فرعية عديدة منها:

- ما هو دور وسائل الإعلام في الحفاظ على الثقافة السعودية التقليدية للوقوف في وجه التحديات المطروحة بسبب العولمة؟

- كيف يمكن للإعلام أن يساهم في تعزيز التواصل الثقافي داخل المجتمع السعودي وخارجه؟

- ما هي التقنيات والأدوات التي يمكن استخدامها من قبل وسائل الإعلام للتصدي لسلبيات العولمة في المجتمع السعودي؟

- هل يمكن رؤية تأثير العولمة على المجتمع السعودي من خلال المحتوى الإعلامي والثقافي؟

وغيرها من التساؤلات الفرعية التي تصب في الإطار العام للإشكالية وتسعى إلى تحقيق الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها.

اعتمد الباحث على مجموعة من الفروض يمكن ذكرها كالتالي:

- هناك علاقة إيجابية مهمة بين دور وسائل الإعلام وتشكيل الهوية الوطنية والثقافية في المجتمع السعودي.

- وسائل الإعلام تلعب دورا حاسما في التأثير على القيم العادات والتقاليد الثقافية في المجتمع السعودي.
- وسائل الإعلام يمكن أن تكون وسيلة لتعزيز الحوار الثقافي داخل المجتمع السعودي ومع العالم الخارجي.
- ولتحقيق أهداف الدراسة عهد الباحث في دراسته على اتباع المنهج الوصفي.
- وقد خلص في النهاية إلى الإجابة على تساؤلاته البحثية يمكن تلخيصها فيما يلي:
- أن لوسائل الإعلام تأثير على تشكيل الهوية الوطنية والثقافية في المجتمع السعودي، كما اتضح وجود أدلة على أن الوسائل الإعلامية لها دور مهم في تشكيل الهوية الوطنية للأفراد والمجتمع بشكل عام مما يسهم في تعزيز القيم والتقاليد السعودية وإبرازها، كما أوضحت الدراسة كيف تساهم وسائل الإعلام في حماية الهوية والثقافة السعودية من تأثيرات العولمة السلبية مثل فقدان الهوية والتكيف المفرط مع الثقافة الغربية.
- كما تم تحليل الآراء والتوجهات العامة للمجتمع السعودي من خلال تطبيق استبيانات وإجراء مقابلات مع الأفراد في المجتمع السعودي لفهم آرائهم حول دور وسائل الإعلام وتأثيرها على هويتهم وثقافتهم.

الدراسة الخامسة أجنبية : من إعداد كل من :

Diamo Anggraeni, Barwitivity sarwoprasodjo, Amiruddin Salah, Amdi Faysal Bakti.

بعنوان Preserving local cultural arts Through community Radio with social and behavior change communication P.JAEE. 17(4)(2020)

وتهدف الدراسة التي أجريت على إذاعة مجتمع فنون الثقافة (RKSB) موجة FM107.8 إلى وصف أنشطة الفنون الثقافية المحلية في إندونيسيا وخاصة في جاو الغربية بالإضافة إلى تبيان دور الإذاعة في تعزيز الوعي بالفنون الثقافية المحلية وأيضاً رصد السلوكيات وزيادة الوعي لدى الجمهور بالإضافة إلى أنها تهدف كذلك إلى فهم كيفية مساهمة المذيعين المحليين في نقل القيم الثقافية عبر برامجهم.

اعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي التحليلي بالتركيز على تحليل محتوى البرامج الإذاعية واستخدمت كذلك أدوات المقابلات والملاحظات، الأولى متعلقة بمديري ومعدي

البرامج وكذلك المستمعين المحليين والثانية ميدانية لبيئة العمل الإذاعي أما بالنسبة للعينة فقد اختار الباحث عينة قصدية من إذاعات محلية لمناطق متعددة وهي عبارة عن برامج تهتم بالموسيقى التقليدية القصص الشعبية وكذا مكونات الثقافة المحلية في إندونيسيا وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها كالتالي:

كشفت نتائج الملاحظات أنه في تنفيذ الأنشطة المتعلقة بالحفاظ على الفنون الثقافية المحلية تجري إدارة RKSB مناقشات غير رسمية كل ليلة تتعلق بالمواد الإذاعية استجابت المستمعين وكذا القيود على البث وغيرها بما يعرف بعملية التقييم على مستوى الإدارة المحلية.

- تشير نتائج المقابلات مع نشطاء RKSB وأعضاء المجتمع إلى أن التقييم يتم كل أربعة أشهر
- تستمد مواد تقييم RKSB بشكل عام من تفاعلات المستمعين وأعضاء المجتمع مثل الاتصالات المباشرة والتفاعلية في كل نشاط بالإضافة إلى الرسائل والمكالمات الهاتفية.
- توفر عملية تقييم مداخلات من الجمهور حول برامج الإذاعة.
- من خلال هذه العملية التقييمية القائمة على اشتراك الجمهور يتضح تحقيق الإذاعة المحلية لنهج التواصل لتغيير السلوك مع مبادئ التغيير الاجتماعي وفق قدرات مجتمعية.
- من خلال هذا النهج تسوق الإذاعة المحلية صورة إيجابية عن جمهورها في تنفيذ أنشطة توعوية مجتمعية لتحفيز جمهورها وغرس الاهتمام بمقومات مجتمعية ثقافية.
- دلت الملاحظات على قوة الإذاعات المجتمعية في تعبئة الجمهور وإحداث التغييرات في المجتمعات.
- تعمل محطة الراديو المجتمعية على تطوير أساليبها خاصة فيما يتعلق بتعزيز الهوية الثقافية وهذا من خلال بث محتويات محلية على أساس منظم.
- تعمل الإذاعة المجتمعية على تعزيز وعي المجتمع للمشاركة في الحفاظ على الطبيعة والثقافة السندية.

- تهدف الجهود التي تبذلها إدارة KRSB إلى بناء وعي نشط لتغيير سلوكيات ومواقف وقيم المجتمعات المحلية نحو وجود ثوابت قومية وإرث ثقافي محلي يكاد يتآكل بسبب تداعيات الهجوم الغربي باسم عولمة الثقافة.

علاقة الدراسات السابقة بالبحث وحدود الاستفادة منها: العلاقة البحثية:

كشفت الدراسات السابقة من بينها دراسة ليليا شاوي 2015 ودراسة ليلي زادي 2018 ودراسة كمال بزاحي 2020 حتى على الصعيد الأجنبي والعربي كدراسة عيسى الذيباني، وديانا إنغاريني عن أهمية الدور الذي تقوم به الإذاعة ووسائل الإعلام في الحفاظ على الهوية الثقافية وتعزيز الانتماء للموروث الرمزي للمجتمع وقد أجمعت في مجملها على أن الإذاعة وسيط فعال في التنشئة الثقافية من خلال رسائل رمزية تتوافق ومنظومة القيم الثقافية السائدة في المجتمع.

فقد بينت دراسة ليليا شاوي أهمية الفروقات الفردية (متغيرات وسيطة) في تشكيل أنماط التلقي لدى الأسر الجزائرية المتعرضة للبرامج الثقافية، في حين تناولت دراسة ليلي زادي دور الإذاعة المحلية الفعال في تعزيز الهوية الثقافية لدى النساء الماكثات في البيت في حين ركزت دراسة كمال بزاحي على استنباط التمثلات الهوية الأمازيغية في الخطاب البصري التلفزيوني، وكما أبرزت دراسة الذيباني دور وسائل الإعلام السعودية في حماية الهوية والثقافة من تأثيرات العولمة السلبية في حين اهتمت دراسة ديانة إنغاريني بتبيان فعالية الإذاعة المجتمعية في الحفاظ على الفنون التقليدية وتوجيه السلوك الثقافي وخلق وعي جماعي نشط لحماية الإرث الثقافي والتصدي لهجمات ثقافية غربية دخيلة.

تتقاطع هذه الدراسات مع دراستنا في عدة جوانب أبرزها التأكيد على الدور الأساسي للإعلام المحلي في تشكيل الوعي وتصورات ثقافية جماعية، وأن المضامين الإعلامية تحمل رموزا وقيما تعيد تشكيل الانتماء والهوية وخاصة لدى الفئات المستهدفة مثل: الأسرة، النساء ... بالإضافة إلى أن هذه الدراسات في مجملها تتشابه مع دراستنا في اعتقادها الأساسي أن الإذاعة ليست مجرد وسيلة إخبارية، بل فاعل ثقافي واجتماعي ذو تأثير بعيد المدى.

الفجوة البحثية:

رغم النطاق في عديد النقاط مع الدراسات السابقة، إلا أنها تختلف عن دراستنا على المستوى النظري والمنهجي، فهي لم تعتمد نظرية الغرس الثقافي كإطار لفهم عملية التنشئة الثقافية عبر التكرار الرمزي ولم تدرس فئة جامعية متخصصة في الإعلام كمجال للدراسة كما أن بعضها ركز على تحليل الإعلام البصري والبعض على مجتمعات غير طلابية دون الوقوف على تفاعل الشباب الجامعي مع الرسائل القيمة للإذاعة.

لتبرز أهمية دراستنا في سد هذا النقص المعرفي والمنهجي من خلال رصد تصورات طلبة الإعلام والاتصال تجاه الرسائل الثقافية القيمة في الإذاعة المحلية، وتوظيف نظرية الغرس الثقافي لفهم وتفسير هذا التفاعل بما يحقق استكشاف دور الإعلام القيمي في حفظ الهوية الثقافية من منظور شبابي أكاديمي.

حدود الاستفادة:

على الرغم من هذه النقائص للدراسات السابقة واختلافها في مواضع مع دراستنا إلا أن هذا لا يلغي حدود استفادتنا منها خاصة فيما تعلق بتحديد المفاهيم الأساسية كالهوية الثقافية، دور الإذاعة، أنماط التلقي، دور المتغيرات الوسيطة بالإضافة أنها وفرت لنا أرضية معرفية ثابتة لبناء الإطار المرجعي وصياغة تساؤلات أكثر دقة وإدراكا بتداخلات الإعلام والثقافة.

دراسات حول محور الاعلام القيمي كفاعل في التنشئة الاجتماعية والثقافية وآثاره الإيجابية عليهما:

الدراسة الأولى: امال عميرات (2019) بعنوان:

ابعاد الإعلام والاتصال القيمي داخل المجتمع " دراسة قيمية في الابعاد الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في المجتمع المسلم"

تنطلق دراسة الباحثة من طرح تساؤل رئيسي يتمثل في:

" ماهي اهم أبعاد ومجالات الاعلام والاتصال القيمي داخل المجتمع اجتماعيا وتربويا وصحيا وسياسيا واقتصاديا؟"

انطلقت الدراسة من مقدمة عامة تؤكد على أهمية هذا النوع من الاعلام والاتصال كضرورة اجتماعية بمختلف ابعاده السالفة الذكر ،فهو رسالة تنطلق من قيم تربوية واخلاقية

لتكوين مجتمعات منضبطة أخلاقيا وسلوكيا وحضاريا ،لذلك وكما تشير الباحثة تحاول البحوث المعاصرة تأكيد مشروعية هذا العلم لما يحويه من اهداف نبيلة تبحث في مصلحة المجتمع والرفقي به قيميا وحضاريا، وباعتباره مؤسسة اجتماعية مؤثرة ينطلق الاعلام القيمي من عملية نشر للأفكار والمعلومات والقيم بمسؤولية تجاه المجتمع. وهو الذي يرتبط ارتباطا وثيقا بحياة الناس ونقل قضاياهم ومشكلاتهم الاجتماعية، كما يقوم بالدور الحاسم في عملية التغيير الاجتماعي من خلال التركيز على تعديل السلوك او تغييره بما يناسب القوى النفسية والتكوين الاجتماعي والحضاري.

تشير الباحثة من خلال دراستها إلى كون الإعلام والاتصال القيمي وسيلة تسعى إلى تدعيم الأفكار والاتجاهات في مخاطبة جمهور مستهدف من خلال عملية تنشئة اجتماعية تبدأ منذ الصغر كوسيلة لربط الفرد بمجتمعه وذلك بتعليمه كل القيم والرموز والمعايير الاجتماعية وإدماجه في جماعته (عائلة - أصدقاء - وطن).

إن الإعلام القيمي من خلال الدراسة يدعو كل جماعة مستقرة في محيط اجتماعي لتبني مواقف وسلوكيات ملائمة وهو ذاته ما تسعى إلى تحقيقه آليات التنشئة الاجتماعية، إن هذا الترابط الوظيفي يؤكد حقيقة مهمة للإعلام القيمي في تكوين شخصية أفراد المجتمع التي تكسبهم مجموعة الصفات الإنسانية التي تكفل لهم التفاعل مع البيئة والتعامل معها انطلاقا من تبنيهم سلوكيات اجتماعية قوية.

كما تشير الدراسة إلى أن تحقيق الخاصية الاجتماعية التي ينفرد بها الإنسان عن باقي الكائنات هي في الحقيقة منظومة سلوكية إسلامية حث عليها ديننا من خلال إقراره بضرورة الاجتماع والتكتل وتشجيع الأفراد على الاتحاد والدخول في الجماعة الواعية أو ما يعرف بالإرادة العامة -الإنسان اجتماعي بطبعه- حيث أن أفضل الأعمال بعد الإيمان التودد إلى الناس والتشجيع على التآلف والامتزاج فالمؤمن يألف ولا خير في مؤمن لا يألف ولا يؤلف.

إن البعد الاجتماعي الذي يعكسه الإعلام القيمي يكفل الناس حياة السعادة والصلاح. وباعتبار أن أساس الإعلام القيمي عند الباحثة وكما أشار إليه الدكتور عبد الرحمن عزي منبعه الأساسي الدين، فلا ريب أن يكون هذا المحتوى الإعلامي عاكسا للأخلاق والتي هي خلاصة الرسالة الإسلامية والأخلاق كممارسات سلوكية نافعة مستمدة من العاطفة

ولكنها نتاج تفكير سليم وعقل راجع تحقق للفرد الوظائف الأساسية في عملية توافقه الاجتماعي.

- تمنح الثبات والتوافق لسلوك الفرد.
- تمنح إمكانية التنبؤ بسلوك الشخص في مواقف مختلفة.
- يربط الفرد بغايته العظمى ويجتهد في سبيل تحقيقها.
- نظرا لما توفره الأخلاق من إرادة قوية وعزيمة فهي تمكن الفرد من اختيار المسلك الصحيح في أصعب المواقف التي قد يمر بها.
- وبالتالي متى ما كانت الأخلاق منبعثة من العقيدة الإسلامية كانت المرآة العاكسة للسلوك الأخلاقي والاجتماعي الصحيح عند الفرد المسلم.
- تؤكد الباحث على ضرورة الانصراف إلى انتهاج الرسالة الإعلامية القيمة فهي تهذيب وتربية تسعى إلى بناء الشخصية القوية المفكرة الصالحة الواعية التي تعمل من أجل رقيها كما تسعى إلى تزويد الناس بالمعارف والعلوم من أجل خير الدنيا والآخرة.
- إذ أن الحاجة الأصلية للنفس البشرية إلى العقيدة الدينية مهمة فالإيمان مصدر الاطمئنان والقوة وهذا ما تؤكدته الدراسات النفسية الفلسفية والأنثروبولوجية حيثما تشكو منه الحضارات من آفات ناتجة عن ضعف التمسك بالقيم والأخلاق.
- على العموم يمكننا رصد استنتاجات صريحة وضمنية من تحليل أفكار الباحثة في دراستها حول أبعاد الإعلام القيم والاتصال القيم الاجتماعية والثقافية والتربوية والدينية وهي كالتالي:

يتمثل البعد الاجتماعي والأخلاقي والتربوي في الإعلام القيمي من خلال تحقيق أهم وظائفه الإنسانية وتتمثل في:

- تعزيز القيم الأخلاقية والدينية بما يسهم في بناء الشخصية السوية.
- زيادة الوعي وضبط الذات عن طريق تقديم نماذج إيجابية يقتدى بها.
- تغيير السلوكيات والتوجيه التربوي.
- التكامل مع مؤسسات التنشئة الاجتماعية والثقافية الأخرى كالأسرة والمدرسة.
- ترسيخ الهوية والانتماء: من خلال مضامين تعكس المرجعية الثقافية والدينية للمجتمع.
- التنوع في الأساليب والآليات: (كالدrama والبرامج الحوارية + القصص)

الدراسة الثانية: دراسة: خيرة العيدي 2017

دراسة حول تأثيرات (الآثار) الإيجابية للإعلام القيمي على عملية التنشئة الاجتماعية والثقافية

بعنوان: نظرية الحتمية القيمية وأداة التضاد الثنائي (التأثير الإيجابي والسلبي) - أسلوب التضاد الثنائي في دراسة وتأثير وسائل الإعلام على المتلق من منظور الحتمية القيمية

تطرح الدراسة تساؤلا رئيسيا حول:

ما هي تأثيرات محتويات وسائل الإعلام على المتلقي وفق أداة التضاد الثنائي في نظرية الحتمية القيمية؟

وتهدف الدراسة إلى التعرف على نظرية الحتمية القيمية ومعرفة مداخلها الأساسية ومختلف أفكارها ومنطلقاتها مع التركيز على أداة التضاد أثناء دراسة وتشخيص التأثيرات الإيجابية والسلبية التي تمارسها وسائل الإعلام على المتلقي وفق منظور النظرية السالفة الذكر. في محاولة لتبيان أهمية القيم في تفسير الظاهرة الإعلامية والاتصالية كعملية تفاعل كافة عناصرها بانسجام مع القيم وذلك من خلال التركيز على أهم مكونات العملية الاتصالية وهو المتلقي في علاقته بوسائل الإعلام.

في الأخير قدمت الباحثة جملة من التأثيرات الإيجابية التي يمارسها الإعلام القيمي إذا ما اقترنت محتوياته مع القيمة.

- يساهم الإعلام القيمي في تعزيز قيم المتلقي وتثبيت مواقفه السابقة إذ يلعب مفهوم التعزيز دورا أساسيا في فهم تأثيرات وسائل الإعلام على المتلقي فحسب ما أشار إليه بول لازار سفيلا أن وسائل الإعلام لا تغير آراء الناس ومواقفهم بقدر ما تعمل على تدعيمها فالإعلام يعزز ما تنتجه العلاقات الاجتماعية.

- يؤدي الإعلام القيمي إلى معاشة الأفراد لعوالم مخيالية متعددة ويحمل المتلقي عبر الزمان والمكان مما يساهم في إغناء التجربة الإنسانية وإثرائها ومن ثم الارتقاء بها إلى ما هو أعلى من الواقع فوسائل الاتصال تنقل الفرد إلى عدة عوالم رمزية وخيالية تجعل المتلقي يبتعد عن هموم الواقع ويجد التعويض في هذه المنظومة الرمزية الخيالية.

- يسهم الإعلام القيمي في عملية التنشئة الاجتماعية من خلال ما يقدمه من أنماط ثقافية محلية أو وافدة لخلق الألفة مع المحيط، وتعتبر بمثابة أدوات للتعليم والاستيعاب يكتسب من خلالها الفرد قيم المجتمع وعاداته وتقاليده ونظرته إلى ما يحيط به.
- يحقق الإعلام القيمي للمتلقي الانسجام ويدعم عملية ترابطه الاجتماعي واندماجه مع الجماعة من خلال الإحساس بالانتماء للمحيط الاجتماعي الذي تربطه صفات مشتركة كالثقافة واللغة والتاريخ.
- تخلق وسائل الإعلام القيمي للفرد وعيا بالعالم الخارجي فهو يوسع تفكيره ليشمل محيطا أوسع فيربطه بالأفراد داخليا وتثير فيه الاهتمام بالأحداث في الخارج. كما يقدم الإعلام القيمي من خلال مضامينه التربوية والأخلاقية والدينية والثقافية مرجعية قوية تساعد فترة التوترات والأزمات.
- يساهم الإعلام القيمي في توليد عملية نقد الذات للفرد كما يحدث الوعي بالذات وعلاقتها بالآخرين ثم إن ما توفره البيئة الرمزية من خلال وسائل الإعلام القومية تجعل الفرد متقبلا بطوعية لتعديل سلوكياته ومواقفه وفق ما يتمثله من قيم من خلالها.
- يساهم الإعلام القيمي في توسيع نطاق الاستنفاع بالثقافة ذلك أن انتقال أشكال الثقافة وأنماطها عبر وسائل الإعلام يعمل على نشرها في أوساط واسعة.

الدراسة الثالثة : السعيد بومعيزة:

المعنونة بـ: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية - أطروحة دكتوراه دولة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006.

- يتمثل موضوع الدراسة في محاولة للإجابة عن سؤال الإشكالية الأساس:
- ما هو أثر وسائل الإعلام الجماهيرية على القيم والسلوكيات لدى الشباب؟
- وقد تم تفكيك هذا السؤال إلى سبع فرضيات:
- أن الشباب يستعملون القنوات الفضائية الأجنبية أكثر مما يستعملون التلفزيون الجزائري.
- يتعرض الشباب إلى مضامين الخيال أكثر مما يتعرضون إلى مضامين الواقع.
- لا تساعد وسائل الإعلام الجزائرية الشباب على الارتباط بالقيم.
- تساعد وسائل الإعلام الجماهيرية الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية.

لقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي للاستطلاع معتمدة على أداة الاستبيان بالإضافة إلى مقياس للقيم وآخر للسلوكيات وقد كانت العينة مكونة من 215 مفرد إناث و200 مفرد ذكور بولاية البليدة (الجزائر).

وفي الأخير توصلت الدراسة إلى العديد من الاستنتاجات التي يمكن حصر أهمها:

- أن التلفزيون هو الوسيلة الإعلامية الأكثر استعمالا ويبقى وسيلة عائلية أكثر منها فردية والسياس العائلي يضبط المشاهد كما يشاهد الشباب التلفزيون الجزائري أساسا لكنهم غير مدمنين عليه.
- أن معظم المبحوثين يستمعون إلى الإذاعة الجزائرية بصفة عرضية أو خاصة. خاصة الإناث ولكن الذكور يقرأون الجرائد أكثر من الإناث ولو بنسبة ضعيفة. وجل المبحوثين يستعملون الإنترنت وخاصة الذكور والذين منهم يمتلكون المؤهلات التعليمية واللغوية.
- أن معظم المبحوثين يتعرضون إلى محتويات الخيال في التلفزيون إلى جانب الرياضة والبرامج الدينية. وبالتالي يستعمل التلفزيون لغرض الترفيه أساسا. ويستمتع المبحوثون إلى الأغاني أساسا في الإذاعة الجزائرية ثم الحصص الدينية. ويقبل الذكور على الحصص الإذاعية الرياضية بينما تقبل الإناث على حصص التدبير المنزلي. من جهة أخرى يطالع معظم المبحوثين موضوعات الواقع في الجزائر اليومية. لكن الإناث يملن إلى موضوعات الفن والتدبير المنزلي. ويستعمل أغلبية المبحوثين الإنترنت من أجل التفاعل الاجتماعي الشفهي بالدرجة الأولى. ثم البحث العلمي والتسلية لكن الإناث يملن إلى استعمال الإنترنت لغرض البحث العلمي أكثر من الذكور.
- أن أغلبية المبحوثين صرحوا بأن استعمالهم لوسائل الإعلام ساعدهم على الارتباط بالقيم أكثر وهذا عكس الاعتقاد السائد لكن الإناث أكثر اعتقادا من الذكور فيما يخص قدرة وسائل الإعلام على جعلهن يرتبطن بقيم الطموح والتقوى وتقدير العلم والعلماء والديمقراطية والعدل.
- أنه كلما كان المستوى التعليمي أدنى إلا واعتبر المبحوثون وسائل الإعلام مصدرا لتعزيز القيم عندهم باستثناء بعض القيم التي لها علاقة بالبيئة الاجتماعية مثل: النفتح، أو التي هي بعيدة عن إدراكهم مثل : احترام الذات وإثبات الذات.

- أن الشباب الأصغر سنة أكثر اعتقاداً بأن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم وبصفة خاصة القيم المرتبطة بالشخصية والمعتقد والبيئة الاجتماعية لكن صغار الشباب وكبارهم لا يعتقدون بأن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط بالقيم ذات البعد السياسي.
- أن الذكور أقل اعتقاداً من الإناث في أن وسائل الإعلام تساعدهم على الارتباط بقيم البعد الاجتماعي والبعد الديني وتعتبر الإناث أكثر اعتقاداً من الذكور في قدرة وسائل الإعلام على جعلهن ترتبطن بقيمة الديمقراطية بمفهومها الواسع الذي يشمل العلاقات الفردية والأسرية.
- أن دور وسائل الإعلام يبقى مكملاً لدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية وأنه كلما كان دور هذه الأخيرة قوياً إلا وقل دور وسائل الإعلام في تعزيز القيم وبصفة خاصة قيم الأبعاد النفسية والاجتماعية والدينية.
- أن أغلبية المبحوثين مشبعون بالقيم ذات البعد الاجتماعي التي تعلموها واستمدجوها بفعل عوامل التنشئة وبالتالي صارت تضبط تفاعلاتهم الاجتماعية وتجعلهم موجهين (على مستوى الشخصية) نحو الخارج أكثر مما هم موجهون نحو الداخل.
- يستعمل الشباب محتويات وسائل الإعلام وفق ما يتماشى وقيمهم بصفة خاصة ذات البعد الاجتماعي والديني ويتحاشون كلما يتنافر وهذه القيم.
- أن قيم البعد الديني هي أكثر تجلواً في شخصية المبحوثين فهي تضبط ما يستعملونه من وسائل الإعلام وما يتعرضون له من محتويات.
- إن نتائج السلوكيات تناقض ما جاء في نتائج القيم التي كانت جلها موجبة. فالشباب في معظمهم لا يعتقدون أن وسائل الإعلام تساعدهم على تجاوز السلوكيات السلبية أو القيام بالسلوكيات الإيجابية. موضوع الدراسة لأن السلوكيات هي نتاج القيم أساساً.
- أن وسائل الإعلام لا تساعد على تجاوز بعض السلوكيات إذا كانت هذه الأخيرة موجهة بالقيم وتحدث في البيئة الاجتماعية التي ينتمي إليها الشباب ويعيشون فيها. فما يمنع من القيام بهذه السلوكيات أو القيام بها هي مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة.

- أن هناك فروقات فيما بين الذكور والإناث بخصوص قدرة وسائل الإعلام على المساعدة على تجاوز بعض السلوكيات. فبسبب عوامل التنشئة تعتقد الإناث أن وسائل الإعلام تساعد على تجاوز السلوكيات السلبية أو القيام بالسلوكيات الإيجابية.
- أن معظم المبحوثين ولو أن الإناث أكثر من الذكور يعتقدون أن وسائل الإعلام تساعد على تجاوز السلوكيات التي ينهى عنها المعتقد والقيام بالسلوكيات الإيجابية التي يوصي بها المعتقد.
- كلما كانت الاستعدادات النفسية والشخصية لدى المبحوثين قادرة على السماح لهم بالتفاعل الاجتماعي والاندماج في جماعاتهم الأولية إلا واستغنوا عن وسائل الإعلام كبديل وظيفي يحدد سلوكياتهم.

علاقة الدراسات السابقة بالبحث وحدود الاستفادة منها:

العلاقة البحثية:

أجمعت الدراسات السابقة التي تناولت الإعلام القيمي باعتباره فاعلا اجتماعيا وثقافيا على أن له تأثير إيجابي مباشر في دعم القيم وتنمية الوعي المجتمعي واعتباره أداة تربوية تساهم في ضبط السلوك وتوجيهه الأفكار وترسيخ الانتماء، حيث سلطت دراسة آمال عميرات الضوء على أبعاد الإعلام القيمي مؤكدة على دوره في تشكيل المعايير الاجتماعية وتحقيق التواصل الأخلاقي وتوجيه السلوك التربوي عبر خطاب موجه، في حين أكدت دراسة خيرة العيدي على الآثار الإيجابية للإعلام القيمي على مستوى تنشئة الأفراد اجتماعيا وثقافيا مبرزة فعاليته في نقل القيم والتقاليد عبر خطاب يقدر الخصوصية ويحترم الهوية.

أما دراسة سعيد بومعيزة، ركزت على أثر وسائل الإعلام على السلوكيات والقيم لدى الشباب من خلال رصد العلاقة بين التعرض للمضامين الإعلامية والتغيرات السلوكية لدى عينة من شباب البلدية.

تتشابه هذه الدراسات مع دراستنا في تأكيدها على فكرة أن الإعلام القيمي مؤسسة لتنشئة فاعلة للأفراد وعنصر محرك في بناء المجتمع عبر مضامين أخلاقية هادفة ووظائف تربوية موجهة، كما تتفق مع دراستنا في ربطها بين القيم ومضامين للإعلام مجسدة ذلك في تشكيل التصرفات وتوجيه السلوك.

الفجوة البحثية:

رغم التشابه في عديد النقاط غير أن هذه الدراسات تختلف عن دراستنا نظريا ومنهجيا فلم تعتمد أي منها على منظور الغرس الثقافي لرصد التأثير التراكمي للمضامين الإعلامية القيمة أيضا لم ترتكز على جمهور متخصص كطلبة الإعلام والاتصال كما أنها لم تجمع بين البعدين الاجتماعي والثقافي في دراستها للعلاقة بين الإعلام القيمي والتنشئة. ولهذا تسعى دراستنا إلى سد هذا النقص من خلال الاستناد إلى نظرية الغرس الثقافي في بعدها الرمزي لفهم العلاقة بين التعرض المتكرر للمضمون القيمي ومساهمة في تشكيل التصورات القيمة لدى فئة جامعية متخصصة مما يمنح الدراسة بعدا متكاملًا يجمع النظرية بالتحليل الميداني في بيئة محلية إعلامية.

حدود الاستفادة:

أولا كانت الاستفادة الأساسية في صياغة الإطار المفاهيمي للإعلام القيمي وفهم أبعاده الأخلاقية والتربوية كما ساهمت في تشكيل إدراك معرفي حول فاعلية الرمزية الإعلامية في التأثير على القيم والسلوك.

دراسات حول محور البعد الرمزي في عملية الغرس الثقافي (التقليدي)

الدراسة الأولى:

لمايكل مورغان؛ كانت من أوائل الكتابات التي وسعت من نظرية الغرس لتشمل البعد الرمزي والإدراكي للرسائل الإعلامية لقد ركز الباحث في أعماله على كيفية تلقي وتفسير الرموز الإعلامية من طرف الجمهور، وهو ما أصبح متداولًا في الأدبيات بالغرس الرمزي في ورقته البحثية: **Morgan, M. (1983). *Symbolic Victimization and Real-World Fear***

تناول مورغان نجدة الخوف لدى الجمهور من خلال الصور الرمزية المتكررة عن العنف ولكنه يرجع هذا التأثير إلى تأويل الدلالات الرمزية التي يقوم بها الجمهور ويربطونها بالعنف وليس التأثير بالعنف الفعلي.

في دراسة ثانية شارك بها مورغان في كتاب:

Morgan, M., & Shanahan, J. (1999). *Television and Its Viewers: Cultivation Theory and Research*

يشير الباحث إلى مفهوم (المعنى الرمزي المتكرر) كآلية نفسية وثقافية يقوم من خلالها الجمهور بتأويل هذه الدلالات الرمزية التي تتضمنها المحتويات الإعلامية المتكررة مما يعزز من تأثير التلفزيون بوصفه أداة للغرس الرموز والقيم الاجتماعية بشكل تراكمي وغير مباشر. وتجلي ذلك فيما يعرف بـ "مثلا رمز العالم المخيف"

كما أكد مورغان على ضرورة إعادة النظر في نظرية الغرس بمشاركة شانهان في كتابهما السابق، الذي قدم بوضوح مقارنة تتدرج بين: البعد الرمزي، التأثير النوعي بالإضافة إلى سياقات المشاهدة.

ما يمكن استخلاصه من أعمال مورغان أنه لم يقدم نظرية الغرس الرمزي كمفهوم مستقل ولكنه أصبح فيما بعد مفهوما متصلا بما يسمى بالغرس الرمزي يجمع بين رمزية الرسالة ونشاط المتلقي في التفاعل معها وتأويلها.

إن الانتقادات الأجنبية التي تعرضت لها نظرية الغرس الثقافي رغم قوة طرح هذه الأخيرة يمكن إدراجها في الأفكار التالية:

1. التركيز المفرط على البعد الكمي الزمني للمشاهدة بمعنى ربط تأثير التلفزيون بمدة المشاهدة متجاهلة النوع المحتوى.
2. أهملت الفروقات الفرضية فهي تفترض أن المشاهدين يتأثرون بصورة موحدة دون اعتبار لخلفياتهم الثقافية أو حتى دور مستواهم التعليمي أو أهمية تفاعلهم الاجتماعي عند التعرض كما أنها نفت القدرة النقدية التي قد يتمتع بها المتلقي.
3. التأثير الأحادي الاتجاه هو تعبير صريح بسلبية المتلقي فهو يتلقى المضمون الإعلامي دون مقاومة أو محاولة تأويل شخصي للمعنى.

كما قد أشار باحثون غربيون آخرون على قصور نظرية الغرس الثقافي لأنها لا تأخذ في الحسبان البعد التفسيري للمشاهد، كما أكد على ذلك كل من Hawkins, R. P., & Pingree, S ونادوا بضرورة تطوير النظرية والأخذ بعين الاعتبار (Genre - specific cultivation) بدل الاكتفاء بقياس كثافة التعرض العامة، ما يمكن وصفه «بالغرس النوعي» الذي يهتم بتباين التأثير بحسب نوع المحتوى كذلك.

الدراسة الثانية:

في السياق العربي: قدم محمد عبد الحميد نقدا وافيا لنظرية الغرس الثقافي في كتابه "نظريات الإعلام" 2013.

والذي أرجع قصور النظرية في كونها تعاني من ثلاث اختلالات رئيسية:

- التعميم في التأثير فرضها يقول إن من يتعرض لنفس المحتوى يتأثر بذات الطريقة.
- تجاهل الخصوصية الثقافية والجغرافية فهي لا تولي أهمية لسياقات المشاهدة المختلفة في المجتمعات.
- التبسيط المفرط لعلاقة الوسيط بالمستقل وعجزها عن تفسير الفروق بين أنماط الاستقبال.

كما أوضح محمد عبد الحميد أن النظرية لا تواكب واقع الإعلام الجديد ولا تقدم تفسيرات حول فاعلية أنماط التلقي الذي بات معقدا ومتعدد الاتجاهات مما يستدعي تطويرها (انظر: محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام، 2013)

الدراسة الثالثة:

رسالة ماجستير، جامعة (Northern Iowa) Nader, A. (1999). The Perception of Arabs and Media's Influence

انطلقت الدراسة من إشكالية مركزية مفادها أن وسائل الإعلام الأمريكية، خاصة التلفزيون، تُعد مصدرا رئيسيا لتشكيل الصور الذهنية عن العرب لدى الجمهور الأمريكي، في ظل محدودية أو غياب التفاعل المباشر مع العرب.

وقد تمثلت الإشكالية في التساؤل حول:

- مدى إسهام وسائل الإعلام في بناء تصورات نمطية عن العرب،
- وحدود قدرة الإعلام على غرس هذه التصورات مقارنة بعوامل أخرى (كالتجربة المباشرة أو الخلفية الثقافية).

سعت الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات، من أبرزها:

- ما طبيعة تصورات الطلبة الجامعيين الأمريكيين عن العرب؟
- ما مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الطلبة في تكوين تصوراتهم عن العرب؟
- هل توجد علاقة بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام، خاصة التلفزيون، وطبيعة الصور الذهنية عن العرب؟

- إلى أي مدى يمكن تفسير هذه العلاقة في ضوء نظرية الغرس الثقافي؟
أما بخصوص عينة الدراسة:

تكونت العينة من طلبة جامعيين أمريكيين بجامعة Northern Iowa.

شملت العينة طلبة من مستويات دراسية مختلفة.

اعتمد الباحث على عينة طلابية غير عربية، ما يجعل الدراسة موجهة لفهم تصورات "الآخر" (العرب) في سياق غربي.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة، من أبرزها:

- عدم وجود تصورات سلبية قوية ومهيمنة عن العرب لدى غالبية الطلبة المبحوثين، خلافاً لما تطرحه بعض الأدبيات.

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية واضحة بين كثافة مشاهدة التلفزيونية (عدد ساعات التعرض) والصور السلبية عن العرب.

- تبيّن أن مصادر المعلومات (خصوصاً الأخبار والبرامج التلفزيونية) تلعب دوراً أكبر من مجرد عدد ساعات المشاهدة في تشكيل بعض التصورات.

- أكدت الدراسة أن دور الإعلام في بناء الصور الذهنية ليس مباشراً ولا آلياً، بل يتداخل مع عوامل أخرى اجتماعية وثقافية.

خلص الباحث إلى أن نتائج الدراسة لا تؤكد الغرس الثقافي بصيغته الكلاسيكية القائمة على الكثافة فقط، بل تشير إلى ضرورة مقاربات أكثر مرونة.

علاقة الدراسات السابقة بالبحث وحدود الاستفادة منها:

العلاقة البحثية:

تُعدّ نظرية الغرس الثقافي في امتدادها الرمزي الإطار الأنسب لبحثنا، لأنها تؤكد أن فعالية الإعلام لا تنتج عن كمية التعرّض فقط، بل عن طبيعة الرموز المتكررة وكيف يعيد المتلقي تفسيرها وفق خصائصه الفردية والاجتماعية. كما أن الدراسات السابقة، سواء الغربية (مورغان، نادر) أو العربية (عبد الحميد)، أبرزت أهمية طبيعة المحتوى، الخبرة السابقة، التعليم، والتفاعل الاجتماعي في تشكيل إدراك المتلقي للرموز الإعلامية.

الفجوة البحثية:

وبخلاف أغلب هذه الدراسات التي ظلت في سياقات غربية أو مرئية.

تأتي دراستنا لتطبّق مفهوم الغرس الرمزي في سياق الاعلام السمعي القيمي، من خلال فحص كيفية تفاعل طلبة الإعلام والاتصال مع الرموز القيمية المتكررة في الإذاعة المحلية، ومدى مساهمتها في تشكيل تمثلاتهم واتجاهاتهم الاجتماعية والثقافية.

أما بخصوص إضافتي فتتمثل في توظيف الغرس الثقافي الرمزي في إطار نوعي وفئة جامعية وسياق محلي يتمتع بخصوصية ثقافية وقيمية تدرس عملية تفاعل المتلقي مع الرموز القيمية الإذاعية وكيفية استقبالها بعيدا عن الكم الزمني فقط بل من زاوية التكرار والدلالة والظروف الفردية للمتلقي.

حدود الاستفادة:

أهم ما كان من استفادتنا تجلّى في توفير مرجعية نظرية قوية مكنتنا من فهم دور الفروق الفردية في عملية التلقي. أيضا توجيه تصميم أداة البحث لقياس التفاعل مع الرموز الإعلامية وليس مجرد التعرض الكمي بالإضافة إلى توسيع تطبيق الغرس الثقافي الرمزي في سياق جامعي محلي عربي، مع مراعاة الخصوصية الثقافية والقيمية.

الإطار النظري

الفصل الثاني: الإعلام القيمي في السياق الإذاعي - الخصائص والأهداف

تمهيد:

تعاظم دور الإعلام كأحد أهم الفواعل الاجتماعية في توجيه سلوك الأفراد وتدعيم منظومة القيم داخل المجتمعات بالإضافة إلى تشكيل التصورات في عالم يشهد تلك التحولات الموهلة المتسارعة على جميع المستويات لا سيما الثقافية والاجتماعية والاتصالية ومن بين صور الإعلام المتعددة ظهر ما يعرف بالاعلام القيمي ذلك النوع من الرسائل الإعلامية التي تعمل على ترسيخ مجموعة القيم الدينية والثقافية والأخلاقية والوطنية وفق مسعى توعوي التربوي وتوجه قيمي مقصود، بل ومدرّس يتجاوز فكرة الاخبار والتربية العامة.

وفي هذا الإطار تتبوأ الإذاعة المحلية أهمية قصوى باعتبارها من أهم الوسائط التي احتضنت هذا الإعلام، لما تتميز به طبعاً من سهولة الوصول والقرب من الجمهور إضافة الى قدرتها الفائقة في تمثيل المجتمع الذي تخاطبه من خلال مخاطبته بلغته ولهجته وقيمه المحلية. لتتحول بذلك الى قناة فعالة في نقل المضامين الإعلامية القيمية وتدعيمها.

ونحاول من خلال هذا الفصل إرساء خلفية معرفية مناسبة لمفهوم الإعلام القيمي من خلال التطرق الى أبعاده المفاهيمية والخصائص والأهداف مع التركيز على الإذاعة المحلية باعتبارها وسيط اعلامي يتمتع بخصائص تفعل من دوره القيمي.

كما يستعرض طبيعة البرامج القيمية المقدمة في الإذاعات المحلية الثقافية، الاجتماعية والدينية، وأشكالها وأهميتها في دعم عملية التنشئة داخل المجتمع.

المبحث الأول: مفهوم الاعلام القيمي، خصائصه، واهدافه

المطلب الأول: تعريف الاعلام القيمي

لغويا يتكون مصطلح الاعلام القيمي من كلمتين الاعلام والقيم ولكل منهما دلالة لغوية خاصة:

"الاعلام" في اللغة مأخوذ من "علم" أي "أخبر" و"أبلغ" ويقال أعلمه بالشيء أي بلغه وجعله على علم به.¹

"القيم" : قيم - يقيم قيم الشيء أعلن به وحافظ عليه.²

مفردتها "قيمة" وقيمة الشيء قدره، وقيمة الأشياء ثمنها، ويقال من الفلان قيمته أي ماله ثبات ودوام على الامر.³

وهي جمع "قيمة" وتشير لغويا الى ماله مكانه وقدر او ما يعتبر مرغوبا فيه ويقاس به الفعل أو السلوك.⁴

القيم اصطلاحا: هي الأفكار العامة التي يشترك فيها الناس حول ما هو جيد وغير جيد أو صحيح أو مرغوب فيه.⁵

وهي مجموعة من المعتقدات والسلوك التي يعتنقها الانسان وتؤثر بصورة مباشرة وغير مباشرة على أسلوب حياته وتصرفاته اليومية ويتم نقلها من جيل إلى آخر وتتبع من الدين والتقاليد السائدة والأعراف التي لا تعارض مع صحيح الدين.⁶

يعرفها محمد جمال الفار في المعجم الإعلامي بأنها: الأفكار العامة التي يشترك فيها الناس حول ما هو جيد أو غير جيد، خاطئ أو صحيح، مرغوب أو غير مرغوب فيه.⁷

¹ ابن منظور، لسان العرب، ط1، دار صادر للطباعة والنشر والتوزيع، المجلد الرابع، بيروت، 1990، ص500

² احمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الاعلام، دار الكتاب المصري، ط2، مصر، ص 262.

³ الزبيدي 2004، ص768

⁶ المعجم الوسيط، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، إسطنبول، تركيا، الجزء الأول، 1972.

⁵ احمد زكي بدوي، مرجع سابق، ص262

⁴ عبد الحميد لطفي، علم الاجتماع، ط6، دار المعارف، القاهرة، سنة 1976، ص327.

⁷ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع+ دار المشرق الثقافي، عمان-الأردن، 2010، ص262.

أما الإعلام اصطلاحاً فيعرف بأنه: "نقل المعلومات والحقائق والآراء والأفكار والاتجاهات من فرد أو جهة إلى أخرى، عبر وسيلة معينة بغرض التأثير.¹ هو ذلك العملية التي يترتب عنها نشر الاخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي.² وهي معتقدات راسخة تحكم تصرفات الافراد، وتوجه سلوكهم وتحدد ما يعتبرونه صواب أو خطأ، مرغوب فيه أو مرفوض.³

تعريف الإعلام القيمي :

انطلاقاً من التعاريف اللغوية المتعددة لكل من الإعلام والقيم ومن خلال الجمع بين المفهومين يتضح أن الاعلام القيمي يقصد به " ذلك النوع من الإعلام الذي يسعى الى بث الرسائل الهادفة تحمل مضامين أخلاقية وثقافية ودينية تتجاوز مجرد نقل الاخبار والترفيه بل تتجه الى تعزيز المنظومة القيمية داخل المجتمع والتوجيه الإيجابي للسلوك الفردي والجماعي.

ويمكن النظر إلى الإعلام القيمي لغة :

هو ابلاغ الشيء وجعل المتلقي على علم به بما يحمل من معاني تتعلق بقدر الأشياء وثباتها في السلوك والمواقف. بمعنى: هو تبليغ متعلق بنقل مضامين ذات قيمة، أي ماله وزن وثبات ومعنى في حياة الانسان والمجتمع والمراد به ترسيخ معاني أخلاقية ودينية وثقافية تشكل الدعامة للفكر والسلوك.

أما الإعلام القيمي اصطلاحاً: وانطلاقاً من التعاريف المتعددة لمصطلحي "الإعلام و"القيم" نعرف الإعلام القيمي بأنه : نمط الممارسة الإعلامية الذي يهدف الى نقل المعلومات والآراء والتوجهات عبر وسائط عديدة، بقصد ترسيخ القيم المتفق عليها والمتمثلة في الأفكار التي تحدد ما يعتبر صحيحاً أو مرغوباً أو محموداً داخل المجتمع.

¹ محمود عبد الحميد، الاعلام والاتصال الجماهيري، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص23

¹ أساء جبور، الاعلام الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص07

³ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، دار المعرفة، القاهرة، 1998، ص173

المطلب الثاني: العلاقة بين الاعلام والقيم

1- ماهية القيم، أنواعها، خصائصها ووظائفها

❖ تعريف القيم:

لا يوجد تعريف محدد للقيم فكل ينظر إليها حسب توجهه وسنحاول مع ذلك تقديم ما أمكن، الأول لمحمد عبد الغني إذ يقول: "أن القيم مجموعة من الاعتقادات المؤكدة والتي تمثل دستوراً بالنسبة للفرد، حيث يؤمن بها وتحدد منها شرعية أفعاله وسلوكه فالقيم إذا ما يؤمن به الفرد ويوجه سلوكه".

أما وضحة السويدي تعرف القيم إذ تقول: "هي معايير مرغوبة للحكم على السلوك وأنها توجه أفعالنا وتقدرها وأن الناس يستطيعون بواسطتها أن يستمدوا آمالهم ويوجهوا تصرفاتهم".¹

وعلى الرغم من كون القيم من المفاهيم الأكثر تعقيدا لكونه يدخل ضمن اختصاص العديد من العلوم إلا أننا سوف نحاول تناول هذه التعريفات المتشعبة والموزعة على عديد التخصصات

❖ مفهوم القيم في الدراسات الفلسفية:

عند الغربيين تعد القيم مبحثاً أساسياً من مباحث العلوم الفلسفية يسمى بمبحث القيم قد اهتم بها الفلاسفة قديماً وحديثاً وإن الاجتماع حول تعريف لهذا المصطلح كان محور الخلاف بينهم وفي هذا يقول "جون ديوي" أن الآراء حول موضوع القيم تتفاوت بين الاعتقاد من ناحية بأن ما يسمى قيماً ليس في الواقع سوى إشارات انفعالية أو تعبيرات صوتية وتبين الاعتقاد في الطرف المقابل بأن المعايير القبلية العقلية ضرورية ويقوم على أساسها كل من الفن والعلم والاختلاف والقيم في مفهوم هؤلاء الفلاسفة ينقسم إلى ثلاثة أقسام كبرى تنطوي تحتها شتى المعاني التي تضبط مسالك الإنسان في خضم حياته وهي الحق والخير والجمال

¹ سهيلة وصيف خالد، زكية وصيف خالد، دور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم الاجتماعية لدى أفراد المجتمع، مداخلة الملتقى الدولي حول الاعلام المحلي في الجزائر: التحديات المعاصرة ورهانات المستقبل، جامعة الوادي، أكتوبر 2019،

في مقابل ذلك تأتي هذه الأوجه الثلاثة التي تحلل من خلالها حياة الإنسان الواعية وهي الإدراك والسلوك والوجدان¹.

مفهوم القيم عند علماء الاجتماع :

يعرفها ماكس فيبر (Max Weber) : أنها "أسلوب حياة لدى الفرد أو الجماعة ذات طابع متماثل تعطي للموجودات وطرائق الحياة صفة المرغوب فيه والمستحسن فهي بذلك جزء تجريدي يدعو الأفراد للإنخراط فيه واحترامه وجزء مادي مجسد يظهر في الأشياء وطرائق الحياة التي تعبر عنها"²

أما علم النفس الاجتماعي فيرى في القيم أنها: "معيار اجتماعي ذو صفة انفعالية قوية تتصل بالمستويات الخلقية التي تقدمها الجماعة ويمتصها الفرد من بيئته الاجتماعية والخارجية وقيم منها موازين يبرر بها أفعاله ويتخذها هديا ومرشدا"³

القيم عند الباحثين التربويين : وهي مرتبطة بالمنظومة الإسلامية بالدرجة الأولى وتعرف على أنها: "الأحكام العقلانية الوجدانية التي يرد إليها الدين الإسلامي وتشير إلى ما يؤمن به مجموعة من الناس ويتفقون على أهميتها ويعتبرون هذا رابطا لأفعالهم ويتخذون منها معيار يرجعون إليه في الحكم على سلوكياتهم وسلوكيات الآخرين."⁴

من خلال تحليلنا لهذه التعريفات نجد أنها تتفق جميعها على أن القيم: مثل عليا، أسلوب حياة، ومعيار مرجعي لتوجيه سلوك الأفراد، هي بالذات ما تؤمن به الجماعة. كما أن تحديد مفهوم القيم يتوقف على الرؤية التي يختص بها مجتمع دون آخر تجاهها فالرؤية الذاتية للفرد قد تجعل مثلاً لقيمة العلم عنده مثلاً أعلى في سلم القيم ونجده في مجموعات أو جماعات أخرى أقل درجة تعلوه الأعراف والعادات.

¹ - عمر محمد التومي الشيباني، مقدمة في الفلسفة الإسلامية، ط2، الدار العربية للكتاب، تونس، 1935هـ، ص30.

² - Rocher guy. Introduction a la sociologie generale .action social. edition HMH. Canada 1982. p56

³ - فؤاد البهي السعيد وسعد عبد الرحمان، علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2006، ص294

⁴ - 3قاسم محمد محمود خزعلي، القيم التربوية في ضوء الرؤية القرآنية والحديث النبوي الشريف، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد2، سبتمبر 2011، 61

كما نجد الاختلاف جليا بين ثقافات المجتمعات العربية والأجنبية تبعا للخصوصية الثقافية فما يعتبر في ثقافة مرغوبة ومتفق عليه لا يتحقق لمجتمعات أخرى النقد أو الالتزام به.

ولا يمكننا أن نغفل عن أهمية عامل الزمان في تحديد مفهوم القيم، فما هو ذو قيمة في مرحلة زمنية معينة من تاريخ مجتمعات تقليدية يحدث أن يصبح غير مرغوبا فيه في المجتمعات الحديثة اليوم.

دون أن ننسى أنه كلما انخفضت إيجابيات القيمة في سلوك الإنسان تصبح سلوكيات غير مقبولة.

إلا أنه وعلى الرغم من هذه الاختلافات يظهر حيز من القيم تتشارك فيه الإنسانية جمعاء، أي ما يطلق عليه القيم العالمية كالسلام والعدالة الاجتماعية، الحرية، التعايش، ... وغيرها من القيم التي تتبنى هذه القوانين الوضعية والديانات في العالم.

أما القيم عند الباحث "عبد الرحمن عزي" من خلال نظريته الحتمية القيمية في الإعلام فإنه يحدد مفهوما للقيمة إذ يقول: "القيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية ويكون مصدر القيم في الأساس الدين فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم"¹ المتمعن في تعريف عبد الرحمن عزي لمفهوم القيمة يجدها تركز في فكرة المرجعية الأخلاقية الثابتة في ضبط السلوك الإنسان باعتبارها تنتج من الدين في لهجة نافذة لفهم الأحداث أو الوضع الذي يقر بأن القيم منتج اجتماعي يتغير حسب السياق.

ولكنها عند عبد الرحمن عزي تتجاوز الإنسان ومصدرها متعال "وهو الدين" ولا يمكن أن يكون مصدر القيمة ذاتيا.²

2- مصادر القيم:

مصادر القيم كثيرة ومتنوعة حسب انتشارها ونذكر منها ما يلي:

¹ نصير بوعلي، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الاعلام، ط1، مكتبة اقرا، قسنطينة، الجزائر، 2009، ص52

² مريم شيخة براهيم، الابعاد القيمية للدراما التلفزيونية الجزائرية - دراسة وصفية تحليلية لمضامين المسلسلات الجزائرية الرمضانية الناطقة بالعربية من منظور نظرية الحتمية القيمية في الاعلام من 2017 الى 2019 - أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2022،

أ- الأسرة :

يشير زكريا عبدالعزيز من خلال كتابه : التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين إلى أهمية الأسرة كوسيلة اتصالية قيمية رئيسية يتم عبرها نقل مجموعة المبادئ والمعايير والقيم من جيل إلى آخر فهي لا تقتصر على وظيفة التنشئة الاجتماعية فحسب بل تتعداها إلى ممارسة عملية الرسوخ القيمي تقدم فهما عميقا للوجود وما يرتبط به من تصورات، كما يرى نصير بوعلي من خلال قراءات في نظرية الحتمية القيمية، بأنها معتقدات أخلاقية وثقافية وسلوكية، وفي الحقيقة أن الأطفال لا يكتسبون السلوك بصورة مباشرة فقط بل وحتى من خلال برمجة منظوماتهم القيمية تدريجيا عبر آليات تكرار التفاعل اليومي والمحاكاة داخل هذا المحيط الأسري.¹

كما يتضح من خلال أفكار "زكريا عبد العزيز" أن الأسرة باعتبارها الفاعل الأولي في عملية التنشئة الاجتماعية هي بالإضافة إلى ذلك تحقق وساطة ثقافية تخزن من خلالها تجارب الأجيال السابقة وتنتقل إلى الأبناء ليتشكل التصور والمعتقد حول الذات والآخرين. الأمر لا يقتصر إذن على مجرد تمرير للمعلومة أو السلوك بل يتعداه إلى تشكيل المعايير الاجتماعية والإدراك الأخلاقي داخل الطفل وبهذا تكون الأسرة أداة محورية في تشكيل أو بالأحرى إعادة إنتاج القيم المجتمعية.

وهي بذلك أمام تحدي جوهري يتمثل في لحظة خروج الطفل إلى فضاءات اجتماعية بديلة (كالمدسة والشارع ووسائل الإعلام) حيث قد يواجه اختلافا قيميا مع ما تم تلقيه واكتسابه داخل الأسرة وبالتالي يعد هذا الاختبار الحقيقي لمدى ثبات القيم ورسوخها عند الطفل ومدى قدرة الأسرة على الاحتفاظ بكونها مرجعية رئيسية داخل هذا التعدد مع أننا نعلم أن الأسرة ليست الفاعل الوحيد في التنشئة لاحقا²، كما يشير زكريا عبد العزيز إلى أنها تستطيع أن تبقى البيئة الأعمق تأثيرا عندما تكون متماسكة ومنسجمة قيميا بما يحقق للطفل

¹ - مريم شيخة براهيم، الأبعاد القيمية للدراما التلفزيونية الجزائرية-دراسة وصفية تحليلية لمضامين المسلسلات الجزائرية الرمضانية الناطقة بالعربية من منظور نظرية الحتمية القيمية في الاعلام، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال -تخصص دراسات الإذاعة والتلفزيون، جامعة الجزائر 3، 2022

² نصير بوعلي، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الاعلام، ط1، مكتبة اقرا، قسنطينة، الجزائر، 2009، 52

حصانة اجتماعية حتى عندما يكون عرضة لمعايير بديلة قادمة من الرفاق المقربين أو من محيط اجتماعي يحتويه.

ب - التعليم:

يعد التعليم من أبرز الأدوات التي تساهم في ترسيخ الوعي القيمي لدى الأجيال المتعاقبة يساهم في بناء مجتمع متماسك قادر على الصمود أمام تحديات العصر خاصة ما يرتبط بالتحويلات الاقتصادية والتكنولوجية، إن التعليم كما يرى العديد من الباحثين ليس مجرد أداة لنقل المعرفة بل إن الدور أعمق من ذلك هو محوري في صياغة شخصية الفرد وتمكينه من التكيف مع البيئة المتحولة المتسارعة بفضل ما يقدمه من مهارات فكرية وأخلاقية وتكنولوجية.

ويتجلى الأثر الأبرز في التعليم بشكل خاص في قدرته على تقليص الفجوة القيمية بين أفراد المجتمع وتعزيز الشعور بالمواطنة والانتماء وحفظ الهوية، ما يعد عاملا حاسما في إنتاج نموذج إنسان قادر على خدمة وطنه ضمن أطر قانونية وأخلاقية واضحة. كما يأخذ التعليم بعدا أعمقا باعتباره متغيرا حاسما في تحديد الفروق القيمية بين الأفراد خاصة بين أولئك الذين نالوا حظا أوفر من التعليم وبين من هم أقل حظا.

ج - الدين:

لا شك من أن الدين مرجعية السلوك الإنساني الأساسية، باعتباره مصدرا أصيلا للقيم والمبادئ الأخلاقية والاجتماعية والتربوية التي تسهم في التنشئة سواء تم ذلك عن طريق المؤسسات الدينية أو بأسلوب غير مباشر في المجتمع. وتظهر علاقة الدين بالسلوك الاجتماعي من خلال صور التكافل والتراحم التي تتجسد في المجتمعات الإسلامية والأمر الذي تؤكدته دراسات سوسيولوجية عديدة.¹

كما الحال في مجتمعنا الجزائري، حيث تعتبر مناسبات رمضان والأعياد فضاءات عميقة لتجليات القيم الدينية مما يدمل بوضوح على استمرار تأثير الدين في غرس القيم في نفوس الأفراد على الرغم من الرأي بتراجع دوره.

د - الإعلام:

¹ - رابح تركي، دراسات في التربية الإسلامية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1987، ص 204.

تشارك المؤسسات الإعلامية المختلفة السمعية منها والبصرية والمكتوبة وحتى الإلكترونية، في عملية التنشئة الاجتماعية فهي تسهم في تشكيل وعي الفرد منذ طفولته وحتى بلوغه الرشد، كما يعتبر كل من التلفزيون والإذاعة والصحافة والسينما من أهم العوامل التي تؤثر في بناء الشخصية من خلال ما تنتجه من معلومات وخبرات وقيم ومهما تنوعت هذه الوسائل وتباينت رسائلها إلا أنها تشترك في هدف أساسي وهو إيصال المعلومة أو الفكرة مما يحقق لها القدرة على التأثير في السلوك الاجتماعي ورسم خارطة التوجهات الفكرية والمعرفية في بلورة منظومة المعايير والقيم لدى فئات عديدة في المجتمع.¹

وظائف القيم:

للقيم وظائف عديدة تنعكس على سلوك الفرد قولاً وعملاً كما تنعكس على الجماعة أيضاً ويمكن تصنيف وظائف القيم على هذين المستويين

أ- على المستوى الفردي:

* توجيه السلوك:

حيث تعتبر مرجعية يختار على إثرها الفرد أنماط سلوكه كما تحدد استجابته تجاه مواقف الحياة، هي إذن بمثابة الضابط للتصرفات مما يأخذ بعداً محورياً في تشكيل شخصية الفرد وفق نظام قيمي متكامل.

* تحقيق التكيف الاجتماعي:

حيث تجعل الفرد واعياً ومدرّكاً بما يفعله داخل الجماعة وبالتالي متفاعلاً بانسجام مع معايير ومعتقداتها مما يزيد شعوره بالانتماء وبلوغ مرحلة التكيف الاجتماعي.

* دعم الاستقرار النفسي:

إن كمية المبادئ التي يتشبع بها الفرد تمكنه من مجابهة المواقف الحياتية الصعبة وتساعد في مواجهة الضغوط فيتحقق لديه الإحساس بالأمان.

* تعزيز الهوية الذاتية:

¹ -نورمان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة العمومية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية،

من خلالها يستطيع الفرد فهم ذاته والتعبير عنها وإدراك إمكانياته بما يمنح له الشعور بالثقة بالنفس.

* توسيع الإدراك وتشكيل الرؤية:

إن تفاعل الفرد ضمن علاقته الاجتماعية في الإطار المرجعي من القيم والأفكار الواضحة مرده إلى مجموعة القيم التي دعمت المعتقدات وطورتها بالإضافة إلى توسيع آفاق التصورات مما يتيح فرصة فهم العالم من حوله.

* ضبط الرغبات والميول:

تعمل القيم على ضبط السلوك الفرد فهي تنظم شهواته وميوله، مما يسمح له بالتفاعل المنسج مع المعايير المجتمعية لأنها تنبع من نضج عقلي وإدراك أخلاقي.¹

ب- أما على المستوى الاجتماعي:

فإن القيم تحقق وظائف لا تقل أهمية منها:

- العمل على تماسك المجتمع: تتصرف الجماعة في إطار النظم القيمية بانسجام وتوافق فكري وسلوكي بما يحقق الاستقرار ويحافظ على المبادئ العامة للمجتمع.
 - إدارة التغيرات المجتمعية: أو التكيف مع التغيرات من خلال كثير معايير سليمة يبقى على الاستقرار ويحافظ على النسق الموحد للجماعة.
 - تعزيز التكامل الثقافي: هناك علاقة متينة تجمع القيم بعناصر الثقافة العامة وسهم في جعل الأفراد يتوحدون في إطار النظام الاجتماعي الموحد.
 - ضبط الانحرافات: باعتبار القيم معيارا للسلوك فهي بذلك تقلل من الانحرافات والنزاعات من خلال توجيه الميول والرغبات وفق مقياس مشروعة تتمتع بالقبول الاجتماعي.²
- ### 3- أصناف القيم :

¹ -أحلام بلماضي، سوسيولوجية القيم والتغير القيمي في المجتمع الجزائري، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، العدد 7،

2016، ص ص(10-11)

² أحلام بلماضي، المرجع نفسه، ص 11

إن الاختلاف في موضوع القيم لا يقتصر على تعريفها فقط نلاحظ أنه امتد إلى عدة نقاط أخرى تتعلق بالقيم حيث أننا لا نجد تصنيفاً موحداً لها، كما أن تصنيف القيم ليس بالأمر السهل نظراً لصعوبة إحصاء وجمع كل القيم لكن العلماء استطاعوا أن يعتمدوا على عدة اعتبارات كالمحتوى والديمومة والشدة وسنحاول عرض أهمها:

أ- حسب المحتوى:

صنفها سبرينجر Spranger في كتابه (أنماط الرجال) إلى ست أنواع:

- قيم نظرية : ترتبط باهتمام الفرض بالمعرفة وميله لاكتشاف الحقائق
- قيم اقتصادية: تعبر عن الاهتمامات العملية ذات الفائدة والثروة والنفع
- قيم جمالية: تعبر عن اهتمامات الفرض بكل ما هو جميل من حيث الشكل والانسجام
- قيم سياسية: تهتم بالسلطة والسيطرة والعمل السياسي
- قيم اجتماعية: ترتبط بعلاقات الناس ببعضهم والتضحية لأجل بعضهم
- قيم دينية: تتعلق بميل الفرض لما وراء الطبيعة واهتمامه بالقضايا الدينية.²

ب- حسب المعتقد:

صنفها روكاتش Rokeach إلى ما يلي:

-القيم الوسيطة: ينظر إليها من طرف الأفراد على أنها وسائل لغايات بعيدة كالقيم الأخلاقية والكفاءة.

-القيم الغائية: هي تلك الأهداف التي يسطرها الأفراد والجماعات لأنفسهم كالقيم الشخصية والاجتماعية¹.

ج- حسب شدتها: هي تلك القيم التي تحظى بتقدير جماعي وتمسك مشترك بها وتكون إلزامية كالقيم الدينية، وأخرى مثالية يشعر الفرض بصعوبة في تحقيقها بصورة كاملة كالدعوة إلى مقابلة الإساءة بالإحسان.

د- حسب ديمومتها: وتصنف إلى نوعين:

قيم عابرة تزول بسرعة وغالبا ما تتعلق بالموضة والنزوات يقدم عليها المراهقون بالدرجة الأولى لا ترتبط بالقيم المادية، في حين يتميز الصنف الثاني بالديمومة في الزمن

¹ أحلام بلمادي، المرجع نفسه، ص 12

متأصلة تضرب جذورها في أعماق تاريخ المجتمع وفي الغالب هي قيم روحية.
هـ - حسب تاريخها : تنقسم إلى قيم تقليدية (أصيلة) وأخرى منبثقة وعصرية .

و- حسب وظائفها: وهي المعروفة كالاقتصادية والسياسية والدينية بمعنى أن ترتبط كل قيمة بنظام اجتماعي معين ما رمى إليه دور كاي¹.
خصائص القيم:

تتميز القيم بمجموعة من الخصائص يمكن حصرها في النقاط التالية:

- 1- إنسانية: لكونها مرتبطة بالإنسان دون غيره من الكائنات، وإن مسألة قياسها صعبة المنال نظرا لارتباطها بالظواهر الإنسانية التي تتسم بالتعقيد، ولهذا يذهب العالم الأمريكي لويس (Lewis) إلى اعتبار القيمة مرتبطة باختيار الإنسان لها ولا يمكن تعريفها إلا إذا كانت جلية وواضحة في سلوك الفرد لأنها هي التي تحدده وترسم مقوماته.
- 2- ذاتية: بمعنى أنها خاصة بكل فرد، يشعر بها بطريقة المنفصلة عن الآخرين تبعا للظروف الفردية القائمة بين البشر فالتفضيلات التي يقوم بها الفرد تجاه الأشياء نابعة من ذاته ذات طابع شخصي وأيضا متناسقة مع المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه.
- 3- متغيرة: تتسم القيم بالاستمرار النسبي وتخضع في الوقت نفسه للتغير، فنحن لا يمكننا تصور قيم دائمة ومطلقة إلا وأصبح معها التغير على المستوى الشخصي والاجتماعي، كما لا يمكن لها أن تكون دائمة التبدل في الإثباتات الشخصية الإنسانية والأنماط الثقافية والبناءات الاجتماعية.
- 4- متعلمة: بمعنى أن الفرد يكتسبها من خلال البيئة التي يعيش فيها وليست وراثية من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية حيث يلقي آليات تقويم الأشياء والحكم عليها في نطاق الأعمال والسلوك متأثرا بمعايير مشتركة خاصة بالجماعة التي ينتمي إليها.
- 5- معيارية: والمقصود منها أن القيم تشكل منظومة معيارية ثابتة تستمد من سلوك الإنسان وتفاعله مع المحيط².

¹ - Rymond Boudon et al :Dictionnaire de la Sociologie ،Boussierre، France ،2005، p243

² - Rocher guy. Introduction a la sosiology generale .action social. edition HMH. Canada 1982. p56

4- علاقة الإعلام بالقيم :

يرى عبد الرحمن عز في إطار نظريته حول الحتمية القيمية في أن وسائل الإعلام ليست أدوات محايدة في نقل المعلومات فقط بل هي امتداد ثقافي يعكس الخلفية القيمية للمجتمع، أو لمن يتحكم في الرسالة الإعلامية إن القيم والمعايير والثقافة كلها صور تتجسد في مضامين الإعلام فتؤثر بذلك على طريقة إنتاج المحتوى وصياغته وكذلك توجيهه وبالتالي فإن الإعلام متصل أشد الصلة بالنظام الفكري والأخلاقي والقيمي الذي ينتمي إليه، ويسهم بشكل فاعل في إعادة إنتاجه، وأحياناً في تغييره ولذلك فإن الاختصار على الشكل والمحتوى في فهم المضمون الإعلامي يعد قصوراً لأنه يتطلب استحضاراً دائماً للمرجعية القيمية التي يقوم عليها.

يؤكد عبد الرحمن عز أن علاقة وسائل الإعلام بالمنظومة القيمية التي ينتمي إليها، فكل مضامين الإعلام لا تعمل ولا تقدم من فراغ بل تعكس سياقاً ثقافياً وديناً واجتماعياً معيناً ضرورياً في عملية إنتاج الرسائل الإعلامية، فكل محتوى إعلامي يصلنا سواء ضمناً أو علنياً بحملات قيمية قد يكون إيجابية أو سلبية، وهنا يكمل الخطر عندما يغيب الوعي بهذه القيم من ما يؤدي إلى نشر مضامين إعلامية تضعف مناعة المجتمع وتضرب حصانته بل وتكون أشبه بمحاول الهدم لبنائه الثقافي والأخلاقي.¹

يدعو عبد الرحمن عز إلى ضرورة الاستناد على مرجعية القيم الأصلية حتى نصل إلى تنظيم إعلام عربي متين القوي الفكرية، لا سيما المرجعية الدينية الإسلامية التي تتميز بمرونتها وتوازنها في التفاعل مع العصر. إن النظرية القيمية عند عبد الرحمن عز هي تعزيز الصلة بين الإعلام والقيم من حيث المضمون والشكل والسياق، إنها تسعى إلى تقديم

¹ - عبد الرحمن عز، الحتمية القيمية والإعلام المعاصر، المعهد العالي للفكر الإسلامي، مجلد 21، العدد 81، الأردن،

2015، ص ص (14 - 15 - 16)

بديل للنماذج الإعلامية الغربية المهيمنة من خلال بناء إعلام عربي قيمي ملتزم ومسؤول يعزز الانتماء والهوية.¹

في نظريته الحتمية القيمية في الإعلام ينطلق عبد الرحمن عزي من افتراض أساسي فهو يعتبر الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييمها هو القيمة التي تتبع أساسا من المعتقد. ولذلك فإن تأثير وسائل الإعلام من خلال هذا التوجه يكون إيجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كان الوثائق أقل يكون تأثير سلبي بمعنى أن المحتويات الإعلامية التي لا تتقيد بأنه قيمة أو تتناقض مع القيمة كان التأثير يتعارض أو يخالف جوهر الرسالة البناءة الداعمة للشخصية الفردية. فكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير سلبي أكثر.²

كما يؤكد الدكتور عبد الرحمن عزي على ضرورة أن يكون الاتصال دائم حاملا للقيم الأخلاقية والروحية التي تدفع الإنسان والمجتمع إلى الارتقاء والسمو وهي الرؤية الجوهرية التي تركز عليها نظريته التي تجمع الإعلام بالقيم.

من ناحية أخرى يرى عبد الرحمن أن أغلب الدراسات الإعلامية الغربية تركز على المرجعية الاجتماعية النفعية والمادية وتتجاهل البعد القيمي الذي يجب أن تحويه الرسالة الاتصالية وتكمن خطورة هذا التوجه في تحويل القيم إلى منتجات إعلامية موجهة للسوق عوض أن تكون مرجعا إنسانيا ثابتا. وهو ما أدخل العالم في أزمة قيمية وباتت المرجعية الاجتماعية الغربية تعاني الفوضى والاضطراب والتسارع لا يفرض بديلا معرفيا يركز على منظومة قيم أصيلة متجذرة في المجتمعات مرتبطة بالإنسان بدل النماذج الحديثة التي تدعو إلى الانفصال عن القيم.

وحسب عبد الرحمن عزي تعاني النظريات الغربية رغم قوتها التحليلية من غياب التصور القيمي الثابت لذلك هي عاجزة عن فهم الأبعاد الرمزية والتأثير الأخلاقي لوسائل الإعلام. وهو ما يشدد عليه الباحث عن ضرورة التعامل مع الإنسان على أنه فاعل أخلاقي

¹ - محمد سعود السرحان، الصراع القيمي لدى الشباب العربي، منشورات وزارة الثقافة، عمان، 1994، ص30

وليس مجرد كائن وظيفي كما يؤكد أنه ليس مقبولا أن تفصل وسائل الإعلام عن سياقها المجتمعي الذي تنتج فيه القيم وتنقل من خلاله.¹

في مقاله "مفاتيح النظرية الحتمية القيمية في الإعلام: مقارنة بنيوية" يوضح الدكتور نصير بوعلي أن العلاقة بين الإعلام والقيم جوهرية في إطار نظرية عبد الرحمن عزي وأنه لا يمكن الفصل بينهما فالإعلام أداة أساسية في غرسها مما يستدعي مسألة أخلاقية واتفاقية وليست فقط وظيفية تأثيرية.

يؤكد الدكتور نصير على أن الإعلام لا يجب أن يفهم بعيدا عن مرجعيته القيمية فهو لا يعتبر مجرد ناقل للأخبار والمعلومات بقدر ما أنه يعمل على نقل منظومة الرموز والمعالي المشبعة بالقيم، وهذا ما يمنح الإعلام فاعلية ودوره المحوري في بناء الإنسان وصناعة المجتمع غير محايد ولا سلبي.

وبهذا لا يحق لنا أن ننظر للقيم على أنها عناصر ثانوية تزيينية في الرسالة الإعلامية بل هي بنيتها الأساسية فكل محتوى إعلامي يعكس نظرة معينة للإنسان والعالم من حوله من خلال المرجعية القيمية التي ينطلق منها.

وفي ذات السياق ينتقد الدكتور نصير كذلك النظريات الغربية التي تحصر الرسالة الإعلامية في بعدها النفعي الاستهلاكي متجاهلة البعد القيمي، وهذا تحديدا ما تسعى إليه نظرية الحتمية القيمية هو استعادة البعد الإنساني والأخلاقي للإعلام وحفظ إطاره القيمي.²

المطلب الثالث: خصائص الاعلام القيمي

1- الخصائص الدينية الاجتماعية:

يتسم الاعلام القيمي بمجموعة من الخصائص المتنوعة التي تجعله مختلفا عن باقي أنماط الاعلام الأخرى، فهو يقوم بوظائف تتجاوز الإخبار والتسلية إلى أداء رسالة عقائدية وأخلاقية وتربوية مرتبطة ارتباطا وثيقا بهوية المجتمع الثقافية ومرجعته الإسلامية.

¹ - عبد الرحمان عزي، الحتمية القيمية والإعلام المعاصر، المرجع السابق، ص 37

² محمد عوالمية، نظرية المجتمعية القيمية، قراءة تبسيطية للسياق والمبررات والمنهج، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 41، مجلد أ، جوان 2014، ص 199

ولعل أول ما يميز الإعلام القيمي في توجهه الديني هو المصادقية. وقوة التأثير، ذلك أن القوة مستمدة من قدسية الرسالة التي يقدمها ومن المرجعية الدينية التي ينطلق منها، ما يخلق الثقة التامة بينه وبين المتلقي .. ويحدث القبول الواسع لدى جميع الفئات الاجتماعية مهما كانت درجة ثقافتها.

ومن ذلك المصادقية يتحقق للإعلام القيمي قدرة أكبر على الاقناع والتوجيه مقارنة بأنواع أخرى للإعلام كالتجاري أو الترفيهي الذي يتعلق في الغالب بالأغراض الربحية.¹ كما يتسم هذا النوع من الاعلام بالشمولية فهو لا يقتصر على الجانب الدعوي المتعلق بالوعظ والارشاد، وإنما يشمل جميع مجالات الحياة، ذلك أنه يحاول من خلال خطابه معالجة القضايا.

الاجتماعية والسياسية والتربوية والثقافية وحتى الاقتصادية من منظور إسلامي قيمي. فهو بذلك يتميز بالتكامل في نماذج بناء بين التوجه الروحي والتربية الأخلاقية وبين التوعية السياسية والفكرية ليحقق رؤية شاملة للحياة وفق المرجعية الإسلامية.² تتصل بمسؤوليات سلوكية وإدراكات موضوعية للواقع بكل ما يعنيه من علاقات مع الآخر وما يحتويه من مواقف³ اعلام واقعي يسدد ويقارب، يسعى إلى تحقيق المصالح وتكثيرها ودفع المفسد وتقليلها، من غير انحراف عن منهج الأنبياء، ولا تفريط في الاستقامة الربانية.

فهو بذلك إعلام مسؤول مسؤولية شرعية ومسؤولية اعلامية متمثلة في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر كخاصية تميزه غيره، يتخذ من أمره صلى الله عليه وسلم: ((من كان يؤمن عن بالله واليوم الآخر فليقل خيرا أو ليصمت))⁴ منهجا، فشعاره قول الحق والنطق بالكلمة الطيبة، والإعراض عن كل خبيث فهو اعلام يقوم على الوضوح والصراحة، ودثاره

1

² أحمد أحمد علوش، الاعلام في القرآن الكريم، ج1، الجانب النظري، ط1، شركة سعيد رأفت للطباعة، القاهرة، مصر، 1986، ص108.

³ أحمد احمد علوش، المرجع نفسه، ص 110.

⁴ أخرجه البخاري، 6475، مسلم [47]

العدل والأمانة. وبالتالي فإن رجل الإعلام القيمي إنما يؤثر في الناس بما يحمله من الحق أولاً وبحسن أسلوبه وجدة وطرافة طرائقه ووسائله ثانياً.

كما أن للإعلام القيمي في بعده الديني ميزة في أسلوب عرضه مستمدة من تراث الأمة، كما يستفيد من تقنيات العصر وهو بذلك يقدم مادة اعلامية تنطلق من ثوابت راسخة في جمع متناسق بين جدية المضمون، ومن خصائصه أيضاً الانفتاح الفكري والحضاري .. فهو إعلام للكافة، ينتسب إلى دين عالمي، وحضارة تفاعلية خير في أهدافه ومراميه، وغاياته وترفيهه.

من بين خصائص الاعلام القيمي في مجاله الديني كذلك الوسطية والاعتدال فهو يبتعد عن مظاهر التشدد ويرفض الغلو والتطرف ويرسخ من خلال خطابه يتم التسامح والرحمة والتعايش مع الأفراد والجماعات، في انعكاس واضح وجلي الصورة الاسلام السمحاء.

كما يعمل من خلال رسالته القيمية على تصحيح المفاهيم المغلوطة التي تروج لها بعض الخطابات المتشددة محققاً بذلك حماية للمجتمع من انقسامات فكرية أو سلوكية من شأنها أن تهدد بناءه.

كما يتسم الإعلام القيمي بالواقعية والمعاصرة، حيث ينطلق من مشكلات المجتمع وقضاياها الراهنة ويعمل على معالجتها في ضوء مقاصد شريعة، فهو بذلك لا يكتفي بالتراث ولا ينغلق على الماضي يوظفه في سياق الواقع المعاصر، ما يمنحه قدرة على تقديم حلول عملية لمشكلات تربوية وأخلاقية واجتماعية وثقافية، وأكثر قدرة على الاستجابة لاحتياجاته.

أيضاً يتميز الإعلام القيمي بالاستمرارية والتجدد، فهو يواكب الأحداث ويستفيد من الوسائل التكنولوجية الحديثة، من قنوات فضائية وإذاعات ومواقع الكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي: بغية تجديد خطابه وضمان وصوله إلى مختلف الفئات العمرية والمستويات التعليمية، بما يمنحه قدرة أكبر على التأثير ويحفظه من الجمود الذي قد يعصف بعلاقته للمتلقي. كما يمكننا كذلك من خلال تعدادنا لسمات الاعلام القيمي في طابعه الديني أن نتحدث عن قدرته العالية في الجمع بين العقل والوجدان فهو لا يقتصر على الخطاب

العاطفي فحسب، بل يوظف الحجة العقلية والدليل الشرعي لإقناع المتلقين، من خلال الموازنة بين مخاطبة العقل والتأثير في القلب الوجدان، هذه الازدواجية تجعله قادرا على التأثير العميق سلوك الأفراد وفي قناعاتهم.¹

في الأخير يظل الإعلام القيمي مرتبطا ارتباطا وثيقا بالمرجعية الإسلامية، حيث يستقي من القرآن الكريم والسنة النبوية كمصدرين أساسيين يعتمد عليهما في صياغة خطابه وتوجيه رسالته.

إن هذا الالتزام بالمرجع الديني يجعله محصنا ضد التلاعب، كما يمنحه قوة المواجهة أمام الإعلام الآخر الذي قد يتأثر بالضغوطات السياسية والاقتصادية.

إن الإعلام القيمي الذي قمنا بتوضيح خصائصه الدينية في كونه يحمل في مضمونه بعدا دينيا يتميز برسائله التربوية، فهو يعمل على ترسيخ القيم الروحية والأخلاقية المستمدة دوما من المرجعية الدينية للمجتمع، كالصدق والأمانة والتضامن.²

كل هذه الخصائص الدينية لا تبقى حبيسة حدودها الدينية فهي تمتد لتؤدي دورا اجتماعيا فعالا ومباشرا، حيث تسهم في تعزيز التماسك الأسري، وتمتين العلاقات الاجتماعية بل وبنائها على أسس للاحترام والمتبادل. وتوجيه الأفراد نحو السلوك الايجابي داخل محيطهم الاجتماعي.

وبهذا يصبح البعد الديني في الاعلام القيمي قوة داعمة للبعد الاجتماعي، عندما يتحول الخطاب الديني إلى منبر مؤثر لترسيخ قيم التعايش، والمسؤولية، والمشاركة الفاعلة في قضايا المجتمع.

2 الخصائص الثقافية :

أضفت السمات المتميزة للحقل الثقافي صبغتها على الإعلام القيمي في بعده الحضاري والثقافي ويمكننا تلخيصها في النقاط الأساسية التالية:

¹ عمر درياسة، دور الاعلام الديني في مواجهة الخطاب التكفيري بمنطقة الساحل الافريقي، 2012 إلى 2014، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2024، ص 60-61.

² سامي القصاص: الاعلام الديني في المجتمع المعاصر، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2010، ص 45.

يرتبط الإعلام القيمي ارتباطاً وثيقاً بالحقل الثقافي ودرجة حركتيه جموده، فهو انعكاس للنشاط الثقافي ومرآة لصيرورة الفعل الثقافي والسياسة الثقافية القائمة.

الإعلام القيمي الثقافي مرتبط بالطاقة الإبداعية على الانسانية وليس مجريات الواقع المعاش كحال باقي قطاعات الإعلام الأخرى.

الرسالة الإعلامية القيمية الثقافية مفتوحة أكثر من غيرها على قراءات وتأويلات متعددة ومختلفة فهي تأخذ من الحقل الثقافي في تعقده غموضه.¹

يسعى الإعلام القيمي في بعده الثقافي إلى تعزيز الهوية الثقافية من خلال إحياء التراث ونشر المعارف المتعلقة بالقيم المجتمعية ... عملية ربط مستمر للفرد مع جذوره الحضارية والتاريخية، مستمدة من الدين والتقاليد والتراث وكذلك اللغة كما يحفظ الذاكرة الجماعية وينقلها للأجيال القادمة.

يتميز الإعلام القيمي الثقافي بخطابه الفعال في تعزيز الانتماء والولاء من خلال إسهامه في تقوية روابط المتلقين بمرجعياتهم القيمية الحضارية في مواجهة طوفان التغريب الثقافي.

- الخطاب القيمي الثقافي بالتعددية والانفتاح: فرغم التمسك بالقيم المحلية لم يضع ذلك من الانفتاح على الثقافات الأخرى، في إطار الحوار الحضاري بما يرسخ قيم التعايش والقبول.

- إن كل العمليات الإعلامية المتعلقة بنشر المعرفة المرتبطة بالهوية والقيم والرموز الثقافية والتراث الحضاري تسهم في الرفع هكذا من مستوى الوعي الثقافي الجماعي لدى أفراد الجمهور.

- يتميز الإعلام القيمي في مجاله الثقافية بخاصية جمعه بين الأصالة والمعاصرة، من خلال قدرته على مواكبة التحولات الثقافية والتكنولوجية، مع الحفاظ على الثوابت القيمة.

¹ السيد أحمد مصطفى، الاعلام الثقافي والحركة الثقافية، محاضرة بقصر الشارقة بتاريخ 14-02-2007، ص8.

- يمتلك الإعلام القيمي الثقافي كذلك ميزة توجيه الذوق العام، من خلال ما يقدمه من مضامين ثقافية راقية في الأدب والفنون والموسيقى والسينما بما يخدم القيم الأخلاقية والانسانية.¹

أما نازلي اسماعيل حسن فيرى في الإعلام القيمي في مجاله الثقافي مجموعة من الخصائص والمرتكزات التي يجب على وسائل الإعلام أن تحققها:

1- الحفاظ على لغة الجماعة وكتابتها ونطقها بلسان واحد واضح على اعتبار أن اللغة أحد الثوابت الرئيسية في هوية الأمة.

2- الحفاظ على الفنون والتراث الشعبي لكل جماعة، والحفاظ عليها هو جزء من الحفاظ على الثقافة العامة.

3- ترسيخ القيم الايجابية وكل ما من شأنه خدمة المجتمع وتحقيق برامج التنمية والثقافية من خلال خطط آنية ومستقبلية.

4- في نظرة متأنية وملاحظة هادفة لتطور وسائل الإعلام والمنظومات الحديثة نجد أن هذا التقدم التقني قد ساهم في إكساب الاعلام القيمي في بعده الثقافي سمة السرعة والكثافة في حجم التغطية الاعلامية في نشر شتى مجالات المعرفة الانسانية، الأمر الذي عزز المعرفة بالثقافات الأخرى، ونشر الثقافة إلى مناطق ما كان بالإمكان الوصول إليها لولا التقنيات الجديدة.²

ما يمكن الخلاص إليه أن الإعلام القيمي في خصائصه الثقافية تتجسد في كونه وسيلة لحماية الهوية الثقافية ونقل التراث وتعزيز الانتماء بالإضافة إلى سمة الانفتاح الواعي على ثقافة الآخر مع السعي الدائم لبناء وعي ثقافي متوازن يجمع بين الأصالة والمعاصرة.

المطلب الثالث: أهداف الاعلام القيمي

1- الأهداف الدينية:

¹ عائشة لصلح، الاعلام الثقافي: إشكالية المفهوم وجدل العلاقة بين الاعلام والثقافة، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 24، العدد 1، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، الجزائر، 2022، ص 86.

² نازلي إسماعيل حسين، الشعب والتاريخ هيغل، د ط، مؤسسة المعرف للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 1976، ص 152.

إذا كان الاعلام كما يرى الدكتور ابراهيم امام " هو تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات والحقائق الثابتة والسليمة التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعتبر هذا لرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولاتهم.¹

إن الإعلام الديني على ضوء هذا الإطار العام هو الإعلام الذي يعكس الروح والمبادئ والقيم الاسلامية ويمارس في مجتمع إسلامي، يتناول ثقافة المعلومات والأخبار المتعلقة بجميع المجالات السياسية والدينية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية والأخلاقية.² وهو بهذا له أهدافه العقائدية لترسيخها في نفوس الجماهير أهدافه الثقافية التي تسعى الى تعميم الوعي والفهم بالإضافة أهداف اجتماعية وتربوية ترمي إلى تماسك المجتمع وترابطه.³

يمكننا بداية إيجاز أهداف الاعلام القيمي الدينية في ما يلي:

- الدعوة إلى الله: باعتباره الدعوة فرض كفاية على المسلمين في بهذا المفهوم العام يقصد بها أن تتفرغ فئة معينة لهذا العمل قوله تعالى: " وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ " ⁴ ويرتبط هذا العمل الدعوي بمجموعة من الآداب والشروط، بداية أن تكون الدعوة خالصة النية لله، بعيدة عن الأغراض وأن يتميز الداعية بالعلم واليقين والبصيرة كما يفتون أسلوب الدعوة بالهدوء والاعتزان، من خلال انتهاز الموعظة الحسنة والمجادلة بالتي أحسن لقوله تعالى: " ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ " ⁵

¹ سورة النحل، الآية 125.

² محمد منير حجاب، الاعلام الاسلامي: المبادئ - النظرية - التطبيق، ط1، دار الفجر، القاهرة، مصر، 2002، ص224.

³ عبد الله الوشلي، الاعلام الإسلامي في مواجهة الاعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ط2، دار عمان، عمان، 1994، ص40.

⁴ سورة النحل، الآية 33.

⁵ سورة فصلت، الآية 125.

أ- الامتناع عن مجارة الكفار في أسلوبهم وسب آلهتهم حتى لا يسبوا الله يكفي مقارنة الحجة بالحجة وتوضيح سبل الهداية وحقائقها التي توجه للإنسان لتحقيق حياة طيبة في الدنيا والآخرة.¹

ب- الدفاع عن الاسلام والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر: فمن أخطر التحديات التي يواجهها الاعلام القيمي في بعده الدين مهمة تصحيح صورة الاسلام التي عمد الاعلام الغربي على تشويهها، فبانتهاى الحروب الأيديولوجية عزم الغرب على دخول غمار حروب أخرى أكثر ضراوة وشراسة معتبرين كلا من الدين الاسلامي والحضارة الاسلامية عدوا أزليا فسعوا بكل الطرق على تشويه صورته وجعلها لصيقة بالعنف والارهاب فباتت اللحية رمزا للإرهاب والحجاب وعنصرية.²

وبذلك تعين على الإعلام القيمي تنوير الرأي العام بجوهر الدين الاسلامي السمع وحقائقه الرامية إلى التسامح والرحمة، وفي ذات السياق يرى إدوارد سعيد أن عملية التسمية هذه التي طالت الإسلام والمسلمين عبر التاريخ المغامرات بثلاث مراحل الأولى صليبية والثانية استشراقية والثالثة إعلامية من خلال تقديم صورة مخيفة عن الإسلام مرادها أبل ذلك للاحتكاك المخيف والعنيف الذي ميز علاقة الإسلام والغرب أثناء الحروب الصليبية والتي انبثق عنها مصطلح الإسلاموفية الذي يقوم على الخوف من الإسلام وتصاعد موجة العنصرية والكراهية للمسلمين ولا يخفى على أحد أنها صناعة إعلامية وبضاعة سياسية تضافرت فيها قوة كبيرة معادية للدين الحنيف زاد حقدتها انتشار الإسلام الواسع الذي عرفه في الربع الأخير من القرن العشرين ليشمل شتى القرارات.

الدفاع عن المسلمين وتبني قضاياهم لم يعد الإعلام مجرد وسيلة اتصال وتواصل كما في السابق بل أصبح الوسيلة الأشد تعبيرا عن العقيدة والدفاع عنها في مواجهة التحديات الفكرية والثقافية فتأثيره على العقول الكبير في المجتمعات الحديثة هو يؤثر في تحديد الخيارات العامة للناس ويشاهم في إعادة ترتيب سلم أولوياتهم الاجتماعية والفكرية هو

¹ عبد العزيز شرف، الاعلام الاسلامي وتكنولوجيا الاتصال، د ط، دار قباء، القاهرة، مصر، 1998، ص25.

² محمد فتحي عمارة، الاعلام الاسلامي والتحديات المستقبلية (م) مكتبة الشروق الدولية، مصر، 2012، ص2.

مطالب بهذا الاهتمام بأمورهم ونقل انشغالاتهم ونصرة قضاياهم العادلة من منطلق أننا ننتمي لأمة واحدة والذين بدين واحد.

إن الإعلام القيمي يهدف من خلال كل التحديات العالمية التي تواجه إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المرتبطة ببعده الديني باعتباره الحصانة القوية التي تقوم عليها حضارتنا الإسلامية ويقف عليها بنياننا القيم من خلال تزويد المسلم بالمعرفة والفكر السليم والعمل على تعزيز الهوية الإسلامية والدفاع عن مقوماتها بالإضافة إلى سعيه الحثيث نحو توحيد الأمة الإسلامية وربطها بقيم التكافل والانتماء ناهيك عن تحقيق الإشباعات النفسية والروحية والفكرية للمسلم المعاصر.

اختصاراً، إن الهدف الأسمى الذي ينشده الإعلام القيمي في بعده الديني هو تحقيق التكامل بين توعية المسلم، الدفاع عن قضاياها، والحفاظ على وحدة الأمة وهويتها.

2- الأهداف التربوية والاجتماعية والتعليمية:

يشتمل الإعلام القيمي في مجاله التربوي على مجموعة من الأهداف التربوية التي تدعى من سياسات المؤسسات التربوية وتزيد من فاعلية أدائها ويمكنها حصرها في النقاط التالية. شرح السياسات التربوية وتوضيحها بما يسهم في إنجاحها والتفاعل معها. دعم التكامل التربوي القائم بين البيت والمدرسة. دعم الأنشطة المدرسية بالمساهمة في إعدادها وإجرائها. تنمية الذوق الجمالي والفني وتشجيع الهوايات ووصفها بالممارسة. تحفيز الطلاب على المطالعة وتدريبهم على الكتابة والعمل على تزويدهم بالمعرفة التي تحقق تقدمهم في الحياة والارتقاء بالمجتمع المدرسي الذي ينتمون إليه.

تمتد العلاقات الاجتماعية وبعث روح التعاون وخلق الحيوية في المجتمع المدرسي التشجيع على البحث العلمي وحرز قيم المعرفة الثقافية والإعلامية والعلمية التدريب على تحمل المسؤولية ملامسة مشاكل المجتمع وتبني قضاياها والعمل على بعث الوعي خلق جوة تواصل مع المجتمع من خلال نشر الأخبار وتزويد الرأي العام بالمعلومات الصحيحة عن البرامج والمشروعات التعليمية.

يمكننا إضافة على كل ما تم إدراجه أن نفهم حقيقة الإعلام القيمي في بعده التربوي الذي يسعى حثيثا إلى الربط هكذا بين مجموعة من الأهداف التربوية الأساسية ذات العلاقة المتينة بتكوين النشء وبناء الفرد وتزويده بمجموعة القيم الاجتماعية التي تحقق ذلك. إذ أنه للحفاظ على منظومة القيم التربوية والاجتماعية الأصيلة يجب أن يكون هناك توعية مستمرة لا تقتصر فقط على الدوام المدرسي بل يجب أن تصل إلى كل أفراد المجتمع فنحن على يقين تام بأن مفهوم التربية أصبح واسعا ويحمل دلالات كثيرة عن السلوك وتقويمه. كما أن الانتشار الواسع لوسائل الإعلام وتطور مميزات وسرعة وصولها في أي زمن ومكان وإمكانية التأثير المباشر على المتلقي. كل هذا يمكن استثماره بما يخدم الفرد تربويا واجتماعيا من خلال أن يكون عمل هذه الوسائل الإعلامية مكملًا وامتدادًا للمؤسسات التربوية. فنحن لا ننسى المخاطر التي جلبتها مخرجات الإعلام الجديد إلى مجتمعاتنا كتسريب بعض القيم السلبية والعادات الدخيلة على ثقافات المجتمعات وتحديدًا البلدان النامية تحت ذريعة حرية الإعلام.

لذلك ازدادت الحاجة إلى التكامل السابق الذكر بين الإعلام والتربية من خلال توظيف وسائل الإعلام وتكنولوجيا الحديثة لخدمة العملية التربوية فالإعلام القيمي التربوي يعد علم الاجتماع وسيلة أساسية للحد من مظاهر الفساد والسلبية من خلال تكامله مع العملية التعليمية في نشر القيم الأخلاقية والتربوية وتعزيز أهداف المؤسسات التربوية إن الأهداف التربوية للإعلام القيمي ترمي إلى بناء شخصي متوازن على قدر عالم من النظر الفكري والوعي لإدراك أهمية القيم الاجتماعية والأخلاقية والمجتمعية والتفاعل الإيجابي معها.¹ كما يساهم في تعليم الأفراد وخاصة الطلبة في كيفية التعامل النقدي مع مخرجات وسائل الإعلام لتفادي تأثيراته السلبية فينأى بهم بعيدا عن صفة المتلقين السلبيين بل فاعلين ناقدين على درجة كبيرة من الوعي.

¹ -عدي عبد الباري جودي بهاش، دور الاعلام التربوي في الحد من ظاهرة الفساد، مجلة الكلية الإسلامية، العدد 82،

الجزء 2، رمضان 1446، ص 450

كما تمتد هذه الاهداف التربوية الاجتماعية لتشمل الأسرة والمدرسة والجامعة في ترسيخ معايير الأخلاق بما يحقق تعديلا إيجابيا للسلوك السلبي وتعزيز قيم التعاون وبث روح الانتماء ودعم مهارات الإبداع وأيضا تقديم محتوى هادف يخدم المجتمع ويحقق أهدافه ويمتد بناءه.

وبهذا يصبح الإعلام القيمي في نهجه التربوي أداة بناء فعال لوعي حضاري متجدد ومساهمة حقيقية وجوهرية في تنمية روح المواطنة والالتزام. خلاصة قولنا أننا نعني بضرورة أن يكون هناك تناغم وتوازن بين الأهداف التربوية والإعلامية من أجل بناء شخصية متوازنة قادرة على إدراك أهمية المنظومة القيمية للمجتمع. امام تهديد بهدم القيم وبين الغرس الثقافي لوسائل الإعلام. وإذا حصل هذا التوازن في سلوك الأفراد فإنهم يصبحون فاعلين داخل المجتمع وقادرين على حمل راية العالم والبناء.

3- الاهداف الثقافية:

من بين الاهداف الثقافية التي يسعى الإعلام القيمي إلى تحقيقها من وحي خصوصية هذا المجال الحيوي الاستراتيجي خاصة ونحن نتحدث عن تحديات العصر فمخطئ من يظن أن تحديات عصر المنافسة العالمية هي تحديات اقتصادية بحتة ذلك أن أخطر التحديات جميعا في هذا المجال، بالذات تحديات ثقافية تسعى إلى خلق ثقافة كونية تتضمن نسقا متكاملا من القيم والمعايير ضاربا عرض الحائط الخصوصية الثقافية التي تميز كل مجتمعا غيره وهو ما يمنح للمجتمعات هوياتها وانتمائها الخاص لذلك يسعى الإعلام القيمي في سبيل مواجهة كل هذا إلى تحقيق ديمقراطية الثقافة وتوصيلها إلى أوسع قطاعات من الجماهير بما يستجيب لاهتماماتهم ويتلائم واحتياجاتهم، إن الخروج بالثقافة وجعلها في متناول الجماعة يفعل من عملية نشر العلوم وتبسيطها وبالتالي ربطها بالحياة اليومية فتتعمق في العقل والوجدان العمل على تحقيق التكامل الثقافي بين عناصر المجتمع مما يدعم وحدته واندماجه باعتبار الثقافة عامل أساسي من عوامل التماسك الاجتماعي من خلال ترسيخ قيم الانتماء وتعزيز الهوية كما يساهم الاعلام القيمي في بعده الثقافي والحضاري إلى تحقيق

التبادل الثقافي على المستوى الدولي بتشجيع الحوار وتبادل المعارف دون التفريط في الهوية خاصة في هذا العصر الذي تعصف به أمواج العولمة الإعلامية والثقافية مستهدفة الخصوصيات القيمية والهويات، ويسعى الإعلام القيمي من خلال أهدافه الثقافية أن يكون باباً لإثبات الهوية الثقافية والتفاعل دون الذوبان مع الآخر المختلف وتتجسد بذلك مقولة أمهاتما غاندي أريد أن تهب ثقافات كل الأراضي بمحاذاة منزلي وبكل حرية لكن أرفض أن أنقلب بهبوب أي واحدة منها.¹

¹ - عائشة لصلح، مرجع سابق، ص ص (87-88)

المبحث الثاني: الإذاعة المحلية كوسيط قيمي

المطلب الأول: مفهوم الإذاعة المحلية وفروقاتها عن الإذاعات الأخرى

1 تعريفات الإذاعة المحلية:

تعد الإذاعة المسموعة من بين وسائل الاتصال الجماهيري الأكثر انتشارا نظرا لخصائصها التي تتميز بها وأيضا للدور الذي تقوم به والخدمات التي تقدمها في عدة مجالات إعلامية، تعليمية، تثقيفية، ترفيهية، تنمية عبر برامجها المتنوعة بالإضافة إلى النشرات والمواجز التي تبث عبر الأثير إلى جميع الأفراد من غير التقيد بالحدود الجغرافية والسياسية لهؤلاء الأفراد. دون أن ننسى قدرتها على تشكيل علاقات مباشرة مع ملايين المستمعين ما يحقق لها الدور الكبير في تشكيل الرأي العام الاجتماعي.

عمد العديد من الباحثين إلى تقديم تعريفات للإذاعة، من بينها " الإذاعة هي ذلك الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وتعليمية وثقافية وتجارية وغيرها لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم فرادى وجماعات باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة ".¹

والأصل اللغوي لكلمة الإذاعة يعني الشيوخ والذيوخ بمعنى النشر العام حتى أن العرب قديما يصفون من لا يكتُم السر بأنه أمرؤ مذيع.

وقد ارتبطت الإذاعة المسموعة باعتبارها وسيطا إعلاميا بمفهوم المحلية حيث يتعلق الإعلام بمفهوم المحلي، وإن ضبطنا لمفهوم الاعلام المحلي يقودنا إلى الحديث عن ذلك الإعلام الذي يخص مكانا أو منطقة جغرافية معينة، باعتبار أن المصطلح المحلي (global) الخاص بجميع بلدان أوروبا اشتق من الكلمة اللاتينية (Locus) وهي تعني حرفيًا المكان.

وقد وجدت ذات الكلمة في عديد اللغات تحمل معنى المكان الصغير المنفصل عن كيانات كبيرة المدى (Entities larges-scale) أو الجزء وليس الكل، كما يتعدد المعنى في سياقات عالمية أوروبية فالبعض يعبر بها عن الخصائص القومية والآخر يشير إلى عناصر

¹ - إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ط1، دار الهناء للطباعة، القاهرة، 1979، ص 256.

من الجوار والقرية والمدينة والمقاطعة، وبمفهوم متزن نظامي يشير مفهوم المحلي إلى عيان صغير نسبياً.¹

كما أنه يمكننا الفصل بين (المحلي) والوطني من خلال التعارض والتلاقي بين الخاص العام، ونستعين بما حدده جورج بالوندي (George Balandier) في ملتقى رهانات المحلي (L'enjeu local) سنة 1980 من خلال مداخلة قدم فيها مجموعة من الدلالات التي توحى بها مفهوم المحلية وهي:

نكتشف المجتمع ونتمرن عليه على الصعيد المحلي، فمن خلاله تتكون شخصيتنا الاجتماعية. كما تتحدد الرهانات (les enjeux) الخاصة بالحياة اليومية، الحياة الأتية على المستوى المحلي.

و أيضا تتشكل شبكة من العلاقات المكثفة الملموسة المندمجة في الحياة اليومية على الصعيد المحلي. بالإضافة إلى جملة من العوامل أعطت أهمية متزايدة للمحلي نذكرها: مظاهر التجانس والتميط وبروز نزعات الفردانية بفعل تطور الحياة الاجتماعية وما نجم عنه من تفكك في الروابط الاجتماعية والاسرية التقليدية وما حققه من أوقات فراغ ولا مركزية إدارية.

كما كان لحركية المجتمع المدني وفعاليته المتزايدة في تجسيد حق المواطنة والمشاركة في الحياة المحلية.²

إن كلا من المنافسة الشديدة على الأسواق وتعدد أشكال التنافس والعراك السياسي على الصعيد المحلي دون أن نغفل ممارسات انتزاع هامش من حرية التعبير. كل هذه العوامل وغيرها ساهمت في تفسير الانفجار في وسائل الاتصال المحلية في المجتمعات المتقدمة.

¹ - صالح محمد حميد، الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، ط1، دار غداء للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص (56-57)

² - نصر الدين لعياضي، اشكالية المحلي علاقة وسائل الاتصال بالمجتمع، العدد 15 جانفي، جوان 1997، المجلة الجزائرية للاتصال، 1997، ص 34.

من خلال ما سبق يمكننا وضع مصطلح المحلي في إطار "أن وسائل الإعلام المحلية هي وسائل معدلة يستخدمها المجتمع المحلي لغرض أفراد، يتقرب منها أعضاؤه للمعرفة والتسلية، كما أنها وسائل إعلام تقوم على أغراض المشاركين في المجتمع المحلي أكثر من اعتبارها وسائل تعبير لأجله، فهي تحقق تبادل وجهات النظر والأخبار وليس فقط مجرد النقل من مصدر واحد إلى آخر.¹

وبالحديث عن المحلي ووسائل الاتصال المحلية يجدر لنا أن نخرج على مستقبل هذه الرسالة المحلية أو النطاق الذي تشمله وسائل البث ممثلة في الإعلام المحلي.

2 تعريف المجتمع المحلي:

تتباين المجتمعات المحلية فيما بينها ليس حجما فحسب وإنما من حيث الخصائص العامة وهناك أنواع كثيرة منها المجتمعات الريفية والمدن المكتظة بالسكان والمدن الصغيرة، ولعل من بين التعريفات المبكرة التي تناولت المجتمع المحلي ما قدمه "ماكيفر Maciever" و"بيج Page" حيث يعتبران المجتمع المحلي جماعة أما صغيرة العدد أو كبيرة يعيش فيها الأعضاء بطريقة تشاركية يتقاسمون ظروف الحياة اليومية الأساسية، وبإمكان الفرد أن يقضي كل حياته داخلها.²

وبهذا نفهم أن المجتمع المحلي يقوم على ركيزتين الأولى هي الإقليم الذي يشغله والثانية هي الشعور المشترك الذي ينبع من المصالح ووحدة المصير وأيضا العلاقات الاجتماعية.

عبد المجيد شكري يعرف المجتمع المحلي فيقول إنه "عبارة عن مجتمع محدد الوجود، فوق أرض محدودة المساحة، يقوم معظم أفراد بنشاط اقتصادي رئيسي، وقد يكون النشاط الرئيسي حرفيا، وبهذا ينسب المجتمع المحلي إلى طبيعة النشاط الذي يمارسه معظم أعضائه كحرفة رئيسية". أما بالنسبة لإبراهيم عبد الله المسلمي فإن المجتمع المحلي هو جماعة من الأفراد يشغلون حيزا جغرافيا أو إداريا محدودا، يشتركون في مجموعة التصورات والقيم، مما

¹ نصر الدين العياضي، المرجع نفسه، ص 74.

² - نخبة من أساتذة علم الاجتماع، علم اجتماع المجتمعات الجديدة، ط1، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية مصر، 2003، ص 8.

يجعلهم مترابطين تمام الارتباط، ولكل فرد منهم موقع اجتماعي ودور محدود يؤديه. تحكمهم أنظمة اجتماعية مشتركة في سبيل مواجهة احتياجاتهم الضرورية.¹

وهي ذات الفكرة التي أدرجها العالم الاجتماعية دينيكن متشيل في حديثه عن المجتمع المحلي حيث يراه جماعة من الناس تقطن رقعة جغرافية معينة تربطهم مصالح مشتركة عبر مزاولة نشاطات اقتصادية وسياسية، يحتكمون إلى أنظمة اجتماعية وإدارية، كما أن لها ذات المصالح والشعور والأهداف المتبادلة.²

ومن خلال كل ما تم الوقوف عليه من تبيان العلاقة المتينة التي تجمع كلا من الاعلام ومفهوم المحلية يمكننا رصد مجموعة التعريفات التي قدمها الباحثون للإذاعة المحلية على النحو التالي:

هي الإذاعة التي تخدم مجتمعا محددا ومتناسقا جغرافيا واجتماعيا واقتصاديا، مجتمع تميزه البيئة الثقافية والاقتصادية الخاصة، تغطيه رقعة الارسال المحلي بوجود حدود جغرافية تحده، إن الإذاعة المحلية كوسيلة اتصال جماهيري مرتبطة أساسا بمجتمع خاص محدود المعالم والظروف.

تعريف آخر يرى في الإذاعة المحلية ذلك الجهاز الاعلامي الذي يخدم مجتمعا محليا ما معناه أنها تخاطب من خلال مضامينها جمهورا خاصا يتميز بمحدودية الحجم والمساحة التي يشغلها.

في حين هناك من يعرف الإذاعة المحلية على اعتبار أنها ذلك الجهاز الاعلامي الذي يقوم على خدمة المجتمع المحلي عبر برامج تخاطب مجتمعا خاصة محدودا العدد والمساحة الجغرافية وهو متجانس من الناحية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية وفي سبيل تقديم خدمات هو بحاجة إليها ليتحقق التفاعل بينهما.

على اعتبار أن الجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي.³

¹ - إبراهيم عبد الله مسلمي، الراديو والتلفزيون وتنمية المجتمع المحلي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1996، ص 40

² - دينيكن متشيل، معجم على الاجتماع، ترجمة إحسان محمد الحسن، دار الطليعة، بيروت، لبنان، 1981، ص 49.

³ عبد المجيد شكري، الاعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2007، ص 107

وهي بهذا الوسيلة الإعلامية التي تعبر عن واقع المجتمع المحلي، وتخطب جمهورا خاصا يعيش فوق رقعة جغرافية محدودة المساحة، مجتمع متناسق متجانس من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على الرغم من وجود فوارق فردية حتمية. بغض النظر عن كونه مدنية أو مجموعة قرى أو حتى مدنا صغيرة متقاربة تجمعهم وحدة ثقافية واجتماعية متميزة بحيث تكون الإذاعة المحلية هي صوتهم ومجالهم الطبيعي، حيث يرى أفراد المجتمع أنفسهم من خلالها ويتمثلون صورهم فهي تعكس بذلك أذواقهم وأفكارهم، تعبر عن مصالحهم وتصدق بلهجتهم الخاصة.¹

فهي المنبر الخطابي الذي يقدم الأخبار المتعلقة بهم والأسماء القريبة منهم، ناهيك عن دورها في تقديم ألوان الفنون والمهارات الجمالية، التي يميلون إليها ويرتاحون بها ولها. إن الإذاعة المحلية بهذا المفهوم مرتبطة ارتباطا وثيقا بحياة الأفراد اليومية ومتصلة ببيئتهم الثقافية ما يجعل مضامينها انعكاس للحياة بكل مجالاتها.

ولما أصبح مفهوم المحلية من خلال العولمة واقعا آخر أشمل وأرحب لا علاقة له بالتضاريس والجغرافيا بل مقترنا بثقافة مجتمع بأكمله ولا يدرك جوهره إلا في وجود حدود ثقافية معينة، " فالمحلية بعد ثقافي مترامن مع ابعاد أخرى والعلاقة ليست علاقة إخاء وتجاوز وإنما علاقة صراع لتأكيد الذات "2

نخلص في الأخير أن مفهوم الإذاعة المحلية تبعا لمفهوم المجتمع المحلي هي عبارة " عن جهاز اعلامي يخدم مجتمعا محليا ".

أي أن الإذاعة المحلية وإن كان واجبها عموما الاخبار والإعلام والتثقيف والترفيه خدمة لمواطن داخل مجتمعه وتلبية حاجاته المختلفة، إلا أن عليها إلتزام حاص يربطها بنوعية الحياة في المجتمع المحلي.³

1 منى سعيد الحديدي، سلوى امام علي، الاعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، ط2، القاهرة، 2004، ص 160

2 عبد الله الحديدي، الاعلام المحلي في الإذاعات العربية، مجلة الإذاعة العربية، اتحاد اذاعات الدول العربية، العدد2، 1998، ص124

3 نصر الدين لعياضي، مؤشرات البحث العلمي الإعلامي، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 4، معهد علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 1990، ص 66

الإذاعة المحلية إذاعة تخاطب مستمعا محددا له مصالحه وارتباطاته الاجتماعية المعروفة وله تقاليده وعاداته وتراثه الفكري والخاص. هي تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة، ومجتمعها له خصائصه الاجتماعية والثقافية المتميزة. بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من الفوارق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد. فهي تفاعل مع أفراد هذا المجتمع المحلي، كانوا سكان قرية واحدة أو مجموعة قرى.¹

أنه من بين التعريفات التي يمكن تقديمها للإذاعة المحلية أنها: "البث المحلي لتلك المحطة التي تشتغل في المجتمع، والمنشأة فيه بهدف خدمة هذا المجتمع، وعكس صورته وتوصيل صوته من خلال أفراد هذا المجتمع نفسه. قد يكون هذا المجتمع ذو صيغة إقليمية أو جغرافية كأن يكون عبارة عن بلدة أو قرية صغيرة أو مقاطعة، كما يمكن أن تكون من الأفراد التي تجمعهم اهتمامات مشتركة دون أن يقتضي ذلك العيش معا في إقليم جغرافي واحد وهكذا يمكن إدارة هذه المحطة وتنظيم عملها بواسطة مجموعة واحدة أو عدد من المجموعات المجتمعية معا أو مجموعة من الأفراد أو المواطنين.

3 فروقات الإذاعة المحلية عن الإذاعات الأخرى:

تصنف محطات الإذاعة على اعتبار قوة إرسالها أو بحسب المعيار الجغرافي ويمكننا رصد الفرق بين الإذاعة المحلية عن غيرها من باقي أنواع الإذاعات الأخرى عبر تقديم تعريفات دقيقة لكل منها تسهل من عملية فهم تباين المصطلحات التي باتت تفرق العديد من المستخدمين في هذا الميدان.

أ - الإذاعة المحلية:

والتي يشتق اسمها من المجتمع المحلي الذي تخاطبه، وتتشت من خلاله، عبر جهاز اعلامي يبث برامجها الى جمهور محدود العدد، يشغل مساحة محددة. وتطبعه عديد الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والثقافية المتناسقة والمتجانسة.

¹ منى سعيد الحديدي، سلوى امام علي، مرجع سابق، ص 161

على اعتبار أن أفراد الجمهور هؤلاء من سكان القرية الواحدة، أو القرى المتقاربة أو حتى المدينة الكبيرة.

ب - الإذاعة الإقليمية:

ولعله أكثر المصطلحات خطأ عند الباحثين على حد رأي عبد المجيد شكري وعليه فقد عرفها في كتابه "الإذاعة المحلية لغة العصر" بأنها: "اذاعات تخاطب مجتمعات تعيش داخل اقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة، فقد يفصل بين هذه الأقاليم حاجز أو أكثر من حواجز اللغة والدين والحواجز الجغرافية مما يجعل كل اقليم مستقل بذاته".

وبالتالي فإن الإذاعة الإقليمية تثب برامجها من عاصمة الإقليم، وتقدم برامج خدمة لأبناء الإقليم بأكمله، في ذات الوقت تفهم أنه يتعين علينا أن نجد بالضرورة كل اقليم هو عدد من مجتمعات محلية متناسقة ومن الطبيعي أن تنشأ بينها اذاعات محلية صغيرة.¹

ج - الإذاعة الوطنية أو المركزية:

وهي الإذاعة التي تثب برامجها من عاصمة الدولة، ولها قوة بث تسمح بتغطية البلد بأكمله، ويعبر صوتها حدود الدولة، تقوم برامجها على خدمة غالبية المواطنين وتهتم بالكليات فهي تخاطب أفرادا مختلفين من حيث الاهتمامات والوظائف والثقافات والتقاليد. فهي لا تخصص خطابها خلافا للإذاعة المحلية التي ترتبط ارتباطا وثيقا بهذه الخصوصية والتميز لرقعة جغرافية معينة يقطنها افراد معينون بذلك.

د - الإذاعة الدولية:

وهي تلك الإذاعة التي توجه من داخل دولة معينة إلى دولة أخرى، وتكون بلغة ملائمة لسكان تلك الدول، من أمثلتها اذاعة صوت العرب، صوت أمريكا، ويكون الارسل بطول موجات متفق عليه.²

المطلب الثاني: الإذاعة المحلية في الجزائر:

تتمتع الإذاعة المحلية بالجزائر بشعبية كبيرة وبرامجها مسموعة لدى جميع الفئات، ان هذا القبول الواسع نتيجة طبيعية وهي تسعى لتلبية عديد الرغبات وتحقيق تطلعات

¹ - عبد المجيد شكري، الإذاعة المحلية لغة العصر، د ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987، ص59.

² - عدلي السيد، محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، د ط، دار الفكر العربي، القاهرة، د س، ص 146.

المستمعين آخذة في ذات الوقت دوافعهم ومتطلباتهم الجديدة. إلى جانب تكفلها بالمحافظة على التراث الثقافي والجذور الحضارية التي تميز وجودهم، كما أن ترسيخ الهوية وتعزيز الانتماء والتعبير عن العادات والتقاليد والأعراف والدين من أولويات أهدافها التي تقوم عليها والتي يختص بها مجتمع محلي عن غيره.

إن عهد التعددية الإعلامية الذي دخله قطاع الإعلام في الجزائر، بموجب "دستور" 1989 والذي أكدته "قانون 1990" جسد الانفتاح وأدخل الإعلام المسموع عهداً جديداً تميز بالانتشار الواسع لمحطات البث الإذاعي كماً ونوعاً. فبالإضافة القناة الوطنية الأولى الناطقة بالعربية أنشئت قناتين وطنيتين الثانية ناطقة بالأمازيغية، والثالثة باللغة الفرنسية، ثلاث قنوات متخصصة (الإذاعة الثقافية، إذاعة القرآن الكريم، وإذاعة البهجة الموسيقية)

وانطلقت مشاريع الإذاعات الجهوية أو المحلية تجسدت في أربع محطات على التوالي (إذاعة الساور) ببشار (1991)، إذاعة متيجة (1991)، ثم إذاعة ورقلة (1991)، وأخيراً إذاعة الأغواط (1991). تلتها دفعة واحدة انطلاقة ثلاث محطات إذاعية جديدة أخرى (تمنراست - تلمسان - سطيف).

أما سنة 1998 فكانت سنة التوسع بانطلاق 13 إذاعة جهوية. وزاد حجم البث الإذاعي من ساعتين إلى أربع ساعات وأكثر. وقد كانت للتوصية الثقافية لبث المناطق معياراً أساسياً فيها لذا. تم إدخال اللهجات (كالبائلية، الشاوية والمزابية) في البعض منها¹.

بحلول عام 2001 ودخول الجزائر العشرية الـ 21 من القرن الحادي والعشرين وجدت نفسها في مرحلة تثبيت سياستها الإعلامية المنبثقة من قانون الإعلام أبريل 1990، تتوالى عمليات الإنشاء لتبلغ سنة 2010 (46) إذاعة محلية تبث فعلياً. 2 تقوم على الوظيفة الإخبارية والتفاعلية الجوارية. كانت آخرها محطة بومرداس الجهوية في التاسع من شهر أوت 2012. 3

¹ - حفيظة محلب، الإذاعة المحلية والهوية الثقافية في ظل تحديات العولمة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية،

المجلد 11، العدد 1، جوان 2018، ص 375

2 أحمد شرماطي، الإذاعات الجهوية في الجزائر: كسب رهان الجوارية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 2، تونس،

2010، ص 100

3 حفيظة محلب، مرجع سابق، ص 376

إن المتمعن في هذه التواريخ يفهم حقيقة أن الإذاعة المحلية في الجزائر لم تظهر إلا في سنوات متأخرة ومرد ذلك الى العوائق القانونية والسياسية على الرغم من وجود عدة مجتمعات محلية تتميز في العادات والتقاليد واللهجات. وقد ورثت الجزائر عن السلطات الاستعمارية هياكل إذاعية محدودة الانتشار كانت مسخرة لخدمة الخطاب السياسي الاستعماري فقط.

وقد قوبلت الإذاعة بالرفض من طرف الجزائريين لما كان يشعر به من قطيعة واغتراب بها، فهي لا تعبر عنه ولا تنقل تطلعاته ولا آماله بل كان الأمر أشد خطورة حين باتت خطاباتها معاول هدم لمقومات حضارتنا الإسلامية وطمس لهويتنا كما أنها كانت إذاعة خارج التراب الوطني.

وقد قسم العديد من الباحثين تاريخ الإذاعة في الجزائر إلى: مرحلة ما قبل الاستقلال

1962:

عرفت الجزائر أول جهاز إرسال إذاعي عام 1925 بمبادرة من مصلحة البريد والمواصلات الفرنسية¹، وهي مرحلة عهد الإذاعة المتوسطة الموجة، أما أول إرسال إذاعي رسمي في الجزائر المستقلة فقد انطلق عام 1962.

في منتصف الأربعينيات شهدت الجزائر تطورا كبيرا في أجهزة البث، وتم انشاء محطات بث بكل من الجزائر العاصمة، قسنطينة، وهران، وكانت ناطقة باللغتين العربية والفرنسية. أما بالنسبة لأول إذاعة عربية كان ذلك عام 1943، ثم تلتها إذاعة بالقبائلية عام 1948، ما أدى الى مضاعفة عدد المستمعين الى 38 ألف مستمع عام 1956.

كما تميزت هذه الفترة بإدخال التحسينات التقنية الجديدة فتوسع مدى الإرسال ليبلغ حوالي 322 كيلومترا عام 1954 بعدما كان لا يتجاوز 200 كيلومترا سنة 1946، ما ساهم كذلك في تطوير مضمون الإذاعة وزيادة الاقبال على برامجها.

مع اندلاع الثورة التحريرية، لعبت الإذاعة دورا مركزيا في خدمة الكفاح الوطني من خلال نقل أخبار المعارك والبيانات العسكرية، وكان الإعلام سلاحا فعالا استخدم لتعبئة

¹ أبو القاسم سعد الله، التاريخ الثقافي للجزائر، دار المغرب الإسلامي، بيروت، لبنان، 1998، ص 300

الراي العام ومن خلال ذلك ظهرت الإذاعة السرية " صوت الجزائر المكافحة " التي كانت تبث من منطقة الريف المغربي، قبل ان يصبح لجيش التحرير الوطني محطات متنقلة تابعة له.

مرحلة بعد الاستقلال سنة 1962:

هي الفترة التي ورثت فيها الجزائر شبكة البث الفرنسية وأعادت تنظيمها بما يتوافق والإطار الوطني الجديد، وكان أبرز الإنجازات إلحاق الإذاعة والتلفزيون بوزارة الإعلام والاتصال سنة 1967، كما تم انشاء مديريات فرعية متخصصة، إلى أن أصبحت كل إذاعة مؤسسة مستقلة بذاتها عام 1986 بعد صدور قرار إعادة هيكلتها.¹

وعلى العموم يمكننا رصد خريطة الشبكة البرمجية للإذاعة الجزائرية بعد الاستقلال كالتالي:

1- شبكة برمجية ناطقة باللغة العربية:

تجسدت في كل من العاصمة عن طريق جهاز بقوة بث 100 كيلواط، ووهران بجهاز بث 40 كيلواط، بينما قسنطينة بجهاز بث واحد بقوة 20 كيلو وكلها تعمل على الموجات المتوسطة. بالإضافة الى جهاز يعمل بالموجات القصيرة.

2 - شبكة البرامج الناطقة بالقبائلية:

وهي شبكة تعمل في العاصمة بجهاز بث قوته 40 كيلو واط بمنطقة اولاد فايت وآخر بعين الحمام بجهاز قوته 1 كيلواط عن الموجات القصيرة.

3 - شبكة البرامج الناطقة بالفرنسية:

فنجذ جهازين للبث بقوة 100 كيلواط للجهاز الواحد يتمركزان في كل من العاصمة ووهران. وفي إطار ذات الشبكة نجد بها جهازي بث بقوة 250 كيلواط، وفي عنابة وأخرى في بجاية بقوة 1 كيلواط أما عن الموجات القصيرة التي تبث بها هذه الشبكة فتوجد بالجزائر العاصمة بقوة 500 كيلواط ما يشير إلى أن البث الإذاعي بعد الاستقلال بقي بنفس اللغات التي كانت تبث بها البرامج في الفترة الاستعمارية. كما عمدت الدولة الجزائرية إلى توفير

¹ - زهير احداث، تاريخ الاذاعة والتلفزيون، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989، ص 99.

أجهزة استقبال وقد وصل العدد عام 1978 إلى ثلاثة ملايين جهاز ليرتفع على سنة 1982 إلى خمس ملايين جهاز.¹

مرحلة إعادة الهيكلة:

في سنة 1986 عرفت مؤسسة إذاعة التلفزيون الجزائري إعادة هيكلة نتج عنها أربع مؤسسات مستقلة وهي كالتالي:

- المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة
- المؤسسة الوطنية للتلفزيون
- المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزيوني.
- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري.

وعلى إثر ذلك حظيت المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة بالاستقلالية التنظيمية والمالية والتقنية، ما مكنها من التطور إكانيا وأداء في مجال الخدمة العمومية، بتحويلها إلى مؤسسة عمومية حسب ما نص عليه مرسوم: 20 أوت 1991. فأصبحت الإذاعة الجزائرية ذات طابع صناعي وتجاري وتمارس مهنة الخدمة العمومية في مجال البث الإذاعي المسموع طبقا لأحكام دفتر الأعباء الذي يحث على ضرورة إعلام المواطن بكل ما يتعلق بالحياة الوطنية والجهوية والمحلية والدولية وتعزيز الاتصال الاجتماعي بالإضافة إلى حماية الهوية الوطنية بكل مقوماتها.

استطاعت الإذاعة الجزائرية مواكبة التحولات السياسية والاقتصادية وحتى الإعلامية التي شهدتها البلاد منذ دستور 1989، إن السير الهادف بالمخطط الإعلامي الوطني حملها على التجاوب مع التعددية السياسية والإعلامية فيما بعد من خلال تعزيز لغة الحوار وقبول النقاش الحر والتعبير الديمقراطي حقق لها الشأن الكبير لدى الرأي العام منذ سنة 1991 والخطى التنموية نحو بناء اعلام وطني هادف ثابتة عبر تنويع العرض البرمجي وتوسيع

¹ Pigé, François. *Radiodiffusion et télévision au Maghreb*. Série G: Études Maghrébines, n° 06, Fondation Nationale des Sciences Politiques, 1966.

الانتشار لتشكيل منظومة الإذاعة الجزائرية متكاملة كما هي عليه الآن في جميع الإذاعات المحلية.¹

المطلب الثالث: خصائص الإذاعة المحلية:

- إن الإذاعة المحلية هي الناطق باسم أفراد المجتمع المحلي، تهتم بتلبية حاجاتهم وحل مشاكلهم ونقل آمالهم.
- إن استخدام اللغة البسيطة والأسلوب السهل واستعمال اللهجة المحلية عامل هام في نشر الثقافة داخل المجتمع المحلي وإحياء التراث المحلي الأدبي والفني. كما أنها تعمل على ترسيخ روح الانتماء وبث التضامن وتوطيد الرابط الاجتماعي الوطني بين مختلف الأفراد وتعزيز المنظومة القيمية المحلية.²
- على الرغم من كون الإذاعة محلية جهاز اعلامي مرتبط ارتباطا وثيقا بأفراد المجتمع المحلي وحياتهم اليومية إلا أن الخبر الذي
- تقدمه لا يقتصر على المستوى المحلي فحسب بل هو كل خبر يهم أفراد المجتمع المحلي سواء كان محليا أو قوميا أو عالميا.
- على الإذاعة المحلية أن تكون الأسبق في نقل الأخبار والأحداث المتعلقة بالمجتمع المحلي، وتحسين الخدمات الموجهة لأفراده ومعالجة المشاكل اليومية التي تطبع الحياة المحلية وتمس المواطنين بشكل أساسي هناك.³
- يتأثر الأفراد بالإذاعة المحلية بصفة جماعية فنظرا لخفة وزنها وقلة ثمنها يساعدها ذلك على الانتشار ودخول البيوت النائية في المداشر بالإضافة إلى دورها في ترسيخ القيم الاجتماعية والدينية والثقافية في المجتمع.

¹ - مختار جولي، دور الاعلام الوطني في الثورة التحريرية من التأسيس الى الممارسة (1954- 1962)، مجلة العبر للدراسات التاريخية والاثنية في شمال افريقيا، المجلد6، العدد2، جوان 2023

² - حسن عماد مكاي، الأخبار في الراديو والتلفزيون، د ط، المكتبة الأنجلو مصرية، مصر، 1998، ص 35.

³ - محمد منير حجاب، الاعلام والتنمية الشاملة، د ط، دار الفجر للإنتاج والتوزيع، 1998، مصر، ص 247.

- كان للإذاعة المحلية الدور الفعال في تجسيد قيم المواطنة والانتماء وتحقيق الممارسات الديمقراطية إضافة إلى خلق الاتجاهات عن طريق تدعيم معايير السلوك الايجابية والاتجاهات السليمة ورفع تطلعات الأفراد والإمام بكل ما يجري من حولهم.¹ وعلى العموم هناك عدة خصائص اشترك فيها الباحثون والتي ينبغي مراعاتها عند التخطيط الإعلامي الإذاعي ومخاطبة الجمهور تذكر منها:

1 خصائص تقنية وتكنولوجية:

تعتبر الاذاعة وسيلة اتصال قوية فهي تستطيع الوصول إلى أعداد كبيرة من الناس معتمدة في ذلك على قدرتها في تخطي الحواجز الطبيعية والغير الطبيعية ونقصد بالطبيعية ما تعلق بعوامل الأرض والمناخ من جبال وأنهار وبحار ورياح وغير الطبيعية المصطنعة كسوء العلاقات السياسية بين الدول وقلة المواصلات، وكل ما من شأنه أن يمنع استقبال الرسالة أو الإرسال الإذاعي.

مقارنة بالصحف والتلفزيون تعد الإذاعة الوسيلة الأسرع من بين وسائل الاتصال الجماهيري سرعة، تتفرد هكذا بالسبق الصحفي، وبالتالي تمنح الأثر الأول للخبر الذي لا يحى بسهولة.

تستخدم الإذاعة المؤثرات الصوتية للتعبير عن المكان والزمان والحركة وتتنوع بين الطبيعية والاصطناعية.

2 خصائص مادية:

الانتشار الواسع للمذيع نظرا لانخفاض سعره، فلقد تبين أنه في عام 1969 كان يتواجد حوالي 653 مليون جهاز مذياع لاستقبال البرامج الاذاعية، وتشير التقديرات إلى أن العدد وصل إلى مليار ومائتي مليون جهاز موزعة على 216 دولة.²

¹ - حسن عماد مكاي، مرجع سابق، ص 35.

² - فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص ص (136-137).

3 خصائص اجتماعية وبشرية:

إن نجاح التخطيط للإذاعة المحلية لن ينجح دون مراعاة أن هناك ظروفًا خاصة للمجتمع المحلي، تطبع عليه التمايز والخصوصية والتي تتباين من مجتمع إلى آخر ومن منطقة إلى أخرى وبسببها تقوم العلاقة الجدلية القائمة بين التغيير الاجتماعي ووسائل الاتصال وهذا من خلال:

- تزايد الاستماع للمذياع الذي تحول إلى سلوك بغض النظر عن النوع والحالة الاجتماعية والسن.
- تقوم الإذاعة بتحديد ملامح الصورة المزاجية للمستمعين فالصباح روتين اليقظة والنشاط والتقاؤل بينما برامج المساء والسهرة فهي لنفسية تبحث عن الإمتاع والاسترخاء والاستسلام للنوم أخيرًا.
- لا يعد الجهل بالقراءة والكتابة معيقًا أمام وصول الرسالة المسموعة، وهذا ما يجعل المذياع وسيلة ملائمة لظروف مجتمع تطبعه الأمية.
- لا يتطلب المذياع جهدًا عضليًا ولا عصبيا ولا يأسر العين فيحول بين المستمع وأداء نشاط آخر أو القيام بعمله الضروري.
- لعل أهم أسباب ترك المذياع مفتوحًا دائمًا في البيوت هو إحساس الألفة الذي يشعر به المستمع وبأنه عضو في جمهور كبير.
- يعمل الراديو على بعث روح الانفعال والحركة فخاصية الاستماع مقرونة بمزاولة نشاطات عديدة في آن واحد.
- نظرًا للألوان الاتصالية المختلفة التي تتيحها الإذاعة على غرار التمثيلية والربورتاج الإذاعي والأغنية والمؤثرات الصوتية تعمل هكذا على تهيئة آذان المستمعين لتلقي الرسالة وخلق جو نفسي لتقبل الفكرة وحدوث الاقتناع.¹

المطلب الرابع: أهداف الإذاعة المحلية:

من خلال رصد خطط التنمية التابعة لمؤسسات الإذاعة والتلفزيون اتضح أن من أولويات إنشاء الإذاعة المحلية الأمور التالية:

¹ - محمد منير حجاب، الاعلام والتنمية الشاملة، مرجع سابق، ص 246.

- 1- تعزيز فضاءات حرية التعبير للرأي والرأي الآخر، كمرتكز أساسي لحق الإنسان في التعبير عن آرائه وأفكاره بحرية تامة
- 2- تنمية الوعي بحقوق الإنسان والحريات المدينة والشخصية
- 3- تجذير حق الفرد في التمتع بحياة آمنة وأيضاً حقه في التنمية المستدامة
- 4- الإسهام الفاعل في تعديل الاتجاهات المتحيزة خاصة تلك التي تتعلق بالمرأة
- 5- جعل الوعي البيئي أحد المقومات الأساسية المكونة للشخصية الثقافية للفرد في بناء علاقته بمحيطه الاجتماعي
- 6- التعريف بالعادات والتقاليد والقيم الاجتماعية السائدة وتعزيز روح الانتماء الوطني وتغطية شاملة لنشاطات الحقل الثقافي وفعاليات الابداع الأدبي والفني بما يرسم معالم هوية حضارية كاتبة للمجتمع
- 7- تحقيق النهج الديمقراطي كخيار وطني لبناء الدولة
- 8- رفع الوعي القانوني لدى المواطنين من خلال إبراز حقوق فئات المجتمع على غرار المرأة والطفولة بما تمليه الشريعة الإسلامية السمحاء والقوانين والاتفاقيات الموقعة عليها بلادنا.
- 9- عكس جهود الدولة بالاهتمام بقضايا الفئات ذات الاحتياجات الخاصة بإبراز ابداعاتهم ومواهبهم.
- 10- الاهتمام بقضايا الشباب ومواهبهم الاجتماعية والثقافية والتعليمية وضرورة خلق وعي مشترك بأهمية التعليم المهني والتقني لديهم وهو ما يتطلبه سوق العمل وصولاً للحياة المعيشية المستقرة
- 11- ترسيخ قيم وأخلاقيات الدين الإسلامي الحنيف في كافة مجالات الحياة.
- 12- الإلمام بجميع قضايا المجتمع المحلي في شتى المجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وإبراز دور السلطة المحلية.
- 13- رفع الوعي لدى المواطن بضرورة المحافظة على المنجزات التي تحققت له كمكاسب اجتماعية جماعية في جميع المجالات بما يخدم أمنه واستقراره.

14- ترسيخ قيم المواطنة وتثبيت الوعي الوطني بالوحدة والانتماء الاجتماعي ما يظهر ثماره عبر الالتزام بقانون الدولة تحقيقاً للاستقرار.

15- إبراز المشاريع التنموية بصفة مستمرة من خلال ربط المواطن بمتطلبات التنمية ومشروعات وجهود الدولة، وأيضاً إعلامه بما تحقق من إنجازات فيها. بالإضافة إلى دعوته لمساندتها وحثه على المشاركة فيها. مع ضرورة توعيته بخطورة المشاكل التي تواجه المجتمع، وتبيان دوره في سبيل التصدي لها، دون أن ننسى أن الإذاعة تعمل على تدعيم مشاعر التآخي والتآزر وتوثيق الرباط الجماعي والاجتماعي بين أفراد المجتمع وهيئاته.¹

عديدة إذا هي الأسباب والدوافع التي تفاعلت ليتبلور عنها مشروع انشاء محطات إذاعية جهوية محلية ومن بين هذه الدوافع:

- تقدم الاذاعة المحلية كل ألوان الإنتاج الإذاعي من برامج ترفيهية، ودينية والثقافية وإعلامية وكذا البرامج التعليمية وأيضاً الاقتصادية، كما تحقق البرامج الإشهارية بعض الخدمات الاعلامية والتجارية.
- خدمة جمهور المجتمع المحلي وتقديم المواد التي يصعب تقديمها في البرامج العامة.
- خدمة الثقافة الوطنية عبر برامج وأبحاث تشيد بالإرث الحضاري وتحافظ على مقوماته الثقافية.
- إبراز الثقافة الشعبية المحلية وترسيخ قيمها ومكوناتها الحضارية فهي أساس الشخصية الوطنية وأيضاً المحافظة على الهوية الثقافية الخاصة بالمنطقة.
- تحقيق التنمية الفكرية كجسر تواصل لنقل ما يريده الجمهور المحلي.²

¹ - صالح محمد حميد، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، دار غيداء للنشر، ط1، عمان، الأردن، 2012، ص ص (115-116).

² - مصطفى العليان، عبد الباسط مصطفى محمد، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، د ط، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 1999، ص 9.

المطلب الخامس: أسباب انتشار الإذاعات المحلية:

يقول الدكتور عبد المجيد شكري بخصوص ظهور الإذاعة المحلية ووسائل الإعلام المحلية بصفة عامة أنه قد تم توجيه العديد من الاعتراضات والتساؤلات التي شملت الإنكار الكامل لأهمية وجودها، إلا أن التجربة أثبت أن الوسائل الإعلامية المحلية فاعلة في المجتمع المحلي وأنها تقوم بدور أساسي حضاري بالدرجة الأولى من عديد النواحي، أهمها هو الربط بين أبناء المجتمع المحلي مع بعضهم البعض، وبين ذلك الجهاز الاتصالي الذي يشعر كل مواطن من الوهلة الأولى أنه ليس وحده، بل عضو في بناء اجتماعي يقر بوجوده في ظل ما بات يشعر به إنسان العصر الحاضر من مشاعر الانعزالية والابتعاد عن الآخر بسبب الظروف والضغوطات الاجتماعية والنفسية والحياتية المعقدة، ولهذا نعود لنؤكد على أهمية الخدمة التي تقوم عليها الإذاعة المحلية لأبناء المجتمع المحلي إما بجانبها المتعلق برصد مشاكلهم وانشغالاتهم أو توفير جو من الترفيه والاستئناس حال الوحدة والقلق، ويرجع الدكتور أسباب التوجه نحو الإعلام المحلي عامة والإذاعة المحلية بصفة خاصة إلى ما يلي:

1- الحفاظ على الهوية:

يقوم الإعلام المحلي بدور فعال من الناحية السياسية فهو يسعى للتأكيد على ما نطلق عليه السيادة الوطنية. وهذا من ناحية إعلامية في مواجهة كل ما من شأنه أن يقزم من حجم الإعلام الوطني أو إضعاف أثره، كما تتحقق هذه السيادة أيضا من خلال ممارسة كل فرد من أبناء المجتمع حقه في الاتصال، وحقه في نصيب عادل من إعلام وطنه وأن يجد كل مواطن نفسه حاضرا في مختلف وسائل الإعلام الوطنية.

ولعلنا لن نبالغ اذا قلنا أن المحلية هي أساس وجود كل مواطن، فيها يوجد ومنها ينطلق إلى آفاق أوسع وصولا إلى العالمية، فمفهوم المحلية يساعد كل فرد على تحديد معالم شخصيته الاجتماعية والثقافية وأن يحقق وجوده فوق أرضه بكل خصوصياته بما يعرف بالهوية والانتماء يعيشها بكل ملامحها الحضارية والثقافية ويشارك في الحفاظ على مقوماتها لينمو راسخا، شامخا ويكبر معتزا بهذا الانتماء الجماعي فلا يضيع بين الثقافات والهويات بتأثير ممارسات تسعى نحو طمس هوية الآخر وإلغاء وجوده الحضاري ذلك أن أخطر ما

تواجهه شعوب اليوم في ظل ما يعرف بالعولمة هو الضياع بين الثقافات، والأمر ليس قاصرا على المجتمعات المحلية. أو الدول النامية فقط، بل هو يطال الدول الغنية التي باتت تسعى جاهدة هي الأخرى للحفاظ على الهوية الثقافية الخاصة بشعوبها حتى لا تذوب في الثقافة الامريكية خاصة.

2- دعم وتغيير وتعديل الاتجاهات:

إن وسائل الإعلام المحلية في ظل الاستخدام الأحسن والاستغلال الأمثل لها قادرة على إحداث التغيير وتحقيق التنمية باختلاف أبعادها البشرية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وهذا بوتيرة مدروسة متناسقة لا تأتي بين يوم وليلة، وهي عمليات تتضح معالمها عبر الدراسات الجادة والموسعة تشمل دراسة رجع الصدى والتأثير، الظاهر والكامن للإعلام المحلي عموما. ولكنه يظهر بوضوح في التغيير الذي يشمل التحول في الآراء والاتجاهات لذلك فمن المتوقع أنه في ظل وجود وسائل الإعلام المحلية أن تظهر الفرصة المواتية لحدوث التغيير بفضل التعرض الانتقائي للوسيلة الإعلامية، التي يختارها المواطن في المجتمع المحلي، فكل مواطن يقبل هكذا على الوسيلة التي يفضلها ويرى نفسه من خلالها، والتي من شأنها أن تدعم اتجاهاته وقد تغيرها أو تعمل على تعديلها.¹

3- تكوين الرأي العام:

إن وسائل الإعلام المحلي بكافة صوره المكتوبة (صحافة محلية)، إذاعة محلية مسموعة (راديو) وإذاعة محلية مرئية (تلفاز) وما تتمتع به كل وسيلة من خصائص وخصوصية تجعل منها نسيجا وحدها في قوتها، وفي فعاليتها المؤثرة على تكوين الرأي العام وتشكيله بكافة صوره:

- **الرأي العام الشخصي:** هو ذلك الرأي الذي يقتنع به الشخص ولا يخفيه بل يعلنه لكافة الناس.

¹ - أسهمان جبالي استراتيجية الاعلام المحلي في الحفاظ على الثقافة المحلية في ظل العولمة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2012، ص ص (75-76).

- الرأي العام الذاتي: هو ذلك الرأي الذي يقوم الشخص بتكوينه بينه وبين نفسه، ويحتفظ به لذاته، ولعله يصرح به لأقرب الناس إليه، أو يكتمه تمامًا، لا يظهر إلا في مناسبات خاصة حال الانتخابات.
- الرأي العام الشامل: وهو الرأي الذي يشمل جميع أفراد الجماعة ويمثل اتجاههم الواحد.
- الرأي الأغلبية ورأي الأقلية: والمقصود بالأغلبية أغلبية أفراد الجماعة أي ما يزيد عن نصفها والأقلية ما يقل عن ذلك.
- الرأي العام الشائع: نقصد به انسياق عدد كبير من أفراد الجماعة وراء رأي معين وهذا في الغالب نتيجة تعرضهم المكثف لرسائل إعلامية موجهة وإلحاح إعلامي مستمر لخدمة قضية معينة - مثلما حدث مع الشعب الألماني الذي انقاد بأكمله نحو دعوة هتلر النازية وطاعته الطاعة العمياء حتى النهاية لي طرح التساؤل الجدلي المحير، فهناك من نسبوا جماعة الرأي العام التابع إلى الأمية والجهل في حين يعرف عن الألمان عراقتهم وحضارتهم. فكان التفسير الوحيد وراء هذا الانقياد هو التأثير الإعلامي الدعائي المنظم.
- وهو الأمر الذي أكدته (جوبلز) وزير الدعاية الألماني واصفا إياها: " أن الدعاية تستطيع أن تحول الفكرة المكروهة في يوم من الأيام إلى فكرة محببة يدين بها الشعب، وأن عملية تشكيل الرأي العام تعني السيطرة على عقول السواد الأعظم من الشعب".
- الرأي العام القائد: ويتمثل في رأي الصفوة من قادة الرأي من الشعبين والتنفيذيين.
- الرأي العام الثابت: وهو الرأي العام الذي يعتمد على ثوابت أساسية في ضمير ووجدان الشعب ويتمثل في قناعاتهم الدينية والإيديولوجية التي يصعب تغييرها أو تعديلها أو إلغاؤها.
- الرأي العام يومي: نظرًا لمرونة هذا المفهوم بحيث يمكن أن يكون هناك رأي عام يتغير بحسب ما يتعرض له أفراد الشعب من رسائل إعلامية تتناول عديد القضايا تختلف من يوم إلى آخر، وحسب نوع الإثارة وطبيعة التناول الإعلامي مثل رأي الجماعة في حادثة معينة.

4- التنمية:

نؤكد في كل مرة أن الإعلام المحلي إعلام تنموي خدمي ونحن إذ نقصد بالتنمية التنمية الشاملة التي تجمع بين أربع دعائم هي الإنسان والعلم والتكنولوجيا والإنتاج، فالأولى أساس كل شيء هي التنمية البشرية التي يتغير معها الإنسان ويستقل ليصبح أكثر إيجابية وانتماء، وأكثر ثقافة وعطاء ومشاركة، وطيد العلاقة بقضايا وطنه ومتفاعل معها إلى أبعد الحدود، وهو ذات الإنسان الذي ينهل من العلم ليستطيع أن يستوعب العلم ومنجزات التكنولوجيا فيبيت قادرا على الإنتاج بغزارة، ” فلا أحد غير الإنسان يمكنه أن يكون مفتاح للتنمية والتقدم العلمي والتكنولوجي ومحققا للإنتاج “¹.

أما الدكتورة منى الحديدي فتحدد أهم الأسباب التي أدت إلى انتشار الإذاعات المحلية فيما يلي:

أ- العامل الجغرافي:

يعتبر العامل الجغرافي من أهم العوامل التي تتحكم في النظام الإعلامي الإذاعي وتؤثر فيه ذلك أن حجم الأرض وشكلها في أي دولة له آثاره حيث لا تستطيع الإذاعة المركزية أحيانا كثيرة تغطية كل تراب الدولة وبالتالي لا تنجح في تلبية احتياجات كل مواطنها.

ب- عامل اللغة:

لا يمكن أن نتغافل عن أهمية اللغة كعامل مؤثر في أي نظام إذاعي فتعدد اللهجات واللغات قد يعرقل المسيرة الإعلامية فلا بد من منابر تخاطب عديد التركيبات السكانية المتباينة في لهجاتها ولغاتها.

ج- التحفيز للمشاركة في عمليات التنمية:

أدركت عديد الدول أن السبيل نحو تحقيق تنمية شاملة ومشاركة فعالة من جانب الجماهير في برامج التنمية هو الوصول إليهم في بيئاتهم المحلية ولعل هذا ما جعل من التنمية بكافة أبعادها أحد الدوافع الأساسية لإنشاء الإذاعات المحلية².

¹ - عبد المجيد شكري، الإعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر، مرجع سابق، ص ص (211-213).

² - منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، مرجع سابق، ص ص (163-164).

وعلى العموم يمكننا تحديد أسباب إنشاء إذاعة محلية فيما يلي:

- 1- السعي نحو الاقتراب من المواطنين ومحاولة حل مشاكلهم والعمل على تحفيزهم للمشاركة في برامج التنمية الشاملة.
- 2- رصد انجازات التنمية ومشاريعها على مستوى المنطقة أو المدينة وإلقاء الضوء على مشروعاتها الناجحة هناك.
- 3- الحفاظ على الهوية الثقافية المحلية وتعزيز المعايير الاجتماعية والثقافية النافعة.

المطلب السادس: وظائف الإذاعة المحلية وأدوارها

تعرف الوظيفة بأنها ذلك الدور الذي يؤديه أي نشاط جزئي في النشاط الكلي الذي ينتمي إليه، وبالتالي تكون وظيفة أي نظام اجتماعي متمثلة في الدور الذي يقوم به للبناء الاجتماعي الذي يتألف من مجموعة من الأفراد يرتبطون ببعضهم البعض مشكلين وحدة متماسكة عن طريق علاقات اجتماعية محددة.¹

بحيث تحقق هذه الوظيفة آثارها الملحوظة نحو الوصول إلى إحداث التوازن عبر تحقيق التوافق في نسق معين.²

ولما كانت المؤسسات الإعلامية بصفة عامة ومؤسسة الإذاعة المحلية على وجه الخصوص نظام وتنظيم يعمل على إمداد المجموعات الإنسانية بحاجاتها الأساسية من نشر المعلومات والأفكار وبث القيم العامة.³

فهي واحدة إذا من مجموعة البناءات والوحدات البنائية للمجتمع، التي تتمثل في النظم والقيم والجماعات والمؤسسات الاجتماعية التي تسعى جميعها لتحقيق التوازن ومواجهة حاجات المجتمع. وباعتبار أهميتها وضرورة وجودها في حياة الأفراد حدد العلماء وظائف لوسائل الإعلام انطلاقاً من حاجة الأفراد والمجتمع لهذه الوسائل.

¹ - بن روان بلقاسم، وسائل الإعلام والمجتمع (دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية)، الدار الخلدونية، ط1، الجزائر، 2007، ص 95.

² - عبد الله محمد عبد الرحمان، سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، د ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002، ص 147.

³ - عاطف وصفي، الأنثروبولوجيا الاجتماعية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1977، ص 4.

ومع تطور وسائل اتصال الجماهيري بالشكل المتسارع في حياة الأفراد أصبحت للإذاعة بأنواعها المختلفة أدوارها الريادية في توجيه الأفراد وحل العديد من المشاكل والآفات المجتمعية، ناهيك عن الدور الفعال في التوعية وتنوير الرأي العام وقيادة الحملات الإعلامية، إن الإذاعة رغم ما لها من خصائص تتميز بها تضطلع بأدوار ومهام مشتركة مع باقي الأجهزة الإعلامية الأخرى من خلال ما تقدمه من برامج مختلفة تبحث فيها عن تحليلات للواقع الاجتماعي المعاش، بطرح القضايا والمشاكل الاجتماعية ومناقشتها. هي أيضا تساهم في تكوين السلوك الفردي والاجتماعي وتقويمه عبر ترسيخ القيم والأخلاق والأفكار البناءة الجديدة التي تتماشى ومتطلبات العصر، وقوف الإذاعة المحلية بعين راصدة للحقل الثقافي للمجتمع المحلي الذي تخاطبه ونشر المساهمات الأدبية والفنية يجعلها وسيلة هامة للبناء الحضاري والثقافي والاجتماعي.¹

ويمكننا من خلال الإذاعة المحلية معرفة ما يلي:

- التعرف على الاحتياجات المحلية والتعريف بها.
 - تكييف البرامج المذاعة بحيث تتوافق وردود الفعل المحلية.
 - دعم المشاركة عبر تشجيع الأفراد على التعبير عن أنفسهم ومجتمعهم.
 - تحقيق الإذاعة المحلية جسر التواصل بين أنشطة المجتمع المحلي وتكاملها.
 - سعي الإذاعة المحلية على الحفاظ على الثقافة المحلية.²
- ومن باب التفصيل في وظيفة الراديو المحلي الذي لازال يؤكد العالم أجمع ولأسباب عديدة مازال منافسا للتلفزيون، بل هناك وظائف يحققها الراديو للمستمعين لا تستطيع وسائل إعلام أخرى تحقيقها.

إن الراديو يرتبط بوظيفة هامة وهي أن يحقق نغمة وإيقاعا معينا للنشاط اليومي، فالأسلوب الإذاعي يناسب الفرد في الصباح قبل أن يخرج للعالم الخارجي وأيضاً يساعد على خفض التوتر الناتج عن ضغط العمل ورؤيته من جهة والشعور بالعزلة من جهة أخرى. وبهذا يمكننا رصد أهم الوظائف التي تؤديها الإذاعة المحلية من خلال التعريف الذي وصفته

¹ - محمد مزيان، مدخل إلى نظريات الاتصال المعاصرة، ط1، لالة سكيانة للطباعة والنشر، الجزائر، 2000، ص 79.

² - محمد منير، حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، د س ن، مصر، ص 251.

اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام والاتصال المنبثقة عن اليونسكو، حول الإعلام ووظائفه" باعتباره أداة أساسية وقوة اقتصادية ومورد تربوي كامن، ومحرك ثقافي وأداة تكنولوجية¹. ويمكننا إيجازها في الوظائف التالية:

الوظيفة الإعلامية:

تعمل الإذاعة المحلية على نقل الأخبار والمعلومات التي تمكن الأفراد من اتخاذ قراراتهم في حياتهم اليومية ناهيك عن كونها أداة توجيه للمتلقى كما تعمل على كشف خبايا المجتمع ورصد قضايا والمشكلات التي تؤرق المستمعين في مختلف مجالات حياتهم وتسعى إلى إيجاد حلول لها وقد أوضحت العديد من الدراسات الميدانية العربية منها والأجنبية أن التعرض لوسائل الإعلام بصفة عامة خاصة إن كان هذا التعرض يفوق الست ساعات يوميا فإنه يزيد من معلومات الأفراد.²

كما أثبتت دراسات أخرى في خمس دول إفريقية أن المصدر الرئيس للأنباء هو الإذاعة³.

الوظيفة السياسية:

تعتبر الإذاعة أداة سياسية فعالة أثبتتها المكانة التي تقلدتها الإذاعة إبان الحربين العالميتين الأولى والثانية وأيضا الحرب الباردة فقد كانت توظف من طرف النخب الحاكمة في عملية التنشئة السياسية لمجتمعاتها فهي تغرس القيم السياسية المناسبة لها وتروج الإيدولوجية والأفكار والمشاريع الخاصة بالدولة ونقل صوتها من أجل تعميق الولاء للنظام الحاكم وترسيخ التماسك السياسي والوحدة الوطنية في عملية متواصلة كان للإذاعة فيها دور وسيط بين الحكومة والشعب ينقل مشاكل هذا الأخير واهتماماته إلى السلطة لتقرر ما يناسب⁴.

¹ - عدلي سيد، محمد رضا، البناء الدرامي في الإذاعة والتلفزيون، د ط، دار الفكر العربي، مصر، د س، ص 146.

² - عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1993، ص 287.

³ - مرجع نفسه، ص 251.

⁴ - عدلي السيد، محمد رضا، مرجع سابق، ص 146.

الوظيفة الاقتصادية:

وظيفة متصلة بمفهوم التنمية فالبعد الاقتصادي للتنمية هو الأكثر بروزا من الجوانب الأخرى وتظهر تجليات هذه الوظيفة من خلال ما تقدمه الإذاعة المحلية من برامج للإعلانات والمواعيد الإشهارية تحقيقا لخدمة ترويجية لسلعة ما وهذا ما يساهم بطبيعة الحال في رفع مدخولاتها.¹

دون أن ننسى دور الإذاعة كعين رقيبة على كل المشاريع الاقتصادية وكشف أسباب تأخرها وتعطيلها وحضورها هناك في المناطق النائية في سعي لكسر العزلة عن سكانها وتقديم خدمات التوعية والإرشاد والتوجيه تحسينا ودعما على تخطي الظروف وهي المسؤولة عن التنمية الدينية.

الوظيفة التربوية والثقافية:

وهي وظيفة لا تقل شأنًا عن الوظائف السابقة حيث تقوم الإذاعة على التشجيع على التعليم واكتساب المهارات والتزود بالمعارف والخبرات لترتقي هكذا بالأفراد وتمكنهم من اتخاذ قراراتهم الذي من شأنه أن يوجه سلوكهم الفرضي والاجتماعي في رحلة تنشئة تجمع بين التثقيف وتلبية الحاجيات والحاجيات الحركية والنفسية وصولا لتحقيق الرقي الثقافي والحضاري في آلية تجمع بين التثقيف والتسلية كون المادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد تسلية الجمهور كما أن توظيف الإذاعة المحلية في المجال الثقافي عبر رصد نشاطات الحقل الثقافي والإبداعي والفني خلق واقعا جديدا يتميز بالحيوية وهي على حد رأي عدلي محمد رضا: "تساهم في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع بالعمل على ملاحظة العالم الحديث ونقله بما يناسب الجماهير كمعلومات وأفكار".²

تساعد الإذاعة المحلية على التنشئة الثقافية والاجتماعية عبر التوعية وتثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات وأنماط السلوك والتكيف الاجتماعي.

¹ - فريح رشيد، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري، دراسة حالة، القناة الأولى، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، يوسف بن خدة، 2008-2009، ص 43.

² - عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص 205.

الوظيفة الاجتماعية:

تقوم الإذاعة عموماً والمحلية على وجه الخصوص بدور فعال وأساسي داخل المجتمع حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية فهي تعمل على ترسيخ قيم المجتمع وثوابته وعقيدته وحضارته بل ونقل مقومات منظومته القيمية كبعث التراث والعادات والتقاليد والأخلاق وتدعيم معايير السلوك الاجتماعي والارتقاء بالفكر وحتى وإن كان للإذاعة خدمة ترفيهية لا ينفي هذا مهمتها لأجل الوصول إلى فكر سليم وسلوك قويم. هذا وبالإضافة إلى دور الإذاعة المحلية باعتبار قربها من جمهور مستمعيها في مجتمعها المحلي في البحث في مشاكل الناس ومحاولة إيجاد الحلول لتكون الجسر التواصلي الرابط بين المواطن والمسؤول.¹

وبالتالي فإن أداء مختلف هذه الوظائف التي أوليت وأسندت للإذاعة المحلية يعد صلب الخدمة العمومية وباعتبار المنتبج للوظائف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية المنوطة بالإذاعة والتي هي مرتبطة بعملية التنمية، فالإذاعة تهدف في كل مجال من المجالات إلى تحسين الأوضاع فيه مركزة بشكل أساسي على الإنسان فإنها تهدف إلى التنمية الشاملة.

وظيفة الترفيه:

تساعد الإذاعة على الترفيه وامتصاص ضغوطات الأفراد الناتجة عن المتاعب اليومية فتعمل هكذا من خلال برامجها على التنفيس عنهم وإمتاعهم بالإضافة إلى كسبهم والتأثير فيهم إن عملية ملء الفراغ بما يبعث على الراحة والاسترخاء من أهم وظائف الإذاعة المسموعة.

المطلب السابع: الإذاعة المحلية والهوية الثقافية:

تعتبر الهوية الثقافية اليوم من أهم القضايا التي باتت تشغل الفكر والبحث العلمي خصوصاً بعدما أحدثته تداعيات العولمة من تغيرات عميقة في مفهوم الهوية، خلف آثاراً واسعة على نمط التفكير وتمثيلات الثقافة لدى الأفراد داخل بيئة اتصالية تقنية محضة متسارعة. وعلى الرغم مما حققته العولمة من مكاسب إيجابية على الصعيد التواصلي من

¹ - عاطف عدلي العبد، دور الإذاعة في تغيير النظرة التقليدية للمرأة في القرية، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 1979، ص 205.

تقريب للثقافات، إلا أن هذا لم يحجب وجهها المخيف الذي يحمل ملامح لاستعمار ثقافي معاصر، من خلال تصدير أنماط السلوك وقوالب الثقافة الجاهزة وترويج الأنماط الفكرية الدخيلة في اختراق حقيقي للخصوصية الثقافية وعصف بالقيم المحلية الأصيلة¹. وهو ما جعل المجتمعات اليوم تنتظر لهذه المخاطر التي باتت تفرضها العولمة بوصفها أحد أهم التحديات التي تهدد المنظومة القيمية والهوية الثقافية، أشبه بحملات ضخمة جندت لها كل وسائل المعرفة والإعلام.

وعلى هذا وبحكم تطور وسائل الاتصال الحديثة وثورة التكنولوجيا المعلومات أصبح اليوم من ينتج المعارف والمعلومات ويتحكم في آلياتها ويستثمر نتائجها يسيطر على وسائل الإعلام²

إن هذا الإيقاع المتسارع الذي أصبح يميز الحياة العصرية يحتم على الإعلام أن يكون حاضرا بل وعلى أهبة الاستعداد لخدمة الثقافة والدفاع عنها حفاظا عليها من كل تداعيات الأفكار الدخيلة والمعتقدات الوافدة حتى تتحقق العلاقة الصحيحة بينهما تقوم على التحوار الإيجابي والتفاعل المثمر والتعاون المستمر وأن تكون وسائل الإعلام أدوات ثقافية وأوعية ناقله لها.

ومن خلال ذلك يبرز دور الإذاعة المحلية هذا الناطق باسم أفراد لهم خصوصيات مميزة وتفاصيل ثقافية شديدة التجانس تجعل هكذا من الإذاعة وسيطا اجتماعيا ناقلا لكل ألوان المعرفة والمعلومات وناشرا للثقافة خاصة المحلية منها بين أوساط مستمعيها وترسيخها إما بأسلوب مباشر عن طريق الرصد الدائم للأعمال الأدبية والفكرية أو بطريقة غير مباشرة يتضمن الأعمال في قوالب مميزة كالقوالب الدرامية أو نصف الدرامية.

ونظرا لذلك يصعب أحيانا التمييز بين البرامج الثقافية وغيرها من البرامج حيث يمكن أن تصنف البرامج الترفيهية الإذاعية وكذا المسلسلات والأفلام في الأعمال الإذاعية تحت عنوان ثقافي. وباعتبار الإذاعة المحلية وسيلة إعلامية منفردة من حيث بساطة الأسلوب

¹ حفيظة محلب، ص 374.

² أحمد حمدي، الخطاب الإعلام العربي، آفاق وتحديات، ط2، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص

واللغة واستخدام اللهجة المحلية كعامل هام في نشر الثقافة بين الأوساط الشعبية وإحياء التراث المحلي كما ترتبط بالمواطنين من خلال تناول قضاياهم والتعبير عن اهتماماتهم وأفكارهم وإيجاد الحلول المناسبة وتقديم الأخبار المحلية والوطنية والدولية.¹

إن هذا الموقع الذي تحتله الإذاعة المحلية من حياة مستمعيها يفرض عليها أن تعمل على تقوية العلاقات الاجتماعية وتعزيز التضامن بين الجماعات الاثنية كلها كذلك أن تسهم في إحداث التوازن والتوافق بين القيم والتقاليد المتأصلة للشعوب وكذا بين التطور والتحضر عليها أن تكون العين اليقظة في معرفة الانحرافات المرتبطة بالتقاليد مع النظرة الرشيدة في دعم التغير المرتبط بالتطور والرقى دون مساس بالثوابت الثقافية.²

وعليه يجدر بالإذاعة المحلية أن تعمل بصورة المساهم الفاعل في تعزيز الهوية الشخصية والثقافية فراد المجتمع ودعمهم في مختلف مجالات حياتهم، بما يسهل عملية تمكين ارتباطهم بقيمهم وثقافتهم الأصلية ويؤكد في الوقت ذاته عن دور هذا الوسيط الإعلامي في الحفاظ على الهوية الثقافية وحمايتها من التآكل أو التلاشي.

المطلب الثامن: الإذاعة المحلية والمعايير الاجتماعية :

كشفت الدراسة الميدانية التي أجريت خلال تفشي وباء "الإيبولا" في غينيا عند تأثير العميق للإذاعة المحلية في تشكيل وتعديل المعايير الاجتماعية والسلوكيات الجماعية تبين من خلالها القدرة العالية التي تمتلكها الإذاعة المحلية في إحداث تغير منسق للسلوك داخل المجتمع - بخلاف الوسائط الوطنية أو الدولية - ويرجع ذلك إلى خصوصية المجتمع المحلي الذي تحمله المضامين وتبثه المواد المذاعة عبر الأثير المحلي ناهيك عن جملة المميزات التي تختص بها الإذاعة المحلية فخطابها ناطق بلهجات السكان ولغاتهم كما أن الأصوات المألوفة والنماذج البشرية على صفات قادات المجتمع المحلي يبعث على القبول والالتفاف الشعبي حوله ويعزز من مصداقيتها في سياق الحملة الصحية لمكافحة "الإيبولا" أثبتت هذه الإذاعة عن دورها المحوري في نقل رسائل التوعية الصحية المرتبطة بعادات اجتماعية

¹ - عبد المجيد شكري، الإذاعة المحلية لغة العصر، مرجع سابق، ص 77

² Tudesq, André-Jean. *Médias et transfert de modèles : les radios de proximité en Afrique subsaharienne : un modèle autochtone ?* GRER (Groupement de Recherche et d'Études sur la Radiodiffusion), 2009, p57

راسخة تعد جزءاً من الأعراف المحلية ومحل تقدير اجتماعي مثل الامتناع عن غسل الموتى قبل الدفن وأيضاً حث الناس على التوجه إلى المراكز الصحية بدلاً من التداوي والرعاية المنزلية إن خلق المعرفة الجماعية المشتركة بين أفراد المجتمع المحلي هو انعكاس لمضامين إعلامية عززت من خلالها الإذاعة المحلية تقديم نماذج سلوكية تتماشى مع التوجه الجديد الذي أصبح مقبولاً اجتماعياً فكل فرد يعلم بيقين أن غيره قد تلقى نفس الرسالة.

وترجع الدراسة أن عمق الأثر الذي أحدثته الرسائل الإعلامية هو في الحقيقة يتعدى مجرد ارتباطه بالتشابه العرقي واللغوي بين المرسل والمتلقي، بل هو نابع بالأساس من الطابع المحلي للوسيلة الإعلامية نفسها فوجود هذا الوسيط داخل حدود المحافظة بناء ثقة وخلق قابلية لتغيير السلوك كما أدى إلى إحداث حالة من التنغم في القرارات الفردية المنبثقة من تصورات جماعية وما زاد من تأكيد ذلك تراجع نسبة الوفيات والإصابات حتى 13% خاصة في المناطق التي تتوفر بها محطات محلية مقارنة بغيرها.

إن هذا التردد في تغيير السلوك تؤكد الباحثة أن الإذاعة المحلية قد تجاوزته بجدارة فهي ليست مجرد ناقل للمعلومة وفقط بل كانت بمثابة آلة تنسيق للسلوك الاجتماعي على الرغم من صعوبة ذلك في حالات يكون فيها السلوك خاضع لرقابة مجتمعية صارمة وعقوبات رمزية كالنقد والنذب والتشكيك في الانتماء لتثبيت الإذاعة المحلية دورها الرئيسي كفاعل اجتماعي قادر على إعادة تشكيل السلوك وضبط التفاعلات الاجتماعية.¹

¹ Gonzalez-Torres, Ada. *Local Media and the Shaping of Social Norms: Evidence from the Ebola Outbreak*. arXiv Preprint, 2022.p135

المبحث الثالث: البرامج القيمية في الإذاعة المحلية، أشكالها، وأهميتها المطلب الأول: البرامج الدينية في الإذاعة المحلية:

تعد البرامج الدينية من المكونات الهامة في المجال الإعلامي في عصرنا الحالي نظرا للأدوار الأساسية التي تؤديها من حيث تشكيل وإرساء القيام بين الجمهور فكانت الدراسات التي تناولت الطابع القيم للرسالة الإعلامية المقدمة من خلال البرامج الدينية والوقوف على أثرها البارز على سلوك الفرد والمجتمع من أهم الأبحاث المعاصرة التي ترى في الإعلام لتوفيق الصلة بين أفراد المجتمع وتعزيز المبادئ والقيم التي تعمق من تماسكه وترابطه إن البحث في موضوع القيم في الرسالة الإعلامية التي تقدمها البرامج الدينية يمنح الفرصة للتعرف على عديد الجوانب لهذه الوسائل من حيث المضمون والآليات والأساليب المنتهجة كما تحقق معرفة مستوى تناغم القيم المتضمنة في هذه البرامج مع كل من الأنساق الاجتماعية والثقافية والدينية والأخلاقية المساهمة في بناء الفرد وتماسك محيطه الاجتماعي.

حيث تؤدي القيم الدور المحوري في توجيه سلوك الأفراد وبناء وعيهم وطبع معتقدات المجتمع كونها جوهر العلاقات الإنسانية بكافة صوره وتحدد أهميتها وفق مستويين الفرد والاجتماع دون أن يغفل عن الدور الفعال الذي تقوم به وسائل الإعلام التي يجب ان تتوافق مضامينها مع الثقافة السائدة في المجتمع إذ أن الفرد لا يعيش بمعزل عن الآخرين وعن محيطه فشخصيته هي نتاج تكوين اجتماعي مجتمعي نشأ فيه ولا بد له أن يتواصل من خلاله عبر نسق اجتماعي معين لم يعد الخطاب الديني ينحصر في المساجد فقط من خطب ودروس دينية بل تعد إلى كل ما يقال عن الدنيا في جميع وسائل الإعلام بصفة عامة والمسموع بصفة خاص،¹ يتمتع الخطاب الديني بقوته البالغة في التأثير وتوجيه الفكر والوجدان والسلوك في مجتمعاتنا العربية لذلك وجب على معد الخطاب الديني أو القائم بالاتصال أن لا يسكن في برج عاجي يتحدث عن ما يدور فيه خلده وكأنه يخاطب نفسه فالأحرى به أن ينازل إلى واقع الجمهور ويعيشه ويتعرف على مشاكله ويتحسس آلامه فلا بد أن يكون محل حقيقة وكفاءة عالية وأن لا يشغله سوى أمر أن تكون وسيلة تعبيرية دقيقة لا

¹ مصطفى عبد الرحمان عبد الستار، القيم في الرسالة الإعلامية للبرامج الدينية في قنوات (الرسالة-دعوة-الرحمة-قناة النعيم)، مجلة العربية للعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 25، حزيران 2024، ص ص(94-95)

تثير إشكالات لدى المتلقي ولا تأويلات قد تؤدي إلى انحرافات أو تشوهات تطال مضمون الرسالة الإعلامية.

المطلب الثاني: البرامج الثقافية في الإذاعة المحلية:

لقد أشارت غالبية الدراسات السابقة إلى وجود علاقة وثيقة بين التعرض للقنوات الإذاعية المحلية والثقافة المكتسبة وأيضاً دورها التوعوي لأفراد المجتمع من خلال برامجها التي تقدم المعلومات الجديدة والمتواصلة في مجالات الحياة المتعددة.

وعليه نحن ننظر للبرامج الثقافية في القنوات الإذاعية المحلية باعتبارها رأس مال إعلامي اجتماعي ثقافي، يمنح الجمهور فرصة القدرة على التصدي للمتغيرات والصعاب الوافدة من ثقافات دخيلة تغزو مجتمعاتنا من خلال الحصانة المكتسبة بالتمسك بقيمه الأصيلة وتشعبه بموروثه الثقافي المحلي والاعتزاز به وإدراكه للمكونات الثقافية والرموز القيمة التي تطبع هويته. إننا بهذا المعنى نلاقي دور البرامج الثقافية المحلية مع دور الثقافة بأبعادها المتشعبة دون أن ننسى ارتباطها الوثيق بالبعد الحضاري الذي يميز مجتمعاً محلياً عن آخر.

ولهذا نعطي الأهمية الخاصة للبرامج الثقافية في الإذاعة المحلية من خلال ما تثبته لترسخ القيم والرموز الثقافية على اعتبارها أداة جوهرية في تثبيت الرواية التاريخية للشعب الذي تخاطبه وتمثله، كما تقوم البرامج الثقافية بدور مهم في تنمية الوعي الثقافي عبر تعزيز قيم التواصل والحوار بين المواطنين وإرشادهم لما يدور في الحقل الثقافي داخليا وخارجيا فهي تتناول القضايا المحلية بالشرح والتحليل والتسويق لها وتقدير أساليب التعامل معها تحقيقاً للمصلحة العامة.

وبالتالي فإن للبرامج الثقافية عبر الإذاعة المحلية وظيفة ثقافية بحد ذاتها. إن هذا الترابط الوثيق بين الإعلام والثقافة والعلاقة التبادلية التي تجمعهما والتأثير الذي تملكهما الواحد تجاه الآخر خصوصا في الدول النامية تضاعف في ظل التطور التقني والتكنولوجي في وسائل الاتصال وما نقوم به الأجهزة الإعلامية من دور مهم وحيوي داخل المجتمعات كافة وعلى جميع الأصعدة والمستويات عبر برامجها الثقافية بخاصة.

حيث تسهم في عملية تكوين الرأي العام ومحاولات إيصالها لأكبر عدد ممكن من الجماهير، إضافة إلى تحقيق قيم التعايش وتعزيز التواصل والحوار الثقافي فيما بينهما وإطلاعها على آخر المستجدات والفعاليات الثقافية الخاصة بالمجتمع المحلي. فلكل مجتمع ثقافته ولكل ثقافة عناصرها ومكوناتها التي تتشكل من خلال معالم الشخصية الثقافية لهذا المجتمع وتبعاً لهذا الاختلاف في العناصر الثقافية تتمايز الثقافة وتكتسب طابعها الخاص فيصبح لكل أمة هويتها القومية وملامحها الثقافية من لغة ومعتقد وقيم ومعارف.¹

وبالتالي فإن البرامج الثقافية عبر الإذاعة المحلية وظيفة ثقافية بحد ذاتها. إن هذا الترابط الوثيق بين الإعلام والثقافة والعلاقة التبادلية التي تجمعهما والتأثير الذي تملكهما تجاه الآخر خصوصاً في الدول النامية تضاعف في ظل التطور التقني والتكنولوجي في وسائل الاتصال وما نقوم به الأجهزة الإعلامية من دور مهم وحيوي داخل المجتمعات كافة وعلى جميع الأصعدة والمستويات عبر برامجها الثقافية بخاصة.

وجب عليها بذلك توفير المناخ الإعلامي الذي يتوافق والتركيبية القومية والثقافية التي تطبع هذا الجمهور دون سواه، من المهم جداً في البرامج الثقافية ملاءمتها مع خصائص الإذاعة التي ستكون الوعاء الذي ينقل هذه الثقافة، وعليه فإن البرامج الثقافية في الإذاعة على وجه العموم والإذاعة المحلية على وجه خاص تستمد خصائصها من هذه العلاقة والتي تبدو منفردة بها عن باقي البرامج الأخرى، إضافة إلى مجموعة القواعد التي من شأنها أن تزيد من خصوصية البرامج الثقافية ومن أبرزها:

التنوع والواقعية: من المهم جداً عند إعداد البرامج الثقافية الإذاعية مراعاة عنصر التنوع فالثقافة تتسم بالجزارة، ولهذا عليها أن تشمل الجوانب المختلفة من الحياة الثقافية، وهذا ما يجعلها (البرامج الثقافية) مادة متنوعة في اهتماماتها متناسقة في تناولها للموضوعات الثقافية ولا بد لهذا التنوع أن يكون صادقاً وصورة تمثل مختلف التحولات الحاصلة في الحياة الاجتماعية والاقتصادية، فكل ما يتعلق بحياة الإنسان يصلح أن يناقش ثقافياً بطريقة مبسطة

¹ صفية عوادي، مضامين البرامج الثقافية في الإذاعة الجزائرية-دراسة تحليلية للبرامج الثقافية بإذاعة ميله-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث، تخصص سمعي بصري، جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3، الجزائر،

تجعل الجمهور مقبلا عليه لأنها تقدم قضايا تمسه وتشغل تفكيره فتتولد الرغبة في الاستمرار بالمتابعة.

ومن جهة أخرى يخرجها هذا الاقتراب من حياة الجمهور اليومية من قالبها النظري فتنقل هكذا الثقافة من التجريد إلى التطبيق والربط بالمستجدات.¹

البساطة والوضوح: يعتمد البرنامج الثقافي على تبسيط المعرفة والثقافة وتوضيح المعاني بحكم أن مضمونها لا بد أن يكون مفهوما لدى الجمهور العام.

الموضوعية والجدية: البرنامج الثقافي يبتعد عن الخيال فمادته مشتقة من حياة المستمع اليومية فهو بمثابة عدسة لاقطة لمشهد الحقل الثقافي ونشاطاته، ليبقى الجمهور على اطلاع دائم ومباشر على التفاصيل التي يحملها الحراك الثقافي من إبداعات فكرية وفنية.

كما لا بد أن يترسخ لدى المستمع معنى ضرورة الثقافة وفائدتها لبناء المجتمع حيث يعتقد أنها ترفيه وتمضية للوقت.

الجماهيرية والاستمرارية: تمتاز الثقافة الإذاعية بكونها ثقافة سمعية تتواصل بالكلام، وهذا ما يمنح الإذاعة القدرة على إخراجها بجلتها الشعبية دون أن ننسى تحقيقها لدورها الاتصالي الثقافي الذي يضمن للثقافة استمرارها وانتقالها.

¹ صبرينة طيب، البرامج الثقافية في القناة الجزائرية (دراسة وصفية تحليلية)، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص اعلام ثقافي، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة الجزائر، 2015، ص41

الديناميكية والوظيفية: إن البرنامج الثقافي عبر الإذاعة يمتاز بالكلمة المنطوقة والإبداع والتجديد في فنيات الإخراج وغيرها من عناصر الجذب مما يخرجها من دائرة الملل ويعطيه بعدا حيويا يحقق اقترابا من المستمعين كما أنه يخاطب العقل فيساعد على تلاقي الأفكار كما يخاطب العاطفة فيمنح المتلقي قدرة على تذوق الفن الجمالي.

القدرة على الإقناع: يتحقق الإقناع في البرامج الثقافية الإذاعية إذا ما توفر لها النضج الفني، والإحكام البنيوي، وعندها نستطيع أن نصل إلى درجة عالية من الوعي الثقافي لدى الأفراد والجماعات.¹

المطلب الثالث: البرامج الاجتماعية في الإذاعة المحلية:

"إن المؤسسات الإعلامية عامة والقيمية على وجه الخصوص تنظم يقوم بوظيفة اجتماعية، وهي بناءات لنشر أفكار وقيم عامة وامتداد للحاجات الإنسانية وهي عمل جماعي للأفراد في المجتمع"² حيث أن الوحدات البنائية للمجتمع تتألف من المعايير والأدوار والقيم والجماعات والمؤسسات الاجتماعية، وتقوم جميع هذه الوحدات بوظائفها في سبيل توازن المجتمع.

إن البرنامج الاجتماعي الإذاعي صيغة إعلامية متخصصة تستهدف قضايا المجتمع ومشكلته تقوم على طرحها بطرق مبسطة ومباشرة ومراعية بذلك خصوصية المجتمع المحلي الذي تنشط فيه وتمايز الجمهور الذي تخاطبه، يعتمد هذا النوع من البرامج على توظيف إمكانات الإذاعة الفنية كالحوار والمناقشة والتحقيقات الميدانية قصد تشخيص الظواهر الاجتماعية والبحث في أسبابها ولا يقتصر الدور عند مجرد عرض المشكلة بل في سعي لطرح الحلول الممكنة والاقتراحات المناسبة للحد من حدتها، والتقليل من انعكاساتها السلبية كما تسعى هكذا من خلال مضامينها الاجتماعية للكشف عن الأحداث الاجتماعية التي من شأنها أن تقع حال وجود خلل اجتماعي فتساهم الإذاعة المحلية كغيرها من أجزاء المجتمع بوظائف اجتماعية في خدمة الكل الاجتماعي.

¹ صبرينة طيب، المرجع نفسه، ص 44

² عبد الله محمد بن عبد الرحمان، مرجع سابق، ص 147

إن البرامج الإذاعية الاجتماعية واحدة من المضامين الإعلامية التي تتناول قضايا المجتمع ومشكلته وظواهره، وتناقشها بشكل علني مع اقتراح الحلول المناسبة وتقدم عبر الإذاعة المحلية بطريقة فنية تستفيد من إمكانيات الإخراج الصوتي والحوار والنقاش، وتعتبر البرامج الاجتماعية من أهم البرامج الإنسانية في الإذاعة لأنها تخدم المجتمع الذي تخاطبه مباشرة وتساهم في عملية البناء الاجتماعي المتكامل وهي الجسر الحيوي الذي يصل الإذاعة المحلية بجمهورها الخاص.

تتميز بطابعها التفاعلي فينتج هكذا فرصة للمستمعين للمشاركة عبر المداخلات والاتصالات الهاتفية مشكلة منابر للتواصل بين المواطن والجهات الرسمية والفاعلين الاجتماعيين¹.

تشكل البرامج الاجتماعية المحلي عبر الإذاعة وسيلة أساسية للتنقيف ودعم عملية التنشئة الاجتماعية من خلال ترسيخ القيم الإيجابية وتعزيز الانتماء للمجتمع المحلي ونشر ثقافة الحوار.

المطلب الرابع: أشكال البرامج القيمية وأهميتها

1- أشكال البرامج القيمية الدينية وأهميتها:

مفهوم البرنامج الديني:

هو شكل إذاعي يقدم من خلاله القائم بالاتصال معلومات دينية وله دورية يدعو بناء عليها، وله مساحة زمنية محددة من البرامج والمواد الأخرى.²

قد تعالج هذه البرامج بعض القضايا المستجدة من خلال محتوياتها التي تتطرق إلى نظرة الدين لبعض القضايا المطروحة في الساحة المجتمعية³ تكتسي البرامج الدينية أهمية أكثر عندما يكون للأمة عقيدة وفكرة تسعى لنشرها والحفاظ عليها وحمايتها عن إيمان ويقين وأمة كأمتنا تحمل عقيدة الإسلام ورسالة التوحيد هي بحاجة إلى نشر ما تحمله ليس حبا في

¹ إيمان عبد الرحمن احمد محمود، دور الإذاعة في نشر التوعية الأمنية، ط 1، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2010، السعودية، ص111

² عادل بيومي، البرامج الدينية في التلفزيون المصري، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة كلية الاعلام، مصر، 1991، ص 26

³ عباس شومان، مصادر التشريع الإسلامي، الدار الثقافية للنشر، مصر، 2000، ص31

الظهور بل يقينها بأن ما تقدمه للجمهور هو الأصلح لدنياهم وآخرتهم إن التدين عنصر أساسي في تمكين الإنسان والحس الديني يكمن في إعمار كل قلب بشري.

من هنا تتجلى أهمية البرامج الدينية في بناء الفرد المسلم ولفه بحصانة القيم الدينية والأخلاقية والتربوية ليقف شامخاً ثابتاً لدى الأباطيل والترهات، كما تعمل على بناء العقيدة والتسلح بالشريعة والتمسك بالسنة النبوية الشريفة فإن نجحت في هذه المهمة كان لها أن تقتخر في صناعة شخصية إسلامية متينة لا يجرفها تيار مضاد وعلى هذا الأساس تبرز أهمية البرامج الدينية القيمة فيما يلي:

- التعريف بالقيم والمبادئ الأساسية التي يقوم عليها الإسلام من خلال شرح آيات القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة وإبراز النماذج الإسلامية في الحياة الإنسانية ووجوه العطاء الحضاري.
- مناقشة واقع المجتمعات الإسلامية بصورة موضوعية وتحديد نقاط ضعفها وتقديم الحلول التي تساعد على تطوير هذه المجتمعات.
- عرض وتحليل كافة التحديات التي تواجه الأمة الإسلامية بغية تنمية الإدراك وزيادة الوعي وسخد الهمم.
- تناول قضايا التضامن والتكامل من منظور إسلامي في بناء الأسرة والآداب المتعلقة بالفرض لتحقيق تنشئته النفسية والروحية.¹
- السعي إلى نشر الصورة الصادقة للشريعة وصياغتها بأساليب فنية وتقنية حديثة تتلاءم مع مستوى إدراك المتلقي الفكري والتربوي.²
- عرض أسباب إصلاح المجتمعات وفسادها من منظور ديني وإبراز القيم الإسلامية المتمثلة في الحرية والمساواة والأخلاق بصورة عامة.³

¹ محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004، ص ص (294-295)

² هادي الجنابي حردان، الاعلام الإسلامي الالكتروني، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2016، ص 16

³ عبد الكريم بكار، مقدمات للنهوض بالعمل الدعوي، ط4، دار القلم، دمشق، سوريا، 2004، ص 200

2- أشكال البرامج الدينية:

يحتاج البرنامج الديني إلى تنوع في الأشكال حتى تتكامل الأهداف ويقع الأثر المرجو ويحدث الإقناع.

فمنها الحديث المباشر واللقاء والندوة والمناقشات والمناظرات والتحقيقات والبرامج الحية المنقولة على الهواء مباشرة مثل برنامج المناسبات الدينية وسوف نستعرض بعض هذه الأنواع فيما يلي:

1. الحديث المباشر:

يكون من خلاله الضيف هو المذيع حيث يأتي خلف الميكروفون ويقدم مادته الدينية بطريقة جذابة ولا بد أن يكون اسمه ضمانا أكيدا لكسب الجمهور،¹ ونظرا لكونه يعتبر أبسط أنواع البرامج ومحدوديته ومدته الزمنية التي لا تتعدى في الغالب العشرين دقيقة لا بد أن يتسم بلغة بسيطة وحديث سليم وأن تكون جوانب الموضوع الأساسية بعيدة عن الخلافات والأفكار المتعددة التي تشوش فكره المتلقي وتشوّهه، هو نوع من البرامج التي تعتمد اعتمادا كلياً على المواصفات الخاصة التي يجب أن يتحل بها المذيع وأهمها القدر على الإقناع والتأثير.²

2. البرامج الحوارية أو المقابلات:

يتميز هذا النوع بالتخطيط المسبق والمعرفة الأكيدة بموضوع المقابلة حيث يحدد المعد عنوان الموضوع ونقاطه الأساسية التي سوف يتم التطرق إليها بالاتفاق على المتحدث أو الموظف المحاور وأيضا تعيين المدة الزمنية المطلوبة.

3. المائدة المستديرة:

حيث يتميز هذا النوع بالتخطيط المسبق والمعرفة ويجتمع الضيوف أو الخبراء مع المقدم أو المعد حول طاولة دائرية للنقاش في ظاهرة ما يحللونها بعمق يقفون على أسبابها

¹ إبراهيم إسماعيل، الاعلام المعاصر، وسائله، مهاراته، تأثيراته وأخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث، الدوحة، الكويت،

2014، ص 135

² عبد الله شحاتة، الدعوة الإسلامية والاعلام الديني، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط2، مصر، 1986، ص 36

وتداعياتها وغالبا تكون المواضيع في البرامج الدينية حول قضايا العقيدة وأصول الفقه ومسائل العبادات والمعاملات.¹

3- أشكال البرامج القيمية الثقافية وأهميتها:

❖ مفهوم البرنامج الثقافي :

هو ذلك البرنامج الذي يقدم لتبسيط موضوع أو فكرة ثقافية معينة في صورة إذاعية مقبولة مستخيدة من إمكانيات الفن الإذاعي تتسم بالتجديد والتبسيط بالإضافة إلى الوضوح في الإلمام بثمارات الفكر الإنساني والفن والعلم على أوسع نطاق.²

كما يمكن النظر إلى البرامج الثقافية في كونها مجموعة الأحداث والأنشطة الثقافية والمواهب في مجالات الفنون من مسرح وسينما وأدب ومعارض الفنون التشكيلية والمراكز الثقافية.³

كما أنها البرامج التي تساهم في نشر الثقافة والتراث المحلي وكما هي وسيلة لنقل المعلومات والأحداث الثقافية.

إن البرامج الثقافية قالب إعلامي يهدف إلى صول الهوية الثقافية من الغزو الفكري الخارجي وحماية مقومات الحضارة والأصالة من أخطار التيارات الثقافية الأجنبية.

يتميز البرنامج الثقافي المحلي عن غيره من البرامج الثقافية الأخرى في النقاط التالية وهي التي يتحدد على إثرها أهميته وفعاليته في ربط الفرد ببيئته الثقافية وتشكيل هويته الحضارية وتعزيز من انتمائه الجمعي، وهي كالتالي:

1- المحتوى والموضوع: فالبرنامج الثقافي يعالج موضوعات تتنوع بين الفن والأدب والتراث والفكر والتركيز على الجوانب الفنية كما يهدف من خلال طرحه الإعلامي إلى مناقشة القضايا الثقافية والتعريف بالطاقات الشابة وتشجيع المواهب والحفاظ على التراث.

¹ يحي بسيوني، الإذاعة الإسلامية، دار المعرفة الجامعية، ط2، القاهرة، مصر، 2013، ص 388

² جاد سهير وسامية احمد علي، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، دار الفجر، القاهرة، مصر، 1999، ص 42

³ حفيظة سنوسي، الإذاعة المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1992، ص 73

- 2- القوالب الفنية: يغلب على البرامج الثقافية الحوار والنقاش مع الاستعانة بالقوالب الفنية المعروفة مثل الربورتاج والمداخلات المباشرة.
 - 3- اللغة تعتمد البرامج الثقافية المحلية على اللغة العربية الفصحى مع حضور للعامية كازدواجية تطلبها في كثير من الأحيان طبيعة الموضوع تستدعيها البيئة والحاجة الإعلامية.
 - 4- الجمهور المستهدف لا يختلف اثنان على أن البرامج الثقافية تستهدف من خلال رسائلها مخاطبة الجمهور العام وأيضاً الفئة المثقفة مع اهتمام خاص بالشباب والجامع والمواهب الجديدة.
 - 5- الضيوف والشخصيات : تقوم البرامج الثقافية المحلية على عديد الأطراف الفاعلة من أدباء وفنانين وإعلاميين بالإضافة إلى مخرجين وكتاب فممثلون لهيئات رسمية وممثلون عن المجتمع المدني المحلي.
 - 6- المؤثرات الفنية يعتمد البرامج الثقافية الإبداعية على استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية المرافقة للمضمون بشكل يتناسب مع طبيعة المادة الثقافية.
 - 7- المدة الزمنية والبت تبث عادة أسبوعياً بمدة تقارب ساعة وغالباً في فترات مسائية تناسب الجمهور المستهدف.
- بالإضافة إلى العديد من الموصفات العامة التي لا بد أن يظهر عليها البرنامج الثقافي وهي كالآتي:
- مادة البرنامج التي تقدم الهدف الثقافي وكذا إنتاج البرنامج في شكل لائق وإعطاء دور هام للمختصين بالثقافة والفكر وكذلك من الإذاعيين المیهنيين لهذا الحق والحرص على تقديم البرنامج في وقت مناسب للجمهور .
 - أثناء تقديم البرنامج الثقافية لا يجوز بث أي معلومات غير صحيحة أو مشبوك في صحتها يهو الابتعاد عن نشر الكرافات أو ما يتنافى مع الحقائق العلمية الطبيعية.
 - اعتماد البرنامج الثقافي على ترسيخ القيم والأخلاق والأفكار والآراء لما يتوافق والمجتمع مع الحرص على الذوق والجمال والفن والابتعاد عن الابتذال وعدم المساس بالآداب العامة.

- الابتعاد عن كل ما من شأنه أن يحبط أو ينشر اليأس ولا أن يمس بالأديان وقيم الكفاح مع الحفاظ على التراث والتاريخ المجيد للأمة.¹
 - أن يفيد من إمكانات الإذاعة في تقييم الثقافة الجماهيرية في شكل مستساغ سمعياً.
 - الاعتماد على تنشيط الثقافة وعدم الهبوط بمستواها.
 - تجنب عقبة الملل التي تصاحب المادة الجافة من خلال استخدام العناصر الدرامية ووسائل جذب الانتباه.
 - إن البرنامج الثقافي يعالج القضايا الثقافية بما فيها أخبار المثقفين وإنجازاتهم.²
- تهدف البرامج الثقافية المحلية من خلال ما تم التطرق إليه إلى نشر ثقافته المحلية فبناء الوعي المجتمعي أو ترسيخ القيام وتدعيم الرموز الثقافية والحضارية وتحفيز النقاش الثقافي فهي بمثابة الوسيط بين المثقف والجمهور وبين الثقافة المحلية والعالمية.
- 4- أشكال البرامج الثقافية:**

نقصه بالشكل الفني للبرامج الثقافية الأسلوب الذي يقدم به ثانياً وهي أساليب فنية تتراوح في شكلها بين الندوة واللقاء والحوار والتقارير والأخبار الثقافية أو البرامج الخاصة في مناسبات ثقافية أو برامج تسجيلية ومهرجانات قادره ومسرح ومن بين الأشكال التي يمكن أن تكون لعقل البرامج الثقافية نذكر ما يلي:

1. برامج الوصف :

يعتمد على أداء المقدم الذي يشترط فيه الصوت المقبول الذي يصنع الألفة وتمكنه من مادته الإعلامية الثقافية إضافة إلى ما تتمتع بالقدرة المعلومة في النص يجذب الانتباه.

2. برنامج جماهيري :

يقدم مادة ثقافية مثيرة للاهتمام يتناقش حولها مجموعه من الناس داخل الاستوديو يتحاورون فيما بينهم مع اشتراك الأمور المستمعين أما بالهاتف أو تسجيل معده سابقا ثلاثة.

¹ عبد الله تايه، الاعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، ط2، دار المجد - رام الله، فلسطين، 2006، ص ص (92-93)

² عاصف حميدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني ومفاتيح النجاح وإسرار الإبداع، ط2، د د ن أبو ظبي، 2003، ص 107

3. برامج حوار :

عبارة عن مادة مستديره تجمع عددا من المختصين يتناقشون حول موضوع ثقافي معين في السابق فيه الافكار المتنوعة،

ولا تقتصر الأهمية الاجتماعية القيمية لهذا النوع من البرامج الإذاعية عند هذا الحد ذلك أنها تساهم في غرس قيم الانتماء والولاء للمجتمع وتعميق الارتباط بين الأفراد وبيئتهم المحلية عبر تسليط الضوء على مشكلاته اليومية فيزيد الشعور بالهوية الجماعية.

دون أن ننسى دورها الإصلاحي المهم من خلال توجيه السلوك نحو الإيجابية فتنبذ الممارسات المنحرفة وتسهم في تثبيت السلوكيات الأخلاقية القويمة ومن الخصائص القيمية البارزة التي تضعف من أهمية البرامج الاجتماعية المحلية المسموعة تعميمها لقيم العدالة والمساواة.

إن طرح الموضوعات المتعلقة بالمشكلات الاجتماعية اليومية كالبطالة والفقر والعنوسة والطلاق والتسبب المدرسي كلها قضايا نحاول من خلالها الإذاعة المحلية عبر برامجها إحلال تكافؤ للفرص وتحقيق الإنصاف بين أفراد المواطنين في المجتمع. وفي الأخير لا يمكننا أن نتغافل عن إسهاماتها في تثبيت قيم المشاركة المدنية عبر تشجيع المواطنين في الانخراط في الشأن العام والتعاون على طرح الفلول وصناعة تغيير اجتماعي.

وبذلك يمكننا الإشادة بدور الإذاعة المحلية من خلال برامجها الاجتماعية القيمية وأهميتها التي اكتسبتها عبر تجاوزها الوظيفة الإعلامية البسيطة.

3- أشكال البرامج القيمية الاجتماعية وأهميتها:

❖ مفهوم البرنامج الاجتماعي:

تتسم البرامج الإذاعية الاجتماعية إلى جملة من الخصائص القيمية التي يمكن استنباطها من طبيعة المواد المثارة والنقاشات المتاحة وهو ما يزيد من أهميتها ويفعل من رسالتها الاتصالية التي تصب في خدمة المجتمع وتعزيز نسقه القيمي في سبيل تحقيق التوازن والبناء.

إن البرامج الاجتماعية في الإذاعة أداة فاعلة موجهة نحو إصلاح الفرد بالدرجة الأولى من خلال ترسيخ قيم المسؤولية الاجتماعية عبر مناقشة القضايا المطروحة ومحاولة إيجاد حلول عملية لها مما يخلق لدى المستمع وعياً جماعياً بضرورة المشاركة في معالجة المشكلات العامة وهذا أيضاً من شأنه أن يساهم في تعزيز قيم التضامن والتكافل من خلال تقريب الفئات الاجتماعية من هموم بعضهم البعض عبر رفع انشغالاتهم ومشكلاتهم وإبراز أهمية التعامل والدعم المتبادل في مواجهة الصعوبات.

وإلى جانب كل هذا الطبيعية التفاعلية التي تتميز بها الإذاعة عامة والمحلية على وجه الخصوص لتمنحها هكذا دوراً محورياً في نشر قيم الحوار والاحترام المتبادل حيث يتمكن المواطنون من التعبير عن آرائهم ومناقشتها في جو من المسؤولية والالتزام. لتصبح هكذا أداة قيمة فاعلة تسعى إلى بناء مجتمع أكثر وعياً تضامناً وعدالة. يقوم على الحوار والمناقشة والإصلاح.¹

تقوم الإذاعة المحلية من خلال برامجها الموجهة للجمهور بالتأكيد على المعايير الاجتماعية التي ينبغي على الأفراد التقيد بها وعدم الخروج عنها وتوجيه السلوك الاجتماعي بتحديد المعايير وتقديم القدوة والنماذج الجيدة لا نستطيع أن نتغافل عن أهمية البرامج الاجتماعية المتمثلة في تسهيل التماسك الاجتماعي وتقديم المعرفة المشتركة والتقليل من فرص الصراع داخل المجتمع بترسيخ قيمه ونبذ أسباب التناحر والخصام من أجل الحفاظ على النظام العام واستمراره وتطويره وتحديثه.

كما أن طرح الموضوعات المتعلقة بالمشكلات الاجتماعية اليومية كالبطالة والفقر والعنوسة والطلاق والتسيب المدرسي كلها قضايا تحاول من خلالها الإذاعة المحلية عبر برامجها الاجتماعية إحلال تكافؤ الفرص وتحقيق الانصاف بين أفراد المواطنين في المجتمع في إسهام تثبيت قيم المشاركة المدنية عبر تشجيع المواطنين في الانخراط في الشأن العام والتعاون على طرح الحلول وصناعه التغيير الاجتماعي.

وبذلك يمكننا الإشادة بدور الإذاعة المحلية من خلال برامجها الاجتماعية القيمة وأهميتها التي اكتسبتها عبر تجاوزها الوظيفة الإعلامية البسيطة لتصبح هكذا أداة قيمة

¹ عبدالله محمد عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 146

فاعلة تسعى الى بناء مجتمع اكثر واعيا، تضامنا ،وعدالة يقوم على الحوار والمناقشة والاصلاح وتتأكد بذلك افكار كل من (لازار سفيلد) و(روبرت ميرتون)في تناولهما للأهمية الاجتماعية لوسائل الاعلام ووظائفها المجتمعية والتي يمكننا تلخيصها كالتالي للخروج بقيمة الوظائف الاجتماعية التي تمارسها الاذاعة المحلية

1- دعم المعايير الاجتماعية:

- تقوم وسائل الاعلام من خلال برامجها على تعزيز القيم والمعايير التي لابد على الفرد ان يلتزم بها.
- تعمل على تقليص الفجوة بين التصرفات الفردية وما يفرضه التراث الاخلاقي والقيمي للمجتمع من خلال تقديم نماذج وقنوات إيجابية لتوجيه السلوك
- تقوم الاذاعة المحلية من خلال برامجها الاجتماعية بدور فعال في ضبط السلوك الاجتماعي وتعزيز الانضباط

2- التكامل الاجتماعي:

- تقديم المعلومات والمعارف التي تزيد من التماسك الاجتماعي وتحاول ان تمتص شحنات الصراع داخل المجتمع.
- العمل على ترسيخ القيم المشتركة وتعزيز الاستقرار الاجتماعي والحفاظ على تطور النظام الاجتماعي العام.
- تعمل البرامج الاجتماعية القيمة على ارساء روح التفاهم بين الافراد والجماعات وتخفيض التوترات.

3-التثقيف والتوجيه :

- يعمل الاعلام الاجتماعي على امداد المجتمع بالمعلومات اللازمة لفهم القضايا الاجتماعية
- يعرف اسباب المشكلات ويقترح الحلول مما يساعد الافراد على اتخاذ قرارات واعية ومسؤولة.¹

¹ لوي تابينغ، كيفية إنشاء محطة اذاعية للبث المحلي، منظمة الأمم المتحدة للتعليم والعلوم، والثقافة (اليونسكو)، ط1، القاهرة، مصر، 2005، ص45

5- أشكال البرامج الاجتماعية الإذاعية:

يمكننا من خلال ما تناولته الدكتورة ريم عبود حول إعداد البرامج الاجتماعية الإذاعية تلخيص أنواعها في نقاط أساسية كما يلي:

أ. البرامج الحوارية:

وهي برامج تقوم على النقاش المفتوح مع مختصين أو جمهور حول قضية اجتماعية معينة.

ب. البرامج التوعوية الإرشادية:

والتي تعمل على نشر الوعي بمختلف مجالاته الصحية الأسرية والبيئية.¹

ج. البرامج الوثائقية الاجتماعية:

من خلالها يتم عرض المشكلات الاجتماعية عبر التقارير والخروج الميداني.

د. البرامج الخدمية التفاعلية:

تقوم على مشاركة المستمعين وإعطائهم فرصة للتعبير عن آرائهم.

هـ. البرامج الترفيهية ذات البعد الاجتماعي:

هي برامج تجمع بين الترفيه ومعالجة قضية اجتماعية بطريقة غير مباشرة.

وتتنوع أهداف هذه الأنواع التي تكون الإطار الأساسي للبرامج الاجتماعية بين المعالجة

والتوعية والتثقيف والترفيه وخدمة المجتمع.²

¹ ريم عبود، البرامج الإذاعية وأثرها في التوعية الاجتماعية، دار الفكر، دمشق، 2015، ص (36 - 48)

² سهير جاد وسامية أحمد علي، مرجع سابق، ص 149.

خلاصة الفصل:

يُعدّ الإعلام القيمي أحد أهم أنماط الممارسة الإعلامية الهادفة إلى ترسيخ منظومة القيم داخل المجتمع، من خلال تقديم مضامين ترتبط بالهوية والثقافة والسلوك الاجتماعي الرشيد. ويقوم هذا النمط الإعلامي على مجموعة من الخصائص الأساسية؛ أبرزها الالتزام بالرسالة التربوية، احترام الخصوصية الثقافية للمجتمع، المصادقية، التوجيه الإيجابي، والقدرة على التأثير في اتجاهات الأفراد ومعاييرهم الاجتماعية. كما يسعى الإعلام القيمي إلى تحقيق أهداف مركزية، من أهمها دعم قيم المواطنة، تعزيز الروابط الاجتماعية، نشر الوعي الثقافي، تعزيز الهوية الوطنية، وتوجيه الجمهور نحو السلوكيات المتزنة والأخلاقية، بما يجعله فاعلاً أساسياً في مسار التنشئتين الاجتماعية والثقافية.

وتبرز الإذاعة المحلية كوسيط قيمي فاعل نظراً لارتباطها الوثيق بالمجتمع المحلي، وقدرتها على مخاطبة جمهورها بلغته ولهجته وضمن سياقه الثقافي والاجتماعي. وتمتاز الإذاعات المحلية بسهولة الوصول، وقربها من المستمعين، وتفاعلها مع القضايا اليومية، فضلاً عن بساطة تقنياتها وسرعة تغطيتها. وقد ساهمت هذه الخصائص في انتشارها الواسع داخل المجتمع الجزائري، حيث تشكل فضاءً عاماً للتعبير عن الانشغالات المحلية، ومنصة لتعزيز الهوية الثقافية عبر إبراز التراث، والعادات، والفنون المحلية. كما تؤدي دوراً محورياً في ترسيخ المعايير الاجتماعية من خلال تعزيز قيم التضامن، والمسؤولية، والانضباط، والاحترام، عبر محتوى يتماشى مع احتياجات المجتمع وتوقعاته.

أما البرامج القيمية في الإذاعة المحلية—سواء الثقافية، الاجتماعية أو الدينية—فتمثل الأداة المباشرة التي يجري عبرها تمرير الرسائل القيمية للمستمعين. وتتسم هذه البرامج بالتنوع من حيث أشكالها (برامج حوارية، حصص تربوية، فقرات دينية، تغطيات ميدانية، برامج تفاعلية) وبأهميتها في مخاطبة مختلف الفئات العمرية ومستويات الوعي. وتسهم هذه البرامج في تعزيز الثقافة المحلية واستحضار الرموز والقيم المشتركة، كما توفر مساحات للنقاش الهادئ والتوعية وتوجيه السلوك، وهو ما يجعلها عنصراً أساسياً في بناء الوعي الجمعي وتشكيل اتجاهات الجمهور وفق الضوابط الثقافية والاجتماعية المحلية.

وبذلك، يظهر الإعلام القيمي—عبر وسيط الإذاعة المحلية—كفاعل مركزي في دعم عملية التنشئة الاجتماعية والثقافية داخل المجتمع، من خلال قدرته على نقل القيم وتثبيتها، وتعزيز الهوية، وصون المرجعية الثقافية، وتوجيه السلوك العام بما ينسجم مع خصوصيات البيئة المحلية واحتياجاتها.

الفصل الثالث: التنشئة الاجتماعية والثقافية (المفهوم، الخصائص، الأهمية، والمؤسسات الفاعلة)

تمهيد:

تُعَدّ عمليتا التنشئة الاجتماعية والثقافية من أبرز العمليات الموجهة التي تسهم في بناء الفرد وصياغة شخصيته داخل المجتمع، إذ تشكلان الإطار الذي من خلاله يكتسب الإنسان المعارف والقيم والمهارات والمعايير التي تمكّنه من الاندماج في محيطه الاجتماعي والثقافي. ولما كانت هذه العمليات ذات طابع مركب وممتد عبر الزمن، فقد حظيت بأهمية كبيرة في الدراسات الاجتماعية والثقافية، بوصفها آليات أساسية لضمان استمرارية المجتمع، والمحافظة على هويته، ونقل تراثه وقيمه من جيل إلى آخر. كما تبرز أهميتها في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم، والتي تجعل من إعادة فهم آليات التنشئة ضرورة لبناء مواطن قادر على التكيف، والاستيعاب، والمشاركة الفاعلة في الحياة الاجتماعية.

ويتناول المبحث الأول من هذا الفصل التنشئة الاجتماعية باعتبارها العملية التي يتعلم من خلالها الفرد أنماط السلوك والأدوار الاجتماعية، ويتعرف على القيم والمعايير التي تنظم علاقاته داخل الأسرة والمدرسة والمجتمع. ويتطرق المبحث إلى مفهوم التنشئة، وخصائصها، وأهميتها، وأهدافها، إضافة إلى أشكالها (المقصودة وغير المقصودة)، وشروط تحققها، ومراحلها الممتدة عبر الطفولة والمراهقة وحتى الرشد. ويمكّن هذا التصور من فهم الدور المركزي للتنشئة الاجتماعية في بناء التوافق الاجتماعي، وتعزيز الانتماء، وإكساب الأفراد القدرة على التعامل مع محيطهم وفق الضوابط المقبولة مجتمعيًا.

أما المبحث الثاني، فيتناول التنشئة الثقافية باعتبارها العملية التي يتم عبرها إدماج الفرد في الإطار الرمزي والثقافي للمجتمع، من خلال تزويده بالمخزون الثقافي والقيمي والمعرفي الذي يشكل هويته ومرجعيته. ويعرض المبحث مفهوم التنشئة الثقافية، وأهدافها، ووظائفها، وأهميتها في الحفاظ على التراث والهوية، ودورها في بناء الشخصية ضمن بعدها الثقافي. كما يسلط الضوء على العلاقة الوثيقة بين التنشئتين الاجتماعية والثقافية، من خلال بيان نقاط الالتقاء والاختلاف، وكيف تتكاملان في صياغة شخصية الفرد وتوجيه سلوكه وتمكينه من فهم ذاته ومجتمعه. ومن خلال هذا التحليل، يبرز الفصل أهمية التنشئة بشقيها في بناء المواطنة المتوازنة والحفاظ على الهوية في سياق التغير الاجتماعي والثقافي.

المبحث لأول: ماهية التنشئة الاجتماعية، مراحلها، أهدافها، ومؤسساتها

المطلب الأول: مفهوم التنشئة الاجتماعية

1. التعريف اللغوي:

تعود كلمة التنشئة إلى الجذر اللغوي (نشأ) ويقال نشأ "الولد" أي ترعرع وكبر و"النشأة" أي رباه على أمر ما فيقال "نشأ في قومه" أي تربى فيهم¹

وقد جاء لفظ أنشأ أنشأه بالمعنى اللغوي في القرآن الكريم في العديد من المواضيع القرآنية حيث قال الله تعالى: << هو أنشأكم من الأرض واستعمركم فيها >>² أي ابتدئ خلقكم منها (أي الأرض) وخلق منهم أبائكم آدم واستعمركم فيها أي جعلكم فيها عمارا تعمرونها.³

وقد جاء في لسان العرب لابن منظور كلمة التنشئة من الفعل "نشأ" فينشأ نشوء أو نشأ بمعنى ربا وشب، ونشأ، أنشأه الله ونشأ، وينشأ ونشوء ونشأة، ونشأة، وأنشأ الله الخلق، أي ابتدئ خلقهم⁴

والتنشئة الاجتماعية لفظ غير معتمد في قواميس اللغة العربية، ومعاجمها، حيث لفظ نشأ أو تنشئة معاني تتضمن النمو، والحياة والممارسة لبعض الحركات والعمليات التربوية التي تعمل في مجموعها على جعل الصغير ينمو ويكبر؛ ونشأ الطفل معناها شب وقرب من الإدراك، ويقال نشأ في بني فلان، أي ربي فيهم وشب⁵.

¹ - ابن منظور أبو الفضل جمال الدين، لسان العرب، ج3، دار الطباعة والنشر، بيروت، 1997، ص417

² - سورة هود، الآية:60

³ ابن كثير، تفسير القرآن الكريم، ج2، دار الفكر، مصر، 2008، ص450

⁴ ابن منظور أبو الفضل جمال الدين، المرجع السابق، ص 418

⁵ مزور بركو، التنشئة الاجتماعية في الاسرة الجزائرية، الخصائص والسمات، مجلة شبكة العلوم النفسية العربية، العدد

21، جامعة باتنة، 2009، 43

2. التعريف الاصطلاحي لمصطلح التنشئة الاجتماعية:

التنشئة الاجتماعية هي العملية التي يتحقق بموجبها علاقة التفاعل الفرد بما يملكه من استعدادات فطرية مع محيطه الخارجي الذي ينتمي إليه وهذا من شأنه أن يحقق اندماجه الاجتماعي وبناء شخصية خاصة¹.

هي عملية بناء الخاصية الإنسانية، فبموجبها يتحول الفرد من كائن بيولوجي حال مولده إلى كائن اجتماعي يستفيد ويتعلم من تجارب من سبقوه في الحياة كما ينمي مهاراته واستعداداته وينقل إليه من خلال ثقافة المجتمع الذي ينتمي إليه ولغته وتقاليد وقيمه ونظمه، ليتحول بذلك الطفل إلى كائن إنساني طابعه الاجتماعي من أهم خصائصه الأولية².

وقد ورد في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية أن التنشئة الاجتماعية " Socialisation هي العملية التي يتم بها تشكيل الأفراد منذ طفولتهم حتى يمكنهم المعيشة في مجتمع ذي ثقافة معينة أو يدخل في ذلك كله ما يلقيه الآباء والمدرسة والمجتمع للأفراد من لغة ودين وتقاليد وقيم ومهارات³.

كما يعرفها معجم غرافيتس: " بأنها العملية التي من خلالها يتم تعلم الثقافة بشكل عام بفضل مؤسساتها التقليدية في محاولة لإدماج الفرد في المجتمع لا يستطيع استيعاب المعايير والقواعد وكذلك اللغة والمحيط الذي يعيش فيه، بما من شأنه أن نطلق عليه التوافق⁴

أما حامد مصطفى عمار فيرى أن التنشئة الاجتماعية هي حقل للقوى الحضارية الخارجية الموضوعية للفرد لتصبح قوى فردية يتبناها في ذاته وفي سلوكه الخارجي

¹ فاطمة منتصر الكياني، الاتجاهات الوالدية في التنشئة الاجتماعية وعلاقتها بمخاوف الذات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص40

² -تماضر زهري حسون، د س، جرائم الاجداث الذكور في الوطن العربي، المركز العربي للدراسات الأمنية، الرياض، السعودية، ص261

³ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية ، ط1، مكتبة بيروت، لبنان، 1993، ص 43

⁴ - Berger، P. L.، & Luckmann، T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the*

USA: Anchor Books.، *sociology of knowledge*. New York

ليخلص في الأخير بارسونز: أنها عملية تعليم يتحقق من خلالها إدماج لعناصر الثقافة في نسق الشخصية وهي بذلك تستند على مختلف عمليات التقليد والمحاكاة وهي بهذا عملية مستمرة لا نهاية لها.

في حين يعتبرها "غي روشيه" سلم أولويات تحقق للفرد خاصيته الاجتماعية من خلال تعلم واستبطان القيم الاجتماعية والثقافة السائدة في بيئته الاجتماعية¹

إن المتمعن للمحتوى الدلالي لمصطلح التنشئة الاجتماعية ينتهي إلى مجموعة من الاستنتاجات مستخلصة من جملة التعريفات السابقة العرض والتحليل بدايتها أن الفرد مزود فطرية باستعدادات للتطور والتعلم الضرورية لبناء الشخصية من خلال صقلها بمنظومة مدعمة بأنماط القيم والمعايير وأنماط السلوك الثقافي والحضاري الذي يمثل المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه الفرد وهذا في حد ذاته يكشف ضمناً أن عملية التنشئة الاجتماعية في الحقيقة عملية تعليم وتلقين اجتماعي بالدرجة الأولى تعكس قدرة الفرد على التكيف والتفاعل الاجتماعي باعتباره متلقياً مع المصدر وهو المؤسسات المنوطة إليها عملية التنشئة الاجتماعية. هذا الت² كيف والقابلية في التفاعل والاكتساب من شأنه أن يؤدي إلى إنتاج شباب محصن اجتماعياً من جميع ما من شأنه أن يربك النظام الاجتماعي القائم.

المطلب الثاني: خصائص التنشئة الاجتماعية.

1. التنشئة الاجتماعية عملية تشكيل اجتماعي:

فهي تعمل على تحويل الفرد من كائن بيولوجي إلى كائن إنساني يملك المؤهلات الإنسانية والاجتماعية بما يجعله كائن ناضجاً بمعنى أن الفرد لما يولد يتعلم الأنماط السلوكية التي يتميز بها المحيط الاجتماعي من معايير وقيم الحصول على نوعية م واتجاهات اجتماعية ويمكن عبرها الحصول على نوعية الفرد الذي نريده وبناء الاتجاهات الاجتماعية التي يرغب المجتمع في نقلها.

¹ إسماعيل مهيوبي، التنشئة الاجتماعية للتلاميذ والنظم المجتمعية بالوسط الريفي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه،

تخصص علم اجتماع، جامعة الجزائر 2، الجزائر، 2012، ص ص (22-23)

2. التنشئة الاجتماعية عملية إشباع للحاجات:

تحدث الكثير من الباحثين والعلماء على الحاجات الاجتماعية التي تستطيع التنشئة الاجتماعية تحقيقها وتلبيتها للفرد منها البيولوجية، والحاجة للمحبة، والحاجة للتقدير، والحاجة للانتماء وغيرها...

3. التنشئة الاجتماعية عملية ديناميكية:

إن التفاعل الذي يتحقق بين الطفل والديه هو أولى لبنات التنشئة الاجتماعية، يتعلم من خلالها حقوقه ويدرك واجباته، لتتدرج عملية بمؤسساتها فيكتسب الفرد من خلال جماعة الرفاق قيما وقوانين تنسبه أكثر إلى ثقافة المجتمع وقيمه وبطبيعة الحال إيجابية هذه القيم من عدمها منوط ومرتبطة بطبيعة الجماعة التي ينتمي إليها¹.

4. التنشئة الاجتماعية عملية اجتماعية مستمرة:

في عملية تكيف الفرد مع بيئته الاجتماعية والذي يتحقق من خلال أساليب التنشئة الاجتماعية تأخذ طابع التعلم الاستمراري أو الدائم فهو متواصل مع مراحل عمر الإنسان يبدأ بميلاده ويستمر حتى الشيخوخة، فحاجة الإنسان إلى التعلم مرتبطة بهذا التطور والتغير² المستمر الذي يتميز به المجتمع، وبذلك فهي عملية تبدأ بالحياة ولا تنتهي إلا بانتهائها.

5. التنشئة الاجتماعية هي عملية نمو متواصل للفرد:

إن التطورات التي تظهر على السلوك الاجتماعي للفرد لها علاقة مباشرة بعملية التنشئة الاجتماعية عبر مؤسساتها المختلفة، فالنمو الاجتماعي الذي يحدث في شخصية الإنسان ما هو إلا دليل على نتائج هذه التنشئة فنجد الحاجة للعب لدى الطفل مع والديه وإخوته ثم يستقل تدريجيا ويظهر خلال الحاجة إلى الاختلاط بالرفاق والأقران والزملاء في أي مؤسسة اجتماعية من مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

¹ عامر مصباح، مرجع سابق، ص 39

² رشيدة غوافرية، شهرزاد بوعالية، دور وسائل الاتصال الحديثة في التنشئة الاجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 9، العدد 3، 2021، ص 167

6. التنشئة الاجتماعية هي عملية تعلم:

وهذا من خلال اكتساب المهارات وتعلم الأدوار والقدرة على التأقلم مع الوسط الاجتماعي، فهي بذلك عملية تعلم اجتماعي وعملية نمو يتحول من خلالها الطفل من شخص يعتمد على غيره إلى فرد ناجح يتحمل المسؤولية¹

7. التنشئة الاجتماعية عملية تكيف اجتماعي:

إن تحقق خاصية التكيف الاجتماعي مؤشر فعال على نجاح عملية التنشئة الاجتماعية في تشكيل السلوك الاجتماعي السليم لدى الفرد وأي خلل على مستواها فيرجع إلى قصورها في تشكيله تشكيلا اجتماعيا قويا من ناحية ومن ناحية أخرى عدم تزويده بالمهارات الاجتماعية اللازمة للاندماج الاجتماعي.

8. التنشئة الاجتماعية عملية معقدة:

إن كل من العناصر التي تتداخل في عملية التنشئة الاجتماعية يجعل منها هكذا عملية معقدة، فطبيعة شخصية الفرد وبنيته النفسية وبناء محيطه الاجتماعي ومنظومة القيم الثقافية والاجتماعية والأخلاقية بالإضافة إلى نماذج السلوك الاجتماعي وبالمقابل وعي الفرد الاجتماعي دون أن يغفل عن اللغة ومضامينها الأيديولوجية¹.

نظرا لتباين المجتمعات واختلاف النمط الاجتماعي والثقافي الذي يميز كل بيئة عن غيرها، لا يمكن أن نحدد قالباً واحداً أو نمطاً جاهداً، ناهيك على أنها تتأثر بكل العوامل المجتمعية كأنماط الثقافة ونوعية السلوك ومنظومة القيم والعوامل الأسرية بها وأنها تختلف باختلاف الزمن حتى داخل المجتمع الواحد².

المطلب الثالث: أهمية التنشئة الاجتماعية وأهدافها.

تعتبر عملية التنشئة الاجتماعية من أهم عمليات التي تتعلق بالفرد في مختلف مراحل حياته، وذلك لتحقيق تنشئة اجتماعية سوية تصبو إلى بناء شخصية الفرد النفسية والاجتماعية السوية والصالحة في المجتمع، لذلك لابد من الإشارة إلى أهميتها والأهداف التي تسعى إليها في النقاط التالية:

¹ عامر مصباح، مرجع سابق، ص (42-43)

² عامر مصباح، مرجع سابق، ص 45

*أهدافها:

تتنوع وتتعدد أهداف التنشئة الاجتماعية بتنوع مجالاتها الاجتماعية منها: التعليمية، السياسية، الاقتصادية وعلى مستويات مختلفة (الفرد، الأسرة، المدرسة، المجتمع) وهي كالتالي:

- 1-تتيح الفرد إمكانية النمو السليم لشخصيته وتطور من مهاراته وقدراته بالشكل الصحيح.
- 2-إكساب الفرد المهارات الاجتماعية وتجارب خبراتية تساهم في بعث روح الاعتزاز بترائه الثقافي¹.
- 3-تأكيد الذات الاجتماعية للفرد ورعايتها.
- 4-جعل الأسرة الوسط الاجتماعي الأمثل لصقل شخصية الطفل وهذا من خلال مشاعر القبول الاجتماعي والحصانة.
- 5-تشبع الأبناء داخل الأسرة بشتى أنواع المعاني الوجدانية المنبعثة من الحنان واحترام الآخرين وإدراك الحقوق والواجبات والوعي الجيد بالحسن والقبیح، ما من شأنه أن يحقق عملية تكييف اجتماعي فعال بين البناء والمحيط الذي يعيشون فيه.
- 6-تدريب الطفل(الفرد) على العديد من الأنماط السلوكية وهذا من خلال عملية التفاعل التي تتم بين أعضاء الأسرة، وهو ما يؤكد حقيقة أن التنشئة الاجتماعية عملية تعليم وتلقين.
- 7-تقضي على معاني الإنسانية وحب الذات من خلال التشجيع على بعث روح التعاون والتآزر بين الأفراد.
- 8-إن ما تقدمه المدرسة من نشاطات علمية ودروس نظرية يساهم في تدعيم معاني المسؤولية وحسن القيادة وحل المشكلات وتعزيز مهارات تولي الوظيفة والاعتماد على الذات.
- 9-محاولة بناء صلة متينة بين الأسرة والمدرسة بما يضمن التعاون والانسجام في عملية التنشئة الاجتماعية ما بين هاتين المؤسستين²

¹ سهيلة لغرس، آثار وسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية-مقاربة نظرية-مجلة الاعلام والمجتمع المجلد6، العدد

2، ديسمبر 2022، ص224

10- تحقيق التماسك الاجتماعي بين مختلف طبقات المجتمع وفئاته العرقية عن طريق قيم التسامح والعدل بين الأفراد وتعميق مفهوم أداء الحقوق والواجبات والاعتراف بحريات الآخرين في المجتمع.¹

11- إبراز مظاهر التحضر في السلوك والقول من خلال ترسيخ قيم النظام في المجتمع، والمحافظة على نظافة محيطه.

ومن جهة أخرى يمكننا من خلال ما تم التطرق إليه سابقا التيقن من أن عملية التنشئة الاجتماعية هادفة، تتقاطع على أثرها مجموعة الممارسات الاجتماعية والثقافية التي تسعى إلى بلوغ الفرد نضجا اجتماعيا ووعيا متكاملًا بالقيم والمعايير الاجتماعية التي تسود محيطه الذي يعيش فيه، وهي عملية ضرورية وذلك بناء على الوظائف التي تؤديها والتي يمكن ترتيبها كالتالي:

1- التنشئة الاجتماعية وسيلة مهمة لتحقيق التكيف الاجتماعي وخلق التوازن داخل المجتمع.

2- تعتبر التنشئة الاجتماعية من الوسائل المساهمة في عملية الرباط الاجتماعي.

3- التنشئة الاجتماعية تعكس بصورة جلية الهوية الثقافية للمجتمع الذي ينتمي إليه الفرد. بينما تحددها دربال سارة، فيما يلي:²

1- تحويل الطفل من كائن بيولوجي إلى كائن اجتماعي، وتحويل الفرد من طفل يعتمد على غيره إلى فرد ناضج يدرك معنى المسؤولية.

بالإضافة إلى كونه عملية التنشئة الاجتماعية تسعى إلى مد الفرد بأنماط السلوك الاجتماعي وإكسابه مجموعة المعايير الاجتماعية التي من شأنها أن تضبطه وتوجهه، كما تضمن من خلال أساليبها الهادفة إلى تدريبه الاجتماعي، وتدعيمه بمنظومة المجتمع الأخلاقية والثقافية والاجتماعية والسلوكية بالإضافة إلى المعاني الرمزية ومكونات التراث

² Berger-Peter L., *The Social Construction of Reality: A Treatise*, and Thomas Luckmann. 1966. P45, in *the Sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books

¹ رشيد غوافرية، مرجع سابق، ص 170

² سارة دربال، وسائل الاعلام ودورها في التأثير على التنشئة الاجتماعية للطفل، مجلة جيل للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 55، لبنان، 2019، ص10

الثقافي من عادات وتقاليده سائدة في المجتمع وتلك المعاني المرتبطة بأساليب إشباع رغباته وحاجاته الفطرية والاجتماعية والنفسية، ويكسبه قدرة على توقع استجابات الآخرين نحو سلوكه وأفكاره.

خلاصة القول: إن اكتساب المعرفة والقيم والاتجاهات والرموز والعناصر الثقافية تصبح تدريجياً جزءاً من التكوين الشخصي والبناء الاجتماعي للأفراد ومن خلال هنا يبرز التباين في أنماط الشخصية على أساس درجة التمثل للأنماط الثقافية. إن التنشئة الاجتماعية تهيئة حقيقية لتخلق أفراداً صالحين قادرين على نقل الموروث الثقافي والنجاح في بناء معالم شخصية متكاملة.

كما يمكننا رصد أهداف التنشئة الاجتماعية من خلال ما حدده الطاهر علي ميهوب¹. تهدف عملية التنشئة الاجتماعية إلى إكساب الأفراد بصورة متواصلة مع مسيرتهم الحياتية، أنماط السلوك، ومعايير الجماعة وقيم المجتمع بما يحقق التوافق الاجتماعي لديه، كما تساهم بشكل فعال في تكوين الشخصية الإنسانية وتنمية الذات من خلال إشباع الحاجيات، كما تعمل على تحقيق الأمن النفسي والصحي للأفراد حتى يتسنى لهم العيش في محيط اجتماعي يخلو من المشكلات النفسية والاضطرابات الأسرية، دون أن يغفل عن دورها المهم في ترسيخ منظومة القيم المجتمعية في شخصية الفرد. ويجعلنا كل هذا أن نختصر الحديث في فكرة أساسية مفادها أن التنشئة الاجتماعية السليمة تعمل على ضبط سلوك الفرد وإشباع حاجاته بطريقة تتوافق مع القيم الدينية وتساير الأعراف والقيم الاجتماعية²

¹ - الطاهر علي ميهوب، التنشئة الاجتماعية وعلاقتها بالمشاركة السياسية، دار العلم للملايين، كفر الشيخ دسوق، مصر، 2010، ص44

² - محمد محمد نعيمة، التنشئة الاجتماعية وسمات الشخصية، دار الثقافة العلمية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2002، ص26

المطلب الرابع: عناصر عملية التنشئة الاجتماعية وشروط حدوثها.

1- عناصرها:

***الفرد:**

إن الفرد هو موضوع التشكيل الاجتماعي ومن أجله كانت عملية التنشئة الاجتماعية ويدخل في مكون الفرد أنواع متعددة من البنى، تحدد بموجبها استجاباته للمنبهات الخارجية الاجتماعية حيث يتفاعل معها بالإضافة إلى المكونات الوراثية الفطرية والتي تتدخل كذلك تحديد نمط تفاعل مع محيطه الخارجي وتصنيف سلوكه الاجتماعي دون أن ننسى مكون التركيبة الفكرية والمعرفية التي تختلف من فرد إلى آخر وتحدد ادراكاته (الفرد) الاجتماعية ومنه يتجلى نمط السلوك الاجتماعي الذي ينتهجه في مقابل التفاعل مع محفزات المحيط الخارجي وتحضر اللغة باعتبارها مؤشرا على زيادة التفاعل الاجتماعي، فالنمو اللغوي يوسع مجال التفاهم بين الأفراد ويدعم شبكة العلاقات الاتصالية الاجتماعية مما يخلق أنماط سلوكية، ومعايير وقيم اجتماعية¹.

***مضمون التنشئة الاجتماعية:**

تسعى عملية التنشئة الاجتماعية إلى تلقين الأفراد رسائل ومضامين تربوية يراد ترسيخها في نفوس الأفراد، وتتعكس من خلالها أنماط السلوك المختلفة، وهذا دور منوط بالأسرة عن طريق تقليد الطفل للآباء أو التعليم والتلقين المستمر².
في ذات السياق تبرز اللغة كأداة أساسية لتحقيق التفاعل والتفاهم بين الأفراد وتلبية الحاجات النفسية والاجتماعية³

ومن خلال مضمونها تتضمن عملية التنشئة الاجتماعية عملية ضبط اجتماعي فعن طريقها يتعلم الأفراد المعايير الاجتماعية ويفهمون آليات تغير البناء الاجتماعي كما

¹ - عامر مصباح، التنشئة الاجتماعية والسلوك الانحرافي لتلاميذ المدرسة الثانوية، دار الامة للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2003، ص46

² - عامر مصباح، نفس المرجع، ص47

³ - مصطفى عشوي، مدخل إلى علم النفس المعاصر، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص73

يستطيعون من خلالها اختيار العناصر الصالحة التي تؤدي إلى نمو سليم للفرد والمجتمع وبذلك تتطور الاتجاهات الايجابية وتنمو نحو العناصر المكونة للبناء الاجتماعي¹.

-المؤسسة الاجتماعية:

والتي تقوم بعملية التنشئة الاجتماعية للفرد، بتزويده بالمهارات الاجتماعية وتنمية لاستعدادات النفسية والفكرية ليستطيع تحقيق التكيف الاجتماعي السليم يجعل سلوكه أكثر توافقاً واندماجاً مع المحيط الاجتماعي، وهذه المؤسسة إما رسمية كالمدرسة أو غير رسمية كما الحال مع الأسرة وجماعات الرفاق.²

2-شروط حدوثها:

في الحقيقة توجد العديد من الآراء التي ساهمت في تحديد شروط عملية التنشئة الاجتماعية ونحن اخترنا ما حدده: Elkin-Handel فيما يلي:

*ضرورة وجود مجتمع قائم بذاته:

إن المجتمع القائم هو المجال الأنسب لحدوث عملية التنشئة الاجتماعية باعتباره يوفر مجموعة من العوامل التي تساعد على ذلك على غرار المؤسسات الاجتماعية والقيم والمعتقدات، والمعايير بالإضافة إلى المكانة والدور.

*الوراثة البيولوجية:

باعتبار أن التنشئة الاجتماعية هي عملية يتحول من خلالها الكائن البيولوجي إلى كائن اجتماعي من هذا المنطلق يمكننا رصد هذه العملية من خلال توفر المهارات والاستعدادات الفطرية المسبقة والتي يرثها الفرد جينياً، من جهة يولد مزود بمجموعة من الأجهزة والميكانزمات كالجهاز العصبي، والقلب، وكلها عناصر ضرورية لتتم عملية التنشئة الاجتماعية بطريقة سليمة.³

¹ - محمد الهادي عفيفي، عبد الفتاح جلال، التربية ومشكلات المجتمع، ط3، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، مصر، 1972، ص27

² احمد حقي الحلمي واخرون، مبادئ التربية، مطبعة جامعة بغداد، العراق، 1985، ص5

³ سهيلة لغرس، مرجع سابق، ص 227

*الطبيعة الإنسانية:

أن يكون للفرد القدرة الفكرية، القدرة العاطفية، القدرة السلوكية، لكي يتفاعل مع الآخرين¹.

المطلب الخامس: اشكال التنشئة الاجتماعية:

تأخذ عملية التنشئة الاجتماعية لدى الفرد شكلين رئيسيين هما :

1. التنشئة الاجتماعية المقصودة (الرسمية):

وهي تأخذ هذا الاسم لكونها تسير وفق أهداف مسطرة يسعى ويؤمل تحقيقها في نهايتها وتكون هذه التنشئة المقصودة عن طريق التعليم والتدريس والتوجيه المباشر وتعد مؤسستي الأسرة والمدرسة أهم مصدرين لها والأكثر تأثيراً في مثل هذا النوع من التنشئة حيث تعتمد الأسرة على تلقين أبنائها مجموعة القيم المجتمعتين وعاداته وتقاليده الحميدة بالإضافة إلى بعض المهارات الأساسية اللازمة لهم في مرحلة عمرية مبكرة دون أن ننسى أساسيات اللغة ليتكامل فيما بعد دور المدرسة مع دور الأسرة في تدعيم القيم والعادات والسلوكيات الإيجابية التي يجب أن ينتهجها الفرد من خلال تشجيعه على ممارستها وهذا ليس بالأمر الغريب على سياسة التعليم المدرسي التي تهدف بوضوح إلى تربية الطفل وتنشئته بالطريقة المطلوبة.²

2. التنشئة الاجتماعية غير المقصودة (غير الرسمية) :

تأخذ هذه التسمية لأنه ليس هناك أهداف مقصودة من هذه التنشئة يأمل تحقيقها في نهايتها ولأن العوامل التي تؤثر عليها لا يمكن ضبطها وتكيفها ويعد المجتمع والبيئة المحيطة مجالات هذه التنشئة عبر عديد المؤسسات الاجتماعية كالمسجد والإذاعة والتلفاز والسينما والمصرح ولكن طبعاً بطريقة غير مباشرة حيث يتعلم الطفل ويكتسب المهارات والعديد من المعارف دون أن يكون الهدف هو التعلم في كثير من الأحيان كما أنه من الطبيعي أن يقلد الأطفال الكبار من الوالدين أو الإخوة الكبار كيف يتصرف ويكتسبون من خلالهم أنماط السلوك في عملية متواصلة مستمرة وبطريقة غير مباشرة وغالباً لا تكون لديه نية التعلم.

¹ - عامر مصباح، مرجع سابق، ص 47.

² الخوالدة، محمد وزملاؤه، التربية والمجتمع والتنمية،، جامعة القدس المفتوحة، عمان، الأردن، 1993، ص 99.

عندما يبلغ الفرد مراحل النضج وسن الرشد يتعلم من مجتمعه العديد من الأمور الأخرى التي تتماشى مع هذه الفئة العمرية وتبقى نوعية التعلم في هذه المرحلة تحددها نوعية الأفراد الذين يتعاملوا معهم الفرد.¹²

من خلال هذا يتضح لنا أن عملية تنشئة الفرد عملية مستمرة تعمل على إيصالها مجموعة من المؤسسات والجماعات الاجتماعية وبقدر ما تحقق التوافق بين هذه المؤسسات مع بعضها البعض بقدر ما ينشأ الطفل والفرد بطريقة يسيرة وسريعة.²

المطلب السادس: مراحل التنشئة الاجتماعية:

يمر الكائن البشري في عملية التنشئة الاجتماعية بأربعة أطوار متداخلة ولكنها متكاملة وهي:

الطور الأول:

وهي فترة تتحدد منذ ولادة الطفل حتى سن ذهابه إلى المدرسة وهي مرحلة تتميز بنمو الطفل الحركي واللغوي وبقدرته على التحرك والنشاط والانطلاق والتفاعل داخل منزله وخارجه ولهذا يتحقق الاندماج مع الرفاق يكتسب الطفل في هذا السن مجموعة عادات ومهارات وهو محاط باهتمام خاصة من طرف الوالدين لا تمارس عليه الضغوط الاجتماعية مع أن الأسرة تحاول أن تمارس عليه أساليب الضبط والتوجيه لسلوكياته وتصرفاته وعلى العموم هي مرحلة عمرية يبدأ الفرد من خلالها في تشكيل شخصيته.³

¹ صالح محمد علي أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2000، ص16

² الخوالدة، محمد وزملاؤه، مرجع سابق، ص 99.

³ محمد فتح عكاشة، محمد شفيق زكي، مدخل إلى علم النفس الاجتماعي، ط1، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1997، ص 51-53.

2 عمر احمد همشري، التنشئة الاجتماعية للطفل، ط2، دار النشر والتوزيع، كلية العلوم التربوية الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، 2013، ص 27

الطور الثاني:

وتبدأ هذه المرحلة منذ دخول الطفل إلى المدرسة إلى غاية تخرجه من التعليم الجامعي وهي مرحلة يتعلم فيها الفرد المهارات الأساسية اللازمة للتفاعل مع مجتمعه وأقرانه في المدرسة وباقي مجالات مجتمع الراشدين، إن التفاعل في المدرسة هو مجال خصب للتنشئة الاجتماعية كما تقوم المعلمة أو المعلم الدور المهم في هذا المجال لكون مؤسسة المدرسة مكمل لدور الأسرة كما تؤدي الجامعة والكلية دورها الأساسي في تشكيل شخصية الشاب وصقلها وإعداده علميا وفنيا وتقنيا ليكون بعد تخرجه قادرا على الإسهام الفاعل في مجتمعه وازدهاره وتطوره.

الطور الثالث:

وتبدأ بخروج الشاب من التعليم إلى حياة العمل وبدخول عالم المهنة يلج الشاب العالم الأوسع ويحتك بعدد الناس من مختلف الطبقات والمستويات والأنواع وفي إطار التعامل معهم ومع الوظيفة يتعرض لمعايير جديدة يتعين عليه اكتسابها والتكيف معها ليستطيع القيام بما هو مطلوب منه ولهذا كانت أماكن العمل من المؤسسات المهمة في عملية التنشئة الاجتماعية وتشكيل شخصية الفرد بالخصوص.

الطور الرابع:

وفي هذه المرحلة يبدأ الفرد بتكوين أسرة جديدة ويعد الزواج أكثر مظاهر المشاركة والانتماء شيوعا في المجتمعات الإنسانية. فيتخلص هذا الفرد من كل نزاعات الذاتية وسلوكيات حب الذات وتفضيلها إلى مرحلة جديدة تكون فيها مهمة رعاية أشخاص آخرين والاهتمام بهم الأولوية فالدور الاجتماعي المتوقع من الإنسان في هذا الطور يحتم عليه أن يقوم بالإنتاج والتكاثر وإنجاب الأطفال ومن ثم الاهتمام بهم وتوجيههم¹ لتأتي فترة سن التقاعد والشيخوخة يقف الفرد موقفا متأملا لمشوار حياته مستعرضا إنجازاته وإخفاقاته السابقة ويتحول إلى مستشار لأولاده المتزوجين في عديد الأمور والقضايا التي يتعرضون لها وبهذا تكون عملية التنشئة الاجتماعية عملية مستمرة.

¹ عمر احمد همشري، المرجع نفسه، ص 28

وعلى الرغم من تعدد مؤسسات التنشئة الاجتماعية للفرد من الأسرة إلى المدرسة ودور العبادة والنوادي وغيرها إلا أن الأسرة تبقى أكثر المؤسسات الاجتماعية تأثيراً في عملية تنشئة الفرد موازية لمؤسسة المدرسة.

حيث تكمن أهمية الأسرة في كونها المؤسسة الاجتماعية الأولى التي تعنى بتنشئة الفرد المبكرة ولأسباب بيولوجية ونفسية تتحدد معالم شخصيته الاجتماعية ومن ذات الناحية يحمل الفرد قبولاً أكثر وقابلية أكبر للتشكيل عندما يكون صغيراً ونظراً لطول مرحلة العجز التي يقضيها الطفل نسبياً فإنه يعيش بين أحضان الأسرة لفترة طويلة حتى يستطيع الاعتماد على نفسه وطيلة تواجده داخل الأسرة يعيش الطفل معتمداً على ما يحققونه له من إشباع لحاجاته البيولوجية والنفسية من طمأنينة وحنان مما يعمق من تأثير الأسرة فيه ويجعل خبراته فيها أساساً لخبراته اللاحقة ومن هنا قيل أن الطفل عجينة خام تشكلها الأسرة حسب القيم ومعايير السلوك السائدة وأنماط التوجيه المتبعة وحتى أن أكثر أنواع التعلم استقراراً هو التعلم في مرحلة الطفولة¹ ويقترح باندورا ثلاثة آثار على الأقل للتعلم بالملاحظة وهي:

1. تعلم سلوكيات جديدة حيث يستطيع الملاحظ تعلم سلوكيات جديدة من النموذج فعندما يقوم النموذج بأداء استجابة جديدة ليست في حصيلة الملاحظات السلوكية يحاول الملاحظ تقليدها ولا يتأثر سلوك الملاحظ بالنماذج الحقيقية أو الحية فقط فالتمثيلات الصورية والرمزية المتوافرة عبر الصحافة والكتب والسينما والتلفزيون والأساطير والحكايات الشعبية تشكل مصادر هامة للنماذج وتقوم بوظيفة النموذج الحي.

2. الكف والتحرير:

قد تؤدي عملية ملاحظة سلوك الآخرين إلى كف بعض الاستجابات أو تجنب بعض الأنماط في السلوك وبخاصة إذا واجه النموذج عواقب سلبية أو غير مرغوب فيها من جراء انغماسه في هذا السلوك، وقد تؤدي عملية ملاحظات سلوك الآخرين إلى عكس ذلك، أي إلى تحرير بعض الاستجابات المكفوفة أو المقيدة، وخاصة عندما لا يواجه النموذج عواقب سيئة وغير سيئة نتيجة ما قام به من أفعال.

¹ عبدالله زاهي الرشيدان، التربية والتنشئة الاجتماعية، ط 1، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005، ص 24

3. التسهيل:

قد تؤدي عملية ملاحظة سلوك النموذج إلى تسهيل ظهور الاستجابات التي تقع في حصيلته الملاحظة السلوكية التي تعلمها على نحو النموذج إلا أنه لا يستخدمها أي أن سلوك النموذج يساعد الملاحظ على تذكر الاستجابات المشابهة لاستجابات النموذج بحيث يغدو استخدامها في الأوضاع المشابهة أكثر تواتراً فالطفل الذي تعلم بعض الاستجابات التعاونية ولم يمارسها يمكن أن يؤديها عندما يلاحظ بعض الأطفال منهمكين في سلوك تعاوني وتختلف عملية تسهيل السلوك عن عملية تحريره فالتسهيل يتناول الاستجابات المتعلمة غير المكفوفة أما تحرير السلوك فيتناول الاستجابات المقيدة أو المكفوفة التي تقف منها البيئة الاجتماعية موقفاً سلبياً فيعمل على تحريرها بسبب ملاحظة نموذج يؤدي مثل هذه الاستجابات دون أن يصيبه سوء.¹

وتشير نظرية التعلم الاجتماعي إلى أن هناك أربع مراحل للتعلم بالنماذج وهذه المراحل هي: مرحلة الانتباه : فالانتباه شرط أساسي لحدوث عملية التعلم²

مرحلة الاحتفاظ : تمثيل ذلك الأداء في ذاكرة المتعلم

مرحلة إعادة الإنتاج : يوجه الترميز اللفظي والبصري في ذاكرة الأداء الحقيقي للسلوكيات المكتسبة حديثاً تعتبر التغذية الراجعة كامل حاسم في تطوير الأداء

مرحلة الدافعية: ينظر إلى التعزيز والعقاب على أنها عوامل تؤثر على دافعية المتعلم لأداء السلوكيات وليس على التعلم نفسه.³

المطلب السابع: مؤسسات التنشئة الاجتماعية

إن الطفل ليتعلم وينضج ولينقل إلى مرحلة هامة في مجتمعه يمر بعدة مؤسسات اجتماعية مختلفة منها الرسمية وغير الرسمية التي تعمل على تنشئته اجتماعياً، فhez يولد في كنف مؤسسة جد مهمة ألا وهي الأسرة وتمثل الجماعة الأولى أين يتعلم الطفل لغته الأم

¹ - صالح محمد علي أبو جادو، مرجع سابق، ص 48.

² - Gage، N. L.، and David C. Berliner. *Educational Psychology*. 4th ed. Boston: Houghton، P170، 1988، Mifflin Company

³ Bandura، 1977. "Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change."، *Psychological Review* 84، no. 2 (April)، p193.

وكذا عادلة وتقاليده وقيمه، حيث تبدأ عملية التنشئة الاجتماعية بميلاد الفرد وتنتهي بانتهاء حياته.

1- مؤسسة الأسرة:

يقول رسول الله صل الله عليه وسلم: "ما من مولود إلا يولد على الفطرة فأبواه يهودانه أو ينصرانه أو يمجسانه كما تنتج البهيمة جمعاءها" (رواه أبو هريرة)¹ وانطلاقاً من هذا الحديث النبوي الشريف يمكننا الحديث على أولى مؤسسات التنشئة الاجتماعية وهي الأسرة فهي بمثابة اتحاد تلقائي يتم نتيجة الاستعدادات والقدرات الكامنة في الطبيعة البشرية التي تسرع إلى الاجتماع والضامن الوحيد لبقاء الجنس البشري ودوام تواجده.²

ويتحدد بذلك نمط السلوك لدى الفرد من حيث أنه سوي أو عكس ذلك من خلال دور الأسرة في تشكيله عبر النماذج التي السلوكية التي تقدمها للطفل هذا الأخير الذي يتأثر بها إما سلباً أو إيجاباً وتظهر جلياً في تربيته وشخصيته حتى في مراحل متقدمة من العمر.³ وباعتبارها (الأسرة) الجماعة الأولى التي يجد الطفل والفرد على حد سواء نفسه فيها عند ولادته فهي المسؤولة بالدرجة الأولى عن تلقينه جميع المعارف والاتجاهات بالإضافة إلى المعايير الاجتماعية والقيم السائدة في محيطه الاجتماعي بعد أن تقوم بعملية موافقة مع الخصوصية الثقافية للمجتمع من جهة ومتطلبات الأسرة من جهة أخرى.

إن هذا الكم الهائل من المهارات والمعارف كفيل بأن يساعده في تصريف شؤون حياته، وبهذا لم يكن الاختلاف قائماً بين الباحثين في مجالات التنشئة الاجتماعية على الرغم من اختلاف رؤاهم النظرية على أن مخرجات الأسرة نحو الفرد العضو فيها لاسيما في مرحلة الطفولة المبكرة يعد لبنة أساسية ومحورية في بناء شخصية الفرد وفي نموه النفسي والاجتماعي⁴

¹ - صحيح البخاري، كتاب الرقاق، باب ما جاء في الفطرة، حديث رقم 1358، ص. 177.

² - صالح محمد علي أبو جادو، مرجع سابق، ص 217

³ - صالح محمد أبو جادو، مرجع سابق، ص 218

⁴ - محمد أحمد صوالحة، أساسيات التنشئة الاجتماعية للطفولة، دار الكندي للنشر والتوزيع، 1994، ص (87-88).

من خلال هذا الطرح تحديدا يحق لنا أن نتساءل عن طبيعة مناخ المؤسسة الأسرية لصناعة فرد يتمتع بتنشئة اجتماعية سليمة.

إن ما يجب الإلمام به في ختام حديثنا عن الأسرة كمؤسسة اجتماعية أساسية من مؤسسات التنشئة الاجتماعية هو أنه ومن خلال أساليبها السوية نستطيع تقديم النموذج المثالي من الأفراد قادرين على تحقيق أهدافهم وممارسة أدوارهم المنوطة بهم بالإضافة إلى إثبات الوجود في النسيج الاجتماعي من خلال تحمل المسؤولية والاعتماد على الذات بالإضافة إلى ارتباطه الوثيق بمجتمعه المحلي رباطا ثقافيا متينا ورباطا أسريا أقوى وأمتن.

2-رياض الأطفال/ دور الحضانة:

إن تحول الأسر من شكلها التقليدي إلى الأسر النواة أي القليلة الحجم، وخروج المرأة للعمل من أبرز العوامل التي مهدت التفكير في إيجاد مؤسسات إيوائية وتربوية واجتماعية كدور الحضانة، ورياض الأطفال في سن ما قبل الدخول إلى المدرسة الابتدائية، وهو نتاج جهود العديد من المربين والفلاسفة والمختصين في علم النفس والعلوم التربوية بشكل عام¹ وهذا ما يؤكد عليه فريدريك فرويل: حيث يرى في الروضة مؤسسة هامة من خلال ما تقدمه من نشاطات للأطفال تتوافق مع مراحلهم العمرية تساعد عن النمو الجسدي والحسي والعقلي على حد سواء، وأنها بهذا تساعد الطفل على التوافق مع بيئته الاجتماعية بالإضافة إلى ما يمكن أن يقدمه اللعب ويوفره للنمو الروح والخلقي، إن رياض الأطفال إذا ما اعتمدت على آليات فعالة وإعداد سليم يمكنها بحق أن تساهم في التنشئة الاجتماعية وهذا من خلال تحقيق جملة من الأهداف:

- تنمية الإحساس بالثقة بالآخرين؛
- تنمية الإحساس بالاستقلالية مقابل الإحساس بالاعتمادية؛
- مساعدة الطفل على الانفكاك التدريجي من التمرکز حول الذات؛
- تنمية وتهيئة استعدادات الطفل للحياة المدرسية².

¹ - مراد زعيمي، مرجع سابق، ص 76

² - زينب إبراهيم العزبي، علم الاجتماع العائلي، د ط، جامعة بنها، كلية الاداب، قسم علم الاجتماع، مصر، ص 124.

3-المدرسة:

إن الوصول إلى بناء مجتمع قوي يحتاج وبشدة إلى وجود المدرسة كفاعل مهم في عملية التنشئة الاجتماعية ولهذا حدد الفكر السوسيولوجي تعريفا للمدرسة: "بأنها هي المؤسسة الثانية بعد المؤسسة في الأهمية متخصصة قد أنشأها المجتمع لتربية أفراده وتعليمهم، لأنه تضم داخلها مجموعة من الأنشطة والعلاقات الاجتماعية المتعددة¹.

فإنشاء المدرسة عملية مقصودة يقصد من خلالها تحقيق جملة من الوظائف ولعل أهمها تنشئة الأجيال وتقديمهم للمجتمع كنماذج صالحة أو كأعضاء فاعلين بالإيجاب. من خلال ما توفره من أسس تربوية تشتمل عناصرها الأساسية البارزة: المدرسة، التلميذ، المنهج، فيما يرى²

أن المدرسة كمؤسسة اجتماعية تربوية تأتي في المرتبة الثانية بعد الأسرة كخطوة تشبه إلى حد بعيد عملية فطام ثانية للطفل ولكنه فطام اجتماعي عن البيت والأسرة.

أن المدرسة من خلال ما تقدمه عبر منهجها التعليمي والتربوي تساهم بالقدر الكبير على تزويد الطفل بالمعلومات الثقافية الوطنية وتلقينه تاريخ مجتمعه وتراثه المحلي وتشجعه على الافتخار وبعث روح الانتماء الوطني، من خلال ترسيخ الرموز الوطنية والتاريخية، كما تشجع على التشارك وتحفز على التفاعل الاجتماعي فيما بين التلاميذ من خلال خلق روح المنافسة خاصة في الاختبارات أين تبرز معاملات الجزاء والعقاب³.

¹ - علي بوعنافة، بلقاسم سلاطة، علم الاجتماع التربوي: مدخل ودراسة قضايا المفاهيم، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة، الجزائر، دس، ص 201

² - فتيحة لعزاري، العوامل السوسيو-اقتصادية- الثقافية وأثرها على التحصيل الدراسي لأبنائنا المتدربين، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة الجزائر 02، 2013، ص

عوائق وعوامل التحصيل الدراسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص علم الاجتماع التربوي، جامعة البليدة 2، الجزائر 2001، ص 49

³ - عامر مصباح، مرجع سابق، ص 39.

4- جماعة الرفاق:

بشير مصطلح الرفاق أو الأقران إلى ذلك النسيج الاجتماعي من الأفراد الذين يقتربون من بعضهم البعض في مرحلة عمرية، تكشف عن ميولات بالإضافة إلى التجانس الكبير في المستوى الاجتماعي والتعليمي والثقافي¹.

وتتعدد أوجه جماعة الرفاق لتشمل جميع جماعات الرفاق التي ينتمي إليها الطفل، على حسب الوسط الاجتماعي أو الزمن والظرف الاجتماعي فهناك جماعة الحي الذي يعيش فيه، وجماعة المخيم الصيفي، أو جماعة النادي.

وقد تكون جماعة الرفاق من أقارب الطفل خاصة إذا كانوا يقطنون ذات الحي لجماعة الرفاق دور مهم في عملية التنشئة الاجتماعية من خلال ما تمنحه إياه من فرص التفاعل والاندماج الاجتماعي وتحقيق العديد من الأدوار الاجتماعية التي لا تتيسر خارجها، تسهم جماعة الرفاق في النمو النفسي والاجتماعي لدى الطفل بالإضافة إلى كونها مؤشرا قويا في قيمه واتجاهاته وفي معايير الاجتماعية وفي الغالب هو إما قائدا لجماعته أو تابع لها².

5- دور العبادة:

بما أن الدين يرسم معالم واضحة في توجيه الأدوار المختلفة لأفراد الأسرة في الاعتناء بأطفالهم، وتنشئتهم بطريقة سليمة فإن هذه تأثير هذه المؤسسة يتم بشكل تراكمي تاريخي أو بشكل مقصود لتوجيه الناشئين وهو تأثير أكبر من المؤسسات الأخرى للتنشئة الاجتماعية وبخاصة في المجتمعات الإسلامية³.

ومن الناحية العلمية الأكاديمية فنحن لا نستثني الكنائس والمعابد الأخرى بل نضيفها إلى الجوامع في اعتبارها مؤسسات فاعلة في التنشئة الاجتماعية من خلال الوعظ والإرشاد وتوجيه الناس نحو كل ما يخدم القيم والأخلاق والإنسانية جمعاء دون الغفلة عن التذكير بالعقاب لكل منحرف عن تعاليم الدين فنتشكل هكذا لدى الأفراد صور ممنوعة لبعض

¹ - الطاهر علي موهوب، مرجع سابق، ص 20

² - حنان عبد الحميد العناني، الطفل والأسرة والمجتمع، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2000، ص 24

³ - مراد زعيمي، مؤسسات التنشئة الاجتماعية، جامعة باجي مختار، الجزائر، 2006، ص 110.

الممارسات والسلوكيات الاجتماعية تتطور لديه لتصبح ضوابط دينية اجتماعية سلوكية داخل الفرد¹.

6- وسائل الإعلام:

يتفق جميع المهتمين بالشأن الإعلامي في المجتمعات الحديثة على الدور العظيم الذي باتت تقوم به وسائل الإعلام وأهميتها البالغة الغير مسبوقة، فلم تعد تلك المؤسسات التي تقتصر على مد المتلقين بالمعلومات تحقيقاً لوظيفة الإخبار بل برهنت على قوة خارقة في تحريك الرأي العام وتوجيه الجمهور بالإضافة إلى دورها الفعال في نقل التراث والقيم والمعايير الاجتماعية، في حين ذهب بعضهم إلى حد القول بأن الكثير من مظاهر التغير الاجتماعي الذي قد يشهده المجتمع إلا هو ثمرة من ثمار وسائل الإعلام².

وما علينا في الأخير سوى الاعتقاد من خلال تم الإشارة إليه سابقاً إلا التسليم بأن وسائل الإعلام باختلاف وسائلها المطبوعة، المسموعة، والمرئية تلعب الدور البارز في تكوين شخصية الفرد وتقدم من خلال برامجها الهادفة ما هو كفيلاً بأن ينقل أنماط سلوكية معينة، ناهيك على أنها تعمل على تحقيق إشباع جملة من الحاجات النفسية تلك التي تتعلق بالتسلية والمعارف والأخبار، ولا تكتفي فقط بنقلها بل وتدعيمها بإتباع أساليب مدروسة وهادفة كما قد تعزز فيه القيم الاجتماعية والثقافية، وتجعل الفرد هكذا في ترابط دائم ومستمر مع محيطه الاجتماعي متفاعلاً متوافقاً اجتماعياً حتى مع المستجدات، بما يضمن الاندماج مع كل التغييرات في الأنساق القيمية والثقافية والمجتمعية.

كما نستنتج في الأخير أن الفرد ومن خلال رحلة تنشئته الاجتماعية ينتقل بين عدة مؤسسات اجتماعية لابد لها ولكي تعمل على أكمل وجه أن تكون متكاملة فيما بينها خاصة الرسمية منها لتجنب ذاك التناقض في الأهداف ومضامينها، حيث تبدأ عملية التنشئة الاجتماعية بين أحضان الأسرة بين الأم والأب والأخوة، ثم المدرسة التي تحقق له نوعاً ما الاستقلالية، ليتدرج بعدها داخل هذه المؤسسات الاجتماعية عن طريق دور الحضانة ليتواصل فيما بعد بجماعة الرفاق تسير به قدماً في مراحل التنشئة الاجتماعية، دون أن

¹ - عامر مصباح، مرجع سابق، ص 39.

² - محمد شفيق، الإنسان والمجتمع، مكتب المجتمع الحديث، الإسكندرية، مصر، 1997 ص 38.

ننسى تردده على المسجد تلك المؤسسة الاجتماعية المهمة في حياة المسلمين يتشبع من خلالها بأنماط القيم الإسلامية بالإضافة إلى مؤسسات أخرى لا تقل أهمية خاصة في عالمنا المعاصر ألا وهي مؤسسات الإعلام.

المبحث الثاني: ماهية التنشئة الثقافية، علاقتها بالهوية ودورها في بناء الشخصية
المطلب الأول : مفهوم التنشئة الثقافية

1.المفهوم اللغوي:

تعود كلمة التنشئة إلى الجذر اللغوي (نشأ) ويقال نشأ "الولد" أي ترعرع وكبر و"النشأة" أي رباه على أمر ما فيقال "نشأ في قومه" أي تربى فيهم.¹
أما الثقافة : فهي مشتق من "ثقف" ونعني الحذق وسرعة التعلم، ويقال "ثقف فلان" أي صار فطنا ماهرا².

وبذلك يفهم من خلال الجمع بين اللفظين أن: "التنشئة الثقافية" لغويا تعني: نمو الفرد في بيئة معينة تمكنه من اكتساب أنماط الثقافة السائدة وتلقي المعايير والرموز والقيم التي تشكل هويته.

2.المفهوم الاصطلاحي:

تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم التنشئة الثقافية باختلاف الميادين والتخصصات على غرار علم النفس، وعلم الثقافة والتفسير الثقافي والاتصال الثقافي وغيرها، لكن ثمة تعريفات لا بد من الوقوف عنها.

*التعريف المعرفي:

يرى أن مفهوم الثقافة ينحصر عند الأفكار والمعتقدات وجميع أنواع المعرفة لدى شعب من الشعوب.

*التعريف السلوكي: تعني كلمة ثقافة كل أنماط السلوك، وطريقة الحياة التي تميز شعبا عن شعب آخر.

*التعريف الاجتماعي:

هي تلك المجموعة المركبة التي تضمنت المعارف والمعتقدات والفن والأخلاق والأعراف، وكل الاستعدادات والعادات التي يكتسبها باعتباره عضو في المجتمع³.

¹ ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ص 582

²² المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، دار الدعوة، القاهرة، 2004، ص 430

³ احمد علي كنعان، ادب الأطفال والقيم التربوية، دار الفكر المعاصر للطباعة والنشر والتوزيع، 1995، ص 140

ومن أشهر ما أخذت به دائرة المعارف البريطانية حول مفهوم الثقافة أنها نمط حياة سائدة يختص به مجتمع عن آخر، وبهذا تكون الثقافة كل الأفكار والاتجاهات والعادات والتقاليد والتراث الثقافي المادي والمعنوي على حد سواء.¹

وانطلاقاً مما سبق يمكننا تعريف التنشئة الثقافية كالتالي: عملية اجتماعية مستمرة يتم من خلالها توارث القيم والعادات والرموز التي تخص بلداً دون آخر، بما يحقق اندماج الفرد في بيئته الثقافية.²

فيما يراها آخرون³: "أنها ذلك النسق المتكامل من القيم والمعاني والرموز تنتقل إلى الفرد من خلال قنوات اجتماعية وثقافية متعددة فتسهم في تشكيل هويته وانتمائه الفكري والحضاري.

ما يمكن أن نخلص إليه بعد العديد من التعريفات التي اختص بها مصطلح التنشئة الثقافية أنها في الحقيقة عملية اكتساب الطفل لثقافة مجتمعه، وهو المصطلح الذي كان يعني سابقاً "التثقيف" وبذلك هي أيضاً عملية واعية وغير واعية تتم ممارستها داخل الحدود التي يفرضها نظام معين من نظم العادات.

وبهذا تكون التنشئة الثقافية الوسيلة التي تمكن الفرد من الاندماج والتفاعل الرمزي والفعلية مع بيئته من خلال اكتسابه للعناصر الثقافية التي تميز مجتمعه الذي ينتمي إليه.

المطلب الثاني: أهمية التنشئة الثقافية وأهدافها

1- أهمية التنشئة الثقافية:

تكمن أهمية التنشئة الثقافية في جملة من النقاط يمكن ترتيبها كالاتي:

- نقل ثقافة المجتمع وتراثه بما يحمله من أنماط سلوك إيجابية وقيم ومعايير أساسية لتشكيل الهوية الثقافية.

¹ عبد العزيز بن عثمان التويجري، الحفاظ على الهوية الثقافية الإسلامية العربية في إطار الرؤى متكاملة

http://www.Islamotoday تاريخ التصفح: 2025/7/7

² حسن شحاتة، نحو ثقافة جديدة للمعلمين، التنمية المهنية والتأهيل التربوي، ط1، العالم العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2012، ص 28

³ عبد الواحد علواني، تنشئة الأطفال وثقافة التنشئة، ط1، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 1997،

- العمل على تنمية قدرات الفرد منذ مراحل حياته الأولى لإعدادهم كصناع المستقبل.

2- أهداف التنشئة الثقافية:

تسعى التنشئة الثقافية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الجوهرية والتي تسهم في بناء شخصية الفرد ثقافيا وتعزز من تفاعله الواعي مع محيطه الرمزي والاجتماعي، وتعد هذه الأهداف جزء لا يتجزأ من وظائف التنشئة العامة إلا أنها تتميز بتركيزها على الأبعاد المعرفية والرمزية والقيمية ويمكن حصر أبرز أهدافها فيما يلي:

نقل الثقافة من جيل إلى آخر: وتعد الوظيفة الأساسية للتنشئة الثقافية تضمن من خلالها استمرارية الثقافة بنقل قيمها ورموزها وأنماط العادات والتقاليد والطقوس من جيل الكبار إلى الناشئة حفاظا على الهوية الثقافية المجتمعية¹.

تشكيل الوعي الثقافي للفرد:

إن خاصية تحقيق التفاعل مع الرموز الثقافية المحيطة بالفرد نتاج تنشئة ثقافية سليمة تعتمد على تطوير وعي الفرد بالمكونات الثقافية التي تميز وسطه الاجتماعي فيتجلى فهمه الواضح لها بأبعادها التاريخية والاجتماعية والجمالية².

ترسيخ الهوية والانتماء الوطني:

تحقق التنشئة الثقافية بناء شعور قوي بالانتماء للجماعة والهوية الوطنية، من خلال التعريف بعناصر الموروث الثقافي، ومنظومة القيم المشتركة في مواجهة ظاهرة الاغتراب الثقافي والذوبان في ثقافة الآخر³.

تنمية الحس الجمالي والذوق الفني: تعمل التنشئة الثقافية على ترقية الذوق العام وتطوير الحس الفني من خلال تعرضها لعناصر التراث ومكونات البيئة الثقافية المميزة

¹ Gisela. "Intergenerational Relations and Cultural Transmission." *Cultural*, Trommsdorff - 1 pp. 126-160, 2008, Cambridge University Press, edited by Ute Schönflug, *Transmission*

² - حسن شحاتة، مرجع سابق، ص 91.

³ - سمير اببش، تحديات التنشئة الاجتماعية للطفل الجزائري في ظل الانفتاح الإعلامي على وسائل الاعلام الخاصة، مجلة العلوم الإنسانية، المركز الجامعي علي كافي تندوف، المجلد 5، العدد 1، الجزائر، 2021، ص 275

لمجتمع دون آخر من خلال التعرض للموسيقى والآداب والمسرح والشعر وألوان الفنون الأخرى.¹

تعزيز القدرة على التفاعل الثقافي:

وهو هدف مهم تجعل للفرد هكذا حالة من التوازن مع ثقافته الأصلية على الرغم من انفتاحه على أشكال الثقافات الأخرى والتي تحققه التنشئة الثقافية عبر آليات مختلفة، تعزز بذلك قيم التعايش والحوار.²

المساهمة في التماسك الثقافي للمجتمع:

عبر تعزيز المشترك الرمزي والثقافي بين الأفراد، تسهم التنشئة الثقافية في الحفاظ على الجماعة وتماسكها الداخلي خاصة في المجتمعات المتعددة.³

المطلب الثالث: وظائف التنشئة الثقافية

يمكن تحديد وظائف التنشئة الثقافية في اعتبارها أسلوب حياة وطريقة لتأكيد الذات وذلك على النحو التالي:

- الوظائف التي تسعى إلى تنمية الفرد لغويا واجتماعيا وعقليا وخلقيا وحركيا.....الخ.
 - الوظائف النفسية التي تهدف إلى إشباع حاجات الفرد النفسية بحيث يستطيع التعبير عن ذاته من خلال التفاعل مع المؤسسات الثقافية المتعددة.
 - الوظائف الترفيهية تحقق إمتاع الفرد وتشكل شخصيته الفكرية والثقافية.
 - وظائف ثقافية تهدف إلى أن يتعلم الفرد فنون الحياة فيبني بذلك ذاته وشخصيته.
- فيما تبرز وظائف التنشئة الثقافية من خلال ما يلي:

¹ - عبد الغني عماد، سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والاشكاليات...من الحداثة الى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2006، ص91

² - حسن شحاتة، مرجع سابق، ص96

³ - Trommsdorff، *Intergenerational Relations* p140.

*الوظيفة الاجتماعية:

من خلال توحيد الأفراد في مجتمع خاص بهم، وهذا عبر تراكيب اللغة والرموز والمعتقدات والقيم وغيرها، حيث تبدو الثقافة هكذا عالما ذهنيا وأخلاقيا ورمزيا يشترك فيه أعضاء المجتمع بما يتسنى لهم من خلاله تحقيق التواصل فيما بينهم بسلالة كما تحقق هذه الوظيفة الحفاظ على استمرارية المجتمع وتطوره، من خلال تكيف الفرد مع بيئته وبخاصة الثقافية منها.

*الوظيفة الفردية (الإنسانية): يمكن حصرها فيما يلي:

1- تكوين وإنتاج الشخصية الثقافية للفرد، هذه الشخصية التي تكون قادرة على تمثيل مجتمعها بما يضمن تكيفه وإنشاء علاقات اجتماعية حسنة مع أفرادها داخل البيئة الثقافية الواحدة؛

2- حماية الإنسان من الكوارث والمخاطر الطبيعية والبيئية والثقافة هي الأداة التي تساعد على حل المشكلات المختلفة والتي يواجهها في إطار البيئة.

3- مساعدة الفرد على التنبؤ بالأحداث المتوقعة والمواقف الاجتماعية المحتملة، فإن معظم سلوكيات الفرد وردات فعله هي نتاج أنماط ثقافية سائدة تشمل الجماعة ككل.

*الوظيفة النفسية:

وهي وظيفة "القولبة" لأفراد المجتمع، وتعني اكتساب هؤلاء الأفراد أساليب التفكير وأنماط السلوك وقنوات التعبير ووسائل إشباع الحاجات الفيزيولوجية أو البيولوجية والروحية¹.
المطلب الرابع: آليات التنشئة الثقافية.

تشير التنشئة الثقافية إلى مجموعة العمليات التي يكتسب الفرد من خلالها مجموعة العناصر الثقافية والرمزية الخاصة بمجتمعها، وتتمارس هذه العملية عبر آليات متعددة نذكر منها:

¹ - دلال ملحق استيتية، التغير الاجتماعي والثقافي، دار الكتب للنشر والتوزيع، ط4، 2007، ص237.

أ- اللغة كأداة ثقافية:

باعتبار اللغة مفتاح التواصل عبر الزمان والمكان، مستودع المفاهيم والرموز والقيم ومصدر الانتماء الاجتماعي والثقافي، فهي تحمل صفات الناطقين بها، ويكتسب الفرد من خلال اكتسابه لها ما يجمعه بمجتمعه ويحقق له القدرة على الاندماج والتفاعل يطرح بذلك تصوراتهِ ويعبر عن حاجاته ورغباته¹.

كما يؤكد حسن شحاتة أن: "اللغة ليست وسيلة تواصل فقط، بل مخزون ثقافي ومرآة تعكس ثقافة الجماعة وتنقلها إلى الأجيال.

ب- الرموز والشعائر الدينية:

إن كلا من العادات والتقاليد، وطقوس الحياة، والاحتفالات الوطنية والدينية ومراسيم التعاملات اليومية، كلها أدوات رمزية لغرس الانتماء وتأسيس الذاكرة الثقافية المشتركة².

ج- الوسائط الفنية (الأدب، الفن، الأغنية):

فالفن وسيلة تعبير رمزية تنقل المعاني الجمالية والقيم الثقافية كم أنها تسهم في التنشئة الثقافية عبر الصور والمعاني التي تترسخ في الوجدان.

د- الإعلام:

من أقوى الآليات الحديثة للتنشئة الثقافية خاصة الإعلام القيمي والثقافي من خلال ما يبثه من مضامين رمزية تساهم في تحديد المعايير الثقافية للفرد وبناء تمثيلاته نحوها متحولاً بذلك (الإعلام) إلى قوة موازية للمدرسة في نقل الثقافة وتشكيل الرأي³.

هـ- المؤسسات الاجتماعية (الأسرة، المدرسة، المسجد):

وهي مؤسسات تمارس عملية التنشئة بشكل منهجي عبر المقررات الدراسية والتربية الدينية أو غير الرسمية من خلال العادات الأسرية والممارسات الاجتماعية⁴.

¹ - حسن شحاتة، مرجع سابق، ص 98

² p145 Trommsdorff, *Intergenerational Relations*

³ حسن، مرجع سابق، ص 103

⁴ سمير ابيش، مرجع سابق، 268

المطلب الخامس: علاقة الثقافة بالهوية والانتماء

ترتبط فكرة الهوية بإحكام إلى فكرة الثقافة، وإن الهويات يمكن أن تتشكل عبر الثقافات الرئيسية أو الفرعية التي ينتمي إليها الأفراد أو يتشاركون فيها.

وبما أن الثقافة بمفهومها العام تتضمن كل ما يتعلق بعبادات الإنسان وتقاليد وممارساته الرسمية وغير الرسمية، وإنتاجه الفكري المادي والمعنوي بمعنى هي نمط العيش، الذي يحيا الفرد في إطار حيز جغرافي معين، مما يدل على أن الثقافة منتج بشري ينتقل من جيل إلى آخر، إن الأفراد يعبرون عن انتمائهم لمجتمع معين دون سواه عن طريق لغاتهم وأفكارهم ومعتقداته وفي الحقيقة أنا الثقافة هي التي تصنع هؤلاء الأفراد بالذات. لابد لنا بداية أن نقف عند مفهوم الهوية حيث نجدها في اللغة قد أشار إليها المعجم الوسيط بأنها تغني في الفلسفة "حقيقة الشخص التي تميزه عن غيره أو هي بطاقة يثبت فيها اسم الشخص وجنسيته ومولده وعمله وتسمى البطاقة الشخصية أيضا.¹

والهوية هي الذات والخصوصية التي تميز الفرد والجماعة وتشمل مجموعة من القيم والمبادئ التي تشكل الانتماء .

كما تمثل هوية الفرد مجموع العناصر التي تكون شخصية الاحتماء والثقافة من لغة وعقيدة وثقافة وحضارة وهي ذات العناصر التي تعد أساسا لبناء وعي اجتماعي مشترك يعكس الانتماء للمجتمع.²

كما أن أثر البيئة الثقافية محدد مهم لتكوين هوية الفرد بالإضافة إلى الخبرات الحياتية ولقد سمي أريكسون عملية اتحاد العوامل المختلفة المؤثرة في شخصية الفرد، بتكوين الهوية الشخصية.

يمر الفرد بسلسلة من المراحل تعتبر خطوات مهمة نحو بناء الهوية وتحديد معالمها، فهو بالعادة يعتمد إلى تقليد والتشبه بالأقربين من والدين وأخوة فتظهر سلوكيات متشعبة لا

¹مصطفى حجازي، علم النفس والعولمة: رؤى مستقبلية في التربية والتنمية، ط1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، لبنان، 2000، ص 152

² أسماء براهمي، العلاقة بين الثقافة والهوية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، مجلد 7، العدد 14، جامعة المسيلة، 2018، ص 576

تعطي للشخصية حينها طابعها المميز، ولعل مرحلة المراهقة من المراحل المهمة في حياة الفرد تمكنه من تحقيق ذاته وتكوين الشخصية طبعاً إذا ما تمكن من التخلص من تشعب الأدوار وأصبح مستقلاً بذاته، ويخرج من نطاق النسخة طبق الأصل على الأفراد الذين يتشبه بهم. ويسلك سبلاً جديدة في مرحلة تكويني الشخصية بشكلها النهائي من خلال اعتماده على خبراته الخاصة وقدراته الموروثة والمكتسبة على حد سواء.¹

كما أن العلاقة بين الهوية والثقافة على حسب العديد من النظريات تأخذ أشكالاً مختلفة وحتى الباحثين الذين تأثروا بالنظريات الحديثة للثقافة والهوية ينظرون إلى هاته الأخيرة أنهنشات من الانخراط في الثقافات وثقافات فئوية معينة .

الباحث "ستيفن فروش (stephenfrosh) يرى أن الأفراد في عملية تطويرهم لهوياتهم ينجذبون بصورة تلقائية إلى المعايير الثقافية المكونة للنسيج الاجتماعي المباشر لهم وبذلك فإن كل من العناصر المتمازجة في البيئة الثقافية والاجتماعية عوامل مؤثرة وفعالة على عملية الهوية². وتتكون الهوية في الغالب من ثلاث عناصر:

الدين: وهو البعد الروحي

المجتمع: البعد الاجتماعي.

الوطن: والذي يمثل للانتماء الطبيعي³

المطلب السادس: دور الثقافة في بناء الشخصية

أ- مفهوم الشخصية:

"الشخصية نمط سلوكي مركب ثابت ودائم إلى حد كبير يميز الفرد عن غيره من الناس ويتكون من تنظيم فريد لمجموعة من السمات والأجهزة المتفاعلة معاً. والتي تضم القدرات

¹ أسماء إبراهيمي المرجع نفسه، ص 577

² نهلة إبراهيم، الثقافة في مواجهة العصر: قضايا سوسيولوجية معاصرة في علم الاجتماع الثقافي، ط1، دار العالم العربي،

القاهرة، مصر، 2008، ص 40

³ أسماء إبراهيمي، مرجع سابق، ص 581

العقلية والوجدان أو الأفعال والنزوع أو الإرادة وتركيب الجسم والوظائف الفسيولوجية التي تحدد طريقة الفرد الخاصة في الاستجابة وأسلوبه الفريد في التوافق مع بيئته ¹. إن هذا التوافق الذي يحدث بين الناس في تبني أنماط السلوك والاشتراك في مجموعة القيم والعادات والتقاليد التي تسود مجتمعاً معيناً ويتوارثه الأجيال حتى تصبح ممارسة حياتية تميز شخصياتهم القاعدية، كل هذا يدل وبشدة على أن الثقافة والاسلام ظاهرة اجتماعية ². إن المتمعن لما سبق يصل الى حقيقة ان كل ما يحيط بالفرد من عناصر ثقافية ومكونات تراث مادي ومعنوي مكتسبات اجتماعية وثقافية نتيجة ما يسمى بالتطبيع الاجتماعي أو التنشئة الاجتماعية، لتساهم في بناء شخصية الفرد ونموه العقلي والخلقي والاجتماعي ³.

ولذلك فإن كلا من المكون البيولوجي والسيكولوجي، بالإضافة المكون الاجتماعي والثقافي متطلبات أساسية في بناء شخصية الفرد من خلال استيعاب مضامينها من قيم ودين وأخلاق كما تلعب الثقافة دوراً في توجيه السلوك ⁴.

واننا إذ ندرس سلوك الفرد فإننا ندرس سلوكه من خلال علاقته مع الثقافة الخاصة بالجماعة التي ينتمي اليها وكذلك علاقته مع الثقافة الكلية للمجتمع. وكلما تعقدت الثقافة زادت احتمالية انتهاج أنماط سلوكية انحرافية تؤدي بالضرورة الى عدم التوافق ولعل لنا في المجتمع الأمريكي بكل تعقيد انه أصدق مثال على التعرض للآزمات النفسية والاضطرابات السلوكية للفرد الأمريكي أكثر بكثير من القروي الذي يعيش في هدوء نفسي فوق أرضه ⁵.

¹ احمد محمد عبد الخالق، قياس الشخصية، ط1، مطبوعات جامعة الكويت، لجنة التأليف والتعريب والنشر، الكويت، 1996، ص 64

² صلاح الدين شروخ، علم النفس الاجتماعي والإسلام، د ط، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، الجزائر، 2010، ص 229

³ سمير ابراهيم حسن، الثقافة والمجتمع، ط1، دار الفكر المعاصر للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2007، ص 208

⁴ اسماء براهيمى، مرجع سابق، ص 578

⁵ حسين عبد الحميد أحمد رشوان، علم الاجتماع النفسي: المجتمع والثقافة والشخصية، د ط، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2010، ص 240

المطلب السابع: التمييز بين التنشئة الاجتماعية والتنشئة الثقافية .

إذا كانت التنشئة الاجتماعية تهتم بعملية اكتساب الفرد لكل ما ينتجه المجتمع من عادات وتقاليده وممارسات ... الخ فإن السؤال الذي يحضر وبشدة ما هي الفوارق التي تحدد كلا من التنشئة الاجتماعية ونظيرتها الثقافية هاته الأخيرة التي لا تختلف من حيث طريقة عملها ازاء المكتسبات الاجتماعية والثقافية فهي تتغل وتدخل العناصر الاجتماعية والثقافية السائدة في المحيط الاجتماعي وادماج ذلك العناصر والمقومات المجتمعية في شخصية الفرد من خلال عملية تفاعل الشخصية مع الثقافة نتاج المجتمع. ويذكر الدكتور أحمد بن نعمان " في كتابه " الثقافة والشخصية الجزائرية من منظور الأنثروبولوجي " أن "التنشئة الثقافية هي عملية تشكيل الانسان عن طريق التعلم، والتدريب حتى يصير شخصا قابلا للتكيف مع البيئة الثقافية السائدة في مجتمعه وهذه العملية تتم بكيفية شعورية أحيانا وبكيفية لا شعورية أحيانا أخرى في غالب الاحيان ¹.

ويبدو من خلال ما سبق صعوبة ملازمة الفرق القائم بين هتين التنشئتين فقد وقفنا على التشابه الكبير في الآليات والممارسة مثل اشباع الفرد وتطبيعته بالمقومات الثقافية والاجتماعية وحيث تلعب الاسرة والمؤسسات الأخرى دورا كبيرا في عملية تلقين وتعليم الأفراد ثقافة المجتمع. إن هذا التشابه لا يمنع من الوقوف على حدود تفصل بين التنشئتين (من خلال ما قدمه العالم (Herskovits) حيث يقول في هذا الشأن: التنشئة الثقافية هي التجربة التعليمية التي تفرق بين الانسان وغيره من الحيوانات الأخرى.

والتي تجعل الانسان حاملا للثقافة التي يعيش فيها، بينما التنشئة الاجتماعية تستخدم لتشير أكثر في أهدافها تلبي حاجات العمليات النفسية والاجتماعية. أي عملية تمرين الفرد على السلوك الاجتماعي أما التنشئة الثقافية تشمل الصغار والكبار الذين يقومون بالتمرن على أنماط الثقافة أو يريدون تعليمها وممارستها بشكل من الأشكال ².

¹باهية شنيط، التنشئة الثقافية ودورها في تاهيل الشخصية، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد 10، العدد 1، 2022، ص656

²Melville J. *Man and His Works: The Science of Cultural Anthropology*. New ، Herskovits 1948. P32، York: Alfred A. Knopf

من خلال هذا التعريف ندرك أن عملية التنشئة الثقافية تستمر وتدوم مع الفرد على مدى الحياة وذلك بناء على حاجاته في اكتساب كل العناصر الثقافية ومقومات التراث المادي والمعنوي التي يزخر بها المجتمع ولكن الهدف ليس تحقيق التكيف الاجتماعي أو السعي وراء الاندماج مثلما ترمي إلى ذلك وسعى إليه التنشئة الاجتماعية، فمن خلال التنشئة الثقافية السليمة يتحقق الانتماء القوي بالمجتمع ويحمل الفرد هكذا مسؤولية الحفاظ على الثقافة وتنمي فيه شعور الاعتزاز والافتخار وبهذا نستنتج أن الفرد المنتسب بثقافة الانتماء والمعتر بهويته الثقافية في حصانة من كل محاولات الطمس والتشويه فالتنشئة الثقافية السلمية والهادفة لا تنتج سوى أفراد يقفون بالمرصود أمام كل محاولة لضياح الثوابت وتآكل القيم.¹

أما الباحثة الاجتماعية Trommsdorff فهي ترى من خلال حديثها عن التمييز بين التنشئتين في كونها ربطت التنشئة الثقافية بعملية اكتساب للمكونات الرمزية والمعرفية والجمالية للثقافة. في حين تقوم التنشئة الاجتماعية على ادماج الفرد في البناء الاجتماعي المؤسساتي.²

نستلهم من أفكار هذه الباحثة الألمانية أن التنشئة الاجتماعية عملية تسعى إلى إكساب الفرد مجموعة القيم والمعايير وأنماط السلوك الاجتماعي التي يحتاجها في تفاعله مع الآخرين تحقيق لما يسمى التوافق الاجتماعي حتى يكون فردا مقبول اجتماعيا، وعضوا واعيا على طول مرحلة التعليم والتلقين التي يقطعها بدء من الأسرة إلى المدرسة ثم باقي المؤسسات وصوله إلى وسائل الاعلام وغيرها من المؤسسات الاجتماعية .

أما فيما يخص التنشئة الثقافية فهي أعمق من مجرد فكرة التكيف الاجتماعي، فنحن إذ نسعى ونهتم بتثبع الفرد بقيم وثقافة وعادات وتقاليد والموروث الرمزي والمعرفي الذي

¹ باهية شنيط، مرجع سابق، ص 659

² Trommsdorff, Gisela. "Intergenerational Relations and Cultural Transmission." *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, edited by Neil J. Smelser and Paul B. Baltes, Elsevier, 2001, pp. 7667-7671. P 147

يتميز بيئته الاجتماعية والثقافية وكذا اللغة نحن بكل هذا نسهم في تشكيل هويته الثقافية التي ترسم له أفق الانتماء والوعي الحضاري.

وعلى هذا الأساس يمكن القول أن: التنشئة الاجتماعية تهدف إلى : التكيف السلوكي والاندماج الاجتماعي بينما تسعى التنشئة الثقافية إلى الانتماء الثقافي وترسيخ الهوية الثقافية والحضارية.

المبحث الثالث: الإعلام القيمي كفاعل في التنشئة الاجتماعية والثقافية المطلب الأول: الإعلام القيمي ودوره في التنشئة الاجتماعية

تشير الدكتورة عميرات من خلال دراستها أبعاد الإعلام والاتصال القيمي داخل المجتمع إلى اعتبار الإعلام القيمي بوصفه نسقا اتصاليا حاملا لمضامين أخلاقية واجتماعية يعد من أهم الفاعلين في عملية التنشئة الاجتماعية الحديثة شريكا محوريا في الوقت ذاته مع المؤسسات التقليدية كالأُسرة، المدرسة، والدين. فلقد بات تكوين الفرد بتوجيه سلوكه الاجتماعي من أهم أدوات الإعلام القيمي عن طريق بث قيم أخلاقية تربوية واجتماعية كالتسامح والاحترام والتعاون والشعور بالمسؤولية والتي تعتبر جميعها عناصر أساسية في عملية التنشئة وتؤكد الباحثة أن وظيفة الإعلام القيمي لا تقتصر على مجرد نقل الأخبار والترفيه بل ممارس فعال ومؤثر عميق في تشكيل منظومة القيم والمعايير السلوكية التي يظهر بها الأفراد في محيطهم الاجتماعي مما يحقق التداخل مع عملية التنشئة الاجتماعية التي تضاعفت مسؤوليتها وتعدياتها في ظل التغيرات الثقافية والضغطات الاجتماعية التي باتت تنطبق على وحدة النسق القيم الأصيل.

إن قدرة الإعلام القيمي على تعميم النموذج القيمي الإيجابي تعتبر أحد أهم براهين أوجه فعاليته في التنشئة الاجتماعية. ذلك أن عملية تطبيع الأفراد من خلال قدوة الحسنة المتخذة من النموذج السلوكية القومية خاصة في فئة الشباب بأنماط من السلوك المرغوب فيه اجتماعيا يعزز من التماسك ويؤدي بهم بعيدا عن مظاهر الانحراف والتفكك الأسري.

كما ترى الباحثة عميرات أن للإعلام دور فاعل في ضبط العلاقات الاجتماعية وتنمية الوعي الاجتماعي بما يتقاطع جوهريا مع أهداف التنشئة الاجتماعية التي تسعى إلى تحقيق الاندماج الاجتماعي للأفراد بممارسة أدوارهم وفقا للثقافة والقيم السائدة كما أن مراعاة التوازن والوسطية في مضامينه يمنح له القدر على مواكبة احتياجات المجتمع دون المساس بثوابته القيمة بل ينقلها بأمان ويعيد إنتاجها ليتوارثها الأجيال بما يدعم من مظاهر تماسك الاجتماع واستمرار الهوية المجتمعية.

إن البعد الاجتماعي الذي مثلته الدكتورة عميرات للإعلام القيمي يتجاوز سطحية مجرد البث القيم إلى أداء فعال في التنشئة الاجتماعية عبر إنتاج مضامين إعلامية تعكس رسائل

تربوية وأخلاقية تسهم في بناء الفرض المتوازن وتقديم المواطن الصالح المعترف بانتمائه والواعي بأدواره الاجتماعية محقق بذلك هذا الإعلام أهداف تتقاطع في الصميم معه أهداف التنشئة الاجتماعية.¹

المطلب الثاني: الإعلام القيمي ودوره في التنشئة الثقافية

إن ما يمكن أن نستنتجه في علاقة الإعلام القيم في بعده الثقافي خلال دراسة د. آمال 2019 من زاوية تسمى جوهر التنشئة الثقافية أنه يتعدى مجرد النقل والتوجيه للمعلومات بل فاعلا محوريا في نقل القيم الثقافية وإعادة إنتاج الهوية المجتمعية بما يسهم في خلق وعي ثقافي مستند بالمرجعية الإسلامية وعلى الرغم من أن الباحث لم تستخدم مصطلح التنشئة الثقافية بالصيغة المباشرة إلا أن مجمل ما حصرته في زاوية البعد الثقافي للإعلام القيم يرمز إلى هذا المفهوم ويدور حول مضمونه ووظيفته وتشدد الباحثة على أن كلا من الدين والعرف والتقاليد مرتكزات ثابتة وأساسية يقوم عليها مضمون الإعلام القيمي في تعزيز المرجعية الثقافية الإسلامية الأصلية التي تستطيع التصدي لحملات الغزو الثقافي المهددة للهوية الثقافية للفرد المسلم من خلال صور رمزية ترسخ القيم الانتماء والاعتزاز بالحضارة الإسلامية المشتركة داخل المجتمع.

وفي ذات السياق ترى الباحثة أن للإعلام القيمي دور محوري في تشكيل العقل الثقافي للفرد من خلال تمكينه من المعرفة مظاهر قيمه الحضارية والثقافية في بيئة ثقافية مهددة بالتفكك، ما يحقق للفرض وعيا بدوره ومكانته الثقافية.

إن عملية إنتاج الثقافة المجتمعية التي يقوم بها الإعلام القيم تتم عبر قوالب أكثر قرضا من الواقع الشبابي ومحاكاة للبيئة الثقافية الراهنة وما تتميز به من تحديات تكنولوجية لمعالم ثقافية. ولكن لا بد لهذا الإنتاج ألا يدفع بالفرد إلى تضييع لثوابته وتآكل في قيامه بل محافظا على أصالته ومعتزا بها، ونستنتج من خطاب عميرات أن التنشئة الثقافية ليست مجرد تقليل للثقافة فحسب بل عملية ديناميكية تسعى لإعادة صياغة الوعي الجماعي بما يرسخ لثقافة أصيلة منفتحة للتجديد، متجذرة في الهوية مقاومة لتيارات التفكيك. كما تشير

¹ أمال عميرات، ابعاد الاعلام والاتصال القيمي داخل المجتمع-قراءة قيمية في الابعاد الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في المجتمع المسلم، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، العدد 11، جانفي 2019، ص ص (237-238)

الباحثة إلى أهمية تكامل البعد التربوي مع الوظيفة الثقافية للإعلام القيمي فالرسالة القيمية لا تكتمل إلا إذا كانت متضمنة لقيم أخلاقية واضحة هدفها بناء إنسان مسلم متوازن فكرياً وأخلاقياً متفاعل مع محيطه الاجتماعي معتزاً بهويته وانتمائه من خلال ما يمارسه التداخل الفعال بين القيم والثقافي حيث متى ما توفرت المرجعية القيمية للإعلام يستطيع أن يكون آلية أساسية من آليات التنشئة الثقافية الحديثة تسعى إلى بناء ثقافة مجتمعية قائمة على الأصالة والانفتاح الرشيد.¹

المطلب الثالث : الأساليب والطرق التي يعتمد عليها الإعلام القيمي في عملية التنشئة

الأساليب النفسية والاجتماعية التي يتبعها الاعلام القيمي في عملية التنشئة؛ يشيد الطاهر علي إلى أهم هذه الأساليب ويوضحها كما التالي :

1- التكرار:

تصبو وسائل الاعلام تحديدا الاعلام القيمي إلى احداث التأثير لذلك فهي تعتمد إلى اسلوب التكرار لأنواع معينة من الأفكار والصور وحتى عن شخصيات قد تلامس جمهور المتلقين في حياتهم الاجتماعية وهذا التكرار كفيل بأن يعرف الأفراد أشياء كثيرة عن الحياة وعن المجتمع الذي يعيشون فيه دون أن ننس ما للتكرار من أهمية في ترسيخ المواقف الجديدة وتغيير أخرى وتوطين اتجاهات حيث يكون مبنياً على أسس منهجية قائمة على دراسة محكمة للجماهير المستقبلية.²

2- الجاذبية :

ان ما يزيد من مضاعفة أثر التكرار تنوع الأساليب التي تشد انتباه المتلقين ونحن اذا نتحدث عن الاعلام القيمي هنا نربطه بذاك الوسيط المسموع فما للإذاعة من خصائص في تزويد المعنى بجماليات خاصة كنبرة الصوت التي تزيد من الارتباط بين المرسل والمتلقي من خلال الألفة والمحبة وشد الانتباه من خلال الموسيقى باستخدامها للإثارة، كما أن للإذاعة من خصائص وميزات تزيد هكذا من جاذبيتها مفندين بذلك الآراء المرفوعة والتي

¹ آمال عميرات، المرجع نفسه، ص ص (242-243)

² مسعودة فلوس، زمورة نزيهة، دور وسائل الاعلام في تفعيل عملية التنشئة الاجتماعية، المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، مجلة الدراسات الإعلامية، لعدد 5، نوفمبر 2018، ص 171 .

تعتمد غياب الصورة في الإعلام الإذاعي قصورا ذلك أن كل قوتها ونقاط تحديها في تلك الخاصة التي لا تأسر العين فتبني علاقة الصداقة المتواصلة والأريحية في التعرض فيشعر الفرد بأنه يستمع إلى صديق حميم لا يلهمه عن أعمال ولا يشغله أثناء قيادة .
ناهيك من تطور أجهزة البث الإذاعي مما زاد من نقاد الصوت وجودته في العصر الحالي.

3- الدعوة إلى المشاركة:

وتظهر من خلال لجوء بعض موجهي الإذاعة القيمة إلى دعوة الافراد للمشاركة في الفعالية بعض البرامج للترويج الموروث ثقافي أو نقل حقائق عن مشكلة محلية مجتمعية.

4- عرض النماذج:

ونحن اذ نتحدث عن الإذاعة القيمة المحلية فغالبا ما تكون عمليات استحضار الشخصيات التي يتمثل فيها سلوك اجتماعي معين وهي ذات الشخصيات التي تشغل مكانة مرموقة في المجتمع على سبيل خلق القدوة الحسنة، وزرع سلوكيات ايجابية في البيئة المحلية.

5- الإقناع:

يستند أسلوب الإقناع إلى كل من التكرار والجاذبية في نقل الواقع في تصويره بتوظيف أفكار قوية ومؤثرة.

وهذا أشير الباحث الانجليزي : " هال بيكر " المتخصص في غسل الأدمغة عن طريق التليفزيون وكذلك يقول ان الإقناع من خلال توظيف الكلمة " فالكلمة هي الوسيلة الأولى للأعلام وحرفته، لذا فإن تأثيرها على العقول أقوى وفعاليتها في النفوس أعمق ولا بد أن توزن بموازن الحكمة والفكر الناضج قبل أن تقال أو تنشر أو تسمع " ¹.

¹ محمود محمد سفر، الاعلام موقف، الكتاب العربي السعودي، ط1، جدة، 1982، ص91

المطلب الرابع : الآثار المترتبة عن الاعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية والثقافية:

تعتبر الإذاعة المحلية القيمية من خلال برامجها المتعددة في أبعادها المكونة لبيئة الفرد (اجتماعيًا، دينيًا، ثقافيًا، أخلاقيًا)، أهم الوسائط الإعلامية التي تسهم في تشكيل الوعي الجمعي، وتوجيه السلوك الاجتماعي من خلال ما تقدمه من مضامين تُعنى بالقيم الأخلاقية والثقافية، ولا يقتصر تأثيرها على الإقناع الوجداني أو الوعي الآني، بل يمتد ليحدث آثارًا معرفية وسلوكية تعكس عمق الخطاب القيمي في إدراك الجمهور واتجاهاتهم وممارساتهم اليومية. فكل تعرض متكرر للرسائل القيمية يحمل في طياته القدرة على بناء معرفة جديدة أو تصحيح تصور قائم أو تعديل سلوك اجتماعي. مما يجعل الوقوف عند هذه الآثار خطوة أساسية لفهم فاعلية الإذاعة القيمية في عملية التنشئة القيمية والثقافية.

1- التأثيرات المعرفية (cognitive effects):

تختلف التأثيرات المعرفية بشكل واضح عن الآثار الأخرى الناتجة عن الاعتماد على رسائل الإعلام عامة والإذاعة القيمية المحلية على وجه التحديد، كالتأثيرات السلوكية مثلاً، وإن كان كلا التأثيرين مرتبطاً بالآخر، وتظهر الآثار المعرفية في المجالات التالية:

1-1- الغموض ambiguity:

ترتبط مشكلة الغموض بالآثار المعرفية للإذاعة القيمية، والغموض عبارة عن مشكلة تتعلق إما بنقص في المعلومات أو معلومات بها صراع وتناقض. فالغموض يمكنه أن يحدث حين يفتقر الناس لمعلومات كافية لتحقيق الفهم التام لمعنى حدث أو أنهم يفتقرون إلى معلومات تبين أو تحدد تفسيراً صحيحاً من بين مجموعة تفسيرات تقدمها الإذاعة.¹

1-2- تكوين الاتجاه attitude formation:

من الآثار المعرفية الشائعة للأفراد الذين يعتمدون على الإذاعة المحلية أنهم يستخدمون معلوماتها في تكوين اتجاهاتهم نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع، وكم كان لهذا الأثر تجسيد جلي لعدد من القضايا التي ساهمت عبرها وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الأفراد نحوها مثل تنظيم الأسرة ومشكلات البيئة.²

¹ حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 326.

² حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 211.

1-3- ترتيب الأولويات agenda setting:

تقوم الإذاعة المحلية بدورها في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد عليها في التزود بمعلومات حول القضايا البارزة والمشكلات الملحة من بين العديد من الموضوعات المطروحة في المجتمع.¹

1-4- اتساع المعتقدات Enlargement :

تسهم الإذاعة القيمية في توسيع معتقدات الجمهور بنشر معلومات عن المعتقدات الجديدة عبر مضامينها التي تعكسها البرامج المحلية باختلاف مجالاتها الدينية والاجتماعية وحتى الثقافية، وقد استخدم تشارلز كولي مصطلح توسيع الإشارة إلى أن معرفة الأفراد ونظم المعتقدات لديهم تزداد كلما تعلموا وتعرفوا عن أناس آخرين وأماكن وأشياء أخرى من وسائل الإعلام عامة ومن الإذاعة المحلية ذات الرسالة القيمية على وجه الخصوص، خاصة وأنها الأنسب في مخاطبتهم وتقريب المعلومات نحوهم، فتساهم بذلك في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد (الجمهور) ويتم تنظيمها فيما بعد.²

1-5- القيم values :

القيم هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد الجماعة ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل الأمانة، الحرية، المساواة، التسامح. وتعمل الإذاعة المحلية من خلال برامجها القيمية بدور كبير في توضيح أهمية القيم والسعي الحثيث نحو ترسيخها ونقلها عبر الأجيال.

2-التأثيرات الوجدانية affective effects :

تعتبر الآثار الوجدانية من أهم مخرجات التعرض المستمر أو المتكرر للبرامج القيمية في الإذاعة، حيث تتجاوز التأثيرات المعرفية إلى مستوى الشعور والانفعال والتأثر العاطفي بالقيم والمعاني المكررة خلالها، فالإذاعة القيمية لا تقف عند حد تزويد المستمع بالمعلومة أو

¹ سهير عثمان عبد الحليم، علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاهاتهم نحو الإرهاب دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الصحافة، 2006، مصر، ص 59.

² سامح محمد عبد البديع، اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية في القضايا الحياتية: دراسة تطبيقية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2016، ص 57.

القيمة الأخلاقية، بل تعمل على إثارة الحس القيمي وتعميق الارتباط العاطفي بالقيم الاجتماعية والدينية والتربوية وحتى الثقافية عبر أساليبها سواء اللفظية أو الموسيقية وكذلك الأسلوب القصصي. يمكن تعيين هذه الآثار فيما يلي:

1- تنمية الحس الأخلاقي والانفعال تجاه المواقف الاجتماعية عبر قصص ومواعظ تلامس الوجدان.

2- تعزيز الانتماء والهوية القمية عبر بث شعور الفخر بالثقافة المحلية والانتماء.

3- إثارة الدافعية نحو السلوك الإيجابي كنتيجة لتأثر وجداني بمضمون ديني أو إنساني.

4- خلق حالة من الارتياح النفسي والتوازن الداخلي، حيث يرى المستمع في البرامج القمية دعماً وجدانياً يساعده على مواجهة ضغوط الحياة.¹

كما تشير إليه دراسة خيرة العيدي (2021) أن المضمون القيمي عبر الإذاعة يسهم في رفع مستوى التفاعل الوجداني لدى جمهور المستمعين من خلال توظيف الصوت والموسيقى والنغمة الدافئة في نقل القيم الأخلاقية.

مما يجعل التأثير الوجداني أو العاطفي مدخلاً أساسياً لتعديل السلوك وتعزيز الالتزام القيمي.

3-التأثيرات السلوكية behavioral effects

وهي محصلة التأثيرات الوجدانية والمعرفية التي لم يكن لها تأثير اجتماعي إن لم تتحول إلى سلوك، وتظهر التأثيرات السلوكية للإذاعة القمية في الفعل والتنشيط والحركة نحو قضايا وسلوكيات معينة أو فقدان الرغبة وتهدة الحركة نحو قضايا معينة. فالإعلان مثلاً يدفع المستهلك للقيام بفعل محدد، وعدم توفر المعلومات حول الحدث يشبط العزم عن الفعل بالنسبة للفرد. وتتحصّر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام وفق "ديفلر" و"روكينش" في سلوكين أساسيين هما: التنشيط والخمول.

¹ رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الإعلام: من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة، ط 2، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، الجيزة، مصر، 2009، ص 210.

أ. التنشيط الفاعلية activation:

يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض ل الوسيلة الإعلامية، وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية. وقد يتمثل هذا التنشيط في التبرع بالدم، الإقلاع عن التدخين، والتنشيط في هذه الحالة مقيد اجتماعيًا.

ب. الخمول "عدم الفعالية" Desactivation:

يعني عدم النشاط والعزوف عن القيام بالفعل، مما يخلق روح اللامبالاة والسلبية والامتناع عن المشاركة في المجتمع نتيجة الملل.¹

يمكننا في الأخير استخلاص حقيقة أن هذه الآثار الوجدانية تمثل مرحلة وسيطة بين المعرفة والسلوك، حيث كلما تأثر المستمع بالقيم التي تطرحها الإذاعة عبر برامجها زادت قابليته لتحويلها إلى ممارسات فعلية في حياته اليومية. وعليه يكون البعد الوجداني جسراً فاعلاً بين الفهم والسلوك في عملية التنشئة القيمية.

¹ زينب أشرف جويلي أحمد، "تعرض الجمهور للبرامج العلمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتأثيرات المعرفية والسلوكية لديهم"، مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنصورة، العدد 78، مصر، 2023، ص 273 - 274.

المبحث الرابع: الأطر النظرية المفسرة للعلاقة بين الاعلام القيمي والتنشئة الاجتماعية والثقافية

إن توظيفنا للأطر النظرية يكتسب الدراسات الاعلامية قيمتها فهي التي تمكن الباحث من تفسير الظواهر الاتصالية وفهم آلياتها ضمن سياقاتها الاجتماعية والثقافية المختلفة، وفي إطار هذه الدراسة التي تتناول مساهمة الاعلام القيمي في تحقيق التنشئة الاجتماعية والثقافية لدى فئة طلبة الإعلام والاتصال يتعين علينا وجوباً الوقوف عند أهم النظريات التي من شأنها أن تساعدنا في فهم هذه العلاقة .

للإعلام القيمي باعتباره لا يعمل من فراغ يتوجه إلى جمهور المتلقين محملاً برسائل أخلاقية وثقافية واجتماعية ورمزية ويتفاعل مع البنية الاجتماعية والثقافية ساعياً إلى ما فيه دعم لكل قيم الهوية والانتماء، وبالمثل فعملية التنشئة ببعديها الثقافي والاجتماعي متصلة بالمحيط الاعلامي الذي تشكل وسائله المتعددة فواعل أساسية فيها .

وعليه نجتهد من خلال هذا المبحث لتقديم قراءة نظرية لأهم المقاربات التي يمكن الاستناد عليها في تفسير العلاقة بين الإعلام القيمي والتنشئة بشقيها الاجتماعي والثقافي . مع التركيز على نظرية الغرس الثقافي كنموذج أساسي تفسيري أساسي، إلى جانب نظريات أخرى مثل : نظرية التعلم الاجتماعي. نظرية المسؤولية الاجتماعية، ونظرية الاعتماد على وسائل الاعلام .

المطلب الأول: نظرية التعليم الاجتماعي :

وتعرف بعملية التطبيع الاجتماعي تمثل الجانب المحدود من التعلم الذي يعنى بالسلوك الاجتماعي عند الفرد. ويعتبر التطبيع في الوقت ذاته الفرصة التي تتيح للفرد القيام بأدواره الاجتماعية في عملية تطور اجتماعي تتم بنفس آليات اكتساب المهارات الاجتماعي الأخرى.

يؤكد كل من " دولارد وميلر" من أصحاب النظرية على أهمية التقليد في اكتساب السلوك وفق نمط التعزيز المستخدم أو العقاب . في حين يشير كل من " باندورا وولترز"

رغم موافقتهما على مبدأ التعزيز في تقوية السلوك إلا أنهما لا يعتبرانه كافيا لتحقيق التعلم أو أحداث تغييرات على أنماط السلوك.¹

ويعتمد مفهوم نموذج التعلم بالملاحظة باعتبار الإنسان كائنًا اجتماعيًا يتأثر بسلوك الآخرين وتصرفاتهم واتجاهاتهم وبعد التعلم بالملاحظة عملية اجتماعية قديمة تتم في البيت أو المدرسة، كما تشير ذات النظرية إلى وجود عدة مراحل للتعلم بالملاحظة: - مرحلة الانتباه وملاحظة النماذج السوية

- مرحلة الاحتفاظ وهو تخزين ذلك النموذج .

- مرحلة إعادة الإنتاج من خلال التمثيل الفعلي للنموذج وللتغذية الراجعة التركيز في ذلك.

يتضح من خلال هذه النظرية ان الناس يتعلمون سلوكيات جديدة عن طريق التعزيز أو العقاب. أو عن طريق المتعلم بالملاحظة من حولهم في المجتمع. فحين يرى الناس نتائج إيجابية ومرغوبة للسلوك الذي يلاحظونه (من قبل غيرهم) تزداد احتمالية تقليد هم ومحاكاتهم وتبنينهم هذا السلوك.²

❖ ارتباط النظرية بموضوع الدراسة :

تقوم نظرية تعلم الاجتماعي (social learning theory) التي طورها " ألبرت باندورا" على أن التجربة المباشرة ليست السبيل الوحيد لاكتساب الافراد سلوكياتهم ومعاييرهم الاجتماعية بل أيضا من خلال الملاحظة والتقليد، وتبرز النظرية " أسلوب النمذجة كآلية أساسية للتعلم، حيث أن الأفراد يتأثرون بالشخصيات التي يرونها أو يسمعون عنها خاصة اذا كانت تكافاً أو تعرض في سياقات الجانية.

و بالرغم من أنها نظرية طبقت بالأساس على المسائل البصرية والمرئية إلا أنها تمتد جزئيا إلى الوسائط المسموعة كالراديو من خلال ما يعرف "بالنمذجة الرمزية"، فهو وارد جدا

¹ عامر مصباح، مرجع سابق، ص73

² Bandura, Albert. *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc., 1977.p26

أن يتأثر المتلقين بالشخصيات الصوتية التي تحمل الرسائل القيمة أو يسمع عنها من خلال هذا الصديق الحميم " الراديو " .

وفي سياق هذه الدراسة يمكننا القول أن برامج الإذاعية المحلية القيمة من خلال تقديمها لمواقف أخلاقية متكررة ونماذج سلوكية إيجابية قد تسهم في دعم التنشئة الاجتماعية والثقافية من خلال إبراز نماذج بشرية لذلك .

الا أن هذا التأثير يعد محدودا اذا ما قورن بنظريات أخرى تتيح لنا ما هو أكثر ملائمة في دراستنا ،كالغرس الثقافي التي ترتبط ارتباطا وثيقا مع طبيعة المضامين القيمة المسموعة وتراكمها عبد الزمن.

المطلب الثاني: نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام :

تبلورت هذه النظرية في أربعينيات القرن 20 ،كرد فعل على سلبات النظرية الليبرالية التي ألغت جميع الضوابط وركزت على حرية اعلامية دون قيود . وقد جاءت أفكار نظرية المسؤولية الاجتماعية بعد نشر تقارير " لجنة هاتشينز" التي دعت الى ضرورة ضبط الممارسة الاعلامية وفق قواعد مهنية وأخلاقية تحترم القيم الاجتماعية وتخدم المصلحة العامة.¹

وترى في حرية الاعلام حق مشروط بالمسؤولية، يحدده التزامات مهنية مثل : الصدق، التوازن والموضوعية والدقة، كما تراعي فيه المؤسسات الاعلامية توجيه رسائل ومضامين تراعي التنوع الثقافي والفكري وتتنبذ كل ما من شأنه أن يدعو العنف الجريمة والاثارة الفارغة

ومن أبرز ما تناولته النظرية :

- 1-الإعلاميون مسؤولون أمام المجتمع وليس أمام مؤسساتهم أو مالكيها .
- 2-على وسائل الإعلام أن تكون مجالا للحوار والتعدد لا منابر للتضليل والتسلط.
- 3-لابد من توفير بدائل اعلامية تحد من هيمنة النماذج الغربية .
- 4-ان يكون المجتمع المدني أداة رقابة أمام الأداء الإعلامي .

¹ عبد الحميد محمد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 2009، ص ص(253_254)

*كما تركز نظرية للمسؤولية الاجتماعية على مجموعة من المبادئ التي تنظم أداء وسائل الاعلام في علاقتها بالمجتمع من أبرزها :

1- خدمة المجتمع: بتلبية حاجاته ونقل المعلومات بكل صدق ودقة أشبه بإلزام اخلاقي لوسائل الاعلام.

2- الالتزام تجاه المجتمع : أي لا تتجرف وسائل الإعلام وراء تحقيق مصالحها الخاصة والتجارية بل أن تكون على وعي تام بمسؤوليتها الاجتماعية وتلتزم بمعايير المصلحة العامة.

3- التعددية وحرية التعبير: تفتح المجال لتنوع الآراء، وتمكين الافراد من التعبير عن آرائهم بحرية تحقيقا للمشاركة والنقاش العام في مناخ اعلامي حر ومسؤول.

4- إتاحة المعلومات : ونقصد بذلك أن تسعى وسائل الإعلام إلى توفير المعلومات الضرورية للمواطنين

5- المساءلة المهنية :الإعلاميون مطالبون بتحمل مسؤولياتهم أمام المجتمع وليس فقط أمام مؤسساتهم أو مالكيها .

6-الالتزام بالقوانين وأخلاقيات المهنة : من خلال احترام المواثيق المهنية التي تمنع الترويج للعنف أو الفوضى.

7- تقديم صورة ايجابية وغير نمطية : من واجب وسائل الاعلام تجنب الصور النمطية السلبية، خاصة تلك التي تتعلق بالفئات المهمشة في المجتمع والالتزام بالتمثيل العادل.

8- النقد الذاتي والتقويم: أن تقوم وسائل الاعلام بتعيين نقاد داخليين لتقييم المضمون الذي تنتقله للجمهور، وتقدم لهذا الاخير تفسيرات موضوعية حول ذلك .

9- إتاحة النقاش حول القضايا الخلافية : أن تطرح وسائل الاعلام القضايا المثيرة للجدل المثيرة للجدل للنقاش بين وجهات نظر متعددة وعلى الجهات الحكومية المختصة أن تراقب قيامها بهذا الدور مع المتابعة والمساءلة عند الحاجة.¹

❖ ارتباط النظرية بموضوع الدراسة :

¹ هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الاعلام، جامعة المنوفية، مصر، 2020، ص137

رغم أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تساعد في فهم الدور القيمي للمؤسسات الاعلامية لا سيما حين يتعلق الأمر بوظائفها الاجتماعية والثقافية والتربوية، فهي تؤسس البناء الاعلامي الملتزم أخلاقيا ومهنيا تجاه المجتمع وهو ما يتوافق مع هدف الاعلام القيمي في المساهمة في التنشئة الاجتماعية والثقافية للأفراد خاصة الشباب الجامعي .

كما أنت تلاحظ أن مهام وخصائص على الاعلام القيمي تتقاطع مع الاضافة الى الخدمة العامة . كما يصب في المساهمة في تعزيز الهوية الوطنية وترسيخ القيم الإيجابية . ونبذ أشكال الفوضى والجريمة والتهميش.

غير أن هذه النظرية لم تعتمد كنظرية رئيسية ،لأنها تركز أساسا على الضوابط الاخلاقية، والمهنية التي يجب أن تلتزم بها الوسيلة الإعلامية دون أن تقدم تصورا تفسيريا يوضح كيف تسهم المضامين الاعلامية عبر التلقي المتكرر في تشكيل التصورات، أو ترسيخ القيم داخل الأوساط الاجتماعية

ولهذا تم اعتماد نظرية الغرس الثقافي كإطار مفسر رئيس، يتيح فهم الدور الذي يقدمه الاعلام القيمي المسموع في غرس أنماط الفهم والتصور ضمن عمليات التنشئة الاجتماعية والثقافية التدريجية بما ينسجم مع أهداف الدراسة وطبيعة عينتها .

المطلب الثالث: نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

جاءت نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام كرد فعل عن النظرة الفردية التي ركزت عليها نظرية الاستخدامات والاشباع حيث اهتم كل من عام 1976 بعدد من التفسيرات البديلة لاستخدام وسائل الاتصال من خلال طرحهما لأهمية المنظور الاجتماعي في النظر الى العلاقة التي تجمع المتلقي المستخدم والوسيلة الاتصالية وبالتالي تحددت معالم رؤية واسعة من العلاقات وهي الجمهور الوسيلة والمجتمع ومن خلالها ظهرت نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الاعلام وهي ذات مرجع نفسي اجتماعي تنتمي لنظريات التأثير المعتدل لوسائل الاعلام

ونعني بالاعتماد مدى تصنيف افراد الجمهور لوسائل الاعلام وبقية مصادر المعلومات على انها مصادر أساسية لاستقاء المعلومات عن الشؤون العامة اما بالنسبة لبيرس وسامون فيعرفانه: انه عملية توظيف المعلومات التي تم التعرض لها في وسيلة معينة

لاتخاذ قرار حول موضوع معين ومن الطبيعي ان يزداد هذا الاعتماد على هذه الوسيلة كلما نجحت في تلبية احتياجاته واشباع رغباته.

نظرية الاعتماد من اهم النظريات التي اهتمت بدراسة عملية التأثير وهي نظرية متكاملة تجمع بين مفاهيم علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي.

1- نشأتها وتطورها:

اهتم بعض الباحثين في العشرينيات بدراسة تأثير وسائل الاعلام على المستوى المعرفي ويعيد بعضهم الاختلاف في هذا المستوى الى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة الوسائل الإعلامية بالإضافة الى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة كما فسر العديد من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الاعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل.

اما البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام تعود للباحثة ساندرا بول روكيتش وزملاؤها عام 1974 من خلال ورقة بحثية بعنوان منظور المعلومات وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الاقناع لوسائل الاتصال لجماهيرية الى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الاعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الاعلام أي ان هناك علاقة اعتماد بين وسائل الاعلام والأنظمة الاعلامية الأخرى.

2- ابعاد الاعتماد على وسائل الاعلام:

ان الفهم والتوجيه والتسلية هي الابعاد الرئيسة للدافع الإنساني الذي يشكل الأساس للسلوك الإعلامي للفرد ومن هذه الأهداف حدد المنظرون ابعاد اعتماد الافراد على وسائل الاعلام من خلال ثلاث علاقات: الدور، الاتجاه، والفهم ولكل من هذه العلاقات ابعاد اجتماعية وشخصية وهي ستة أنواع :

الفهم الذاتي، الفهم الاجتماعي، توجيه الفعل، توجيه التفاعل، التسلية المنعزلة والدور المنعزل، التسلية الاجتماعية

ومع هذا لا ينبغي المبالغة في أهمية وسائل الاعلام فهي وان تمكنت من تحقيق الفهم والتوجيه والتسلية بكل سهولة الا انها ليست الوسيلة الوحيدة لبلوغ ذلك فالأفراد في نهاية

المطاف يتصلون بشبكات داخلية من الأصدقاء والاسرة وكذلك بنظم تربوية ودينية وسياسية...تساعد الناس على بلوغ أهدافهم.

ونظرية الاعتماد على وسائل الاعلام لا تتشارك والمجتمع الجماهيري في فكرة قوة وسائل الاعلام المرهونة بانعزال الناس وتصلهم من الروابط الاجتماعية بل الاصح انها تتصور ان وسائل الاعلام تكمن في السيطرة على مصادر معلومات معينة تلزم الافراد لبلوغ أهدافهم الشخصية .وذلك علاوة انه كلما زاد تعقيد المجتمع اتسع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول الى مصادر معلومات ووسائل الاعلام.

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام :

ان الفرضية الأساسية للنظرية تقول: ان نموذج الاعتماد على وسائل الاعلام يربط وسائل الاعلام الجماهيرية بالنظام الاجتماعي حيث ان تأثير وسائل الاتصال يتوقف على طبيعة التفاعل الثلاثي بين النظام الاجتماعي والنظام الإعلامي والجمهور ومن خلال فهم وتفسير طبيعة هذه العلاقة يمكن فهم تأثيرات وأسباب اعتماد الافراد على وسائل الاتصال الجماهيري.¹

كما يفترض كل من روكيتش وديفلور انه كلما برزت الحاجة الى المعلومات زاد الدافع للبحث عنها لسد هذه الحاجة وزادت قوة الاعتماد على وسائل الاعلام. مما يعني زيادة فرصة تأثير هذه الوسائل على الاطار المعرفي والوجداني والسلوكي للجمهور مما يسمح لنا بأن نعمم الرأي الذي يؤكد على انه كلما نجحت وسيلة اتصالية في توفير اكبر قدر ممكن من المعلومات للفرد كلما زاد اعتماده بشكل اكبر عليها.

وقد ارجعت النظرية اعتماد الافراد على وسائل الاتصال الى ثلاث ابعاد وهي الفهم التوجيه والتسلية فردية واجتماعية بمعنى يستخدم الافراد وسائل الاتصال ليبقوا على علاقة بالمجتمع. وبالتالي فان هذه النظرية من المداخل التكاملية التي تربط العوامل النفسية والاجتماعية في اطار مرجعي وثقافي يفرض نفسه على طبيعة وسائل الاتصال وطبيعة تأثيرها. ولهذا ركزت دراساتها على الاطار الاجتماعي والثقافي الذي يتحكم في تأثير الوسيلة.

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 231

- تقوم النظرية على عديد الفرضيات الرئيسية يمكن اجمالها فيما يلي:
- تزداد إمكانية تحقيق الرسائل الإعلامية للتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية عندما تتحقق خدمات معلوماتية متميزة للأفراد من طرف النظم الاجتماعية ويكون التأثير في أعلى درجاته في حالة عدم الاستقرار الاجتماعي بسبب الصراع والتغيير.
- الاعتماد على وسائل الاعلام يزداد في حالة الغموض والالتباس الذي يؤدي الى نقص في المعلومات ووجود صعوبة في تفسير الاحداث
- يزداد الاعتماد على وسائل الاعلام عندما تكون إمكانية الوصول الى المعلومات من مصادر الاتصال الشخصي مقيدة.
- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الاعلام لإشباع الاحتياجات وتقل هذه الدرجة بوجود قنوات معلومات بديلة
- درجة اعتماد الافراد على وسائل الاعلام ليست متساوية بل تتحكم فيها متغيرات عديدة كالوضع الاجتماعي الذي يعد رئيسيا في معرفة اختلاف درجة الاعتماد فتركيب المجتمع يتحدد بمتغيرات الطبقة الاجتماعية والحالة الاجتماعية والتعليم والدخل والنوع الاجتماعي والسن
- الاعتماد على وسائل الاعلام يولد عددا من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية وهي اتجاهات متباينة للتغير المعرفي والشعوري والسلوكي
- تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة وتبعاً لهذا الاختلاف تزيد او تقل الحاجة الى المعلومات.

3- أنواع التعرض في ضوء نظرية الاعتماد :

- حدد كل من روكيتش وديفلور عام 1989 التعرض لوسائل الاعلام في نمطين والتي تساعد في تحقيق الأهداف وهما:
- جماهير تختار بشكل نشط وفعال ويطلق عليهم يسعون بشكل عمدي لوسائل الاعلام لتحقيق أهدافهم.
- جماهير تتعرض لوسائل الاتصال بالصدفة او بشكل عرضي يتعرضون بشكل ثانوي.

4- اثار الاعتماد على وسائل الاعلام:

نظرا لاعتماد الافراد على وسائل الاعلام لتلبية حاجاتهم تظهر ثلاثة أنواع من الاثار:

❖ اثار معرفية:

- تشمل زيادة المعلومات حول القضايا والايخبار المحيطة بالفرد
- إزالة الغموض وفهم الوضع الاجتماعي والسياسي
- خلق صورة ذهنية حول العالم وما يجري فيه من احداث
- تمكين الافراد من تفسير ما يحدث حولهم من خلال تزويدهم باطر مرجعية

❖ اثار وجدانية:

- تتمثل في ما تبثه مضامين الاعلام من مشاعر وانفعالات في نفس المتلقي كالقلق والاطمئنان
- تؤثر في المواقف والاتجاهات

❖ اثار سلوكية:

تنقسم الى نوعين هما:

- **التنشيط:** بعني بها تحفيز الافراد على القيام بسلوك معين مثل المشاركة السياسية او دعم قضية اجتماعية معينة
- **الخمول:** وهي عكس التحفيز يعني احباط الدافعية لدى الفرد مثل العزوف عن المشاركة.¹

من خلال ماتم التطرق اليه في باب التأثير الذي تحدثه عملية الاعتماد على وسائل الاعلام يمكننا الجزم بان درجة الاعتماد على وسائل الاعلام تختلف باختلاف المتغيرات الفردية كالتعليم والدخل العمر والنوع الاجتماعي كما تتأثر طبيعة التأثيرات ب :

- اهتمامات الجمهور وأهدافه
- نوع الوسيلة الإعلامية
- الظروف الاجتماعية والسياسية المحيطة.

¹ نعمت حسن عبد الحميد، دراسات في نظريات الاعلام، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة 2019، ص ص(247-

5- ارتباط النظرية بموضوع الدراسة:

تتقاطع نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام مع موضوع الدراسة في كونها تقوم على دراسة علاقة الجمهور بوسائل الاعلام وتأثيراتها على معارفه واتجاهاته وسلوكه حيث ترى انه كلما زاد مستوى اعتماد الفرد على الوسيلة الإعلامية تزيد درجة تأثرهم بمضامينها على المستويات المعرفية والوجدانية والسلوكية ومنه نستطيع ان نقول ان طلبة الاعلام والاتصال الذين يعتمدون بدرجة اكبر على الإذاعة المحلية القيمة كمصدر للمعلومة هم الفئة الأكثر قابلية للتأثر بما تبثه من توجهات وقيم وهو ما ينسجم جزئياً مع اهداف هذه الدراسة التي تحاول الكشف عن مساهمة الاعلام القيمي في تحقيق التنشئة الاجتماعية والثقافية.

وعلى الرغم من هذا التقاطع لم تعتمد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار مفسر رئيسي في، وهذا لعدة اعتبارات منهجية وعلمية منها:

- إن نظرية الاعتماد تركز على حاجة الافراد للمعلومات وعلى البعد المعرفي للتأثير في حين ان موضوع الدراسة يركز على الاعلام القيمي من غرس القيم ومعايير السلوك الاجتماعي والثقافي بمعنى انه يتعدى ويتجاوز التأثير المعرفي الى تأثير رمزي طويل المدى وهو ما تمثله نظرية الغرس الثقافي
- إن نموذج الاعتماد اقرب الى العلاقة الظرفية والوظيفية التي قد تربط الوسيلة الإعلامية بالجمهور في حين تذهب هذه الدراسة الى ابعد من ذلك فهي تتناول الاعلام القيمي من زاوية تربوية وثقافية بنيوية لها علاقة بتكوين الشخصية والانتماء وتشكيل الهوية عبر الزمن.
- كما ان هدف من الدراسة لا يبحث في مستوى الاعتماد على وسائل الاعلام بل نحاول فهم اليات ترسيخ القيم عبر التعرض المتكرر للمضامين القيمية، وهو تعمل نظرية الغرس الثقافي على تفسيره بشكل اعمق.

إلا أن هذا لا ينفي تقاطع كل من النظريتين في اقرارهما بدور المتغيرات الوسيطة في التأثير على عملية التلقي الإعلامي، ف كلا النظريتين تؤكدان أن التأثير لا يتم بشكل متجانس بين الأفراد بل تحده عوامل شخصية واجتماعية مثل النوع الاجتماعي والعمر والمستوى التعليمي والانتماء الثقافي والاجتماعي وعلى هذا تستفيد هذه الدراسة من نظرية الاعتماد في

تفسير في تفسير الفروق الفردية لدى طلبة الاعلام ودورها في مدى التأثير بالمضامين القيمة الاذاعية بينما توفر نظرية الغرس الثقافي بيئة اشمل واعمق لتفسير وفهم عملية الغرس التدريجي للقيم الثقافية والاجتماعية من خلال تكرار الرموز القيمة، يمكننا القول ان نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام تمثل مرجعا مكملًا ومساند يوضح طبيعة العلاقة بين طلبة الاعلام والمضمون القيمي في حين تحقق نظرية الغرس الثقافي فهما وتفسيرا اعمق لآليات التأثير الرمزي طويل المدى وهذا ما تسعى الدراسة الى الكشف عنه.

المطلب الرابع: نظرية الغرس الثقافي كإطار مفسر للدراسة

تعتبر نظرية الغرس الثقافي theory cultivation تصويرا تطبيقيا للأفكار الخاصة بعمليات البناء للمعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية، والتعلم من خلال الملاحظة، والأدوار التي تقوم بها وسائل الاعلام في هذه المجالات، حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع عليها جل نظريات التأثير قدرة وسائل الاعلام على إحداث أثر معرفي للأفراد وإدراكي للعوامل المحيطة بهم خصوصا بالنسبة لأولئك الذين يتعرضون لهذه الوسائل بكثافة كبيرة ولذلك تربط هذه النظرية بين كثافة التعرض - مشاهدة التلفزيون بصفة خاصة - واكتساب المعاني والصور الرمزية والمعتقدات حول العالم الذي تقدمه وسائل الاعلام بعيدا عن العالم الحقيقي.

وترمي النظرية إلى أن مشاهدة التلفزيون يؤدي إلى تبني تصورات واعتقادات حول طبيعة العالم الاجتماعي الذي يعيش فيه الأفراد عالما يؤكد على صور نمطية وموجهة مختارة يتم تضمينها في نشرات الأخبار وبرامج التلفزيون، كما أن قوة التلفزيون تكمن في الصور الرمزية التي ينقلها عن الواقع والتي يشاهدها الافراد لفترات طويلة.

إن الحديث عن البيئة التي ولدت فيها أفكار النظرية يعود بنا فترة من الاضطرابات وموجات العنف والاغتيالات في نهاية الستينيات اجتاحت المجتمع الامريكي فكانت عديد جهود الباحثين فيمن درسوا تأثيرات التلفزيون ويؤكدها جورج جرينر عندما صرح في البدايات الاولى لهذه الأفكار قائلا أن التلفزيون قوة مهيمنة في تشكيل المجتمع الحديث، وما لبث الأمر أن تحول إلى قناعة لدى الأفراد العاديين وراحوا يربطون بين ارتفاع معدلات الجريمة والعنف في هذه الفترة وبين انتشار التلفزيون، وصرفت مبالغ منضمة على بعض المؤسسات

والمعاهد لتمويل بحوث تهتم التلفزيون وعلاقة بالسلوك الاجتماعي. وكانت نتائج الدراسات تؤكد على قيام العلاقة بين كثافة المشاهدة وإدراك الواقع الاجتماعي بالصور التي يقدمها التلفزيون.¹

ومن خلال تعريف "جورج جيربر" للمفهوم Gltivation بأنه هو ما تفعله الثقافة بنا، والثقافة هو المجال الذي تعيش فيه الإنسانية وتتعلم .

من خلال هذا التعريف يمكن أن تتوصل إلى تعريف المفهوم ليكون " الغرس الثقافي" وهي العملية التي تهتم باكتساب المعرفة أو السلوك من خلال الوسيط الثقافي الذي يعيش فيه الإنسان²

ما يمكن أن تستخلصه من نشأة نظرية الغرس الثقافي أنها ظهرت على يد الباحث (جورج جيربر) وفريقه بجامعة بنسلفانيا، كانت استجابة للقلق المتزايد من التأثيرات الممتدة زمنيا لوسائل الاعلام وبخاصة التلفزيون، على ادراك الافراد للواقع الاجتماعي، وقد ربط جيربر بين التعرض المكثف والمستمر لمضامين وسائل الاعلام خصوصا تلك التي تقدم أنماطا متكررة من العنف ونماذج نمطية في تقديم الواقع. يمكن أن يؤدي هذا إلى غرس صور ذهنية وتصورات مماثلة لدى الجمهور. وقد ارتكزت النظرية على التلفزيون باعتباره وسيلة مهيمنة وفعالة تقوم بالدور الكبير في عملية التنشئة الاجتماعية والثقافية من خلال تكرار المضامين التي تسهم في تشكيل القيم الجماعية.³

إذا عدنا إلى الجذور الأولى لظهور نظرية الغرس الثقافي، فإننا نجد أنها تعود في أصلها إلى المشروع البحثي المعروف بـ "المشروع الثقافي" الذي أطلقه الباحث الأمريكي جورج جيربر، والذي تمحور حول دراسة تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية على البنية الثقافية للمجتمع. وقد انطلقت هذه النظرية من التركيز على ثلاث قضايا مترابطة، شكّلت جوهر الإطار النظري:

¹ P.288، 1990، G.Gerbner

² مرجع نفسه

³ عبد الحميد محمد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 2009، ص ص (253_254)

1. تحليل الرسائل والمضامين الإعلامية، من خلال دراسة الصور الذهنية والقيم والرسائل التي تنقلها وسائل الإعلام، وكيف تعكس هذه الوسائل واقعًا رمزيًا قد لا يتطابق بالضرورة مع الواقع الحقيقي.
 2. فهم آليات إنتاج الرسائل الإعلامية، أي دراسة الضغوط والعمليات والقوى المؤسسية التي تؤثر على إنتاج المضامين الإعلامية، مثل الهيمنة الاقتصادية، والإيديولوجيا، والتحكم في المؤسسات الإعلامية.
 3. دراسة إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي، من خلال البحث في كيفية مساهمة الرسائل الإعلامية، خاصة المتكررة منها، في تشكيل تصور جماهيري مشترك حول الواقع، بغض النظر عن دقة هذا التصور أو تطابقه مع الواقع الفعلي¹
 4. مفهوم الغرس الثقافي: تُعد عملية الغرس الثقافي عملية تنمية وغرس لمكونات معرفية ونفسية تقوم على المعلومات والخبرات، وهي تعتمد على ما يتعرض له الفرد من وسائل إعلام.
- وقد شرح "جورج جربنر" و"لاري غروس" سنة 1976 أن الغرس الثقافي هو تعلّم غير مباشر، يحصل من خلال التلفزيون، حيث يكتسب المشاهد من خلال ما تقدمه الدراما التلفزيونية حقائق تصبح أساسًا للقيم والصور الذهنية عن العالم المحيط به².
- وقد ركز "جربنر" على ثلاث قضايا متداخلة:
1. دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.
 2. دراسة القوى والضغوط التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية.
 3. دراسة المشاركة غير المستقلة للرسائل الجماهيرية في إدراك الجمهور للواقع³.
- وتناقش نظرية الغرس الثقافي تأثير التلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى على الجمهور، حيث يختلف إدراك الأفراد للواقع الاجتماعي بحسب درجة تعرضهم للمضامين التلفزيونية.

¹ محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص 260

فالأشخاص الذين يشاهدون التلفزيون بدرجة كبيرة يدركون الواقع بطريقة تختلف عن أولئك الذين يتعرضون له بدرجة أقل.

وتقرر النظرية أن عملية بناء الواقع الاجتماعي تبدأ من خلال التلفزيون، وتحدث بفعل الانتباه والتذكر، ثم تأتي مرحلة التعلم، فمرحلة بناء الواقع من خلال ربط المعلومات بعضها ببعض ضمن إطار المهارات، والمعطيات الاجتماعية المحيطة بالفرد، وأخيراً تأتي عملية إدراك الواقع الاجتماعي، التي تؤثر في السلوك وتشكل له مرجعاً ثابتاً.

ويرى "مورغان" أن نظرية الغرس الثقافي تهدف أساساً إلى تحديد مدى إمكانية أن تحدث رسالة معينة تمثلاً اجتماعياً يشبه في مفاهيمه تلك المفاهيم التي تحملها الرسالة الإعلامية نفسها¹

1- فرضيات نظرية الغرس الثقافي :

1- يعد التلفزيون وسيلة فريدة للغرس الثقافي مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى لتوفر مجموعة الخصائص فهو سهل الاستخدام وشائع الوجود في المنازل بالإضافة إلى مساهمته في عملية تنشئة الطفل، وهذا طبعاً لما يتميز به كذلك من خصائص تجمع الصوت بالصورة والحركة والألوان وأيضاً قلة تكاليف الاستخدام.²

2- يقدم التلفزيون عالماً مماثلاً من الرسائل والصور الذهنية التي تعبر عن الاتجاه السائد، إذ أن التلفزيون يقوم في حياة الأفراد بعكس الاتجاه السائد لثقافة المجتمع حيث يضيق ويقل الاختلاف من القيم والاتجاهات والسلوك بين المشاهدين إلى الحد الذي يعتقدون فيه أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة التي يعبر عنها عالم التلفزيون.³

في حين يقوم الفرض الرئيس للنظرية على ما يلي:

تتطلق نظرية الغرس الثقافي من فرض أساسي مؤداه: "أن التعرض المكثف لنماذج وصور ثقافية ثابتة ومتكررة يشكل تدريجياً إدراك الفرد للواقع الاجتماعي المحيط بالفرد، نتيجة التعرض التراكمي لوسائل الاعلام بصفة عامة والتلفزيون بصفة خاصة".

¹ هشام رشدي خير الله، مرجع سابق، ص 140.

² ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دط، دار النهضة، القاهرة، د.س، ص 305.

³ حسن، عماد مكاي، ليلي حسن السيد، الاتصالات نظرياته المعاصرة، ص 304.

بمعنى أن الأفراد الأكثر تعرضاً وهم كثيفي المشاهدة يدركون العالم الواقعي المعاش بناء على ما يقدمه التلفزيون بشكل مختلف عن أولئك الذين يشاهدونه أقل وهم قليلو المشاهدة.. ما ينتج عنه في النهاية ادراك الجمهور لهذا الواقع (الرمزي) على أنه الواقع الاجتماعي الحقيقي فينتقل هذا الاعتقاد الى استجابة تؤدي بالضرورة للتأثير على الاتجاهات والآراء وكذا سلوك الجمهور، وبالتالي ترتفع قدرة التلفزيون على تشكيل القيم الاخلاقية للأفراد ومعتقداتهم العامة وليس فقط وجهة نظر حول مسألة محددة .

من خلال حصول الافراد على تفسيرات لما يدور حولهم إما بطريقة عمدية أو عن طريق الصدفة ثم يستخدمون هذه التفسيرات في تشكيل قيم أو تحديد أنماط سلوكية عن كيفية التصرف في الحياة.¹

2- أساليب القياس الغرس :

مقاييس الدرجة الأولى: تحدد فيها تقديرات كمية عن حدوث أسماء معينة في المجتمع تطلب من المبحوثين.

مقاييس الدرجة الثانية: يطلب من خلالها من المبحوثين تقديم تصوراتهم واعتقاداتهم العامة على العالم أو إحدى الظواهر المجتمعية والكشف عن آراء المشاهدين عن العالم وبناء المحيط بهم وبناء على هذه المعتقدات يبني الفرد سلوكي الاجتماعي.²

3- الانتقاد الموجه لنظرية الغرس الثقافي :

يتضمن كتاب " التلفزيون وجمهوره : نظرية الغرس والتي: (television and its viewersM cultivation theory and reseavch)

فصلاً مخصصاً للانتقادات التي وجهت إلى نظرية الغرس الثقافي التقليدية والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

لعل من أبرز صور النقد التي وجهت هي ارتباط العلاقة السببية بين الاستخدام والمشاهدة وتفسيرات الرسائل التلفزيونية وما يترتب على ذلك من نتائج خاصة بتشكيل

¹Reyes, Rosanna. 2008. *Cultivation Theory and Stereotypes of Latinidad in "Desperate Housewives"*. M.A. thesis, University of Texas at El Paso. P78

² حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص304-305

الأفكار والآراء، "ذلك لأنه لم يثبت حتى الآن تعطيل العمليات النفسية الخاصة بالمعرفة الإدراكية وتأثير العوامل الوسيطة اكتفاء بكثافة المشاهدة وحدها، كما أنه ليس هناك دليل من الآن أيضا ليوضح السبب الخاص بكثافة المشاهدة وحدها عند بعض الفئات أو غيرها .، وكذلك لا توجد إجابة قاطعة حول أسباب عدم اكتساب المعاني والأفكار والحقائق التلفزيونية رغم تشابه كثافة المشاهدة في داخل الفئة أو الجماعة الواحدة " ¹.

وفي ذات السياق أثرت "نانسي سيجن وريلي وميشيل مورجان"

أ- الانتقادات المنهجية :

- ضعف التحديد الدقيق للمتغيرات المستقلة والتابعة :فالعلاقة السببية التي كانت تقيّمها النظرية بين كمية المشاهدة والتغيرات في السلوك والمواقف الاجتماعية لم توضح بدقة.
- الاعتماد على أدوات قياس تقليدية :التي لا تستطيع قياس التأثير الرمزي والتراكمي بدقة مثل :الاستبيانات البسيطة.
- اغفال المتغيرات الوسيطة :فكل من : المستوى التعليمي، النوع، الخلفية الثقافية، الدافعية لدى للأفراد تؤثر في استقبال الرسائل وتفسيرها ومن ثم التفاعل معها.

ب- الانتقادات النظرية :

- افتراض المتلقي السلبي : حيث تتعامل النظرية مع الأفراد المتلقين على أنه كتلة متجانسة تتأثر تلقائيا ولا تظهر اختلافات في التفسير والاستقبال .
- التعميم المفرط للنتائج: ذلك أن النتائج المستخلصة من النظرية وليدة المجتمع الأمريكي وتعتمد النظرية إلى تعميمها على بيئات ثقافية ومجتمعات مغايرة تماما.
- عدم وضوح الآلية النفسية والاجتماعية الحدوث الغرس: ان ترجع النظرية تشكل التصورات والمعتقدات إلى التعرف الكثيف والمتكرر للرسائل الإعلامية.

ج- الانتقادات التطبيقية :

- انساب النظرية وقصر النظر على التلفزيون وحده : ونحن نعيش عصر الوسائط الأخرى أكثر تأثيرا، مما يضرب في عمق النظرية خاصة وأننا نعيش فترة تشهد تراجعاً

¹ محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص338

في متابعة الوسائل الإعلامية التقليدية وبالتالي هذا يزيد من حدة الانتقاد الموجه بخصوص كثافة التعرض وبناء التصورات وتشكيل الرموز والادراك .
- ضعف التنبؤ والتفسير في سياقات الاعلام المتخصص أو القيمي: فقد ارتكزت النظرية على تحليل محتويات العنف والترفيه، وعجزت بوضوح عن تفسير تأثير الرسائل القيمية أو التربوية.¹

تشير العديد من الاتجاهات النظرية وخاصة فيما تعلق بالعلم الاجتماعي والتأثيرات الإعلامية أن نظرية الغرس التقليدية تتجاهل نشاط الجمهور ووعي أثناء تلقي الرسائل الإعلامية ولا يعمد لفعل ذلك بشكل آلي وسلبى، فهو مشارك فاعل في تفسيرها وتأويلها وفقا لعدة اعتبارات منها للخلفية الاجتماعية والثقافية . وهذا ما أشار إليه محمد عبد الحميد في كون التلفزيون يفرض صورة واحدة للواقع على جميع الافراد دون اعتبار بخلفياتهم متجاهلا حقيقة أن كثيرا من المعاني تصاغ ومواقف تتشكل من خلال التفاعل الاجتماعي مع الآخرين وأيضا من خلال التجربة الشخصية وهذا ما تؤكدته نظرية التفاعل الرمزي.²

كما يقدم المقال التحليلي الذي تناوله جيربнер وزملاءه تحت عنوان : أفكارا أساسية عن قوة الرموز المتكررة في التلفزيون وكيف تؤدي الى تشكيل تيار سائد يموه الفروقات الاجتماعية والثقافية ولم يجعل المتغير " كثافة المشاهدة " حيزا في دراسته ،و نستطيع اعتباره تحول من الغرب الكمي التقليدي إلى غرس رمزي ثقافي يصبح مضمون الرسالة القيمية أهم من كم التعرض لها.³

¹ Michael. *Television and Its Viewers: Cultivation Theory and* ، James & Morgan،Shanahan 1999 :p 113_114_117،Research. Cambridge: Cambridge University Press

² محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 339

³ Gerbner، George، Larry Gross، Michael Morgan، and Nancy Signorielli. 1982. "Charting the Mainstream: Television's Contributions to Political Orientations." *Journal of Communication* 32، no. 2: pp 100_116

المطلب الخامس: الغرس الرمزي كمدخل تفسيري للدراسة (الغرس التطوري)

تستند هذه الدراسة إلى نظرية الغرس الثقافي كإطار لفهم الإعلام في تشكيل تصورات الأفراد الثقافية والاجتماعية.

غير أننا ومن خلال طرحنا تتجاوز النظرية الرئسية بمفهومها التقليدي للغرس والذي كان يركز على كثافة التعرض كشرط أساسي لحدوث الغرس، وهي الفكرة التي تعرضت للنقد على يد العديد من الباحثين الذين طوروا من النظرية واستندت أبحاثهم الحديثة في مجال الغرس وعلاقة المؤسسات الاعلامية ببناء التصور الرمزي الثقافي والاجتماعي لدى جمهور المتلقين إلى عدم صدق القياس وتعميمه بمجرد الافتراض القائم أن التلفزيون بخاصته يقوم بالترويج لصور رمزية عن الواقع يعتقدونها بشكل متجانس أفراد المتلقين ممن يتابعون بانتظام وبكثافة هذه المحتويات التسويقية الرمزية . في افتراض علني بسلبية المتلقي وتأثره التلقائي (الغرس الرمزي _Morgan)

وهو الأمر الذي أشار إليه الباحث محمد عبد الحميد في كتابه نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ممتعظا من النظرة المقدسة التي تعطيها نظرية الغرس التقليدية لوسيلة التلفزيون مبالغة في دوره في تشكيل تصورات الجمهور، متجاهلة مصادر أخرى ذات أهمية كافية في عملية التنشئة الاجتماعية (كالأسرة، المدرسة، والبيئة الاجتماعية)¹.

فيما يذهب bolan Arrbas من خلال دراسة حديثة اجراها عام 2022 ليؤكد على أقول نجم التلفزيون كقوة خارقة في التثقيف والتلقين الاجتماعي وانجذاب الأفراد وبخاصته الشباب نحو بدائل اعلامية رقمية تفاعلية كدليل قوي يعزز من استبعاد نماذج الغرس التقليدية، حيث يقول (colan) : إن الشباب لا يجدون الكثير للاستماع إليه على الراديو (على الرغم) من أنهم يزدادون وعيا (به)، وأن الهواتف المحمولة تشكل تهديدا آخر للاستماع إلى الراديو التقليدي وأن الشباب - وخاصة النساء - يقضون وقتا أطول في الاستماع إلى الاقراص المدمجة مقارنة بالراديو التقليدي".

عبارة صحيحة ونتيجة بحثية بالغة الأهمية تدعم استبعادنا لمؤشر الاستماع المنتظم والمكثف للإذاعة المحلية فبعد انتشار لوسائلها الرقيمة التفاعلية لم تعد لوسائل الاعلام

¹ محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 337

التقليدية ذلك الحضور المكثف في المشهد الاعلامي خاصة لدى الشباب الجامعي في تحول واضح في أنماط التلقي يعصف بذلك النموذج التقليدي الذي كان يجمع الامن المتلقي والوسيلة الاعلامية التقليدية في مشهد الابتهار والحميمية.

كما امتدت أفكار انتقادات نظرية الغرس التقليدية الى عمليات تحليلها المنهجية فقد غفلت النظرية دور المتغيرات الوسيطة في عملية تلقي الرسائل الرمزية وكذا آلية تفسيرها والتفاعل معها.¹

إن كل هذه التحديثات التي مست جذور النظرية التقليدية لعملية الغرس تدعونا للركون إلى الغرس الرمزي أو هو بعدها المحدث كبديل تفسيري أكثر ملائمة .

فبدل قياس ساعات الاستماع إلى الاذاعة المحلية القيمة يركز الغرس الرمزي من خلال دراستنا على دور الرموز الإعلامية المتكررة مثل : الهوية، والانتماء والاخلاق وعلى الكيفية التي تغرس بها داخل الوعي الاجتماعي عبر التكرار وقوة الرموز بالإضافة إلى دور المتغيرات الوسيطة في تفسير الخطابات الرمزية المكبرة بغض النظر عن كثافة الاستماع.

¹ Gerbner، George، P120

خلاصة الفصل :

تؤكد دراسة الفصلين على أن الإعلام القيمي يمثل أحد الفاعلين الرئيسيين في عملية التنشئة الاجتماعية والثقافية، إذ يساهم في نقل القيم والمعايير السلوكية والثقافية للأفراد داخل المجتمع، بما يعزز الهوية والانتماء، ويشكل أدوات للوعي والتوجيه السلوكي. وقد بينت التحليلات أن التنشئة الاجتماعية تعمل على غرس القيم والمعايير والسلوكيات المقبولة، فيما تركز التنشئة الثقافية على صون التراث، وتعزيز الهوية، وإكساب الفرد مرجعية معرفية وثقافية متكاملة، وهو ما يتيح للفرد فهم محيطه والمشاركة الفاعلة في المجتمع.

وقد فسرت هذه العلاقة في إطار نظرية الغرس الثقافي التي تشير إلى أن الإعلام القيمي يعمل على ترسيخ القيم الرمزية والتربوية لدى المتلقين، سواء عبر التكرار المباشر للرسائل (البعد التقليدي) أو من خلال التأثير الرمزي التطوري الذي يتيح للمتلقين التفاعل مع المحتوى واستثماره في حياتهم اليومية. ويتيح هذا المنظور الجمع بين الجانب التقليدي للغرس المباشر للقيم، والجانب الرمزي التطوري الذي يعكس التفاعل مع التحولات الاجتماعية والثقافية، مما يؤكد الدور الحيوي للإعلام القيمي في دعم التنشئة الاجتماعية والثقافية لدى الأفراد، وبخاصة الشباب في سياق الدراسة.

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع: قراءة تحليلية لنتائج
استبيان دراسة مساهمة الاعلام القيمي
في تحقيق التنشئة الاجتماعية والثقافية

تمهيد:

يهدف هذا الفصل الى تقديم النتائج التطبيقية للدراسة بعد تحليل استجابات العينة حول متابعة البرامج القيمية في الإذاعة المحلية، ومدى مساهمتها في تعزيز القيم الاجتماعية والثقافية لديهم .

يعتمد هذا الفصل على الجداول الاحصائية المستخلصة من برنامج SPSS ، كما يعرض النتائج الفرعية لكل محور قبل استخلاص النتائج الرئيسية للفرضيات المرتبطة بكل محور مع ربطها بالإطار النظري المفسر للدراسة والدراسات السابقة.

أولاً: تحليل البيانات الديموغرافية للعينة:

الجدول رقم (7): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
01	النوع	ذكر	78	45.6
		انثى	93	54.4
المجموع				
			171	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

1/ توزيع العينة حسب النوع الاجتماعي:

45.6% ذكور 54.4% اناث.

❖ التحليل:

يظهر الجدول رقم (7) أن الاناث يشكلن النسبة الأكبر من افراد العينة بنسبة (54.4%) مقابل (45.6%) للذكور ويعكس هذا التوزيع طبيعة تركيبة طلبة الاعلام والاتصال في جامعة الوادي حيث ترتفع عادة نسبة الطالبات مقارنة بالطلبة الذكور كما يشير هذا التمثيل التوازن نسبيا الى امكانية الاعتماد على العينة في استخلاص نتائج موضوعية دون تحيز مرتبط بالنوع الاجتماعي.

الجدول رقم (8): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
02	العمر	اقل من 20 سنة	22	12.9
		من 20 الى 30 سنة	125	73.1
		اكثر من 30 سنة	24	14.0
المجموع				
			171	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

2/ توزيع العينة حسب العمر:

أكبر فئة : من 20 الى 30 سنة (73,1%)

يوضح الجدول رقم (8) أن الفئة العمرية الأكثر تمثيلا هي الفئة بين (20-30 سنة) بنسبة (73,1%) وهي الفئة الطبيعية التي ينتمي اليها غالبية طلبة الاعلام والاتصال في مرحلة اللسانس والماستر ويلاحظ أن افراد هذه الفئة العمرية هم الاكثر انخراطا في النشاط الجامعي ومتابعة الوسائط الاعلامية مقارنة بالفئات الاخرى مما يجعل ادائهم حول الاعلام

والاتصال اكثر نضجا وارتباطا بالواقع الاتصال كما ان نسب الفئتين الأخرتين اقل من 20 سنة 12.9% في اكثر من (30 سنة 14%) تظل محدودة وهو ما يعكس التجانس العمري للعينة ويعطي مصداقية أعلى لنتائج الدراسة لأنها تستند الى فئة عمرية متقاربة من حيث المهارات والمعرفة الاعلامية

الجدول رقم (9): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
03	المستوى	ثانية ليسانس	36	21.1
		ثالثة ليسانس	45	26.3
		اولى ماستر	42	24.6
		ثانية ماستر	48	28.1
المجموع			171	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

3/ توزيع العينة حسب المستوى الدراسي:

نسب متقارنة بين المستويات اكبرها سنة ثانية ماستر (28.1%) يشير الجدول رقم (9) الى أن العينة موزعة على مختلف المستويات الدراسية حيث مثلت سنة ثانية ماستر النسبة الأكبر (28.1%) تليها سنة ثالثة ليسانس (26.3%) ثم سنة أولى ماستر 24.6% وأخيرا سنة ثانية ليسانس (21.1%). ويبرز هذا التوزيع شمولية العينة وملائمتها لدراسة موضوع الاعلام القيمي لأن طلبة المستويات العليا لديهم إدراك أكبر للمضامين الاعلامية وتأثيراتها.

4/ الربط بين العمر والمستوى الدراسي: جدول رقم (8 و 9)

يلاحظ ان التوزيع العمري للعينة ينسجم مع توزيعها من حيث المستوى الدراسي اذ أن أغلب الطلبة في مرحلة اللسانس والماستر ينتمون طبيعيا إلى الفئة العمرية (20 الى 30 سنة) وهي الفئة التي ظهرت مهيمنة في النتائج وهذا التقارب بين العمر والمستوى الدراسي يمنح الدراسة تجانسا مهما ويشير إلى أن أفراد الفئة يتقاسمون خلفيات معرفية متقاربة مما يضمن استقرار في الاجابات فقرة أعلى على تقييم المضامين القيمية في الاذاعة المحلية.

ثانيا: اختبارات الفروق - متابعه البرامج القيمية

الجدول رقم (10): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو متابعة البرامج القيمية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

البيانات	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "t"	مستوى الدلالة
ذكر	82	1.05	0.217	178	-0.068	0.473
انثى	98	1.05	0.221			

1- الفروق حسب النوع الاجتماعي: Independent T-test

المتوسط العام 1.05 لكلا الجنسين

قيمة $t=0.068$ ← العينة 180

الدلالة: $0.05 < 0.473$

sig=SIG

تشير نتائج اختبار العينة المستقلة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى متابعة البرامج القيمية ($t=0.068, p=0.473$) ، وهذا يعني أن متابعة المحتوى القيمي في الإذاعة المحلية لا تتأثر بالنوع الاجتماعي، وأن الذكور والإناث يتابعون هذا النوع من المحتوى بالمستوى نفسه تقريباً.

الجدول رقم (11): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو متابعة البرامج القيمية تعزى لمتغير الفئة العمرية

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.005	2	0.002	0.049	0.953
داخل المجموعات	8.545	177	0.048		
التباين الكلي	8.550	179			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

2/ الفروق حسب العمر (One way ANOVA)

قيمة $F=0.049$

$\text{sig}=0.953>0.05$

❖ التحليل

تظهر نتائج اختبار التباين الأحادي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية المختلفة في متابعة البرامج القيمية، ويشير ذلك إلى أن العمر لا يمثل عاملاً مؤثراً في تحديد مستوى المتابعة، وأن الاهتمام بالمحتوى القيمي يتقارب بين جميع الفئات.

الجدول رقم (12): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو متابعة البرامج القيمية تعزى لمتغير المستوى الدراسي

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.020	3	0.007	.1400	0.936
داخل المجموعات	8.530	176	0.048		
التباين الكلي	8.550	179			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

3/ الفروق حسب المستوى الدراسي (One way ANOVA)

قيمة $F=0.140$

$\text{sig}=936>0.05$

❖ التحليل:

تبين نتائج تحليل التباين عدم وجود فروق دالة إحصائية بين مستويات الطلبة الجامعية المختلفة في متابعة البرامج القيمية، وهذا يعني أن المستوى الدراسي سواء في الليسانس أو الماجستير لا يؤثر في درجة متابعة الطلبة للمحتوى القيمي

الجدول رقم (13): يوضح الارتباط بين متابعة البرامج وتقييم كل محور

الرقم	العبارة	الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان	
		معامل الارتباط	الدالة
1	الإعلام القيمي والإذاعة المحلية	0.560**	0.000
2	مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية	0.201**	0.009
3	مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية	0.352**	0.000
4	تمثيلات البعد الرمزي (الغرس الرمزي)	0.372**	0.000
5	دور المتغيرات الوسيطة	0.156*	0.041
6	الآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة	0.440**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

❖ تفسير الجدول الارتباط بين المتابعة وتقييم كل محور

يهدف هذا الجدول إلى فحص طبيعة العلاقة بين مستوى متابعة الطلبة للبرامج القيمية واستجاباتهم على مختلف محاور الاستبيان ثم استخدام معامل الارتباط بيرسون وجميع القيم الدالة إحصائياً تقع عند مستوى دلالة معنوية ($p=0.05$) مما يشير الى وجود علاقات حقيقية يمكن تفسيرها .

4/ الارتباط بين متابعة البرامج وتقييم محاور الاستبيان:

4-1- الارتباط بمحور الاعلام القيمي والاذاعة المحلية ($p=0.000$ $r=0.560$)

تشير هذه النتيجة إلى وجود علاقة قوية واتجاهها موجب بين زيادة متابعة الطالب للبرامج القيمية وبين ارتفاع تقييمه لدور الإذاعة المحلية في تقديم إعلام قيمي. يدل ذلك إحصائياً على أن الطلبة الذين يتعرضون بشكل أكبر حتى لو لم يكن تعرضاً منتظماً يطورون إدراكاً أكثر وضوحاً لخصائص الإعلام القيمي ووظائفه داخل المحيط المحلي. هذا الارتباط القوي يؤكد أن مجرد التعرض مهما كان مستوى انتظامه يرفع القدرة على التمييز بين طبيعة المحتوى القيمي المقدم، وهي نتيجة تتفق مع الاتجاه التطوري لنظرية الغرس الثقافي التي تعطي أهمية لنمط الرموز المتكررة لا لحجم التعرض وحده.

4-2- الارتباط بمحور "مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية" ($p=0.009$, $r=0.201$)

يظهر هذا المحور ارتباطاً ضعيفاً لكنه دال من الناحية الإحصائية، يدل على أن المتابعة تؤثر بدرجة محدودة في تقييم الطلبة للدور الاجتماعي للإعلام القيمي، وهو أمر مفهوم بحكم أن عملية التنشئة الاجتماعية عملية معقدة متعددة الفاعلية: (أسرة، مدرسة، جامعة، رفاق...) وبالتالي فإن دور الإعلام فيها لا يظهر بقوة في الارتباطات رغم وجود أثر إيجابي. كما يعكس هذا الارتباط الضعيف أن الطلبة يدركون بعض فعالية الدور الاجتماعي للمحتوى القيمي، لكنه ليس دوراً حاسماً أو مباشراً.

4-3- الارتباط بمحور مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الثقافية تمثل ($r=0.352$, $p=0.000$)

تمثل هذه النتيجة علاقة متوسطة القوة ما يدل على أن متابعة البرامج القيمية ترتبط بشكل واضح بإدراكهم كمساهم في تعزيز الثقافة والقيم المرتبطة بالهوية، ويرتفع هذا الارتباط مقارنة بالمحور الاجتماعي لأن التنشئة الثقافية أكثر ارتباطاً بالمعنى والرموز والقيم المضمنة في المحتوى الإعلامي، وهو ما تؤكدته النظرية في بعدها الرمزي والقيم المضمنة في المحتوى الإعلامي وهو ما تؤكدته النظرية في بعدها الرمزي عند مورغان، إذ إن أثر الرموز الثقافية يظهر حتى مع التعرض المنقطع ما دام المتلقي يلتقط الدلالات والمعاني المتكررة.

4-4- الارتباط بمحور تمثيلات البعد الرمزي ($r=0.370$, $p=0.000$)

يعد هذا الارتباط متوسط القوة وذات دلالة واضحة ويشير إلى أن متابعة البرامج القيمية تسهم في تكوين تمثيلات رمزية إيجابية لدى الطلبة حول القيم والمضامين، وهذا يعكس جوهر الغرس الرمزي حيث لا يتطلب التأثير كمية كبيرة من التعرض بقدر ما يحتاج إلى تعرض متكرر للرموز الثابتة ذات الدلالة، وهو ما يتطابق تماماً مع خصائص البرامج القيمية التي تعتمد على الثبات الموضوعي وتقديم محتوى قائم على التذكير بالقيم والسلوكيات. الارتباط هنا دليل على أن الطلبة الذين يتابعون هذا البرنامج يميلون إلى تبني صورة رمزية أكثر انسجاماً مع المضامين القيمية.

4-5- الارتباط بمحور دور المتغيرات الوسيطة ($r=0/156, p=0.41$)

هذا الارتباط ضعيف لكنه دال، ويشير إلى أن المتابعة لها علاقة محدودة بإدراك الطلبة لأهمية المتغيرات الوسيطة مثل الخبرة الشخصية، التفاعل الاجتماعي، وهو أمر طبيعي إحصائيًا لأن هذا المحور يقيس مكونًا إدراكيًا ميتا معرفيًا (وعي المتلقي بوجود عوامل تؤثر في تفسيره للمحتوى)، وهو لا يتشكل فقط من التعرض وإنما من التجارب الذاتية والمستوى الدراسي والنضج المعرفي، فمع ذلك الاتجاه الموجب يشير إلى أن المتابعة تساعد جزئيًا في إبراز وعي الطالب بأن استقبال الرسائل القيمية لا يتم بشكل آلي

4-6- الارتباط بمحور الآثار القيمية للمضامين الإعلامية ($r=0.440, p=0.000$)

تظهر هذه النتيجة وجود ارتباط متوسط إلى قوي ما يدل على أن متابعة البرامج القيمية ترتبط بشكل واضح بإدراك الطلبة للآثار السلوكية والمعرفية للقيم المقدمة. هذا المحور هو الأكثر انسجامًا مع طبيعة البرامج القيمية التي تسعى إلى إحداث أثر على السلوك، وتدل النتيجة إحصائيًا على أن الطلبة يتلقون هذه الرسائل بطريقة تجعلهم يلاحظون أثرها في سلوكهم واتجاههم. هذه النتيجة تدعم فرضيات الغرس الثقافي وخاصة في نسخته الرمزية التي تفترض أن المحتوى المكرر محمل بدلالات تؤثر تدريجيًا في النظام المعرفي والقيمي للمتلقي.

الجدول رقم (14): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
00	نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه	دينية	124	39.4%
		اجتماعية	64	20.3%
		تربوية	46	14.6%
		ثقافية	81	25.7%
	المجموع		315	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

ثالثا: توجهات العينة حسب نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه

يوضح الجدول توجهات عينة الدراسة نحو نوعية البرامج القيمية التي تستدعي انتباههم أثناء متابعة الإذاعة المحلية ومن خلال تحليل التوزيعات النسبية يمكن استخلاص ما يلي:

1 /البرامج الدينية في المرتبة الأولى

جاءت البرامج الدينية على رأس البرامج التي تستدعي انتباه الطلبة حيث شكلت النسبة الأعلى 39.4% وهذا يعكس:

✓ مركزية الخطاب الديني داخل البيئة الاجتماعية والثقافية لطلبة الإعلام والاتصال بجامعة الوادي

✓ حضور الرموز الدينية بشكل قوي ومتكرر داخل المحتوى الإذاعي القيمي مما يجعلها أكثر قدرة على جذب الانتباه

✓ توافق مع نظرية الغرس الرمزي التطوري الذي يؤكد أن الرسائل ذات الحمولة الرمزية القوية والمتكررة تكون أقدر على شد انتباه الجمهور وإحداث أثر لديهم.

2 /البرامج الثقافية في المرتبة الثانية

احتلت البرامج الثقافية المرتبة الثانية بنسبة 25.7% ما يدل على:

✓ اهتمام ملحوظ لدى الطلبة بالمضامين الثقافية التي ترتبط بالهوية والتراث والفنون.

✓ توافق مع الدراسات السابقة التي استخدمتها الباحثة في المبحث المتعلق بالثقافة مثل دراسة (ليلى ثاوي، ليلى زادي، ديانا أنغاريني) والتي أكدت أن المحتوى الثقافي في الإذاعة المحلية يحظى بجاذبية عالية لقدرته على التفاعل مع الهوية والقيم الثقافية المحلية.

3 /البرامج الاجتماعية

تمثل البرامج الاجتماعية نسبة معتبرة 20.3% من حيث استدعاء الانتباه مما يكشف

أن:

✓ الطلبة يميلون إلى متابعة البرامج التي تعالج قضايا يومية وسلوكيات اجتماعية

✓ هذا النوع من المحتوى يعكس البعد التفاعلي للإذاعة المحلية ودورها في تشكيل المعايير الاجتماعية وهو ما أشارت إليه دراسات مثل دراسة عبد الله حنادر حول

تعزيز قيم المواطنة عبر الإذاعات المحلية ودراسة GONZALEZ حول دور الإعلام المحلي في تشكيل السلوك الاجتماعي.

4 /البرامج التربوية الأقل استدعاء للانتباه

احتلت البرامج التربوية المرتبة الأخيرة بنسبة 14.6 بالمئة ويمكن تفسير ذلك:

- ✓ قلة البث الخاص بالمضامين التربوية داخل الإذاعة المحلية مقارنة بالبرامج الأخرى.
- ✓ طبيعة المحتوى التربوي الذي يكون عادة مباشرا وتعليميا وذو جاذبية أقل مقارنة بالمضامين الدينية والثقافية.
- ✓ ضعف الرموز التكرارية داخل البرامج التربوية مما يجعلها أقل حضورا في آلية الغرس الرمزي.

تتسجم هذه النتائج بشكل واضح مع اتجاه الغرس التطويري الذي تبني عليه الباحثة تفسير آثار الإعلام القيمي إذ يرى هذا الاتجاه أن:

1. الانتباه والتعرض المتكرر وقوة الرموز تشكل عوامل أساسية في التأثير القيمي.
2. البرامج الدينية والثقافية لكونها غنية بالرموز والقيم ذات تكرار أعلى هي الأكثر قدرة على جذب الانتباه وهذا منعكس فعليا في التوزيع النسبي للعينة.
3. في المقابل البرامج الأقل حضورا على الشبكة البرمجية تكون قدرتها على شد الانتباه محدودة وهو ما توضحه نسبة البرامج التربوية.

وبالتالي يمكن أن نخلص إلى استنتاج عام حيث يكشف الجدول أن نوعية البرامج التي تستدعي الانتباه ترتبط بطبيعة التكوين الثقافي والديني والاجتماعي للطلبة وبطبيعة المضامين الأكثر حضورا في الإذاعة المحلية وتبين النتائج أن:

- القيم الدينية والثقافية هي الأكثر جذبا للطلبة.
- البرامج التربوية الأقل حضورا في اهتمامات العينة.
- وهذا يعكس توجهات معرفية وقيمية لدى الطلبة تتماشى مع السياق الاجتماعي والثقافي المحلي.

رابعا: تحليل محاور الدراسة الأساسية (الاستجابات والارتباطات)

1- محور الاعلام القيمي والإذاعة المحلية:

❖ عرض وتحليل استجابات افراد العينة حول الإعلام القيمي والإذاعة المحلية

الجدول رقم (15): يوضح استجابات افراد العينة نحو الإعلام القيمي والإذاعة المحلية

العبارة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاه
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة			
1	4	2.3	8	4.7	27	15.8	110	64.3	22	12.9	0.807	3.81	
2	-	-	2	1.2	21	12.3	117	68.4	31	18.1	0.593	4.04	
3	2	1.2	5	2.9	8	4.7	106	62.0	50	29.2	0.736	4.15	
4	-	-	4	2.3	19	11.1	107	62.6	41	24.0	0.664	4.08	
5	1	0.6	24	14.0	62	36.3	73	42.7	11	6.4	0.830	3.40	
6	-	-	2	1.2	15	8.8	105	61.4	49	28.7	0.627	4.18	
7	1	.6	5	2.9	15	8.8	104	60.8	46	26.9	0.720	4.11	
											0.448	3.97	الإعلام القيمي والإذاعة المحلية

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

1. جميع المتوسطات تتجاوز 3.4/5 اي أن الاتجاه العام ايجابي نحو موافقة الطلبة على دور الاذاعة المحلية القيمية .

2. أعلى المتوسطات كانت للعبارات المرتبطة بتكرار الرسائل الاعلامية للحفاظ على التراث او التمثيل الواقعي للثقافة المحلية؛ مما يؤكد فاعلية الاعلام القيمي في الغرب الثقافي والاجتماعي.

3. أقل متوسط كان لتفضيل البرامج المحلية على الوطنية /الدولية : ما يشير إلى عدم التفاضل المطلق بين المحلية والوطنية لدى بعض الطلبة فهو مؤشر على التوازن في التقدير الاعلامي .

4. الانحرافات المعيارية منخفضة نسبيا ، مما يدل على اتساق اراء أفراد العينة حول كل عبارة ولا توجد تباينات كبيرة .

❖ اختبار الفروق :

الجدول رقم (16): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو محور الإعلام القيمي والإذاعة المحلية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

البيانات	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "t"	مستوى الدلالة
ذكر	78	3.93	0.491	169	-0.894	0.186
انثى	93	3.99	0.409			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

• اختبار test - المتغير النوع الاجتماعي:

قيمة $f = 0,894$. او $P = 186 > 0.05$

لا توجد فروق معنوية بين الذكور والاناث في متوسطات تقييم حول الاعلام القيمي والاذاعات المحلية .

وبالتالي فكل من الجنسين لديهم تمثيلات متغايرة اتجاه دور الاذاعة المحلية في تعزيز القيم، ولا يؤثر النوع الاجتماعي على تقييم الطلاب .

الجدول رقم (17): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور الإعلام القيمي والإذاعة المحلية تعزى لمتغير الفئة العمرية

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.064	2	0.032	0.157	0.855
داخل المجموعات	34.123	168	0.203		
التباين الكلي	34.187	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

• اختبار ANOVA لمتغير الفئة العمرية:

قيمة $P = 0855 < 0.05$, $F = 0.157$

توجد فروق معنوية بين الفئات العمرية المختلفة في تقييم محور الاذاعات المحلية والاعلام القيمي وهذا ما يجعلنا نفسره على النحو التالي: ان الوعي بقيمة الاعلام القيمي

والاذاعات المحلية موحد بين جميع الاعمار في العينة مما يعكس اثرا متساوي للتعرض الاعلامي عبر الفئات .

الجدول رقم (18): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور الإعلام القيمي والإذاعة المحلية تعزى لمتغير المستوى الدراسي

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.384	3	0.128	0.632	0.595
داخل المجموعات	33.803	167	0.202		
التباين الكلي	34.187	170			

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

• اختبار ANOVA لمتغير المستوى الدراسي:

قيمة $P = 0.595 < 0.05$, $F = 0.632$

وبالتالي لا توجد فروق معنوية بين مستويات الدراسة المختلفة في تقييم محور الاعلام القيمي والاذاعات المحلية.

ما يمكننا ان نفسر ان المستوى الدراسي لا يؤثر على تقييم الطلبة للإذاعات المحلية القيمية اي ان جميع المستويات الدراسية تتفق على تقدير دور الاعلام القيمي المحلي.

• الخلاصة الإحصائية للمتغيرات الديموغرافية:

لا توجد فروق معنوية حسب النوع الاجتماعي الفئة العمرية او المستوى الدراسي.

هذا لا يشير الى تأثير موحد للأعلام القيمي المحلي عبر جميع الفئات الديموغرافية في العينة.

نتائج ANOVA و T.test تدعم فكره استقرار تأثير الاعلام القيمي المحلي على تمثيلات

الطلبة وهو ما يتوافق مع النظرية التي تؤكد على ان قوه الغرس الرمزي المستمر في

تتميه القيم دون تمييز بين الفئات المختلفة.

الجدول رقم (19): يوضح الارتباط بين أسئلة تمثلات محور الإعلام القيمي والإذاعة المحلية والدرجة الكلية للمحور

الرقم	العبارة	الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان	
		معامل الارتباط	الدالة
1	اتابع أحيانا برامج قديمة في إذاعة الجزائر من الوادي والمغرب	0.560**	0.000
2	أرى ان إذاعة الجزائر من الوادي والمغرب تهتم بقضايا الهوية والانتماء الثقافي المحلي	0.655**	0.000
3	ألاحظ ان تكرار الرسائل الإعلامية في هذه الإذاعة يعزز لقيم الدينية والأخلاقية والتربوية والثقافية	0.584**	0.000
4	أجد ان خطاب الإذاعة المحلية القمية يتماشى مع خصوصية المجتمع المحلي في الوادي والمغرب	0.586**	0.000
5	أفضل البرامج القمية المحلية على تلك التي تبثها اذاعات وطنية او دولية	0.554**	0.000
6	تساعد الإذاعة القمية المحلية على الحفاظ على عادات وتقاليد المجتمع	0.748**	0.000
7	الاعلام القيمي المسموع من الإذاعة المحلية يعبر عن واقعي الثقافي والاجتماعي	0.766**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

جدول الارتباط بين أسئلة محور الاعلام القيمي والإذاعات المحلية والدرجة الكلية للمحور = جميع الارتباطات معنوية عند $P=0.000$ اي ان كل سؤال له علاقة قوية بالدرجة الكلية للمحور.

أعلى معاملات الارتباط كانت مع الأسئلة المرتبطة بالتمثيل الواقعي للثقافة المحلية والحفاظ على العادات والتقاليد (766 و 748) ما يوضح اهمية الغرس الرمزي في الاعلام القيمي.

المتابعة الشخصية للبرامج القمية (5.60) مرتبطة بالدرجة الكلية ما يدل على ان التعرض الاعلامي المنتظم يزيد من ادراك الطلبة لأهمية الاعلام القمي المحلي. الأسئلة المتعلقة بالهوية والانتماء والتكرار الاعلامي تظهر ارتباطا قويا ما يؤكد ان الاعلام القيمي يعزز القيم الثقافية والاجتماعية من خلال الرسائل المتكررة والمتوافقة مع الخصوصية المحلية.

الجدول رقم (20): يوضح الارتباط بين الاعلام القيمي والإذاعة المحلية وتقييم كل محور

الرقم	العبرة	الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان	
		معامل الارتباط	الدالة
1	الإعلام القيمي والتنشئة الاجتماعية	0.569**	<.001
2	الإعلام القيمي والتنشئة الثقافية	0.548**	<.001
3	الاعلام القيمي وتمثيلات البعد الرمزي (الغرس الرمزي)	0.592**	<.001
4	الاعلام القيمي ودور المتغيرات الوسيطة	0.351**	<.001
5	الاعلام القيمي والآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة	0.662**	<.001

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31

❖ تفسير جدول رقم (20) ارتباط الاعلام القيمي والإذاعة المحلية وتقييم كل محور:

يظهر الجدول معاملات الارتباط بين محور الاعلام القيمي والإذاعة المحلية وبين باقي محاور الاستبيان وذلك لقياس مدى اتساق تقييمات الطلبة عبر المحاور وبيان كيف تعكس متابعه الاعلام القيمي عبر الإذاعة المحلية مستويات اعلى في فهم القيم وتمثلها واستيعاب اثارها وتشير النتائج الى وجود ارتباطات قوية وداله احصائيا بين المحور الرئيسي وباقي المحاور الخمس مما يدل على ان الطلبة الذين يمنحون تقييما عاليا لدور الاعلام القيمي في الإذاعة المحلية يميلون ايضا الى تقييم بقيه المحاور بشكل مرتفع وفيما يلي تقسيم مفصل:

1- الاعلام القيمي والتنشئة الاجتماعية: ($P<0.001, F=0.569$)

يشير هذا الارتباط القوي الى ان الطلبة الذين يرون ان الإذاعة المحلية تؤدي دورا مهما في الاعلام القيمي هم انفسهم الذين يعتقدون انها تساهم في التنشئة الاجتماعية ويدل ذلك على ان:

- المحتوى القيمي المسموع في الإذاعة يعيد انتاج معايير السلوك الاجتماعي بطريقة مستمرة.
- هذه النتيجة تتوافق مع الغرس الثقافي الذي يرى ان التعرض المتكرر لمضامين ذات رموزا اجتماعيه يزيد من احتمال تبني قيم ومعايير مجتمعيه معنيه.

- كما تدعمها الدراسات التي استخدمتها الطالبة مثل دراسة عبد الله حنادر حول تعزيز قيام المواطنة ودراسة اداغوناليز تورز حول تأثير الاعلام المحلي في تشكيل السلوك والمعايير الاجتماعية.

2- الاعلام القيمي والتنشئة الثقافية: ($P<0.001, r=0.548$)

يمثل هذا الارتباط علاقه قويه بين تقدير الطلبة لدور الاعلام القيمي وبين تقييمهم لدوره الثقافي يعكس ذلك:

- قدره المحتوى المسموع في الإذاعة المحلية على دعم الهوية والقيم المرتبطة بها.
- انسجاما مع الدراسات التي اعتمدتها الباحثة مثل دراسة ليليا شاوي وليلى زاوي والتي اثبتت ان البرامج الثقافية الإذاعية تعزز شعور الانتماء والهوية كما ان هذه النتيجة المتوقعة في ضوء الغرس التطوري الذي يؤكد ان قوه الرموز الثقافية المتكررة تؤدي الى تأثير طويل المدى.

3- الاعلام القيمي والبعد الرمزي "الغرس الرمزي" ($P<0.001, r=0.592$)

يعد هذا واحدا من اقوى الارتباطات في الجدول وتشير الى ان:
- الطلبة الذين يدركون القيمة المضافة للأعلام القيمي يرون ان الإذاعة تساهم في بناء تمثلات رمزية عميقة لديهم.
- يؤكد ان الإذاعة لا تؤثر فقط عبر المحتوى المباشر بل ايضا عبر الرموز والمعاني الضمنية التي تتكرر في الرسائل الإعلامية.
وهذا يتفق تماما مع ما طرحه مورغان وشاناهاان اللذان اعتبرا ان ما يحدثه او ما يبديه الجمهور من استجابة قوية لمخرجات الاعلام هي التي تتم عبر الغرس الرمزي لا عبر الكمي فقط.

4- الاعلام القيمي والمتغيرات الوسيطة ($P<0.001, R= 0.351$)

يمثل هذا ارتباطا متوسطا ولكنه دال ويعكس:
ان ادراك الطلبة لدور الاعلام القيمي يرتبط بتأثرهم بالعوامل الشخصية والاجتماعية [تجربه سابقة_ تفاعل اجتماعي_ مستوى_ عمر.....] يتوافق ذلك مع الاتجاه التطوري للغرس الثقافي الذي صحح فرضية التأثير الموحد وادخل الفروق الفردية كعوامل وسيطة لها دور في تفسير الرسائل الإعلامية.

5- الاعلام القيمي والاثار القيمية للمضامين: ($P<0.001, r=0.662$)

هذا هو اقوى ارتباط في الجدول ويعد مؤشرا جوهريا ويعني ان:

- من يعتقد بأن الإذاعة تقدم اعلاما قيميا جيدا هو نفسه من يعتقد بان لها دور في احداث استجابة قيمية واضحة في سلوكه او سلوك الطلبة عموما هذا يتوافق مع نتائج ودراسات مثل:
- خيرة العيدي حول التأثيرات الإيجابية للاعلام القيمي .
- سعيد بومعيزه حول اثر الاعلام على السلوكيات لدى الشباب
- كما عزز هذا الارتباط ما تذهب اليه النظرية غرس التعرض المتكرر + الرسائل ذات المضامين القيمية اثار قيمية طويلة المدى.
- خلاصة:** تكشف الارتباطات ان:
- الاعلام القيمي عبر الإذاعة المحلية بشكل محورا مركزيا وعامل مساهم في جميع جوانب التنشئة الاجتماعية والثقافية والقيمية.
- النتائج منسجمة بشدة مع اتجاه الغرس التطوري الذي يركز على المعاني الرمزية وقوة التمثلات وليس فقط على مدة التعرض.
- كما تتوافق بصورة قوية مع الدراسات السابقة التي اعتمدتها الباحثة في الاطار النظري.

2- محور مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية:

2-1- عرض وتحليل استجابات افراد العينة حول مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية:

الجدول رقم (21): يوضح استجابات افراد العينة نحو مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية

العبارة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاه	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة						
1	1	.6	9	5.3	39	22.8	95	55.6	27	15.8	0.785	3.81		
2	-	-	6	3.5	44	25.7	103	60.2	18	10.5	0.675	3.78		
3	1	0.6	3	1.8	11	6.4	106	62.0	50	29.2	0.672	4.18		
4	2	1.2	3	1.8	36	21.1	101	59.1	29	17.0	0.739	3.89		
5	-	-	3	1.8	25	14.6	103	60.2	40	23.4	0.671	4.05		
6	-	-	8	4.7	53	31.0	93	54.4	17	9.9	0.712	3.70		
7	2	1.2	5	2.9	10	5.8	129	75.4	25	14.6	0.655	3.99		
مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية													3.91	0.483

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

قد اظهرت نتائج الجدول ان جميع متوسطات العبارات مرتفعة حيث تراوحت بين 3.70 و 4.8. مع انحرافات منخفضة نسبيا (0.671_0.785) ما يشير الى تشتت محدود وتوافق نسبي بين الطلبة حول هذه الأسئلة.

أعلى متوسط كان للعبارة: ((تدفعني البرامج ذات الطابع القيمي الى التفكير في دوري داخل الأسرة والمجتمع)) (4.18) مما يعكس ان الطلبة يدركون دور البرامج القيمية في تعزيز التفكير الذاتي والاجتماعي.

أدنى متوسط كان للعبارة: "تنمي البرامج القيمية الإذاعية روح المواطنة والالتزام بالقيم الاجتماعية" (3.70) لكنه ما زال ضمن نطاق التقييم الايجابي ما يدل على ان الطلبة يعترفون بالدور العام للبرامج في تعزيز القيم الاجتماعية.

المتوسط العام للمحور = بلغ 3.91، مع انحراف 0.483 مما يعكس اتجاهات (+) عاما الطلبة نحو مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية.

المتوسط العام للمحور خاصة فيما تعلق بالسلوك الاجتماعي (+) والمشاركة المجتمعية والقرب من الواقع المحلي.

2-2- اختبار الفروق:

الجدول رقم (22): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

البيانات	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "t"	مستوى الدلالة
ذكر	78	3.83	0.501	169	-2.185	0.015
انثى	93	3.99	0.457			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

• النوع الاجتماعي (T.test)

- قيمة $P = 0.015 < 0.05$: هناك فرق معنوي بين الجنسين.
- التفسير: الاناث تقيمن أعلى من الذكور ما يعكس حساسية أكبر للطالبات تجاه الدور الاجتماعي للأعلام القيمي.

الجدول رقم (23): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية تعزى لمتغير الفئة العمرية

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.980	2	0.490	2.130	0.122
داخل المجموعات	38.628	168	0.230		
التباين الكلي	39.607	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

• الفئة العمرية (ANOVA) :

- قيمة $F = 2.130$ و $P = 0.122 > 0.05$: لا توجد فروق معنوية بين الأعمار.

الجدول رقم (24): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية تعزى لمتغير المستوى الدراسي

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.734	3	0.245	1.051	0.372
داخل المجموعات	38.873	167	0.233		
التباين الكلي	39.607	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

• المستوى الدراسي (ANOVA)

قيمة $F=1.051$ و $P=0.372>0.05$ لا توجد فروق معنوية بين المستويات.

الاستنتاج العام: استثناء النوع الاجتماعي لا توجد فروق معنوية في متوسطات تقييم الطلبة للمحور بحسب الفئة العمرية او المستوى الدراسي.

الجدول رقم (25): يوضح الارتباط بين أسئلة محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية والدرجة الاجمالية له

الرقم	العبارة	الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان	
		معامل الارتباط	الدالة
1	تعزز الإذاعة القيمية ثقافة الحوار والمشاركة المجتمعية لدى	0.768**	0.000
2	اكتسب من خلال البرامج القيمية سلوكيات اجتماعية إيجابية مثل التعاون والتسامح..	0.755**	0.000
3	تدفعني البرامج ذات الطابع القيمي الى التفكير في دوري داخل الاسرة والمجتمع	0.628**	0.000
4	تساعد الإذاعة القيمية في زيادة الوعي بالمسؤولية الاجتماعية	0.576**	0.000
5	اشعر ان الاعلام القيمي المسموع يقربني من قضايا المجتمع المحلي ويدفعني للمشاركة فيه	0.704**	0.000
6	تتمى البرامج القيمية في الإذاعة روح المواطنة والالتزام بالقيم المجتمعية	0.690**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

2-3- ارتباط الأسئلة مع الدرجة الكلية للمحور:

- جميع الأسئلة مرتبطة بالدرجة الكلية للمحور بشكل معنوي ($P < 0.001$) اعلى معاملات الارتباط:
- تعزز الإذاعة القيمية ثقافه الحوار والمشاركة المجتمع لدي (768).
- اكتسب من خلال البرامج القيمية السلوكيات اجتماعيه (+) (755)
- اشعر ان الاعلام القيمي المسموع يقربني من قضايا المجتمع المحلي (704).
- هذه القيم تعكس ان الطلبة يرون ان هذه العبارات تمثل العناصر الاكثر تأثيرا في تقييمهم.

الجدول رقم (26): يوضح ارتباط التنشئة الاجتماعية بباقي المحاور

الرقم	العبارة		ارتباط التنشئة الاجتماعية بباقي المحاور	
			معامل الارتباط	الدالة
1	التنشئة الاجتماعية	التنشئة الثقافية	0.533**	0.000
2	التنشئة الاجتماعية	الغرس الرمزي	0.561**	0.000
3	التنشئة الاجتماعية	المتغيرات الوسيطة	0.323**	0.000
4	التنشئة الاجتماعية	الآثار القيمية	0.667**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

2-4- ارتباط محور التنشئة الاجتماعية بباقي المحاور:

- التنشئة الاجتماعية والتنشئة الثقافية (533) ارتباط معنوي متوسط يدل على توافق تقييم الطلبة بين البعد الاجتماعي والثقافي.
- التنشئة الاجتماعية والغرس الرمزي (561) ارتباط متوسط الى قوي يشير الى وجود علاقة متينة بين تقييم الاجتماعي للبعد القيمي الرمزي.
- التنشئة الاجتماعية والمتغيرات الوسيطة (323) ارتباط معنوي ضعيف ما يعني ان العلاقة موجودة لكن اقل وضوح.
- التنشئة الاجتماعية والآثار القيمية (667) ارتباط قوي يشير الى توافق تقييم الطلبة بين السلوك الاجتماعي والآثار التي يحققها الاعلام القيمي.
- التنشئة الاجتماعية والاعلام القيمي (569) ارتباط قوي جدول سابق رقم (30)

3- محور مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الثقافية:

3-1- عرض وتحليل استجابات افراد العينة حول مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية

الجدول رقم (27): يوضح استجابات افراد العينة نحو مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية

العبارة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاه
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة			
1	-	-	4	2.3	14	8.2	85	49.7	68	39.8	0.710	4.27	
2	2	1.2	3	1.8	34	19.9	103	60.2	29	17.0	0.733	3.90	
3	2	1.2	7	4.1	18	10.5	74	43.3	70	40.9	0.868	4.19	
4	1	0.6	4	2.3	22	12.9	95	55.6	49	28.7	0.746	4.09	
5	3	1.8	8	4.7	26	15.2	101	59.1	33	19.3	0.826	3.89	
											0.561	4.07	مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

- اظهرت النتائج ان متوسطات العبارات مرتفعة جدا تراوحت بين 3.89 و 4.27 مع

انحراف معياري منخفض نسبيا (0.710_0.868) مما يشير الى توافق كبير بين

الطلبة حول دور الاعلام القيمي في التنشئة الثقافية.

- اعلى متوسط كان للعبارة: "اشعر ان الاعلام القيمي ساعدني في التعرف على

مكونات الثقافة المحلية" (4.27) مما يعكس ان الطلبة يعتبرون ان الاعلام القيمي اداه

فعاله للتعريف بالهوية الثقافية المحلية.

- ادنى متوسط كان للعبارة: "افضل البرامج القيمية المحلية على تلك التي تبثها اذاعات

وطنيه او دوليه. (3.89) لكنه ما زال ضمن نطاق التقييم الايجابي ما يدل على

اعتراف الطلبة بأهمية البرامج القيمية المحلية مع بعض التفاوت في التفضيلات.

المتوسط العام للمحور بلغ 4.07 مع انحراف معياري 0.561 ما يعكس اتجاهات (+)

عاما لدى الطلبة نحو مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الثقافية.

3-2- اختبار الفروق :

الجدول رقم (28): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

البيانات	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "t"	مستوى الدلالة
ذكر	78	4.02	0.578	169	-1.035	0.151
انثى	93	4.11	0.547			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

• النوع الاجتماعي (T.test) :

- متوسط الذكور : 4.02 ، متوسط الاناث = 4.11

- قيمة 1.035 ، مستوى الدلالة $0.05 < 0.15$

لا توجد فروق معنوية بين الجنسين اي ان التقييم للطلبة اناثا وذكورا للمحور موحد

نسبيا.

الجدول رقم (29): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف

إجابات الطلبة نحو محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية تعزى لمتغير الفئة العمرية

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.581	2	0.291	0.922	0.400
داخل المجموعات	52.965	168	0.315		
التباين الكلي	53.546	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

• الفئة العمرية (ANOVA)

$F=0.922$ ، مستوى الدلالة $0.05 < 0.400$.

لا توجد فروق معنوية بين الاعمار المختلفة لان التقييم المحور موحد بين الفئات

العمرية المختلفة.

الفصل الرابع: قراءة تحليلية لنتائج استبيان دراسة مساهمة الاعلام القيمي في تحقيق التنشئة الاجتماعية

الجدول رقم (30): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية تعزى لمتغير المستوى الدراسي

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.838	3	0.279	0.885	0.450
داخل المجموعات	52.708	167	0.316		
التباين الكلي	53.546	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

• المستوى الدراسي (ANOVA):

F= 0.885 , مستوى الدلالة $0.05 < 0.450$

لا توجد فروق معنوية بين المستويات الدراسية اي اذا التقييم متقارب بين الطلبة في المستويات الدراسية المختلفة.

الجدول رقم (31): يوضح الارتباط بين أسئلة محور مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية والدرجة الاجمالية له

الرقم	العبارة	الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان	
		معامل الارتباط	الدلالة
1	اشعر ان الاعلام القيمي ساعدني في التعرف على مكونات الثقافة المحلية	0.724**	0.000
2	ساهمت البرامج الاذاعية القيمية في ترسيخ الانتماء الثقافي لدي	0.700**	0.000
3	أصبحت أقدر الرموز الثقافية كاللباس واللهجة والشعر الشعبي ...من خلال ما تبثه الإذاعة	0.705**	0.000
4	ساعدني الاعلام القيمي في التمييز بين القيم الثقافية الاصلية والدخيلة	0.769**	0.000
5	أدركت من خلال البرامج الاذاعية العلاقة بين الثقافة والهوية الوطنية	0.718**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

• ارتباط كل سؤال بالدرجة الكلية للمحور:

- جميع الأسئلة مرتبطة بالدرجة الكلية للمحور بشكل معنوي ($P < 0.001$)
- أعلى معاملات الارتباط:

"ساعد الاعلام القيمي في التمييز بين القيم الثقافية الأصلية والدخيلة"(769)

"اشعر ان الاعلام القيمي ساعدني في التعرف على مكونات الثقافة المحلية"(724)
هذه القيم تشير الى ان الطلبة يرون ان دور الاعلام القيمي يتمثل اساسا في تعزيز
القدرة على التمييز بين القيم الثقافية وحماية الهوية الثقافية المحلية.

الجدول رقم (32): يوضح ارتباط التنشئة الثقافية بباقي المحاور

الرقم	العبارة		ارتباط التنشئة الاجتماعية بباقي المحاور	
			معامل الارتباط	الدالة
5	التنشئة الثقافية	الغرس الرمزي	0.750**	0.000
6	التنشئة الثقافية	المتغيرات الوسيطة	0.503**	0.000
7	التنشئة الثقافية	الآثار القيمية	0.677**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

3-3- ارتباط محور التنشئة الثقافية بباقي المحاور:

- التنشئة الثقافية والغرس الثقافي (750): ارتباط قوي جدا يدل على وجود علاقة متينة بين البعد الثقافي والاشارات الرمزية للقيم.
- التنشئة الثقافية والمتغيرات الوسيطة (503): ارتباط معنوي متوسط يشير الى وجود دور للعوامل الوسيطة على التقييم الثقافي للبرامج.
- التنشئة الثقافية والآثار القيمية: (677): ارتباط قوي يعكس توافق تقييم الطلبة بين البعد الثقافي والآثار العلمية للقيم في مجال الاعلام.
- التنشئة الثقافية والتنشئة الاجتماعية (533) ارتباط معنوي قوي جدول سابق رقم (36)
- التنشئة الثقافية والاعلام القيمي (548) ارتباط قوي جدول سابق رقم (30)

4- محور تمثلات البعد الرمزي

4-1- عرض وتحليل استجابات افراد العينة حول تمثلات البعد الرمزي (الغرس الرمزي)

الجدول رقم (33): يوضح استجابات افراد العينة نحو تمثلات البعد الرمزي

العبارة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاه
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة			
1	-	-	4	2.3	25	14.6	100	58.5	42	24.6	0.697	4.05	
2	-	-	3	1.8	9	5.3	97	56.7	62	36.3	0.642	4.27	
3	-	-	10	5.8	35	20.5	108	63.2	18	10.5	0.707	3.78	
4	1	0.6	7	4.1	9	5.3	105	61.4	49	28.7	0.735	4.13	
5	1	0.6	3	1.8	28	16.4	114	66.7	25	14.6	0.656	3.93	
	تمثلات البعد الرمزي											4.04	0.504

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

• تحليل استجابات افراد العينة نحو تمثلات البعد الرمزي:

المتوسط العام للمحور = 4.04

الانحراف المعياري العام: 0.504

سجل المحور متوسطه عاما مرتفعاً (حوالي 4.04) باتجاه موافق ما يدل على:

- ان الاعلام القيمي المسموع يؤدي وظيفه رمزيه واضحة في غرس المعاني.
- ويعيد انتاج صور ذهنيه حول القيم الأسرة الثقافية والانتماء.
- وان المتلقين يتأثرون بالرسائل المتكررة التي تقدمها الإذاعة المحلية.
- بما ينسجم مع الفرضية الأساسية لنظريه الغرس الثقافي التي تؤكد ان تعرض المتكرر يخلق تمثلات مشتركة لدى الجمهور.

الجدول رقم (34): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات

إجابات الطلبة نحو الغرس الرمزي تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

البيانات	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "t"	مستوى الدلالة
ذكر	78	4.05	0.526	169	.3230	0.374
انثى	93	4.02	0.488			

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

4-2-اختبار الفروق:

أ-اختبار T.test لمتغير النوع الاجتماعي:

الجدول رقم (35) ملخص مخرجات اختبار T.test لمتغير الجنس حول محور الغرس الرمزي:

- يلاحظ من المتوسطات الحسابية ان الذكور (4.05) والاناث (4.02) سجلوا مستويات متقاربة جدا في ادراك الغرس الرمزي.
- تظهر قيمه $r=0.323$ عند دلالة 0.374 وهي أكبر من 0.05 .
- ما يعني عدم وجود فروق دلالة احصائيا بين الجنسين في تقدير تأثير الغرس الرمزي.
- يفسر ذلك بان الصور الرمزية المتكررة في الاعلام القيمي تستقبل بالطريقة نفسها تقريبا لدى الذكور والاناث لكون الرسائل اذاعيه تخاطب جمهورا عامه وتبني تمثلات رمزيه مشتركه لا تختلف باختلاف الجنس.

الجدول رقم (35): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف

إجابات الطلبة نحو الغرس الرمزي تعزى لمتغير الفئة العمرية

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.008	2	0.004	0.015	0.985
داخل المجموعات	43.222	168	0.257		
التباين الكلي	43.229	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

ب-اختبار ANOVA للفئة العمرية:

- الجدول رقم (36) تحليل التباين الأحادي لمتغير العمر حول محور الغرس الرمزي .
- تظهر قيمه $F=0.015$ بدلالة 0.985 وهي قيمه غير معنويه اطلاقا.
 - يشير ذلك الى عدم وجود اي فروق بين الفئات العمرية الثلاث في استجاباتهم للغرس الرمزي.
 - تفسر هذه النتيجة بان الصور الرمزية التي تبثها الإذاعة القيمية تدرك بالطريقة نفسها لدى جميع الاعمار داخل العينة الجامعية، لانهم ينتمون الى بيئة ثقافيه متقاربه ويتشاركون نفس السياقات الاستهلاك الاعلامي.

الجدول رقم (36) : ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود

اختلاف إجابات الطلبة نحو الغرس الرمزي تعزى لمتغير المستوى الدراسي

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.122	3	0.041	0.158	0.925
داحل المجموعات	43.107	167	0.258		
التباين الكلي	43.229	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

ج-اختبار ANOVA لمتغير المستوى الدراسي:

- تظهر قيمة $F=0.158$ عند دلالة 0.925 وهي اكبر من 0.05 بكثير: يعني ذلك عدم وجود فروق داله احصائيا بين مستويات الدراسة المختلفة في ادراك المعاني الغرس الرمزي.

- يشير ذلك الى ان المستوى الدراسي من السنة الثانية الى الثانية ماستر لا يؤثر على فهم استقبال الرسائل الرمزية في الاعلام القيمي.

هذا متوقع لان الغرس الرمزي يعتمد على التكرار والاستمرار في بث المعاني وليس على الخلفية الأكاديمية او هو ما تتبناه نظريه الغرس الثقافي.

الجدول رقم (37): يوضح الارتباط بين اسئلة تمثلات البعد الرمزي والدرجة الكلية للمحور

الرقم	العبارة	الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان	
		معامل الارتباط	الدلالة
1	البرامج الاذاعية تكرر صورا رمزية تجعلها مألوفة ومقبولة لدي	0.745**	0.000
2	الإذاعة القيمية تربط بين السلوك الإيجابي والالتزام الأخلاقي	0.729**	0.000
3	الاعلام القيمي يساعدني في تكوين صورة ذهنية عن الاسرة	0.685**	0.000
4	ساعدني تكرار الصور الرمزية في الاعلام المسموع على فهم المعاني الثقافية	0.774**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

3-4- تفسير جدول الارتباط بين عبارات الغرس الرمزي والدرجة الكلية للمحور.

الجدول رقم (38) يوضح الارتباط بين أسئلة التمثلات البعد الرمزي والدرجة الكلية للمحور:

جميع الأسئلة مرتبطة بالدرجة الكلية للمحور بشكل معنوي ($p < 0.001$)

يظهر الجدول ان عبارات محور التمثلات الرمزية ترتبط بشكل دال احصائيا مع الدرجة الكلية للمحور مما يشير الى عملية قياس متماسكة لهذا البعد وان الطلبة ينتجون تمثلات رمزية مشتركة من خلال تفاعلهم مع الرسائل القيمية المسموعة.

وقد كانت اقوى الارتباطات كالآتي:

- تكرار الصور الرمزية وفهم المعاني الثقافية ($r = 0.744$): يشير هذا الارتباط القوي الى ان البعد الثقافي الرمزي هو الاكثر تاثرا بالتكرار الإذاعي حيث يعمل على تعزيز الفهم لدى الطلبة للمعاني الثقافية

- تكرار الصور المزية وتوليد الالفة والقبول الاجتماعي ($r = 0.745$): يدل الارتباط المرتفع جدا على ان عملية تكرار الصور المزية في الإذاعة القيمية يخلق شعور الالفة ويجعلها مقبولة اجتماعيا هذا ان المستمع يتشرب الرسائل الرمزية مع الزمن. وهو ما يتفق مع فرضية التكرار والالفة عند جربنر

- الربط بين السلوك الاجتماعي والالتزام الأخلاقي $0.729 =$ يعكس هذا المستوى من الارتباط الى دور الإذاعة القيمية في تشكيل تمثلات الطلبة للسلوك الاجتماعي الإيجابي من خلال بنائها لآطار أخلاقي واضح يربط السلوك المرغوب فيه والقيم الأخلاقية.

- تشكيل صور ذهنية عن الاسرة كمؤسسة قيمية $0.685 =$ تشير قوة الارتباط الى دور الإذاعة القيمية في اعادة انتاج تمثلات الاسرة في ذهن الطالب باعتبارها مصدرا للقيم وضابط للسلوك

❖ خلاصة:

تؤكد نتائج الجدول ان عملية الغرس الرمزي الناتج عن الاستماع للإذاعة المحلية القيمية يقوم على ثلاث أليات أساسية:
التكرار والذي يولد الالفة ويعمق الفهم
الربط القيمي تعيين السلوك داخل اطار أخلاقي
إعادة انتاج التمثلات خصوصا المتعلقة بالأسرة والثقافة

الجدول رقم (38): يوضح ارتباط لغرس الرمزي بباقي المحاور:

الرقم	العبارة		ارتباط بباقي المحاور	
			معامل الارتباط الغرس الرمزي بباقي المحاور	الدلالة
8	الغرس الرمزي	المتغيرات الوسيطة	0.472**	0.000
9	الغرس الرمزي	الآثار القيمية	0.696**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

4-4- ارتباط محور التمثلات الرمزية بباقي المحاور:

- الغرس الرمزي والمتغير الوسيط (472): ارتباط متوسط يدل على ان المتغيرات الوسيطة (التفاعل الاجتماعي، التجربة الشخصية) لها دور مهم لكنه غير حاسم اي ان الغرس الرمزي يتأثر جزئيا بخبرة الطالب وتفاعله.
- الغرس الرمزي والآثار القيمية: (696) ارتباط قوي جدا يشير الى ان الغرس الرمزي يؤدي فعليا الى نتائج قيمية لدى الطلبة مثل تعزيز الهوية والانتماء ارتباط تمثلات الغرس الرمزي بالتنشئة الاجتماعية والثقافية:
- الجدول رقم (ج) في الملاحق يوضح ارتباط الغرس الرمزي بالتنشئة الاجتماعية والثقافية:
- الغرس الرمزي والتنشئة الاجتماعية (561): ارتباط قوي يدل على ان الرموز المتكررة في الاعلام القيمي تسهم في تشكيل قيم العلاقات الاجتماعية مثل الاحترام والتعاون والأسرة

- الغرس الرمزي والتنشئة الثقافية (750) اعلى ارتباط مما يعني ان الغرس الرمزي هو المحور الاكثر تأثيرا على البناء الثقافي للطلبة خصوصا فهم الهوية والانتماء الثقافي والمعاني الرمزية للمجتمع وهذا سيتوافق مع نظرية الغرس الثقافي التي ترى ان الوسائط تنشر "نظام المعاني" الذي يشكل رؤيه الافراد للثقافة.

- الغرس الرمزي والاعلام القيمي (592) ارتباط معنوي قوي جدول سابق رقم (30)

5- محور دور المتغيرات الوسيطة في تفسير المضامين القيمية:

5-1- عرض وتحليل استجابات افراد العينة حول دور المتغيرات الوسيطة

الجدول رقم (39): يوضح استجابات افراد العينة نحو دور المتغيرات الوسيطة

العبارة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاه
	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار			
1	-	-	4.7	8	4.7	8	39.8	68	50.9	87	0.781	4.37	
2	-	-	2.3	4	4.7	8	43.3	74	49.7	85	0.691	4.40	
3	-	-	2.3	4	4.1	7	62.0	106	31.6	54	0.633	4.23	
4	-	-	1.8	3	16.4	28	63.7	109	18.1	31	0.646	3.98	
5	1.2	2	4.1	7	10.5	18	66.7	114	17.5	30	0.742	3.95	
	مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية											4.19	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

المتوسط العام للمحور: 4.19، الانحراف المعياري العام 0.456، الاتجاه العام موافق جدا.

❖ العبارة 01:

90.7% من الطلبة اشاروا الى ان اختلاف النوع الاجتماعي يؤثر في فهم الرسائل

(موافق - موافق بشده)

متوسط 4.37 يشير الى اتفاق قوي على دور النوع الاجتماعي.

❖ العبارة 02 :

93% من الطلبة وافقوا على دور الخلفية الدراسية.

متوسط 4.40 وانحراف منخفض 0.691 يشير الى اجماع واضح حول اهمية الخلفية

الدراسية.

❖ العبارة 03 :

93.6% أشاروا إلى الاستفادة من خبراتهم الشخصية.

متوسط 4.23 يدعم ان الخبرات الفردية تساعد على فهم افضل للمضامين القيمية.

❖ العبارة 04:

81.8 % اتفقوا على ان الحوار مع الاخرين يعزز الفهم

متوسط 3.98% مؤشر على اتفاق عام حول دور التفاعل الاجتماعي في عملية فهم

المحتوى القيمي

❖ العبارة 05 :

84.2% أشاروا إلى ان التواصل مع الأسرة والزملاء يساعد في اعاده التأويل.

متوسط 3.95 يدل على اتفاق جيد لكنه الادنى بين عبارات المحور. يدل على دور

التفاعل الاجتماعي المساهم في عملية تأويل المضامين القيمية

الخلاصة العامة: نسبة الموافقة العالية (>80%) والمتوسطات المرتفعة (>3.95%)

تظهر الدور البارز للمتغيرات الوسيطة في تفسير المضامين القيمية

الانحراف المعياري المنخفض يشير الى تجانس اجابات العينة حول هذا المحور.

5-2- اختبار الفروق:

الجدول رقم (40): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات

إجابات الطلبة نحو محور دور المتغيرات الوسيطة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

البيانات	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "t"	مستوى الدلالة
ذكر	78	4.15	0.462	169	-1.078	0.141
انثى	93	4.22	0.450			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

أ_ T.test النوع الاجتماعي:

يلاحظ من المتوسطات الحسابية ان الذكور (4.15) والاناث (4.22) سجلوا مستويات متقاربة في الدورة المتغيرات الوسيطة.

- تظهر قيمه $F=1.078$ عند دلالة 0.141 وهي أكبر من 0.05

ما يعني عدم وجود فروق معنوية بين الذكور والاناث مما يعني ان النوع الاجتماعي لا يغير دور المتغيرات الوسيطة بشكل ملموس

الجدول رقم (41): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور دور المتغيرات الوسيطة تعزى لمتغير الفئة العمرية

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	.249	2	.124	.596	.552
داخل المجموعات	35.043	168	.209		
التباين الكلي	35.292	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

ب_ الفئة العمرية ANOVA

تظهر قيمه $F=0.596$ بدلالة $p=0.552$ قيمه غير معنوية يعني ذلك عدم وجود فروق معنوية بين الفئات العمرية اي دور موحد عبر الاعمار المختلفة .

الجدول رقم (42): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور دور المتغيرات الوسيطة تعزى لمتغير المستوى الدراسي

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.379	3	0.126	0.604	0.613
داخل المجموعات	34.913	167	0.209		
التباين الكلي	35.292	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

ج. المستوى الدراسي ANOVA

- تظهر قيمه $F=0.604$ عند دلالة $P=613>0.05$ انه لا توجد فروق معنويه بين مستويات الدراسة المختلفة مما يشير الى ان دور الخبرة الأكاديمية ثابت على تفسير المضامين.

الجدول رقم (43): يوضح الارتباط بين اسئلة تمثلات محور دور المتغيرات الوسيطة والدرجة الكلية للمحور

الرقم	العبارة	الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان	
		معامل الارتباط	الدلالة
1	يؤدي اختلاف النوع الاجتماعي (ذكر/انثى) الى اختلاف في فهم الرسائل القيمية في الاعلام	0.569**	0.000
2	اشعر ان خلفيتي الدراسية تساعدني في فهم الرسائل القيمية التي تقدمها الإذاعة	0.712**	0.000
3	استفيد من خبراتي وتجربتي الخاصة في فهم وتفسير المضامين الأخلاقية والتربوية في الإذاعة القيمية	0.647**	0.000
4	احاور من حولي بشأن مضامين اعلامية قيمية، ما يساعدني على تفسيرها بشكل أعمق	0.691**	0.000
5	يساعدني التواصل مع زملائي وافراد اسرتي في إعادة تأويل المضامين القيمية المسموعة	0.656**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

5-3- تفسير ارتباط عبارات محور المتغيرات الوسيطة والدرجة الكلية للمحور:

تكشف نتائج الجدول ان المتغيرات الوسيطة جميعها مرتبطة بشكل دال ومباشر بالدرجة الكلية للمحور ما معناه ان استيعاب الطلبة للمضامين القيمية لا يقوم على عملية التعرض فحسب بل تسهم فيه مجموعة الخصائص الشخصية والاجتماعية.

وقد تراوحت معامل الارتباط بين 0.569 و 0.712 وهي نسب متوسطة الى قوية.

❖ تفسير النسب:

1 النوع الاجتماعي $0.569 =$ ارتباط قوي يدل على ان النوع الاجتماعي يقوم بدور في

اختلاف وطريقة الفهم

لكن نتائج اختبار الفروق اكدت انه لا ينتج فروقا كبيرة وبالتالي فان دوره موجود لكن

محدود.

- 2 الخلفية الدراسية $0.712 =$ ارتباط قوي جدا وهو الأعلى يدل على ان المستوى الاكاديمي والمعرفة يعملان على تعزيز قدرة الطالب على فهم وتفسير المحتوى القيمي.
- طلبة الاعلام والاتصال اكثر قدرة على فك الرموز القيمية
- 3 الخبرة والتجربة الشخصية $0.647 =$ ارتباط قوي يشير الى ان تجارب الفرد في حياته يسهم في عملية فهم وتأويل الرسائل القيمية بشكل اعمق.
- 4 الحوار مع الاخرين $0.691 =$ ارتباط قوي جدا يدل على أهمية التفاعل الاجتماعي الذي يتم مع الأصدقاء والزملاء في تعزيز عملية الفهم
- 5 التواصل مع الاسرة $0.656 =$ ارتباط قوي يدل على ان البيئة الاجتماعية القريبة (اسرة - زملاء) لها دور وسيط وفاعل في عملية تاويل المضامين القيمية التي يتلقاها الطالب عبر الاعلام المحلي المسموع.
- وبالتالي كلما زاد التواصل والتفاعل الاجتماعي كانت عملية الفهم اكثر ثراء.
- ❖ الخلاصة:

تشير معاملات الارتباط ($0.12-0.569$) الى ان المتغيرات الشخصية والاجتماعية لها دور مساهم بدرجات متفاوتة في تفسير المضامين القيمية، حيث ان الخلفية الدراسية والتفاعل الاجتماعي من خلال الحوار مع الاخرين والتواصل معهم جاء اقوى العوامل الوسيطة ، في حين ظهر النوع الاجتماعي (ذكر/انثى) كعامل مساهم لكن بشكل محدود ، هذا ما يؤكد ان الغرس القيمي لا يتم فقط من خلال الرسائل القيمية التي ينتجها الاعلام القيمي المحلي وانما من خلال تفاعلها مع خبرات الفرد وسياقه الاجتماعي.

الجدول رقم (44): يوضح ارتباط محور دور المتغيرات الوسيطة بباقي المحاور

الرقم	العبارة		ارتباط التنشئة الاجتماعية بباقي المحاور	
			معامل الارتباط	الدالة
10	المتغيرات الوسيطة	الآثار القيمية	0.438^{**}	$<.001$

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

5-4- ارتباط المتغيرات الوسيطة بباقي المحاور:

- المتغيرات الوسيطة والآثار القيمية (438): يدل على مساهمة متوسطة للمتغيرات الوسيطة في ترسيخ النتائج القيمية للإعلام المحلي المسموع ولكنه دور داعم وليس مستقل.
 - المتغيرات الوسيطة _التنشئة الاجتماعية (323): ارتباط متوسط يدل على دور الخبرة الاجتماعية في فهم واستيعاب القيم الاجتماعية عبر الإذاعة المحلية القيمية. جدول سابق رقم (36)
 - المتغيرات الوسيطة _التنشئة الثقافية (503) ارتباط قوي يؤكد على ان التجربة الشخصية والتعليم والتفاعل الاجتماعي يساهمون في فهم الرموز والمعاني الثقافية التي يتلقاها الطلبة. جدول سابق رقم (42)
 - المتغيرات الوسيطة والغرس الرمزي (472) ارتباط معنوي قوي يدل على ان المتغيرات الوسيطة تزيد من فعالية الغرس الرمزي. جدول سابق رقم (48)
 - المتغيرات الوسيطة والاعلام القيمي (351) ارتباط متوسط جدول سابق رقم (30)
- الخلاصة التفسيرية:**

دور المتغيرات الوسيطة مهم وفعال في تفسير الرسائل الاعلام القيمية خاصة من خلال الخلفية الدراسية ،الخبرة الشخصية، والتفاعل الاجتماعي.

دور كل من النوع الاجتماعي والفئة العمرية والمستوى الدراسي ثابت ولا يحدث فروقا معنوية لكن التجربة الشخصية والخلفية الدراسية تعزز فهم القيم.

الارتباطات مع الآثار القيمية والتنشئة الاجتماعية والثقافية: تؤكد ان المتغيرات الوسيطة تقوم بدور وسيط يحول المضامين القيمية الى تغيرات فعلية في السلوك والقيم والتوجهات لدى الطلبة.

6- محور الآثار القيمية والمضامين الإعلامية المسموعة:

الجدول رقم (45): يوضح استجابات افراد العينة نحو الآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة

العبارة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاه
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة			
1	2	1.2	2	1.2	2	1.2	2	1.2	2	1.2	0.715	3.98	
2	1	.6	9	5.3	19	11.1	116	67.8	26	15.2	0.723	3.92	
3	3	1.8	8	4.7	52	30.4	95	55.6	13	7.6	0.767	3.63	
4	1	.6	10	5.8	13	7.6	117	68.4	30	17.5	0.735	3.96	
5	3	1.8	12	7.0	83	48.5	56	32.7	17	9.9	0.832	3.42	
6	2	1.2	7	4.1	35	20.5	107	62.6	20	11.7	0.743	3.80	
	حول الآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة											3.78	0.564

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

6-1- تحليل بيانات استجابات افراد العينة نحو الآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة:

يتضح من الجدول ان غالبية الطلبة أبدوا موافقة او موافقة بشدة على جميع العبارات حيث تراوحت نسب الموافقة الإجمالية لكل عبارة بين 50% و76% تقريبا.

العبارة الثانية: "ساعدتني الإذاعة القيمية في تصحيح بعض سلوكياتي او مواقف"

مثلت أعلى نسبة موافقة ما يدل على ان البرامج القيمية المسموعة لها دور فعال ومباشر في عملية تعديل السلوكيات لدى طلبة الاعلام والاتصال.

❖ المتوسط الحسابي والانحراف:

- المتوسطات تتراوح بين 3.42 و3.98 جميعها اعلى من نقطة الوسط (3) مما يشير الى اتجاه إيجابي واضح نحو الاعتقاد بدور البرامج القيمية الفعال على السلوكيات والقيم..
- الانحراف المعياري منخفض نسبيا (0.715-0.832) ما يعني اتفاق نسبي بين الطلبة حول تقييم دور برامج الاعلام القيمية.

الجدول رقم (46): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو محور الآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

البيانات	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "t"	مستوى الدلالة
ذكر	78	3.69	0.590	169	-1.975	0.025
انثى	93	3.86	0.533			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

6-2- اختبار الفروق :

أ- حسب النوع الاجتماعي (T.test)

- المتوسط الحسابي للذكور: 3.69 وللإناث 3.86 مع $F = 1.975$ و $P = 0.025$ ($P < 0.05$)

- يوجد فرق دالة احصائيا بين النوعين الاجتماعيين لصالح الاناث ما يعني ان الاناث اكثر إدراكا لدور البرامج القيمية في القيم والسلوكيات.

الجدول رقم (47): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور الآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة تعزى لمتغير الفئة العمرية

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.935	2	0.468	1.476	0.231
داخل المجموعات	53.214	168	0.317		
التباين الكلي	54.149	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

ب- حسب العمر: ANOVA

قيمة $F = 1.476$, $P = 0.231 > 0.05$ لا توجد فروق داله حسب الفئة العمرية.

الجدول رقم (48): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو محور الآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة تعزى لمتغير المستوى

الدراسي

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.204	3	0.068	0.210	0.889
داخل المجموعات	53.946	167	0.323		
التباين الكلي	54.149	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

ج- حسب المستوى الدراسي ANOVA

- قيمة $f=0.210, P=0.889>0.05$ لا توجد فروق داله حسب المستوى الدراسي.
- استنتاج: الآثار متجانسة بين الاعمار والمستويات الدراسية وتركز الاختلاف فقط النوع الاجتماعي.

الجدول رقم (49): يوضح الارتباط بين اسئلة محور الآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة والدرجة الكلية للمحور

الرقم	العبارة	الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان	
		معامل الارتباط	الدالة
1	أطبق في حياتي اليومية بعض القيم التي اتعلمها من البرامج الاذاعية	0.724**	0.000
2	ساعدتني الإذاعة القيمية في تصحيح بعض سلوكياتي او مواقفي	0.822**	0.000
3	اشعر ان القيم التي تقدم في الاعلام القيمي أصبحت جزء من رؤيتي للأشياء من حولي	0.732**	0.000
4	أحس بتقدير أكبر لهويتي الثقافية بعد متابعتي للبرامج الاذاعية القيمية	0.783**	0.000
5	الرسائل القيمية المتكررة في الاعلام القيمي اثرت على طريقة تواصلتي مع الآخرين	0.691**	0.000
6	ساهم الاستماع للبرامج القيمية في تعزيز شعوري بالمسؤولية تجاه المجتمع	0.757**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

6-3- تفسير ارتباط عبارات محور الآثار القيمية والدرجة الكلية للمحور:

- تبدي جميع العبارات ارتباطات قوية جدا مع الدرجة الكلية للمحور حيث يتراوح معامل الارتباط بيرسون بين 0.691 و 0.822 وجميعها داله احصائيا $P=0.00$
- اعلى ارتباط (0.822) يتعلق تمثل في سؤال حول تصحيح السلوكيات ما يدل على الدور الهام والفعال للإذاعة المحلية القيمية افي تعديل السلوكيات اليومية لدى الطلبة.

❖ استنتاج عام:

المضامين القيمية عبر الإذاعة المحلية لها دور فعال وملحوس وقوي على قيم وتصرفات الطلبة.

تشير نتائج اختبار الفروق إلى تجانس الفئة العمرية والمستوى الأكاديمي، في حين يبرز النوع الاجتماعي بفروق تسجل لصالح الإناث.

تبدي جميع العبارات ارتباطا قويا بي المحتوى القيمي وفهمه وعملية تطبيقه في الحياة اليومية وهو ما يتوافق مع اهداف الإذاعة المحلية القيمة في عملية التنشئة الاجتماعية والثقافية.

4-6- ارتباط محور الاثار القيمة بباقي المحاور:

- الاثار القيمة الاعلام القيمي والإذاعات المحلية: $r=0.440$ جدول سابق رقم (30)
 - الاثار القيمة ما همته الاعلام القيمي التنشئة الاجتماعية: $r=0.667$ جدول سابق رقم (36)
 - الاثار القيمة ما همته اعلام القيمي في التنشئة الثقافية: $r=0.677$ جدول سابق رقم (42)
 - الاثار القيمة تمثلات البعد الرمزي (الغرس الرمزي): $r=0.696$ جدول سابق رقم (48)
 - الاثار القيمة المتغيرات الوسيطة: $r=0.438$ جدول سابق رقم (54)
- ارتباط متوسط الى قوي ودال احصائيا يشير الى ان المتابعة ا للبرامج القيمة مرتبطة بارتفاع ادراك المتلقي لقيمه الاعلام القيمي كفاعل في التنشئة.
- ارتباط قوي جدا دال احصائيا يدل على ان البرامج القيمة المسموعة تؤثر بشكل مباشر في تعزيز السلوكيات الاجتماعية والقيم المجتمعية للطلبة.
- ارتباط قوي جدا ودال احصائيا ما يعني ان البرامج القيمة تساعد في بناء الوعي بالهوية الثقافية والانتماء للثقافة المحلية.
- ارتباط قوي جدا ودال يدل على ان تكرار الرموز والقيم في الاعلام المسموع يساهم في تكوين تصورات ذهنية قوية عند الطلبة حول الأسرة ،السلوك والانتماء .
- ارتباط متوسط الى قوي دال احصائيا ويشير الى مساهمة متوسطة للمتغيرات الوسيطة في ترسيخ الاثار القيمة للإذاعة المحلية المسموعة.

7- محور الأسئلة المفتوحة:

الجدول رقم (50): توزيع القيم التي نجحت الإذاعة القيمية في تعزيزها

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
00	القيم التي نجحت الإذاعة في تعزيزها	دينية	84	32.4%
		اخلاقية	43	16.6%
		تربوية	34	13.1%
		ثقافية	56	21.6%
		اجتماعية	42	16.2%
	المجموع		259	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

7-1- تفسير جدول توزيع افراد عينه الدراسة حسب القيم التي نجحت الإذاعة في تعزيزها:

- القيم الدينية: نسبة 32.4% يظهر ان القيم الدينية كانت الأكثر ترسيخا عند عينة الدراسة مما على اهتمام الإذاعة المحلية بالمحتوى الديني وجاذبيته . قد كانت النسبة الاعلى من بين القيم التي نجحت الإذاعة في تعزيزها.
- القيم الثقافية: (21.6%) ثاني نسبة مرتفعة نسبيا ما يعكس ان الإذاعة ساهمت في تعزيز الهوية الثقافية والانتماء الثقافي لدى الطلبة ، متماشية مع أهدافها الثقافية..
- القيم الأخلاقية: (16.6%) تشير هذه النسبة الى ان البرامج القيمية الأخلاقية حظيت بقبول جيد ودورها في توجيه السلوكيات الفردية واضح لكنها اقل من القيم الدينية.
- القيم الاجتماعية: (16.2%) القيم الاجتماعية حظيت بقبول متوسط وقد برزت أهميتها في روح التعاون والمواطنة بين الطلبة..

الجدول رقم (51): تحديد الارتباط بين القيم التي نجحت الإذاعة في تعزيزها والبيانات العامة

الرقم	القيم	الارتباط مع البيانات العامة			
		النوع الاجتماعي		الفئة العمرية	
		معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة
1	دينية	-0.157	0.040	-0.135	0.078
2	أخلاقية	-0.119	0.122	-0.117	0.127
3	تربوية	-0.014	0.851	0.017	0.825
4	ثقافية	0.014	0.860	0.152	0.046
5	اجتماعية	0.004	0.955	0.040	0.608

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

7-2- تفسير جدول ارتباط القيم التي نجحت الإذاعة القيمية في تعزيزها مع البيانات العامة:

(النوع الاجتماعي، الفئة العمرية، المستوى الدراسي):

- **قيم الدينية:** هناك ارتباط سلبي ضعيف ودال عند مستوى 0.05 بين النوع الاجتماعي وتعزيز القيم الدينية مما يعني ان دور البرامج الدينية يختلف بين الذكور والاناث بشكل طفيف والمستوى الدراسي السلبي ضعيف وغير دال.
- **القيم الأخلاقية:** جميع الارتباطات غير داله ما يشير الى ان القيم الأخلاقية متساوية الظهور بين الجنسين والاعمار والمستويات الدراسية.
- **القيم التربوية:** جميع الارتباطات الضعيفة وغير داله مما يعني ان القيم التربوية تتعزز بشكل موحد على جميع الفئات دون فروق ديموغرافية.
- **القيم الثقافية:** هناك ارتباط ايجابي ضعيف ودال مع العمر والمستوى الدراسي اي ان البرامج الثقافية لها دور فاعل وبارز على الفئات الاكبر سنا والطلبة الاعلى مستوى دراسيا.
- **القيم الاجتماعية:** جميع الارتباطات ضعيفة وغير داله ما يشير الى أن القيم الاجتماعية متساوية الظهور على جميع الفئات.

❖ **تفسير عام:**

- **القيم الدينية:** ترتبط بشكل طفيف بالنوع الاجتماعي ما يعني ان المتلقي الذكر قد يكون اقل استجابة لهذه القيم مقارنة بالاناث.

- القيم الثقافية مرتبطة ايجابيا بالعمر والمستوى الدراسي أي ان الطلبة الاكبر سنا والاعلى مستوى دراسيا يستوعب الرسائل الثقافية بشكل افضل.
- القيم الأخلاقية، التربوية والاجتماعية لا تظهر فروقا ديموغرافية ما يدل على ان هذه القيم تصل جميع الفئات بالتساوي وهو ما يعكس توحيد الدور الاعلامي في هذه الجوانب .

الجدول رقم (52): توزيع أفراد عينة الدراسة حول الحاجة الى تطوير البرامج الإذاعية القيمية

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
00	هل تحتاج البرامج الى تطوير؟	لا	26	15.2
		نعم	145	84.8
المجموع			171	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

7-3- تفسير جدول توزيع افراد عينة الدراسة حول الحاجة الى تطوير البرامج الإذاعية القيمية:

تظهر فئة "لا" بنسبة 15.2% مقارنة بفئة نعم والتي كانت نسبه مرتفعة 84.8% ومنه يشير الجدول الى نسبة ضئيلة من الطلبة تعتقد بان البرامج الحالية للإذاعة المحلية لا تحتاج الى تطوير ما يعكس حالة رضا نسبي عن مستوى هذه البرامج ،في حين ترى الغالبية العظمى ان البرامج بحاجة الى تطوير ما يعكس رغبتهم القوية في تحسين جودة البرامج بما يتناسب واحتياجاتهم واهتماماتهم.

يمكن تفسير الرغبة لدى الطلبة في تحسين جوده البرامج الإذاعية القيمية؛ عموما: الطلبة يطالبون بتطوير البرامج الاذاعات القيمية بالنسبة كبيرة (85%) ما يدل على وعيهم بأهمية تحديث المحتوى بما يتوافق مع تطلعاتهم الثقافية والاجتماعية والأخلاقية.

15% فقد راضون عن الوضع الحالي ما يعكس وجود فجوة بين البرامج التي تقدمها الإذاعة القيمية وتوقعات جمهورها من الطلبة.

الجدول رقم (53): يوضح استجابات افراد العينة حول فئات التطوير المقترحة للبرامج الاذاعية القيمة

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
00	فئات التطوير المقترحة	الأسلوب	51	34.0%
		المضمون	29	19.3%
		اشراك الجمهور	19	12.7%
		الربط بالواقع	16	10.7%
		الاستعانة بالخبراء	15	10.0%
		التكنولوجيا	20	13.3%
المجموع				
			150	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

7-4- تفسير استجابات العينة حول فئات تطوير المقترحة للبرامج الاذاعات القيمة:

- **الاسلوب (34%)**: يعكس اعلى نسبة بين فئات التطوير مما يدل على ان الطلبة يركزون على تحسين الاسلوب من خلال طريقة التقديم واستخدام اللغة وكذا فاعلية التواصل، ما يشير الى اهتمام الطلبة بأسلوب وصول الرسالة اكثر من مضمونها في بعض الحالات.
- **المضمون (19.3%)**: تشير الى ضرورة تطوير المحتوى القيمي نفسه من حيث تنوع القيم او عمقها ليتعزز دورها في التنشئة.
- **التكنولوجيا (13.3%)**: الرغبة في استخدام التكنولوجيا يعكس اهتمام الطلبة بالوسائط الحديثة والتفاعل القمي.
- **اشراك الجمهور (12.7%)**: تركز على دور التفاعل والمشاركة الفعلية للجمهور سواء كان ذلك من خلال برامج استفتاء او مسابقات تعزز من القيم الفردية والمجتمعية بشكل مباشر.
- **الربط في الواقع (10.7%)**: تؤكد على ضرورة ربط البرامج بقضايا المجتمع المحلي، وإظهار أهمية القيم في الحياة اليومية من اجل تدعيم فهم الطلبة للعلاقة بين الاعلام المحلي والقيم العملية.
- **الاستعانة بالخبراء (10%)**: تظهر رغبة الجمهور في تعزيز مصداقية البرامج عبر مشاركة مختصين في عديد المجالات كالتربية والاعلام وعلم الاجتماع وغيرها.

❖ استنتاج عام:

الأسلوب والمضمون ركيزتان اساسيتان للتطوير حسب الطلبة هذا لان طريقة تقديم المحتوى اهم من مجرد وجوده ، التكنولوجيا والتفاعل مع الجمهور والربط بالواقع عوامل تدعم الدور القيمي للبرامج الاذاعية المحلية. برامج الإذاعة تحتاج الى تطوير شامل من حيث الأسلوب والمضمون وأسلوب التفاعل مع المستمعين من اجل تحقيق التنشئة الثقافية والاجتماعية المرجوة.

الجدول رقم (54): ملخص الجداول المتقاطعة للبرامج التي تستدعي الانتباه والقيم المكتسبة

البرامج التي تستدعي الانتباه					القيم المكتسبة
دينية	اخلاقية	تربوية	ثقافية	المجموع	
69	32	22	33	84	دينية
33	13	11	23	43	أخلاقية
28	13	7	16	34	تربوية
47	19	19	28	56	ثقافية
29	16	7	22	42	اجتماعية
107	51	37	67	142	المجموع

7-5- تفسير الجداول المتقاطعة للبرامج التي تستدعي الانتباه والقيم التي نجحت الإذاعة القيمية في تعزيزها:

يوضح الجدول وجود توضيح متنوع بين نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه الطلبة وبين القيم التي يصرحون بانهم اكتسبوها من المتابعة ، عند فحص الاعداد المسجلة في كل خليه، يتبين ما يلي:

1- البرامج الدينية وتأثيرها الواضح في تعزيز قيم متعددة:

ظهر ان اعلى قيمة في الجدول هي فئة القيم الدينية داخل البرامج الدينية (69) وهذا يشير الى ان الطلبة الذين ينتبهون الى البرامج الدينية الاكثر تصريحا بانهم اكتسبوا قيما دينية.

كما ترتبط البرامج الدينية ايضا بشكل ملحوظ باكتساب قيم ثقافية (47) واجتماعية (29) ما يعكس طبيعة البرنامج الديني الذي غالبا ما يدمج بين التوجه الديني والنصائح الاجتماعية والثقافية.

2- البرامج الثقافية: انتشار واسع للقيام دون تخصص:

تظهر البرامج الثقافية تنوعا كبيرا في القيم المكتسبة:

- قيم دينية (33)

- قيم ثقافية (28)

- قيم اجتماعية (22)

ما يشير الى ان البرامج الثقافية تشمل عديد القيم على غرار الدينية والاجتماعية وليست محصورة في ترسيخ القيم الثقافية فقط.

خامسا: تفسير النتائج على ضوء نظرية الغرس الثقافي (الرمزي)

تفسير نتائج كل المحاور على ضوء نظرية الغرس الثقافي والدراسات السابقة:

المحور الأول: البيانات العامة

• **التعرض المسبق للمحتوى الاعلامي القيمي وتفضيلات البرامج:**

كشفت نتائج العينة ان افراد الطلبة لذين سبق لهم ان تعرضوا للمحتوى القيمي قد ابدوا اتجاهات إيجابية قوية تجاه البرامج رغم ان متابعتهم لم تكن بالضرورة مكثفة او مستمرة. وبالتالي فإن هذا التفاوت في التعرض يشير الى ان كمية المتابعة ليست العامل الأهم ،ولكن تتحدد الاستجابة بناء على طبيعة المضمّن الرمزي وانماط التلقي لدى الفرد ، وهنا تحديدا يتجلى أثر الغرس الرمزي الثقافي التطوري لمورغان والذي يؤكد على أهمية التكرار النوعي للرموز القيمية وأيضا مراعاة الفروق الفردية والمتغيرات الوسيطة كالتفاعل الاجتماعي والخبرة الشخصية والمستوى الدراسي وهو ما يفعل المحتوى القيمي ويحدث اثره حتى مع المتابعة غير المنتظمة .

اما فيما يخص تفضيلات البرامج فقد كشفت النتائج عن ميل الطلبة الى متابعة البرامج الدينية والأخلاقية والثقافية والتربوية والاجتماعية بدرجات متفاوتة ، بما يعكس تنوعا في الاهتمامات والميولات داخل العينة وبالتالي يبرز دور الفروق الفردية في اختيار المحتويات القيمية المسموعة. ان هذا التباين يدعم أيضا فرضية الغرس الثقافي التطوري الذي يرى ان الاستجابة التي يبديها الافراد تجاه الاعلام او الرسالة القيمية ليست موحدة بل ترتبط وتتحدد من خلال اهتمامات الفرد وخبراته السابقة وخصائصه الاجتماعية والثقافية، وهو ما رمت اليه دراسات ليليا شاوي وأكدته مع خيرة العيدي بشأن الفروق الفردية والمتغيرات الوسيطة في الاستجابة للمضامين الإعلامية وأيضا على عملية التلقي ككل .

وبالتالي فان نتائج محور البيانات العامة تكشف ان التعرض للمضامين القيمية وتفضيل أنواعها يتم في اطار مرجعيات متعددة وضمن سياقات فردية واجتماعية متباينة، وهو تدعو اليه نظرية الغرس الثقافي عند تناولها العلاقة بين الاعلام والجمهور، باعتبار أنماط المتابعة أن يعني ذلك الحكم المسبق على مستوى لاستجابة أو النتائج السلوكية.

المحور الثاني: الإعلام القيمي والإذاعة المحلية:

كشفت نتائج محور الاعلام القيمي والإذاعة المحلية عن اتجاهات إيجابية واضحة عبر عنها افراد العينة تجاه دور الإذاعة المحلية في توجيه رسائل قيمية على الرغم من ان غالبيتهم لا يتابع البرامج بكثافة بل أحيانا وهذا يدل على التالي:

ان التمثلات الإيجابية نحو الاعلام القيمي لا تتعلق بكثافة التعرض فقط بل يمكن ان تتشكل في مستويات متقطعة او متوسطة حين تكون الرموز قوية وواضحة في الرسالة المسموعة.

وهذا تحديدا ما يؤكد التوجه التطوري لنظرية الغرس الذي يفترض ان الاستجابة لا تعتمد على كمية التعرض فقط بل أيضا على قوة الرموز ودقة المعنى وطريقة تفسيرها عبر متغيرات وسيطة. وبالتالي نستطيع تفسير استجابة الطلبة كما يلي في ظل الاتجاه التطوري للغرس الثقافي:

- قوة الرموز ودقة المعنى ووضوح الرسالة الاعلامية مع غياب الكثافة في التعرض يكفي لحدوث استجابة ، فتوفر ما سبق من شأنه ان يحدث تراكما معرفيا لدى المتلقي بحيث لا يحتاج الى متابعة يومية وهذا تحيدا ما تستند عليه النظرية التطورية التي تؤمن بقوة الرسالة وليس بالكم فقط وهو ما أكدته استجابات العينة العالية رغم المتابعة "أحيانا"
- دور المتغيرات الوسيطة فباعتبار ان افراد العينة هم من طلبة الاعلام والاتصال فهم في الغالب يمتلكون: رصيذا معرفيا حول المحتوى القيمي (خلفية علمية) وأيضا قدرة على تحليل الخطاب بالإضافة الى اهتمامات معرفية تتقاطع مع دلالات الهوية والقيم، ومن خلال هذه المتغيرات تشكلت حساسيتهم تجاه المضامين القيمية، فهم اكثر قدرة على التقاط الدلالات الرمزية وأيضا اكثر استعدادا لتبني الرسائل ذات الطابع الثقافي والاجتماعي والديني ولهذا ظهر الدور الفعال للإذاعة القيمية رغم المتابعة المتوسطة من طرف افراد العينة.

- كذلك التفاعل الاجتماعي حول الرسائل القيمية: فبحسب الاتجاه التطوري للغرس الثقافي يتم تأويل المحتوى القيمي من خلال المناقشة والحوار فيزيد من قوة الغرس اكثر من التعرض ذاته، وبما ان افراد العينة يتبدلون النقاش حول القيم ويدرسون الاعلام ضمن التخصص الاكاديمي ويميلون الى تحليل الخطاب القيمي فهذا كله من شأنه ان يعزز فكرة التبنى للمحتوى القيمي حتى في ظل غياب التعرض المكثف.

وقد اكدت العديد من الدراسات سواء تلك التي كشفت عن أدوار المؤسسات الإعلامية في المجتمع او تلك التي تناولت علاقة الاعلام والرموز الدلالية وفق المنظور التطوري للغرس الثقافي على ان التعرض الإعلامي لا يشترط الكثافة او الاستمرارية حتى تحدث الاستجابة لدى المتلقي بل بإمكانه تحقيق ذلك عندما يتحقق التكرار من حين الى اخر بالإضافة الى تضمين الرسالة برموز ذات دلالات قوية وواضحة. وفي ذات السياق تتقاطع هذه الدراسة التي كشفت على ان افراد العينة الجامعية تتابع المحتويات القيمية المسموعة أحيانا وبشكل غير منتظم مع ما توصل اليه البحث التطوري للغرس الثقافي لدى مورغان الذي يؤكد على فاعلية الرموز القيمية القوية ونوعية المحتوى الذي يقوم بدور اكبر من حجم التعرض وكمية المتبعة.

وبالتالي الاستجابة حسبه تتحدد من خلال تراكم دلالي طويل المدى وتدعمها كل من الخصائص الفردية والمتغيرات الوسيطة مثل الخلفية المعرفية والتفاعل الاجتماعي ناهيك عن قابلية التأويل والقدرة عليه.

هذه النتائج الإيجابية القوية التي كشف عنها ذات المحور رغم محدودية المتابعة يجد كذلك ما يفسره في ضوء دراسة Nader (1999)¹ حول تصورات الامريكان نحو العرب التي اكدت نتائجها ان كمية التعرض الإعلامي وحدها ليست كافية لتشكيل التصورات بل وأثبتت عدم وجود علاقة بين ساعات التعرض وتشكل التصور السلبي لدى افراد العينة من المشاهدين، في حين تؤكد النتائج على ان طبيعة المحتوى والمصدر الإعلامي يقومان بالدور الفعال والحاسم في ذلك.

¹Nader ; A .The perception of Arabs and media's influence (Master's thesis).University of Northern Iowa, Department of Communication Studies. Retrieved from <http://scholarworks.uni.edu/etd/1590>

أيضا تتقاطع هذه الدراسة في نتائجها الحالية مع ما توصلت اليه دراسة Lackaff and anone Stef (2008)¹ في اعتبار كل من الانغماس في المحتوى والاهتمام الشخصي بالإضافة الى طبيعة الرسائل عبارة عن متغيرات وسيطة فعالة في تشكيل استجابة قوية رغم محدودية التعرض وهو تماما ما يمكننا من ربطه بانخراط المتلقي ووعيه بالمحتوى لتتجلى أهمية هذه المتغيرات الوسيطة في عملية الغرس الرمزي.

يجد هذا الطرح ما يدعمه عربيا من خلال دراسات وطنية تناولت العلاقة التي تجمع الاعلام بالقيم، حيث كشفت دراسة إسماعيل زياد حول الرموز القيمية في الاشهار الالكتروني² أن القيم تبني أساسا عبر رموز ودلالات مترابطة، وأن الاستجابة لا تقتصر عند أولئك المتلقين ذوي التعرض المنتظم والدائم بل يمتد حتى عند أولئك المتابعين العرضيين الذين يلتقطون الرسائل من خلال إعادة توظيف الرموز البصرية والثقافية.

أيضا دراسة مريم براهيم (2020) حول تمثيلات القيم في الدراما التلفزيونية توصلت الى ان المتلقي يستجيب للقيمة الاجتماعية التي تظهر من خلال العمل الفني حتى لو لم يكن متابعا لكل الحلقات، لان الرسالة القيمية تعمل وفق آلية التمثل الرمزي وليس بمنطق الوفرة الكمية للتعرض، في ذات المنحى تذهب دراسة آمال توهامي (2021) الى ان البعد القيمي في الاعلام ليس تبعية حتمية للمتابعة ،بل هناك اطار مرجعي وتشريعي يجعل من الخطاب الإعلامي بمختلف صوره محملا بالقيم المهنية والاجتماعية والاخلاقية، وهو ما يعزز قدرة الرسالة القيمية على الوصول الى جمهور المتلقين عبر نسق اتصالي مهيكّل حتى في حالات التعرض غير المنتظم او الانقطاع.

من خلال الدراسات السابقة يتضح جليا على انها وعلى الرغم من اختلاف مقارباتها (سيمولوجية-درامية-تشريعية) فإنها تتفق مع هذه الدراسة وتؤيدها في فكرة مركزية مفادها ان الاعلام فاعل قيمي أساسي وان قوة الرسالة الرمزية قد تتجاوز شرط المتابعة المستمرة، خاصة عند فئة جامعية متخصصة تمتلك استعدادات معرفية وتأويلية يحقق لها الاستجابة للدلالات القيمية في ظل غياب التعرض الكثيف.

¹ Stefanone, M. A., & Lackaff, D. (2008). *Reality television as a model for online behavior: Blogging, photo, and video sharing*. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 1–22. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00369.x>

وهو ما يعزز صحة تفسير النتائج التي توصلنا اليها بشأن دور الإذاعة المحلية القيمية في دعم مسارات التنشئة الاجتماعية والثقافية

المحور الثالث: مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية:

أوضحت نتائج الاستبيان ان متوسط استجابات افراد العينة نحو مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية بلغ (3,91) ما يشير الى اتجاه قوي ، كما تبين النتائج ان البرامج القيمية المسموعة لها دور كبير في تحديد سلوكيات الطلبة داخل الاسرة والمجتمع، وتعمل على مساعدتهم في التفكير في ادوارهم الاجتماعية كما تعزز لديهم روح الانتماء للقيم الاجتماعية، بالإضافة الى ان التحليلات ظهرت ان هناك فروق متعلقة بالنوع الاجتماعي حيث أبدت الاناث حساسية اكبر تجاه الرسائل القيمية في حين لم تظهر فروق دالة بحسب متغير العمر وكذا المستوى الدراسي، ما يشير الى استجابة موحدة بين الفئات العمرية المختلفة ومستويات الدراسة.

من منظور الغرس الثقافي تفترض النظرية ان مؤسسات الاعلام تقوم بإعادة انتاج القيم الاجتماعية بشكل مستمر مما يؤدي الى تشكيل نماذج سلوكية متوقعة لدى المتلقين. وأيضا بحسب ذات النظرية فإن الاعلام عامل أساسي في عملية ترسيخ القيم الاجتماعية عبر التكرار المستمر للمحتويات والسلوكيات المرغوبة بحيث تصبح جزء من السلوكيات اليومية للأفراد. وبالتالي فإن التعرض المتكرر للمحتوى القيمي في الإذاعة المحلية بغض النظر عن كمية التعرض وبالنظر الى قوة الرموز ودلالاتها القيمية الموظفة في الرسالة الإعلامية أيضا عملية تفسيرها التي حددتها عوامل ديموغرافية وسياقات اجتماعية وثقافية عبر التفاعل الاجتماعي والخبرة الشخصية كل ذلك أدى الى: تشكيل معايير سلوك إيجابية ، تقييم مختلف السلوكيات السلبية وأيضا ترسيخ قيم الانضباط، الاحترام والتعاون، ما يجعل الغرس القيمي في هذه الدراسة غرسا فعليا تثبته السلوكيات الإيجابية المنتهجة (اثار ملموسة).

أما بالنظر الى الدراسات السابقة فقد أظهرت دعما لهذا الطرح من خلال كل من دراسة عبد الله حنادر حول إذاعة الشلف الذي اثبت فيها مساهمة الاعلام المحلي في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة الجامعيين، أيضا دراسة نبيل لحرر حول إذاعة بسكرة التي اكدت نتائجها على دور البرامج الإعلامية المسموعة في رفع الوعي بقضايا التنمية المستدامة.

وهي كلها نتائج تؤكد حقيقة ان الاعلام القيمي لا يقف دوره عند حد نقل المعلومات بل يعمل على تشكيل سلوكيات اجتماعية وفق منظومة قيمية مجتمعية، وأيضاً ما خلصت اليه دراسة هشام رزايقية في كون الإذاعة المحلية من خلال برامجها الاجتماعية تساهم في الحفاظ على الهوية الوطنية وترسيخ حب الوطن،

في السياق الأجنبي أيضاً تتفق مع دراسة (Ada Gonzalez) حول " وسائل الاعلام وتشكيل المعايير الاجتماعية" والتي توصلت في نتائجها الأساسية الى الدور الكبير الذي تؤديه الإذاعة المحلية في تغيير السلوكيات السلبية وتدعيم المعايير الاجتماعية الإيجابية والمقبولة.

كل هذه النتائج تؤكد على ان الاعلام القيمي مجسداً في الإذاعة المحلية لا يقف عند مجرد نقل للمعلومات فحسب بل يعمل على تشكيل السلوكيات الاجتماعية وفق منظومة قيمية مجتمعية.

المحور الرابع: مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية

حقق متوسط استجابات الطلبة نحو مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الثقافية اعلى مستوى له (4,07) ما يدل على اتجاه إيجابي قوي جداً، وكشفت النتائج ان الاعلام القيمي ساعد الطلبة في التعرف على لمكونات الثقافية المحلية، وخلق مشاعر الاعتزاز والتقدير للرموز الثقافية كاللباس واللهجة والشعر، فضلاً عن انه عزز من فهمه للعلاقة بين الثقافة والهوية الوطنية.

أيضاً لم تسجل فروق دالة بحسب كل من النوع الاجتماعي، العمر وكذا المستوى الدراسي ما يشير الى استجابة موحدة لدى جميع الطلبة نحو البرامج الثقافية. وفق منظور الغرس الثقافي تتفق نتائج هذا المحور مع افتراضاتها التي تؤكد على مساهمة الاعلام في إعادة انتاج الثقافة بشكل مستمر، ما يحقق فهماً عميقاً للهوية والانتماء الثقافي لدى المستمعين .

كما دعمت عديد الدراسات هذا الطرح على غرار دراسة دراسة ليليا شاي حول أنماط تلقي جمهور الإذاعة المحلية لبرامج الهوية الثقافية، كذلك دراسة ليلي زادي التي تناولت في دراستها مساهمة البرامج الثقافية المسموعة عبر إذاعة سطيف في تعزيز الهوية الثقافية عند النساء الماكثات في البيت وأيضاً دراسة كمال بزاحي حول "تمثلات الهوية في المادة

الوثائقية" اما عربيا فإن نتيجة الدراسة لحالية تتفق مع ما توصلت اليه دراسة عيسى خنفيّر الذبياني حول دور الاعلام في تشكيل الهوية الوطنية الثقافية والتي تقر بدور وسائل الاعلام في تعزيز القيم والتقاليد الوطنية وتساهم بشكل فعال في تشكيل الهوية.

كذلك وفي السياق الأجنبي دراسة Diamo Anggraeni حول الحفاظ على الفنون الثقافية المحلية من خلال الاعلام المجتمعي والتي كشفت ان تكرار الرموز الثقافية إعلاميا يساهم في ترسيخ الهوية الثقافية.

المحور الخامس: التمثلات البعد الرمزي (الغرس الرمزي):

نسبة المتوسط العام لتمثلات البعد الرمزي (5,04) والتي كشفت عنها تحاليل استجابات الطلبة تشير الى اتجاه إيجابي قوي، كما اكدت النتائج على ان تكرار الصور الرمزية في الإذاعة القيمة يساعد الطلبة على فهم المعاني الثقافية ويربط بين السلوك الإيجابي والالتزام الأخلاقي، وأيضا يساعدهم على تكوين صورة ذهنية عن الاسرة والقيم الاجتماعية.

كما لم تسجل فروق دالة بحسب كل من النوع الاجتماعي ،العمر وضا المستوى الدراسي ما يشير الى استجابة موحدة لدى فئات العينة للبرامج القيمة المسموعة. وفق نظرية الغرس الثقافي يمكن تفسير هذه النتيجة التي أظهرت استجابة إيجابية قوية لدى طلبة الاعلام والاتصال نحو التمثلات الرمزية التي تقدمها الإذاعة القيمة بالجمع بين مقاربتين نظريتين متكاملتين وهما كالتالي:

• الأولى مقارنة النماذج الذهنية كما طرحها مورغان وآخرون (2002) ¹

• الثانية تطويرات نظرية الغرس الرمزي كما قدمها مورغان وشاناهان (1999) ²

فمن جهة توضح مقارنة النماذج الذهنية ان الافراد لا يتلقون الرسائل الإعلامية بوصفها مضامين منفصلة وانما من خلال دمجها ضمن بنى معرفية وقيمة مسبقة تشكلت لديهم عبر عملية التنشئة الاجتماعية والثقافية، ومنه فإن التمثلات الرمزية التي تقدمها الإذاعة المحلية القيمة (من قيم أخلاقية - ودلالات - وخطاب - وصور رمزية) تعمل أساسا

¹ Morgan, M.G, Fisch hoff, B, Bostrom, A, Atman, C. J. Risk Communication: A mental models. approach Cambridge: Cambridge University Press (2002)

² Shanahan , J. and Morgan, M. Television and its Viewers: Cultivation Theory and Research. Cambridge: Cambridge University Press (1999)

على تفعيل نماذج ذهنية قائمة أساسا عند الطلبة، وليس على خلق تصورات جديدة من الصفر، وهو ما يفسر الارتفاع الملحوظ في مستوى الاستجابة الإيجابية وبخاصة عندما تكون هذه التمثيلات متوافقة مع المرجعية الاجتماعية والثقافية لعينة الدراسة.

من جهة ثانية يؤكد مورغان وشانهان في اطار الغرس الرمزي ان أدوار وسائل الاعلام وفاعليتها لا ترتبط حصريا بكثافة التعرض، بل أيضا تتحدد من خلال طبيعة الرسالة الرمزية واتساقها. حتى حالات التعرض المتقطع وغير الكثيف ، وبالتالي تستطيع الرسالة الإعلامية المتسقة قيميا ان تساهم في بناء اطر تصوري عام (world view) لدى الجمهور، من خلال التكرار الرمزي والتطبيع المعنوي للقيم والمعاني.

وانطلاقا من هذا الدمج النظري، يمكن ان نخلص ان الاستجابة الإيجابية القوية التي اظهره افراد العينة تعكس تلاقيا بين محتوى قيمي رمزي متسق تقدمه الإذاعة المحلية ونماذج ذهنية وقيم مسبقة لدى الجمهور المتلقي. دون ان ننسى ان الطابع المحلي والقرب الثقافي للوسيط الإعلامي (الإذاعة) يعزز قابلية هذه التمثيلات للاندماج في ادراك الواقع للطلبة حتى في ظل تعرض غير منتظم.

وبهذا يمكننا الجزم بثقة ان هذه النتيجة لا تعبر عن استجابة مباشرة سببية ناتجة عن تعرض كثيف بقدر ما تبرهن وبقوة على دور التراكم الرمزي الذي يقوم على تعزيز القيم السائدة ، وإعادة تنظيم ادراك المتلقين للواقع الاجتماعي وهو ما يتوافق مع كلتا المقاربتين. وبالتالي تشير هذه النتيجة الى دور الإذاعة القيمية الفعال والذي يتجلى في تعزيز القيم وترسيخ التمثيلات القائمة وليس في احداث تحولات جذرية في ادراك الطلبة وهوما ينسجم تماما مع طبيعة التعرض المتقطع وأيضا الخصائص الثقافية للعينة محل الدراسة.

تدعم دراسة Nader (1999) هذه الفكرة ، حيث اثبتت نتائجها ان طبيعة المحتوى الإعلامي والمصدر يحددان لتصورات اكثر من مجرد ساعات المشاهدة، وبالتالي يمكننا القول ان التمثيلات الرمزية الإيجابية لدى الطلبة تجاه المضامين القيمية المسموعة يمكن تفسيرها بكون الرسائل الاذاعية متسقة وموثوقة وأيضا مقارنة ثقافيا لخبرات المتلقين بما يسمح للرموز والقيم ان تدمج ضمن النماذج الذهنية لدى الطلبة وفق نظرية الغرس الرمزي.

بصورة ادق: الرسائل القيمية المتسقة والمكررة تعمل على ترسيخ تمثلات رمزية إيجابية حتى في حالة تعرض غير كثيف، ما يسمح بتوضيح قوة وفعالية دور الإذاعة المحلية كوسيط اعلامي قيمي في التنشئة الاجتماعية والثقافية.

المحور السادس: دور المتغيرات الوسيطة في تفسير المضامين القيمية:

لقد كشفت نتائج المحور المتعلق بدور المتغيرات الوسيطة في تفسير المضامين القيمية لدى الطلبة الى تأثر هؤلاء بمستوى خبرتهم الشخصية وتفاعلهم الاجتماعي وأيضاً مستواهم الدراسي، وهو ما ينسجم مع الطرح التطوري لمورغان الذي يؤكد على ان المعالجة الرمزية للرسائل القيمية تتم في اطار ثقافي ومعرفي يحوي المستقبل، وان عملية الغرس الرمزي لن تتحقق الا اذا وجد المتلقي ما يربط بين الرموز وخبرته الذاتية.

ففي الوقت الذي اكد فيه جورج جربنر على ان الاستجابة موحدة، واما مخرجات التلفزيون وشرطية التعرض الكمي، ذهبت الادبيات الحديثة حول الغرس الرمزي مورغان وشانهان (1999) الى حقيقة ان الافراد المتلقين لا يبدون استجابة متجانسة وموحدة وانها ليست بنفس القوة عند جميع الافراد، بل تتشكل هذه العلاقة التي تجمع الرسائل الإعلامية واستجابات المتلقين نحوها عبر عديد المتغيرات الوسيطة.

في ذات السياق توضح دراسة Stefanone and Lackaff (2008) حول تأثير التلفزيون الواقعي على سلوكيات ان الفروق الفردية لدى المتلقين تلعب دوراً مهماً في كيفية استجابتهم للرسائل الإعلامية، وان درجة الانغماس والتفاعل مع المضمون يعمل كمتغير وسيط يحدد قوة الاستجابة.

في السياق المحلي هذا ما دعمته دراسة ليليا شاوي (2015) في اعتبار الفروق الفردية والخبرة الشخصية تقوم بالدور الأساسي في كيفية تلقي الرسالة وتفسيرها.

المحور السابع: محور الآثار القيمية للمضامين الإعلامية

أظهرت نتائج محور الآثار القيمية للمضامين المسموعة متوسطاً مرتفعاً بلغ (3,78) بما معناه ان الطلبة لاحظوا استجابة فعلية وأثراً ملموساً للبرامج القيمية في سلوكياتهم ومواقفهم اليومية، وقد تركزت هذه الآثار من خلال تعزيز السلوك الإيجابي وتنمية الشعور بالمسؤولية وأيضاً تقوية الاتجاهات الأخلاقية والدينية والاجتماعية.

وتشير هذه النتائج الى ان الإذاعة المحلية استطاعت ان تنتقل من مجلاد وسيلة لتقديم المضامين القيمية الى أداة فاعلة في احداث لموسة واستجابات سلوكية لدى فئات الطلبة. من منظور الغرس الثقافي الرمزي، هذه النتيجة مردها الى قدرة الاعلام القيمي المحلي على تحويل الرموز والمضامين القيمية الى اثر فعلي في السلوك والمعايير الاجتماعية للمتلقي، معززا دوره كوسيط قريب وفعال في التنشئة الثقافية والسلوكية. في اطار الدراسات السابقة تتوافق نتائج الدراسة الحالية مع ما اظهرته آمال عميرات حيث اكدت ان المضامين الإعلامية القيمية تسهم في تعزيز السلوكيات الإيجابية وترسيخ القيم داخل المجتمع.

سادسا: النتائج المتعلقة باختبار الفروق نحو متابعة البرامج القيمية.

• الفرق حسب النوع الاجتماعي (T. Test)

"عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والاناث"

النتيجة: متابعة البرامج القيمية بين الذكور والاناث متقاربة ولا تختلف باختلاف النوع الاجتماعي.

• الفروق حسب العمر (اختبار ANOVA)

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة باختلاف أعمارهم

النتيجة: يتضح من خلال هذه النسب أن اهتمام الطلبة بالبرامج القيمية متقارب عبر مختلف الفئات العمرية وأن العمر ليس عاملا محددًا لمستوى المتابعة.

• الفروق حسب المستوى الدراسي (ANOVA)

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة باختلاف مستوياتهم الأكاديمية في مدى متابعة البرامج القيمية.

النتيجة: درجة المتابعة لا تتحدد بعامل المستوى الدراسي سواء ليسانس أو الماستر، مما يظهر تجانسا في سلوك المتابعة داخل مجتمع الدراسة.

• ارتباط المتابعة وتقييم الاستبيان: (معامل بيرسون) لقياس قوه واتجاه العينة.

تشير نتائج أن جميع معاملات الارتباط دالة احصائيا وجاءت عند مستوى ($=0.05$) ما يثبت ان العلاقات ليس مجرد مصادفة بل تعكس ارتباطات حقيقية.

النتيجة: درجة متابعة المحتوى القيمي يرتبط بمواقف ايجابية وفهم أكثر عمقا نحو الأدوار القيمية التي تؤديها الإذاعة المحلية.

• الارتباط بنوع البرامج التي تستدعي الانتباه:

النتيجة: نوعية البرامج التي تستدعي الانتباه مرتبطة بالتكوين الديني والثقافي والاجتماعي للطلبة وطبيعة المضامين الأكثر حضورا في الإذاعة المحلية، ان القيم الدينية والثقافية هي الأكثر جذبا بينما حصدت البرامج التربوية على اهتمامات اقل من طرف العينة مما يدل على توجهات معرفية وقيمية متجانسة ومتسقة مع السياق الاجتماعي والثقافي المحلي.

• ارتباط التعرض المسبق للمحتوى القيمي وتفضيلات البرامج:

كشفت النتائج أن الطلبة الذين سبق لهم أن تعرضوا لمحتوى اعلامي قيمي يحملون اتجاهات إيجابية تجاه البرامج مع أن المتابعة لم تكن على درجة من الكثافة أو الاستمرار.

النتيجة: كميته المتابعة ليست هي العامل الأهم، بل قوة الرموز الاعلامية الموظفة في المضمون القيمي وجودة الرسائل الرمزية.

1- نتائج محور الاعلام القيمي في الإذاعة المحلية:

• استجابات العينة تجاه الاعلام القيمي:

كشفت الأرقام عن اتجاهات ايجابية واضحة يحملها الطلبة تجاه الاذاعة المحلية ودورها في تقديم مضامين قيمية، على الرغم من ان غالبيتهم يتابع هاته البرامج بشكل متقطع وليس مكثف يعني أحيانا.

النتيجة: التمثيلات الايجابية تجاه الاعلام القيمي المسموع لا يرتبط فقط بكثافة الاستماع بل يمكنها أن تتحقق ضمن مستويات متوسطة أو متقطعة حينما تكون الرموز القيمية واضحة وقوية.

النتيجة: المتابعة اليومية ليست ضرورية، لان الغرس التطوري.

• يهتم بقوة الرسالة الرمزية وليس فقط بحجم التعرض.

نتيجة: كشف النتائج أن الطلبة يمتلكون خلفية معرفية، واهتمامات فكرية تتقاطع مع العقيدة والهوية، مع تمتعهم بقدرة مناسبة على تحليل الخطاب، كل هذه الخصائص تحقق لهم القدرة على التقاط الدلالات الرمزية وتمنحهم استعدادا لتبني الرسائل الاجتماعية والثقافية.

• **التفاعل الاجتماعي والمعرفي حول الرسائل القيمية:**

تفسير الرسائل ومناقشتها والتفاعل الاجتماعي يزيد من امكانية الغرس أكثر من التعرض ذاته.

فالطلبة يتناقشون حول القيم، يدرسون الاعلام ضمن التخصص يحللون الخطاب وفق كل هذا، مما يعزز من الانجذاب نحو الرسائل حتى عند التعرض الغير كثيف.

النتيجة: الاعلام القيمي في الاذاعة المحلية فاعل قيمي ، والاستجابة الايجابية لدى الطلبة الجامعيين تظهر عند التعرض المتوسط بفضل قوة الرموز، المتغيرات الوسيطة، التفاعل الاج والمعرفي، وهو ما يعزز دوره في تحقيق التنشئة الاجتماعية والثقافية وفق إطار الغرس الرمزي.

2- نتائج محور مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية:

كشف نتائج عن متوسط استجابات نحو مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية بلغ 3.91 من 05 ما يظهر اتجاه قوي وايجابي

النتيجة: يشير الاستبيان إلى مساهمة البرامج القيمية في توجيه السلوك لدى الطلبة وذلك من خلال:

- التفكير في الأدوار الاجتماعية.

- تعزيز روح المواطنة والانتماء للقيم الاجتماعية.

بالنسبة للفروق الفردية:

أظهرت الأرقام أن الاناث أكثر حساسية تجاه الرسائل القيمية في حين لا توجد فروق دالة إحصائية بحسب العمر والمستوى الدراسي، ما يعكس الى أن الدور متقارب بين الفئات العمرية المختلفة ومستويات الدراسة للبرامج فعل والدراسة من خلالها.

من منظور الغرس الثقافي: يمثل الاعلام اداة فاعلة في عملية ترسيخ القيم الاجتماعية عبر التكرار للرسائل والسلوكيات المرغوبة، بحيث تصبح هي نفسها (القيم) جزء من التوجيهات والسلوكيات اليومية للأفراد.

نتيجة: الاعلام لا يقتصر دوره على مجرد نقل المعلومات فقط بل يسهم في تشكيل السلوكيات الاجتماعية وفق إطار القيم المجتمعية.

نتيجة: الاعلام القيمي المسموع يسهم بفعالية في عملية التنشئة الاجتماعية للطلبة، عبر ترسيخ شعور الانتماء وتعزيز قيم المواطنة وتدعيم السلوكيات الايجابية. ويتحقق ذلك حتى في ظل غياب الفروقات الديمغرافية الكبيرة، باستثناء حساسية الاناث.

3- نتائج محور مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الثقافية:

بلغ متوسط استجابة الطلبة نحو مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الثقافية 4.07 مما يدل على اتجاه ايجابي قوي جدا.

وكان اعلى المتوسطات من نصيب عبارات التعرف على مكونات الثقافة المحلية "اصبحت الرموز الثقافية كاللباس واللهجة، الشعر الشعبي أكثر وضوحا وفهما".

❖ الفروق الديمغرافية:

نتيجة: لم تسجل فروق دالة حسب النوع الاجتماعي أو العمر أو المستوى الدراسي ما يشير إلى اسهام موحد للبرامج الثقافية لدى جميع الطلبة.

النتيجة: تتوافق النتائج مع نظرية الغرس الثقافي، التي ترى ان الاعلام يسهم في اعادة انتاج الثقافة باستمرار، وهو ما يؤدي إلى ترسيخ الهوية والانتماء الثقافي لدى الطلبة المتلقين.

وهو ما تأكد كذلك وتوافق مع الدراسات السابقة.

النتيجة العامة: الاعلام القيمي يسهم بفعالية في عملية التنشئة الثقافية من خلال تعزيز الانتماء الثقافي والهوية الوطنية والاعتزاز بالرموز التراثية المحلية، بتجليات موحدة بين جميع الفئات، دون فروق ديمغرافية.

4- نتائج محور تمثلات البعد الرمزي:

• حقق متوسط استجابة الطلبة نحو تمثلات البعد الرمزي نسبة عالية قدر بـ(4.04) من

(5) ما يشير إلى اتجاه ايجابي قوي.

وقد أظهرت البيانات: أن تكرار الصورة الرمزية في المضامين القيمية تساعد الطلبة في:

- فهم المعاني الثقافية والقيم الاجتماعية.
- ربط السلوك الايجابي بالالتزام الاخلاقي.
- وايضا تكوين صورة واضحة على الاسرة والقيم الاجتماعية.

❖ الفروق الديمغرافية:

نتيجة: لم تسجل فروق دالة بحسب النوع الاج، العمر، وكذا المستوى الدراسي ما يدل على اسهام للبرامج الرمزية بشكل موحد على جميع فئات العمرية.

- واما من منظور الغرس الرمزي - (مورغان): تعمل الصورة المتكررة على ترسيخ الفهم وتثبيت القيم في وعي المتلقي، بحيث تصبح مألوفة ومقبولة وتساهم في عملية إدراك القيم الاجتماعية والثقافية.

- قوة التأثير الرمزي لا يعتمد على زمن العرض بل:

- قوة الرموز ودلالاتها.

- تماسك الرسالة الاعلامية.

- امكانية اعادة انتاج الرموز داخل التجربة الشخصية للفرد.

نتيجة: البرامج القيمية نجحت في تقديم رسائل رمزية واضحة ومتكررة ما أولد تمثلات ذهنية ايجابية لدى الطلبة حول القيم الاجتماعية والثقافية.

النتيجة عامة: البرامج القيمية المسموعة عبر الاذاعات المحلية تقدم رموزا ودلالات

متكررة موحدة، تمكن الطالب من تفسيرها، مما يعزز بناء تمثلات ذهنية ايجابية حول القيم الثقافية والاجتماعية وتؤكد صدق الفرضية التطورية لنظرية الغرس الثقافي التي تركز على نوعية الرموز ودورها في بناء التوجهات وتشكيل التصورات والسلوكيات.

5- نتائج خاصة بمحور دور المتغيرات الوسيطة في تغيير المضامين القيمية:

- كشفت نتائج محور الغرس الرمزي ان الاذاعة المحلية نجحت في تشكيل تمثلات رمزية للقيم لدى الطلبة بما يعكس تأثيرا ايجابيا قويا.

• وفق الاتجاه التطوري لنظرية الغرس الثقافي: تأويلات الرسائل القيمية لا يحدث بطريقة واحدة على جميع المتلقين بل يتحقق بناء على الفروق الفردية والمتغيرات الوسيطة لكل مستمع مثل:

- الخبرة الشخصية.
- التفاعل الاجتماعي.
- المستوى الدراسي.

نتيجة: تفسير الطلبة للرموز القيمية يختلف باختلاف هذه المتغيرات وهو ما يعكس أن الغرس الرمزي يستند إلى قدرة المتلقي على ربط الرموز الاعلامية بتجاربه الذاتية.

النتيجة الاساسية:

تأثير الاعلام القيمي ليس ميكانيكيا موحدا، بل يتم عبر عملية تفاعل رمزي يشارك فيها المتلقي بخصائصه الفردية وخبراته السابقة، وهو ما يدعم فرض الغرس الثقافي التطوري حول دور المتغيرات الوسيطة في تفسير المضامين القيمية.

6- نتائج متعلقة بمحور الآثار القيمية للمضامين الإعلامية:

كشفت النتائج حول محور الآثار القيمية أن متوسط استجابات الطلبة بلغ 3.78/5 ما يدل على اتجاه ايجابي قوي، ويعكس أن الطلبة لاحظوا مساهمة فعلية للمضامين القيمية على سلوكياتهم ومواقفهم تركزت هذه الآثار في:

- تعزيز السلوك الايجابي.
- تنمية الشعور بالمسؤولية.
- تعديل بعض السلوكيات غير المفيدة والمرغوبة.
- تقوية الاتجاهات الاخلاقية والدينية والاجتماعية.

النتيجة: الاذاعة المحلية نجحت في الانتقال من مجرد تقديم مضامين قيمية إلى إحداث اسهامات سلوكية لدى الطلبة.

• الفروقات الفردية:

نتيجة: لم تظهر أية فروق دالة احصائيا بين النوع الاجتماعي، العمر وكذا المستوى الدراسي.

• حسب الغرس الرمزي:

نتيجة: الآثار القيمة تتحدد بالمتغيرات الوسيطة ما يؤكد أن الغرس القيمي تفاعلي رمزي وليس ميكانيكي.

نتيجة: اتفقت على ان الاعلام القيمي يدعم مسارات التنشئة الاجتماعية والثقافية ايجابا وأن المتلقين يطبقون جزء من السلوكيات المتلقاة من الوسائل الاعلامية.

النتيجة عامة: تظهر النتائج أن المضامين الإعلامية القيمة عبر الاذاعات المحلية ليس مجرد محتوى اعلامي، بل وسيلة فعالة لإحداث تغيير في السلوك لدى الطلبة، يتحدد ذلك بنوعية الرموز، تكرارها، المتغيرات الوسيطة للفرد، ما يعزز صحة الاتجاه التطوري الغرس الرمزي في تفسير فعالية الاعلام القيمي واسهاماته في بناء الوعي واحداث الأثر.

7- نتائج متعلقة بالأسئلة المفتوحة:

• القيم التي نجحت الإذاعة في تعزيزها لدى الطلبة:

أظهرت استجابات الطلبة أن الإذاعة المحلية ساهمت في تعزيز مج متنوعة من القيم أبرزها الدينية 32%، الثق 21%، الاخلاص 16%، الاج 15%، التربية 13%.

النتيجة الفرعية: الاذاعة القيمة نجحت بشكل واضح في غرس القيم الدينية والثقافية مع مساهمة اقل نسبيا للقيم الاخلاقية التربوية.

• هل تحتاج البرامج القيمة إلى تطوير:

أشار غالبية الطلبة (84.8) إلى أن البرامج تحتاج تطوير، مقابل (15.2) يرونها كافية.

النتيجة الفرعية: هناك اجماع نسبي على ضرورة تطوير البرامج، ما يعكس وعي الطلبة بالحاجة لتحديث المضامين والأساليب.

ربطها بالنظرية والدراسات السابقة:

وفق الغرس الرمزي، تجديد المحتوى الاعلامي والمضامين القيمة يساهم في تعزيز فعالية الغرس الرمزي، كما تتفق مع دراسات عبد الله حنادر وآمال عميرات التي أكدت أهمية تطوير البرامج الاعلامية لتلائم الفئة المستهدفة وتزيد من فاعلية الرسائل القيمة.

• فئات التطوير المقترحة:

النتيجة الفرعية: الطلبة يركزون على تحسين اسلوب التقديم، والمضمون نفسه، مع أهمية ادخال التكنولوجيا والتفاعل مع الجمهور لرفع جودة البرامج.

8- النتائج الأساسية للدراسة:

8-1- المتعلقة بالإجابة على التساؤلات الفرعية:

❖ **السؤال الفرعي الأول:**

ما مدى إدراك طلبة الاعلام والاتصال لدور الاعلام القيمي في الاذاعة المحلية كوسيط لنقل القيم والمعايير الاجتماعية والثقافية؟

أظهرت النتائج أن إدراك الطلبة لدور الاعلام القيمي عبر الاذاعة المحلية جاء مرتفعاً، وقد عبروا عن وعي واضح بدور الاذاعة في نقل القيم وترسيخ المعايير الاجتماعية والثقافية وتشير الاتجاهات الايجابية إلى أن الطلبة ينظرون إلى الإذاعة المحلية كوسيلة للتوجيه القيمي.

❖ **السؤال الفرعي الثاني:**

ما تصور طلبة الاعلام والاتصال لمساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية؟

أثبتت نتائج المحور المتعلق بالتنشئة الاجتماعية وجود مساهمة قوية للإعلام القيمي في تدعيم المعايير وتوجيه السلوك الاجتماعي الايجابي، فقد أكد الطلبة أن برامج الاذاعة المسموعة تعزز الاحترام، التعاون، الانضباط، وتقدم نماذج سلوكية تسهم في بناء الوعي الاجتماعي.

كما ظهرت فروق دالة حسب النوع الاجتماعي، مما يدل على أن بعض فئات الطلبة تتفاعل على المحتوى أكثر من غيرها.

❖ **السؤال الفرعي الثالث:**

ما مدى إدراك الطلبة لمساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الثقافية، وخاصة تعزيز الهوية والانتماء؟

كشفت النتائج على متوسطات مرتفعة جداً، ما يدل على إدراك قوي من طرف الطلبة لدور الاذاعة المحلية في تعزيز الهوية والانتماء، وقد ساهمت برامجها في تعريفهم بالمكونات القيمية. المتعلقة بالثقافة المحلية وترسيخ عناصر الهوية وتعزيز الشعور بالانتماء، ولم

تسجل فروق دالة مما يعزز من الدور الإسهامي للإعلام القيمي الذي كان موحدًا عبر مختلف فئات الطلبة.

❖ السؤال الفرعي الرابع:

ما مدى تفسير الطلبة للرسائل الاعلامية القيمية في ضوء الغرس الرمزي؟
أثبت محور (البعد الرمزي) ان الطلبة يمتلكون قدرة عالية على تفسير الرموز (الرسائل الرمزية)، حيث بلغ المتوسط 4,04 وهو اتجاه قوي يدل على وضوح الرموز القيمية عبر المضامين، وأنها مفهومة ومتكررة بما يكفي لحدوث عملية الترسخ في الوعي، وقد أجمع في الغالب الطلبة أن الصورة الرمزية للإعلام القيمي ساعدتهم على فهم المعاني الثقافية والاجتماعية وربطها بسلوكياتهم وقيمهم اليومية. وهو ما ينسجم تمامًا مع الاتجاه التطوري لنظرية الغرس الرمزي.

❖ السؤال الفرعي الخامس:

ما مدى اختلاف إدراك الطلبة للمضامين القيمية وفق خصائصهم الديمغرافية وتجاربهم الشخصية والتفاعل الاجتماعي؟
كشف المحور الرابع أن المتغيرات الوسيطة [الخبرة الشخصية، التفاعل الاجتماعي، المستوى الدراسي] تقوم بدور مهم في تفسير الرسائل القيمية، إذ أشارت معامل الارتباط إلى وجود اختلافات في استقبال المحتوى وفق هذه المتغيرات، مما يدل على أن إدراك الطلبة للمضامين القيمية لم يكن موحدًا بل تأثر بفروقهم الفردية وهذا يؤكد صحة الطرح التطوري لنظرية الغرس التي تؤكد على السياق الفردي لكل المتلقي وأهميته.

❖ السؤال الفرعي السادس:

ماهي الآثار القيمية المحققة للمضامين الاعلامية المسموعة لدى الطلبة؟
بينت النتائج للمحور الخامس المتعلق بالآثار القيمية ان هناك اسهامات فعلية على سلوكيات ومواقف الطلبة، قد بلغ المتوسط العام 3.78 وهو متوسط مرتفع، وقد تمثلت هذه الآثار في تعديل بعض السلوكيات، وتعزيز الالتزام الاخلاقي، والشعور بالمسؤولية.
وقد ظهرت علاقات دالة عن الآثار القيمية والمتغيرات الوسيطة، مما يشير أن الآثار السلوكية كانت مرتبطة بخبرة الطلبة وسياقهم الاجتماعي.

8-2- المتعلقة بإثبات الفرضيات:

❖ الفرضية الأولى:

"تسهم الاذاعة المحلية ذات الطابع القيمي في تعزيز الخصوصية الثقافية والاجتماعية لدى طلبة الاعلام والاتصال، من خلال محتوى يعكس قيم المجتمع المحلي".
✓ ثابتة وصحيحة.

أظهر محور الإعلام القيمي والاذاعة المحلية ارتفاعا في متوسطات الادراك، ما يدل على أن الطلبة يرون في الاذاعة وسيطا يحمل القيم المحلية ويعزز خصوصية المجتمع. كما أنهم أكدوا أن المحتوى المسموع يعكس بيئتهم الثقافية والاجتماعية.
❖ الفرضية الثانية:

"يسهم الاعلام القيمي المسموع في دعم التنشئة الاجتماعية من خلال ترسيخ قيم التواصل والاحترام والمسؤولية داخل البيئة الاجتماعية".
✓ ثانية وصحيحة.

نتائج محور التنشئة الاجتماعية بينت أن الطلبة يقرون بتعزيز قيم التعامل الاجتماعي الايجابي، وتحسين مهارات التواصل، وتزايد الشعور بالمسؤولية، وهو ما يعكس دور البرامج القيمية في دعم عمليات الضبط الاجتماعي والارتقاء بالسلوك اليومي.
❖ الفرضية الثالثة:

"يسهم الاعلام القيمي في ترسيخ مقومات الهوية الثقافية لدى الطلبة من خلال المعرفة بالعادات والتقاليد والرموز الثقافية والانتماء للمجتمع المحلي".
✓ ثابتة وصحيحة.

أظهر محور التنشئة الثقافية ارتفاعا ملحوظا في إدراك الطلبة لدور الاذاعة من خلال مستواها القيمي في تعزيز الهوية والانتماء، إذ أكد الطلبة (أفراد العينة) على استفادتهم من الرسائل الثقافية التي تعكس التقاليد، والتراث المحلي وهو ما عزز وعيهم الرمزي والثقافي.
❖ الفرضية الرابعة:

"يسهم التكرار الرمزي في الخطاب الاعلامي القيمي في تشكيل إدراك الطلبة للمعاني القيمية وترسيخها ضمن تمثلاتهم الثقافية والاجتماعية".
✓ ثابتة وصحيحة.

محور الغرس الرمزي اثبت قدرة الطلبة على تفسير الرسائل القيمية وفهم معانيها المتعددة ما يدل على انسجام النتائج مع فرضيات الغرس الثقافي التي ترى أن التكرار يمنح المعنى قوة وانتشارا ويحوّله إلى إطار يستخدم في تفسير الواقع.

❖ الفرضية الخامسة:

"تسهم المتغيرات الوسيطة [كالنوع، المستوى الدراسي، التجربة الشخصية، التفاعل الاجتماعي] في تباين تفسير الطلبة للمضامين القيمية المسموعة".

✓ ثابتة بشكل جزئي.

التحليل الإحصائي لفروق العينة أظهر وجود تباين في بعض المحاور وفق النوع الاجتماعي والمستوى الدراسي، بينما لم تظهر فروق واضحة في جميع المتغيرات أو جميع المحاور، وهذا يؤكد جزء من الفرضية التي تفترض اختلاف الفهم والتفسير باختلاف الخصائص الفردية.

❖ الفرضية السادسة:

تساهم المضامين القيمية الاعلامية في تكوين ملامح قيمية لدى الطلبة تتجلى في مواقفهم وتصوراتهم وسلوكياتهم داخل محيطهم الاجتماعي".

✓ ثابتة وصحيحة.

محور الآثار القيمية سجل متوسطا مرتفعا (3.78) ما يدل على تشكل ملامح قيمية واضحة لدى الطلبة سواء في سلوكهم القيمي أو تصوراتهم تجاه محيطهم الاجتماعي، وتشمل هذه الملامح قيم التعاون الاحترام الشعور بالانتماء.

الخاتمة

ختاماً، سعت هذه الدراسة الى الوقوف على الدور الذي تضطلع به الإذاعة المحلية باعتبارها ذلك الوسيط السمعي القريب من جمهوره، في الاسهام في عملية التنشئة الاجتماعية والثقافية ودعم مساراتها لدى طلبة الاعلام والاتصال وهذا طبعاً من خلال ما تبثه من مضامين قيمية ورمزية تعاد صياغتها عبر التكرار داخل الخطاب الإذاعي. بما يتوافق واهتمامات الطلبة وتصوراتهم

لقد انطلقت الدراسة من مقارنة نظرية الغرس الثقافي بصيغتها التطورية، التي تؤكد على قوة الرموز وتراكم الرسائل بالإضافة الى حضور المتغيرات الوسيطة في تشكيل المعاني وتأويل المحتويات القيمية لدى المتلقي. بدل الاختصار على منطق الكثافة والكم.

وقد أظهرت النتائج الكمية أن الطلبة يتابعون البرامج القيمية بدرجات متفاوتة، وأن مستويات التقدير جاءت أعلى لدى المحاور المرتبطة بالقيم، والغرس الرمزي، والآثار القيمية للمضامين السمعية. كما بينت النتائج عدم وجود فروق معتبرة وفق المتغيرات الديموغرافية الرئيسة، بما يعكس نسقاً متقارباً في تلقي الرسالة القيمية داخل البيئة الجامعية. أما نتائج الارتباط فقد كشفت انسجاماً عاماً بين متابعة البرامج وبين تصور الطلبة لدور الإعلام القيمي في التنشئتين الاجتماعية والثقافية، مع حضور واضح لدور المتغيرات الوسيطة في إعادة بناء المعنى.

وخلصت الدراسة إلى أن الإعلام القيمي المسموع، في إطار الإذاعة المحلية، يظل قادراً على دعم مسار التنشئة بمعناها الواسع، من خلال إتاحتها لفضاءات رمزية تساعد الطلبة على إعادة تأويل الواقع الاجتماعي والثقافي، وترسيخ القيم ذات الطابع التوجيهي والمعياري. ومن ثم تثبت الدراسة فرضياتها في مجملها، مؤكدة وجود علاقة دالة بين متابعة البرامج القيمية وبين كل من التنشئة الاجتماعية والثقافية والغرس الرمزي، وفق ما تطرحه نظرية الغرس الثقافي بصيغتها الحديثة.

وتفتح هذه النتائج المجال أمام دراسات لاحقة تتناول أشكالاً أخرى من الإعلام القيمي، أو مقارنات بين وسائط مختلفة، أو دراسات معمّقة حول أدوار المتغيرات الوسيطة في تشكيل المعاني والقيم لدى فئات اجتماعية متباينة. وبذلك تأمل هذه الدراسة أن تسهم في تعزيز وعي أكاديمي أوسع بأهمية الإعلام القيمي، وبقدرة الإذاعة المحلية على بناء بيئة داعمة للتنشئة الهادفة داخل المجتمع.

التوصيات :

استنادًا إلى ما توصلت إليه الدراسة من نتائج كمية وكيفية حول دور الإعلام القيمي المسموع في دعم مسارات التنشئة الاجتماعية والثقافية لدى طلبة الإعلام والاتصال، تقترح الباحثة جملة من التوصيات الموجهة لكل من الإذاعة المحلية، والباحثين، والمؤسسات الجامعية:

أولاً: توصيات موجهة للمؤسسات الإذاعية المحلية

- تعزيز حضور البرامج القيمية من خلال ضبط مواعيد بثها وتطوير محتواها بما يتناسب واحتياجات الطلبة ونمط تلقيهم، دون اغفال الطابع الرمزي التكراري وفق نظرية الغرس الثقافي الرمزي
- التركيز بشكل اكبر على الرموز ودلالاتها التي تسهم في بناء المعنى الواضح لدى المتلقي خاصة وان قوة الرموز اهم محددات حدوث عملية الغرس القيمي
- فتح فضاءات للتفاعل تسمح هكذا للطلبة بالمشاركة والحوار بما يعزز من اندماجهم في المحتوى القيمي ويفعل من دور المتغيرات الوسيطة في تشكيل المعنى
- التنوع في أنماط البرامج القيمية (دينية- اجتماعية- تربوية- أخلاقية- ثقافية) بما يضمن استجابة أوسع للفروق الفردية داخل الفئة الجامعية.

ثانياً: توصيات للمؤسسات الجامعية

- ربط لمقررات النظرية في الاعلام خصوصاً ما تعلق بالقيم والرسائل الرمزية ونظريات التأثير - بتجارب ميدانية داخل الإذاعات المحلية.
- تحفيز الطلبة على الانخراط في متابعة البرامج القيمية عبر ادماج نماذج منها ضمن الأنشطة الصيفية وتفعيل النقاش حولها.
- انشاء مبادرات مشتركة بين الجامعة والإذاعات المحلية في انتاج مضامين قيمية موجهة للطلبة.

ثالثاً: توصيات للممارسين والمنتجين الإعلاميين

- التركيز على قيم الاحترام، الحوار، المواطنة، الانتماء الثقافي باعتبارها الأكثر حضوراً في البيئة الجامعية وفق نتائج الدراسة.
- اعتماد الأساليب القصصية والتفاعلية لما تملكها من قدرة على تشكيل المعاني والقيم المستقرة لدى الجمهور الجامعي.
- الاهتمام بالتغيرات القيمية التي تحدثها البرامج الإذاعية عبر الزمن بما يتوافق مع الاتجاه التطوري للغرس الثقافي.

رابعاً: توصيات للباحثين في الإعلام والاتصال

- القيام بدراسات مقارنة بين الإذاعات المحلية ووسائل أخرى (منصات رقمية-بودكاست- تلفزيون محلي) للوقوف على اختلاف آليات الغرس القيمي.
- التركيز على دراسة المتغيرات الوسيطة والتوسع في تناولها لفهم كيف يعيد الطلبة تفسير المحتوى القيمي تبعاً لخبرتهم وتفاعلهم اليومي.
- اعتماد مناهج مختلفة تجمع بين الكمي والكيفي لتحليل رموز البرامج القيمية.

خامساً: مقترحات لتطوير البرامج القيمية مستقبلاً

- اعداد تقييم دوري لمستوى التلقي مع رصد التحولات القيمية لدى الجمهور.
- اشراك مختصين في علم الاجتماع والثقافة والتربية في اعداد المحتوى القيمي لضمان توافقه مع حاجات الشباب الجامعي.
- الاهتمام بتحسين جودة الصوت لتحقيق جاذبية أعلى وتقوية الانتباه.

الملاحق

الملحق رقم (1): استمارة الدراسة الميدانية

جامعة الجزائر 03

كلية علوم الاعلام والاتصال

• استمارة استبيان بعنوان:

مساهمة الاعلام القيمي المسموع في تحقيق التنشئة الاجتماعية والثقافية

- دراسة ميدانية مسحية على عينة من طلبة الاعلام والاتصال بجامعة الوادي-

دكتوراه علوم تخصص: اتصال استراتيجي

يرجى من سيادتكم المحترمة قراءة عبارات هذا الاستبيان بتمعن مع الإجابة عليه بوضع علامة (x) في الخانة التي تعبر عن اختياركم، علما ان اجاباتكم يتم توظيفها في الاطار العلمي فقط.

شكرا على تعاونكم مسبقا.

• ملاحظة:

الاعلام القيمي في الدراسة لا يقصد به الجانب الوعظي او الديني فقط، بل يشمل كل محتوى يعيد انتاج القيم الاجتماعية الإيجابية.

ومجاله التطبيقي: البرامج ذات الطابع القيمي في الإذاعة المحلية (إذاعة الجزائر من الوادي والمغير): برامج دينية تربوية أخلاقية ثقافية واجتماعية

المحور الأول: البيانات العامة

• النوع الاجتماعي:

☐ ذكر☐ انثى

• الفئة العمرية:

☐ اقل من 20 سنة☐ من 20 الى 30 سنة☐ أكثر من 30 سنة

• المستوى الدراسي:

☐ ثانية ليسانس☐ ثالثة ليسانس☐ أولى ماستر☐ ثانية ماستر

• هل سبق لك ان استمعت الى برامج إذاعية ذات محتوى قيمى - أخلاقى، دينى، تربوى،

اجتماعى ، ثقافى -؟

☐ نعم☐ لا

• ما نوع البرامج القيمة التى تستدعى انتباهك أكثر؟

يمكن اختيار أكثر من نوع واحد

☐ دينية☐ أخلاقية☐ تربوية☐ ثقافية☐ اجتماعية

المحور الثاني: الاعلام القيمي والإذاعة المحلية - إذاعة الجزائر من الوادي والمغیر -

يرجى وضع علامة (x) حسب درجة موافقتك: موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة

- اتابع أحيانا برامج قيمية في إذاعة الجزائر من الوادي والمغیر

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- أرى ان إذاعة الجزائر من الوادي والمغیر تهتم بقضايا الهوية والانتماء الثقافي المحلي

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- ألاحظ ان تكرار الرسائل الإعلامية في هذه الإذاعة يعزز لقيم الدينية والأخلاقية والتربوية والثقافية

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- أجد ان خطاب الإذاعة المحلية القيمة يتماشى مع خصوصية المجتمع المحلي في الوادي والمغیر

☐ موافق بشدة

☐ موافق

- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة
- أفضل البرامج القيمة المحلية على تلك التي تبثها اذاعات وطنية او دولية
- موافق بشدة
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة
- تساعد الإذاعة القيمة المحلية على الحفاظ على عادات وتقاليد المجتمع
- موافق بشدة
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة
- الاعلام القيمي المسموع من الإذاعة المحلية يعبر عن واقعي الثقافي والاجتماعي
- موافق بشدة
- موافق
- محايد
- غير موافق
- غير موافق بشدة
- المحور الثالث: مساهمة الاعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية**
- تساعدني البرامج القيمة المسموعة على احترام الراي الآخر في الحياة اليومية
- موافق بشدة
- موافق
- محايد

- ☐ غير موافق
- ☐ غير موافق بشدة
- تعزز الإذاعة القيمية ثقافة الحوار والمشاركة المجتمعية لدى
 - ☐ موافق بشدة
 - ☐ موافق
 - ☐ محايد
 - ☐ غير موافق
 - ☐ غير موافق بشدة
- اكتسب من خلال البرامج القيمية سلوكيات اجتماعية إيجابية مثل التعاون والتسامح..
 - ☐ موافق بشدة
 - ☐ موافق
 - ☐ محايد
 - ☐ غير موافق
 - ☐ غير موافق بشدة
- تدفعني البرامج ذات الطابع القيمي الى التفكير في دوري داخل الاسرة والمجتمع
 - ☐ موافق بشدة
 - ☐ موافق
 - ☐ محايد
 - ☐ غير موافق
 - ☐ غير موافق بشدة
- تساعد الإذاعة القيمية في زيادة الوعي بالمسؤولية الاجتماعية
 - ☐ موافق بشدة
 - ☐ موافق
 - ☐ محايد
 - ☐ غير موافق
 - ☐ غير موافق بشدة

- اشعر ان الاعلام القيمي المسموع يقربني من قضايا المجتمع المحلي ويدفعني للمشاركة فيه

☐ موافق بشدة
☐ موافق
☐ محايد
☐ غير موافق
☐ غير موافق بشدة

- تنمي البرامج القيمية في الإذاعة روح المواطنة والالتزام بالقيم المجتمعية

☐ موافق بشدة
☐ موافق
☐ محايد
☐ غير موافق
☐ غير موافق بشدة

المحور الرابع: مساهمة الاعلام القيمي المسموع في التنشئة الثقافية

- اشعر ان الاعلام القيمي ساعدني في التعرف على مكونات الثقافة المحلية

☐ موافق بشدة
☐ موافق
☐ محايد
☐ غير موافق
☐ غير موافق بشدة

- ساهمت البرامج الاذاعية القيمية في ترسيخ الانتماء الثقافي لدي

☐ موافق بشدة
☐ موافق
☐ محايد
☐ غير موافق
☐ غير موافق بشدة

- أصبحت أقدر الرموز الثقافية كاللباس واللهجة والشعر الشعبي...من خلال ما تبثه الإذاعة

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- ساعدني الاعلام القيمي في التمييز بين القيم الثقافية الاصلية والدخيلة

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- أدركت من خلال البرامج الاذاعية العلاقة بين الثقافة والهوية الوطنية

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

المحور الخامس: تمثيلات البعد الرمزي في الاعلام القيمي (الغرس الرمزي)

- البرامج الاذاعية تكرر صورا رمزية تجعلها مألوفة ومقبولة لدى

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- الإذاعة القيمية تربط بين السلوك الإيجابي والالتزام الأخلاقي

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- الاعلام القيمي يساعدني في تكوين صورة ذهنية عن الاسرة

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- ساعدني تكرار الصور الرمزية في الاعلام المسموع على فهم المعاني الثقافية

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- الاعلام القيمي غرس في إدراكا لمعاني الانتماء والهوية

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

المحور السادس: دور المتغيرات الوسيطة في تفسير المضامين القيمية

- يؤدي اختلاف النوع الاجتماعي (ذكر/أنثى) الى اختلاف في فهم الرسائل القيمية في الاعلام

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- اشعر ان خلفيتي الدراسية تساعدني في فهم الرسائل القيمية التي تقدمها الإذاعة

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- استفيد من خبراتي وتجربتي الخاصة في فهم وتفسير المضامين الأخلاقية والتربوية في الإذاعة القيمية

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- احاور من حولي بشأن مضامين اعلامية قيمية، ما يساعدني على تفسيرها بشكل أعمق

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- يساعطني التواصل مع زملائي وافراد اسرتي في إعادة تأويل المضامين القيمية المسموعة

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

المحور السابع: الآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة

- أطبق في حياتي اليومية بعض القيم التي اتعلمها من البرامج الاذاعية

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- ساعدتني الإذاعة القيمية في تصحيح بعض سلوكياتي او مواقفي

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- اشعر ان القيم التي تقدم في الاعلام القيمي أصبحت جزء من رؤيتي للأشياء من حولي

☐ موافق بشدة

☐ موافق

☐ محايد

☐ غير موافق

☐ غير موافق بشدة

- أحس بتقدير أكبر لهويتي الثقافية بعد متابعتي للبرامج الاذاعية القيمة
 - ☐ موافق بشدة
 - ☐ موافق
 - ☐ محايد
 - ☐ غير موافق
 - ☐ غير موافق بشدة
- الرسائل القيمة المتكررة في الاعلام القيمي اثرت على طريقة تواصلتي مع الاخرين
 - ☐ موافق بشدة
 - ☐ موافق
 - ☐ محايد
 - ☐ غير موافق
 - ☐ غير موافق بشدة
- ساهم الاستماع للبرامج القيمة في تعزيز شعوري بالمسؤولية تجاه المجتمع
 - ☐ موافق بشدة
 - ☐ موافق
 - ☐ محايد
 - ☐ غير موافق
 - ☐ غير موافق بشدة

الأسئلة المفتوحة: يرجى الاجابة بحرية ووضوح حسب رأيك الشخصي
في رأيك ماهي القيم التي نجحت الإذاعة القيمية في تعزيزها لديك؟

.....
.....
.....

هل ترى ان المضامين القيمية المقدمة في الإذاعة المحلية تحتاج الى تطوير او
تغيير؟ وكيف ذلك؟

.....
.....
.....

الجدول رقم (أ): تحديد الاتجاه العام حسب قيم المتوسط المرجح

الدرجة	مجال المتوسط الحسابي	الاتجاه العام	الإجابة على الأسئلة حسب سلم ليكارت الخماسي
1	من 01 الى 1.80	مستوى منخفض جدا	لا ابداء
2	من 1.81 الى 2.60	مستوى منخفض	نادرا
3	من 2.61 الى 3.40	مستوى متوسط	محايد
4	من 3.41 الى 4.20	مستوى مرتفع	غالبا
5	من 4.21 الى 5	مستوى مرتفع جدا	نعم دائما

الجدول رقم (ب): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لعينة الدراسة

نوع الاختبار	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk			نوع التوزيع
	Sig.	df	Statistic	Sig.	Df	Statistic	
البيانات	0.001	180	0.122	0.001	180	0.958	غير طبيعي
الإعلام القيمي والإذاعة المحلية	0.001	180	0.129	0.001	180	0.957	غير طبيعي
مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الاجتماعية	0.001	180	0.128	0.001	180	0.958	غير طبيعي
مساهمة الإعلام القيمي في التنشئة الثقافية	0.001	180	0.154	0.001	180	0.936	غير طبيعي
تمثيلات البعد الرمزي (الغرس الرمزي)	0.001	180	0.117	0.001	180	0.965	غير طبيعي
دور المتغيرات الوسيطة	0.001	180	0.157	0.001	180	0.930	غير طبيعي
لآثار القيمية للمضامين الإعلامية المسموعة							

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

الجدول رقم (12): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "دينية" تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

البيانات	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "t"	مستوى الدلالة
ذكر	78	0.78	0.416	169	1.528	0.064
انثى	93	0.68	0.470			

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

الجدول رقم (13): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "دينية" تعزى لمتغير الفئة العمرية

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.644	2	0.322	1.617	0.202
داخل المجموعات	33.438	168	0.199		
التباين الكلي	34.082	170			

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

الجدول رقم (14): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "دينية" تعزى لمتغير المستوى الدراسي

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.261	3	0.087	0.430	0.732
داخل المجموعات	33.820	167	0.203		
التباين الكلي	34.082	170			

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

الجدول رقم (15): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "أخلاقية" تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

البيانات	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "t"	مستوى الدلالة
ذكر	78	0.36	0.483	169	.3760-	0.354
انثى	93	0.39	0.490			

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

الجدول رقم (16): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "أخلاقية" تعزى لمتغير الفئة العمرية

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	1.904	2	.952	4.192	.017
داخل المجموعات	38.143	168	.227		
التباين الكلي	40.047	170			

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

الجدول رقم (17): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "أخلاقية" تعزى لمتغير المستوى الدراسي

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	1.428	3	.476	2.058	.108
داخل المجموعات	38.619	167	.231		
التباين الكلي	40.047	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

الجدول رقم (18): ملخص مخرجات اختبار العينة الوحيدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "تربوية" تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

البيانات	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "t"	مستوى الدلالة
ذكر	78	0.23	0.424	169	-1.030	152.
انثى	93	0.30	0.461			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

الجدول رقم (19): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "تربوية" تعزى لمتغير الفئة العمرية

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.052	2	0.026	0.130	0.879
داخل المجموعات	33.574	168	0.200		
التباين الكلي	33.626	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

الجدول رقم (20): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "تربوية" تعزى لمتغير المستوى الدراسي

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	.285	3	0.095	0.477	0.699
داخل المجموعات	33.340	167	0.200		
التباين الكلي	33.626	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

الجدول رقم (21): ملخص مخرجات اختبار العينة الواحدة T.Test لتحديد وجود فروق في متوسطات إجابات الطلبة نحو نوع البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "ثقافية" تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

البيانات	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "t"	مستوى الدلالة
ذكر	78	0.49	0.503	169	.3220	0.374
انثى	93	0.46	0.501			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

الجدول رقم (22): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "ثقافية" تعزى لمتغير الفئة العمرية

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	0.392	2	0.196	0.780	0.460
داخل المجموعات	42.240	168	0.251		
التباين الكلي	42.632	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

الجدول رقم (23): ملخص مخرجات اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لتحديد وجود اختلاف إجابات الطلبة نحو البرامج القيمية التي تستدعي الانتباه "ثقافية" تعزى لمتغير المستوى الدراسي

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة المعنوية
بين المجموعات	6.803	3	2.268	10.570	<0.001
داخل المجموعات	35.828	167	0.215		
التباين الكلي	42.632	170			

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

الجدول رقم (ج): يوضح الارتباط بين تمثيلات البعد الرمزي والتنشئة الاجتماعية والثقافية

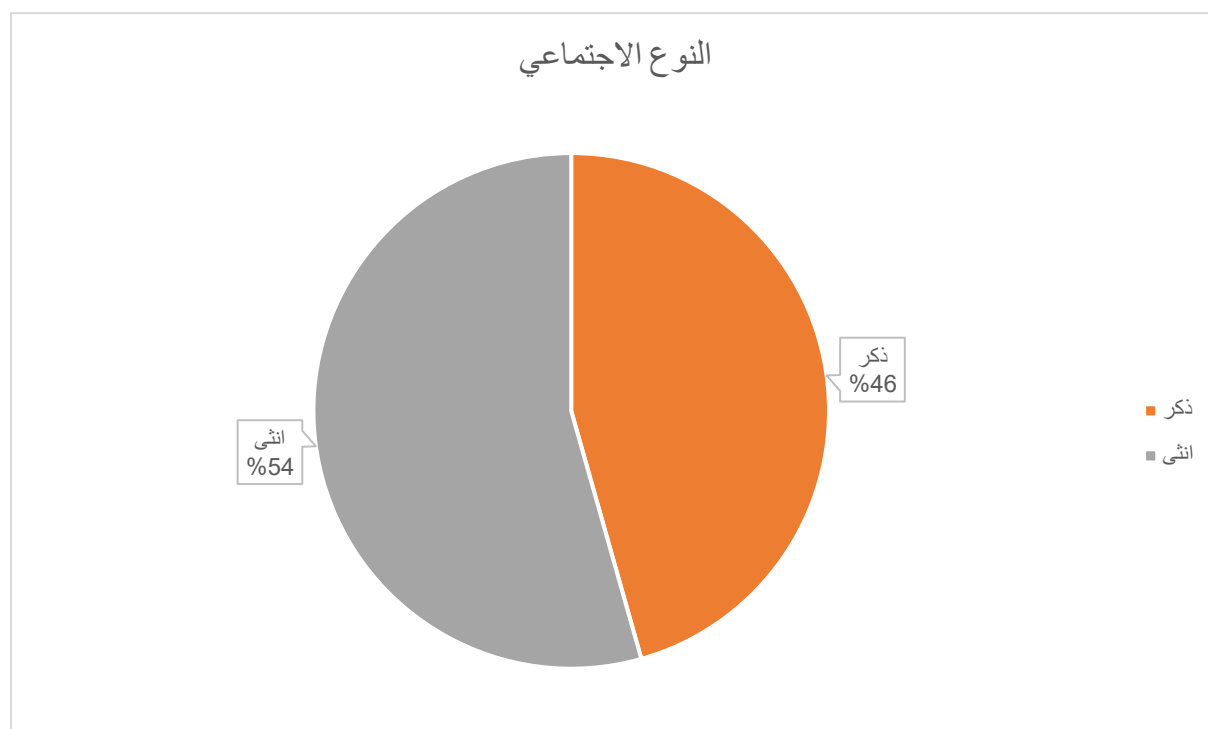
الرقم	العبارة	الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان	
		معامل الارتباط	الدلالة
1	الغرس الرمزي التنشئة الاجتماعية	0.561**	0.000
2	الغرس الرمزي في التنشئة الثقافية	0.750**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.

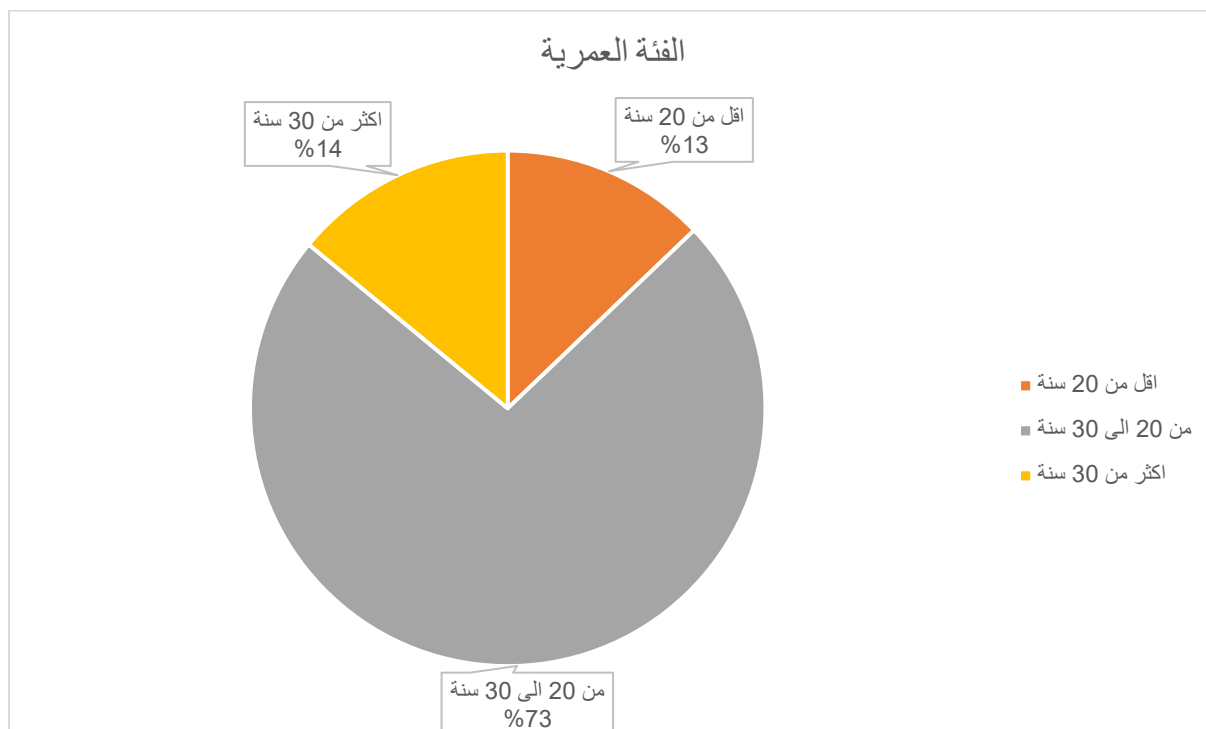
الجدول رقم (د): يوضح الارتباط بين دور المتغيرات الوسيطة والتنشئة الاجتماعية والثقافية

الرقم	العبارة	الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان	
		معامل الارتباط	الدلالة
1	المتغيرات الوسيطة في التنشئة الاجتماعية	0.323**	<.001
2	المتغيرات الوسيطة في التنشئة الثقافية	0.503**	<.001

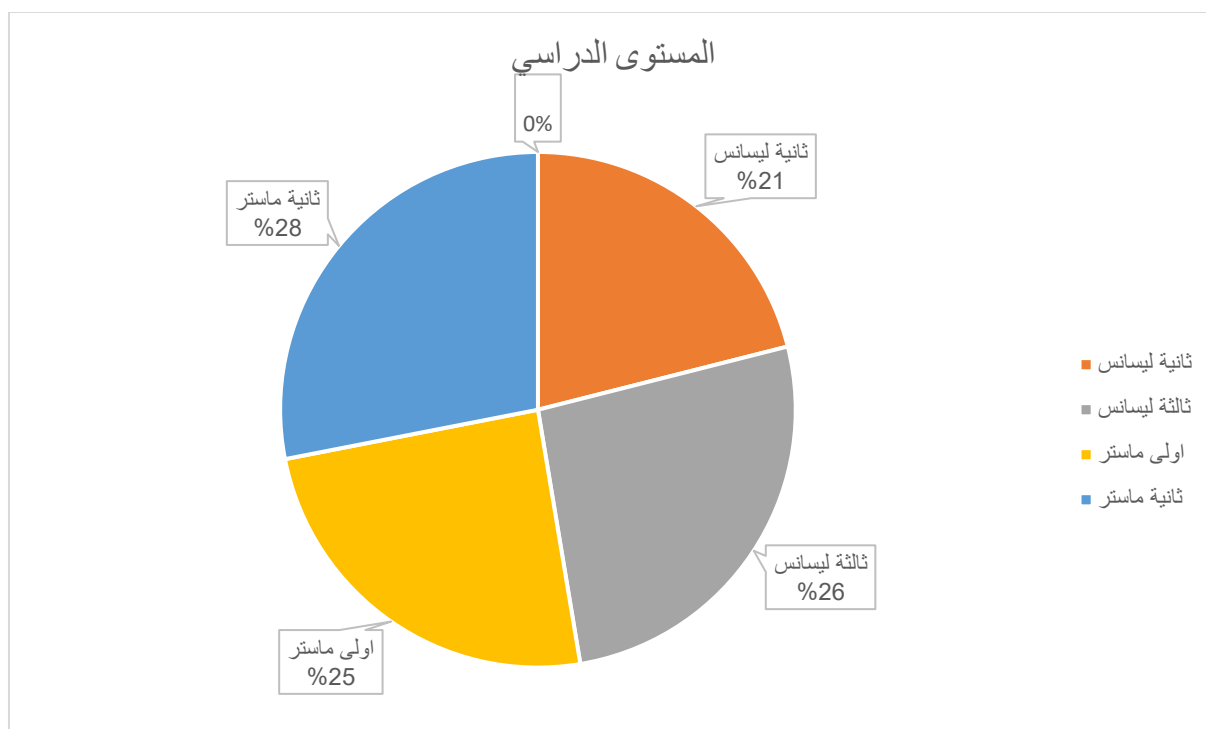
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS V31.



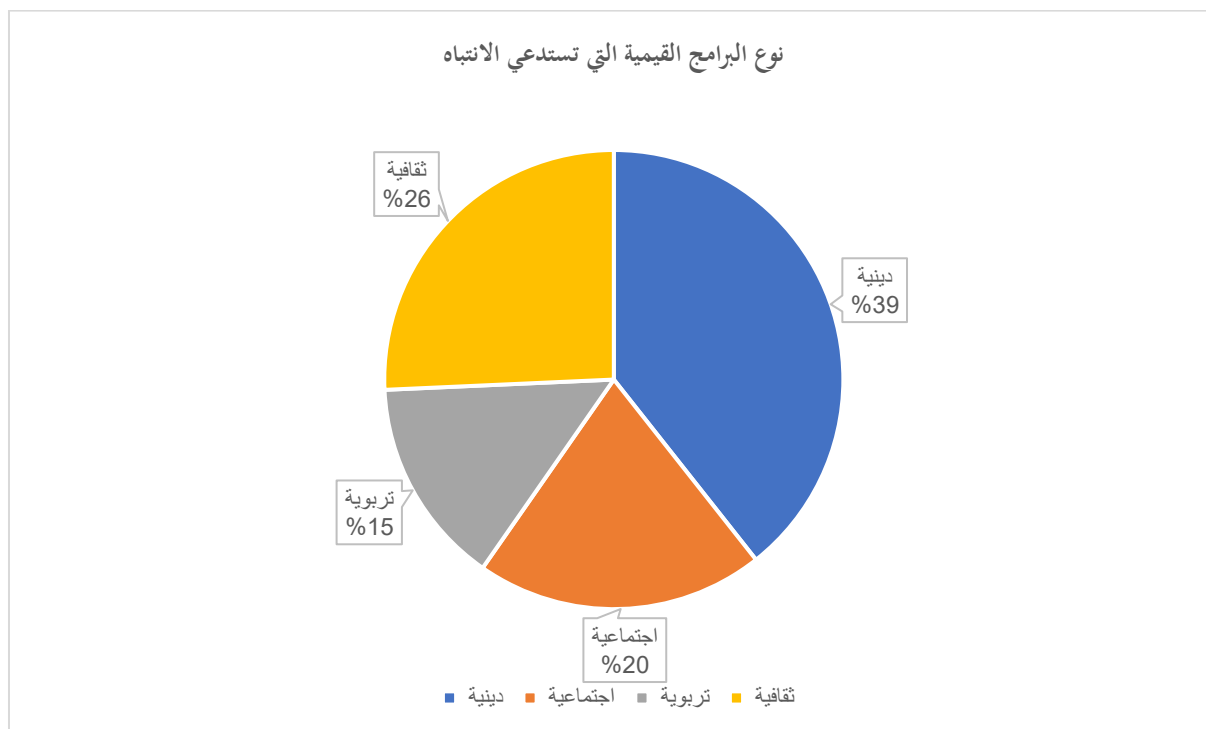
شكل رقم 5: تمثيل افراد العينة حسب النوع الاجتماعي



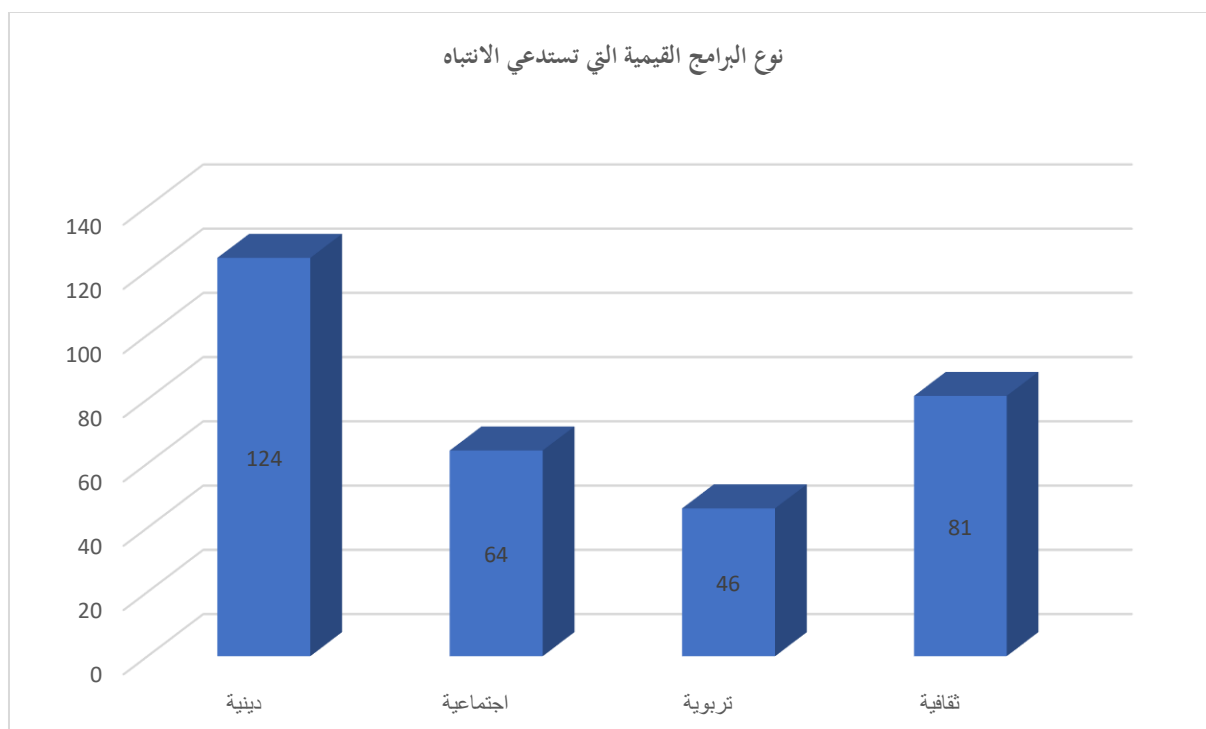
شكل رقم 6: تمثيل افراد العينة حسب الفئة العمرية



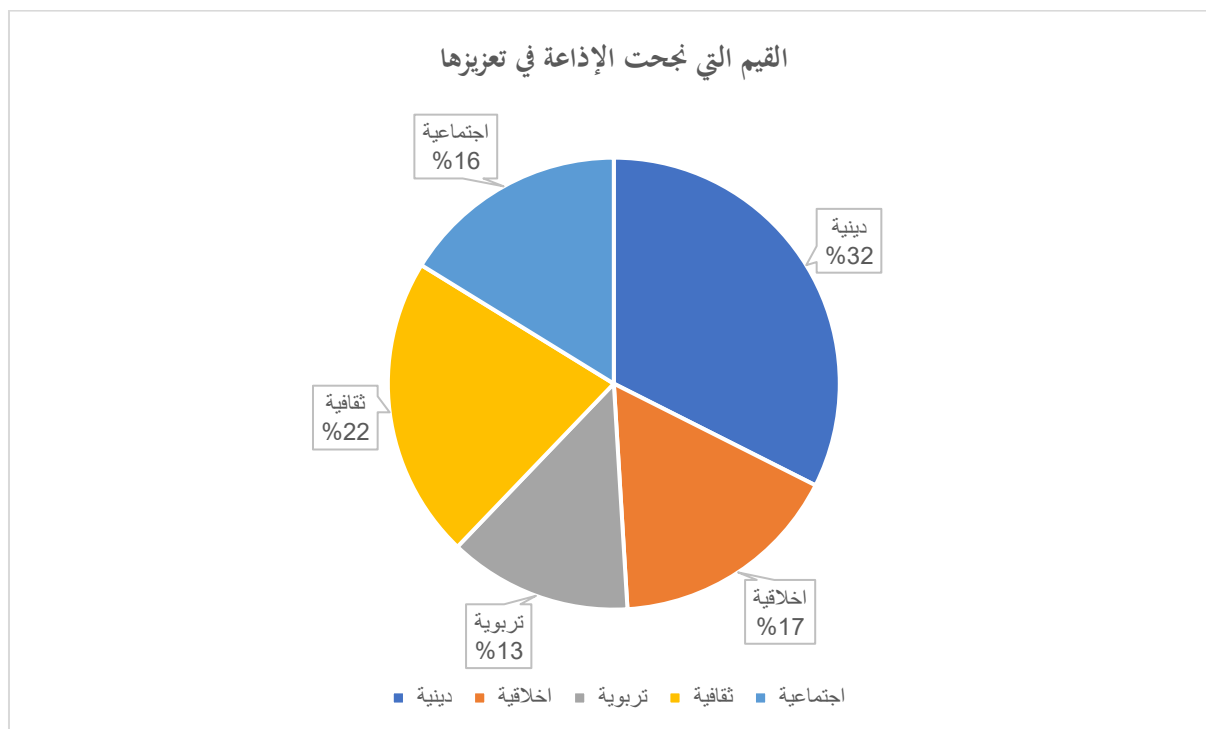
شكل رقم 7: تمثيل افراد العينة حسب المستوى الدراسي



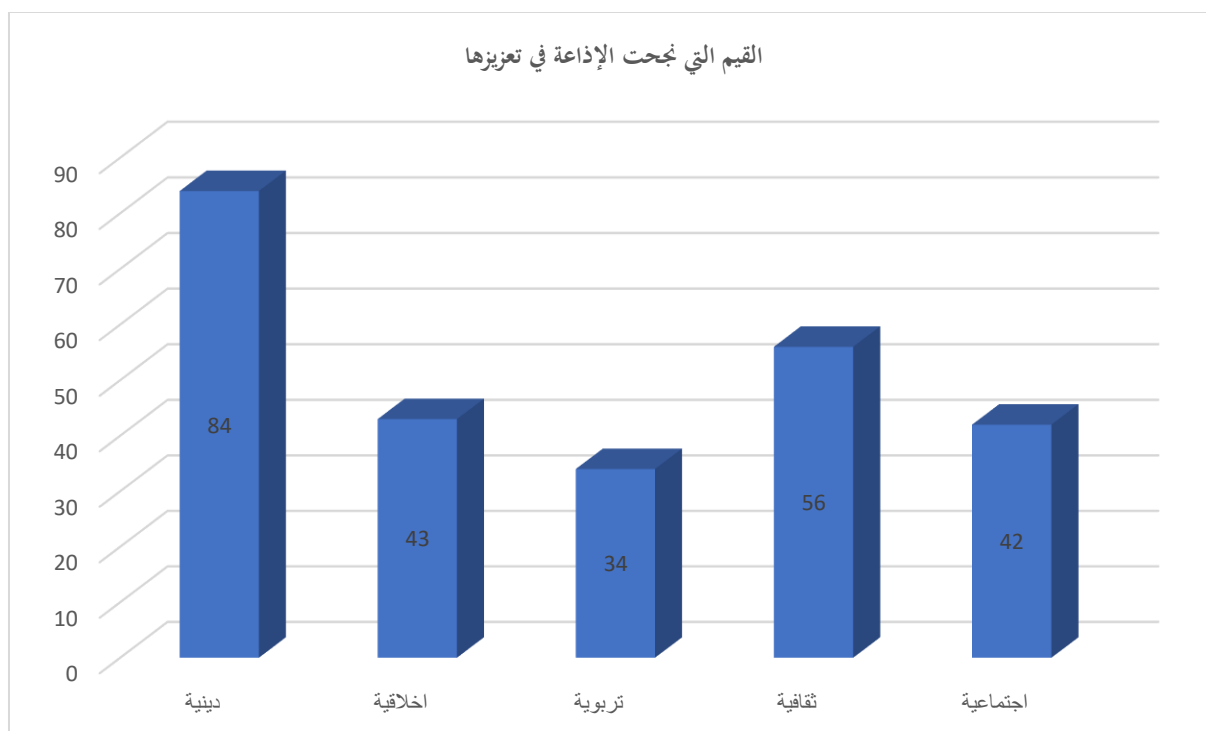
شكل رقم 8: تمثيل نوع البرامج القيمية التي تستدعي انتباه المبحوثين



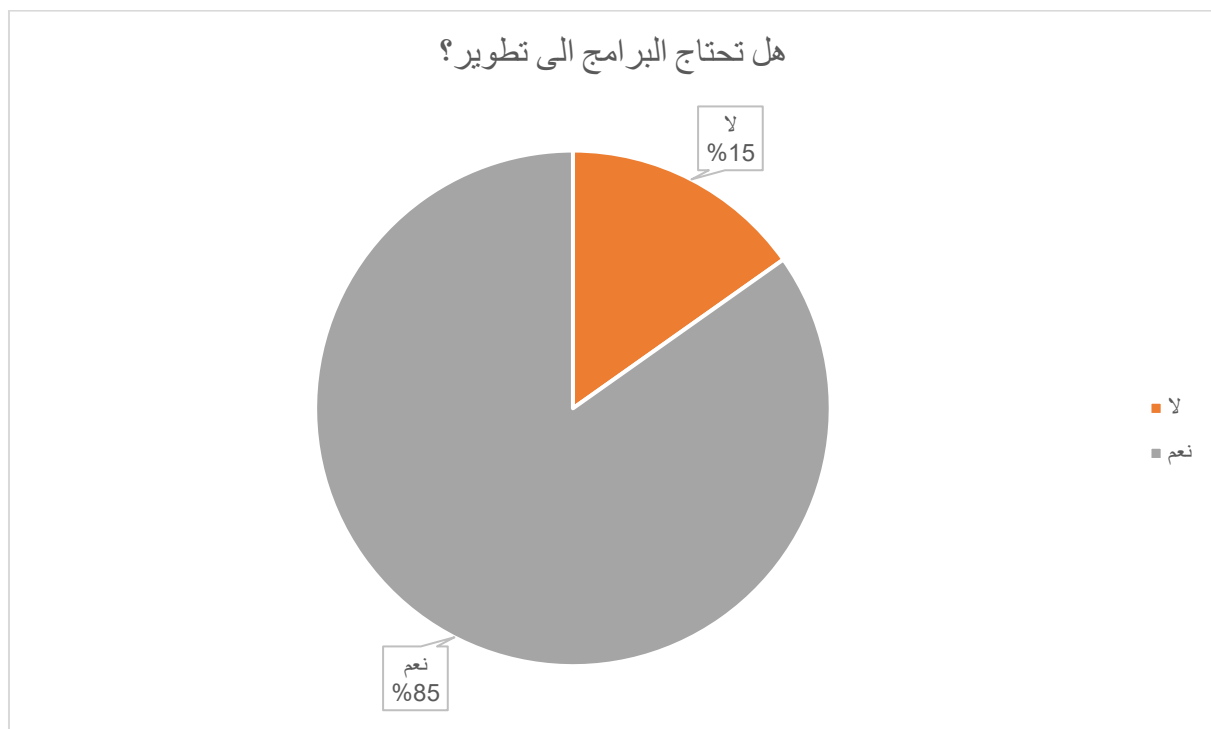
شكل رقم 9: تمثيل نوع البرامج القيمية التي تستدعي انتباه المبحوثين بالاعتماد على البيانات



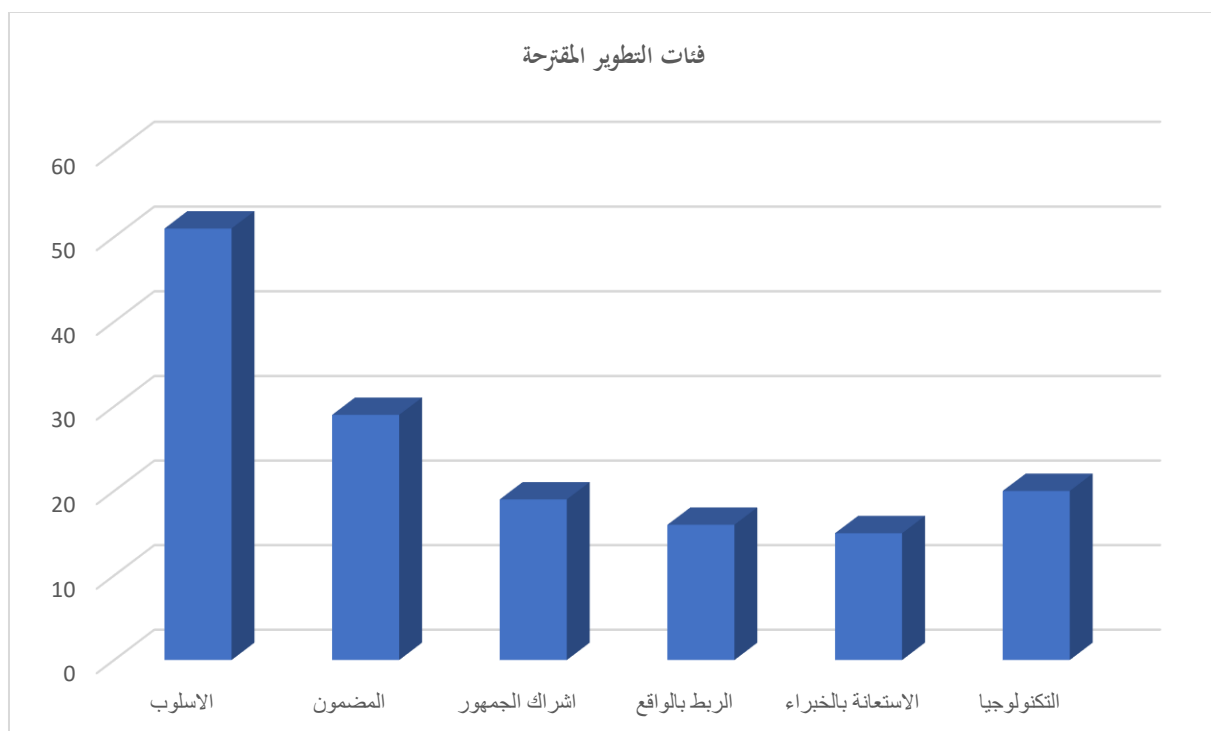
شكل رقم 10: تمثيل القيم التي نجحت الإذاعة القيمية في تعزيزها لدى المبحوثين



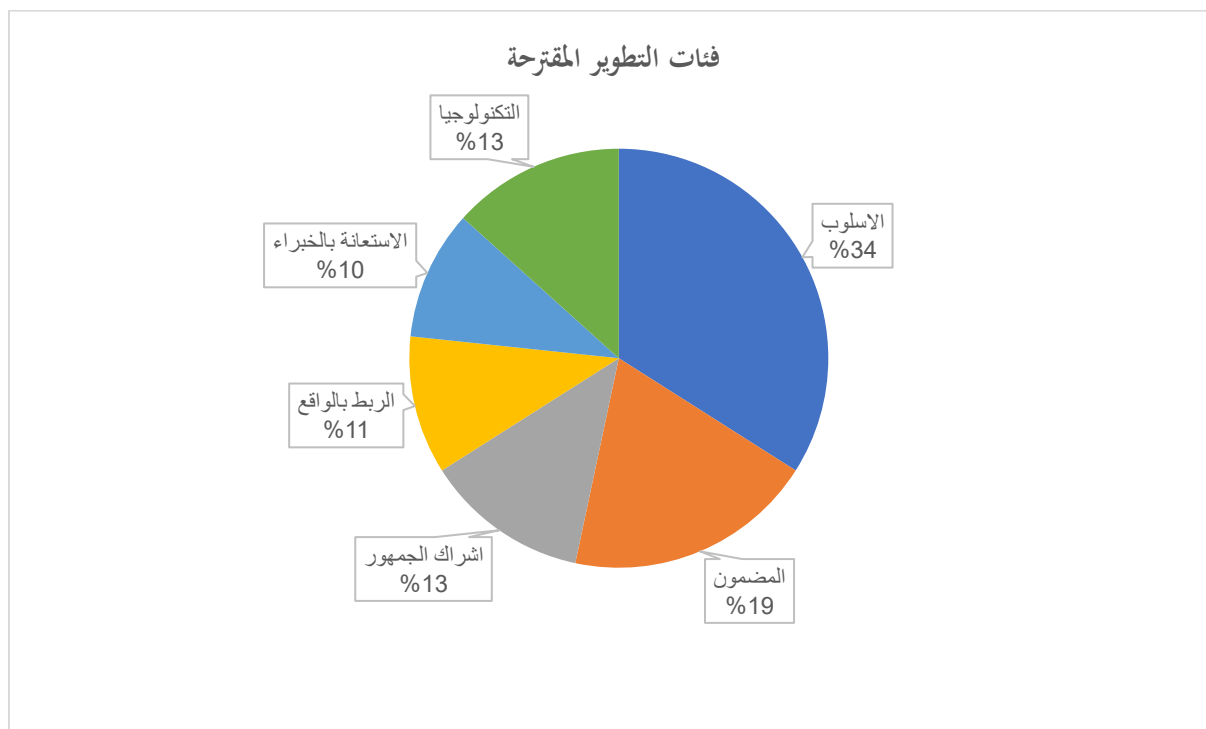
شكل رقم 11: تمثيل القيم التي نجحت الإذاعة القيمية في تعزيزها لدى المبحوثين بالاعتماد على البيانات



شكل رقم 12: تمثيل أفراد عينة الدراسة حول الحاجة الى تطوير البرامج الاذاعية القيمة



شكل رقم 13: تمثيل فئات التطوير المقترحة بالأعمدة البيانية



شكل رقم 14: تمثيل فئات التطوير المقترحة للبرامج الاذاعية القيمة للبرامج الاذاعية القيمة

قائمة المصادر والمراجع

أولاً- المصادر:

❖ القرآن الكريم

❖ صحيح البخاري

- 1- ابن كثير، تفسير القرآن الكريم، ج2، دار الفكر، مصر، 2008
- 2- ابن منظور، لسان العرب، ط1، المجلد4، دار صادر، بيروت، لبنان، 1990
- 3- ابن منظور، لسان العرب، الجزء3، دار الطباعة للنشر، بيروت، لبنان، 1997
- 4- احمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الاعلام، ط2، دار الكتاب المصري، مصر، 1994
- 5- احمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة بيروت، لبنان، 1993
- 6- احمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، دار المعرفة، القاهرة، مصر، 1998
- 7- المعجم الوسيط، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، الجزء1، إسطنبول، تركيا، 1972
- 8- المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، دار الدعوة للنشر، القاهرة، مصر، 2004
- 9- دينكين متشل، معجم علم الاجتماع، تر: احسان محمد الحسن، دار الطليعة، بيروت، لبنان، 1981
- 10- عبد الهادي الجوهري، قاموس علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، 1991
- 11- محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، دار المشرق الثقافي، عمان، الأردن، 2010

ثانياً - المراجع باللغة العربية:

- 12- إبراهيم امام، الاعلام الإذاعي والتلفزيوني، ط1، دار الهناء للطباعة، القاهرة، مصر، 1979
- 13- إبراهيم إسماعيل، الاعلام المعاصر: وسائله، مهاراته، تأثيراته، واخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث، الدوحة، الكويت، 2014
- 14- إبراهيم عبد الله مسلمي، الراديو والتلفزيون وتنمية المجتمع المحلي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1996
- 15- احمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010

- 16- احمد بن مرسلبي، الأسس العلمية لبحوث الاعلام والاتصال، ط1، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013
- 17- احمد بن نعمان، سمات الشخصيات الجزائرية من منظور الانثروبولوجيا النفسية، ط1، د دار نشر، د س، د بلد
- 18- احمد حقي الحلبي وآخرون، مبادئ التربية، مطبعة جامعة بغداد، العراق، 1985
- 19- احمد حمدي، الخطاب الإعلامي العربي: آفاق وتحديات، ط2، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007
- 20- احمد علوش، الاعلام في القرآن الكريم، ط1، ج1، شركة سعيد رأفت للطباعة، القاهرة، مصر، 1986
- 21- احمد عبادة سرحان، الإحصاء الاجتماعي، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، دس
- 22- احمد علي كنعان، أدب الأطفال والقيم التربوية، دار الفكر المعاصر للطباعة والنشر والتوزيع، 1995
- 23- احمد محمد عبد الخالق، قياس الشخصية، ط1، مطبوعات جامعة الكويت، الكويت، 1996
- 24- الخوالدية محمد وزملاؤه، التربية والمجتمع والتنمية، جامعة القدس المفتوحة، عمان، الأردن، 1993
- 25- الطاهر علي موهوب، التنشئة الاجتماعية وعلاقتها بالمشاركة السياسية، دار العلم للملايين، كفر الشيخ دسوق، مصر، 2010
- 26- ايمان عبد الرحمان، احمد محمود، دور الإذاعة في نشر التوعية الامنية، ط1، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، السعودية، 2010
- 27- بلقاسم بن روان، وسائل الاعلام والمجتمع - دراسة في الابعاد الاجتماعية والمؤسسية - ط1، الدار الخلدونية، الجزائر، 2007
- 28- جاد سهير وسامية احمد علي، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، ط2، دار الفجر، القاهرة، مصر، 1999
- 29- حسن عماد مكاي، الاخبار في الراديو والتلفزيون، دط، المكتبة الانجلومصرية، مصر، 1998
- 30- حسن عماد مكاي، نظريات الاعلام، ط2، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2012

- 31- حسن عماد مكاي، وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2010
- 32- حسن شحاتة، نحو ثقافة جديدة للمعلمين: التنمية المهنية والتأهيل التربوي، ط1، العالم العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2012
- 33- حسون تماضر محمد زهري، جرائم الاحداث الذكور في الوطن العربي، ط1، المركز العربي للدراسات الأمنية، الرياض، السعودية، 1415هـ-
- 34- حسين عبد الحميد احمد رشوان، المجتمع: دراسات في علم الاجتماع، مؤسسة شباب الجامعة، القاهرة، مصر، دس
- 35- حسين عبد الحميد احمد رشوان، علم الاجتماع النفسي: المجتمع والثقافة والشخصية، د ط، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2010
- 36- حنان عبد الحميد العناني، الطفل والاسرة والمجتمع، د ط، دار صفاء للنشر والتوزيع، مصر، 2000
- 37- خالد حامد، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008
- 38- دلال ملحس استيتية، التغير الاجتماعي والثقافي، ط4، دار الكتب للنشر والتوزيع، 2007
- 39- رابع تركي، دراسات في التربية الإسلامية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1987
- 40- رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الاعلام: من الاتصال الذاتي الى الوسائط الرقمية المتعددة، ط2، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2009
- 41- ريم عبود، البرامج الاذاعية وأثرها في التوعية الاجتماعية، دار الفكر، دمشق، سوريا، 2015
- 42- زهير إحدادان، تاريخ الإذاعة والتلفزيون، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989
- 43- زينب ابراهيم العزبي، علم الاجتماع العائلي، جامعة بنها، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، مصر، دس
- 44- سامي القصاص، الاعلام الديني في المجتمع المعاصر، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2010
- 45- سمير إبراهيم حسن، الثقافة والمجتمع، ط1، دار الفكر المعاصر للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2007

- 46- سناء جبور، الاعلام الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014
- 47- صالح محمد حميد، دور الإذاعات المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012
- 48- صالح محمد علي أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2000
- 49- صلاح الدين شروخ، علم النفس الاجتماعي والإسلام، الجزائر، 2010
- 50- عاصف حميدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني ومفاتيح النجاح واسرار الابداع، ط2، ابوظبي، 2003
- 51- عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1993
- 52- عاطف وصفي، الانثروبولوجيا الاجتماعية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1977
- 53- عامر مصباح، التنشئة الاجتماعية والسلوك الانحرافي لتلاميذ المدرسة الثانوية، ط1، دار الامة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2003
- 54- عاهد حسين الصفدي، دقات على الباب العتيق مقالات اجتماعية، دار الكتاب للنشر، الامارات العربية المتحدة، 2015
- 55- عباس شومان، مصادر التشريع الإسلامي، د ط الدار، الثقافية للنشر، مصر، 2000
- 56- عبد الحميد لطفي، علم الاجتماع، ط6، دار المعارف، القاهرة، مصر، 1976
- 57- عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر اعلامي متميز، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي، بيروت، لبنان، 2003
- 58- عبد العزيز شرف، الاعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، د ط، دار قباء، القاهرة، مصر، 1998
- 59- عبد الكريم بكار، مقدمات للنهوض بالعمل الدعوي، ط4، دار القلم، دمشق، سوريا، 2004
- 60- عبد الله الوشلي، الاعلام الإسلامي في مواجهة الاعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ط2، دار عمان، الاردن، 1994

- 61- عبد الله تايه، الاعلام الثقافي في الإذاعة والتلفزيون، ط2، دار المجد- رام الله، فلسطين، 2006
- 62- عبد الله زاهي الرشدان، التربية والتنشئة الاجتماعية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005
- 63- عبد الله شحاتة، الدعوة الإسلامية والاعلام الديني، ط2، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1986
- 64- عبد الله محمد بن عبد الرحمان، سوسيولوجيا الاتصال والاعلام، د ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002
- 65- عبد المجيد شكري، الإذاعة المحلية لغة العصر، د ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1987
- 66- عبد المجيد شكري، الاعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2007
- 67- عبد الواحد حلواني، تنشئة الطفل وثقافة التنشئة، ط1، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 1997
- 68- عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط2، دار النмир للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2004
- 69- عدلي السيد، محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، د ط، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، د س
- 70- علي بوعناقة، بلقاسم سلاطنة، علم الاجتماع التربوي: مدخل ودراسة قضايا، دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة، الجزائر، د س
- 71- علي عبد الفتاح علي، التنشئة الاجتماعية، دار الايتام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016
- 72- علي معمر عبد المؤمن، البحث في العلوم الاجتماعية، ط1، منتدى سور الازبكية، مصر، 2008
- 73- عماد عبد الغني، سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والاشكاليات... من الحداثة الى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2006
- 74- عمر احمد همشري، التنشئة الاجتماعية للطفل، ط2، دار النشر والتوزيع، كلية العلوم التربوية، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، 2013

- 75- عمر محمد التومي الشيباني، مقدمة في الفلسفة الإسلامية، ط2، الدار العربية للكتاب، تونس، 1435هـ
- 76- فؤاد البهي السعيد وسعد عبد الرحمان، علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة، دار الفكر العربي، مصر، 2006
- 77- فاطمة منتصر الكياني، الاتجاهات الوالدية في التنشئة الاجتماعية وعلاقتها بمخاوف الذات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000
- 78- فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998
- 79- لوي تاينغ، كيفية انشاء محطة إذاعية للبث المحلي، ط1، منظمة الأمم المتحدة للتعليم والعلوم والثقافة، (اليونسكو)، القاهرة، مصر، 2005
- 80- مراد زعيمي، مؤسسات التنشئة الاجتماعية، دار قرطبة، عنابة، الجزائر، 2007
- 81- محمد احمد صوالحة، محمد احمد صوالحة، اساسيات التنشئة الاجتماعية للطفولة، دار الكندي للنشر والتوزيع، 1994
- 82- محمد الهادي عفيفي، عبد الفتاح جلال، التربية ومشكلات المجتمع، ط3، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، مصر، 1972
- 83- محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية: أسسها، اساليبها، مجالاتها، ط2، الرياض، السعودية، 2004
- 84- محمد سعود السرحان، الصراع القيمي لدى الشباب العربي، منشورات، وزارة الثقافة، عمان، الأردن، 1994
- 85- محمد شفيق، الانسان والمجتمع، مكتب المجتمع الحديث، الإسكندرية، مصر، 1997
- 86- محمد فتح عكاشة، محمد شفيق زكي، مدخل الى علم النفس الاجتماعي، ط1، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1997
- 87- محمد فتحي عمارة، الاعلام الإسلامي والتحديات المستقبلية، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 2012
- 88- محمد عبد الحميد، الاعلام والاتصال الجماهيري، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001

- 89- محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2009
- 90- محمد مزيان عمر، البحث العلمي: مناهجه وتقنياته، ط4، دار الشروق للنشر والطباعة، جدة، السعودية، 1983
- 91- محمد مزيان، مدخل الى نظريات الاتصال المعاصرة، ط1، لالة سكيبة للطباعة والنشر، الجزائر، 2000
- 92- محمد محمد نعيمة، التنشئة الاجتماعية وسمات الشخصية، دار الثقافة العلمية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2002
- 93- محمد منير حجاب، الاعلام الإسلامي: المبادئ- النظرية- التطبيق، ط1، دار الفجر، القاهرة، مصر، 2002
- 94- محمد منير حجاب، الاعلام والتنمية الشاملة، د ط، دار الفجر للإنتاج والتوزيع، القاهرة، مصر، 1998
- 95- محمد منير حجاب، وسائل الاتصال: نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، د س
- 96- محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004
- 97- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003
- 98- محمود محمد سفر، الاعلام موقف، ط1، الكتاب العربي السعودي، جدة، السعودية، 1982
- 99- مصطفى العليان، عبد الباسط مصطفى محمد، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، د ط، دار الصف للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999
- 100- مصطفى حجازي، علم النفس والعولمة: روى مستقبلية في التربية والتنمية، ط1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، لبنان، 2000
- 101- مصطفى عشوي، مدخل الى علم النفس المعاصر، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994
- 102- منال هلال المزهرية، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014

- 103- منى سعيد الحديدي، سلوى امام علي، الاعلام والمجتمع، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2004
- 104- مورييس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإسلامية، تر: بوزيد صحراوي وكمال بوشرف وسعيد سبعون، دار القصة، الجزائر، 2006
- 105- ميرفت الطرايشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، د ط، دار النهضة، القاهرة، د س
- 106- نازلي إسماعيل حسين، الشعب والتاريخ هيغل، د ط، مؤسسة المعارف للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 1976
- 107- نخبة من أساتذة علم الاجتماع، علم اجتماع المجتمعات الجديدة، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003
- 108- نعمت حسن عبد الحميد، دراسات في نظريات الاعلام، العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2019
- 109- نصير بوعلي، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الاعلام، ط1، مكتبة اقرا، قسنطينة، الجزائر، 2009
- 110- إبراهيم، الثقافة في مواجهة العصر: قضايا سوسيولوجية معاصرة في علم الاجتماع الثقافي، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، الجزائر، 2008
- 111- نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة العمومية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1998
- 112- هادي الجنابي حردان، الاعلام الإسلامي الالكتروني، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2016
- 113- يحي بسيومي، الإذاعة الإسلامية، ط2، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، مصر، 2013
- 114-

ثالثا - المجلات والدوريات:

- 115- أحلام بلمادي، سوسيولوجية القيم والتغير القيمي في المجتمع الجزائري، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، المجلد 4، العدد 7، ماي 2016
- 116- احمد شرماطي، الإذاعات الجهوية في الجزائر: كسب رهان الجوارية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 2، تونس، 2010
- 117- أسماء براهيم، العلاقة بين الثقافة والهوية، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، المجلد 8، العدد 1، جامعة المسيلة، جوان 2018
- 118- الحسين سعيد عبد الهادي المرهج، المسؤولية الاجتماعية للإذاعات العراقية في ترسيخ القيم الاجتماعية - دراسة تحليلية لإذاعة الرابعة اف ام على الفيس بوك - مجلة لا رك، المجلد 16، العدد 2، كلية الآداب جامعة واسط، مارس 2024
- 119- آمال توهامي، البعد القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال التشريعات الإعلامية - دراسة تحليلية لقانون الاعلام العضوي 2 المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 9، العدد 1، مارس 2022
- 120- آمال عميرات، ابعاد الاعلام والاتصال القيمي داخل المجتمع - دراسة قيمية في الابعاد الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في المجتمع المسلم - مجلة الحقوق والعلوم السياسية، العدد 11، جانفي 2019
- 121- باهية شنيط، التنشئة الثقافية ودورها في تأهيل الشخصية، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد 10، العدد 1، جانفي 2022
- 122- حفيظة محلب، الإذاعة المحلية والهوية الثقافية في ظل تحديات العولمة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 11، العدد 1، جوان 2018
- 123- خيرة العيدي، نظرية الحتمية القيمية وأداة التضاد الثنائي (التأثير الإيجابي والسلبي)، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 4، العدد 3، مارس 2017
- 124- رشيد غوافرية، شهرزاد بوعالية، دور وسائل الاتصال الحديثة في التنشئة الاجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 9، العدد 3، الجزائر، 2021

- 125- رشيد طبال، التنشئة الاجتماعية في الاسرة الجزائرية: الخصائص والوظائف، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 7، العدد 19، جوان 2015
- 126- زينب أشرف، أحمد جويلي، تعرض الجمهور للبرامج العلمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتأثيرات العرفية والسلوكية لديهم، مجلة بحوث، العدد 78، مصر، 2023
- 127- سارة دربال، وسائل الاعلام ودورها في التأثير على التنشئة الاجتماعية للطفل، مجلة جيل للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد، لبنان، 2019
- 128- سمير أيش، تحديات التنشئة الاجتماعية للطفل الجزائري في ظل الانفتاح الإعلامي على وسائل الاعلام الخاصة، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 5، العدد 1، المركز الجامعي علي كافي تندوف، الجزائر، 2021
- 129- سهير عثمان عبد الحليم، رؤية تحليلية نقدية في عينة من بحوث وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالصحافة، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 13، جانفي 2018
- 130- سهيلة لغرس، آثار وسائل الاعلام في عملية التنشئة الاجتماعية - مقارنة نظرية -، مجلة الاعلام والمجتمع، المجلد 6، العدد 2، ديسمبر 2022
- 131- عائشة لصلح، الاعلام الثقافي: إشكالية المفهوم وجدل العلاقة بين الاعلام والثقافة، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 24، العدد 1، جامعة سطيف، الجزائر، 2022
- 132- عبد الرحمان عزي، الحتمية القيمية والاعلام المعاصر، المعهد العالي للفكر الإسلامي، المجلد 24، العدد 81، الأردن، 2015
- 133- عبد الله الزين الحيدري، الاعلام الجديد: النظام والفوضى، المجلة العربية للإعلام والاتصال ، العدد 6، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 2009
- 134- عبد الله حنادر، دور إذاعة الشلف المحلية في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الشلف - مجلة آفاق للعلوم، العدد 5، جامعة الجلفة، الجزائر، 2016
- 135- عدي عبد الباري، جودي بهاش، دور الاعلام التربوي في الحد من ظاهرة الفساد، مجلة الكلية الإسلامية، العدد 82، الجزء 2، رمضان 1446هـ

- 136-** علي سلطاني، دور وسائل الاعلام في التنشئة الاجتماعية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 8، العدد 1، جوان 2017
- 137-** عيسى خنفيّر الديباني، دور وسائل الاعلام في تشكيل الهوية الوطنية والثقافية والتصدي لسلبات العولمة في المجتمع السعودي، مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية، المجلد 3، العدد 1، جانفي 2023
- 138-** قاسم محمد محمود خزعلي، القيم التربوية في ضوء الرؤية القرآنية والحديث النبوي الشريف، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد 25، سبتمبر 2011
- 139-** ليلي زادي، احمد عبدلي، مساهمة البرامج الثقافية في إذاعة سطيف المحلية في تعزيز الهوية الثقافية عند النساء الماكثات في البيت - دراسة ميدانية بمدينة سطيف - مجلة الاعلام والمجتمع، المجلد 2، يونيو 2018
- 140-** محمد عوالمية، نظرية الحتمية القيمية: قراءة تبسيطية للسياق والمبررات والمنهج، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 25، العدد 1، جوان 2014
- 141-** مختار جلولي، دور الاعلام الوطني في الثورة التحريرية من التأسيس الى الممارسة 1) (1962)، مجلة العبر للدراسات التاريخية والاثرية في شمال افريقيا، المجلد 6، العدد 2، جوان 2023
- 142-** مسعودة فلوس، نزيهة زمورة، دور وسائل الاعلام في تفعيل عملية التنشئة الاجتماعية، مجلة الدراسات الإعلامية التابعة للمركز الديمقراطي العربي، العدد 5، نوفمبر 2018
- 143-** مصطفى عبد الرحمان عبد الستار، القيم في الرسالة الإعلامية للبرامج الدينية في قنوات (الرسالة - دعوة - رحمة - قناة النعيم)، مجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 25، حزيران 2024
- 144-** نصر الدين لعياضي، إشكالية (المحلي) في علاقة وسائل الاتصال بالمجتمع، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 7، العدد 15، جانفي 1997
- 145-** نصر الدين لعياضي، مؤشرات البحث الإعلامي في الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 3، العدد 4، أكتوبر 1990

146- نصير بوعلي، مفاتيح النظرية الحتمية القيمة في الاعلام- مقارنة بنيوية- مجلة الحتم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 2، العدد 10، 2014

رابعاً- الرسائل الجامعية:

147- إسماعيل زياد، رمزية المنظور القيمي الثقافي في الاشهار الالكتروني الجزائري: دراسة تحليلية سيميولوجية لمعاملتي الهاتف النقال "موبيليس، جيزي، أوريدو"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2018

148- السعيد بومعيزة، أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006

149- إسماعيل ميهوبي، التنشئة الاجتماعية للتلاميذ والنظم المجتمعية بالوسط الريفي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، جامعة الجزائر 02، 2012

150- اسمهان جبالي، استراتيجية الاعلام المحلي في الحفاظ على الثقافة المحلية في ظل العولمة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال (غير منشورة)، جامعة الجزائر 03، 2012

151- حفيظة سنوسي، الإذاعة المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي الجزائري، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 1992

152- رشيد فريح، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري-دراسة حالة القناة الأولى- رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2009

153- سامح محمد عبد البديع، اعتماد المرأة المصرية على القنوات الدينية الإسلامية في القضايا الحياتية-دراسة تطبيقية- رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة المنصورة، مصر، 2016

154- شحات غريب، حسن جزر، البرامج الدينية الإسلامية في التلفزيون المصري-دراسة تقويمية- رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية التربية، جامعة الأزهر، مصر، 1987

- 155-** عاطف عدلي العبد، دور الإذاعة في تغيير النظرة التقليدية للمرأة في القرية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام (غير منشورة)، جامعة القاهرة، مصر، 1979
- 156-** عمر درياسة، دور الاعلام الديني في مواجهة الخطاب التكفيري بمنطقة الساحل الافريقي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2024
- 157-** صبرينة طيب، البرامج الثقافية في القناة الجزائرية -دراسة وصفية تحليلية- رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، تخصص: اعلام ثقافي، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2015
- 158-** صفية عوادي، مضامين البرامج في القناة الجزائرية-دراسة تحليلية للبرامج الثقافية بإذاعة ميله- أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث، كلية الاعلام والاتصال، تخصص: سمعي بصري، جامعة قسنطينة 03، 2024
- 159-** فتيحة لعزاري، العوامل السوسيو-اقتصادية- الثقافية وأثرها على التحصيل الدراسي لأبنائها المتدربين، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة الجزائر 02، 2013
- 160-** كمال بزاحي، تمثلات الهوية الثقافية الامازيغية في الأفلام الوثائقية التلفزيونية- دراسة تحليلية لسيمائية الفيلم الوثائقي التلفزيوني "الامازيغ... حكاية تعايش" - أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2024
- 161-** ليليا شاوي، أنماط تلقي جمهور مستمعي الإذاعة المحلية لبرامج الهوية الثقافية -دراسة اثنوجرافية لعينة من الأسر الجزائرية (جانفي 2 جانفي 2015)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2015
- 162-** مريم شيخة براهيم، الابعاد القيمية للدراما التلفزيونية الجزائرية - دراسة وصفية تحليلية لمضامين المسلسلات الجزائرية الرمضانية الناطقة بالعربية من منظور نظرية الحتمية القيمية في الاعلام من 2017 الى 2019 - أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2022

163- نبيل لحر، دور الاعلام المحلي في تكوين الوعي بالتنمية المستدامة - دراسة ميدانية لعينة من مستمعي إذاعة بسكرة - أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2018

164- هشام رزايقية، التنشئة الاجتماعية من خلال الإذاعة المحلية - دراسة تحليلية لبرنامج "دنيا الأطفال" بإذاعة تبسة- أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2019

خامسا-المواقع الالكترونية:

165- <http://www.unesco.org/ar/articles/aladha.unesco>(2019) الإذاعة وسيلة للبقاء
تاريخ التصفح: 2025/10/12

166- <http://www.Islamotoday>. عبد العزيز بن عثمان التويجري، الحفاظ على الهوية الثقافية الإسلامية العربية في اطار الرؤى المتكاملة، تاريخ التصفح : 2025/7/7

سادسا-أوراق بحثية:

167- سهيلة وصيف خالد، زكية وصيف خالد، دور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم الاجتماعية لدى افراد المجتمع، مداخلة الملتقى الدولي حول الاعلام المحلي في الجزائر: التحديات المعاصرة ورهانات المستقبل، جامعة الوادي، أكتوبر 2019

168- هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الاعلام، كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية والاعلام، جامعة المنوفية، مصر، 2020

المراجع الأجنبية

- 169- Bandura, Albert. Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, vol. 84, no. 2, 1977, pp. 191–215.
- 170- Boudon, Raymond. *Dictionnaire de sociologie*. 4th ed., Paris, Presses Universitaires de France, 1989.
- 171- Gerbner, George, Larry Gross, Michael Morgan, and Nancy Signorielli. “Charting the Mainstream: Television’s Contributions to Political Orientations.” *Journal of Communication*, vol. 32, no. 2, 1982, pp. 100–127, <https://doi.org/10.1111/j.12466.1982.tb00500.x>.
- 172- Gonzalez-Torres, Ada. Local Media and the Shaping of Social Norms: Evidence from the Ebola Outbreak. arXiv Preprint, 2022, <https://arxiv.org/abs/2210.15946>.
- 173- Herskovits, Melville J. *Man and His Works: The Science of Cultural Anthropology*. Alfred A. Knopf, 1948.
- 174- MacIver, R. M. *Community: A Sociological Study: Being an Attempt to Set Out the Nature and Fundamental Laws of Social Life*. Macmillan & Co., 1917
- 175- Morgan, M. G., Baruch Fischhoff, Ann Bostrom, and Cynthia J. Atman. *Risk Communication: A Mental Models Approach*. Cambridge University Press, 2002.
- 176- Nader, A. *The Perception of Arabs and Media’s Influence*. Master’s thesis, University of Northern Iowa, Department of Communication Studies, n.d., <http://scholarworks.uni.edu/etd/1590>.
- 177- Pigé, François. *Radiodiffusion et télévision au Maghreb. Série G: Études Maghrébines*, n° 06, Fondation Nationale des Sciences Politiques, 1966.
- 178- sperate Housewives.” Master’s thesis, University of Texas at El Paso, 2008, <https://scholarworks.utep.edu/dissertations/AAI1458449>.

- 179- Rocher, Guy. Introduction à la sociologie générale. Montréal, Québec, Canada: Éditions Hurtubise / Hurtubise HMM, 1982.
- 180- Shanahan, John, and Michael Morgan. Television and Its Viewers: Cultivation Theory and Research. Cambridge University Press, 1999.
- 181- Signorielli, Nancy, and Michael Morgan, editors. Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research. Sage Publications, 1990.
- 182- Stefanone, Michael A., and Daniela Lackaff. "Reality Television as a Model for Online Behavior: Blogging, Photo, and Video Sharing." Journal of Computer-Mediated Communication, vol. 13, no. 1, 2008, pp. 1–22, <https://doi.org/10.1111/j.16101.2007.00369.x>.
- 183- Tudesq, André-Jean. Médias et transfert de modèles : Les radios de proximité en Afrique sub-saharienne : Un modèle autochtone ? GRER, 2009.