

عادات وأنماط استخدام المرأة الريفية لوسائل الإعلام

دراسة ميدانية حول النساء الريفيات بتبسة

أ. زينة جدعون جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل.

djadoaun.zina@yahoo.com

تاريخ النشر: 2018/03/31

تاريخ القبول: 2018/01/02

تاريخ الإرسال: 2017/10/18

ملخص

تستعرض هذه الورقة البحثية دراسة استهدفت الكشف عن كيفية استعمال المرأة الريفية لوسائل الإعلام وقد ركزت هذه الدراسة على (التلفزيون والإذاعة) كون باقي الوسائل الإعلامية لا تلقى إقبالا من هذه الفئة وهذا في إطار التعرف على مدى استعمال المرأة الريفية في الجزائر لوسائل الإعلام وعادات وأنماط التعرض لهذه الوسائل والبرامج التي تستويها، وقد ركزت هذه الدراسة على:

- عادات وأنماط استخدام المرأة الريفية - عينة الدراسة - لوسائل الإعلام (الإذاعة والتلفزيون).
- البرامج التي تفضل المرأة الريفية التعرض لها وعلاقة ذلك ببعض المتغيرات الديموغرافية.

ومن أهم ما توصلت إليه الباحثة أن الدراما التلفزيونية هي المفضلة لدى المبحوثات، وأنه كلما ارتفع المستوى التعليمي زاد التعرض للدراما والقنوات العربية عموما، تعتبر المرأة الريفية من الجمهور الوفي للإذاعة المحلية وأنه كلما كان المستوى التعليمي محدود زاد التعرض لبرامج الإذاعة خصوصا الإذاعة المحلية، لتبقى البرامج الترفيهية من البرامج المفضلة لدى عينة الدراسة.

الكلمات المفتاحية: استعمال، وسائل الإعلام، المرأة الريفية، التلفزيون والإذاعة.

Résumé

Ce document de recherche examine une étude visant à détecter la façon dont l'utilisation des femmes rurales aux médias. Cette étude a porté sur (télévision et radio), le fait que le reste des médias ne reçoit pas une réponse de cette catégorie et dans ce cadre pour déterminer l'étendue de l'utilisation des femmes rurales en Algérie, les médias et les habitudes et les modes d'exposition de ces méthodes et programmes en faveur, cette étude a porté sur:

-les habitudes et les modes d'utilisation des femmes rurales - de l'échantillon - médias (radio et television).

-les programmes que les femmes rurales préfèrent l'exposition et ses relations avec certaines variables démographiques.

C'est une des principales conclusions de chercheur que le drame de la télévision est un favori parmi les répondants, et que plus le niveau d'éducation a augmenté l'exposition au drame des canaux arabes généralement considérés comme les femmes rurales public fidèle de la radio locale et que le niveau d'éducation est limitée plus une exposition accrue aux programmes de radio, en particulier la radio locale, pour maintenir les programmes animation des programmes préférés de l'échantillon d'étude.

Mots-clés: l'emploi, médias, femmes rurales, la télévision et la radio.

مقدمة

يعتبر البحث في موضوع استعمالات الجمهور لوسائل الإعلام من الموضوعات الهامة في حقل الإعلام والاتصال، فمن شأنه كشف العلاقة بين جمهور معين ووسيلة إعلامية وعادات وأنماط الاستعمال والوسيلة المفضلة ونوع البرامج الذي يفضل الجمهور التعرض له، خصوصا في عصر تزايد فيه الوسائل وتعدد فيه المضامين بسرعة فائقة.

حيث تستمد وسائل الإعلام أهميتها كونها تحتل مكانة هامة في الحياة اليومية للفرد وليست مبالغة إذا قلنا أنه لا يمكن الاستغناء عنها وقد يعد السبب أن هذه الوسائل قد أصبحت جزء من يوميات الفرد وهي تلبي حاجاته وتحقق رغباته، فالفرد يستخدم وسائل الإعلام للحصول على المعلومات والأخبار وكذا الترفيه وغيره، وذلك للإحساس بالانتماء والتواصل مع الآخرين، ومن بين الأفراد الأكثر حاجة إلى وسائل الإعلام المرأة الريفية التي تحتاج بعد يوم حافل بالنشاطات إلى الاسترخاء والترفيه فتجد ذلك في وسائل الإعلام.

أولا الجزء المنهجي للدراسة:

الإشكالية:

سنحاول في هذه الدراسة التعرض إلى استعمال المرأة الريفية لوسائل الإعلام ذلك أن أغلب الدراسات الإعلامية تستهدف معرفة علاقة الوسيلة الإعلامية بجمهورها وذلك من أجل معرفة مدى تأثيرها وكذا تحديد كيفية تفاعله مع هذه الوسيلة والتعرف على إشباعاته وحاجاته وقد اهتمت نظرية الاستخدامات والإشباع هذه العلاقة من حيث تركيزها على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتجيب على التساؤل الرئيسي الآتي:

كيف تستعمل المرأة الريفية وسائل الإعلام؟

ومن أجل الإجابة على هذا التساؤل تم صياغة التساؤلات الفرعية الآتية:

- 1- ما هي عادات وأنماط استعمال المرأة الريفية للتلفزيون؟
 - 2- ما هي عادات وأنماط استعمال المرأة الريفية للإذاعة؟
 - 3- ما هي المضامين التلفزيونية التي تتعرض لها المرأة الريفية؟
 - 4- ما هي المضامين الإذاعية التي تستمع إليها المرأة الريفية؟
- وللإجابة على هذه التساؤلات تم صياغة الفرضيات الآتية:

فرضيات الدراسة:

- تنقسم فرضيات الدراسة إلى قسمين الأول ويتعلق بعادات استعمال المرأة الريفية لوسائل الإعلام، والثاني يتعلق بالمضامين التي تفضل المرأة الريفية التعرض لها.

محور عادات الاستعمال:

الفرضية الأولى: إن استعمال وسائل الإعلام يختلف باختلاف المتغيرات الديمغرافية.

الفرضية الثانية: المرأة الريفية تفضل مشاهدة التلفزيون أكثر من الإذاعة سواء الوطنية أو المحلية.

محور المضامين المفضلة:

الفرضية الثالثة: المرأة الريفية تفضل التعرض للتلفزيون العربي أكثر من التلفزيون الجزائري وتفضل التعرض للدراما التلفزيونية أكثر من البرامج الأخرى.

الفرضية الرابعة: المرأة الريفية تفضل الاستماع للإذاعة المحلية وتفضل التعرض للبرامج الاجتماعية أكثر من غيرها من البرامج.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة كون المرأة تمثل نصف المجتمع ومربية النصف الثاني، وتمثل المرأة الريفية أغلبية النساء في الجزائر¹، هذا من جهة ومن جهة أخرى الأهمية التي تحظى بها وسائل الإعلام خاصة في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فهذه الدراسة تركز على فهم علاقة وسائل الإعلام بالجمهور وذلك من خلال تحديد عادات وأنماط الاستعمال والمضامين المفضلة لدى هذا الجمهور وهو "المرأة الريفية" من هنا أيضا تكتسي هذه الدراسة أهميتها.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط استعمال المرأة الريفية في الجزائر لوسائل الإعلام وبالتحديد التلفزيون والإذاعة، وكشف المضامين والبرامج التي تفضل المرأة التعرض لها في كل من الإذاعة والتلفزيون.

مجتمع الدراسة والعينة:

إن مجتمع الدراسة يتمثل في "المرأة الريفية" ونظرا لاستحالة الحصر الشامل لمجتمع البحث، فقد تم اختيار عينة من النساء الريفيات من تبسة بطريقة عشوائية وحجمها 150 امرأة ريفية في أرياف بلدية العقلة بولاية تبسة (بئر التراب، بجن، السطح-قنتيس).

منهج وأدوات الدراسة:

يعتبر المنهج ضروريا في أي بحث علمي، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، لأنه "يقوم على دراسة الواقع، ويهتم بوصف الظاهرة وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيرا كينيا أو تعبيرا كميا، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا، يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى"²، ومنه فقد تم الاستعانة بهذا المنهج في وصف خصائص المرأة الريفية وكيفية استعمالها للإذاعة والتلفزيون والبرامج المفضلة عندها.

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

* وسائل الإعلام: هو تعبير مقتبس من المصطلحات المتداولة في القاموس ويقصد به جميع وسائل نشر الثقافة بما فيها من صحافة ورايو وسينما وتلفزيون وكتب وإعلانات، التي تتجه إلى القطاعات الواسعة من الناس وتعتمد على تقنية صناعية متطورة تسمح لها أن تصل إلى هؤلاء الناس دون أي عائق³.

فوسائل الإعلام هي "عمليات النقل والتفسير والنشر للوقائع والأحداث والموضوعات التي تمثل أهمية حيوية لأفراد المجتمع وعبر وسائط تواصلية مقروءة أو مسموعة أو مشاهدة ومن إطار النظام الاجتماعي القائم"⁴.

ونعني بوسائل الإعلام في هذه الدراسة الإذاعة والتلفزيون كونها تلقى إقبالا كبيرا من المرأة الريفية -مجتمع البحث- كل البرامج والمضامين التي تتعرض لها المرأة الريفية بشكل عرضي أو انتقائي وهو الاستعمال الذي نعني به هنا اختيار المرأة الريفية لوسيلة إعلامية دون غيرها، وأن

هذا الاختيار يقف على متغيرات معينة وعلى أساسها تتكون لديهم عادات وأنماط متمييزة، كالفترات والأوقات وغيرها والمضامين المفضلة، وهذا الاستعمال يمكن أن يكون له انعكاس سواء على الاتجاهات أو الآراء أو السلوكيات، وهذا يفتح المجال لدراسة مكتملة.

* المرأة الريفية: يقصد بها في هذه الدراسة المرأة التي تسكن الريف الجزائري والذي يقصد به "تلك المنطقة الزراعية التي يعيش فيها الفلاح يمارس فيها الزراعة كمهنة رئيسية بالإضافة إلى الحرف الأخرى مثل الرعي وتربية الحيوان وتصنيع منتجات الألبان وبعض الصناعات الريفية البدائية مثل صناعة الفخار والحصير والنسيج اليدوي ...⁵.

والريف هو ما دون الحضر على أن أساس الحضر هي المناطق التي تعتبرها الدولة مراكز أو مفروض علميا عوائد المباني⁶، والمرأة الريفية هي تلك التي تعيش في مناطق يعيش فيها مجموعة من الناس محدودة جغرافيا تربطهم علاقات اجتماعية قوية ولهم أهداف مشتركة.

وعليه فالمرأة الريفية في هذه الدراسة هي المرأة التي تجاوزت سن البلوغ تعيش في الريف الجزائري، وبالتحديد في أرياف ولاية تبسة.

ثانيا الجزء النظري للدراسة:

وسائل الإعلام والمرأة الريفية:

لقد أوضحت العديد من الدراسات أن التعرض لوسائل الإعلام يزيد من معلومات الفرد، فهو لا يبقى سلبيا أمام وسائل الإعلام بل يأخذ منها، ولعل هذا التأثير بوسائل الإعلام يعود إلى خصائصها، حيث أنها تحاول جذب الفرد والاستحواذ عليه، وعليه فوسائل الإعلام لها دور مهم في تزويد الأفراد بالمعلومات المختلفة والترفيه معتمدة بذلك على أساليب عدة للاستحواذ على أكبر عدد من الجماهير والتي من أهمها المرأة، وخاصة المرأة الريفية.

فهي تقوم بدور مهم وجوهري في المجتمع، ويحصل الفرد على المعلومات والآراء والمواقف من وسائل الإعلام وتساعد في تكوين مفاهيم واضحة للظواهر والأحداث، وتقوم وسائل الإعلام بتقديم المعلومات والمواقف الرسمية وغير الرسمية عن كافة القضايا المعاشة من خلال توجيه المعلومات وفقا لسياستها الإعلامية والإيديولوجية التي تحكمها⁷.

ومما لا شك فيه أن لكل وسيلة إعلامية قدرة على جذب جمهورها وإقناعه، وهناك العديد من الوسائل الإعلامية ونظرا لطبيعة الدراسة، سنقف أمام وسيلتين هما الراديو والتلفزيون لأنهما الأكثر متابعة من قبل عينة الدراسة "المرأة الريفية".

الراديو: بإمكانه الوصول إلى جماهير عريضة يتحدى ذلك الظروف الجغرافية خصوصا بعد التطور التكنولوجي، "فمن خصائص الراديو هو توافره لدى كافة الأفراد بالإضافة إلى ما يقدمه من برامج متنوعة وبطريقة ملائمة لظروف المجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الأمية، كما أن الاستماع إلى الراديو لا يتطلب جهدا عضليا أو عصبيا، واستخدامه ليس معقدا كالتلفزيون، وهو ما يتوافق مع عينة الدراسة وقد أثبتت الدراسات في هذا المجال أن الراديو مازال محافظا على مكانته⁸، حيث بلغت نسبة الاستماع للإذاعة 56.2%، ومن أهم جماهيره المرأة الماكثة بالبيت، وهذا ما أثبتته إحدى الدراسات⁹ فالإناث أكثر تعرضا للإذاعة الجهوية بنسبة

33.33% وأكثر انتظاما في الاستماع من الذكور التي بلغت نسبتهم 17.5% ، والماكنات بالبيوت أكثر انتظاما من غيرهم.

كما أن الإذاعة تخاطب مستويات ثقافية يصعب حصرها، وبعض هذه المستويات وليس الكل لا تحاول أن تبذل جهدا عقليا وفكريا، لاستيعاب ما يستمع إليها مثل قارئ الصحيفة¹⁰، من هنا فهي أكثر تناسبا وخصائص المرأة الريفية دائمة الانشغال داخل البيت من أعمال التنظيف والطبخ وتربية الأولاد وغيرها، وخارج البيت كالرعي، وتربية الحيوانات أو المساعدة في أعمال الزراعة والفلاحة، فالإذاعة لا تتطلب تفرغا تاما أو جهدا كما يمكنها الاستماع لها في أي مكان وفي أي وقت، فقد "أصبحت تذيع في الكثير من دول العالم طوال الأربع والعشرين ساعة، أي أنها مع المستمع في كل وقت، من خلال يومه صباحا ومساء، كما استطاعت الإذاعة الصوتية من خلال (الترانزستور) أن تحقق ميزة الحجم المتناهي والذي يسهل حمله، في أي مكان كذلك التنوع في الحجم والشكل والقدرة على الحصول على أكثر البلدان بعدا، من خلال أجهزة الراديو المتعددة الموجات"¹¹، هذا بالإضافة إلى المضامين المختلفة والمؤثرات الصوتية والموسيقية واللغة كل ذلك خلق علاقة حميمة مع المستمع.

التلفزيون:

يتلقى المشاهد البرامج التلفزيونية من خلال حاسي البصر والسمع، وبالتالي تذكرها يكون أسهل ونظرا لخصائص التلفزيون فقد اكتسب مصداقية من مشاهديه خصوصا من ذوي المستويات التعليمية المتدنية، من هنا فتأثيره أكبر مقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى فقد أثبتت الدراسات أنه يحتل الصدارة¹²، فقد بلغت نسبة مشاهدة التلفزيون حسب إحدى الدراسات 94.9%، فكل البحوث والدراسات التي تركز اهتمامها حول وسائل الإعلام وأثارها الاجتماعية، تصنف التلفزيون في الدرجة الأولى، باعتباره الوسيلة الأكثر استعمالا والأكثر تأثيرا على الأفراد¹³، فهو يتميز عن باقي الوسائل "بقدرته على تكبير الأشياء الصغيرة وتحريك الأشياء الساكنة كما أنه يستدعي تركيزا ذهنيا من المشاهدين"¹⁴ وكذلك من أهم خصائصه "المزج بين عنصري الصورة بكل أنواعها وأشكالها وعنصر الصوت بكل مكوناته مما يجعله وسيلة مقنعة، مؤثرة، لافتة للنظر والسمع والانتباه أكثر من غيرها من الوسائل التي تتعامل مع حاسة واحدة"¹⁵.

فهو يجمع بين المسموع والمنظور، ويستخدم الصورة والصوت التي يقدمها إلى أفراد الجمهور حيثما وجدوا، ويعرض على شاشته الأحداث والمعلومات والمعارف وينقلها إلى مختلف فئات المجتمع على اختلاف طبائعهم واتجاهاتهم¹⁶، ومن الفئات الأكثر مشاهدة المرأة وهذا ما أثبتته عدة دراسات¹⁷ في هذا الشأن، فالإناث أكثر مشاهدة من الذكور بنسبة 74.6%.

ثالثا الجزء الميداني للدراسة:

ولمعرفة حقيقة دور الإعلام المحلي ممثلا في الإذاعة المحلية في تمكين المرأة الريفية من أجل مساهمتها في التنمية في مجتمعها اختارت الباحثة كما سبق الذكر عينة يجدر التذكير بها وهي عينة بصفة غير عشوائية عن طريق الكرة الثلجية وحجمها 300، تم توزيع الاستمارة منتصف شهر أكتوبر وتم استرجاعها بعد أسبوعين وقد استرجعت الباحثة 250 استمارة، كما تم استبعاد 10 استمارات لعدم صلاحيتها لعدم الإجابة على كل الأسئلة، وبعد فحص بيانات الاستمارات يمكن تقديم خصائص مجتمع البحث وفق ما يأتي:

جدول رقم (01) يبين توزيع العينة حسب السن

النسبة	العدد	التوزيع السن
%18	27	25-20
%17.33	26	31-26
%06	09	37-32
%7.33	11	43-38
%13.33	20	48-43
%24	36	54-49
%14	21	أكثر من 54
%100	150	المجموع

يبين الجدول رقم (01) الذي يوضح توزيع المبحوثات حسب السن ، وفي البداية لا بد أن نشير إلى أن الباحثة وجدت صعوبة في الوصول إلى المرأة الريفية والوصول إلى العينة المحددة مسبقا ولم تجد تجاوبا من قبل المرأة الريفية والجدول أعلاه وضع لنا صورة مغايرة حيث نجد أعلى نسبة توزعت على الفئة العمرية من 49-54 وذلك بنسبة بلغت %24، وفي المرتبة الثانية الفئة العمرية من 20-25 وذلك بنسبة قدرها %18 وحصلت على المرتبة الثالثة الفئة العمرية من 26-31 وبنسبة بلغت %17.33، وفي المرتبة الرابعة الفئة العمرية من 43-48 وبنسبة قدرها %13.33 وفي المرتبة الخامسة الفئة العمرية من 38-43 وبنسبة قدرها %7.33 في حين حصلت الفئة العمرية من 32-37 على أدنى نسبة وصلت إلى %6.

يمكن أن يرجع هذا التوزيع غير المتكافئ إلى عدم تجاوب عينة الدراسة مع الباحثة وأن أكثر الفئات العمرية تجاوبا بين 20-31 وكذا 43 فأكثر، فالشابات من النساء الريفيات عينة الدراسة هن من تجاوبن وأجرت معهن الباحثة المقابلة وكذا النساء اللواتي تجاوزن 43 سنة أما ما بين هاذين الفئتين فوجدت الباحثة صعوبة في التواصل معهن رغم الاستعانة بمساعدين.

ولتسهيل التحليل سيتم تقسيم هذه الفئات إلى ثلاث فئات رئيسية كما يلي:

جدول رقم (02) يبين توزيع العينة حسب المراحل العمرية

النسبة	العدد	التوزيع السن
%41.33	62	20 إلى أقل 38
%58.66	88	38 إلى أكثر من 54
%100	150	المجموع

ومنه تصبح فئة 38 إلى أكثر من 54 عاما تمثل أعلى نسبة وقدرها 58.66% أما فئة 20 إلى أقل من 38 فنسبتها بلغت 41.33%، وهذا التقسيم قد تكون له دلالة إحصائية، من حيث افتراض أن المرأة الأكثر عمرا أكثر استماعا للإذاعة، كما أنها من مشاهدي برامج الواقع في التلفزيون الجزائري، بينما الأقل عمرا هن أكثر مشاهدة للقنوات العربية وتستويهن برامج الخيال، وهذا يؤثر في استعمال المرأة الريفية لوسائل الإعلام.

01 رسم بياني يمثل توزيع العينة على الفئات العمرية

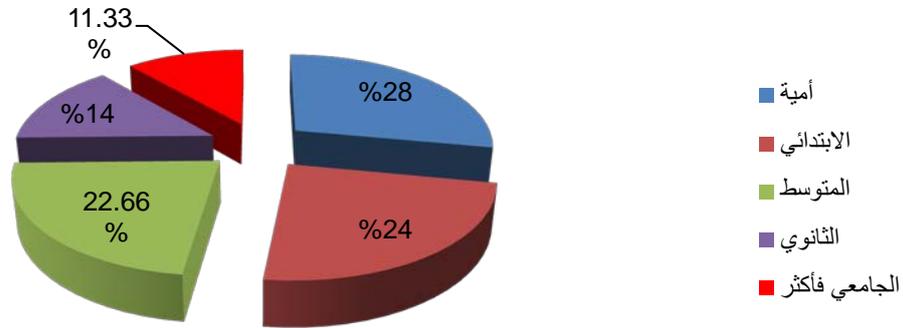


جدول رقم (03) يبين توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	العدد	التوزيع المستوى التعليمي
28%	42	أمية
24%	36	الابتدائي
22.66%	34	المتوسط
14%	21	الثانوي
7.33%	11	الجامعي
4%	06	دراسات عليا
100%	150	المجموع

يوضح الجدول رقم (03) توزيع المبحوثات حسب المستوى التعليمي حيث يتضح أن الأميات من المبحوثات تحصلن على أعلى نسبة بلغت 28%، أما المستوى التعليمي الابتدائي والمتوسط فقد حصلا على نسبتيين متقاربتين 24% و 22.66% على التوالي، وبعدها المستوى الثانوي بنسبة 14% أما نسبي ذوي المستوى (الجامعي والدراسات العليا) فقد بلغت نسبتهما (24% و 24%) على التوالي وهذا التوزيع يقدر يرجع إلى عدم التجاوب كما أشارت الباحثة سابقا وقد يرجع أيضا إلى توزيع الاستمارة حيث وزعت في المنازل حيث لم يصادف وجود المستويات التعليمية (الجامعي، والدراسات العليا).

02 رسم بياني يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

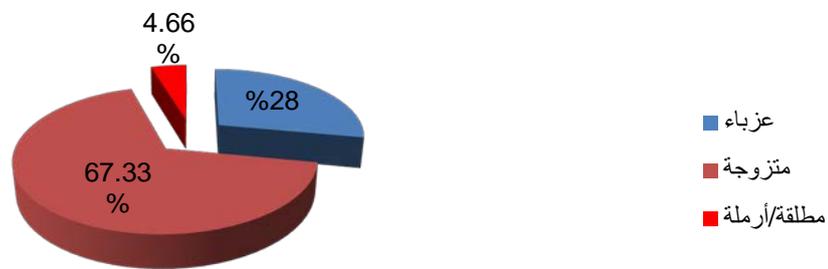


جدول رقم (04) يبين توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية

النسبة	العدد	التوزيع
%28	42	عزباء
%67.33	101	متزوجة
%4.66	07	مطلقة/أرملة
%100	150	المجموع

يوضح الجدول رقم (04) توزيع المبحوثات حسب الحالة الاجتماعية حيث توضح أن المتزوجات هي الأعلى حيث بلغت %67.33، وهذا يعتبر منطقياً نظراً لظروف إجراء المقابلة، وقد يكون له دلالة إحصائية من حيث استعمال وسائل الإعلام.

03 رسم بياني يوضح توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية



استعمال وسائل الإعلام:

استعمال التلفزيون:

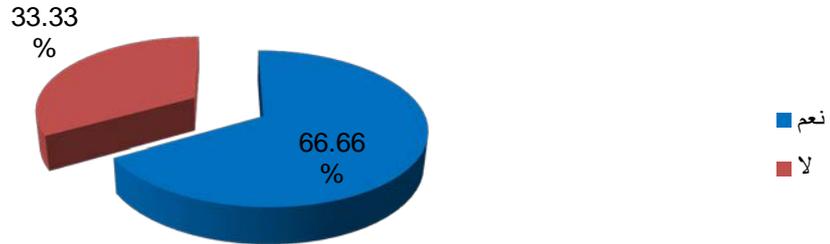
نتعرض إلى استعمال وسائل الإعلام من طرف المبحوثات من حيث العادات والأنماط، حيث نعرض الاستعمال من خلال جداول يتم تحليل بياناتها وبعدها نقدم قراءة وفق بعض المتغيرات الجغرافية المتعلقة بإشكالية وأهداف الدراسة:

جدول رقم (05) يبين مشاهدة التلفزيون

النسبة	العدد	التوزيع
		المشاهدة
66.66%	100	نعم
33.33%	50	لا
100%	150	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثات 66.66% تشاهد التلفزيون، ونسبة لا بأس بها لا تشاهد التلفزيون وقد قدرت ب 33.33%، وهذا يدل على تصدر التلفزيون للوسائل الإعلامية من حيث الاستعمال وهذا يوافق ما أثبتته عدة دراسات¹⁸ في هذا الشأن.

04 رسم بياني يوضح مشاهدة عينة الدراسة للتلفزيون



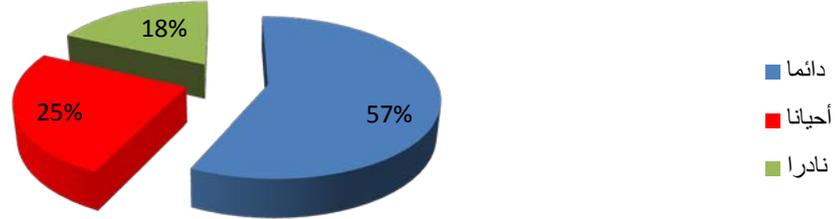
جدول رقم (06) يبين عادات مشاهدة التلفزيون

النسبة	العدد	التوزيع
		عادات المشاهدة
57%	57	دائما
25%	25	أحيانا
18%	18	نادرا
100%	100	المجموع

يبين الجدول رقم (06) يبين أن 57% من عينة الدراسة تشاهد التلفزيون بصفة دائمة، أما من تشاهده أحيانا فقد بلغت نسبتهم 25%، في حين من بلغت نسبة اللاتي تشاهدن التلفزيون نادرا

18%، وعليه يمكن أن نستنتج أن مشاهدة التلفزيون بالنسبة لعينة الدراسة تمثل نشاطا أوليا وليست عرضيا.

04 رسم بياني يوضح عادات مشاهدة التلفزيون

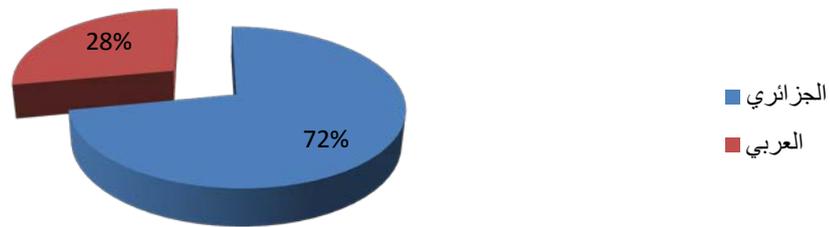


جدول رقم (06) يبين التلفزيون الأكثر مشاهدة

النسبة	العدد	التوزيع
%27	27	التلفزيون الجزائري
%73	73	العربي
%00	00	الأجنبي
%100	100	المجموع

يبين الجدول رقم (07) التلفزيون الأكثر مشاهدة من طرف المبحوثات حيث يكشف لنا أن التلفزيونات العربية هي الأكثر تفضيلا فقد بلغت نسبتها 73% وهذا يثبت الاعتقاد السائد بأن المرأة أكثر تفضيلا للقنوات العربية لمحتوياتها من برامج الخيال الذي يستهوي المرأة عموما، وفي المرتبة الثانية التلفزيون الجزائري بنسبة قدرها 27% في حين تنعدم نسبة المشاهدات للقنوات الأجنبية حسب عينة الدراسة.

05 رسم بياني يوضح التلفزيون الأكثر مشاهدة



جدول رقم (06) يبين كيفية مشاهدة للتلفزيون الجزائري

النسبة	العدد	التوزيع
2%	02	بمفردك
98%	98	مع الأسرة
00%	00	مع الجيران
100%	100	المجموع

يبين الجدول رقم (07) السياق الذي تتم فيه مشاهدة التلفزيون الجزائري، حيث أن المبحوثات تشاهدن التلفزيون الجزائري في سياق الأسرة، وذلك بسبب وصلت إلى 98%، وهذا يدل على التلفزيون الجزائري هو تلفزيون العائلة، حيث لا تزال العائلة تجتمع لتشاهد مضامينه، في حين لم تتجاوز نسبة من تشاهد التلفزيون بمفردها 2% في حين عينة الدراسة لا تشاهد التلفزيون الجزائري مع الجيران.

05 رسم بياني يوضح كيفية مشاهدة الجزائري



جدول رقم (08) يبين كيفية مشاهدة للتلفزيون العربي

النسبة	العدد	التوزيع
71%	71	بمفردك
29%	29	مع الأسرة
00%	00	مع الجيران
100%	100	المجموع

يبين الجدول رقم (08) السياق الذي تتم فيه مشاهدة التلفزيون العربي، حيث أن المبحوثات تشاهدن القنوات العربية العربي في سياق مخالف للسياق الذي تتم فيه مشاهدة التلفزيون الجزائري، حيث أن 71%، من عينة الدراسة تشاهد القنوات العربية بمفردها وذلك لم تعرضه من مشاهد جريئة بحيث لا يمكن لكل أفراد الأسرة الاجتماع حوله، فحسب تصريحات المبحوثات فإنها تشاهد القنوات العربية بمفردها أو مع أخواتها ويتمثل المضمون غالبا في الدراما والأفلام وكذا الأغاني المصورة وهذا المضمون في الغالب تغلب عليه الجراة، أما من تشاهد القنوات العربية مع الأسرة فقد بلغت النسبة 29%.

06 رسم بياني يوضح كيفية مشاهدة التلفزيون العربي

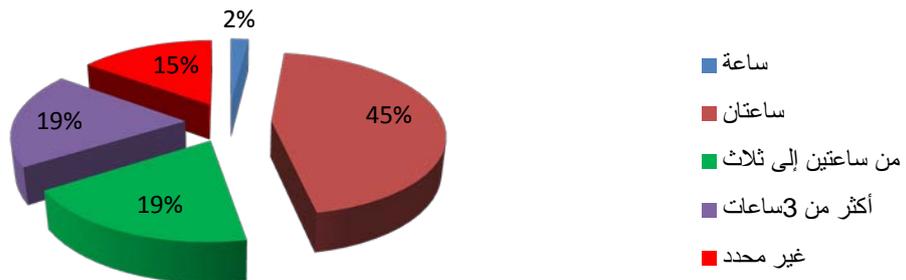


جدول رقم (08) يبين مدة المشاهدة

النسبة	العدد	التوزيع	مدة المشاهدة
2%	02		ساعة
45%	45		ساعتان
19%	19		من ساعتين إلى ثلاث
19%	19		أكثر من ثلاث ساعات
15%	15		غير محدد
100%	100		المجموع

يوضح الجدول رقم (09) توزيع المبحوثات حسب مدة المشاهدة فتبين أن الأغلبية يشاهدن التلفزيون لمدة بين ساعتين وذلك بنسبة 45%. أما من تشاهد التلفزيون لمدة تتراوح بين الساعتين والثلاث ساعات، وأيضا لمدة أكثر من ثلاث ساعات فقد بلغت 19% لكل منهما، ويشاهد 15% من عينة الدراسة التلفزيون لمدة غير محددة أي يشاهدن التلفزيون في أوقات الفراغ وبشكل عرضي وبالتالي لا يمكنهن تحديد مدة المشاهدة، في حين لا تشاهد إلا امرأتين وتمثل نسبة ضئيلة وقدرها 2% وهذا يدل على أن المضامين التي يفضلن مشاهدتها تفوق الساعة من الزمن كالمسلسلات مثلا.

07 رسم بياني يوضح مدة المشاهدة

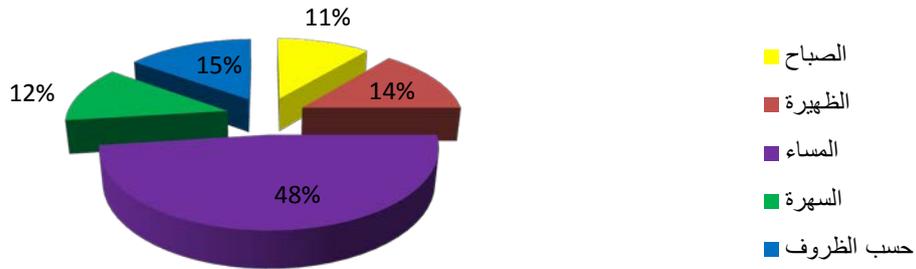


جدول رقم (09) يبين أوقات المشاهدة

النسبة	العدد	التوزيع
		أوقات المشاهدة
11%	11	الفترة الصباحية
14%	14	الظهرية
48%	48	المسائية
12%	12	الفترة الليلية
15%	15	حسب الظروف
100%	100	المجموع

يبين الجدول رقم (09) الأوقات المفضلة لعينة الدراسة لمشاهدة التلفزيون حيث كشف الجدول أعلاه أن المبحوثات يفضلن الفترة المسائية وذلك بنسبة 48% حيث تعتبر عينة الدراسة أن الفترة المسائية هي الوقت المفضل لمشاهدة التلفزيون من ناحية يتوافق مع ما يفضلون مشاهدته ومن ناحية أخرى وقت الفراغ من مسؤولياتهن سواء داخل البيت من تحضير الطعان والتنظيف وغيرها أو خارج البيت سواء الدراسة أو العمل، بينما حصلت باقي الفترات على نسب متقاربة وهي كالآتي: تشاهد المرأة الريفية التلفزيون حسب الظروف وذلك بنسبة بلغت 15% وهذا يدل على مشاهدة التلفزيون نشاطا عرضيا فلا يوجد وقت مفضل لمشاهدة التلفزيون، في حين 14%، 12%، 11% تمثل فترة الظهرية، الفترة الليلية، الفترة الصباحية على التوالي وهي الفترات التي تفضل المرأة الريفية مشاهدة التلفزيون فيها.

09 رسم بياني يوضح أوقات المشاهدة



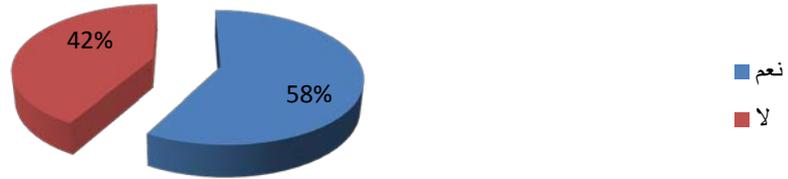
استعمال الإذاعة:

جدول رقم (10) يبين الاستماع للإذاعة

النسبة	العدد	التوزيع
%58	87	الاستماع نعم
%42	63	لا
%100	150	المجموع

يتضح من الجدول رقم (11) والذي يكشف لنا استماع المرأة الريفية للإذاعة حيث بلغت النسبة %58 وهي نسبة مرتفعة عموماً فإذا كان عينة الدراسة يشاهدن التلفزيون بنسبة %66.66، فهن يستعملن الإذاعة أيضاً وبنسبة %58.

10 رسم بياني يوضح الاستماع للإذاعة



جدول رقم (12) يبين الإذاعات الأكثر استماعاً

النسبة	العدد	التوزيع
%27	16	الإذاعة الوطنية
%73	84	المحلية
%100	87	المجموع

يبين الجدول رقم (12) الإذاعة الأكثر استماعاً من طرف المبحوثات حيث يكشف لنا أن الإذاعة المحلية تحتل الصدارة وذلك بنسبة بلغت %96.55 من مجموع العينة التي تستمع للإذاعة، و%84 من مجموع الإجابات، بينما تستمع للإذاعة %27 من مجموع العينة التي تستمع للإذاعة و %16 من مجموع الإجابات، على خلاف التلفزيون فإن المرأة الريفية تفضل الاستماع للإذاعة المحلية.

11 رسم بياني يوضح الإذاعة الأكثر استماعا

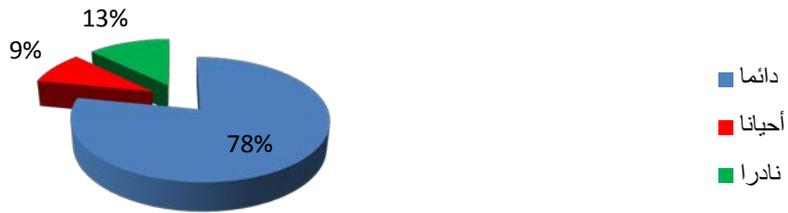


جدول رقم (13) يبين عادات الاستماع

النسبة	العدد	التوزيع
%78.16	68	عادات الاستماع دائما
%9.19	08	أحيانا
%12.64	11	نادرا
%100	87	المجموع

يبين الجدول رقم (13) أن 78.16% من عينة الدراسة تستمع بصفة دائمة للإذاعة وتمثل الأغلبية، في حين من تستمع للإذاعة نادرا جاءت في المرتبة الثانية وذلك بنسبة بلغت 12.64% أما من تستمع للإذاعة أحيانا فحصلت على نسبة قدرها 9.19%، وهي بذلك في المرتبة الأخيرة، وما يمكن استنتاجه أن الاستماع للإذاعة مثل مشاهدة التلفزيون ليس نشاطا عرضيا حسب عينة هذه الدراسة.

12 رسم بياني يوضح عادات الاستماع

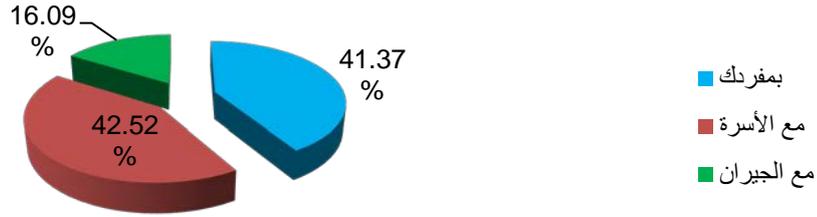


جدول رقم (14) يبين كيفية الاستماع

النسبة	العدد	التوزيع
%41.37	36	كيفية الاستماع بمفردك
%42.52	37	مع الأسرة
%16.09	14	مع الجيران
%100	87	المجموع

يبين الجدول رقم (14) السياق الذي يتم فيه الاستماع للإذاعة، فأتضح أن المبحوثات تستمع للإذاعة مع أفراد الأسرة بنسبة 42.52% وغير بعيد أيضا تستمع المرأة الريفية عينة الدراسة بمفردها للإذاعة بنسبة 41.37%، في حين تستمع المبحوثات مع جاراتهن بنسبة 16.09% على خلاف التلفزيون حيث لا تشاهد عينة الدراسة إلا مع أسرتهن أو بمفردها، وحسب تصريحات بعض من المبحوثات فإنها تفضل الاستماع للإذاعة مع الجيران خصوصا وقت العمل خارج المنزل.

13 رسم بياني يوضح كيفية الاستماع

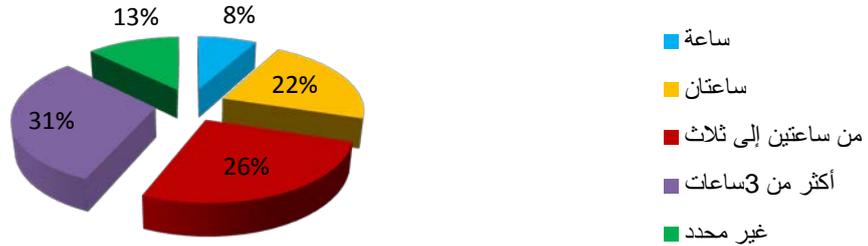


جدول رقم (15) يبين مدة الاستماع

النسبة	العدد	التوزيع
8.04%	07	ساعة
21.83%	19	ساعتان
26.43%	23	من ساعتين إلى ثلاث
31.03%	27	أكثر من ثلاث ساعات
12.64%	11	غير محدد
100%	87	المجموع

يوضح الجدول رقم (15) توزيع المبحوثات حسب مدة الاستماع للإذاعة فتبين أن توزيع المبحوثات متباينا نسبيا فقد سجلنا أعلى نسبة لمن يستمع لمدة أكثر ثلاث ساعات بنسبة بلغت 31.03%، تليها من يستمع لمدة تتراوح من ساعتين إلى ثلاث ساعات وذلك بنسبة 26.43% ثم من تستمع للإذاعة لمدة ساعتين وذلك بنسبة 21.83% أما من ليس لديها وقت مفضل للاستماع فقد كانت نسبتهم 12.64% وجاءت في المرتبة الأخيرة من تستمع للإذاعة لمدة ساعة فقط وذلك بنسبة قدرها 8.04%، لنستنتج أن أكثر من نصف عينة الدراسة تستمع للإذاعة من ساعتين إلى أكثر من ثلاث ساعات.

14 رسم بياني يوضح مدة الاستماع

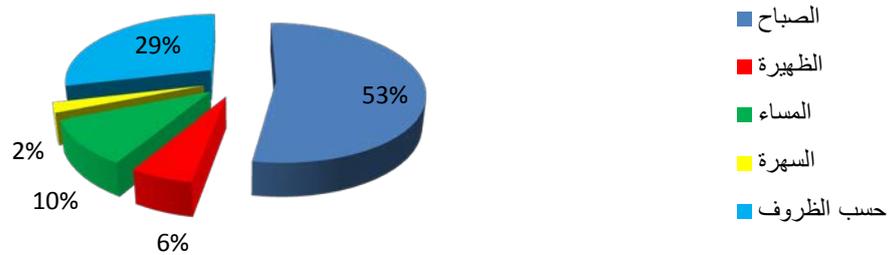


جدول رقم (16) يبين أوقات الاستماع

النسبة	العدد	التوزيع
%52.71	45	أوقات الاستماع الفترة الصباحية
%5.74	05	الظهرية
%10.34	09	المسائية
%2.29	02	الفترة الليلية
%28.73	25	حسب الظروف
%100	87	المجموع

يبين الجدول رقم (16) الأوقات المفضلة لعينة الدراسة للاستماع للإذاعة حيث كشف الجدول أن المبحوثات يستمعن للإذاعة في الفترة الصباحية وذلك بنسبة %52.71 كما بين الجدول أن عينة البحث ليس لديهم وقت محدد للاستماع وذلك بنسبة %28.73، في حين تسع من النساء الريفيات ممن تستمعن للإذاعة تفضل الفترة المسائية، بينما تفضل خمس منهن الاستماع للإذاعة في الظهرية واثنين فقط تستمع للإذاعة في الفترة الليلية، وقد كانت نسبتهن كما يلي: %10.34، %5.74، %2.29 على التوالي، حيث تعكس هذه النتائج أهمية الإذاعة لعينة الدراسة خصوصا في الفترة الصباحية حيث تستعملها عينة الدراسة كمنبه في الصباح وكخلفية أثناء القيام بأعمالها سواء داخل المنزل أو خارجه.

15 رسم بياني يوضح أوقات الاستماع



طبيعة ونوع البرامج والموضوعات المفضلة في الإذاعة والتلفزيون:

سيتم فحص إجابات المبحوثات وذلك للإجابة على السؤال: ما طبيعة الموضوعات والبرامج التي تفضلين التعرض لها؟

حيث طلبنا من المبحوثات ترتيب الموضوعات والبرامج التي يفضلن التعرض لها حتى تتمكن من التمييز بين الموضوعات التي تترض لها عينة الدراسة بصفة عرضية وتلك التي تختارها وتفضلها.

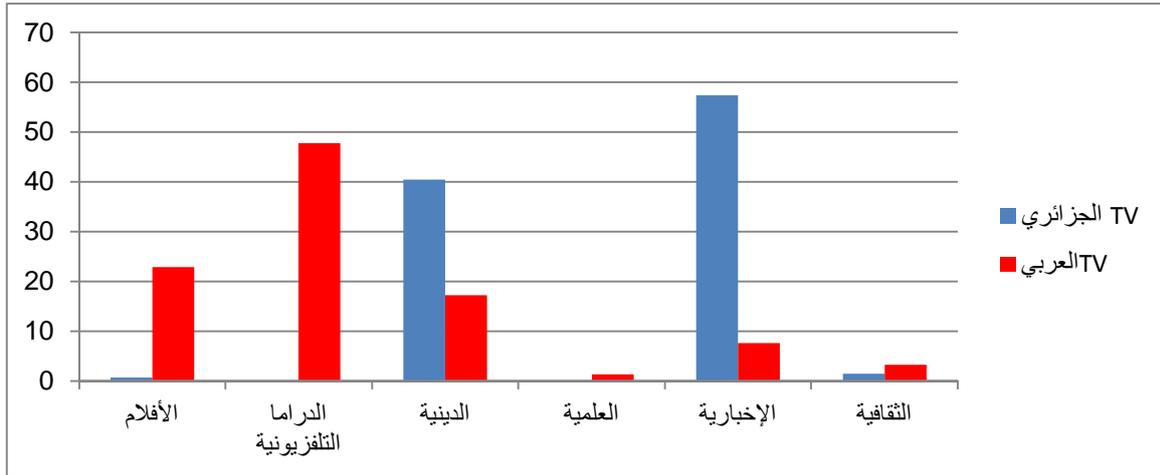
البرامج المفضلة في التلفزيون:

جدول رقم (17) يبين البرامج المفضلة وترتيبها

التلفزيون العربي		التلفزيون الجزائري		التوزيع البرامج
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
22.92%	36	0.73%	01	الأفلام
47.77%	75	00%	00	الدراما التلفزيونية
17.19%	27	40.44%	55	الدينية
1.27%	02	00%	00	العلمية
7.64%	12	57.35%	78	الإخبارية
3.18%	05	1.47%	02	الثقافية
100%	157	100%	136	المجموع

يبين الجدول رقم (17) البرامج المفضلة لدى المبحوثات حيث تبين أن البرامج الإخبارية في التلفزيون الجزائري تحتل المرتبة الأولى وذلك بنسبة 57.35%، وفي المرتبة الثانية البرامج الدينية وذلك بنسبة 40.44%، بينما باقي البرامج كانت بنسبة ضئيلة.

أما في القنوات العربية فقد احتلت الدراما التلفزيونية (المسلسلات) المرتبة الأولى 47.77%، وفي المرتبة الثانية 22.92% وفي المرتبة الثالثة البرامج الدينية بنسبة 17.19% بينما حصلت باقي البرامج على نسب ضئيلة. وما يمكن استنتاجه من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثات يستعملن التلفزيون الجزائري من أجل الحصول على الأخبار والثقافة وخصوصا الدينية، بينما تستعمل التلفزيونات العربية من أجل الترفيه والتسلية بالدرجة الأولى وذلك من خلال تفضيلهم للدراما التلفزيونية والأفلام (برامج الخيال).



16 رسم بياني يوضح البرامج المفضلة وترتيبها

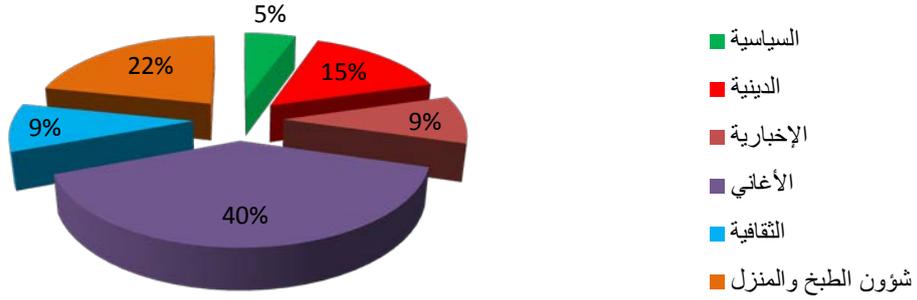
البرامج المفضلة في الإذاعة

جدول رقم (18) يبين البرامج المفضلة وترتيبها

الإذاعة		التوزيع	البرامج
النسبة	التكرار		
3.93%	09		السياسية
10.91%	25		الدينية
6.55%	15		الإخبارية
28.82%	66		الأغاني
6.55%	15		الثقافية
15.72%	36		شؤون الطبخ والمنزل
27.51%	63		الاجتماعية
100%	229		المجموع

يبين الجدول رقم (18) البرامج التي تفضل المبحوثات الاستماع لها حيث تفضل عينة الدراسة الاستماع للبرامج الاجتماعية ثم الأغاني وذلك بنسبة 28.82%، على التوالي، وفي المرتبة الثالثة تأتي البرامج الخاصة بالطبخ وشؤون المنزل وذلك بنسبة 15.72% من مجموع الإجابات تلمها البرامج الدينية بنسبة 10.91% أما باقي البرامج فحصلت على نسب ضئيلة وهي لا تمثل أولوية بالنسبة لعينة الدراسة. ومنه يمكن استخلاص المبحوثات يستعملن الإذاعة كخلفية ترفيهية في المركز الأول وذلك بعد حصول برامج الأغاني على المركز الأول تلمها برامج الواقع (الاجتماعية والدينية...).

16 رسم بياني يوضح توزيع البرامج المفضلة في الإذاعة



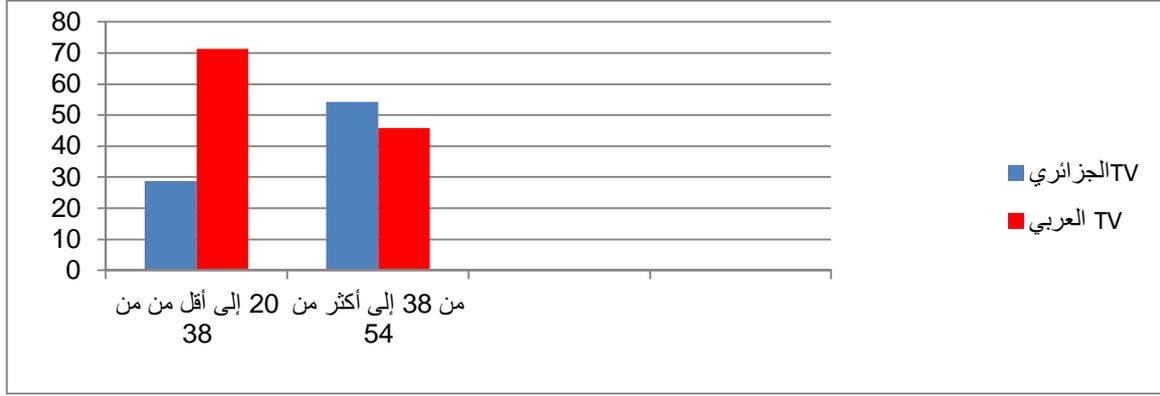
تحليل نتائج الدراسة حسب بعض المتغيرات السيميوجرافية:
مشاهدة التلفزيون:

جدول رقم (20) يبين مشاهدة التلفزيون حسب متغير السن:

المجموع		التلفزيون العربي		التلفزيون الجزائري		التوزيع السن
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%52.63	80	%71.25	57	%28.75	23	20 إلى أقل من 38 (مج 57)
%47.36	72	%45.83	33	%54.16	39	من 38 إلى أكثر من 54 (مج 43)
%100	152	%100	90	%100	62	المجموع (100)

يبين الجدول رقم (20) الذي يبين مشاهدة التلفزيون حسب متغير السن حيث يوضح أن لمتغير السن دلالة إحصائية فيما يتعلق بمشاهدة المبحوثات التلفزيون الجزائري والعربي، كشف الجدول أن المرأة الريفية عينة الدراسة تشاهد التلفزيون العربي أكثر من مشاهدتها للتلفزيون الجزائري حيث أن الفئة العمرية (من 20 إلى أقل من 38 سنة) والتي بلغ مجموعها 57 امرأة ريفية وهذا مؤشر آخر أن هذه الفئة أكثر استعمالاً للتلفزيون من الفئة الثانية والتي بلغ مجموعها 43 من المبحوثات اللواتي يشاهدن التلفزيون، فالفئة العمرية الأولى تشاهد القنوات العربية بنسبة أكبر من مشاهدتها للتلفزيون الجزائري وذلك بنسبة 71.25% من مجموع من تشاهد التلفزيون بينما تشاهد التلفزيون الجزائري بنسبة 25.75%.

في حين نجد الفئة العمرية (من 38 إلى أكثر من 54 سنة) تشاهد التلفزيون الجزائري بنسبة أكبر 54.16% من مجموع من تشاهد التلفزيون الجزائري، بينما من تشاهد التلفزيون العربي والذي بلغت نسبة مشاهدته 45.83% من مجموع من تشاهد القنوات العربية.



19 رسم بياني يوضح مشاهدة التلفزيون حسب متغير السن

جدول رقم (20) يبين مشاهدة التلفزيون حسب المستوى التعليمي:

المجموع	التلفزيون العربي		التلفزيون الجزائري		التوزيع	البرامج
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%22.36	34	%35.29	12	%64.70	22	أمية (مج 26)
%26.31	40	%82.5	33	%17.5	07	الابتدائي (مج 23)
%20.39	31	%70.96	22	%29.03	09	المتوسط (مج 26)
%15.78	24	%75	18	%25	06	الثانوي (مج 19)
%8.55	13	%84.61	11	%15.38	02	الجامعي (مج 11)
%6.57	10	%60	6	%40	4	دراسات عليا (مج 6)
%100	152	%100	102	%100	50	المجموع (مج 100)

يتضح من الجدول رقم (22) الذي بين توزيع المبحوثات حسب المستوى التعليمي فقد تبين أن للمستوى التعليمي له دلالة إحصائية فيما يخص مشاهدة التلفزيون الجزائري والعربي، ويمكن عرض نتائج الجدول كما يلي:

- بلغ عدد مشاهدات التلفزيون من ذوي المستوى الابتدائي 40 امرأة ريفية وهي بذلك أعلى نسبة من مجموع المبحوثات اللاتي تستعملن التلفزيون، %82.5 منهن يشاهدن التلفزيون العربي وهي أعلى نسبة، في حين من تشاهد التلفزيون الجزائري بلغت نسبتهن %17.5.

- بلغ عدد مشاهدات التلفزيون الأميات 34 امرأة ريفية بنسبة %22.36، بلغت نسبة المشاهدات الأميات للتلفزيون الجزائري %64.70 وهي أعلى نسبة في حين الأميات اللواتي يشاهدن القنوات العربية حصلت على نسبة %35.29.

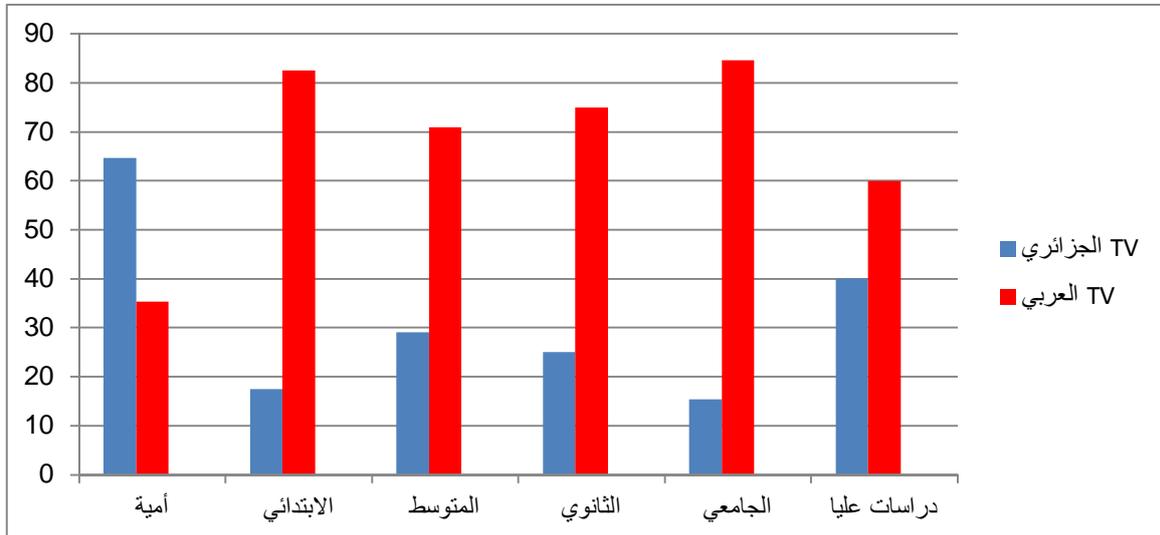
- بلغ عدد مشاهدات التلفزيون من ذوي المستوى المتوسط 31 امرأة ريفية من عينة الدراسة بنسبة %20.39، بلغت نسبة من تشاهد منهن التلفزيون العربي %70.96، وهي ثالث أعلى نسبة ممن تشاهد التلفزيون من المبحوثات، في حين وصلت نسبة من تشاهد التلفزيون من المستوى الابتدائي من عينة الدراسة %29.03.

- بلغ عدد مشاهدات التلفزيون من ذوي المستوى الثانوي 24 امرأة بنسبة 15.78%، بلغت نسبة من تشاهد التلفزيون العربي 75% وهي ثاني أعلى نسبة، في حين بلغت نسبة من تشاهد التلفزيون الجزائري 25%.

- بلغ عدد مشاهدات التلفزيون من ذوي المستوى الجامعي 13 امرأة ريفية من عينة الدراسة بنسبة 8.55% وتعتبر أدنى نسبة وقد تعود هذه النسبة الضئيلة إلى -كما أشرنا سابقا- إلى ظروف إجراء المقابلة، حيث بلغت نسبة من تشاهد منهم التلفزيون العربي 84.61%، في حين بلغت من تشاهد التلفزيون الجزائري 15.38%.

- بلغ عدد مشاهدات التلفزيون من المبحوثات من ذوي مستوى الدراسات العليا 10 نساء بنسبة 6.57% نسبة من تشاهد منهم التلفزيون العربي بلغت 60%، بينما بلغت من تشاهد التلفزيون الجزائري 40%.

حيث أن متغير المستوى التعليمي له علاقة ترابطية مع مشاهدة التلفزيون بصفة عامة والتلفزيون العربي بالتحديد وهذا يفسر أن من لهن مستوى تعليمي جامعي وثانوي يستعملن التلفزيون أكثر من غيرهن ويتعرضن أكثر للقنوات العربية وقد يكون لهن رغبات وحاجات سيعلن لتحقيقها كما أن لعامل اللغة أيضا دور في مدى التعرض للتلفزيون.



20 رسم بياني يوضح مشاهدة التلفزيون حسب متغير المستوى التعليمي

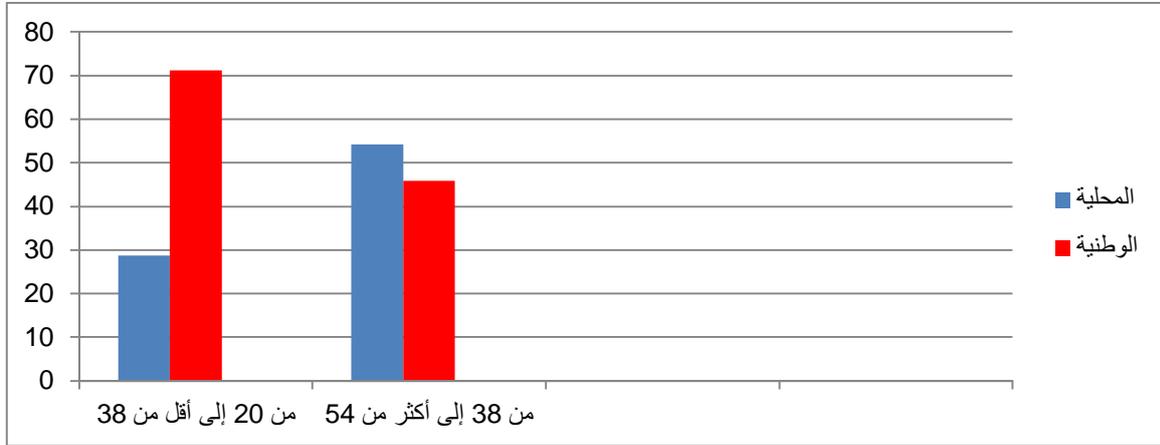
الاستماع للإذاعة:

جدول رقم (23) يبين الاستماع للإذاعة حسب متغير السن:

المجموع		الوطنية		المحلية		التوزيع	السن
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
52.63%	24	71.25%	11	28.75%	13	20 إلى أقل من 38 (مج 19)	
47.36%	65	45.83%	09	54.16%	56	38 إلى أكثر من 54 (مج 58)	
100%	89	100%	20	100%	69	المجموع (87)	

يبين الجدول رقم (23) الذي يبين مشاهدة التلفزيون حسب متغير السن حيث يوضح أن متغير السن دلالة إحصائية فيما يتعلق بمشاهدة المبحوثات التلفزيون الجزائري والعربي، كشف الجدول أن المرأة الريفية عينة الدراسة تشاهد التلفزيون العربي أكثر من مشاهدتها للتلفزيون الجزائري حيث أن الفئة العمرية (من 20 إلى أقل من 38 سنة) والتي بلغ مجموعها 57 امرأة ريفية وهذا مؤشر آخر أن هذه الفئة أكثر استعمالاً للتلفزيون من الفئة الثانية والتي بلغ مجموعها 43 من المبحوثات اللواتي يشاهدن التلفزيون، فالفئة العمرية الأولى تشاهد القنوات العربية بنسبة أكبر من مشاهدتها للتلفزيون الجزائري وذلك بنسبة 71.25% من مجموع من تشاهد التلفزيون بينما تشاهد التلفزيون الجزائري بنسبة 25.75%.

في حين نجد الفئة العمرية (من 38 إلى أكثر من 54 سنة) تشاهد التلفزيون الجزائري بنسبة أكبر 54.16% من مجموع من تشاهد التلفزيون الجزائري، بينما من تشاهد التلفزيون العربي والذي بلغت نسبة مشاهدته 45.83% من مجموع من تشاهد القنوات العربية.



21 رسم بياني يوضح الاستماع للإذاعة حسب متغير السن

جدول رقم (24) يبين مشاهدة التلفزيون حسب المستوى التعليمي:

المجموع	الإذاعة الوطنية		الإذاعة المحلية		التوزيع	البرامج
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%28.08	00	25	%100	25		أمية (مج 25)
%25.84	%21.73	23	%78.26	18		الابتدائي (مج 24)
%14.60	%30.76	13	%69.23	09		المتوسط (مج 16)
%26.96	%29.16	24	%70.83	17		الثانوي (مج 18)
%2.24	%50	02	%50	01		الجامعي (مج 03)
%2.24	%50	02	%50	01		دراسات عليا (مج 01)
%100	%100	89	%100	71		المجموع (مج 87)

يتضح من الجدول رقم (24) الذي بين توزيع المبحوثات حسب المستوى التعليمي فقد تبين أن للمستوى التعليمي له دلالة إحصائية فيما يخص الاستماع للإذاعة، ويمكن عرض نتائج الجدول كما يلي:

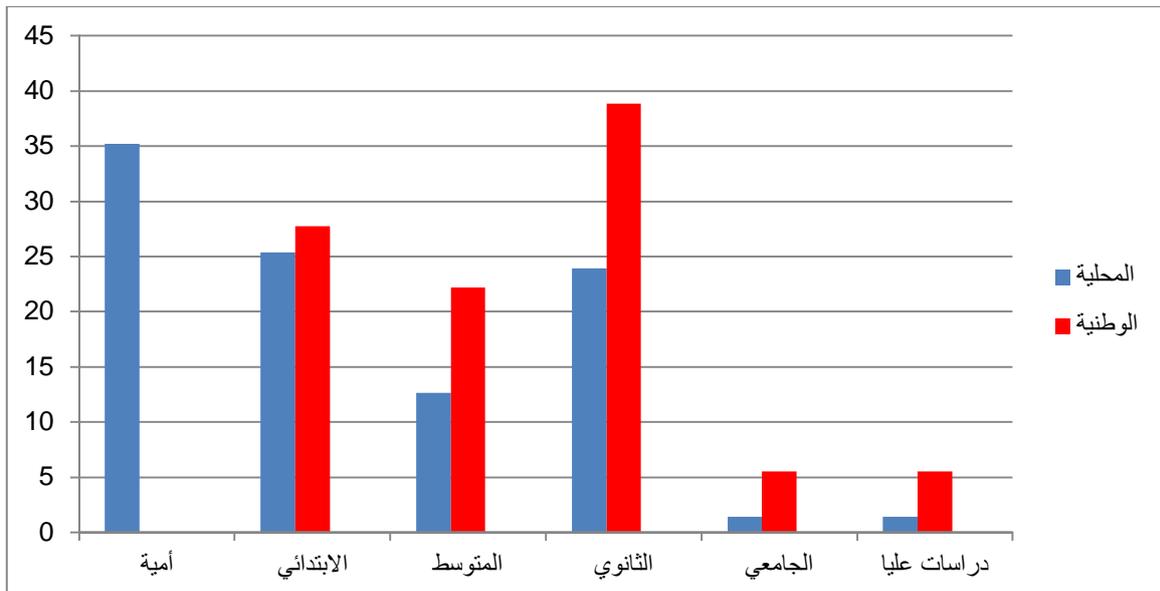
- بلغ عدد المستمعات الأميات للإذاعة 25 من بين 89 مستمعة للإذاعة المحلية والوطنية بنسبة 28.08% وهي أعلى نسبة من مجموع المبحوثات، تستمع 100% الأميات كلهن للإذاعة المحلية، بينما تمثل نبتهن من المبحوثات اللواتي يستمعن للإذاعة المحلية 35.21%.

- بلغ عدد مستمعات الإذاعة من ذوات المستوى التعليمي (الثانوي والابتدائي)، (24 و23) وحصل كل منهما على (26.96% و25.84%)، تستمع المرأة الريفية عينة الدراسة عند المستوى التعليمي الابتدائي للإذاعة المحلية بنسبة 78.26%، بينما تستمع للإذاعة الوطنية بنسبة 21.73%، في حين تستمع المرأة الريفية للإذاعة المحلية عند المستوى التعليمي الثانوي بنسبة 70.83%، وتمثل نسبة المبحوثات عند المستوى (الثانوي والابتدائي) من مجموع المبحوثات اللواتي يستمعن للإذاعة المحلية (23.94% و25.35%) على التوالي في حين تمثل نسبة هاذين المستويين (38.88% و27.77%) من مستمعات الإذاعة الوطنية -أيضا على التوالي-

- بلغ عدد مستمعات الإذاعة من ذوات المستوى التعليمي المتوسط 13 امرأة بنسبة 14.60%، حيث تستمع منهن 69.23% للإذاعة المحلية و30.76% للإذاعة الوطنية، وتمثل نسبتهن من مجموع المبحوثات اللواتي يستمعن للإذاعة المحلية 12.67%، وتمثل نسبتهن 22.22% ممن يستمعن للإذاعة الوطنية.

- بينما تستمع طالبتين جامعتين من المبحوثات للإذاعة بنسبة 2.24%، وكذلك تستمع طالبتين من الدراسات العليا للإذاعة بنسبة بلغت أيضا 2.24%، وتمثل نسبتهن من مجموع المبحوثات اللواتي يستمعن للإذاعة المحلية 1.4%، في حين تمثل نسبتهن 5.55% ممن يستمعن للإذاعة الوطنية.

ما يمكن استنتاجه من خلال هذه القراءة أنه كلما كان المستوى التعليمي محدود زاد الاستماع للإذاعة فالعلاقة عكسية بين المستوى التعليمي للمرأة الريفية عينة الدراسة وبين الاستماع للإذاعة وبالتحديد الإذاعة المحلية، وهذا ما يؤكد على أن من خصائص الإذاعة تناسب الفئات محدودة التعليم.



23 رسم بياني يوضح الاستماع للإذاعة حسب متغير المستوى التعليمي

ترتيب البرامج في التلفزيون

سنعرض فيما يأتي ترتيب المبحوثات للبرامج التلفزيونية حسب بعض المتغيرات التي افترضنا أن لها علاقة ترابطية مع التعرض للتلفزيون، وهذا سيكشف علاقة وسائل الإعلام التي اخترناها (التلفزيون والإذاعة) علما أن الجرائد والمجلات والانترنت لا تلقى إقبالا واسعا من قبل المرأة الريفية ولا نعتقد أن لها علاقة في رسم صورة عن استعمال المرأة الريفية لوسائل الإعلام. وسيتم التركيز على التلفزيون العربي والإذاعة المحلية لأنها أكثر إقبالا حسب ما كشفته نتائج الجداول السابقة.

ترتيب البرامج في التلفزيون:

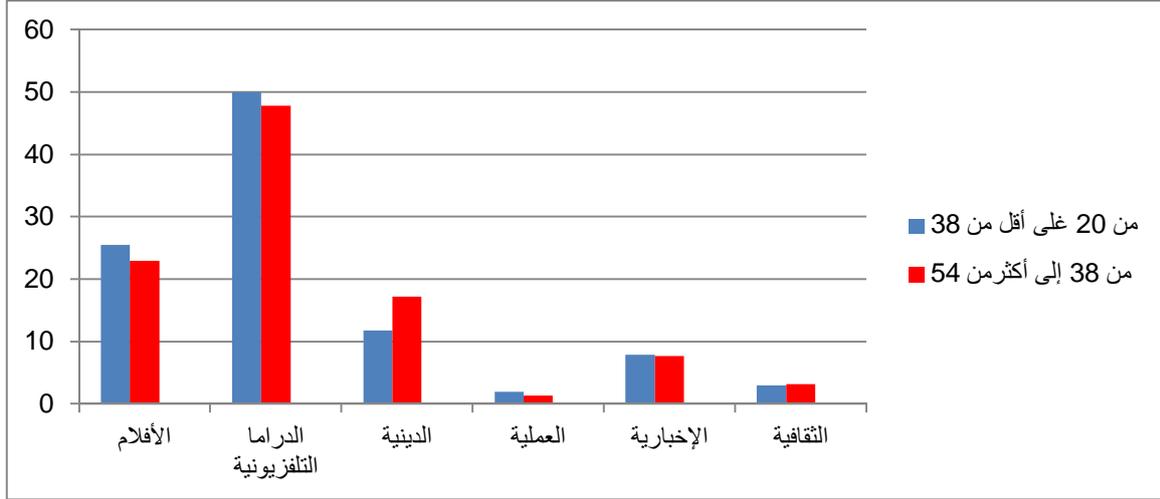
جدول رقم (25) يبين ترتيب البرامج المفضلة حسب متغير السن:

البرامج	20- أقل من 38		38- أكثر من 54		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الأفلام (36)	26	%25.49	10	%22.92	36	%72.22
الدراما التلفزيونية (75)	51	%50	24	%47.77	75	%68
الدينية (27)	12	%11.76	15	%17.19	27	%44.44
العلمية (02)	02	%1.96	00	%1.27	02	%100
الإخبارية (12)	08	%7.84	04	%7.64	12	%66.66
الثقافية (05)	03	%2.94	02	%3.18	05	%60
المجموع (مج 157)	102	%100	55	%100	157	%100

يوضح الجدول رقم (25) توزيع المبحوثات حسب ترتيب البرامج في القنوات العربية حسب السن حيث توزعت البرامج على الفئتين العمريتين كما يلي:

- الفئة العمرية من 20 إلى أقل من 38 تفضل مشاهدة الدراما التلفزيونية (المسلسلات) فاحتلت المركز الأول بنسبة %50، وفي المرتبة الثانية جاءت الأفلام بنسبة %25.49 وفي المرتبة الثالثة البرامج الدينية بنسبة بلغت %11.76.

- الفئة العمرية من 38 إلى أكثر من 54 سنة فهي تفضل مشاهدة الدراما التلفزيونية بنسبة %47.77، وفي المرتبة الثانية الأفلام بنسبة %22.92، وفي المرتبة الثالثة البرامج الدينية بنسبة %17.19، ليتبين أن متغير السن ليس مهما في التعرض للبرامج التلفزيونية في القنوات العربية.



24 رسم بياني يوضح الاستماع للإذاعة حسب متغير المستوى التعليمي

جدول رقم (26) يبين ترتيب البرامج المفضلة حسب متغير المستوى التعليمي:

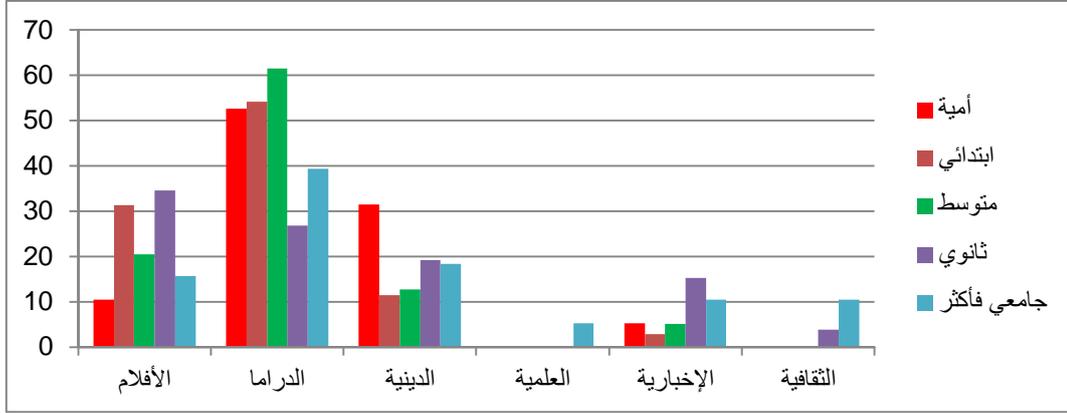
التوزيع البرامج	أمية		ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي/دراسات عليا	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الأفلام (36)	%10.5	02	%31.4	11	%20.5	08	%34.6	09	%15.7	06
الدراما التلفزيونية (75)	%52.6	10	%54.2	19	%61.5	24	%26.9	07	%39.4	15
الدينية (27)	%31.5	06	%11.4	04	%12.8	05	%19.2	05	%18.4	07
العلمية (02)	%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	%5.26	02
الإخبارية (12)	%5.26	01	%2.85	01	%5.12	02	%15.3	04	%10.5	04
الثقافية (05)	%00	00	%00	00	%00	00	%3.84	01	%10.5	04
المجموع (مج 157)	%100	19	%100	35	%100	39	%100	26	%100	38

يوضح الجدول رقم (26) ترتيب البرامج في القنوات العربية حسب السن حيث توزعت البرامج على المستويات التعليمية كما يلي - مع الإشارة إلى أنه تم دمج المستوى الجامعي مع الدراسات العليا لتقارب المستوى وعدم وقلة المبحوثات عند هذا المستوى:-

- الدراما التلفزيونية جاءت في المرتبة الأولى وتفضل المبحوثات من ذوات المستوى المتوسط مشاهدتها وذلك بنسبة %61.5 وبلغت النسبة عند المستوى المتوسط %54.2 تليها الأميات بنسبة %52.6 بعدها المستوى الجامعي فأكثر بنسبة %39.4 ثم المستوى التعليمي الثانوي بنسبة %26.9.

-الأفلام جاءت في المرتبة الثانية وتفضل المبحوثات من ذوات المستوى الجامعي فأكثر التعرض لها وذلك بنسبة 34.6% تلي ذلك المبحوثات من ذوات المستوى الابتدائي وذلك بنسبة 31.4% ثم الثانوي بنسبة 20.5% ثم الأميات بنسبة 10.5%.

لنستنج أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي عموماً زادت مشاهدة الأفلام.



25 رسم بياني يوضح ترتيب البرامج في التلفزيون حسب متغير المستوى التعليمي

ترتيب البرامج في الإذاعة:

جدول رقم (27) يبين ترتيب البرامج المفضلة حسب متغير السن:

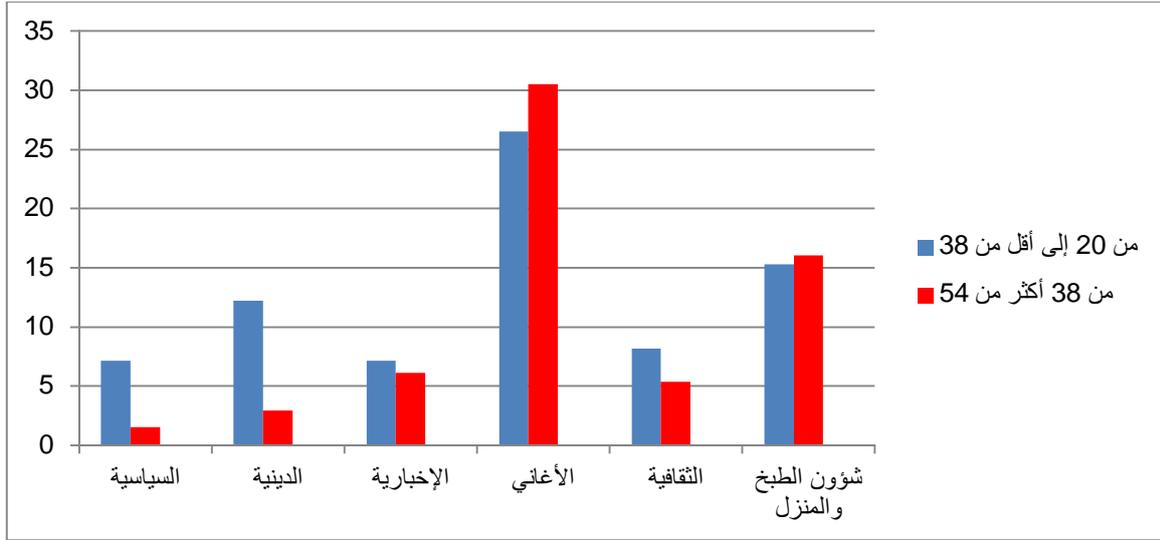
38-أكثر من 54		20- أقل من 38		التوزيع	البرامج
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
1.52%	2	7.14%	7		السياسية (09)
2.92%	13	12.24%	12		الدينية (25)
6.10%	08	7.14%	07		الإخبارية (15)
30.53%	40	26.53%	26		الأغاني (66)
5.34%	07	8.16%	08		الثقافية (15)
16.03%	21	15.30%	15		شؤون الطبخ والمنزل (36)
30.53%	40	23.46%	23		الاجتماعية (63)
100%	131	100%	98		المجموع (مج 229)

يوضح الجدول رقم (25) توزيع المبحوثات حسب ترتيب البرامج في الإذاعة حسب السن حيث توزعت البرامج على الفئتين العمريتين كما يلي:

- الفئة العمرية من 20 إلى أقل من 38 تفضل الاستماع للأغاني بنسبة 26.53%، وهي بذلك تتخذها كخلفية ترفيهية لتأتي في المرتبة الثانية بنسبة 23.46%، وفي المرتبة الثالثة البرامج المخصصة للطبخ وكل ما يتعلق بالمنزل كالديكور وتزيين المنازل والتجميل وغيره وذلك بنسبة 15.30%، وفي المرتبة الرابعة البرامج الدينية بنسبة بلغت 12.24%،

أما البرامج الثقافية والسياسية فقد حصلتا على نسبة ضئيلة مبدئيا وتمثلت في (25.49% و 25.49%) على التوالي.

- الفئة العمرية من 38 إلى أكثر من 54 سنة فهي تفضل أيضا الاستماع للأغاني والبرامج الاجتماعية بنسبة 30.53% لكل منهما، أما باقي البرامج فتحصلت على نسب متدنية (6.10% و 5.34 و 2.92 و 1.52%) (البرامج الإخبارية، البرامج الثقافية، البرامج الدينية والبرامج السياسية) على التوالي. لنستخلص أن السن لم يكن مغيرا هاما في ترتيب البرامج المفضلة في الإذاعة.



26 رسم بياني يوضح ترتيب البرامج في الإذاعة حسب متغير السن

جدول رقم (28) يبين ترتيب البرامج المفضلة حسب متغير المستوى التعليمي:

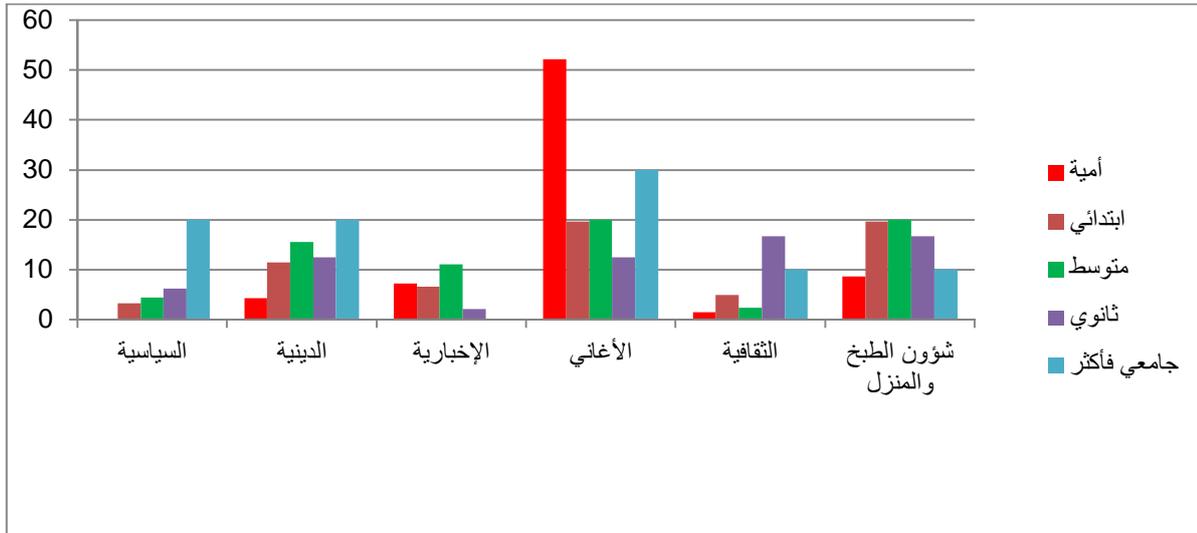
البرامج	التوزيع		أمية		ابتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي/دراسات عليا	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة								
السياسية (09)	00	%00	02	%3.27	02	%4.44	03	%6.25	02	%20	02	%20
الدينية (25)	03	%4.34	07	%11.47	07	%15.55	06	%12.5	02	%20	02	%20
الإخبارية (15)	05	%7.24	04	%6.55	05	11.11%	01	%2.08	00	%00	00	%00
الأغاني (66)	36	%52.17	12	%19.67	09	%20	06	%12.5	03	%30	03	%30
الثقافية (15)	01	%1.44	03	%4.91	02	%2.44	08	%16.66	01	%10	01	%10
شؤون الطبخ والمنزل (36)	06	%8.69	12	%19.67	09	%20	08	%16.66	01	%10	01	%10
الاجتماعية (63)	18	%26.08	21	%34.42	11	24.44%	16	%33.33	01	%10	01	%10
المجموع	69	%100	61	%100	45	%100	48	%100	10	%100	10	%100

يوضح الجدول رقم (28) ترتيب البرامج في الإذاعة حسب المستوى التعليمي حيث توزعت البرامج على المستويات التعليمية كما يلي - مع الإشارة إلى أنه تم دمج المستوى الجامعي مع الدراسات العليا لتقارب المستوى وقلة المبحوثات عند هذا المستوى:-

- الأغاني جاءت في المرتبة الأولى وتفضل المبحوثات الأميات الاستماع لها بنسبة 52.17% وبلغت النسبة عند المستوى الجامعي 30%، وعند المستوى الثانوي بلغت النسبة 20% وذوات المستوى التعليمي الابتدائي بلغت نسبة الاستماع للأغاني 19.67% أما المبحوثات عند المستوى التعليمي المتوسط فقدرت النسبة بـ 12.5%

- البرامج الاجتماعية جاءت في المرتبة الثانية وتفضل المبحوثات من ذوات المستوى الابتدائي الاستماع لها بنسبة 34.42% تلي ذلك ذوات المستوى الثانوي وذلك بنسبة 33.33% ثم الأميات بنسبة 26.08% ثم ذوات المستوى الابتدائي بنسبة 24.44%، وفي المرتبة الأخيرة الجامعيات بنسبة لم تزد عن 10%.

لنستنتج المرأة الريفية محدودة التعليم تعتبر من جمهور الإذاعة عموماً، والأغاني هي البرامج المفضلة عندهن.



27 رسم بياني يوضح ترتيب البرامج في الإذاعة حسب متغير المستوى التعليمي

نتائج الدراسة:

ويمكن بعد القراءة الكمية والكيفية للجداول أن ندرج النتائج الآتية:

- التلفزيون الأكثر استعمالا من طرف المبحوثات من النساء الريفيات وذلك بنسبة 66.66%، وهذه النتائج تتوافق مع أغلب الدراسات والأبحاث عن وسائل الإعلام الجماهيرية في أن التلفزيون يتصدر وسائل الإعلام، وهذا يوافق ما افترضناه.
- تستهوي المبحوثات القنوات العربية أكثر من القنوات الجزائرية حسب نتائج هذه الدراسة وذلك بنسبة 73%، وذلك لما يعرضه من مضامين كالدراما التلفزيونية التي تستحوذ على اهتمامات المرأة عموما.
- يبقى التلفزيون عموما عائلي وبالتحديد التلفزيون الجزائري حيث يمكن أن تجتمع أفراد الأسرة حوله حسب نتائج هذه الدراسة وذلك بنسبة 98%.
- الوقت المفضل للمشاهدة بالنسبة لعينة الدراسة يتم في المساء بنسبة 48%، وتقضي 45% من المبحوثات مدة ساعتين في التعرض لمضامين التلفزيون.
- كلما زاد المستوى التعليمي زاد تعرض المبحوثات للتلفزيون العربي فالأمية تفضل التعرض للتلفزيون الجزائري وذلك بنسبة 64.70%، بينما تفضل الجامعيات التلفزيون العربي وذلك بنسبة 84%.
- الإذاعة هي الأكثر تناسبا وخصائص المرأة الريفية وبالتحديد ذات المستوى التعليمي المحدود حيث تستمع المرأة الريفية للإذاعة بنسبة 58%.
- تتابع المرأة الريفية البرامج الإذاعية نظرا لطبيعة عملها وخصائصها كالأمية والفقراء أما السن والحالة العائلية فليس هناك فروق إحصائية بالنسبة للاستماع، بينما يعتبر المستوى التعليمي متغير مهما في نوعية البرامج التي تتعرض لها المرأة الريفية.
- وخلافا لما افترضناه فالمرأة الريفية تفضل البرامج ذات الطابع الاجتماعي.

الهوامش

- ¹ تمثل المرأة 49.4% من سكان الجزائر حسب الديوان الوطني للإحصاء (إحصائيات ديسمبر 2016).
- ² محمد محمود الذنبيات، عمار بوحوش: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ص 138.
- ³ عبد الوهاب الكيالي وآخرون، موسوعة السياسة، ج7، مطبعة العلوم، بيروت، 1994، ص2.
- ⁴ عبد الله الطويرقي: علم الاتصال المعاصر: دراسة في الأنماط والمفاهيم وعالم الوسيلة الإعلامية، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض، 2004، ص 281.
- ⁵ زيدان عبد الباقي: علم الاجتماع الريفي والقرى المصرية، دط، مطبعة المعرفة القاهرة، 1974، ص 49.
- ⁶ محمد علي محمد: الخدمة الاجتماعية وتنمية المجتمع الريفي رؤية نظرية وواقعية، دط، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية، دت، ص 24.
- ⁷ سعد سلمان المشهداني: الإعلان التلفزيوني وتأثيره في الجمهور، دط، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011 ص97.
- ⁸ حفيظة سنوسي: الإذاعة المحلية والعادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1996، ص158.
- ⁹ نبيلة جعفري: الإعلام الجهوي وتحقيق إشباع الجمهور، دراسة ميدانية على عينة من جمهور إذاعة أم البواقي الجهوية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص صحافة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2009، ص 246.
- ¹⁰ حسان فوغالي: الإعلام الثقافي في الجزائر (الإذاعة الثقافية نموذجا)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007/2006، ص58.
- ¹¹ ماجي الحلواني: مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، دط، القاهرة، عالم الكتب، 2002، ص25.
- ¹² السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب-دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة مقدمة لنيل دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص333.
- ¹³ صفوان عصام حسيبي: الصحافة المكتوبة وظاهرة العنف في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص 119.
- ¹⁴ محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، دت، ص 79.
- ¹⁵ سمير عبد الرزاق العبدلي: الدعاية والإعلان، دط، مكتبة بغداد للطباعة والنشر، الأردن، دت، ص66.
- ¹⁶ عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام، دط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2000، ص502.
- ¹⁷ السعيد بومعيزة: مرجع سابق، ص 343.
- ¹⁸ 197، السعيد بومعيزة.