

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة ( الجزائر 2 ) أبو القاسم سعد الله  
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية  
قسم علم الاجتماع  
عنوان الأطروحة

# القنوات الفضائية و أثرها على تغير بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية

رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم  
تخصص علم الاجتماع الريفي

تحت إشراف الأستاذ :  
الدكتور/ طاهر بوشلوش

من إعداد الطالبة:  
لمياء بودرواية

السنة الجامعية 2015/2014

## الإهداء

إلى نافورة الحب و العطاء إلى من اعتبرها المدرسة الأولى  
إلى أُمي الغالية

إلى شجرة الشموخ إلى من شجعني دائما و يمدني بالقوة و  
العزيمة لمواصلة الدراسة إلى أبي العزيز حفظه الله

إلى من شاركني أفراحي و أحزاني و دعمني نفسيا و ماديا  
لموصلة مشواري إلى زوجي العزيز

إلى ابنتي يسرى الغالية التي أمدتني بالقوة لإتمام  
رسالتي

إلى هؤلاء جميعا اهدي عملي هذا المتواضع

## الشكر والعرفان

أشكر المولى عز و جل الذي وفقني في إتمام هذه  
المذكرة.

أتقدم بفائق الشكر و العرفان إلى الأستاذ المشرف  
الدكتور الطاهر بوشلوش الذي لم يبخل عليا بتوجيهاته  
القيمة ، و انتقاداته الهادفة التي أدت إلى إخراج هذه  
المذكرة في صورة و شكلها النهائي.

كما أنني أجد نفسي مدينة بالشكر إلى كل من قدم يد  
المساعدة و العون من قريب أو من بعيد و منهم الديوان  
الوطني للإحصاء ، ولاية و بلديات ولاية سطيف و الجزائر .

## المقدمة

يعد موضوع تأثير القنوات الفضائية على تغير بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية من أهم الموضوعات التي يجب أن نهتم بدراستها في بحوثنا الاجتماعية و لا سيما وان مجتمعنا يشهد تحولات نتيجة الانفتاح الاقتصادي و الثقافي و السياسي .

أن من أهم القضايا التي تواجه المجتمعات اليوم هي قضية تغيير العادات و التقاليد الاستهلاكية ، و قد بدأت بعض الشركات المتعددة الجنسيات بتشييد فروعها عبر كافة المدن و الأقاليم و من خلال هذا بدأت المجتمعات تستهلك ما تنتجه هذه الشركات ، وبذلك بدأت العادات و الثقافة الاستهلاكية التقليدية تتأثر سواء في مجال تحضير و إعداد الأطباق العصرية أو في مجال الألبسة و الأجهزة المنزلية .

إن تطور وسائل الإعلام و الاتصال و لا سيما القنوات الفضائية و ما تنبثه من إعلانات للترويج للسلع و الضائع و بالتالي تخلق ثقافة استهلاكية جديدة لدى الأفراد و الأسرة و لذلك و لذلك جاءت الدراسة لكي تلقي المزيد من الضوء على تأثير القنوات الفضائية بعض أنماط الأسرة الجزائرية بشقيها الريفية و الحضرية ، ومن هذا المنطلق و على ضوء الأبعاد النظرية و الميدانية قسمت الدراسة إلى بابين رئيسيين:

الباب الأول :يتناول الإطار المنهجي و النظري للدراسة و قد اشتمل على خمس فصول :

بدأ الفصل الأول، بتحديد مبررات اختيار الموضوع ثم الأهمية و الأهداف و بعدها الإشكالية و الفرضيات ثم تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة.

أما الفصل الثاني فقد تناول المقاربة النظرية للدراسة حيث يتضمن أهم النظريات التي تعالج و تفسر العلاقة بين الدخل و الاستهلاك كالنظرية الكينزية و نظرية الدخل النسبي و النظرية المادية ثم الانتقادات الموجهة لتلك النظريات ، كما تضمن أيضا أهم الدراسات السابقة التي تدخل في نفس سياق الدراسة .

أما الفصل الثالث فقد تطرقنا فيه إلى التحليل السوسيولوجي لأهم مجالات التحول في المجتمع الجزائري خلال الفترة ما بين (1990-2010) و قد تضمن التحول في المجال الاجتماعي و التربوي و الاقتصادي و السياسي .

أما الفصل الرابع فقد تطرقنا فيه إلى عوامل تطور مستوى الاستهلاك و الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الجزائري من خلال مفهوم الاستهلاك و الثقافة الاستهلاكية كذلك الاستهلاك في التراث النظري و العولمة و آلياتها ثم الإنفاق الاستهلاكي و مستوى معيشة الأسر و التغيرات التي حدثت في لعادات و الأنماط الاستهلاكية للأسرة الجزائرية.

في حين تطرقنا في الفصل الخامس للتلفزيون و أثره على الأسرة والطفل و التنشئة الاجتماعية و قد تضمن نشأة التلفزيون في المجتمع الجزائري كذلك أثره على الأسرة و الطفل و التنشئة الاجتماعية كما تضمن أيضا الإعلانات التلفزيونية و أثرها على تغير أنماط الثقافة الاستهلاكية لدى الأسرة .

أما الباب الثاني فقد خصص الجانب الميداني للدراسة الميدانية و تحليل النتائج و قد تضمن خمسة فصول ، حيث تناول الفصل الأول الإجراءات المنهجية للدراسة و المتمثلة في استعراض مجالات الدراسة و المناهج المستعملة في الدراسة كذلك تقنيات جمع البيانات ،فضلا عن معالجة عينة الدراسة و اختيارها و خصائصها و الصعوبات البحث كذلك المعالجة الإحصائية للبيانات و تحليل النتائج .

أما الفصل الثاني ، فقد تم تخصيصه للتعرف على المستوى الاجتماعي و الاقتصادي للمبحوثات من خلال بعض المؤشرات كالدخل و مصادره و المستوى التعليمي للزوج و الزوجة كذلك نوع السكن و اقتناء بعض الأجهزة المنزلية و السلع المعمرة كالسيارة.

في حين تناول الفصل الثالث التلفزيون و الأسرة و البرامج المفضلة و نوع الأطباق المحضرة و الميزانية و أوجه الإنفاق الأسري حيث تناولنا من خلاله مدى ملكية الأسرة للتلفزيون كذلك البرامج و القنوات المفضلة ثم اثر مشاهدة التلفزيونية على تغير بعض الأنماط الاستهلاكية الخاصة بأطباق الطعام بالإضافة إلى تسيير ميزانية الأسرة و أوجه الإنفاق .

أما الفصل الرابع فقد خصصناه إلى مشاهدة التلفزيونية و مدى تأثيرها على القيم و العلاقات الأسرية و النزعة الاستهلاكية للأسرة الجزائرية حيث تناولنا فيه حجم مشاهدة التلفزيونية و مدى تأثيرها على القيم و العلاقات الأسرية كذلك مدى تأثير الإعلانات التلفزيونية على النزعة الاستهلاكية للأسرة الجزائرية من خلال مشاهدة المبحوثات للإعلانات التلفزيونية الخاصة

ببعض السلع الاستهلاكية و لا سيما الغذائية ،كذلك نوع السلع المفضل مشاهدتها والرغبة في شرائها ثم رأي المبحوثات حول مدى تأثير الإعلانات التلفزيونية على النزعة الاستهلاكية. أما الفصل الخامس فقد خصصناه للنتائج العامة التي خلصت إليها الدراسة و هو ينقسم إلى محورين أساسيين،حيث يتناول المحور الأول موقف النتائج من أهداف الدراسة و فروضها ، في حين يتناول المحور الثاني التوصيات و المقترحات الهامة التي توصلت إليها دراستنا بقسميها النظري و التطبيقي ثم الخاتمة و قائمة المراجع و الملاحق و الفهرس .

# الرياضة الأول للدراسة النظرية

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي والدراسة

المبحث الأول: منهجية الدراسة

المبحث الثاني : تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة



## الفصل الأول: الإطار المنهجي و النظري للدراسة

### المبحث الأول/ منهجية الدراسة:

#### أولا /مبررات اختيار الموضوع :

- إن اختيارنا لهذا الموضوع و يرجع إلي عدة أسباب يمكن تلخيصها في النقاط التالية:
1. الحاجة الماسة في مجتمعنا الجزائري إلى دراسات علمية تحاول الكشف عن تأثيرات القنوات الفضائية ولا سيما التلفزيون على العادات الغذائية و الأنماط الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية بشقيها الريفي و الحضري.
  2. الرغبة في التعرف على العادات و الأنماط الاستهلاكية الشائعة المنتشرة بين الأسر الريفية و الحضرية .
  3. ظهور ممارسات و أنماط و قيم استهلاكية جديدة في أوساط الأسرة الريفية والحضرية الايجابية منها و السلبية، فأصبحت الأسر و الافراد يتعاملون مع تلك الأنماط وكأنها أصلية و تجاهل العادات و القيم الأصلية للمجتمع .
  4. ندرة البحوث و الدراسات الأكاديمية التي تتناول بالدراسة و التحليل اثر القنوات الفضائية على القيم و العادات الغذائية و الأنماط الاستهلاكية للأسرة في المجتمع الجزائري.

#### ثانيا/أهمية و أهداف الدراسة :

تبرز أهمية الدراسة الراهنة في أننا نتناول موضوعا من المواضيع الهامة في المجتمع الجزائري ألا وهو اثر التلفزيون بقنواته الفضائية على تغير بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية بشقيها الريفي و الحضري في ضل التحولات التي شهدها مجتمعنا و العالم.

أما بالنسبة لتغير بعض القيم الاجتماعية تحت تأثير وسائل الإعلام المتمثلة في قيم العلاقات بين أفراد الأسرة ، قيم الزواج ، مكانة المرأة في المجتمع تشجيع العمل ، كل هذا يشكل موضوعا يستحق الدراسة الجادة وعلى هذا الأساس، فإن دراستنا تتمحور على العديد من الأهداف الرئيسية نذكرها في ما يلي:

- 1- التعرف على مدى تأثير التلفزيون بقنواته الفضائية على النمط الاستهلاكي للأسرة الجزائرية في كل من المدينة و الريف.

2- التعرف على الأنماط الاستهلاكية الشائعة و المنتشرة لدى الأسرة الجزائرية في كل من المدينة و الريف.

3- التعرف على أوجه الاختلاف و التشابه في الأنماط الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية في كل من المدينة و الريف.

4- التعرف على العلاقة بين المستوى التعليمي و الاقتصادي و الاجتماعي للمبحوثات و الأنماط الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية في كل من المدينة و الريف.

5- التعرف على مدى تأثير مشاهدة التلفزيونية على تغيير القيم والأنماط الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية في كل من المدينة و الريف.

6- التعرف على مدى تأثير الإعلان التلفزيوني على النزعة الاستهلاكية للأسرة الجزائرية في كل من المدينة و الريف.

7- التعرف على تغير ميزانية الأسرة و كيفية توزيع الدخل على أوجه الإنفاق لدى الأسرة الجزائرية في كل من المدينة و الريف.

8- التعرف على التغيرات التي طرأت على الأطباق الغذائية التقليدية و أوجه الاختلاف بين الأطباق العصرية.

9- التعرف على مدى تأثير تعليم ربات الأسر على السلوك الغذائي و اختيار وجبات الطعام .

10- التعرف على تأثير الدخل على النمط الاستهلاكي لدى الأسرة الجزائرية في كل من المدينة و الريف.

أما الهدف الرئيسي من البحث العلمي هو الوصول إلى تحليل دقيق للحقائق العلمية واكتشاف ما هو مجهول ومبهم في ميدان الحياة الاجتماعية، والتي تتجسد في مختلف الظواهر التي تحيط بحياة الفرد والمجتمع، وعليه يهدف هذا البحث إلى:

1- التعرف على أنماط الثقافة الاستهلاكية السائدة في مجتمعنا بشقيه الريفي والحضري ورصد التغيرات الجديدة على النمط الاستهلاكي التقليدي للأسرة الجزائرية، تحت تأثير القنوات الفضائية التي شهدت تطورا و اتساعا لا سيما خلال السنوات الأخيرة .

2- الكشف عن تأثير مشاهدة التلفزيونية على القيم و العلاقات الأسرية في الأسرة الجزائرية.

3- الوصول إلى مجموعة من الاستنتاجات حول اثر القنوات الفضائية على تغير بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية بأمل أن تساهم و تفتح نافذة في هذا الجانب لدراسة الباحثين للقيام بأبحاث أخرى.

### ثالثا / إشكالية الدراسة

يمر العالم اليوم بتحولات كبيرة ، شملت معظم مجالات الحياة الاجتماعية ، و الاقتصادية، والثقافية والسياسية، إلا أن وجود وسائل الإعلام التي أتاحت بث الصوت و الصورة للأحداث و الأخبار و المعلومات بمستوى من الدقة و السرعة في أرجاء العالم ، تعد تحديا كبيرا للمجتمعات بصفة عامة و الأسرة بصفة خاصة.

إن تطور وسائل الإعلام و الاتصال و ثورة المعلومات ، قد ساهم إلى حد كبير في الاطلاع على تجارب العالم و معارف الآخرين، في حين كان هذا الأمر يتطلب لسنوات بل لعقود من الزمن لمعرفة تلك التجارب و الخبرات .

لقد ارتبطت وسائل الإعلام والاتصال بالتطور التكنولوجي، و كانت القنوات الفضائية من أكثر الوسائل الإعلامية التي استفادة من هذا التطور و تأثرت به، حيث دخلت التقنيات الالكترونية و قوة البث وسرعته تماشيا مع تطبيق تكنولوجيا الاتصال العمل التلفزيوني و البث الفضائي و بذلك ساهمت تلك القنوات الفضائية في إحداث تغيرات كبيرة في الأفكار و المفاهيم و القيم و العادات الغذائية و الأنماط الاستهلاكية لدى أفراد المجتمع بصفة عامة و ربات البيوت و الأسرة بصفة خاصة.

إن من أهم القضايا التي تواجه الشعوب و المجتمعات اليوم هي قضية الحفاظ على العادات الغذائية و لا سيما عادات الاستهلاك ، فالشركات متعددة الجنسيات بدأت تنتشر فروعها في كافة أنحاء العالم و من ضمنه مجتمعنا، و من خلال هذا الانتشار بدأت المجتمعات تستهلك الأطعمة و المشروبات و الألبسة و بعض التجهيزات المنزلية التي تقدمها هذه الشركات وبذلك بدأ الاستهلاك التقليدي يتأثر سواء في مجال الأغذية التقليدية أو الألبسة ، كما تأثرت منظومة القيم الاجتماعية و لا سيما القيم ذات الارتباط الأسري و الأخلاقي ، إذ طغت القيم المادية على القيم الأخلاقية و القيم الفردية على القيم الجماعية.

إن مشاهدة التلفزيون والتجول في الأسواق ومشاهدة السلع المعروضة في واجهات المحلات كلها جوانب تتداخل مع الجوانب المادية ، بحيث تبدو عملية الفصل بينهما صعبة فتدفع بهم

إلى طلب الأفضل وفي حالة عدم تلبية السوق لما يشاهدونه في التلفزيون فإنهم يشعرون بالإحباط و القلق وهذا ما يقوله دني بدر الدين (DENNI Bedreddine) "أن الرسالة الإعلامية تؤثر سلبا على الجمهور، إذ تكون لديه شعورا بالتوتر والانزعاج والإحباط إذا كانت هذه السوق لا توفر هذه السلع أو لا تستجيب لقدراته الشرائية" <sup>1</sup> و يلجئون بالتالي الي الاقتراض الذين يجدون فيه الملجأ الوحيد لتلبية رغبات جميع أفراد الأسرة دون الوعي بمخاطره في حالة تراكم الأقساط.

و من هذا المنطلق، نحاول من خلال دراستنا هذه أن نلقى الضوء على بعض مظاهر التغيرات التي طرأت على بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية المنتشرة لدى للأسرة الجزائرية سواء المتعلقة بالعادات الغذائية أو الألبسة و أنواعها فضلا عن معرفة اتجاهاتهم نحو السلع الأجنبية ، من خلال الإطار الثقافي للمجتمع، ففي الثقافات الغربية مثلا يعتبر مسامرة آخر الموضة، من مظاهر الحياة العصرية و في الوقت نفسه فان مسامرة الموضة تعيق الثقافات المحلية ، و هذا لتمييزها بضوابط و معايير مثل العادات و التقاليد ،لكن التدفق عبر وسائل الإعلام و الاحتكاك بين الثقافات أثرت على الثقافات المحلية .

و عليه يعتبر التلفزيون بقنواته الفضائية قوة مؤثرة على القيم والعادات والاتجاهات والأنماط السلوكية والاستهلاكية لدى الأفراد،و تأسيسا على ما سبق نطرح بعض التساؤلات التي تسعى الدراسة إلى الإجابة عنها و هي كالتالي :

- 1- ما اثر القنوات الفضائية على تغير بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية الخاصة ؟
- 2- ما تأثير القنوات الفضائية على تغير أنماط الاستهلاك الخاصة باللباس لدى الأسرة الجزائرية(ريف ،حضر ) ؟
- 3- ما تأثير القنوات الفضائية على قيمة الترابط الأسري.
- 4- هل تتباين هذه الأنماط الاستهلاكية بين الأسر بتباين المستوى الاقتصادي و الاجتماعي.

---

<sup>1</sup> DENNI Bedreddine , « Réception des spots publicitaires étrangers en Algérie », dans la revue NAQD ; média communication et société, n° 8-9, 1998, p 56.

#### رابعاً/ فروض الدراسة:

انطلاقاً من التساؤلات السالفة الذكر قمنا بصياغة مجموعة من الفرضيات التي تتمثل في:

##### الفرضية الأولى:

تؤدي القنوات الفضائية إلى حدوث تغيرات في الأنماط الثقافية الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية الممثلة بربات البيوت و تتحدد هذه التغيرات في تغير بعض الأنماط الخاصة بأطباق الطعام كالتغير من النمط التقليدي إلى النمط العصري.

##### الفرضية الثانية :

تؤدي القنوات الفضائية بما تبثه من إعلانات شهرية إلى حدوث تغيرات في بعض الأنماط الثقافية الاستهلاكية الخاصة بالملابس حيث أصبحت اغلب الأسر تفضل اقتناء الملابس العصرية المستوردة على المحلية التقليدية و التطلع إلى اقتناء بعض الأجهزة الالكترونية و امتلاك السيارة و الهاتف النقال باعتبارهما رمزا من رموز المكانة الاجتماعية في المجتمع.

##### الفرضية الثالثة :

تؤدي القنوات الفضائية بما تبثه من برامج إلى حدوث تغيرات في منظومة القيم و العلاقات الأسرية و تتحدد هذه التغيرات في ميل بعض الأسر إلى الانفراد والانعزال في مشاهدة التلفزيون.

##### الفرضية الرابعة:

تؤدي الإعلانات التلفزيونية و ما تقدمه من مثيرات و لا سيما السلع الغذائية و الألبسة و الأجهزة المنزلية و الأثاث و العطور و غيرها إلى حدوث نزعة استهلاكية لدى ربات البيوت و هذا ما قد يؤثر على ميزانية الأسرة و توزيع الدخل على أوجه الإنفاق و لجوء بعض الأسر إلى الاقتراض .

## المبحث الثاني : تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة أولاً: مفهوم القنوات الفضائية والإعلان التلفزيوني.

### 1- مفهوم القنوات الفضائية:

- **القنوات لغة:** هي جمع قناة و المراد بها في اللغة الرمح و قناة الظهر و القناة المحفورة و كل خشبة عند العرب قناة كالعصا و الرمح و جمعها قنا و قني.<sup>1</sup>
- **أما الفضائية لغة:** المكان الواسع و ( فضا ) المكان ( فزو ) من باب قعد إذا اتسع فهو فضاء.

### • اصطلاحاً:

- جاء تعريف القنوات الفضائية على أنها تلك القنوات التي تعتمد على البث التلفزيوني الفضائي المباشر من خلال الأقمار الصناعية و قد تكون قنوات خاصة أو حكومية، و هي تبث برامج متنوعة كما تعتمد أيضاً على البث الإعلاني بشكل كبير.<sup>2</sup>
- و تعرف القنوات الفضائية أيضاً أنها عرض تلفزيوني مرّن يبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة، وتحدد بالزاوية و الإتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة منه.<sup>3</sup>
- هي تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها خلال طبق خاص.<sup>4</sup>
- كما تعرف أيضاً بأنها كل ما يلتقط أو يستقبل من محطات تلفزيونية عربية وأجنبية، عبر الوسائل التكنولوجية كالتلفاز والجوال والشبكة العنكبوتية وغيرها.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> المنجد في اللغة و الإعلام ، منشورات دار الشرق ،بيروت 1975 ،ص 256.

<sup>2</sup> صالح سليمان ، عبد الحفيظ ، "التأثيرات الاجتماعية للقنوات الفضائية ، دراسة على عينة من جامعة الإمارات العربية المتحدة" ، مجلة الشؤون الاجتماعية ، العدد 93/44 ، 2007 ، ص 39 .

<sup>3</sup> الحربي، عبد الكريم ، "الأنترنت والقنوات الفضائية"، المملكة العربية السعودية، ط1، 2003 ، ص12.

<sup>4</sup> القحطاني سالم ، "أثر القنوات على النشء"، رسالة ماجستير، السودان، 2007 ، ص78.

<sup>5</sup> العمر ناصر سليمان، البث المباشر حقائق وأرقام، دار الوطن، الرياض، ط1، 2007 ص 13.

## المفهوم الإجرائي للقنوات الفضائية:

بأنها تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد و تبتث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها خلال طبق خاص بها ،و هي تلك القنوات التي تفضلها ربة البيت سواء كانت عربية أم أجنبية.<sup>1</sup>

## 2. مفهوم الإعلان التلفزيوني:

### 1. مفهوم الإعلان لغة :

الإعلان في اللغة مصدر للفعل الرباعي "أعلن"، وأصل مادته "علن" <sup>2</sup>، وتقيد المادة اللغوية للفظ "علن" وما اشتق منها في اللغة عدة معانٍ متقاربة، وهي:

- الإظهار، يقال: علن الأمر علوناً، علن علناً وعلانية، واعتلن : ظهر، وعلنته وأعلنته أظهرته <sup>3</sup>، وجأ في معجم مقاييس اللغة : "...العين و اللام والنون أصل صحيح يدل على <sup>4</sup> إظهار الشيء، والإشارة إليه، وظهوره".
- الجهر، يقال : عالنه معالنة وعلاناً : جاهره، وجأ في لسان العرب : "العلان والمعالنة والإعلان: المجاهرة".<sup>5</sup>
- الشيوخ و الانتشار، يقال : علن الأمر يعلن علوناً، وعلن يعلن علناً وعلانية : شاع وظهر، وعلن الأمر علوناً: ظهر وانتشر.<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> بدوي ، محمد زكي ، "معجم مصطلحات الإعلام" ، دار الكتاب المصري ، القاهرة ، 1995 ، ص

<sup>2</sup> إبراهيم ،أنيس وآخرون، "المعجم الوسيط"، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 2003 ، ص625.

<sup>3</sup> الجوهري، إسماعيل بن حماد، "الصاح تاج اللغة وصحاح العربية" ، ط 6 ، ، دار العلم للملايين، بيروت، 1989م، ج 6، ص266 .

<sup>4</sup> ابن فارس، أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا ، "معجم مقاييس اللغة"، ط6 ، (تحقيق عبد السلام محمد هارون )، مطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده بمصر، 1981م، ج4، ص111.

<sup>5</sup> ابن منظور، "لسان العرب"، ج ١٣، محرم 1405 هـ ، دار أدب الحوزة - قم - إيران، ص288.

<sup>6</sup> الفيومي، احمد بن محمد بن علي ، "المصباح المنير في غريب الشرح الكبير" ، ج٢، مكتبة لبنان ، 1987م ، ص215.

## • مفهوم الإعلان التلفزيوني اصطلاحاً:

هو عبارة عن مادة تزودنا بالمعلومات عن موضوعات جديرة بالاهتمام، كما يعني الإعلان (Publicité) كل ما هو مشهور و معروف من طرف عدد كبير من الناس عن طريق التلفزيون.<sup>1</sup>

و عرف الباحث " أوكسيتفيلد (A.Oxitefeld) الإعلان بأنه "عملية إتصال تهدف إلى التأثير على المشتري من خلال إجراءات و طرق ووسائل غير شخصية يقوم بها البائع ، حيث يفصح المعلن عن شخصيته ، و يتم الإتصال من خلال وسائل الإتصال العامة".<sup>2</sup> كما عرف " كروفورد (Crowford) الإعلان بأنه : فن الإغراء على السلوك بطريقة معينة لكن هذا التعريف لا يميز الإعلان عن الدعاية و الإعلام ووسائل الترويج الأخرى ، رغم انه يعطي فكرة التأثير على السلوك موقعا مركزيا في التعريف.<sup>3</sup> كما يعرفه أيكير "و" مايرز (Aaker / Myers) "على أنه اتصال جماهيري يحصل لتحقيق فوائد معروفة، متعلقة بمعلن يدفع أموالا لوسيلة إعلامية من أجل بث رسائله، التي هي على العموم موضوعة من طرف وكالة إخبارية".<sup>4</sup>

أما " كولتر (Kolter) يرى أن الإعلان " هو شكل من الأشكال غير الشخصية للاتصالات يجري عن طريق وسيلة متخصصة مدفوعة الأجر و بواسطة جهة معلومة و محددة".<sup>5</sup> كما أن الإعلان يختلف في مفهومه عن الدعاية ، حيث يقصد بهذه الأخير " النشاط الذي يؤدي إلى التأثير في عقيدة الجمهور ،" سواء لجعله يؤمن بها أو عكس ذلك ، و قد ينصب موضوع الدعاية على سلعة أو خدمة أو منشأة قصد تكوين عقيدة تتعلق بوحدة منها ، و في هذه الحالة تسمى بالدعاية التجارية التي هي في الحقيقة إعلان يستخدم أساليب الدعاية لتحقيق أغراضه.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Grand Dictionnaire Encyclopédique , Tom 10 ,1997, édition Art , Paris, P 856.

<sup>2</sup> طاهر محسن الغالبي و أحمد شاكر العسكري، "الإعلان بين النظرية و التطبيق"، دار وائل للنشر ، الأردن ، ط 1 2003 ، ص 19.

<sup>3</sup> نفس المرجع ، ص 20.

<sup>4</sup> J.Lendrevie B.Brochand " le nouveau publicitor", Dalloz, Paris, 5<sup>eme</sup> édition, 2001, P3.

<sup>5</sup> Philip KOLTER, " Marketing management", Perason édition, France, 11em édition, Paris, 2004, p 643.



ومن ناحية أخرى يعتبر الإعلان عنصرا من عناصر المزيج التسويقي الذي يضم كلا من التخطيط السلي، التسعير ، منشأة التوزيع ، الترويج. والمزيج التسويقي يتكون من مجموعة هذه المتغيرات التي تتفاعل معا لإحداث التأثير المطلوب في السوق، و التكامل بين هذه المتغيرات هو الذي يحدد نجاح إدارة التسويق في تحقيق أهداف المنشأة .

ويمكن القول أن التعريف الأكثر إتفاقا بين المختصين في هذا المجال هو الذي أورده جمعية التسويق الأمريكية ، حيث عرفت الإعلان " : بكونه وسائل غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة و مقابل أجر مدفوع"<sup>1</sup>

و يعتبر التلفزيون من أنجح الوسائل الإعلانية رغم حداثة عهده فيما إذا قورن بالوسائل الإعلانية الأخرى في جميع أنحاء العالم ، فالتلفزيون كوسيلة له كافة مميزات الوسائل الإعلانية مجتمعة بطريقة يسمح للمعلن باستخدام كافة المؤثرات البيعية حيث تتوفر الإمكانيات الفنية الكبيرة مثل : الصوت و الصورة و الحركة و الألوان و الموسيقى و غيرها حيث تعمل جميعا للتأثير على المستهلكين لتبني أفكار المعلنين عن السلع و الخدمات التي يعلنون عنها و كذلك يعتبر التلفزيون أداة أساسية للتسلية لكافة الأعمار و يعرض تشكيلة كبيرة من البرامج و المواضيع التي تهم عموم المجتمع.

و سنتعرض باختصار لأهم الخصائص التي تميز الإعلان في التلفزيون و هي :

- إمكانية الاختيار بين العديد من البرامج التلفزيونية لوضع الرسالة الإعلانية فمن خلالها يمكن للمعلن إختيار الوقت المناسب و القناة المناسبة للوصول إلى المشاهد المطلوب و التأثير عليه بشكل إيجابي كي يقتنع بالفكرة التي يعرضها المعلن عبر هذه الوسيلة"<sup>2</sup>.
- كون التلفزيون يتميز بالتغطية الكبيرة من حيث عدد الجمهور الذي يشاهده ، فإن تكلفة الإعلان للفرد الواحد ستكون منخفضة نسبيا بالرغم من إرتفاع المبلغ الإجمالي المطلوب للإعلان التلفزيوني من حيث الزمن الذي يتم شراؤه و تكاليف إخراج الإعلان."<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> جودت ، ناصر محمد ، "الدعاية و الإعلان و العلاقات العامة "، دار مجدلاوي للطباعة و النشر ،الأردن، 1997 ص10 .

<sup>2</sup> الغالبي ،طاهر محسن و العسكري ،أحمد شاكر ، نفس المرجع ،ص 57.

<sup>3</sup> الصحن ، فريد ، "الإعلان" ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 1997 ، ص200

- عند عرض الإعلان عن طريق التلفزيون فإن السلعة أو الخدمة موضوع الإعلان سوف تظهر بشكل منفرد على المشاهدين بخلاف المنافسة الإعلان في حالة الإعلانات في الصحف أو المجلات<sup>1</sup> و يعتبر الإعلان بهذا المعنى هو أحد العناصر الأساسية للمزيج الترويجي ، الذي يشمل إلى جانب الإعلان كل من البيع الشخصي و تنشيط المبيعات ، وهو يهدف إلى حث المستهلك النهائي على شراء السلعة أو الخدمة المعلن عنها ومن ناحية أخرى يعتبر الإعلان عنصرا من عناصر المزيج التسويقي الذي يضم كلا من التخطيط السلي ، التسعير ، منشأة التوزيع ، الترويج.

كما يعرف الإعلان التلفزيوني أيضا انه عبارة عن مجموعة من الرسائل الفنية المتنوعة المستخدمة خلال الوقت المباع من قبل التلفزيون لتقديمها وعرضها إلى الجمهور، من أجل تعريفه بسلعة أو خدمة من ناحية الشكل أو المضمون، بهدف التأثير على سلوكه الاستهلاكي وميوله وقيمه ومعلوماته وسائر المقومات الثقافية الأخرى<sup>2</sup>.

إذن، فالإعلان التلفزيوني؛ ما هو إلا نمط من أنماط الاتصال القائمة على تقنيات الإقناع بالدرجة الأولى والهادفة إلى جذب اهتمام المتلقي، ومن ثم تبنيه لسلوك الشراء أو العزوف عن استعمال السلعة و هذا تتضمن الإعلانات التلفزيونية كافة الحالات الاستهلاكية من سلع غذائية و طعام و شراب و أدوات منزلية و الكترونية و سيارات و أثاث و غيرها .

## ثانيا/ مفهوم الأسرة:

### • لغة :

يقابل كلمة الأسرة في الفرنسية « famille » و في الانجليزية « family » و هي في هاتين اللغتين الأجنبيةتين مشتقة من كلمة « familia » و تعني مجموعة الخدم<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> ناصر ، إبراهيم ، "علم الاجتماع التربوي"، دار الجيل للنشر ، ط2، بيروت، لبنان، 1996، ص62 .

<sup>2</sup> Jacques LENDREVIE, Arnaud DEBAYNAST, " Publicité", Ed N°6, Dalloz, 2004, p 67.

<sup>3</sup> د.معزوز بركو، التنشئة الاجتماعية في الأسرة الجزائرية، الخصائص و السمات ،مجلة شبكة العلوم النفسية العربية ، العدد 21-22 ، 2009 ، ص 2 .

وفي القرون الوسطى أصبحت كلمة أسرة تعني مجموعة من الناس يستغلهم الرجل الإقطاعي يعلمون عنده في أرضه بشرط أن يحتفظوا له بالولاء و يقاسمهم محصول الأرض ، أما في العصر الحديث أصبحت كلمة أسرة تعني الجماعة المؤلفة من الزوج و الزوجة و أولادهما.<sup>1</sup>

### • اصطلاحا :

و هذا و تتوفر تعاريف عديدة للأسرة نذكر منها مايلي :

تعريف لوبلاي (Leplay) الذي يعتبرها الخلية الأساسية للمجتمع والتي عن طريقها يمكن المحافظة على النظام الاجتماعي وذلك بإعادة سلطة الأب على الزوجة والأبناء.<sup>2</sup>

اما تعريف دوركايم (Durkheim) الذي يرى في كتابه « Introduction à la sociologie de la famille » أنها ناتجة عن التنظيم الاجتماعي الذي بفضلله تم تنظيم روابط القرابة التي حددت العواطف المتبادلة للأب والأبناء، وليست ناتجة عن ميول بيولوجية أو نفسية.<sup>3</sup>

في حين يرى برجس (Burgess) " أنها مجموعة من الأشخاص ارتبطوا بروابط الزواج والدم أو التبني مكونين حياة معيشية مستقلة ومتفاعلة ويتقاسمون الحياة الاجتماعية كل مع الآخر، ولكل من أفرادها الزوج والزوجة والأم والأب والابن والبنات دورا اجتماعيا خاص به ولهم ثقافتهم المشتركة".<sup>4</sup>

كما تعد الأسرة حسب ريفير (River) "مجموعة أقارب يعيشون تحت سقف واحد، ولها عدة أشكال نووية أو زواجية أو ممتدة، ولها تركيبه إضافة إلى أن لها عدة وظائف منها: الحفاظ على النسل والتربية والتنشئة الاجتماعية، إضافة إلى أن لها وظيفة اقتصادية. وزد على ذلك فإنها تعطي المركز الاجتماعي لأفرادها".<sup>5</sup>

و تعتبر الأسرة أيضا من أهم مكونات البناء الاجتماعي في المناطق الحضرية حيث أنها تتعرض لتغيرات دقيقة مثل ازدحام المساكن والتعرض لأسلوب حياة يحتم على الفرد التخلي عن الأسلوب القديم والدخول في التزامات جديدة ، كما أنه قد يضطر تحت وطأة الظروف و

---

<sup>1</sup> نفس المرجع ، ص 3 .

<sup>2</sup> Michel. A, "Sociologie de la famille et du mariage", éd : P .U.F, Paris. Deliége, 1972 p 29

<sup>3</sup> Op cite, p 48 .

<sup>4</sup> عبد الباقي ، زيدان ، " الأسرة و الطفولة"، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة ، 1980 ، ص 29 .

<sup>5</sup> Deliége, op cite cite, p35.

البعد عن الأسرة الالتزام بأدوار قد تؤثر سلباً على علاقته بأسرته ويترتب على ذلك أوضاعاً جديدة منها علاقة الرجل بزوجته وطرق اختيار الشريك (الزوج) ووضع المرأة في المجتمع و اكتساب عادات و سلوكات جديدة.<sup>1</sup>

### ثالثاً / مفهوم القرية و المدينة:

وجد المهتمون بدراسة الثقافة و المجتمع نمطين من أنماط المجتمعات البشرية يختلف كل منها عن الآخر اختلافاً واضحاً، فهناك مجتمع القرية بخصائصه الثقافية و بطابعه المتميز والمدينة بثقافتها السريعة و المتغيرة .

#### 1- مفهوم القرية:

هناك تعريفات عديدة القرية، ولعل أكثر التعريفات المطروحة تشير إلى " أنها نموذج له طريقة معينة في الحياة يعتمد أساساً على الزراعة".<sup>2</sup> حيث يعرفه "ريموند فيرث (R.Firth)" إلى أن مفهوم القرية، ينطبق على كل مجتمع يتكون من عدد من المنتجين الصغار لغرض الاستهلاك الخاص "إن تعريف "فيرث" هذا يُخرج المزارعين الذين يزرعون الأرض عن طريق الغير لغرض الاستغلال أو الربح، وهم موجودون في أغلب القرى. لذلك ذهب "إيركو Ericwo إلى تقسيم سكان القرى إلى طبقتين متميزتين، هما :<sup>3</sup>

**الطبقة الأولى:** القرويون الذين يملكون أرضاً أو يزرعون عن طريق الإيجار ويعيشون عليها، وتكون طريقتهم في الحياة المعتمدة على الأرض . وليست الزراعة . عملاً مربحاً لهم.

**الطبقة الثانية:** هم أولئك المزارعون الذين ينظرون إلى الأرض على أنها مصدر من مصادر الربح، وأنها نوع من أنواع رأس المال.

---

<sup>1</sup> أبو زيد ، احمد ، "البناء الاجتماعي ومدخل لدراسة المجتمع"، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الطبعة الثانية، مصر ، 1982م ، ص 75 .

<sup>2</sup> غريب، سيد أحمد، "علم الاجتماع الريفي"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1984 مصر . ص 156.

<sup>3</sup> نفس المرجع ، نفس الصفحة.

## 2 مفهوم المدينة:

تعرف من الجانب العمراني والهندسي والتربور (Watler Bor) أن "المدينة هي مكان يعيش فيه الناس ويعملون ويمارسون هوايتهم الرياضية، ويوجد بالمدينة المساكن وأماكن العمل والمحلات التجارية والمدارس والمسارح وكافة وسائل الاتصال الكبرى"<sup>1</sup> وقد أحدثت مدرسة شيكاغو تطوراً ملحوظاً في مجال الدراسات الحضرية وذلك بفضل أعمال ويرث ، بارك ، وارنت بيرجس وروبرت رد فليد فهم عرفوا المجتمعات الحضرية انطلاقاً من تعريفهم للمدينة .

فقد وصف بيرجس (Burgess) المدينة التجارية "بأنها بناءً تجارياً وأدبي وجود السوق فيه وتطوره إلى انهيار الطرق التقليدية للحياة واستبدالها بأخري تقوم على المصالح والوظيفة والمهنة كما تحل البيروقراطية محل الترتيبات الغير الرسمية في حياة الأفراد مثل الإدارات والشرطة والمحاكم ومؤسسات الرعاية الاجتماعية والتنظيمات السياسية وتزايد السكان وتطويرهم وحلت وسائل الاتصال الجماهيرية الرسمية محل شبكة الاتصال الشفوي"<sup>2</sup>.

أما بالنسبة (لويرث) فهو يعرف المدينة عنده عبارة عن وحدة عمرانية كبيرة نسبياً تتميز بالكثافة السكانية وهي مقر دائم لأفراد غير متجانسين سيكولوجيا و سوسيولوجيا " أما على المستوى السيكلوجي فإن حياة المدينة تتطلب استجابة مختلفة من الأفراد كما أن التوافق مسألة ضرورية للحفاظ علي الاتزان العقلي الذي يحرر ساكن الحفر من القيود التي كانت مفروضة عليهم وكذلك يحررهم من قيود الارتباط بغيرهم وبالتالي سكان المدينة منعزلين يتميزون بالجفاف والغلظة ويصاحب ذلك ضعف العلاقات ويتفاعل الأفراد مما يؤدي إلى ضعف تماسك المجتمع المحلي.<sup>3</sup>

كما طور ماكس فيبر تعريفاً للمجتمع الحضري تضمنت عناصره ضرورة سيطرة العلاقات التجارية وتوافر عدد من الشروط الأساسية مثل وجود الحصن والسوق والمحكمة والاستقلال

---

<sup>1</sup> د: عباس ، محمد إبراهيم، "اتجاهات نظرية و بحوث تطبيقية "، دار المعرفة الجامعية 2000 ،القاهرة ، ص 22.

<sup>2</sup> نفس المرجع ، ص 119 .

<sup>3</sup> نفس المرجع ص 121 .

الذاتي ولعل هذا يعبر عن نظرية ويرث عن الحضرية كطريقة للحياة.<sup>1</sup>

## المفهوم الإجرائي للقرية :

نقصد بها التجمع السكاني الذي له طريقة في الحياة تعتمد أساسا على الزراعة بعيدة عن المركز الحضري، عدد سكانها اقل عددا من سكان المناطق الحضرية ، مهنتهم الأساسية هي الزراعة و ما يرتبط بها ، يعتمدون في حياتهم المعيشية على كل ما ينتجونه، يعيشون في منازل متناثرة عموما و تقليدية تعكس نمط الحياة البسيط ، التقليدي تجمعهم علاقات مترابطة و أوصل القرابة.

## رابعا/ مفهوم الاستهلاك و الثقافة الاستهلاكية:

### 1- مفهوم الاستهلاك لغة:

استهلك يستهلك، استهلاكًا ، فهو مُستهلك ، والمفعول مُستهلك، **اِسْتَهْلَكَ المَالَ** : اُنْفَقَهُ استهلك مِنْ الدَّرَاهِمِ خِلَالَ أُسْبُوعٍ مَا كَانَ يَسْتَهْلِكُهُ فِي شَهْرٍ ، يستهلك أَكْثَرَ مِمَّا يُنْتِجُ : يَصْرِفُ، و استهلك المعنى /استهلك اللفظ :استنفده وأفرغه استهلك دَيْن: تسديده على أقساط الاقتصاد (استخدام سلعة أو خدمة في تحقيق منفعة بصورة مباشرة بدون استعمالها في إنتاج سلعة أو خدمة أخرى.<sup>2</sup>

### • الاستهلاك اصطلاحا:

هو استخدام المنتجات و الاستفادة منها لإشباع حاجات الإنسان، كما يطلق على الاستهلاك أيضا انه جزء من الدخل"<sup>3</sup>.

و يعرف أيضا انه " استعمال المنتجات من أجل الاستهلاك فقط، أو استعمال للمداخل و من خلاله تنعكس ثقافة الفرد أو المجموعة و تسير غالبا إلى فعل الشراء الذي هو قبل كل شيء إنفاق للمداخل سواء أكان المستهلك في المناطق الحضرية أو الريفية.<sup>4</sup> كما يعرف في قاموس الاقتصاد "على انه ذلك الجزء المستقطع من الدخل الكلي و الذي يتم

<sup>1</sup> أبو زيد ،احمد ، نفس المرجع\_ ، ص 115 .

<sup>2</sup> ، معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي، نفس المرجع

<sup>3</sup> غريب ،سيد أحمد، "علم الاجتماع الريفي"، نفس المرجع ،ص 156.

<sup>4</sup> Bremond. J. Geleden, " Dictionnaire économique et social", éd Hatier, Paris,1990, p99.

إنفاقه على السلع و الخدمات التي تشبع رغباته بطريقة مباشرة"<sup>1</sup>

## 2- أما الاستهلاك العائلي:<sup>2</sup>

هو ذلك الذي يستخدم في مسح ميزانية الأسرة و الذي يتضمن ما يطلق عليه الاستهلاك النهائي للأسرة، و هو يشمل مايلي:

- السلع و الخدمات التي تشتريها الأسرة نقدا لغرض الاستهلاك.
- السلع التي تنتج وتستهلك من قبل نفس الأسرة و يتضمن ذلك القيمة الايجارية للمساكن المشغولة من قبل الأسر التي تمتلكها.
- السلع و الخدمات التي تحصل عليها الأسرة كدخول عينية.

## 3. مفهوم الثقافة الاستهلاكية

ينظر إليها البعض على أنها "إحدى الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية، فهي مجموعة المعاني و الرموز و الصور التي تصاحب العملية الاستهلاكية و التي تضيف على هذه العملية معناها و تحقق دلالتها في الحياة اليومية "كما تتضمن الثقافة الاستهلاكية الشكل العلامات و الإشارات و الطقوس و الممارسات و القيم المرتبطة بالسلع و المنتجات و عملية الشراء".<sup>3</sup>

يعرف مارتين الثقافة الاستهلاكية بأنها ترابط الأنشطة الاقتصادية مع الممارسات الثقافية تلك الممارسات التي يمكن تحديدها تماما بواسطة دوران رأس المال او سيكولوجية الأفراد<sup>4</sup> و حسب بعض الباحثين أن " عملية الترويج لثقافة الاستهلاك في عصر العولمة أصبحت صناعة في غاية الدقة و غاية في السهولة في نفس الوقت، فهي تعتمد على وسائل

---

<sup>1</sup> إسماعيل عبد الرحمان، "مفاهيم أساسية في علم الاقتصاد"، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، صفحة 85.

<sup>2</sup> أموري، الهادي، "تقدير و تحليل نماذج الاستهلاك مابين دوال انجل و منظومات الطلب"، دار المناهج، الأردن لطبعة الأولى، 2001، ص 9.

<sup>3</sup> مجموعة من الأساتذة علم الاجتماع، "المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر"، مطبوعات مركز البحوث و الدراسات كلية الآداب، جامعة القاهرة، مصر، ص 196- 197.

<sup>4</sup> نفس المرجع، ص 122.

تكنولوجية معقدة لتفتح المجال أمام التدفق الحر للمعرفة وطرح كل ما هو بسيط وسريع الانتشار".<sup>1</sup>

## الثقافة الاستهلاكية الغذائية

هي جملة من العوامل الثقافية التي ترتبط بنمط الغذاء و الوعي الغذائي و السلوك الثقافي الاستهلاكي المرتبط بها و الذي قد ينجم عن الظروف المعيشية أو الوسطية.

### خامسا / مفهوم الأنماط الاستهلاكية و العادات الغذائية.

#### 1- مفهوم النمط الاستهلاكي:

يعرف بأنه الأساليب التي تتفق بها النقود لمواجهة حاجات بيولوجية و اجتماعية و ثقافية.<sup>2</sup> و يتضح من هذا التعريف أن الاستهلاك لا يقتصر على الحاجات البيولوجية باستهلاك الطعام و الشراب ، بل يشمل الحاجات الاجتماعية و الثقافية لتقديم الهدايا و الاحتفالات الدينية و الاجتماعية او الاستهلاك الموجه لتحقيق أسلوب حياة متميز . و هناك نمطين من الاستهلاك:

#### النمط الأول :

يتصل بالإنفاق على الحاجات الأساسية التي تتخذ شكلا مستمرا و منتظما .و هي تشمل كل مظاهر الاستهلاك الدائم مثل الإنفاق على المسكن و الأثاث و الطعام و الملابس و التعليم و العلاج ،و من هذه الأنماط ما يسد الحاجات البيولوجية مثل الإنفاق على المسكن و الطعام و منها ما يسد حاجات و يرتبط برموز خاصة مثل الإنفاق على السيارات ووسائل الترويج .

#### - النمط الثاني :

و يطلق عليه أنماط استهلاك غير عادية و يتصل بالإنفاق في مناسبات معينة سواء كانت مناسبات تخص عضو من أعضاء الأسرة مثل الاحتفال بأعياد الميلاد أو النجاح في الدراسة أو الزواج أو الخطوبة .....الخ و هذه الأنماط من أجل سد حاجات اجتماعية".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عبد الحميد محمد ،أمال ،" العولمة و الثقافة الاستهلاكية ، الإشكاليات و الآليات " ، جامعة عين الشمس ، 2001 ، ص 131 .

<sup>2</sup> المكايي ، محمد ،"التداعيات البيئية لأنماط الاستهلاك" ، كلية الآداب ، جامعة القاهرة ، 2001 ، ص 30 .

<sup>3</sup> محمد نفس المرجع 31 .



## مفهوم العادات الغذائية:

### مفهوم العادة لغة:

العادة مأخوذة من المعاودة وهي تقتضي تكرار الأمر مرة بعد أخرى حتى يخرج عن كونه واقعا بطريق الاتفاق<sup>1</sup>

جاء في لسان العرب : " إن الاعتياد في معنى التعود وهو من العادة يقال : عودته فاعتاد وتعود، والعيد ما يعتاد من نوب وشوق وهم ونحوه، وما اعتادك من الهم فهو عيد...".<sup>2</sup>  
أما المعجم الوسيط فقال عن العادة : " إنها كل ما اعتيد حتى صار يفعل من غير جهد...  
والحالة تتكرر على نهج واحد عادة وعادات وعوائد".<sup>3</sup>

### مفهوم العادات الغذائية اصطلاحا

لقد تطرق الكثير من المفكرين إلى أهمية العادات الغذائية في المجتمعات من خلال تحديد مفهومها من بينهم بارفيز (Parviz) حيث يقول "أن معرفة العادات الغذائية و حدودها هو أمر أساسي من أجل تحليل المخططات الغذائية في أي مجتمع فالعادات الغذائية هي احد الملامح المميزة الأكثر وضوحا للشعوب لأنها تعكس و تتأثر بالملامح الثقافية للمجتمع".<sup>4</sup>  
و في كتابة أخرى كتب كل من دامون و اغبيسي (Damon et Agbessi) "ان العادات الغذائية لشعب ما هي تعبير عن نموذج الحضارة التي يعيشها".<sup>5</sup>  
و في قول آخر لكل من قاربوين ريرول و دوبان (Dupin' Gerbouin, Rerolle et)، "أن العادات الغذائية لمجتمع ما تعكس تنظيمه الاجتماعي و نوع العلاقات التي تربطه بوسطه الطبيعي".<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> الحنفي، أحمد بن محمد، غمز "عيون البصائر شرح كتاب الأشباه والنظائر"، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، ط1، 1985م، ص 3 .

<sup>2</sup> لسان العرب، نفس المرجع، ص 315 .

<sup>3</sup> معجم الوسيط، نفس المرجع ص 653 .

<sup>4</sup> Parviz, Ghadrian et Thouez , "résultats préliminaire d'une enquête sur les habitudes alimentaires des canadiens français a Montréal", Méd. et Nut, 1996, page 39.

<sup>5</sup> Agbessi H, Dossantos et Damon M , Manuel de nutrition africaine, Édition Kartala, 1987,p 256 .

<sup>6</sup> Gerbouin, Rerolle P et Dupin H , " Aliment –origines et valeur nutritionnelle de l'enfant au milieu tropical", Paris, T205 ,1993, p308.

كما يرى تورن (Tourne)"أن تغير العادات و الممارسات الغذائية مؤثر من بين المؤشرات الأخرى التي تدل على تطور مجتمع ما"<sup>1</sup>

و العادات الغذائية هي عبارة عن السلوكيات التي يتبعها الإنسان في كيفية اختيار وإعداد وطهي وتقديم وتناول وحفظ غذائه، والأسرة هي التي تقوم على تربية الطفل وتعرفه بعاداتها وممارستها الغذائية وتشكيل اتجاهاته المرتبطة بطعامه لكي تتفق مع الآداب الغذائية السائدة في المجتمع أو ما يعرف بالعرف الغذائي، ولا شك أن ما يعزز هذه العادات الغذائية تنميتها صور الأنشطة الاجتماعية الأخرى في البيئة مثل المدرسة ونظم الأعياد العامة وكذلك المناسبات الدينية وغيرها من الاحتفالات .

كما تتمثل العادات الغذائية أيضا في مواعيد تناول الغذاء وفي عدد الوجبات في اليوم ونوعها وطرق الطهي ونوعية المشروبات المتناولة مع الأطعمة وكيفية أسلوب تغذية الرضع ومواعيد الفطام ونوعية الأطعمة المقدمة في المناسبات وغيرها.<sup>2</sup>

كما يؤثر مستوى الوعي الغذائي لجميع أفراد المجتمع على تطوير العادات الغذائية التي تدخل في توجيه دفة سياسات الأمن الغذائي والتخطيط الغذائي على المستوى الوطني، كما أن هذه السياسات تؤثر بدورها على العادات الغذائية لجميع أفراد المجتمع. تلك العادات التي تسهم في تقرير الحالة الغذائية والمستوى الصحي للمجتمعات بشكل عام، ومن الصعب أن يتم تغيير أو تطوير طبيعة تلك العادات السائدة في المجتمعات والتي تتوارث من جيل إلى جيل آخر لأنها متوغلة في النفس البشرية بشكل عميق ولها ارتباطها بمراحل نمو الإنسان وما صاحبها من تغيرات إقتصادية و إجتماعية وتعليمية ونفسية<sup>3</sup>

### المفهوم الإجرائي للعادات الغذائية:

هي طريقة التغذي و اختيار الغذاء التي لها أبعاد اجتماعية و اقتصادية و ثقافية و صحية ، تظهر من خلال تعامل الأفراد الأسرة و ربات البيوت مع عملية الطبخ و التغذية.

<sup>1</sup> Tourne F , " le comportement alimentaire des étudiants, MNEP/CEFS", Paris, novembre 1982, page 80.

<sup>2</sup> العوضى ، فوزية ، " التغذية وصحة المجتمع " ، الطبعة الأولى، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، 1984، الكويت ، ص 23 .

<sup>3</sup> نفس المرجع، ص 24.

## ساسا / مفهوم التغير الاجتماعي:

### • التغير لغة :

يقصد بالتغير جعل الشيء على ليس ما كان عليه، و تغير الشيء أي تحول و تبدل بغيره، كما أنها تعني اختلاف الأشياء<sup>1</sup> و تدل كلمة تغيير في اللغة العربية على معنى التحول و التبدل ، كما أنها تعني الأشياء و اختلافه<sup>2</sup>.

### • مفهوم التغير الاجتماعي اصطلاحا

يعرف معجم العلوم الاجتماعية التغير الاجتماعي " انه كل تحول يقع في التنظيم الاجتماعي سواء في بنائه أو في وظائفه ، خلال فترة زمنية معينة ، و يشمل ذلك كل تغيير يقع في التركيب السكاني للمجتمع أو في بنائه الطبقي و في نظمه الاجتماعية أو في أنماط العلاقات الاجتماعية أو في القيم و المعايير التي تؤثر في سلوك الأفراد و التي تحدد مكانهم و أدوارهم في مختلف التنظيمات الاجتماعية التي ينتمون إليها<sup>3</sup>.

يعرف مصطفى الخشاب التغير الاجتماعي " كل تحول يحدث في النظم والأنساق والأجهزة الاجتماعية سواء كان ذلك في البناء أو الوظيفة خلال فترة زمنية محددة، ولما كانت النظم في المجتمع مترابطة ومتداخلة متكاملة بنائيا ووظيفيا، فإن أي تغير يحدث في ظاهرة لا بد وأن يؤدي إلى سلسلة من التغيرات الفرعية التي تصيب معظم جوانب الحياة بدرجات متفاوتة<sup>4</sup>.

كما يعني انه "كل تغيير يطرأ على البناء الاجتماعي في الوظائف و القيم و الأدوار الاجتماعية خلال فترة زمنية محددة و قد يكون التغيير ايجابيا أو سلبيا أي تخلفا<sup>5</sup>. و بصفة عامة فان التغير الاجتماعي هو "نوع من التباين و الاختلاف الذي يحدث على مستوى البناء الاجتماعي و النظم و الظواهر و الذي يؤدي الى حدوث تغير في انساق التفاعل

<sup>1</sup> المنجد في اللغة، نفس المرجع ص 44 .

<sup>2</sup> رحالي، حجيبة ، "التغير الاجتماعي في المجتمع الجزائري ، المفهوم و النموذج "، مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، جامعة بسكرة ، 2010 ، ص 18

<sup>3</sup> بدوي، احمد ، "معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية" ، مكتبة لبنان ، بيروت ، 1978 ، ص 382 .

<sup>4</sup> الخشاب ، مصطفى ، "دراسة المجتمع" ، مكتبة الانجلو المصرية ، مصر ، 1977 ، ص 188 .

<sup>5</sup> الدقس محمد ، " التغير الاجتماعي بين النظرية و التطبيق "، دار مجدلاوي للنشر و التوزيع ، الأردن، 1987 ، ص19

و العلاقات و أنماط السلوك و النشاط الإنساني ، و يعد السمة المميزة لنشاط الحياة الاجتماعية في المجتمعات الحديثة.<sup>1</sup>

ويؤكد "ريد فيل" أن التغير الاجتماعي يحدث في المجتمعات القروية نتيجة التفاعل الذي يكون بين مراكز المدن وما يوجد فيها من تقاليد حيث يحافظ السكان في القرى على القيم والعادات القديمة".<sup>2</sup>

كما يشير التغير الاجتماعي إلى الأوضاع الجديدة التي تطرأ على البناء الاجتماعي والنظم والعادات وأدوات المجتمع نتيجة لقاعدة جديدة تشرعها لضبط السلوك، أو نتيجة التغير بناء فرعي أو جانب من جوانب الوجود الاجتماعي أو البيئة الاجتماعية أو الطبيعة.

### المفهوم الإجرائي للتغير الاجتماعي:

هو كل تحول يقع في مجتمع من المجتمعات خلال فترة زمنية محددة ، و يصيب النظم و الظواهر الاجتماعية سواء كان ذلك في البناء أو الوظيفة ، كما يشتمل أيضا على التغير في أنماط السلوك و الأفكار و المعتقدات و القيم و الاتجاهات ، و يحدث التغير نتيجة تفاعل مجموعة من التغيرات .

### سابعا/مفهوم ربة البيت :

يعرفها أندري ميشال (Andrée Michel) أنها "المرأة التي تختص بنوعية عمل معينة داخل المنزل، بدءا بالترتيب والتنظيف والطبخ وصولا إلى تربية الأولاد وخدمة أفراد العائلة خاصة الزوج".<sup>3</sup>

### المفهوم الإجرائي لربة البيت

وهي المرأة المتزوجة أو المطلقة أو الأرملة الغير العاملة في قطاعات أخرى، تهتم فقط بالعناية ببيتها وبشؤون أسرتها وإدارة أمور حياتهم و التي يسند لها الإعداد و تحضير الأطباق و الوجبات الغذائية لأفراد الأسرة.

---

<sup>1</sup> عبد الله محمد عبد الرحمان ، "قيم الاجتماع الناشئة و التطور "، دار المعرفة الجامعية ، الازارطة ، 2005 ، ص 304 .

<sup>2</sup> الدقس محمد ، "التغير الاجتماعي بين النظرية و التطبيق" ، نفس المرجع ، ص 13 .

<sup>3</sup> Andrée Michel, "Femme, sexisme et société", Ed, PUF, France, 1977, p172.

## ثامنا : مفهوم القيم و النسق القيمي:

### 1- مفهوم القيم لغة :

القيمة : مفرد " قيم " لغة " من " قوم " و " قام المتاع بكذا أي تعدلت قيمته به " ، والقيمة : الثمن الذي يقوم به المتاع ، أي يقوم مقامه ، والجمع : القيم ، مثل سدره وسدر ، وقومت المتاع : جعلت له قيمة <sup>1</sup>.

والقيمة ثمن الشيء بالتقويم، وسمي الثمن قيمة لأنه يقوم مقام الشيء ،وقومته عدلته، وتقوم الشيء :تعدل واستوي و تبينت قيمته، وقيمة الشيء :قدره، وقيمة المتاع ثمنه ومن الإنسان طوله، ويقال ماله قيمة إذا لم يدم على الشيء ولم يثبت، ولذا يعبر بالأقام عن الدوام<sup>2</sup>. ولعل أقرب الاستعمالات اللغوية إلى القيم بمعناها السائد الآن هو ما ذكره صاحب القاموس من قولهم :فلان ماله قيمة :إذا لم يدم على شيء، وقول صاحب أساس البلاغة :القيمة ثبات الشيء ودوامه، وهما يشيران بذلك إلى أن القيمة ترد بمعنى الأمر الثابت الذي يحافظ عليه الإنسان ويستمر في مراعاته.<sup>3</sup>

### اصطلاحا

أخذ العرب مصطلح القيم بمعناه الحديث الذي يستعمل اليوم و ترجموه ترجمة حرفية بالرجوع إلى المعنى الأصلي الحرفي للفظ و هو المعنى الذي يدل على المقابل أو العوض المادي المقدر "ثمنا" للشيء، فاضل معنى اللفظة إذن اقتصادي مادي ، ثم انتقل المعنى إلى دلالات مجازية معنوية متعددة بدلا من الدلالة المادية فقط، مما جعل لكثير من الأشياء و جوانب الحياة قيمة -ليست مادية بالضرورة - نقدرها كونها تحمل فائدة عملية في الحياة أو ذوقية للأفراد مثل الجمال ، الحق و الخير<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> طهطاوي ، سيد أحمد ، القيم التربوية في القصص القرآني ، دار الفكر العربي ط 1 ، مصر ، 1996 ، ص 36.

<sup>2</sup> مساعد بن، عبد الله المحيا، "القيم في المسلسلات التلفزيونية" ، دار العاصمة، 1994، السعودية ، ص 26.

<sup>3</sup> بن حميد، صالح بن عبد الله .بن ملوح، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان، "موسوعة نظرة النعيم في مكارم أخلاق الرسول صلى الله عليه وسلم"، دار الوسيلة للنشر والتوزيع، جدة ، 1998 ، ص 78 .

<sup>4</sup> الأسد ، ناصر الدين " ، " نظرات في لغة المصطلح و مضمونه ،دوريه أزمة القيم ودور الأسرة في تطور المجتمع المعاصر " ، الرباط: مطبعة المعارف الجديدة ، 2000 . ص 11 .

و يتطابق معنى لفظتي (القيم و الأخلاق) حيث تطلق على الصفات و المبادئ و السمائل التي لها آثار نافعة او ضارة في حياة الفرد او المجتمع ، لذا قد تستعمل اللفظتان معا فيقال : القيم الأخلاقية ، و كثيرا ما يكون الاختصار على لفظة القيم وحدها لتدل على الأخلاق و أحيانا تضاف الى غيرها من الألفاظ فيقال: القيم السياسية ،و القيم الاقتصادية أو القيم الاجتماعية<sup>1</sup>

و أشار (Schwart) في تعريفه للقيم "بأنها عبارة عن مفاهيم او تصورات للمرجوب ، تتعلق بضرب من ضروب السلوك او غاية من الغايات ، و تسمو أو تعلو على المواقف النوعية و يمكن ترتيبها حسب أهميتها النسبية<sup>2</sup>

كما يعرفها البورت (Allport,Other) "أن القيمة هي ما يسعى الفرد في الواقع على نحو أصلي ، أي أنها ما يوجد لدينا في صورة نية يجهد سلوكنا لإخراجها إلى حيز الفعل"<sup>3</sup> و توجد القيم في مجموعة من المعايير ( Normes ) التي قد تكون مكتوبة فيأخذ شكل العرف أو التراث و أنماط السلوك التي يسلكها الفرد داخل مجموعة من التنظيمات الاجتماعية تعكس العادات الاجتماعية أو الطرائق الشعبية و التي تعكس بدورها اتجاهات الأفراد نحو النظام<sup>4</sup>

### • القيم في المعنى الاقتصادي:

لقد تناول علماء الاقتصاد مفهوم "القيمة " بأساليب مختلفة، فأحيانا يستخدمونها كمرادف للثمن وأحيانا يدلون بها على الصفة التي تجعل شيئا ما ممكن الاستبدال بشيء آخر، و هي قيمة المبادلة المرادفة للمنفعة، فالكثير منهم حاولوا أن يجدوا معيارا لقيمة المبادلة، " فآدم سميث "يرى أن هذا المعيار موجود في العمل، و آخرون يدعون أنه موجود في المنفعة الغائبة التي تطبق في قيمة الاستعمال، أي نابعة من المنفعة على اعتبار ندرتها<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> الأسد، نفس المرجع ، ص 12 .

<sup>2</sup> Schwartz, Toward a "Universal Psychological Structure of Human Values , Journal of Personality and Social Psychology 53 (3) ;1987, p 550-562 .

<sup>3</sup> Allport,Other "parsonality psychological interpretation",new york,Holt, Rinehart and Winston,1936,p 269.

<sup>4</sup> بيومي ،محمد أحمد:، " علم اجتماع القيم "، دار المعرفة الجامعية ،2004م. ص 76 .

<sup>5</sup> كشيك ،منى ، "القيم الغائبة في الإعلام"، دار فرحة للنشر والتوزيع، مصر، 2003 ،ص 165 .

## • القيم في علم الاجتماع

أما علماء الاجتماع فنجد البعض منهم تجنب التعامل مع القيم، على اعتبار أن البحث فيها يتسم بالذاتية، و أنها بذلك تخرج عن نطاق الدراسة السوسيولوجية، و لكن في الحقيقة بظهور الدراسة السوسيولوجية " لتوماس و زنانكي ( Thomas et znanki ) تحت عنوان "الفلاح البولندي" في أوروبا و أمريكا عام 1918 جاء استخدام مفهوم " القيمة"، و غيرت من نظرة علماء الاجتماع، الأمر الذي جعلها تشكل موضوعا ذا أهمية في مجال الدراسات الاجتماعية ، و أصبحت متغيرا ينبغي الاستناد إليه في تفسير الواقع<sup>1</sup>

كما يضيفا أيضا ، أن القيمة هي المعطيات ذات المحتوى الواقعي المرتبطة بجماعة، كما ويضيف أيضا أن القيمة هي " :المعطيات ذات المحتوى الواقعي المرتبطة بجماعة اجتماعية معينة، و التي تنطوي على معاني تجعل منها موضوعا للنشاطات و الاتجاهات<sup>2</sup> و تجدر الإشارة إلى أن هناك اختلاف بين العلماء علماء الاجتماع في تعريفهم للقيم، فمنهم من أشار إلى أن القيمة أي شيء له أهمية أو رغبة للذات الإنسانية، ف روبرت بارك ( Robert Ezra Park ) و برجس ( borkes ) يريان أن أي شيء يحضى بالرغبة و التقدير هو قيمة " كما أن " ستيوارت دود " حاول تعريف القيمة بنفس المحتوى "حيث يرى ان " القيمة هي رغبة أو أي شيء مرغوب أو يختاره المرء في وقت معين، و هي من الناحية الإجرائية : ما يقول المرء أنه يحتاجه"<sup>3</sup>.

كما يرى دوركايم أنها "تقرض تقديرا يصدر من فرد له أحاسيسه الخاصة ، فماله قيمة خير و ما هو خير يرغب فيه." وهذا النوع من التعريفات الذي يحاول ربط القيمة بالشئ المرغوب فيه، و الذي يحتل أهمية لدى الإنسان ، فيه كثير من القصور، فالإنسان قد يقدر أشياء و يعطيها قيمتها، مع أنها في الحقيقة تحمل كثيرا من المساوئ بعد مرور الوقت، و بالمقابل

---

<sup>1</sup>بيومي ، محمد أحمد ، "المجتمع، الثقافة و الشخصية"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية 1981 ، ص 65.

<sup>2</sup> عبد الغني ، عماد، "سوسيولوجية الثقافة، المفاهيم والإشكاليات" ، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت ، 2006 ، ص 142.

<sup>3</sup> نفس المرجع ، ص 196.

قد لا يعطي للأشياء قيمتها و يرغب عنها، لأن تقديره محدود و غير قادر على إدراك هذا الخير، كما أن مسألة المنفعة نسبية و تحمل معها أفكار براجماتية.

و هناك من حاول ربط القيمة بالثقافة و الأنماط العامة للسلوك في دراسة للثقافة حيث يولي اهتماما بالأنماط و القواعد العامة للتكامل " و هنا نجد " فولسوم (Folsom) حيث يقول " : سوف ننظر للقيمة على أنها نمط أو موقف أو جانب من السلوك الإنساني أو مجتمع أو ثقافة أو بيئة طبيعية ، أو العلاقات المتبادلة التي تمارس من شخص أو أكثر ، كما لو كانت غاية في حد ذاتها ، إنها شيء يحاول الناس حمايتها و الاستزادة منه و الحصول عليه ، و يشعرون بالسعادة ظاهريا عندما ينجحون في ذلك.<sup>1</sup>

فولسوم (Folsom) في هذا التعريف الذي ربطه بالثقافة ، أكد على أنها ضرورة إنسانية، بل هي حتمية لا بد من تواجدها ، كما أكد على أن القيم مرتبطة بحياة الناس و بمحيطهم الاجتماعي و الطبيعي، إلا أنه لم يوضح لنا حقيقة القيم ، كما أنه وقع في التناقض، حيث أنه في الوقت الذي يؤكد فيه على ضرورة القيم، نجده يرى أن الإنسان يشعر بسعادة زائفة لما يحققها و يصل إليها.

و في نفس المضمون نجد " بوجاردس "يشير إلى أن " :كل اتجاه مصحوب بقيمة، و أن القيمة و الاتجاه جزءان لعملية واحدة، و لا معنى لأحدهما دون الآخر، و إذا كان الاتجاه إقدام و قبول و الرضا، كانت القيمة التي تصحبه و ترتبط به قيمة ايجابية، كما إذا كان الاتجاه يعبر عن الإحجام و النفور كانت القيمة التي تصحبه سلبية.<sup>2</sup>

هذه التعريفات ساوت بين القيمة و الاتجاه، و هو أمر غير محدد و دقيق، لأن القيم أوضح من الاتجاهات، لأنها مرتبطة بما اكتسبه الفرد من معتقدات حول أنماط السلوك المفضلة أو الغايات المنشودة، بينما الاتجاهات تتحدد بصعوبة لارتباطها بالمواقف و بمدى تمسك الفرد بقيمه المرجعية له و من ثم فإن القيمة تحتل مكانة مركزية داخل التكوين الشخصي و النسق المعرفي للأفراد، أكثر من الاتجاهات.

---

<sup>1</sup>جلبي، علي عبد الرزاق ، "الاتجاهات الأساسية في علم الاجتماع"، ط2 .،دار المعرفة الجامعية،الأزاريطة، 2005 ، ص142.

<sup>2</sup> دياب ،فوزية ،"القيم والعادات الاجتماعية"، دار النهضة العربية،بيروت،1980،ص24.



و لهذا فإن القيم محددات للاتجاهات و السلوك. و هناك من حاول ربط القيم بالحاجات و الرغبات و هنا نجد " روسك و وارن "يشيران إلى أن القيم القدرة على إرضاء رغبة إنسانية متصلة بوضوح ، أو فكرة أو محتوى تجربة كما نجد "كار" يؤكد أن القيمة هي " التقدير الذي نضيفه على الأشياء ذات القيمة والقدرة على إرضاء الرغبات" <sup>1</sup>

وهناك بعض علماء الاجتماع من اعتبر القيم ظاهرة اجتماعية كغيرها من الظواهر الأخرى، و أنها شيء له معنى خاص بالنسبة للجماعة التي تسعى للوصول إليها ،فتستهدفها في سلوكها كما أنها تعتبر إحدى موجّهات الفعل الاجتماعي، وفي هذا الشأن يشير ماكس فيبر إلى أن القيم هي « عبارة عن الموجّهات التي تفرض نمط السلوك، وشكله وتتضمن هذه القيم بعض الأوامر التي تحكم السلوك الإنساني بطريقة ضاغطة، أو قد تصنع هذه القيم بعض المطالب التي قد يضطر الإنسان إلى السعي لتحقيقها » <sup>2</sup>.

وهذا ما ذهب إليه " بارسونز " في كتاباته عند تحليله البنائي الوظيفي للنسق الاجتماعي حيث يرى أن القيم " هي تلك الجوانب من موجّهات الفاعل التي تلزمه بالمحافظة على معايير معينة، ومعايير الاختيار، وحينما يكون الفاعل مجبرا على الاختيار فإن الموجّهات القيمة قد تلزمه بمعايير معينة تساعده على اختياراته. <sup>3</sup>

و هناك من استخدم الأفعال على أنها مؤشرات للقيم ، فقد أشار " لنديرج " إلى أن الأفعال المرغوبة و المسموح بها هي التي تشير إلى القيم " و يشاركه في ذلك " أدلر بقوله " الجانب الالمبريقي المعروف للقيم هو الفعل " <sup>4</sup> و تتمثل خصائص القيم كالآتي:

- أنها ذاتية بمعنى أن وزن القيمة و أهميتها يختلف من فرد إلى آخر فالقيم ليست أشياء يرغبها الناس و لكنها ما يريده الناس ليشكل رغباتهم .
- تتصف القيم بأنها صعبة القياس لكونها غير مرتبطة بزمن معين - فهي إدراك مرتبط بالماضي و الحاضر و المستقبل -مما يجعلها معيارا للسلوك الإنساني على الدوام .

<sup>1</sup> جلبي ، عبد الرزاق ، "الاتجاهات الأساسية في علم الاجتماع" ،نفس المرجع ،ص 145.

<sup>2</sup> قبّاري ،محمد إسماعيل "علم الاجتماع والإيديولوجيا"، الهيئة المصرية العامة للكتاب،مصر ، ، ص 85.

<sup>3</sup> نفس المرجع ،ص 146

<sup>4</sup> بيومي ، محمد احمد ، نفس المرجع ،ص 155.

- إنها نسبية أي أنها ليست مطلقة ، بل تمتاز بالثبات النسبي تبعا لاختلاف عوامل المكان و الزمان و اختلاف المجتمعات ثقافيا و إيديولوجيا ، الأمر الذي يجعل القيم مكتسبة ، حيث يتعلمها الفرد من مؤسسة التنشئة الاجتماعية كالأُسرة و المدرسة<sup>1</sup>
- و تمتلك القيم صفة الضدية ن لكونها تختص بالبشر دون غيرهم فهي صفة إنسانية بحتة، و تكمن ضدية القيم بان لها قطبان: ايجابي يشكل القيمة و اخر سلبي فهو ضد القيم او ما يخالفها.<sup>2</sup>

### • تصنيف القيم

- وقد صنف سبرنجر (Spranger) في كتابه "أنماط الرجال" القيم إلى ستة أنماط هي:
- القيم نظرية:** و تعبر عن اهتمام الفرد الزائد و ميله لاكتشاف الحقائق و المعارف من أجل تحقيقها ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة بنظرة موضوعية نقدية، و معرفية، تنظيمية، و يكونون عادة من الفلاسفة.
- **القيم الاقتصادية :** و تعبر عن الاهتمامات العملية ذات الفائدة و النفع و الثروة و العمل والصناعة والإنتاج و يتميز أصحابها بنظرة عملية و يكونون عادة من رجال المال و الأعمال.
- **القيم سياسية :** و تهتم بالسلطة و القوة و السيطرة و العمل السياسي.
- **القيم الجمالية :** و تعبر عن اهتمام الفرد و ميله إلى ما هو جميل، من حيث الشكل و الانسجام و كمال التنسيق و يتميز أصحابها بالفن و الابتكار و تذوق الجمال.
- **القيم الدينية :** و تعبر عن اهتمام الفرد بحب الناس و التضحية من أجلهم و بذل الجهود في سبيل إسعادهم و يتميز أصحابها بالعطف و الحنان و خدمة الغير، و يكونون عادة من رجال الخدمة الاجتماعية.
- **القيم الاجتماعية :** و تعبر عن اهتمام الفرد بالمسائل الدينية وميله إلى معرفة ما وراء الطبيعة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عقيل ، حسين ، "خماسي تحليل القيم"، دار الكتاب المتحدة، بيروت، 2004، ص 198 .

<sup>2</sup> ، "الشباب والقيم في عالم متغير" ، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2006 ص 96 .

<sup>3</sup> الزيود ، ماجد ، نفس المرجع ، ، ص 98 .

## 2- النسق القيمي:

عرف قاموس علم الاجتماع النسق القيمي بأنه نموذج منظم للقيم في مجتمع أو جماعة ما ، و تتميز القيم الفردية فيه بالارتباط المتبادل الذي يجعلها تدعم بعضها البعض و تكون كلا متكاملًا ، هذا و يحدد النسق القيمي إطار لتحليل المعايير و المثل و المعتقدات و السلوك الاجتماعي<sup>1</sup>

و قد عرف احد الباحثين نسق القيم بأنه عبارة عن البناء أو التنظيم الشامل لقيم الفرد ، و تمثل كل قيمة في هذا النسق عنصرا من عناصره، و تتفاعل هذه العناصر معا لتؤدي وظيفة معينة بالنسبة للفرد.<sup>2</sup>

و قد اعتبر روكيش نسق الاعتقاد-اللاعتماد- شاملا للاتجاهات و انساق القيم ، و تعامل مع هذه الجوانب المختلفة على أنها مكونات تلعب دورا أساسيا في نسق معتقدات الكلي للفرد و في هذا التصور عرف روكيش نسق القيم بأنه " تنظيم من المعتقدات توصف بالثبات النسبي و يحمل تفضيلا لغاية من غايات الوجود او شكلا من أشكال السلوك الموصلة لهذه الغاية و ذلك في ضوء ما تمثله من أهمية بالنسبة للفرد"<sup>3</sup>

و يرجع التعامل مع نسق القيم على انه مجرد ترتيب إلى عدم التمييز بين مدرج القيم و نسق القيم ، فالأول يعني ترتيب الشخص لقيمه من أكثرها أهمية إلى اقلها أهمية ، بينما يشير الثاني إلى التنظيم العام لقيم الفرد و الذي من خلاله تتحدد أهمية كل قيمة من هذه القيم و كيف تنظم و ما هي علاقة كل منها بالأخرى .<sup>4</sup>

### • المفهوم الإجرائي للقيم:

هي مجموعة من القواعد و التنظيمات و الضوابط التي يلتزم بها الفرد و المجتمع و تنظم حياته بصورة مثلى.

---

<sup>1</sup> غيث ،محمد عاطف ،" قاموس علم الاجتماع" ، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، 1995 ، ص 506.

<sup>2</sup> عبد الطيف محمد خليفة، " ارتقاء القيم ، دراسة نفسية" ، سلسلة عالم المعرفة ، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب ، الكويت ، 1992 ، ص 62 .

<sup>3</sup> الجزار ،نجوى محمد ،" تأثير القيم التي تعكسها إعلانات التلفزيون على اتجاهات نحو القيم "، دراسة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام ،جامعة القاهرة،كلية الإعلام ، ، 1998، ص 98 .

<sup>4</sup> الجزار ،نجوى محمد ، نفس المرجع ، نفس الصفحة .

## تاسعا : مفهوم الاتجاهات

**لغة :** اتجه (اتجاها) قصد ، توجه ، اتخذ وجهة له.<sup>1</sup> ، واتجه له رأي أي سنح " وأيضاً اتجهت إليك أتجه أي توجهت<sup>2</sup> ، وأيضاً "توجه إليه أي أقبل وقصد".<sup>3</sup>

### اصطلاحا

من بين أهم التعريفات التي تطرقت إلى الاتجاهات هي :

#### - تعريف جوردين ألبورت G.W.Allport :

الاتجاهات هي "حالة استعداد عقلية ونفسية وعصبية تتكون لدى الفرد من خلال الخبرة و التجربة يمر بها الفرد وتؤثر هذه الحالة تأثيرا ملحوظا على استجاباته أو سلوكه إزاء جميع الأشياء والمواقف التي تتعلق بهذه الحالة".<sup>4</sup>

#### - تعريف بوقرديس (Bogardus) :

الاتجاه هو " ميل يتجه بالسلوك قريبا من بعض العوامل البيئية، أو بعيدا عنها فيضفي عليها معاني موجبة أو سالبة تبعا للانجذاب نحوها أو النفور".<sup>5</sup>

#### - تعريف انجلش و انجلش (Engliche and Engliche) :

الاتجاه هو "استعداد دائم للتصرف بشكل ثابت ومتعلم اتجاه فئة معينة من الأشياء".<sup>6</sup>

#### - تعريف الكنسن هيلغار (Alkinson،Hilgard) :

الاتجاهات هي "نزعة أو ميل نحو شيء أو فكرة أو موقف، وهي استعداد للاستجابة أو

---

<sup>1</sup> رشاد الدين ، مؤنس ، "المرام في المعاني و الكلام" ، القاموس الكامل عربي - عربي ، بيروت : دار الراتب الجامعية.2000 ،ص23 .

<sup>2</sup> ابن منظور ، جمال الدين أبو الفضل محمد ، "لسان العرب المحيط" ، بيروت ، دار الجيل للطبع والنشر والتوزيع.1988 ،ص 884 .

<sup>3</sup> البستاني ، عبد الله ، "الوافي معجم وسيط للغة العربية" ، بيروت : مكتبة لبنان ،1980 ،ص694 .

<sup>4</sup> عيساوي ،عبد الرحمان ، "سيكولوجية النمو" ، دار النهضة العربية ، بيروت ،1987 ، ص194.

<sup>5</sup> عوض عباس محمود و آخرون ، "علم النفس الاجتماعي، نظرياته و تطبيقاته"، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2003 ، ص35.

<sup>6</sup> عنابي، بن عيسى، "سلوك المستهلك، عوامل التأثير البيئية"، ج1 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2003 ، ص191 .

عدم الاستجابة أو التصرف بأسلوب معين عندما يواجه الشخص متغيرات معينة.<sup>1</sup>

### - تعريف قاي جونز (Gay Johns):

الاتجاهات هي عبارة عن نزعة عاطفية مستقرة نسبيا للاستجابة بشكل متناسق لشيء محدد أو لموقف معين أو شخص ما أو مجموعة معينة من الأفراد.<sup>2</sup>

كما يضيف أيضا أن الاتجاه هو أسلوب منظم و منسق في التفكير و الشعور، ورد الفعل اتجاه الناس والجماعات و القضايا الاجتماعية اتجاه أي حدث في البيئة بصورة عامة.<sup>3</sup>

أما تعريف آخر للاتجاه انه نزعة أو استعداد مكتسب ، ثابت يحدد استجابات الفرد حيال بعض الأشياء أو الأشخاص أو الأفكار أو الأوضاع ، و هو بذلك يعبر عن سير السلوك نحو وجه معينة سيرا مستقرا ثابتا لمواقف عديدة متشابهة ، كما يتميز الاتجاه أيضا بأنه يؤثر نوعا معينا من الدوافع و الدافع يظهر و يختفي أما الاتجاه فباقي و مستمر مثل اتجاه الحب الذي يكونه الطفل نحو أمه.<sup>4</sup>

وترتبط الاتجاهات بالعديد من المكونات و تتمثل في: مكون معرفي وتشتمل على المعتقدات والمعلومات الموجودة بذاكرة المستهلك عن الشيء موضوع الاتجاه ، كذلك مكون عاطفي ويحتوي على مشاعر المستهلك نحو الشيء موضوع الاتجاه وهذه المشاعر قد تكون ايجابية محايدة سلبية، و مكون سلوكي ويعبر عن ميل المستهلك إلى التصرف بطريقة معينة تجاه الشيء موضوع الاتجاه.

### • للنسق القيمي:

هو عبارة عن نموذج منظم و متكامل من التصورات و المفاهيم الصريحة او الضمنية يحدد كل ما هو مرغوب فيه اجتماعيا ، و يؤثر في اختيار الطرق و الأساليب و الوسائل و الأهداف

---

<sup>1</sup> المرسي جمال الدين محمد و آخرون ، " السلوك التنظيمي، نظريات ومناهج، تطبيق عملي لإدارة السلوك في المنظمة"، الدار الجامعية، 2002 ، ص 138.

<sup>2</sup> Gy Robert, "Le changement social", édition HMH, 1986 P , 131.

<sup>3</sup> الشافعي، أحمد حسين ، " مقدمة في السلوك الاستهلاكي من منظور علم النفس"، مكتبة الإنجلو المصرية القاهرة، 2002 ، ص 96 .

<sup>4</sup> مرعى ، توفيق و احمد بلقيس ، "الميسر في علم النفس الاجتماعي" ، الطبعة الأولى دار الفرقان للنشر و التوزيع ، الأردن، 1982 ، ص 164.

الخاصة بالفعل في المجتمع أو جماعة ما ، و تتجسد مظاهر في اتجاهات الأفراد و الجماعات و أنماطهم السلوكية ومثلهم و معتقداتهم و معاييرهم الاجتماعية و يتداخل في كافة مكونات البناء الاجتماعي و يرتبط بها و يؤثر فيها و يتأثر بها.

## الفصل الثاني

### المقاربة النظرية للدراسة

المبحث الأول: أهم النظريات التي تعالج و تفسر العلاقة

بين الدخل و الاستهلاك

المبحث الثاني: أهم الدراسات السابقة

## الفصل الثاني : المقاربة النظرية للدراسة المبحث الأول: أهم النظريات التي تعالج و تفسر العلاقة بين الدخل و الاستهلاك

### أولا : النظرية الكينزية ( Théorie keynésienne ) :

يقرر كينز بأن كل العوامل لها تأثيرها على أنماط الاستهلاك ، غير أن كينز اعترف أن هناك عوامل أخرى مؤثرة على المستوى الكلي للاستهلاك ، وهى عوامل موضوعية وعوامل الشخصية نجده يشير إلى :

-العوامل الموضوعية مثل: عادات الإنفاق الاستهلاكي، وهيكل توزيع الدخل القومي ، ومستويات الأسعار ،و العادات الاستهلاكية والثروة التي يمتلكها أفراد المجتمع.

- العوامل الشخصية : فهي تتلخص في الرغبة في حب الظهور والكرم والتبذير غير أن كينز ، ومن خلال هذه العوامل أشار إلى أهمية أثر الدخل على الاستهلاك . " حيث اعتبره المحدد الأساسي للاستهلاك في الفترة القصيرة ، بمعنى أن التغير في الاستهلاك في المدى القصير يرجع إلى تغير في الدخل " <sup>1</sup>.

كما أن العلاقة بين حجم الدخل المتاح وفقا لكينز هي علاقة طردية و يعني أن زيادة حجم الدخل المتاح تؤدي إلي زيادة حجم الاستهلاك و انخفاض حجم الدخل المتاح يؤدي إلي انخفاض حجم الاستهلاك في المجتمع .

و قد أظهرت الدراسات التجريبية التي أجريت على السلوك الاستهلاكي لبعض العائلات في نهاية الأربعينيات من هذا القرن باستخدام بيانات مقطعية النتائج التالية: <sup>2</sup>

- الميل المتوسط للاستهلاك : و الذي يعبر عن نسبة الاستهلاك إلى الدخل المتاح يتناقض مع تزايد الدخل ، و من ثم يتزايد الميل المتوسط للدخار ، و يكون الميل المتوسط.
- للاستهلاك اكبر من الميل الحدي للاستهلاك .و هذا ما يدعم نظرية كينز في الاستهلاك

---

<sup>1</sup> يسرى محمد ، إبراهيم ، " اقتصاديات مجتمع الانفتاح "، دار أم القرى للطباعة والنشر الإسكندرية ،

1997 ، ص 80 .

<sup>2</sup> يسرى ، عبد الرحمان ، أبو السعود ، محمد فوزي ، "النظرية الاقتصادية الكلية" ، الإسكندرية ، كلية التجارة ، قسم الاقتصاد ، 1999 ص 86



في جوهرها <sup>1</sup>

- أظهرت البيانات المأخوذة عن الفترة القصيرة و خاصة في أوقات الدورات التجارية و ما تعنيه من حدوث رواج يعقبه كساد أن الميل المتوسط للاستهلاك يكون اقل من المعدل العادي في أوقات الرواج و اكبر من المعدل العادي في أوقات الكساد.
- أوضحت البيانات المأخوذة عن الفترة الطويلة عدم حدوث تغير في الميل المتوسط للاستهلاك مع تغير الدخل حيث يكون الميل المتوسط للاستهلاك مساويا للميل الحدي للاستهلاك ومساويا لمقدار ثابت يعادل نحو 0.9 تقريبا.

### ثانيا :نظرية الدخل الدائم ( Milton Friedman )

لقد أوضح في هذه النظرية أن الاستهلاك هو دالة في الدخل الدائم و ليس دالة في الدخل الجاري كما أوضح كينز .  
و الدخل الدائم وفقا لمفهوم فريدمان هو ذلك المستوى من الدخل المتحقق خلال فترة طويلة من الزمن ، و هو يشتمل على حجم الثروة و الدخل المتوقع الحصول عليه في المستقبل ، و تقرر هاته النظرية ان الاستهلاك يتغير طرديا مع التغير في حجم الدخل الدائم <sup>2</sup>  
و رغم أن هناك عدة عوامل التي يمكن من ان تؤثر على الطلب الاستهلاكي في المجتمع إلا أن الدخل لا يزال بلا شك هو اهم محدد للاستهلاك على المستوى الكلي و قد دعا ذلك بعض الاقتصاديين إلى دراسة ظروف البيئة الاقتصادية و الاجتماعية المحيطة بالفرد باعتبار أن العلاقة بين الدخل و لاستهلاك تتأثر بهذه البيئة و تتفاعل معها .<sup>3</sup>

### ثالثا : نظرية الدخل النسبي ( James Duesenberry )

لقد اعتمد دونزبري على عدة افتراضات أساسية و هي:  
1- تعتمد نسبة استهلاك الفرد الي دخله بشكل كبير على الوزن النسبي لدخل هذا الفرد في سلم توزيع الدخول لأفراد المجتمع فالفرد الذي يقل دخله عن متوسط دخل الفرد في المجتمع

---

<sup>1</sup> افترض كينز في عرضه الأصلي للنظرية أن دالة الاستهلاك تبدأ من الصفر عند مستوى الدخل يساوي الصفر و أنها تأخذ شكل منحنى .

<sup>2</sup> عبيد ، محمد علي و عبيد ، الخالق ، "العولمة و اثرها على النمط الاستهلاكي في الدول النامية " ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2007 ، ص 92 .

<sup>3</sup> ، نفس المرجع ، نفس الصفحة

سيحاول الحفاظ على نمط استهلاكي معين يتقارب مع ذلك النمط الاستهلاكي المؤلف لدى باقي أفراد المجتمع و العكس بالنسبة للفرد الذي يزيد دخله عن متوسط دخل الفرد في المجتمع ، و يعني ذلك ان الميل الحدي للاستهلاك سوف يكون متناقصا مع تزايد الدخل و يتفق هذا مع تفسير كينز للسلوك الاستهلاكي للفرد في الأجل القصير.<sup>1</sup>

و قد أوضح دوزنبري دور العوامل السيكولوجية في تفسير السلوك الاستهلاكي لأفراد المجتمع حيث أن أنماط الاستهلاك الخاصة بالمستهلكين غير مستقلة عن بعضها فكل مستهلك يحاول المحافظة دائما على مستوى استهلاكه ثابتا بالنسبة لمستوى استهلاك الآخرين<sup>2</sup>

و هكذا استطاع تحليل دوزنبري أن يفسر التناقض بين كون الميل المتوسط للاستهلاك في الأجل الطويل ثابتا ، و مساويا للميل الحدي للاستهلاك ، و متناقصا و اكبر من الميل الحدي للاستهلاك في الأجل القصير<sup>2</sup>

#### رابعا :النظرية المادية

يمكن اعتبار التنظير المادي التاريخي ، هو البداية الحقيقية في بحث وتحليل ظاهرة الاستهلاك ، حيث جمع ماركس في تصوره لتطور المجتمع بين ما هو اجتماعي وما هو اقتصادي ، ومن ثم جاء تصوره للتطور التاريخي للمجتمع ، مؤسس علي تصوره لتطور النظام الاقتصادي المادية التاريخية لقد تصور ماركس أن الحياة الاجتماعية والحياة الاقتصادية تسير في خط واحد مرسوم.

من البساطة إلى التعقيد، ومن هنا جاءت تفسيراته لتطور الحياة الإنسانية تعبر عن وجهة نظره في كون المادة ( الملكية ) أساس النظام الإنساني والسبب في تطوره ، لقد كانت التنظيرات الماركسية حول الاستهلاك بوصفه ظاهرة اقتصادية ، لا مثال لها حسب قول احد الباحثين ، " لقد أظهر ماركس الاستهلاك بوصفه جزء من الثقافة الرأسمالية ، أو كوجه آخر ملاصق لعملية الإنتاج الرأسمالية المبني علي تدعيم قيمة الاستهلاك بغرض الحصول على أكبر قدر ممكن من الربح ، فتعاضم الاستهلاك يعني في النهاية تعاضم الأرباح"<sup>3</sup> و ركز ماركس

<sup>1</sup> عبيد ، محمد علي و عبيد الخالق ، نفس المرجع ص 88 .

<sup>2</sup> محمد فوزي ابو السعود، و آخرون ، " النظرية الاقتصادية الكلية " ، كلية التجارة ، الإسكندرية ، 2003 ص 257-258.

<sup>3</sup> ابو السعود ، محمد فوزي ، و آخرون ، " النظرية الاقتصادية الكلية " ، نفس المرجع ، ص 259 .

في تحليله للاستهلاك على الاستهلاك الضروري، باعتباره شرطاً أساسياً للمحافظة على مستوى الإنتاج القائم ، وهو استهلاك يتألف من نمطين :

- الأول، شخصي يحافظ علي بقاء المنتجين واستمرارهم في الإنتاج ،
- والثاني، استهلاك إنتاجي ، يحافظ علي وسائل الإنتاج من حيث صيانتها و تطورها، ففي المجتمعات البسيطة كانت هناك وحدة واتصال بين قيم الإنتاج والاستهلاك في إطار قيم جماعية، غالبا بسبب جماعية الإنتاج والاستهلاك ، والاتصال المباشر بين المنتجين والمستهلكين ، وفي حالات غير قليلة كان المنتجون هم المستهلكون لما ينتجونهم ، أما في المجتمع الرأسمالي ، حيث تطور تقسيم العمل ، ومن ثم انفصل المنتجون عن المستهلكين ، وجري التمييز بين وقت العمل ووقت الفراغ ، وتطلب الأمر إحلال علاقات تبادل ووجود سوق للعمل وسوق السلع والخدمات<sup>1</sup>.

و هكذا قدم ماركس رؤيته للظاهرة الاستهلاكية ،من نفس منظور التفسير المادي للتاريخي ، وهو تفسير تتقارب فيه كافة الأطروحات التي قدمها ماركس في رؤيته عن المجتمع ، وتكاد تكون ظاهرة الاستهلاك ، الظاهرة التي اجتمعت فيها كافة مقولات الماركسية ،أو بمعنى آخر ،طرح من خلالها ماركس آراءه العديدة حول الطبقة وعلاقات الإنتاج وغيرها من المقولات الماركسية.

ففي تفسيره لأزمة قصور الاستهلاك ، ذهب ماركس إلي أن الاستهلاك يحدث نتيجة لاستحواذ أرباب الأعمال على نصيب متزايد من الدخل القومي وعملهم على استثمار معظم نصيبهم " وما يؤدي إليه هذا من نمو في الناتج من السلع بشكل مستمر وبمعدلات متزايدة ، مما يجعل المجتمع يتعرض للاهتزاز والاضطرابات الاجتماعية التي قد تقلب كيان المجتمع " فكيف له أن يستهلك هذا الناتج وليس لدى غالبية أفراده من العمال الأجراء القدرة على شراء متطلبات الحياة بسبب عدم العدالة في توزيع الدخل.<sup>2</sup>

ومن هنا يرى ماركس أنه لابد من دفع القوة الشرائية للعمال حتى تستطيع أن تزيد من الاستهلاك وحتى لا تحدث أزمات وإفراط في الإنتاج، لذلك يرى ماركس أن الاهتمام

<sup>1</sup> عبد الجواد ، إنعام ، "النسق القيمي في الريف المصري ، قيم الإنتاج والاستهلاك " ، المركز القومي

للبحوث الاجتماعية والجنائية ، القاهرة ، 1998 ، ص ص 1 - 2.

<sup>2</sup> يسرى إبراهيم ، محمد ، مرجع سابق ، ص 52

بالاستهلاك لا يقل أهمية عن الاهتمام بالإنتاج فالحقيقة أنهما متكاملان ، " فالإنتاج تتمثل مهمته الأساسية في خلق السلع اللازمة للاستهلاك في حين أن الاستهلاك تكون مهمته الأساسية خلق الحاجات بمعنى الغرض من الإنتاج " .<sup>1</sup>

وفي ضوء ذلك انتقد " ماركس " النظرية التقليدية التي استبعدت الاستهلاك كمتغير اقتصادي بافتراض وجود تطابق دائم بين الإنتاج والاستهلاك . غير أن " ماركس " يرى أن عملية توزيع الناتج تخضع لظروف وأوضاع اجتماعية تؤدي إلى نقص الاستهلاك في الوقت الذي تؤدي فيه الظروف والأوضاع الاقتصادية إلى تضخيم الإنتاج.

فالاستهلاك إذن ليس كثافياً لمواجهة الإنتاج المتزايد ، بل أنه يتناقص بمعدلات سريعة وذلك كنتيجة للآثار المترتبة على زيادة التراكم الرأسمالي من فائض القيمة ، وهو ذلك يعد سبباً لحدوث الأزمات الاقتصادية التي يتعرض لها النظام الرأسمالي والتي تؤدي إلى انهياره في النهاية<sup>2</sup>

و لقد سيطرت النظرة الاقتصادية في تعريف الاستهلاك إلى حد كبير على التعريفات التي قدمت للمفهوم حتي وقت قريب ، وربما يرجع ذلك كما سلف الإشارة إليه أن المفهوم يعبر عن عملية اقتصادية في المقام الأول ، ففي الماضي كان ينظر إلى الاستهلاك من الناحية الاقتصادية البحتة ، وكانت مسأله في عزلة عن غيرها من المسائل الاجتماعية الأخرى ، غير أن علماء الاقتصاد المحدثين يرون أهمية العوامل الاجتماعية في تأثيرها على نمط الاستهلاك ، إذ تقوم بدورا مهماً، ومؤثر في تشكيل نمط الاستهلاك على المدى البعيد ، وإن كان الدخل هو الذي يؤثر في النمط على المدى القصير .

أما نظرية سميث فقد ركزت على **نظرية القيمة** او ما سماه قيمة الاستعمال وقيمة المبادلة .

-**فالأولى** تعبر عن : قيمة سلعة معينة في نظر شخص معين ، فهي قيمة شخصية تتوقف على تقدير الشخص للسلعة ، أو مدى منفعتها في نظره .

---

<sup>1</sup> فهمي هيكل ، عبد العزيز ، " موسوعة المصطلحات الاقتصادية الإحصائية "، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، لبنان 1986، ص 553 .

<sup>2</sup> السيد فهمي ، عبد الرحمن ، " الاستهلاك في مجتمعات الخليج العربي " ، مركز دراسات الجزيرة العربية ، الرياض ، 1999 ، ص 148 .

- أما الثانية: يقصد بها قيمة المبادلة التي تعبر عن قيمة السلعة في السوق.

أما أرنست إنجل (Anjal Arenst) فقد كان أول من نبه إلى تأثير العوامل الاجتماعية على الاستهلاك فهو يعد أول من أشار إلى أهمية أثر الدخل على نمط الاستهلاك ، غير أن هناك بعض الدراسات التي لم تشر إلى هذا الأثر بل تناولت حجم الأسرة وتركيبها على أنهما يلعبان الدور المهم ، والفعال في تشكيل نمط الاستهلاك أكثر من الدخل ، وبعبارة أخرى أن حجم الأسرة ، وتركيبها يتغير في فترة زمنية قصيرة أسرع من تغير الدخل ، حيث وضعت عدة مقاييس استهلاكية لدقة قياس هذا الدخل ، وهذا ما أشار إليه " ثورتساين فيبلن " ( Therstein Veblen ) من خلال نظريته الطبقة المترفة " حيث أكد على أهمية أثر الطبقة الاجتماعية على ثقافة الاستهلاك ، وهذه الطبقة المترفة والتي تعتبر مركزاً للثراء والمكانة الاجتماعية من خلال الاستهلاك المظهري الذي يعبر عن الثراء والمكانة الاجتماعية ، بغض النظر عن مدى حاجة المستهلك له " .<sup>1</sup>

ومن هنا بدأ الباحثون يأخذون أبعاداً أخرى في معالجتهم لموضوع الاستهلاك ، تختلف كثيراً عن الجوانب الاقتصادية البحتة للمفهوم ، فهناك دراسات عديدة أصبحت تؤكد على أبعاد اجتماعية ونفسية في تفسير زيادة انتشار ثقافة الاستهلاك بين الأفراد ، فالدراسات النفسية ترى : أن العوامل النفسية بين الأفراد تلعب دوراً مهماً جداً فتحدد الأنماط الاستهلاكية ، وهناك العوامل البيئية أيضاً المحيطة بالأفراد ، وكذلك العوامل المهنية التي لا يمكن إغفالها باعتبارها أحد العوامل التي تؤثر في انتشار ثقافة الاستهلاك<sup>2</sup>

### خامساً: نظرية فيبلن (Veblen)

لقد جاءت هذه النظرية في موجة الانتقادات التي وجهت من طرف الماركسيين في نهاية القرن 20 لفكرة حرية الأشخاص في اختيار المنتجات التي يستهلكونها خاصة لدى الفقراء<sup>3</sup> .

<sup>1</sup> الزمر حسين ، وفاء ، " أثر العوامل الاجتماعية على نمط الاستهلاك " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، 1972 ، ص 2 .

<sup>2</sup> نفس المرجع ، ص 3 .

<sup>3</sup> راشد أحمد عادل ، " الإعلان " ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 1989 ، ص 159

و اعتمد فيبلن " Veblen " على أسس علم الاجتماع في دراسة وتحليل وتبين في نظريته أن " الفرد يقوم بشراء سلعة لإشباع حاجاته ورغباته التي تتأثر تأثيرا كبيرا بالجماعة التي ينتمي إليها، إضافة إلى أن الفرد يرغب في التطلع للأنماط الاستهلاكية والعادات الشرائية الخاصة بالطبقات الاجتماعية الأعلى من الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها هذا الفرد " <sup>1</sup>، ولقد ازداد الاهتمام بدراسة سلوك المستهلك بعد الحرب العالمية الثانية بالاعتماد على أسس علم الاجتماع من خلال التركيز على سلوكيات التناظر والاختلاف بين المستهلكين و السلوكيات الاجتماعية الاندماجية إضافة إلى دراسة العلاقات بين أفراد الجماعة الواحدة من جهة وبين المجموعات المتعددة من جهة ثانية أخذا بعين الاعتبار عملية التفاعل الموجودة. أيضا، لقد أوضح فيبلن أن سلوك المستهلك يتأثر بشكل واضح وكبير بالبحث عن المركز و المكانة العليا وهذا بشرائه للسلع ، السكنات، السيارات وهذا ما يؤكد رغبته في التطلع إلى الأنماط الاستهلاكية والعادات الشرائية الخاصة بالطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها.

### سادسا :نظرية الغرس الثقافي

يعد جورج جرينر (George Gerbner) الأب الروحي لهذه النظرية ، و تهدف نظرية الغرس في الأساس إلي قياس نتيجة تعرض المشاهدين لوسائل الإعلام خاص التلفزيون والسينما وتأثير عمليات التكرار في المشاهدة والتشابه في المضامين المعروضة علي إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعي الحقيقي والواقع السوري الذي يقدمه الإعلام ووسائله.<sup>2</sup> وتركزت أفكار النظرية علي دراسة دور التلفزيون وباقي وسائل الإعلام ' في غرس الثقافة عند الجمهور بشكل عام ,والفئات التي تجلس طويلا أمامه (الأطفال – سيدات البيوت – المراهقين ) والغرس يعني كثافة التعرض للتلفزيون والتعلم من خلال ملاحظة الصورة عبر الاستخدام الانتقائي للرسائل، والتي تقود المشاهد إلي الاعتقاد بأن العالم الذي يشاهده على شاشة التلفزيون هو صورة من العالم الواقعي الذي يعيش فيه ، و الغرس يحدث عبر النقل المكثف للصورة الرمزية للأحداث فتتكون الثقافة التي هي ببساطة(عبارة عن وعاء من الرموز والصور الذهنية التي تنظم العلاقات الاجتماعية والمواقف.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> نفس المرجع ، ص 161.

<sup>2</sup> د. فرج الكامل ، "بحوث الإعلام والرأي العام "، القاهرة، دار النشر للجامعات ،2001، ص 64 .

<sup>3</sup> د. فرج الكامل ، نفس المرجع ، ص 65.

## سابعا :الانتقادات الموجهة للنظريات

### 1- الانتقادات الموجهة لنظرية الكينزية

- أن نظرية الدخل المطلق تقضي باستقرار المتوسط الاستهلاكي .
- ان الميل الحدي للاستهلاك لا ينخفض بل يكون ثابتا، حيث نلاحظ أن وجود الإنفاق الاستهلاكي المستقل C أو الاستهلاك التلقائي هو المسبب من وجهة نظر الرياضيين لأنه يجعل نظرية الدخل المطلق لا ينطبق عليها نماذج الإحصائية للسلاسل الزمنية و تبقى صالحة فقط باستعمال الإحصائية المقطعية على المدى القصير، دراسة كل عامل على حدى.

### 2- الانتقادات الموجهة لنظرية (James Duesenberry):

- ينطلق مفهوم نظرية الدخل النسبي من المفهوم الكينزي نظرية الدخل المطلق.
- تهتم بالمتغيرات النوعية عندة تحليل سلوك المستهلك منها العادات، التقاليد، المحاكات.
- عدم قدرة الطرق الإحصائية تقدير و تحليل المتغيرات النوعية بطريقة أكاديمية مثل نماذج الاقتصاد القياسي، السلاسل الزمنية.

### 3- الانتقادات الموجهة لنظرية (Milton friedman):

- عدم واقعية الافتراض الخاص بارتباط بين الدخل العابر و الاستهلاك العابر أو الاستهلاك المؤقت.<sup>1</sup>
- يفترض فريدمان أن الميل الحدي للاستهلاك الناتج عن الدخل العابر يساوي صفرا بسبب خضوع سلوك المستهلك للدخل الدائم فقط، لكن واقعا لا يفرق المستهلك بين الدخل الدائم و العابر، فكلها يمثل دخل بالنسبة إليه.
- توصل فريدمان أن الميل المتوسط للاستهلاك في الأجل الطويل يكون واحدا عند الأسر " 35 في هذا الاستنتاج يستبعد فريدمان سلوك الادخاري للأسر أي يدل على أن الأسر تقوم بإنفاق جميع دخلها على الاستهلاك مهما يكن دخلهم، لكن الأغنياء يملون إلى الادخار أكثر من الاستهلاك عنده ارتفاع مداخيلهم.
- لم يعالج فريدمان سلوك المستويات الاجتماعية.

<sup>1</sup> عبد الغفار ، محمد ، "مشكلة الادخار في مصر"، نفس المرجع ، ص 56 .

#### 4- الانتقادات الموجهة ل نظرية دورة الحياة (ando-Modigliani):

- الفرد لا يستطيع تقدير مقدار الدخل الذي يمكن أن يتحصل عليه بالضبط الناتج عن العمل.

- يفترض النموذج على عملية التخطيط للمدى الطويل، و اذا أسقطنا نفس الافتراضات على المدى القصير فانه لا يمكن أن تفسر سلوك المستهلك أو سلوك الادخار أو الدخل للأفراد، فكثير من الحالات.

#### المبحث الثاني /أهم الدراسات السابقة:

##### أولا/الدراسات الأجنبية:

##### الدراسة الأولى:

أجريت الدراسة بإحدى المدن الأمريكية ،حسب رمزي ناهد على الأطفال الذين يشاهدون برامج الكبار بما يعادل أربعة إلى خمسة أضعاف ما يشاهدونه من البرامج الخاصة بهم وتعززت هذه المواقف أكثر عندما تغيب رقابة الآباء، و بذلك فالأطفال يصبحون أسيادا لأنفسهم فهم يستهلكون وقتا اكبر في مشاهدة البرامج التلفزيونية وقد يزيد الوضع تعقيدا عند وجود أكثر من جهاز تلفزيون لدى الأسرة الواحدة .<sup>1</sup>

##### الدراسة الثانية :

دراسة لين كان و آخرون عن القيم في المجتمع و تغيير القيم الاجتماعية في أمريكا ،حيث استخدمت هاته الدراسة نفس القيم التي درسها لروكش ، و اجري البحث على 1987 مبحوثا مستخدما المقابلات الشخصية ،على أن يختاروا أول و ثاني أهم قيمتين من ضمن قائمة تضم تسعة قيم تم اختيارها من قائمة روكيش و تضم القيم التالية :

احترام الفرد بواسطة الآخرين ، الأمان ،العلاقات الودية مع الآخرين ،الشعور بالانتماء ،المرح ،المتعة ،تحقيق الذات و الإثارة ، و خلصت الدراسة إلي أن هناك بعض الثبات النسبي العام في أهمية بعض القيم عند الأمريكيين ،ولكن حدث بعض التغير في أهمية بعض القيم عند الامريكيين ، فمثلا كانت المرأة الأمريكية تعطي أهمية اكبر لقيمتين هما الأمان و احترام الذات

---

<sup>1</sup> رمزي ، ناهد، " لمفاضلة بين التلفزيون والوسائط الثقافية الأخرى لدى طفل ما قبل المدرسة"،مجلة خطوة، المجلس العربي للطفولة والتنمية عدد10، يونيو 2000، ص21.



لكن في الثمانينات ومع خروج المرأة إلى العمل و تحقيق المرأة هاتين القيمتين ،أصبحت تعطي أهمية اكبر للعلاقات الاجتماعية مع الأخرى أما بالنسبة للرجال فقد زادت أهمية قيمة الشعور قيمة الشعور بالانجاز فأصبحت تمثل المركز الأول وذلك كأول اختيار في القائمة للشباب في العقد الأخير <sup>1</sup>

## الدراسة الثالثة: 2

دراسة قام بها داوار (Niraj Dawar) و هو أستاذ التسويق الدولي بجامعة أونتاريو الكندية، ودرس تأثير الجنسية والثقافة على التسويق، وفي دراسته قام داوار (Dawar) باختبار فرضيتين متضادتين، فالفرضية الأولى هي إمكانية استخدام البرنامج التسويقي لجذب نفس أنواع المستهلكين في مختلف أنحاء العالم، بينما الفرضية الثانية هي وجوب أخذ ثقافة البلد كمتغير أساسي .وشملت الدراسة ٨٠٠ شخص من ٣٩ بلدا مختلفًا، وتوصلت الدراسة إلى أن تخطي حدود الدولة لا يتبعه بالضرورة اختلافات في سلوك المستهلك، وقد تكون حدود الدولة غير ذات علاقة بالعديد من القرارات التسويقية .كم أنه وفي كافة العينة وبغض النظر عن ثقافة البلد، العلامة التجارية كانت الأقوى تأثيرا على قرارات الشراء، متبوعة بالسعر والمظهر المادي وسمعة البائع .وعرضت بيانات الدراسة بشكل واضح أن الاختلافات الفردية لها تأثير أقوى بكثير على سلوك المستهلك من التأثيرات الثقافية<sup>3</sup>.

## الدراسة الرابعة: 4

دراسة ويليام وليه-شنج شانج (William and Lieh-Ching Chang) وقد درسا السلوك الشرائي للأمريكيين والصينيين القاطنين في أمريكا الشمالية، عند قيامهم بشراء السيارات .وتركزت هذه الدراسة على الاختلافات الثقافية بين الأمريكيين والصينيين في

---

<sup>1</sup> بوشلوش ، الطاهر ،"التحولات الاجتماعية و الاقتصادية و اثارها على القيم في المجتمع "،دار بن مرابط للنشر و الطباعة ،الجزائر 2008 ص 88.

<sup>2</sup> Dawar, N. Border Crossing, "Is Culture Irrelevant to Marketing", Ivey Business Journal, (3), spring,1997, p56.

<sup>3</sup> Dawar, N. op cite p 57 .

<sup>4</sup> بوسنييه علي ، عز الدين ، "أثر الإعلان التلفزيوني على السلوك الشرائي للمستهلكين الليبيين" ، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز :الاقتصاد والإدارة ، العدد 1 ، 2006 ، ص :81

أمريكا الشمالية. وشملت الدراسة كل من منطقة فلوريدا، وكاليفورنيا، وأوكلاهوما، ومقاطعة فانكوفر الكندية.

وقد تم استخدام المقابلة المباشرة والمكالمات الهاتفية لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى أن كل من الأمريكيين والصينيين يعتمدون على خبرتهم في تحديد العلامة التجارية التي يرغبون في شرائها، وبالنسبة للبحث عن المعلومات قبل الشراء، يظهر اختلاف بين الأمريكيين والصينيين، فالصينيون لا يقومون ببحث واسع عن المعلومات مقارنة بالأمريكيين، وكانت اتجاهات الصينيين نحو الإعلان كانت مؤيدة وإيجابية مقارنة بالأمريكيين، ولكن كل من الصينيين والأمريكيين اعتبروا أن الإعلان - وخصوصا التلفزيوني منه - أداة تسويقية فعالة. وبشكل عام فإن الدراسة توصلت إلى أن التشابهات في السلوك الشرائي بين المستهلكين الأمريكيين والصينيين كانت واضحة.

## ثانيا/ الدراسات العربية:

من أهم الدراسات العربية التي تطرقت لموضوع تأثير التلفزيون على القيم والثقافة الاستهلاكية نذكر منها:

### الدراسة الأولى:<sup>1</sup>

دراسة نائلة إبراهيم عمارة عبد الرؤوف حول دور التلفزيون في تنمية الوعي الاجتماعي للمرأة حيث تطرقت الباحثة إلى الواقع الإقتصادي والاجتماعي للمرأة الريفية، كذلك إلى العلاقة بين مشاهدة التلفزيون و الوعي الإقتصادي للمرأة الريفية، أجرت الباحثة الدراسة الميدانية من خلال منهج المسح، باعتمادها على العينة العشوائية قوامها 440 مبحوث من قريتين من مركز الزقازيق - محافظة الشرقية و قد توصلت الدراسة الى عدة نتائج هي كالآتي:

1. فيما يتعلق بالعلاقة بين مشاهدة التلفزيون والوعي الإقتصادي ثبت أن مشاهدة التلفزيون ترتبط إيجابا بأربعة متغيرات فقط هي: السماع بسياسة الحكومة الخاصة بالادخار، ومعرفة المقارنة الصحيحة بين الادخار في الأوعية الرسمية والاحتفاظ بالنقود في المنزل، وسلوك

---

<sup>1</sup> نائلة إبراهيم عمارة عبد الرؤوف، "دور التلفزيون في تنمية الوعي الاجتماعي للمرأة الريفية"، رسالة دكتوراه، القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1993.

المرأة الريفية في اتجاه تحقيق الكيان المالى المستقل، وضرورة أن تكون المرأة ذات كيان مالى مستقل.

2. مشاهدة التلفزيون ذات ارتباط دال إحصائيا بالوعي السليم بترشيد الاستهلاك.
3. بينت الدراسة أن درجة الوعي بتنظيم الأسرة ترتبط ارتباطا دالا بمشاهدة التلفزيون بمعنى أن مشاهدات التلفزيون أكثر وعيا بقضية تنظيم الأسرة فى مجملها.

### الدراسة الثانية: <sup>1</sup>

دراسة محمد الكنانى حول صورة الأسرة العربية في الدراما التلفزيونية بالقنوات الفضائية العربية وأثرها على إدراك الجمهور العربى للواقع الاجتماعى لها ، حيث أجرت الباحثة دراسة تحليلية وأخرى ميدانية من خلال منهج المسح، واعتمدت الباحثة في الدراسة التحليلية علي عينة عمدية قوامها 24 مسلسلا خلال عامى 2003، 2004 بواقع ستة مسلسلات من كل دولة فى قنوات الإمارات الفضائية، الفضائية السورية، الفضائية المصرية الأولى، الفضائية التونسية، كما اعتمدت الباحثة في الدراسة الميدانية علي عينة عمدية قوامها 400 مبحوث من المواطنين المصريين والعرب المقيمين بمصر .

### أهم نتائج الدراسة:

1. الواقع التلفزيوني يطابق الواقع الفعلي من حيث سيادة نمط (الأسرة النوواة) بين أنواع الأسر العربية.
  2. مخالفة الواقع التلفزيوني الواقع الفعلي حول مدى عمل المرأة العربية حيث يكرس الواقع التلفزيوني فكرة أن الأفضل أن تكون المرأة العربية ربة منزل فقط ولا تخرج للعمل، بينما الواقع الفعلي على العكس من ذلك.
- ظهرت معظم الأسر العربية التلفزيونية (71.8%) أسرا متماسكة، مقابل نسبة (28.2%) أسرا مفككة، ورأى العدد الأكبر من المبحوثين (60.4%) أن الأسرة العربية أسرة مترابطة، ورأت

---

<sup>1</sup> الكنانى ، محمد " صورة الأسرة العربية فى الدراما التلفزيونية بالقنوات الفضائية العربية وأثرها على إدراك الجمهور العربى للواقع الاجتماعى لها " ، رسالة دكتوراه، القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2008 .

نسبة ضئيلة (4.3%) أنها أسرة غير مترابطة، ثم جاءت الاثنان معا بنسبة 35.3% مما يعنى تشابه الواقع التلفزيوني والفعلي فى أن معظم الأسر العربية متماسكة.

### 3. الدراسة الثالثة:

دراسة عبد الرحمن حمود العناد حول موضوع "تقدير البالغون لأثر الإعلان التجاري في التلفزيون على السلوك الاستهلاكي للطفل"<sup>1</sup> والهدف من هذه الدراسة هو معرفة الآراء المدركة والملاحظة للإعلانات التجارية على افراد الأسرة ، وقياس اتجاهات وآراء البالغين في مدينة الرياض نحو الإعلان التجاري الموجه لهم والتعرف على نوع العلاقة بين الاتجاهات والآراء من ناحية والآثار المدركة والملاحظة من ناحية أخرى. ولتحقيق أهداف الدراسة تم توزيع ألف (1000) استمارة صممت لقياس متغيرات البحث في الأسواق والمراكز والمحلات التجارية في عشرة من أحياء مدينة الرياض. وقد أعيدت بريديا مائتين وثلاث وستون (263) استمارة استخدمت في تحليل النتائج ، وتوصلت الدراسة إلي النتائج التالية :

- أن البالغين في مدينة الرياض يعتقدون أن الإعلان التجاري في التلفزيون مؤثر جدا على الشباب ، وقد لاحظوا بعض آثاره على ربات الاسرة الذين غالبا ما يطلبون شراء السلع المعلن عنها، ويستهلكون كميات كبيرة منها، ويرفضون أحيانا استهلاك السلع التي لم يشاهدوها في الإعلانات التجارية.

كما أن اتجاهات وآراء أفراد العينة نحو الإعلان التجاري في التلفزيون سلبية، وهي ترتبط ارتباطاً عكسيا بالآثار المدركة والملاحظة للإعلانات التجارية، بحيث يزداد الاتجاه سلبا كلما زاد الاعتقاد بالأثر<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> العناد ، عبد الرحمن حمود ، "تقدير البالغون لأثر الإعلان التجاري في التلفزيون على السلوك الاستهلاكي للطفل"، رسالة الماجستير قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية، 2000.ص

<sup>2</sup> العناد ، عبد الرحمن حمود ، " ، نفس الصفحة .

## الدراسة الرابعة: 1

دراسة عبد الوهاب بن عبد الله بغدادى في موضوع "مصادقية الإعلان التلفزيوني وهي دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الملك عبد العزيز وقد استهدفت الدراسة الكشف عن طبيعة اتجاه المتلقي السعودي نحو مصادقية الإعلان التلفزيوني من حيث درجة مبالغته وتزييفه للواقع وامتداد ذلك واصطدامه بالقيم والأخلاقيات السائدة في المجتمع السعودي، وقد اتخذت الدراسة من طلاب جامعة الملك عبد العزيز بجهة مجتمعها لها وقام الباحث بسحب عينة من هذا المجتمع حيث بلغت (300) طالب تتراوح أعمارهم بين 18-30 عاماً، واستخدمت الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات وكشفت الدراسة العديد من النتائج المهمة ومنها الآتي:

- ارتفاع درجة تعرض شباب الجامعة للإعلان التلفزيوني وصلت إلى 90% من عينة الدراسة.
- يرى 53% من أفراد العينة أن الهدف من الإعلان هو البحث على شراء ما يعلن عنه.
- كما توصلت الدراسة أن 81% من الإعلانات في التلفزيون السعودي تقدم معلومات سطحية.
- يتفق 88% على أن الإعلان في التلفزيون السعودي تتصف بعدم المصادقية ويرى 80% منهم أن أغلب هي الإعلانات مضللة بل ووصفها 76% بأنها كاذبة.
- و يرى البعض أن الإعلان التلفزيوني يزيّف الواقع بنسبة 80%، و أوضحت الدراسة ضرورة إعادة النظر في الضوابط القائمة حول الإعلانات التلفزيونية حتى يزداد التزام الإعلانات بقيم وعادات المجتمع<sup>2</sup>

## الدراسة الخامسة:

دراسة الدكتورة منى أباطة حول ثقافات الاستهلاك المتغيرة في مصر الحديثة حيث قامت ببحوث ميدانية على أسواق الشراء الجديدة أو "المولات" (جمع مول) التي أصبحت تتردد عليها

<sup>1</sup> بغدادى، عبد الوهاب بن عبد الله ، "مصادقية الإعلان التلفزيوني"، رسالة الماجستير، قسم الإعلام، كلية

الآداب، جامعة الملك عبد العزيز جدة، السعودية، 2004. ص 289.

<sup>2</sup> بغدادى ، عبد الوهاب بن عبد الله ، " نفس المرجع "، ص 290

شرائح طبقة متعددة عليا ووسطى بل وبعض الشرائح الفقيرة، وإن كانت تقنع بـ"الفرجة" على السلع المتنوعة بأثمانها الباهظة.<sup>1</sup>

و أعقدت الباحثة مقارنة بين الاستهلاك المصري خلال الستينيات (عصر الاشتراكية والتكشف) و السبعينيات وهي لحظة الانفتاح الاقتصادي والعودة إلى الرأسمالية مرة أخرى بالوضع الراهن حيث تعولمت القاهرة، وانفتاح السوق بالكامل أمام التدفق السلعي القادم من كل البلاد الغربية وحتى من الصين، في سياق يتراجع فيه الإنتاج المصري بصورة خطيرة ومؤسفة.

و الباحثة تتساءل عن ما هو تأثير الزحف الاستهلاكي الذي أدت إليه العولمة على الاتجاهات والقيم "والسلوك لدى الأفراد في مجتمع المجتمع المصري؟ حيث يتميز المجتمع المصري في الوقت الراهن بوجود فجوة طبقية كبرى بين من يملكون ومن لا يملكون! وكأننا عدنا للموقف الطبقي الذي ساد المجتمع المصري قبل ثورة يوليو 1952 والذي يعبر عنه المؤرخون بالمشكلة الاجتماعية التي سادت المجتمع منذ عام 1945 (تاريخ نهاية الحرب العالمية الثانية) إلى عام 1952 (تاريخ قيام ثورة يوليو 1952) كان الموقف الطبقي يتمثل في احتكار طبقة بالغة الضيق من كبار الملاك الثروة القومية، في حين انتشر الفقر بين الطبقات الفقيرة والمتوسطة وانسد باب الأمل أمام أعضائها في الترقى الاجتماعي.

ومن هنا الأهمية التاريخية لثورة يوليو 1952 التي طبقت برنامجا لتحقيق العدالة الاجتماعية من خلال تحديد الملكية الزراعية، وتعميم مجانية التعليم، وفك الحصار أمام الطبقة الوسطى والطبقات الفقيرة وإحداث حراك اجتماعي صاعد عن طريق التعليم وتكافؤ الفرص والعمل في القطاع العام.

غير أنه يمكن القول إنه منذ تحولت مصر إلى الرأسمالية من جديد في عصر الانفتاح الاقتصادي الذي دشنته الرئيس الراحل أنور السادات خلال السبعينات بدأت عملية "التدهور الطبقي" في الاتساع والتعمق، والاتساع الضخم في الفجوة بين الأغنياء والفقراء، وبروز آليات اقتصادية تسمح للأغنياء بأن يزدادوا غنى وتدفع بالفقراء لكي يزدادوا فقرا.

---

<sup>1</sup> أباطة ، منى ، "ثقافات الاستهلاك المتغيرة في مصر الحديثة"، الجامعة الأميركية، القاهرة، مصر، 2006، ص74.

وتقول الدكتورة منى أباطة "أن الزحف الاستهلاكي هو الأخطر لأنه يدفع بأعضاء الطبقات الفقيرة والمتوسطة لكي ينفقوا ما يفوق طاقتهم في مجالات الاستهلاك الكمالي، مما أحدث خللاً واضحاً في ميزانية الأسر"<sup>1</sup>

ويكفي أن نعرف أن المصريين ينفقون أكثر من 16 مليار جنيه سنوياً على مكالمات التليفون المحمول، الذي أصبح يستخدم للوجهة الاجتماعية وليس لتلبية الحاجات الضرورية للاتصال هذا مثال بارز على السفه الاستهلاكي الذي تغذيه الشركات الكبرى حتى يعتقد الناس أن الحاجات الكمالية أصبحت حاجات ضرورية، وذلك في مجتمع يعجز الآن عن سد الحاجات الضرورية لملايين البشر هذه هي مفارقة العولمة والزحف الاستهلاكي.

### الدراسة السادسة:

دراسة استطلاعية سورية قامت بها للدكتور بسام التزة حول أوجه الإنفاق ومعرفة أي الطبقات الاجتماعية التي تنتمي إليها الأسرة، هل هي من طبقة غنية أم فقيرة؟ لكن إذا ما أردنا التحدث عن الطابع العام الغالب لكل الأسر السورية فنقول إنها الطبقة الوسطى حتماً، وبالتالي سنقول إن الأسرة السورية تشتري ما تحتاجه فقط ولا ترقى إلى شراء الكماليات فيما عدا المناسبات والأعياد، وهي بدورها تثقل كاهل الأسرة السورية، وتسبب لها أزمة من نوع ما.. إذا نحن لسنا شعب كماليات، لاسيما بعد ارتفاع الأسعار الحاصل، وتلاعب العادات السلبية المعتلة دوراً لا يمكن التغاضي عنه».<sup>2</sup>

وفي استطلاع بسيط لآراء بعض الأسر السورية، تبين أن هناك شيئاً مهماً وآخر أهم بالنسبة إليها، فترى الهاجس الأساسي هو تأمين حاجات الأسرة اليومية حتى نهاية الشهر فقط، والوضع ليس على ما يرام، فالمواصلات وحدها تتطلب من المواطن دفع (3000 ل.س) علاوة على المأكل والملبس اللذين لم يعد المرء في استطاعته تأمينهما بالطرق السهلة التي كانت تستخدم سابقاً (المجدرة تكلف 500 ل.س).

<sup>1</sup> أباطة، منى، نفس المرجع، ص 76

<sup>2</sup> التزة، بسام، "الأنماط الاستهلاكية للأسرة السورية"، النشرة الاقتصادية اليومية، العدد 1548، دمشق،

سوريا، ص 5

ويضيف الترة «إذا ما قلنا إن الناس ينفقون على الجوالات والسيارات أكثر مما ينفقون على أشياء أخرى، فهذا لا يشكل نسبا كبيرة في المجتمع السوري، فالיום لم تعتبر السيارة حاجة بالنسبة إلى الأسرة السورية».<sup>1</sup>

حيث إن الناس اليوم لا يشترون غير حاجاتهم الأساسية فقط، وذلك لأنهم لا يستطيعون شراء ما هو ليسوا بحاجة إليه وهنا ندخل في تعريف الحاجة والأساسي، لأن الحياة تتطور بوتيرة سريعة، وترى الحاجات تقفز باستمرار إلى الكماليات، ليصبح الجوال والسيارة والسفر والتنزه حاجات لا مفر منها، والأسرة وجدت نفسها في صراع مع تلك الحاجات، فالطفل لا يعذر أباه في حال لم يرافقه إلى (المول مثلاً) الذي قد يجده الأب من الأشياء غير الضرورية، لطالما أنه يعتبرها تصب فقط في إطار المدرسة والحاجات المدرسية وانتهى الأمر.. إذا يوم بعد يوم تكبر الحاجات وتتعاظم، ويصبح على الأسرة أن تلبّيها كلها»

### الدراسة السابعة:

دراسة" منى سعيد الحديدي "و" سلوى إمام علي في الإعلان في التلفزيون الجزائري حيث إنطلقت الباحثتان من الملاحظة المضبوطة و الدراسة التحليلية الاستكشافية لعينة من الإعلانات المذاعة على قنوات التلفزيون المصرية الثلاثة خلال شهري يناير و فبراير 1986، شملت 250 إعلاناً) 200 إعلاناً عن السلع و 50 إعلاناً عن الخدمات ( إنتهت إلى مجموعة من الملاحظات و المؤشرات.<sup>2</sup>

-القناة الأولى حظيت بأكبر قدر من الإعلانات.

-عدم تضمين الرسائل الإعلانية دائماً للقيم و السلوكيات و الإحتياجات المطلوب ترسيخها

-ارتفاع نسبة الإعلانات البسيطة.

وقد تمحورت إشكالية الدراسة حول ما تناوله الإعلان بغرض التوقع للآثار المحتملة على الجمهور ، حيث بنت كلا الباحثتان دراستهما على جملة من التساؤلات خاصة بفئة ماذا قيل ؟ عن المضمون و أخرى بفئة كيف قيل؟ خاصة بالشكل ، فتساؤلات المضمون تنوعت بين

<sup>1</sup> نفس المرجع ،ص15 .

<sup>2</sup> زعتر ،مريم ، "الإعلان في التلفزيون الجزائري"، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال فرع اتصال و علاقات عامة، جامعة منتوري ، قسنطينة، الجزائر، 2008 ، ص 17 .



نوعية السلع و الخدمات والمغريات و الدوافع و الميول و إتجاه الرسائل الإعلانية العاطفية أو العقلية و كذا الأهداف و الوظائف والغايات.

أما فيما يتعلق بتساؤلات الشكل فتمثلت في إستخدام الشخصيات من حيث الجنس ، و كذا حدود كما تضمنت الدراسة أيضا تساؤلات عامة تمحورت حول الكثافة الإعلانية بدءا بمدى توفر الكثافة التي تسمح بإجراء الدراسة و فيما تتمثل في حال توفرها لتمتد الأسئلة من الأيام إلى الفترات في الشهر و كذا الإعلان الأكثر بثا تبعا للموضوع<sup>1</sup>

إستخدام الشخصيات المشهورة و كذا اللغة الأكثر شيوعا بالإضافة إلى القوالب الفنية المستخدمة خلال التصوير.

أما فيما يخص منهج الدراسة فقد إستخدمت الباحثتان منهج المسح و ذلك من خلال أسلوب تحليل المضمون بالإضافة إلى منهج دراسة العلاقات المتبادلة ، و جاء إختيار شهر أبريل لسنة 1986 كعينة زمنية للدراسة التحليلية للإعلانات التي قدمتها القناة الأولى للتلفزيون المصري خلال فترتي الإرسال الصباحية و المسائية و تحليل كل الإعلانات التي قدمت في هذا الشهر بالحصص الشامل ، حيث بلغ عدد الإعلانات المذاعة خلال شهر الدراسة 1514 إعلانا ( بواقع 928 إعلان للسلع و 586 إعلانا للخدمات ) شغلت 975 ثانية ، أما فيما يخص نتائج الدراسة التحليلية فقد توصلت الباحثتان إلى مايلي:

أظهر التحليل أن التلفزيون كوسيلة إعلانية يصلح في المقام الأول للسلع و الخدمات ذات الإنتشار الجماهيري الواسع دون غيرها مما يعطيه خصوصية مقارنة بوسائل الإعلام و الإتصال الأخرى.

من خلال التساؤلات التي وضعتها الباحثتان حول المضمون الإعلاني ، أظهر التحليل أن معلني السلع أكثر تقدما من معني الخدمات ، و جاء الإعلان مرتقعا بالنسبة للسلع الغذائية و المشروبات و مستحضرات التجميل ، أما إعلان الخدمات فجاء مرتقعا بالنسبة لأفلام السينما و الكتب و الصحف و المجلات ، و هذا النوع من الإعلانات يمن من خاله نشر الوعي الثقافي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> زعتر ،مريم ،" الإعلان في التلفزيون الجزائري"، نفس المرجع ص 17 .

نفس المرجع ص 18.

- من خلال تساؤلات المضمون حول الأهداف و الوظائف و الغايات ، فبالنسبة للأهداف و طبيعتها جاء الهدف الغ علاني ، بعد ذلك الإعلان التذكيري ، ثم الإعلان الذي يجمع أكثر من هدف ، أما فيما يخص الوظائف و نوعيتها فقد ظهرت ضئيلة مثل : إعلان التنافس و المناسبات والتشويق ، كما أن معظم الإعلان الخاص بالسلع ركز على الهد التعليمي و دار حول مستحضرات التجميل في حين ركز الإعلان الخاص بالخدمات على الهدف الإعلامي بصورة كبيرة جدا.

- تبين من خلال هذه الدراسة أن مضمون الإعلان تعلق بالرجل و المرأة معايشة كبيرة مما أضفى على الإعلان التلفزيوني الطابع الجماعي.

- تبين أيضا من خلال دراسة الإستخدام الإعلان للتلفزيون " المصري " و من خلال أسئلة المضمون عن المغريات و الميول أنها متنوعة و مختلفة كخصائص السلعة أو التسلية أو الحاجة للطعام<sup>1</sup>

### الدراسة الثامنة:

دراسة أمال عبد الحميد "حول العولمة و الثقافة الاستهلاكية" ، حيث يهدف البحث إلي إلقاء الضوء على جانب من قضية العولمة و الثقافة الاستهلاكية و إطار اهتمام الباحثة بدراسة الاستهلاك .

و استهدفت الدراسات رد فعل المنشآت الاستهلاكية التقليدية تجاه المنشآت الاستهلاكية المستحدثة التي فرضتها العولمة ، و أهم النقاط التي وصلت إليها:

- إن العولمة تفرض هيمنتها من خلال عدة آليات منها انفتاح الشركات العالمية و إنشاء فرع لمنشاتها، و تتخذ تلك المنشآت هي الأخرى عدة آليات لجذب و ترسيخ الثقافة الاستهلاكية من محلات و مطاعم و أسواق تجارية ضخمة .

- ظهور ضروب متباينة لتلك الثقافة منها من تتجه نحو المنشآت التقليدية و منها من تتجه نحو المنشآت المستحدثة و منها من هي مزدوجة<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> نفس المرجع ص 19 .

<sup>2</sup> عبد الحميد ، أمال ، "العولمة و الثقافة الاستهلاكية ، الأشكال و الآليات" ، جامعة عين الشمس ، القاهرة ،

و قد اعتمدت الباحثة على الأسرة كوحدة أساسية في التحليل على اعتبارها مصدر الإنفاق و أوضح البحث وجود عدة آليات لتلك المنشآت لجذب و ترسيخ الثقافة الاستهلاكية ، بحيث تحقق الاختراق الثقافي و تغيير السلوكيات و العادات و تعمل على زيادة الترف الاستهلاكي من اجل خدمة أغراضها في الإنتاج و التوزيع و خلصت الباحثة أن الاستهلاك يشكل أسلوب حياة تتضمن الرموز و المعاني المعبرة عن الاستهلاك في ضل صور الاستهلاك التي فرضتها العولمة ، بحيث يمكن صناعة ثقافة من طرف محترفين من أصحاب الإنتاج و الاعلانيون الذين يهدفون إلي تغليف المعنى و تحقيق الهدف الذي يسعى إلي تغيير المناهج و السلوك و غرس الرموز و المعاني الجديدة .

### الدراسة التاسعة

دراسة زينب محمد عبد الصمد حول " دراسة النمط الغذائي للمواطن المصري" و هذه الدراسة بمشاركة معهد التغذية ، و ذلك من خلال معرفة أنماط الاستهلاك و مدى تأثيرها بعوامل السن و الحالة الفيزيولوجية و المستوى الاجتماعي و البيئي ، و خرجت الدراسة ان العادات الغذائية تختلف بين سكان الريف بالنسبة لاستهلاك بعض الأطعمة و أن 21 % ، من اسر الحضر يشتررون الوجبات الجاهزة مقابل 90 % من اسر الريف لا يشتررون الوجبات الجاهزة

1

### الدراسة العاشرة: 2

دراسة صالح المحيسن حول تقدير " دوال الاستهلاك الغذائي للأسر الريفية بالأحساء" و أكدت الدراسة أن استهلاك الأسر السعودية التي يوجد بها خادمة يفوق استهلاك الأسر التي لا يوجد بها خادمة، كما توصل الباحث خلال دراسة لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد الزراعي من كلية الزراعة بجامعة الملك فيصل بالأحساء إلى تقارب المرونات الإنفاقية للأسر الريفية مع

---

<sup>1</sup> عبد الصمد، زينب محمد ، «دراسة النمط الغذائي للمواطن المصري ، مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاقتصاد منزلي ،جامعة القاهرة ،معهد التغذية ،1981، ص 261 .

<sup>2</sup> المحيسن ، صالح ، دوال الاستهلاك الغذائي للأسر الريفية بالأحساء " الرياض السعودية ، بدون سنة .

المرونات الإنفاقية للأسر الحضرية بل وتوقعها في بعض المجموعات السلعية كالألبان ومشتقاتها التي بلغت ضعف المرونة الإنفاقية للأسر الحضرية .

وأكد الباحث أن أهمية هذه الدراسة تكمن في التعرف على مدى تأثير بعض الخصائص الديموغرافية للأسر الريفية، وتقدير حجم الاستهلاك المستقبلي لتلك السلع ، وأكد الباحث أن أهمية هذه الدراسة تكمن في التعرف على مدى تأثير بعض الخصائص الديموغرافية للأسر الريفية، كذلك التعرف على التغيرات التي حدثت في أنماط الاستهلاك الغذائي الأسري نتيجة التطور في مستوى المعيشة ووسائل الإعلام وانتشار مطاعم الوجبات السريعة وبين الباحث أن الدراسة تمت من خلال زيارات عشوائية شملت 300 أسرة ريفية توزعت على بعض قرى الإحساء وهي (القارة - التو يثير - الرميلة - المنصورة - البطالية) من قرى الأحساء . وقد شكلت 5% من مجتمع البحث.

كما توصلت الدراسة ايضا إلى أن الإنفاق الاستهلاكي للأسر الريفية على الغذاء تتزايد بشكل عام كلما ارتفع الدخل، وكذلك كلما ارتفع حجم الأسرة و ارتفع مستوى تعليم رب الأسرة، وينخفض للمستويات التعليمية الأعلى من الثانوية.

### ثالثا/الدراسات الجزئية:

#### الدراسة الأولى:<sup>1</sup>

دراسة رجم جنات حول" المرأة الماكثة في البيت والإشهار التلفزيوني" و هي دراسة استطلاعية بمدينة سطيف تهدف إلى معرفة كيفية استقبال المرأة الماكثة بالبيت بمدينة"سطيف"للإشهار التلفزيوني ومواقفها إزاء محتواه و قد توصلت الباحثة إلى النتائج التالية :

1- فيما يخص عادات وأنماط تعرض النساء الماكثات بالبيت للإشهار التلفزيوني توصلت الباحثة إلى أن معظم الماكثات بالبيت يشاهدن التلفزيون بصفة دائمة وذلك بنسبة 60%، ويشاهدنه أحيانا بنسبة 40%، ويعتبر ذلك دافعا وسببا للتعرض للإشهار التلفزيوني.

في حين فان 80% من أفراد العينة يشاهدن الإشهار عبر التلفزيون مقابل 20%منهن لا يشاهدن الإشهارات التلفزيونية، كما أن النساء الماكثات بالبيت يشاهدن الإشهار التلفزيوني

---

<sup>1</sup> رجم جنات ،" المرأة الماكثة في البيت والإشهار التلفزيوني دراسة استطلاعية بمدينة سطيف"، مجلة العلوم الاجتماعية العدد 16 ، 2012.

بصفة دائمة ولكن عن طريق الصدفة بنسبة 47.05% ، في حين بلغت نسبة 23.52% منهم يشهدون هذه الاشهارات التلفزيونية في بعض الأحيان دون الأخرى ولكن عن طريق الصدفة وبطريقة قصديه بنفس النسبة أيضا، في حين أن 5.88% منهم يشاهدون الإشهار التلفزيوني بصفة دائمة وبطريقة قصديه.

## 2- توجهات المرأة الماكثة بالبيت نحو محتوى الإشهار التلفزيوني:

تفضل المرأة الماكثة بالبيت مشاهدة بعض الإشهارات دون غيرها وذلك على النحو التالي:

- 1- مستحضرات التجميل، 2- المواد الغذائية، 3- الأجهزة الكهرومنزلية، 4- مواد التنظيف والغسيل، 5- الأثاث المنزلي بالإضافة إلى الإشهارات المتعلقة بالهواتف والاتصالات، لعب الأطفال، السيارات والأماكن السياحية.

إن اهتمام المرأة بمستحضرات التجميل يعود إلى أن هذه المواد تلعب دورا أساسيا في حياة المرأة، كون هذه الأخيرة تسعى دوما للمحافظة على جمالها وأناقتها والظهور بأحسن صورة إرضاء لنفسها ولغيرها.

## الدراسة الثانية:<sup>1</sup>

دراسة رشيدة سبتي حول "ريبات البيوت في مواجهة ضعف القدرة الشرائية" و هي عبارة عن دراسة حالة الأسر ذات الأجور المنخفضة في الأحياء الحضرية بضواحي العاصمة ، إذ اعتمدت الباحثة في دراستها على تقنية المقابلة لجمع المعلومات و البيانات و بعد ذلك على التحليل الكيفي للنتائج ، مستعرضة الظروف الاقتصادية المتمثلة في ارتفاع الأسعار الذي اثر على انخفاض القدرة الشرائية لدى السكان في توجه استهلاكهم الغذائي، و مدى تكيف ربة البيت باعتبارها المعني الأول بالغذاء و تجهيزه مع التحولات و انخفاض القدرة الشرائية و كيفية المزج بين الطبق التقليدي و الطبق العصري ، و قد توصلت الباحثة في دراستها إلى النتائج التالية :

لقد كانت الآثار السلبية بادية على الأسر و لا سيما ربات البيوت كضعف و تدهور القدرة الشرائية للأسر ، و هذا ما يؤثر على الغذاء و الصحة ، كما يساعد على تمسك ربة البيت بالقيم و العادات الغذائية السليمة للأسرة .

---

<sup>1</sup> سبتي ، رشيدة، "ريبات البيوت في مواجهة القدرة الشرائية" ، جامعة الجزائر ، معهد علم الاجتماع ، 1998 .

## الدراسة الثالثة: <sup>1</sup>

دراسة سيغة نبيل حول الإشهار في التلفزيون الجزائري ، حيث تناولت إشكالية هذه الدراسة تطور الإعلان التلفزيوني في القنوات العربية و التحدي الذي تواجهه القناة الوطنية لكسب معركة حفاظ احتكارها للفضاء التلفزيوني الوطني عن طريق التحكم في البناء العلمي للإعلان نظرا لحدثة التجربة و خصوصا في التلفزيون الذي يعد وسيلة جماهيرية يشترك مع المؤسسات الأخرى في تشكيل الملامح الحضارية وقد انطلق الباحث من التساؤل الرئيسي :ما هو مضمون الإشهار الذي يعرضه التلفزيون الجزائري؟ .

ومن خلال هذا التساؤل المحوري حاول الباحث الإجابة عن جملة من التساؤلات:

- ما هو نوع الإشهار الذي يرد إلينا عبر التلفزيون الجزائري؟.

-فيما تتمثل المضامين الإشهارية؟.

-ما هي القيم التي يعرضها التلفزيون الجزائري ؟ و ما مدى إنسجام مضامين الإعلانات و قيم المجتمع الجزائري؟.

اختار الباحث لدراسته التحليلية عينة من الومضات الإشهارية التي يبيثها التلفزيون الجزائري من حين لآخر في مختلف الفترات الزمنية من شهر جانفي إلى شهر مارس 2000 ، و من جملة الومضات تم إختيار و بصفة قصديه الومضات الإشهارية ما قبل نشرة الثامنة لكثافة البث.

وباستخدام تحليل المضمون كمنهج للدراسة توصل الباحث إلى النتائج التالية:<sup>2</sup>

- تركّز الإشهار في التلفزيون الجزائري خلال فترة الدراسة في مجالين : الإشهار التجاري "السلع" و الإشهار المؤسّساتي "خدمات".

---

<sup>1</sup> سيغة نبيل ، " الإشهار في التلفزيون الجزائري " ، دراسة تحليلية لنيل شهادة الماجستير بجامعة الأمير

عبد القادر للعلوم الإنسانية قسم الإعلام و الإتصال بقسنطينة ، 2003

<sup>2</sup> زعتر، مريم ، "الإعلان في التلفزيون الجزائري" ، نفس المرجع ، ص 22

-و كانت نوعية السلع المعلن عنها بالدرجة الأولى في الأقمشة و الملابس لتليها الأثاث و المفروشات ثم الأدوات المنزلية و الكهربائية فالمواد العدائية و المنظفات ، أما فيما يخص نوعية الخدمات ، تركز الإشهار على الإسكان و التعمير و العمران و هو مؤشر يتفق مع السياسات العامة المتعلقة بالتنمية التي تعمل من شأنها الدولة تلتها الخدمات التعليمية ثم الحفلات و المسابقات ، كما لوحظ إنخفاض في خدمات الطيران و الخدمات الثقافية على الرغم من أهميتها.

-إن أغلب ما تم عرضه من سلع تبين أنها غير معمرة بمعنى أنها لا تشتمل على الديمومة ، فأغلبها مواد سريعة الإستهلاك ، أم عن الخدمات فينطبق الأمر على كون الخدمات المقدمة لا تفي أغلبها بالاحتياجات الأساسية للمجتمع.

-تبين من خلال مضمون التحليل وجود مجموعة من القيم الإقتصادية و الاجتماعية و الجمالية و الفنية ، حيث جاءت القيم الإقتصادية في المرتبة الأولى لتليها القيم الاجتماعية متمثلة في نمط العيش اليومي و بروز المرأة و اختلاط الشباب ، ثم القيم الجمالية و الفنية ثم قيم الألعاب و التسلية<sup>1</sup>

-أظهر التحليل للومضات الإشهارية أن الإعلان توجه إلى فئة عديدة من الجمهور بين الذكور و الإناث و كذا تنوع الأفراد بين الرجال و النساء ، الأطفال و الشباب ، كما أظهر التحليل إستخدام المشاهير من الممثلين الراقصين مقارنة بالشخصيات العادية و المتعاملين الإقتصاديين ، إلا أن شبه الشخصيات العادية قد فاق شبه المشاهير.

-علاوة على قلة إن لم نقل نذرة المضامين الخدماتية و كان الإشهار يعتمد على الأسس النفسية والاجتماعية من الأوتار والمغريات مثل الميل الإعلامي ، كما يسجل أن هناك توظيف الإستمالات العاطفية لإغراء الفرد المستهلك للإقبال على اقتناء السلع .

### نقد و تقييم:

يلاحظ على هذه الدراسة عدم تمثيل عينة الدراسة لمجتمع البحث ، حيث أن إختيار عينة من الومضات الإعلانية لثلاث أشهر لا تمثل الإعلان التلفزيوني في الجزائر ، و هذا قد يقلل من أهمية النتائج التي وصل إليها الباحث ، غير أن هذه الدراسة من جهة أخرى تقدم

<sup>1</sup> نفس المرجع ، ص 21 .

نتيجة نمو الإعلان في التلفزيوني و تطوره و تشكل بدورها نقطة إنطلاق لدراستنا و دراسات لاحقة

## الدراسة الرابعة: <sup>1</sup>

دراسة الدكتورة ثريا التيجاني " حول القيم الاجتماعية و التلفزيون في المجتمع الجزائري " حيث قامت الباحثة بدراسة تأثير وسائل الإعلام في السلوك الاجتماعي للأفراد أي دراسة التفاعل بين التلفزيون كأداة إعلامية و القيم الاجتماعية التي يقدروها و يجلبها أفراد المجتمع الجزائري ، أي معرفة أسباب التأثير التي أدت إلى تغيير اتجاهات الناس نحو هذه القيم سلبا أو ايجابيا ، و يعني أيضا التأثير و التغيير الذي تحدثه الرسالة الإعلامية و قد خلصت النتائج إلى أن التلفزيون أحدث تغيرات ايجابية في القيم الأسرية من خلال النقاط التالية :

- حيث قال بعض المبحوثين أن التلفزيون اثر ايجابيا في عملية تربية الأطفال من خلال بعض الحصص التي تشرح لهم مضار التدخين و الهروب من البيت ..الخ كما أضافت إلى رصيدهم الثقافي معارف جديدة .

- استطاع جهاز التلفزيون ان يدخل نوع من الثقافة و يكون أداة تثقيفية كبيرة جدا .  
- التلفزيون اثر ايجابيا في عملية اختيار الزوج(ة) و يعود ذلك إلى توسيع نظرة أفراد المجتمع بما فيهم الأهل من خلال برامج التلفزيون ، كم أحدث التلفزيون أيضا تغيرات سلبية على القيم المدروسة تمثل في :

- حيث أصبح اختيار الزوج على الطريقة الغربية دون استشارة الأهل .  
- جعلت الأفلام الرومانسية و المدبلجة الشباب يحلم بطريقة العيش في تلك الأفلام ، و غدت عندهم زواج المصلحة و النزعة المادية .  
- التلفزيون يعيدنا إلى الحياة القبلية البدائية لأنه يجعلنا نفكر إلا فيما نراه فيه و نفقد إحساسنا بما حولنا و لا نقدر التفكير في أمورنا .  
- الأثر السلبي للتلفزيون على الأطفال، لان الأهل انشغلوا عن تربية أبنائهم و تركوهم فريسة لمشاهدة أفلام العنف فأصبحوا يقلدون ما يشاهدون.

---

<sup>1</sup> د التيجاني، ثريا ،"القيم الاجتماعية و التلفزيون في المجتمع الجزائري "، دار الهدى للنشر ، عين ميله ، الجزائر ، 2011، ص364 .



- الإدمان على مشاهدة التلفزيون فمعناها خطير حيث يشوه معنى الوقت و تجعل التجارب

- لأخرى غامضة ووهمية و تقلص العلاقات و تقلص فرص الحديث و التواصل<sup>1</sup>

## الدراسة الخامسة: 2

دراسة بن يعقوب حول دوافع الشراء للمستهلك الجزائري من خلال تحليل و تفسير سلوك المستهلك في إطار النظرية الاقتصادية، السيكولوجية والاجتماعية و التعرف على محددات السلوك الاستهلاكي و تفسير الأنماط الاستهلاكية من اجل الوصول إلى العوامل الأساسية المؤثرة في السلوك الفعلي للمستهلك.

و لقد شملت هذه الدراسة عينة مكونة من 400 أسرة تتصف باختلافات السن، مستوى الدخل ، المستوى الاجتماعي، الانتماء الجغرافي، هذا و لقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- إن نقص سياسة التنوع في محلات القطاع العام تعتبر أهم العيوب التي تصاحب شراء مجموعة السلع وهذا التنوع يرجع إلى العادات الخاصة بالسوق الجزائري مثل حب الانتقاء و الاختيار.

- إن السرعة في معدل تغير أذواق المستهلكين من ناحية و التطورات النفسية و التكنولوجية المتلاحقة من جهة أخرى. تعجل من عمليات تحسن و تطور المنتجات زيادة على أن المستهلك الجزائري يتميز برغبته الزائدة في شراء السلع لما تتوفر عليه من خصائص و مزايا.

- تتغير رغبات و أذواق المستهلك من وقت إلى آخر نتيجة العوامل العديدة التي من أهمها الإعلان خاصة عندما يتعلق الأمر بالسلع الجديدة.

- إن معرفة الدوافع النفسية لإقبال المستهلك على المنتجات الأجنبية المسيرة للمودة قد تحدد لنا الخصائص التي يجب إن تتوفر في المنتج الفعلي حتى يكون الإقبال عليه و قد

<sup>1</sup> د التيجاني ، ثريا ، "القيم الاجتماعية و التلفزيون في المجتمع الجزائري"، نفس المرجع

<sup>2</sup> بن يعقوب الطاهر ، " دور سلوك المستهلك في تحديد السياسات التسويقية - حالة الجزائر"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف، 2004 .

يؤدي هذا الأمر إلى تغير اتجاهات سلوكيات المستهلكين نحو السلع الأجنبية مما يؤدي إلى الإقبال عليها.

- المستهلك الجزائري يفضل إن لا تفرض عليه أي حدود في التعامل مع المتاجر أو المحلات أو السوق اليومي. ففعالية كل موقع تتغير باستمرار نتيجة الظروف الاجتماعية، الثقافية، السياسية و الاقتصادية.

### الدراسة السادسة:<sup>1</sup>

دراسة مصار منصف حول "الإنفاق الاستهلاكي للأسرة الجزائرية" من خلال المسح الوطني لنفقات الأسرة الجزائرية لسنة 2000 ، و خلصت نتائج الدراسة إلي ما يلي:

- إرتفاع الإنفاق الكلي من 207.4 مليار دينار في سنة 1988 إلى 1531.4 مليار دينار في سنة 2000 .

- الإنفاق للأسر الحضرية قد إرتفع من 109.2 مليار دينار في سنة 1988 إلى 995.6 مليار دينار في سنة 2000 أما الإنفاق للأسر الريفية قد إرتفع من 98.2 مليار دينار في سنة 1988 إلى 535.8 مليار دينار في سنة 2000 وذلك راجع لعدة أسباب منها:

- إرتفاع عدد السكان المقيمين في الجزائر من 23.375.000 نسمة في سنة 1987 إلى 30.416.000 نسمة في سنة 2000 ، وإنخفاض قيمة الدينار الجزائري، مع تحرير الأسعار بعد سنة 1988 ، مما أدى إلى تغيير سلوك المستهلكين وأذواقهم .
- أما نسبة الإنفاق الإستهلاكي للأسر الحضرية بالنسبة للإنفاق الكلي قد إرتفعت من 52.6 % في سنة 1988 إلى 65 % في سنة 2000 ، أما نسبة الإنفاق للأسر الريفية قد إنخفضت من 47.4 % في سنة 1988 إلى 35 % في سنة 2000 ، وهذا راجع إلى النزوح الريفي الذي عرفته الجزائر في العشر سنوات الأخيرة.

---

<sup>1</sup> لمصار منصف ، "الإنفاق الاستهلاكي للأسرة الجزائرية حسب مسح الديوان الوطني للإحصاء سنة 2000" ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2005 .

كما أن معدل الإنفاق الإستهلاكي الفردي بين سنتي 1988 و 2000 حسب المناطق الحضرية والريفية قد تضاعف 5.6 في للمناطق الحضرية ، أما المناطق الريفية فقد تضاعف بـ 5.3 ، وهذا راجع إلى عدة عوامل منها ، إرتفاع الدخل الفردي ، و انخفاض قيمة الدينار و كذلك تغير سلوك المستهلك الجزائري ، و من خلال هاته النتائج يظهر أن الأسرة الجزائرية عرفت ارتفاع واضح في نفقاتها الاستهلاكية و هذا يرجع بالدرجة الأولى إلى عامل الدخل و الزيادة الديمغرافية مما يعكس بشكل 20 واضح على أذواق الأسرة و نمطها الاستهلاكي الذي شهد تغيرات واضحة في السنوات الأخيرة .

### الدراسة السابعة<sup>1</sup>

دراسة السعيد بومعيزة بعنوان "علاقة الشباب الجزائري بوسائل الإعلام من منظور التفاعل بين الشباب ووسائل الإعلام" حيث ركز الباحث على الأثر وليس على التأثير الذي يوحى بالخطية- وبالتالي التأثير على قيمهم وسلوكياتهم، أي يحاول الباحث من خلال هذه الدراسة معرفة أثر وسائل الإعلام على نشر القيم أو تعزيزها و تغيير السلوكيات لدى الشباب الجزائري، سواء من خلال نشر القيم أو تعزيزها وتغيير سلوكياتهم مبررا ذلك بالانتشار الواسع الذي عرفته تكنولوجيا الاتصال الحديثة بدءا من الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون وصولا إلى الانترنت وما تحويه من قيم وأفكار ومختلف السلوكيات (سواء سوية أو غير سوية). ويتمثل جوهر إشكاليته في التساؤل الآتي:<sup>2</sup>

ما هو أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري؟ وقد صاغ الباحث مجموعة من الفرضيات من بينها:

1- الشباب يتعرضون إلى مضامين الخيال أكثر مما يتعرضون إلى محتويات الواقع.

---

<sup>1</sup> بومعيزة ، السعيد ، " أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمنطقة البلدة"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006.

<sup>2</sup> نفس المرجع

2- وسائل الإعلام لا تساعد على ارتباط الشباب بالقيم، نظرا لكون مضامين هذه الوسائل الإعلامية تميل أكثر إلى الترفيه والاستهلاك والخطاب السياسي، باستثناء بعض المضامين المحدودة مثل الوثائقية والبرامج الدينية، والتعليمية.

3- أنّ وسائل الإعلام تساعد الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية. خلال إتباعه لخطوات المنهج المسيحي الوصفي بهدف مسح الأدبيات الخاصة بمفاهيم وقد اتبع الباحث منهجية للإجابة على الإشكالية وتأكيد أو نفي الفرضيات التي صاغها من الدراسة من جهة، ومن جهة ثانية معرفة مختلف عادات وأنماط المشاهدة. وللإجابة على الإشكالية واختبار فرضيات الدراسة، اختار الباحث عينة حصصية فيما يتعلق بالجنس (ذكور/إناث) موزعين على مناطق جغرافية مختلفة بمنطقة البليدة حيث بلغ عدد مفرداتها 415 مفردة.

كما وظّف الباحث أداة الاستبيان المكونة من 34 سؤال، تتمحور حول استعمال وسائل الإعلام، وسؤالا واحدا يتعلق بمجموعة من القيم وآخر بجملة من السلوكيات مع إدراجه لثمانية أسئلة حول البيانات الشخصية.

ومن بين النتائج التي توصل إليها الباحث نذكر<sup>1</sup>:

- استعمال التلفزيون في سياق عائلي (اجتماع العائلة) أكثر مما هو فردي وذلك من خلال مشاهدة برامج التلفزيون مع أفراد العائلة خاصة إذا كانت القنوات عربية، ويكون فردي عند مشاهدة القنوات الفرنسية.

- أما فيما يتعلق بالأوقات المفضلة للمشاهدة، فهناك تباينات، إذ هناك من يفضل مشاهدتها في المساء وهناك من ليس لديه وقت مفضل.

- الإناث يشاهدن التلفزيون أكثر من الذكور.

- أغلبية أفراد العينة اختاروا محتويات الخيال والرياضة ضمن البرامج الأكثر مشاهدة على عكس برامج الواقع التي لم تحتل المرتبة الأولى في المشاهدة.

---

<sup>1</sup> نفس المرجع

- توصل الباحث أيضا إلى أن المتغيرات الديمغرافية والسوسيو- ثقافية ليست لها علاقة  
ترابطية كبيرة بالنسبة لاختيار برامج الخيال في المرتبة الأولى وبرامج الواقع في المرتبة  
الثانية.<sup>1</sup>

وعلاوة على النتائج المذكورة أعلاه، تجدر الإشارة إلى أن الباحث دعا إلى اعتماد منهجية  
المقرب الإثنوغرافي واستعمال تقنياته المتمثلة في الملاحظة بالمشاركة والمقابلة من خلال  
التركيز على العائلة في حد ذاتها، وقد استفدنا من هذه الدراسة خاصة من حيث الجانب  
المنهجي المتعلق خاصة بمفاهيم الدراسة والجانب النظري الذي تطرق فيه الباحث إلى مقرب  
التلقي<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> بومعيزة ، السعيد ، نفس المرجع

<sup>2</sup> نفس المرجع .

## الفصل الثالث

# التحليل السوسيولوجي لأهم مجالات التحول في المجتمع الجزائري خلال فترة من ( 1991- (2010

المبحث الأول: التحول في المجال الاجتماعي

المبحث الثاني : التحول في المجال التربوي

المبحث الثالث :التحولات في المجال الاقتصادي

المبحث الرابع: التحول في المجال السياسي.

## الفصل الثالث :التحليل السسيولوجي لبعض مجالات التغير في بنية المجتمع الجزائري في فترة ما بين 1990 إلى 2010.

### المبحث الأول/التحول في المجال الاجتماعي:

#### أولا / تطور في بنية السكان:

##### تمهيد

عرفت الوضعية السكانية في الجزائر تغيرات هامة منذ الاستقلال إلى وقتنا الحالي ، و هذا راجع إلى التحولات التي شهدتها المجتمع بصفة خاصة و العالم بصفة عامة و من أهم هذه التغيرات هو النمو السريع في بنية السكان

#### أ - الحركة السكانية و العوامل المتحركة فيها :

تتميز الوضعية الديمغرافية في الجزائر بنمو مرتفع ، حيث شهدت مرحلة النمو السريع من 1962 إلى 2006 (ومداها 46 سنة) و يطلق عليها اسم مرحلة الانفجار السكان حيث بلغت نسبة النمو فيها في سنوات الثمانينات 3.2% 3.5% ، غير أنها تراجعت في السنوات الأخيرة إلى 1.65% و هذا راجع إلى الأوضاع التي عرفتتها الجزائر خاصة في فترة التسعينات أثرت بشكل واضح على النمو الديمغرافي للسكان<sup>1</sup> .

و منذ سنة 2010/2011 تميز الوضع الديمغرافي بزيادة "معتبرة" في الولادات اذ قاربت (978000) مقارنة بسنة 2011 أي زيادة بنسبة 7ر5 بالمائة و بالنسبة لحجم الوفيات فقد سجل زيادة ليبلغ 170000 وفاة في حين سجل الزواج ارتفاعا أكثر احتشاما وحسب نفس المصدر فقد ازداد عدد السكان المقيمين سنة 2012 بـ 808.000 شخص أي نسبة زيادة طبيعية بـ 16ر2 بالمائة مسجلة بالتالي مستوى هام يقارب المستوى الذي سجل سنة 1994. ويأتي ارتفاع هذا المؤشر بعد الركوض الذي سجل بين سنتي 2010 و 2011 حسب نفس المصدر الذي فسر هذا "بالارتفاع المعتبر في عدد الولادات الحية ."

<sup>1</sup> جويده ، بن عمر ، "دراسات اقتصادية " ، دارالخلدونية للنشر و التوزيع ، الجزائر ، ع 5 ، 2005 ص

واعتبر الديوان الوطني للإحصاء انه "إذا بقي الارتفاع في هذا المستوى فسيبلغ عدد السكان المقيمين 38ر7 مليون نسمة في 1 يناير 2014". وبدأت نسبة الارتفاع الطبيعي في الزيادة ابتداء من سنة 2008 بـ1ر92 بالمائة ثم انتقلت إلى 1ر96 بالمائة سنة 2009 وإلى 2ر03 بالمائة سنة 2010 وإلى 2ر04 بالمائة سنة 2011 ، و عليه فقد تضاعف عدد السكنات ثلاثة مرات ما بين التعداد الأول و الأخير من 190800 مسكن إلى 4053493 مسكن و بهذا بقيت الكثافة السكانية مرتفعة <sup>1</sup>.

## ثانيا /تطور بنية السكن:

### أ-المراحل التي مر بها السكن:

#### - المرحلة الأولى من 1990 إلى 1994 :

قامت الدولة في بداية هذه المرحلة أي بداية التسعينات ، على تبني إستراتيجية جديدة في مجال بناء السكنات و بنيت هذه الأخيرة على الأسس التالية: <sup>2</sup>

- إعادة النظر في دور الدولة بالنسبة لإنجاز السكنات ، حيث أصبحت هذه الأخيرة تحمل على عاتقها مسؤولية تهيئة المحيط الخاص بعملية الإنجاز ، المعمار ، التحسين الحضري و الإنجاز.

- خلق سوق عقارية منتظمة ( غياب فادح في الفترات السابقة ) أين يكون بمقدور الدولة التدخل من أجل مساعدة الطبقات الفقيرة من المجتمع قصد الحياة على ملكية سكن ، و كل هذا في إطار الشفافية خاصة في مجال تقديم المساعدات.

- إعادة الاعتبار أو خلق " سوق رهن " تمويلي للسكنات ( أي عن طريق القروض العقارية ) و ذلك من أجل تطوير ميكانيزمات و أدوات تمويل السكنات آخذين بعين الاعتبار مدا خيل و حاجيات العائلات.

- تعزيز دور البلديات و إدماجها في عملية توزيع السكنات باعتبارها الأقرب إلى وضعية المواطن و على دراية بحالته ، وكذلك يكون باستطاعة المواطن معرفة جميع المعطيات الخاصة بكيفية الحياة عن سكن.

<sup>1</sup> الديوان الوطني للإحصاء ، إحصاء السكن 2012 .

<sup>2</sup> Ministère de l'habitat, "plant d'action (1994-2004)", OP Cit , p7.



- تخلي الدولة عن دورها في مجال إنجاز السكنات عن طريقة خوصصة مؤسساتها العمومية للإنجاز و ترك المجال أمام مؤسسات القطاع الخاص .
- تنظيم تسيير خاص للحضيرة العقارية.
- القضاء على السكنات القصديرية أو المزرية مع المشاركة المباشرة للمواطنين المعنيين في الحصول على سكن .
- العمل على خلق و تطوير دعم تقني لقطاع السكن و ذلك من أجل التزويد بالمعلومات اللازمة فيما يخص عملية إنجاز السكنات ، حجم الطلب عليها ... إلخ و خصصت الدول في هاته الفترة عدة برامج سكنية خاصة هي :

#### • برنامج السكن الاجتماعي (logement social) :

و يتم إنجاز السكن الاجتماعي التساهمي من طرف الصندوق الوطني للسكن ، ويمول من قبل ميزانية الدولة و يوجه أساسا للفئات الاجتماعية المستضعفة ، يتم إسناد هذا النوع من السكنات " 3 غرف بمساحة 65 م<sup>2</sup> ، 4 غرف بمساحة 75 م<sup>2</sup> " طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 94-308 المؤرخ في 04 أكتوبر 1994 المحدد لقواعد تدخل الصندوق الوطني للسكن (CNL) في ميدان الدعم المالي للأسر.<sup>1</sup>

#### • السكن التساهمي (logement participatif) :

هو سكن يتم انجازه او شراؤه عن طريق إعانة تمنحها الدولة و تسمى الإعانة بالحصول على الملكية و ذلك تطبيقا للمرسوم التنفيذي 94-308 المؤرخ في 04 أكتوبر 1994 المحدد لقواعد تدخل الصندوق في ميدان الدعم المالي للأسر و يستهدف عرض السكن المدعوم أساسا طلبات السكن التي تتقدم بها الطبقات ذات الدخل المتوسط التي لا يمكنها الحصول على ملكية دون هذه الإعانة (CNL) الصندوق الوطني للسكن.

#### • برنامج السكن الترقوي ("logement promotionnel") :

بعد ظهور السكن الترقوي كصيغة سكنية جديدة حددها المرسوم رقم 86 - 07 الصادر في 4 مارس 1986 ، غير أن الظروف التي سادت فترة ما بعد سنة 1986 نتيجة الأزمة

<sup>1</sup> Ministère de l'habitat, "plant d'action (1994-2004)", OP Cite , p7.

الاقتصادية الخائفة التي عرفتها الجزائر بعد انخفاض عائداتها البترولية من جهة ، و ظهور بوارد التخلي عن النظام الاشتراكي و الدخول إلى نظام اقتصاد السوق من جهة أخرى ، جعلت صعوبة في تطبيق هذا المرسوم و لم تحظى صيغة السكن الترقوي بالاهتمام المطلوب<sup>1</sup> و لقد أوكلت مهمة إنجاز السكنات الترقية لعدة مرقين عقاريين و يتكفل الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط CNEP بصفة مطلقة بتمويل هذا النوع من السكنات عن طريق موارده الخاصة ( ادخار العائدات ) .

### • برنامج السكنات الريفية (Logement rural):

ابتداء من سنوات التسعينات ، عرفت السياسة السكنية في مجال إنجاز السكنات الريفية اتجاه آخر ، اختلف عن سابقه ( أي مرحلة المخططات

التموية ) ، فبعدما حظي الريف الجزائري بالاهتمام و العناية و بتكفل السلطات الجزائرية بعملية إنجاز السكنات ، غير أن ظاهرة النزوح الريفي نحو المدن التي عرفتها الجزائر منذ سنوات السبعينات و ما خلفته من إهمال للريف الجزائري ، بالإضافة إلى تفاقم أزمة السكن في المدن خاصة مع سنوات الثمانينات ، جعل السلطات الجزائرية تصب اهتمامها خاصة بعد الإصلاحات على إنجاز السكنات الحضرية.<sup>2</sup>

### • برنامج السكن الاجتماعي التطوري (L.S.E):

اعتمد هذا النوع من السكن سنة 1995، و ذلك طبقا للتعليمية الوزارية المشتركة رقم 008/ك.ج بتاريخ 1995/03/1 و التعليمية رقم 01/ك.خ. وبتاريخ 1997/04/08 الصادرة عن وزارة السكن و التعمير ، حيث كانت موجهة للفئات ذات الدخل المنخفض و ألساكني البيوت القصدية ، حيث مول من طرف البنك العالمي ، و المشاكل المطروحة في هذا النوع من السكن هو عدم امتلاك هؤلاء الأفراد لأموال اللازمة لتطوير هذا المنزل<sup>3</sup> استحدثت هاته الصيغة .<sup>4</sup>

<sup>1</sup> وزارة السكن، وثيقة حول السكن الترقوي، 2005 ص 32

<sup>2</sup> وزارة السكن ، البرامج السكنية في الجزائر

<sup>3</sup> مديرية السكن و التجهيزات العمرانية

<sup>4</sup> وزارة السكن، نفس المرجع .

## \* أهم إنجازات المرحلة

بعدما تعرضنا سابقا لأهم التحولات التي طرأت على السياسة السكنية في مرحلة 1990 - 1994 و أهم ما ميزها هو إعادة الاعتبار للسكن الاجتماعي و للسكن الترقوي ، و إعادة النظر في كيفية إنجاز السكنات الريفية ، و عليه سنقوم بعرض أهم البرامج السكنية لمختلف الأنماط و أهم الإنجازات المحققة:

### جدول رقم (01)

يبين برنامج السكنات الاجتماعية لفترة 1990 - 1995 <sup>1</sup>

| السنوات | عدد المشاريع | نسبة الانجاز |
|---------|--------------|--------------|
| 1990    | 45731        | 41 %         |
| 1991    | 32102        | 37           |
| 1992    | 23381        | 99           |
| 1993    | 31823        | 50           |
| 1994    | 27368        | 63           |

### ب- المرحلة الثانية من 1995 - 2010:

تميزت هذه المرحلة بعدة تحولات عرفها قطاع السكن ، حيث عرفت السياسة السكنية عدة أبعاد و اتجاهات اختلفت عما كانت عليه سابقا ، و لعل أهم ما ميز بداية هذه المرحلة هو ظهور نمط سكني حضري جديد لم تعرفه الجزائر من قبل ، وهذا بهدف امتصاص كثرة الطلب المتزايد على السكنات مقارنة بالعرض الموجود.

و عليه فإن تبني صيغة سكنية جديدة عرفت بداية بصيغة السكنات التطورية لتعرف فيما بعد تسميات أخرى كالسكنات الترقوية ذات الطابع الاجتماعي و السكنات التساهمية و الأكثر استعمالا هي السكنات المساعدة ما هي إلا خطوة جديدة للقضاء على أزمة السكن.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> وزارة السكن نفس المرجع .

<sup>2</sup> برنامج الأمم المتحدة للإسكان ، مداخلة بعنوان ، "السكن بالجزائر عامل للتنمية ومؤشر للسلم الاجتماعي"، 2008 ، ص 21 .

كما عرفت هذه المرحلة تغيرات أخرى إلى جانب ظهور النمط السكني الجديد لفتح مجال المبادرة أمام البنوك التجارية في عملية تمويل السكنات عن طريق القروض العقارية ، بالإضافة إلى ظهور هيئات تمويلية جديدة أخرى متخصصة في تمويل السكنات منها:

### • برنامج السكن عن طريق البيع بالإيجار

يمثل هذا النوع من السكن جزءا جديدا من عرض السكن الذي تم تأسيسه عن طريق المرسوم التنفيذي رقم 01-105 المؤرخ في 23 أفريل 2001، المحدد لشروط و كفاءات الشراء في إطار بيع السكنات المنجزة من الأموال العمومية عن طريق تأجيرها ، و هي تعمل على تخفيف الضغط المتزايد في الطلب على السكنات الاجتماعية الايجارية ، كما أنها تمتاز بمبدأ الحصول على امتلاك المنزل في شكل تسديدات شهرية من طرف المستفيد ، و يخضع بالطبع هذا النوع من السكنات إلى عدة شروط من أهمها أن الدخل الأسري لا يقل عن 1.5 الحد الوطني الأدنى و لا يتعدى 05 مرات الحد المذكور.

### \*انجازات هذه المرحلة:

بعد أن استعادت الحكومة استقراراً سياسياً ومؤسسيا وحصلت على موارد مالية هامة بفضل ارتفاع أسعار النفط، منذ عام 1999 ، اضطلعت من جديد بدورها في مجال العمران . وتشير مصادر رسمية إلى أن البرنامج الخاص للسكن الذي استُهل للفترة الممتدة 1999 و 2004 قد سمح ببناء 810.000 مسكن، بينما بني 912.326 مسكنا في إطار برنامج الفترة الممتدة بين عامي 2005 و 2009 . وتسعى الخطة الخمسية لفترة 2010-2014 لإنجاز 1.2 مليون مسكن، ولإكمال بناء 800.000 مسكن في الفترة 2010-2018<sup>1</sup>.

### ج- أزمة السكن في الجزائر:

و تتلخص أزمة السكن في الجزائر من خلال النقاط التالية :

### • النمو الديمغرافي

كانت الأسباب الأولية للأزمة هو الانفجار الديمغرافي الذي عرفته الجزائر خلال فترة الستينات و السبعينات إلى غاية الإحصاء الأخير لسنة 2008 الذي حيث بلغ عدد سكان الجزائر

<sup>1</sup> وزارة السكن والعمران، "مجلة السكن"، العدد ٦، كانون الثاني/يناير ٢٠١١، الصفحتان 8 و 9.

9ر37 مليون ساكن إلى غاية 1 جانفي 2013 أي تسجيل ارتفاع ب16ر2 بالمائة مقارنة بسنة 2011.<sup>1</sup>

### • النزوح الريفي

لقد لعب العامل الأمني " العشرية السوداء " دورا هاما في الفرار الإجباري للعائلات من القرى و الأرياف اتجاهها إلى المدن و التجمعات الحضرية ، اعتمادا على الإمكانيات الذاتية و بطريقة غير قانونية في إقامة بناءات فوضوية و غير لائقة ، و للتحكم أكثر في الوضع أصبح المجال الحضري له أدوات تنظيمية ومن أبرزها المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير و غيرها من المخططات.<sup>2</sup>

### • سوء التسيير و غياب الرقابة

إن غياب المراقبة الجدية للمشاريع الإسكانية أدى بأصحاب الأطماع الى السرقة و الاحتيال ، فقد كشفت جريدة الخبر اليومية عن اختلاس 2.5 مليار دج من وكالة التسيير العقاري بسيدي محمد بالعاصمة ، بطبيعة الحال هاته أموال الشعب البسيط الذي يبقى تائها في دوامة تدهور وضع السكن<sup>3</sup>

### ثالثا/تطور الصحة في الجزائر:

إذا كان الدخل الوطني يعد مؤشرا مباشرا للوقوف على ما تحقق من تنمية اقتصادية لبلد ما، فإن الأمر يختلف تماما بالنسبة للتنمية الصحية .ذلك أن التغيرات التي يعرفها المحيط، التطور الاقتصادي والاجتماعي والثقافي للمجتمع، والاهتمام المتزايد للسكان بالصحة، إضافة إلى طبيعة الخدمة الصحية باعتبارها تمثل أساسا خدمة اجتماعية كلها عبارة عن عوامل أدت إلى وجود تساؤلات حول واقع وأهمية التنمية الصحية .فلا يوجد هناك اختلافا حول مبدأ الرفع من مستوى التنمية الصحية ولكن الاختلاف يكمن حول الأهداف المرتبطة والأساليب المستعملة في تحقيقها وتقييمها.

<sup>1</sup> الديوان الوطني للإحصاء ، إحصائيات 2008 .

<sup>2</sup> ديب ، بلقاسم " أثر الخلل الاجتماعي على المجال العمراني دراسة مقارنة"، دكتوراه دولة في الهندسة المعمارية، شعبة العمران، جامعة قسنطينة، 2001 ، ص132.

<sup>3</sup> ص.رتيبة ، جريدة الخبر الأسبوعية ، العدد 5284 ، ص 5 .

و عادة ما يقاس المستوى الصحي لبلد ما بمعدل الأمل في الحياة، والذي يمثل متوسط عدد السنوات التي يعيشها الأفراد. فكلما ارتفع معدل الأمل في الحياة كلما دل ذلك عن ارتفاع في مستوى التنمية الصحية .

ومن بين الأساليب المستخدمة في تقييم مجهودات بلد ما في مجال التنمية الصحية نجد أسلوب التكلفة - الفعالية الذي يعد من الأساليب الأكثر استعمالا نظرا لسهولة وإمكانية تطبيقه ويعتمد هذا الأسلوب على مبدأ أن هدف و النظام الصحي يتمثل في تعظيم صحة السكان الفعالية اعتمادا على الموارد المتوفرة من اجل تقييم التنمية الصحية وفقا لهذا الأسلوب، يمكن اللجوء إلى تقسيم المعيارين السابقين إلى العديد من المعايير الفرعية هي :<sup>1</sup>  
- بالنسبة لتقييم الحالة الصحية للسكان، يمكن استخدام معاملات خاصة بالوفيات والحالات المرضية كمعدل الأمل في الحياة، معدل الوفيات حسب السن، معدل الإصابة بالأمراض، عدد الحالات المرضية، معدل العجز وغيرها.

- أما بالنسبة إلى مستوى نفقات الصحة، فإن المعايير المستخدمة عادة، تتمثل في نسبة النفقات الصحية إلى الناتج المحلي الإجمالي أو المبلغ الإجمالي للنفقات المخصصة للصحة.

وعلى الرغم من التحسن في الحالة الصحية للسكان في الجزائر بسبب انخفاض معدل الوفيات وتحسن في الظروف المعيشية<sup>2</sup>، فإن ذلك لا يغطي على الارتفاع المتزايد للأمراض المختلفة في المجتمع الجزائري. فمعدل الأمل في الحياة يعكس فقط متوسط عدد السنوات التي يعيشها الفرد ولا يظهر طبيعة الأمراض التي يعيشها مجتمع ما. فقد شهدت الجزائر نقلة في ما يخص طبيعة المرض خاصة بالنسبة للأمراض المتقلبة بفعل سوء شروط النظافة العامة وارتفاع في معدل المؤثرات الصناعية<sup>3</sup> حوادث المرور، الأمراض القلبية، السرطان،

---

<sup>1</sup> Castiel., D, "Economie de la Santé : Quel Avenir", 2d : Management Société, Paris 1999, p.83.

<sup>2</sup> Conseil National Economique et Social, "Rapport National sur Le Développement Humain", Algérie 2006, p.23.

<sup>3</sup> Kadar,M, "Système et politique de Santé Au Maghreb", Le 02 Juin 2003, le guide de la médecine et de la santé en Algérie, [www.santémaghreb.com..](http://www.santémaghreb.com..)

حوادث العمل والأمراض العقلية) فالأمراض المتنقلة مثلت % 28 من أسباب الوفاة سنة 2002<sup>1</sup> .

## الجدول رقم (02)

يبين تطور معدل الأمل في الحياة ومؤشر النفقات الصحية إلى الناتج المحلي الإجمالي بالإنفاق الصحي في الجزائر<sup>2</sup>.

| السنة                                     | 1990   | 1992   | 1995   | 1997   | 2000  | 2002  | 2005   | 2007   | 2010   |
|-------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|
| معدل الأمل في الحياة                      | 67.157 | 67.916 | 68.649 | 69.138 | 70.22 | 70.94 | 71.734 | 71.510 | 72.190 |
| النفقات الصحية إلى الناتج المحلي الإجمالي | 2.8    | 2.9    | 3.1    | 3.3    | 3.5   | 3.5   | 3.4    | 3.2    | 3.5    |

لقد شهدت الجزائر تغيرا واضحا في الهيكلة المرضية بفعل الارتفاع في الأمراض المتنقلة والأمراض المزمنة. فمن خلال إحصائيات وزارة الصحة والسكان،<sup>3</sup> .

كما نجد ظهور العديد من الأمراض المزمنة كداء السكري، الأمراض القلبية، السرطان والأمراض العقلية. كما لا ننسى أن هناك ارتفاع في الأمراض المتنقلة عبر المياه كالنقويد، الديفتريا، البوحمرون وغيرها والناجمة أساسا من أزمة السكن وارتفاع مستويات الفقر وضعف المؤسسات الاجتماعية والصحية للقيام بدورها

## و جدول رقم (03)

درجة انتشار أهم الأمراض المزمنة حسب السن والنوع لسنة 2010

| السن            | 18-0 | 24-19 | 34-25 | 59-35 | + 60  | المجموع |
|-----------------|------|-------|-------|-------|-------|---------|
| ارتفاع ضغط الدم | 0.06 | 0.13  | 0.57  | 7.82  | 31.15 | 4.38    |
| أمراض السكر     | 0.16 | 0.23  | 0.42  | 4.13  | 12.52 | 2.10    |
| أمراض المفاصل   | 0.22 | 0.26  | 0.46  | 2.91  | 10.59 | 1.70    |
| الربو           | 0.7  | 0.8   | 0.91  | 1.80  | 3.09  | 1.20    |
| أمراض القلب     | 0.24 | 0.26  | 0.31  | 1.65  | 6.98  | 1.100   |
| أمراض أخرى      | 1.27 | 0.26  | 0.31  | 1.65  | 6.98  | 1.11    |

<sup>1</sup> Kadar,M, (2003), Ibid.

<sup>2</sup>Conseil National Economique et Social, op cit, p.21.

<sup>3</sup> بلغت نسبة السكان من دون إمكانية الحصول المستدام على مصادر ماء محسن % 15 سنة 2004 ، بعدما كانت تمثل % 11 سنة 2000 . حسب تقرير التنمية البشرية (2007 - 2009 ) ، ص 239 .

و يعد مرض السرطان أحد الأسباب الرئيسية للوفاة في الجزائر ، ذلك أن كل سنة يتم إحصاء 30000 حالة جديدة بارتفاع يقدر ب % 50 مقارنة بالعشرية الماضية <sup>1</sup> هذا ما يدل على ضعف النظام الصحي الذي ما زال يبحث عن سياسة عامة لرفع المستوى الصحي للجزائريين و الجدول التالي يظهر أهم الأمراض المزمنة الخاصة حسب الفئات العمرية لكل من الذكر و الأنثى

#### والجدول رقم ( 04 )

يبين تركيز أهم الأمراض المزمنة حسب السن والجنس<sup>2</sup>

| السن       | الذكور | الإناث | المجموع بالنسبة المئوية |
|------------|--------|--------|-------------------------|
| 18-0       | 2.9    | 2.4    | 2.6                     |
| 24-19      | 3.4    | 3.0    | 3.2                     |
| 35-25      | 3.6    | 5.1    | 4.3                     |
| 59-35      | 12.7   | 24.3   | 18.5                    |
| 60 فما فوق | 42     | 60.4   | 51                      |
| 60 فما فوق | 8.4    | 12.6   | 10.5                    |

و نلاحظ من خلال الجدول كذلك، أن معدل الأمراض المزمنة بلغ % 10.5 سنة 2006 كما يلاحظ أيضا ارتفاع الإصابة بالأمراض المزمنة بالنسبة للفئة العمرية 60 سنة فما أكثر خاصة بالنسبة للجنس الأنثوي .ويرجع هذا بشكل أساسي ان هذه الفئة عانت كثيرا في الفترات العصيبة التي عاشتها الجزائر. أما من حيث طبيعة الأمراض المزمنة نجد أن كل من مرض ارتفاع ضغط الدم ومرض السكر يمثلان أكثر الأمراض انتشارا خاصة بالنسبة للفئة العمرية بين 35 سنة وأكثر من 60 سنة .

من جانب آخر نلاحظ، أن مرض ارتفاع ضغط الدم وأمراض السكر تمثل أهم الأمراض المزمنة التي يعاني منها المجتمع الجزائري، والتي وصلت نسبتها % 4.38 و % 2.10 على التوالي .

أما من ناحية الانتشار، نجد ان الفئة السكانية التي يتجاوز سنها الستين السنة تمثل أكبر فئة تعاني من الأمراض المزمنة، فأكثر من % 31 من هذه الفئة تعاني من الارتفاع في

<sup>1</sup> Kourta., D, El, Concer, " l'une des causes essentielles des décès en Algérie", El Watan, 10 avril 2005.

<sup>2</sup> وزارة الصحة ، تقرير عن الأمراض المزمنة الجزائر 2000-2010



ضغط الدم وأكثر من 12.5 % تعاني من أمراض السكر. إن الارتفاع في السن إضافة معدل الوفاة الإجمالي انخفاضا من 6.56 سنة 1994 إلى 6.03 سنة 1996 ليرتفع بعد ذلك، ثم ينخفض وبشكل ملفت ابتداء من سنة 1998 ليصل إلى 4.41 سنة 2002 ، ثم يرتفع قليلا إلى ضعف تكفل النظام الصحي بالمرضى، أدى إلى ارتفاع متزايد في الأمراض المزمنة، و عرف معدل الزيادة الطبيعية الفرق بين المواليد والوفيات (انخفاضا، حيث انخفض المعدل من 2.17 سنة 1994 إلى 1.69 سنة 2005 كما يلاحظ أن معدل الولادة قد انخفض من 28.24 سنة 1994 إلى 19.36 سنة 2000 ، ثم ارتفع ارتفاعا طفيفا سنة 2001 إلى 20.4 ، لينخفض بعد ذلك سنة 2002 إلى 19.68 ، ثم ارتفع قليلا ليصل إلى 21.36 سنة 2005 .

وبالمقابل عرف معدل وفيات الأطفال ارتفاعا في السنوات الماضية ليعاود الانخفاض إلى سنة 2004 ، بعد ذلك بلغ 4.47 سنة 2005 و يمكن توضيح معدل الوفاة 4.36 الإجمالي عند الأطفال انطلاقا من الجدول التالي<sup>1</sup>:

#### و الجدول رقم (05)

يبين تطور معدل وفاة الأطفال في الجزائر حسب الجنس في الفترة 1992-2005<sup>2</sup>

| السنة | معدل وفاة الاطفال 1000 |      |      |
|-------|------------------------|------|------|
|       | اجمالي                 | انثى | ذكر  |
| 1992  | 43.7                   | 36.7 | 50.8 |
| 1998  | 37.3                   | 36.0 | 38.7 |
| 1999  | 39.4                   | 38.6 | 40.2 |
| 2000  | 36.8                   | 35.3 | 38.4 |
| 2001  | 37.4                   | 35.9 | 38.9 |
| 2002  | 34.7                   | 33.3 | 36.1 |
| 2003  | 32.4                   | 30.3 | 34.6 |
| 2004  | 30.3                   | 28.5 | 32.2 |
| 2005  | 30.3                   | 28.2 | 32.4 |

<sup>1</sup> Conseil National Economique et Social, " **Rapport National Sur le Développement humain, Réalisé en coopération avec le programme des Nations unies pour le développement (PNVD)**", Algérie, 2006, p: 82 (données 2004-2005)

<sup>2</sup> - Ministère de la Santé, de la population et de la réforme Hospitalière, " **la Santé des Algériennes et des Algériens**", décembre, 2004, p: 21(données 1992-2003)

يتجلى من خلال الجدول أن معدل وفاة الأطفال لكل 1000 مولود حي، عرف تذبذبا ما بين سنتي 1992 و 2010، ثم انخفض من 37.4 سنة 2001 إلى 30.3 سنة 2005 كما يمكن إبراز تطور معدل الوفاة عند الأطفال حديثي الولادة والأطفال أقل من خمس سنوات .

### رابعا/ تطور بنية الأسرة:

إن التغير في بناء و نمط الأسرة يعد من المؤشرات الهامة في التغير الاجتماعي باعتبار الأسرة هي مركز العلاقات الاجتماعية و مكان التربية و التنشئة الاجتماعية و حلقة أساسية من حلقات البنيان الاجتماعي الكلي للمجتمع و لقد عرفت الجزائر منذ الاستقلال تحولات اجتماعية و اقتصادية و سياسية عميقة أهمها التصنيع و التحضر و التقدم و طبقت عدة سياسات في ميدان التربية و التعليم و الزراعة و الصناعة و السكن و الصحة و نتج عن ذلك عدة مظاهر من أهمها ظاهرة التحضر و الهجرة الريفية و الحرك الاجتماعي.

#### 1- تغير وظائف الأسرة الريفية و الحضرية .

ولهذا تعرضت الأسرة الجزائرية بنمطها الممتد لتغيرات كبيرة مست بنياتها ووظائفها خاصة للأسرة الحضرية التي فقدت لكثير من وظائفها التقليدية التي كانت تقوم بها في الماضي، ففي الماضي نجد أن الأسرة كانت هي النظام الاجتماعي الرئيسي، لكن الأسرة تأثرت بالتغيرات التي تعرضت لها المجتمعات مثل:

-زيادة التخصص وتعدد المجتمع الحديث، تغيرت الوظائف التي كانت الأسرة تقوم بها من قبل، وهذا الأمر أدى إلى انتقال عدد كبير من وظائف الأسرة إلى مؤسسات أو تنظيمات خارج نطاقها، وقد أكد وليم أوبرن William Ogburn أن مأساة الأسرة الحديثة تكمن في فقدانها لأغلب الوظائف التي كانت تقوم بها وهي: <sup>1</sup>

#### -الوظيفة الاقتصادية:

حيث كانت الأسرة في الماضي وحدة اقتصادية مكتفية ذاتيا لأنها تقوم باستهلاك ما تنتجه وبالتالي لم تكن هناك حاجة للبنوك أو المصانع أو المتاجر.

---

<sup>1</sup> الخولي ، سناء ، نفس المرجع ، ص 62 .

### -وظيفة منح المكانة:

كان أعضاء الأسرة في الماضي يستمدون مكانتهم الاجتماعية من مكانة أسرهم في الوقت الذي كان اسم الأسرة يحظى بأهمية كبرى.

### -الوظيفة التعليمية:

كانت الأسرة تقوم بتعليم أفرادها ولا يعنى ذلك تعليم القراءة والكتابة وإنما يعنى الحرفة أو الصنعة، الزراعة، والتربية البدنية ، والشؤون المنزلية....الخ.

### -وظيفة الحماية:

كانت الأسرة أيضا مسؤولة عن حماية أعضائها، فالأب لا يمنح لأسرته الحماية الجسدية فقط وإنما يمنحهم أيضا الحماية الاقتصادية والنفسية وكذلك يفعل الأبناء لأبائهم عندما يتقدم بهم السن.

### -الوظيفة الدينية:

مثل أداء الصلاة والشكر، وصلوات الأسرة الجماعية، وممارسة الطقوس الدينية.

### -الوظيفة الترفيهية:

كانت الوظيفة الترفيهية محصورة أيضا في الأسرة أو محصورة بين عدة أسر وليس مراكز خارجية مثل المدرسة، أو وسائل الترفيه المختلفة<sup>1</sup>.

ونتيجة لذلك فإن أجبرن يرى أن الأسرة أصبحت مفككة والدليل على ذلك زياد عدد الأسر المنهارة بسبب الطلاق لا شك في أن الأسرة فقدت بالفعل بعض وظائفها التقليدية، إلا أن هذا فقدان كان فقط تغير في الشكل وليس في المضمون، ففي المجتمعات الصناعية المتقدمة لم تعد وحدة اقتصادية منتجة ولكنها أصبحت وحدة اقتصادية مستهلكة<sup>2</sup>.

ولقد أوضح (جورج مردوك) في دراسته عن البناء الاجتماعي الكلاسيكي أن للأسرة دورا أساسيا في معظم المجتمعات التقليدية قبل الصناعية ، حيث تؤدي أربعة وظائف أساسية:

-**الوظيفة الأولى:** هي تنظيم الأنشطة الجنسية. فلا يوجد مجتمع واحد يترك لأفراده حرية ممارسة السلوك الجنسي في أي وقت ومع من يريدون فبعض المجتمعات تضع حظرا صارما علي الالتقاء الجنسي قبل الزواج ، والبعض الآخر يفرض علي المرأة إظهار قدرتها علي

<sup>1</sup> الخولي ، سناء ، " الأسرة و الحياة العائلية " ، نفس المرجع ، ص 63 .

<sup>2</sup> نفس المرجع ص 63

الإنجاب قبل الزواج , وكل المجتمعات تحرم سفاح القربي , ولكن تختلف المجتمعات فيما بينهم في تحديد أفراد الأقارب الذين ينطبق عليهم ذلك .

- **الوظيفة الثانية :** تنبع من الأولي وهي وظيفة الإنجاب فالأسرة تتحمل المسؤولية الأولى في استبدال أفراد الأسرة الذين وافتهم المنية أو هاجروا , وبذلك تساعد علي بقاء واستمرار المجتمع من جيل إلي جيل .

- **والوظيفة الثالثة :** تتمثل في تنشئة الطفل علي عادات المجتمع فإنجاب الأطفال ليس كافيا , ولكن يجب أن نقدم إليهم العناية البدنية وتدريبهم علي ادوار الكبار أيضا . ويقع تعليم اللغة علي عاتق الأسرة وكذلك القيم والعادات والمعتقدات والرموز المعبرة والمهارات السائدة في هذه الثقافة.

- **الوظيفة الرابعة :** والأخيرة للأسرة فتتمثل في الوظيفة الاقتصادية للأسرة مسئولة عن توفير الحاجات المادية للكبار والصغار من أفرادها <sup>1</sup>.

ولكن الوظائف التي ذكرها أجبرن أن الأسرة فقدتها مثل التعليم، الدين، الحماية، فيمكن القول إذا كانت الأسرة قد فقدت بالفعل هذه الوظائف فلماذا إذن نجد أن الأبناء يعتقدون المعتقدات الدينية والسياسية، وكذلك المعتقدات الطبقيّة المشابهة مع تلك التي يعتنقها آباؤهم؟ كذلك إذا كانت بالفعل الأسرة فقدت وظيفتها التعليمية فلماذا نعتبرها بوجه عام والوالدين بوجه خاص، المفتاح الذي يحدد مدى تقدم الطفل في المدرسة. وعموما تحدد المراجع العلمية وظائف الأسرة المعاصرة فيما يلي:

-إنجاب الصغار .

-المحافظة الجسدية لأعضاء الأسرة.

-منح المكانة الاجتماعية للأطفال والبالغين.

-التنشئة الاجتماعية.

-الضبط الاجتماعي.

هذا بالإضافة إلى وظيفة جديدة وهي الوظيفة العاطفية وتعنى التفاعل العميق بين الزوجين، وبين الآباء والأبناء في منزل مستقل مما يخلق وحدة أولية صغيرة تكون المصدر

---

<sup>1</sup> غريب ، سيد أحمد وآخرون , " دراسات في علم الاجتماع العائلي " , دار المعرفة الجامعية , 1995 , ص 27 .

الرئيسي للإشباع العاطفي لجميع أفراد الأسرة وقد أصبحت هذه الوظيفة من الملامح المميزة للأسرة الحضرية الحديثة<sup>1</sup>.

وترتبط على ذلك فقد نتج عن هذه الوظيفة عبء ثقيل ألقي على عاتق الأسرة لأنها أصبحت هي المصدر الوحيد الذي سيستمد منه أفراد الأسرة الحب والعاطفة.

## 2- التغير في البناء الأسري:

يشير التغير الاجتماعي إلى التعديل في الأنماط القائمة للعلاقات الاجتماعية الداخلية ومعايير السلوك ويحدث التغير الاجتماعي والثقافي لبعض الأشكال الأسرية باعتبار الأسرة نظام أولي تتداخل مع النظم الأخرى وهي تتعرض للتغيير كما تتعرض له بقية النظم الأخرى ، وقد تكون هذه العملية بطيئة أو سريعة كما هو في المجتمعات الحديثة ونتيجة التغيرات الاجتماعية المستمرة والعميقة التي تحدث في المجتمع فإن هذه التغيرات يكون لها تأثيرا واضحا في بناء الأسرة ووظائفها ويمكن حصر أهم التغيرات الاجتماعية التي حدثت في الأسرة فيما يلي<sup>2</sup>:

### • خروج المرأة للعمل:

إن خروج المرأة للعمل في الأسرة الحضرية أصبح من ضروريات الحياة الأسرة الحضرية و هذا لكثرة النفقات و زيادة الطلب على الكماليات أكثر من الضروريات مما جعل الزوج يعجز عن تلبية تلك النفقات ومن هنا يجب النظر إلى اتجاه ورأي الزوج في عمل المرأة وخروجها للزيارات والفسحات أو للقيام بأعمال شتى، مثل التردد على الإدارات أو شراء وجلب بعض الأغراض للمنزل... الخ في هذه الحالة ينبغي تحديد المسئول عن رعاية وتربية الأبناء الصغار، والمسئول عن اختيار طبيعة هذه التربية، وكذلك ينبغي فحص اتجاهات وآراء كل من الزوج والزوجة، بخصوص مسئوليات وواجبات الشريك بالنسبة لتربية الأبناء.

،إن هذا الانتقال أدى بالضرورة إلى إعادة توزيع الأدوار والوظائف الاجتماعية العائلية ومن الطبيعي أن تحاول تلك العائلة التي تم انتقالها بلورة سلوكها بشكل يساعد على التكيف مع وضعها الجديد ، وبذلك تكون العائلة التقليدية قد فقدت بعض من وظائفها الرئيسية الإقتصادية

<sup>1</sup> الخولي ، سناء ، "الأسرة و الحياة العائلية"، نفس المرجع ، ص 64 .

<sup>2</sup> عوفي، مصطفى، "خروج المرأة إلى ميدان العمل وأثره على التماسك الأسري"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة، العدد 19 جوان 2003 ، ص 139 .

منها والاجتماعية كما ان دخول المرأة سوق العمل يعتبر عامل مهم في تغير البنية العائلية ويرجع الكثير هذا التغير في مجموعة من الدوافع الرئيسية منها غلاء المعيشة ولوازم الحياة الضرورية وكذلك بدافع القهر والإجبار إذ وجدت بعض الفئات النسوية أنفسهن مضطرات العمل، إن الدافع الرئيسي لعمل المرأة يتمثل في الجانب الروحي ، فالعمل بالنسبة لها ليس اندماجا ماديا فقط بل اندماج روحي في المجتمع<sup>1</sup>.

إن سبب الأول في المرأة للعمل هو بالاحتكاك هو التفتح والمطالبة بالحقوق و خاصة في أمر زواجها لكن هذا التفتح لا يتناسب مع قيم الأسرة التقليدية إلا أن أسباب التغير هو الإعلام و التحضر من أبرز العوامل اللذان ساهما في خروج المرأة للعمل و أدى بذلك إلي بروز مجموعة من الأشكال والأنماط الأخرى الجديدة في السلوكات والعادات كل هذا ساعد على انتشار نوع من الوعي أو الإدراك للموقع من طرف المرأة<sup>2</sup>.

إن مشاركة المرأة الرجل في تحمل أعباء الحياة والمصاريف الخاصة بالأسرة كان من شأنه أن يرفع من قيمة المرأة وأصبحت تشارك في القرارات وفي تسيير الشؤون المنزلية أي أصبح للمرأة مكانة أكبر وسلطة أكثر داخل أسرتها مقارنة بما كانت عليه في الماضي حيث لم تكن لرأيها أية أهمية بل لا تجرأ حتى على التصريح به أو الاعتراض عن موقف أو قرار أتخذه زوجها<sup>3</sup>

إن التغيرات المادية للنساء سمح بترسيخ دعائم المطالبة بالمساواة مع الذكور من حيث أن أنصار المساواة بين الجنسين يعتقدون أن الأسرة مدمجة داخل منظومات أشمل للسلطة الاقتصادية والسياسية وتتضح ذلك من خلال مصالح كل عضو من أعضاء الأسرة ومعنى ذلك أن الأحوال البنوية الاجتماعية كالاستقلال الذاتي المتنامي والاستقلال المالي للنساء وكذا إمكانية التعليم والوصول إلى درجات عليا فرض واقعا جديدا خاصة بالنسبة للرجل وهو ضرورة بذل جهد أكثر ،وضوحا للعلاقات الحميمية الأسرية ، إضافة إلى ذلك انخرط النساء

<sup>1</sup> Vandenelde H , " La Participation politique des femmes algériennes est-elle un mythe", T2, université d'Alger , p215.

<sup>2</sup> Vandenelde H , Ope cite p 217.

<sup>3</sup> عبد المنعم ، محمد حسن ، " الأسرة منهجها التربوي لتنشئة الأبناء في عالم متغير " ، مكتبة النهضة المصرية ، القاهرة ، 1985 ، ص63.

والرجال معا من أجل إيجاد صيغ مشتركة لتحقيق غاياتهم في الحياة المدنية تفرض وجود مشاركة المرأة في الحياة العامة<sup>1</sup>.

كما أن التغير في القيم والأفكار انخرط المرأة التدريجي في نمط العيش الجديد وهو نمط غير تقليدي عن مشاركتها المتزايدة في الدراسة والعمل هناك عامل آخر نستطيع من خلاله إبراز التغير في مكانة المرأة بعيدا عن الجانب الاقتصادي ولو يعتبر هذا الأخير نتيجة له وهو التعليم ،لقد أدى التعليم إلى قلب معايير سائدة في المجتمع وفتح المجال أمام انتشاره بين أفراد المجتمع الريفي و له دور في ظهور قيم جديدة وتراجع بعض القيم التقليدية ومن هذه القيم تعلم الفتاة ، فالتعليم أتاح فرصة أمام الفتاة للخروج بدورها لطلب العلم والعمل في آن واحد ، فمن الطبيعي أن يفتح التعليم مجال العمل أمام المرأة ، فكما أن تعليم المرأة في حد ذاته قيمة جديدة فتحت من جهتها المجال لظهور قيم أخرى تعدت آثارها نطاق الأسرة الريفية الممتدة إلى مؤسسات اجتماعية واقتصادية أخرى في المجتمعات إذ يلاحظ في الفترة الأخيرة من التغير الإقبال الواسع للفتيات على المدارس ،بمختلف أطوارها ومتابعتها للدراسة ،فالتعليم اليوم وخاصة بالنسبة للفتيات يعد عنصرا هاما في سياق تحول وضع المرأة إذ انجرت عنه جملة واضحة من القيم خاصة منها المتعلقة بالزواج واختيار الزوج المناسب<sup>2</sup>.

### • حجم الأسرة:

يعتبر حجم الأسرة الصغيرة نسبيا من أهم الدعائم التي تقوم عليها أسر اليوم والأسرة الجزائرية حاليا لها خصائص الأسرة النواة التي تحدث عنها علماء الاجتماع ومن بين العوامل التي أدت إلى تناقص حجم الأسرة في الوقت الحاضر هو الاتجاه نحو التحكم في إنجاب الأطفال، وهذا يعتبر دليلا على أن هناك اقتناعا عاما بضرورة تحديد حجم الأسرة وهذا يؤكد أن الدعوة السابقة إلى إنجاب عدد أكبر من الأبناء للمعاونة في الأعمال الإنتاجية أو الزراعية لم تعد لها فاعلية في تحديد اتجاهات الأسرة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>تومي ، حسين ،واقع الطلاق في ولايات الوطن ، الملتقى الثالث لعلم الاجتماع ، جامعة الجزائر ،2004.

<sup>2</sup>عبد المنعم ،محمد حسن ، "الأسرة منهجها التربوي لتنشئة الأبناء في عالم متغير" ، نفس المرجع ،ص 68 .

<sup>3</sup>السيد عبد العاطي وآخرون، السيد عبد العاطي و آخرون ،"الأسرة و المجتمع" ، دار المعرفة الجامعية

، مصر،2002 ، ص19

فالأُسرة بدأت تحس بمسئوليتها المباشرة في تعليم أطفالها ورعايتهم الصحية وتهيئة أفضل الظروف لهم ليستطيعوا الاشتراك في العمل الاقتصادي انطلاقاً من واقع الخبرة والمؤهل، وطبعاً هذا لن يكون إلا إذا حدثت موازنة مخططة بين دخل الأسرة ومستواها الاقتصادي بوجه عام، الأمر الذي يعتبر مؤشراً واقعياً لمدى قدرتها على مواجهة الأعباء التربوية، وقد تبين من حيث النظرية و الواقع أنه كلما ارتفع دخل الأسرة قلت رغبتها في إنجاب عدد كبير من الأطفال، وكلما انخفض دخلها اقتنعت بالمساوئ المترتبة على كثرة الإنجاب في الوقت الذي لديها أطفال كثيرون بالفعل<sup>1</sup>.

إن تنظيم الأسرة وخاصة من حيث تحديد عدد الأطفال مرتبط ارتباطاً كبيراً بزيادة المستوى الثقافي وتغير المناخ الاجتماعي وأيضاً ارتفاع المستوى الاقتصادي. ويعتقد البعض أن التغير الاجتماعي والتكنولوجي قد فرض على الأسرة مصيراً لا مفر منه وهو الانحلال التدريجي حيث ينهار نمطها التقليدي الممتد وتحول إلى أسرة نواة، وفي خضم المجتمع الحضري الصناعي المعقد تتعزل فيدب التفكك والتصدع في بنائها حيث لا يبقى هناك مبرراً لوجودها غير أنها لازالت بوضعها الحالي أفضل مكان لممارسة العلاقات الجنسية<sup>2</sup>.

قد يصدق الوصف على الأسرة في المجتمعات الغربية المتقدمة لكن الأسرة العربية والجزائرية خصوصاً فعلاً في حالة تحول إلى أسرة نواة بنائياً وهي تفقد كثيراً من وظائفها بانئقالها إلى مؤسسات ومنظمات أخرى في المجتمع ولكنها وظروف عديدة لم تتحول إلى أسرة منعزلة، إلا إذا كان المقصود بالعزلة هنا عزلة عن النسق القرابي الكبير، فهذا قد بدأ فعلاً، إن علاقات الأسرة الجزائرية تضيق وخاصة في المدينة لتشمل على علاقات قليلة المتصلة بالنسق القرابي، إلا أنها لا تزال محافظة عليها إلى حد ما وهذا طبعاً لا يعني أن الأسرة بفقدانها لعلاقاتها بالنسق القرابي حتماً يكون متبوعاً لفقدانها لعلاقاتها بجيرانها أو زملاء المهنة، أو رفقاء الهواية أو المعتقد، إذ أن العلاقات هذه لازالت وستظل موجودة في

<sup>1</sup> مصطفى عوفي، المرجع السابق، ص18

<sup>2</sup> السيد عبد العاطي وآخرون، "الأسرة و المجتمع"، نفس المرجع، ص19



المجتمع الحضري ولن تتحول نهائيا إلى علاقات ثانوية وإذن فالأسرة من حيث علاقاتها لا يمكن أن تتحول إلى أسرة نواة منعزلة.<sup>1</sup>

### • التحول من الأسرة الممتدة إلى الأسرة النووية:

إن تفكك العائلات إلى أسر صغيرة نووية، تقتصر على الزوج والزوجة وأولادهما، وتسكن في منزل مستقل خاص بها، يعني الإخلال بإحدى القواعد الهامة التي تعتمد عليها العائلة في تشكيلها، ونعني أنها قاعدة السكن مع أهل الزوج، أي أن المرأة عندما تتزوج وتغادر بيت أهلها، تستقر في بيت أهل زوجها، مما يعني جملة من العلاقات المتبادلة بين الابن المتزوج وأهل البيت، وكذلك مجموعة من الواجبات يجب على الزوجة أدائها لأهل الزوج وخاصة لأبويه. فسكن الزوجين وأطفالهما تحت سقف بيت مستقل عن إقامة أهلها، يشكل عاملا من عوامل تضعضع سلطة ونفوذ العائلة الأبوية.

### • تأثير النموذج الأسري الغربي :

تعمل عادة وسائل الإعلام والدعاية على تقديم هذا النموذج كنموذج مثالي يختلف عما هو سائد في البلدان الأخرى) الغير غربية، فتحرص على إبراز طبيعة الحريات التي تتمتع بها المرأة ويتمتع بها الأبناء، وتعمل بعض الحركات النسائية المحلية على الضغط والمطالبة بمزيد من الحقوق والحريات للمرأة، اقتداءً بالنمط الغربي، واستنادا إلى حقوق الإنسان وحقوق المرأة<sup>2</sup>.

### 3- التغير في الأدوار داخل الأسرة:

تحدد ثقافة المجتمع طبيعة الأدوار التي يقوم بها كل من الزوج والزوجة كما تبين أسلوب تقسيم العمل بينهما منذ بداية الحياة الزوجية ؛ ولذلك تختلف مشاركة كل زوج لزوجته في الواجبات

---

<sup>1</sup> السيد عبد العاطي وآخرون، المرجع السابق نفس المرجع ص 20

<sup>2</sup> مشروع القانوني الذي تقدمت به مجموعة من النشاطات في مجال حقوق المرأة من الجزائر وتونس والمغرب في( مؤتمر المرأة العالمي الذي عقد في بيجينغ عام 1995 ، و المرسوم ب: مجموعة 95 المغاربة من أجل المساواة، مائة إجراء ومقتضيات :من أجل تقنين مغربي بروح المساواة في مادة الأحوال الشخصية وقانون الأسرة، مؤسسة فري دريش إبرت والإتحاد الأوروبي، 1995 .

المتعلقة بالمحافظة علي بيت الزوجية بحسب خلفيته الاجتماعية وبقدر ما يؤمن به من ضرورة قيام كل طرف من أطراف الأسرة بالأعمال التي تقسم بينهم علي أساس النوع.<sup>1</sup>

وفي هذا الإطار ، لاحظ (بلود وزميله وولف ) ( Blood and Wolf , 1960 ) أن الزوجين في شهر العسل يتقاسمان الأعباء المنزلية عن تراض وطيب خاطر ، وخاصة إذا كانت الزوجة امرأة عاملة . ويبدأ الزوج في التخلي عن مساعدة زوجته في القيام ببعض الأعمال المنزلية كلما مضت الحياة الزوجية ، وما أن تقترب السنة الأولى من نهايتها حتي تتحول اهتمامات الزوج تماما إلي الأعمال خارج المنزل .

وقد يعاود الزوج مشاركته في الأعمال المنزلية عندما يرزق بطفل ولكنه يتراجع عن هذه المشاركة بعد مرور الشهور الأولى من ميلاد الطفل ، ويستمر الأمر علي هذا المنوال حتي يقترب الزوج من مرحلة التقاعد فيعود إلي سابق عهده من حيث المشاركة.

#### • تحديد السلطة داخل الأسرة:

وتعرف نفيسة زردومي "Nefissa ZERDOUMI" السلطة هي قوة نظامية وشرعية في مجتمع معين، مرتبطة بنسق المكانة الاجتماعية؛ وموافق عليها من جميع أعضاء المجتمع ، وترجع أهمية السلطة إلى أنها توجه سلوك الأفراد بصورة محددة لإنجاز الأهداف العامة، ويتحقق ذلك من خلال بعض الميكانيزمات مثل التبادل والمصالح المشتركة، والتضامن والقوة"<sup>2</sup> وعرف أحمد زكي بدوي في كتاب هي اسعد وصفة السلطة بأنها " :القدرة على التأثير، وهي تأخذ طابعا شرعيا في إطار الحياة الاجتماعية ، والسلطة هي القوة الطبيعية أو الحق الشرعي في التصرف، أو إصدار الأوامر في مجتمع معين، ويرتبط هذا الشكل من بمركز اجتماعي ي قبله المجتمع، بوصفه شرعيا، ومن ثم يخضعون لتوجيهات وأوامره وقراراته"<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> القصاص ، مهدي محمد ، علم الاجتماع العائلي ، كلية الاداب ، جامعة المنصورة ، 2008، ص 195 .

<sup>2</sup> Nefissa ZERDOUMI, "Enfant d'hier, l'éducation de l'enfant en milieu traditionnel algérien", Paris, Maspero, 1970.p75.

<sup>3</sup> وطفة ، علي أسعد ، " بنية السلطة وإشكالية التسلط التربوي في الوطن العربي"، بيروت، مركز دراسات الوحدة( العربية، سبتمبر 1999 ، ص118

يمكن القول من خلال هذين التعريفين أن السلطة تعني النفوذ والقدرة على التأثير على الأفراد بواسطة التوجيه أو إصدار الأوامر والقرارات، وهي مرتبطة بوضع اجتماعي أعلى يستند على أساس من الشرعية يقر به من يخضعون له، وهي ضرورية لتنظيم الحياة الاجتماعية.

أما دينكن ميتشل فعرف السلطة بأنها " نوع من أنواع القوة التي تنظم واجبات وحقوق الأفراد، وتكون فعالة عندما تصدر عن أشخاص شرعيين، حسب اعتقاد الأشخاص الخاضعين لمشيئتها، وتختلف السلطة عن السيطرة القسرية أو الجبرية، من حيث أن الأخيرة تلزم الأفراد على التكيف لمشيئتها من خلال مقدر على فرض العقاب أو تقديم المكافأة<sup>1</sup> ". نلاحظ أن هذا التعريف الأخير يفرق بين السلطة والسيطرة القسرية، أو ما أصبح يصطلح عليه الآن بالتسلط، أي اللجوء إلى العنف للسيطرة على الآخرين أو إغرائهم واستمالتهم عن طريق تقديم بعض الامتيازات والمصالح والفوائد والمكافآت (Autoritarisme) . والتسلط (Autorité) ولقد قارن علي وطفة بين السلطة بنماذج وأبعاده المتعددة والمختلفة، كالعنف المادي والرمزي والقمع والإرهاب؛ ويمكن تلخيص مقارنته كمايلي<sup>2</sup>

- فبينما تعتمد السلطة على الشرعية القانونية أو الدستورية، ويؤمن بها من يخضع لها، يعتمد التسلط على فرض القوة ولا يؤمن بها من تمارس عليهم، ويرفضونها شعوريا ولا شعوريا.

- إذا كانت السلطة تهدف إلى تحقيق غايات اجتماعية محددة، تشمل مصالح أفراد المجتمع ، فإن التسلط يهدف لتحقيق غايات فردية لخدمة مصالح من يمارس السلطة.

- تقوم السلطة على أساس عقلانية متوازنة، ويقوم التسلط على الانفعال والاعتباط.

- تقتزن السلطة بالعدالة والحق والخير<sup>3</sup>، والمعرفة، أما التسلط فيرتبط بالظلم والشر والقهر.

---

<sup>1</sup> ا. ميتشل دينكن، "معجم علم الاجتماع"، ترجمة ومراجعة، إحسان محمد الحسن، ط2، بيروت، دار الطليعة، مارس 1986، ص 29

<sup>2</sup> علي اسعد وطفة، مرجع سابق، ص 133

<sup>3</sup> فتيحة الشيخ، "السيطرة الذكورية في نظر المرأة الجزائرية المثقفة" رسالة ماجستير، قسم علم النفس وعلوم التربية جامعة الجزائر، 2001

- السلطة ضرورية للحياة الاجتماعية والتربوية، أما التسلط فيتنافى مع هذه الضرورة، ويهدد الحياة والأمن الاجتماعيين.

لكن ماذا عن مفهوم "السلطة الأسرية"؟ تقتزن السلطة الأسرية بالهيمنة والسيطرة ، ويفرض هذا المفهوم على الباحث تحديد الآلات التي تتبلور فيها السلطة ونوع العلاقات داخل الأسرة، وتختلف أهمية هذه الآلات من باحث لآخر، سيما وأنه ينبغي مراعاة السياق الثقافي - الاجتماعي الخاص بكل مجتمع، ومن هذه الآلات نذكر:

-الشؤون والأعمال المنزلية اليومية :كالطهي والغسيل والتنظيف...الخ، ولقد ارتبطت مسؤولية القيام هذه الأشغال - إلى جانب الأمومة - بالزوجة، إلا أنه نظر الخروج المرأة للعمل، أصبحت هذه الأخيرة، " تنتظر من الزوج أن يقوم بدور المساعد في هذا المجال، ولا يقصد بالمساعدة أو المساهمة هنا، قيامه بالأعمال المنزلية فحسب، بل هو تقدير من جانبه لدورها ومراعاة لمشاعرها، ومتاعبها الجسمية<sup>1</sup>."

### • تغير العلاقات داخل الأسرة :

#### - تغير العلاقة بين الرجل و المرأة:

تعمل الأسرة الجزائرية من خلال التنشئة الاجتماعية، على إعادة إنتاج الأدوار الاجتماعية الخاصة بالذكور والإناث و المثبتة ثقافيا واجتماعيا، و يحدد النظام الأبوي للسلطة العائلية، صيغ العلاقات الاجتماعية بين الجنسين، وبين الصغار والكبار فنحاول الوقوف على التغيرات التي مست نماذج التفاعل الاجتماعي الأسري أو العلاقات.

لا يمكن الحديث عن الأسرة الجزائرية المعاصرة إلا في صيغة الجمع، فهي لا تسير وفق نموذج اجتماعي - ثقافي وحيد، بل وفق نماذج متعددة قد تختلف عن نموذج العائلة التقليدية<sup>2</sup>.

فمن الناحية البنائية المورفولوجية، أصبحت في المجتمع الجزائري عدة أنماط الممتدة، والنووية، ويصدق هذا على أنواع الإقامة كذلك، فقد يسكن الزوجان مع أهل الزوج في إقامة

<sup>1</sup>يوسف علي، مرجع سابق، ص 89

<sup>2</sup> Fouzi ADEL, « Formation de lien conjugal et nouveau models familiaux en Colloque sur « Femmes et développement », Tanger, Algérie, ORAN, CRASC, 10 – 13 Octobre 1991. p20

أبوية، أو مع أهل الزوجة، في إقامة حرة. وأصبح خروج المرأة إلى العمل من العوامل الهامة في تغييرها . هذه الأسباب مجتمعة تقودنا إلى طرح الأسئلة الموجهة التالية:

- ما طبيعة العلاقات بين الرجل والمرأة داخل الأسرة الجزائرية المتحولة ؟
- هل تمثل العلاقات بين الرجل والمرأة في ظل الأسرة النووية، نموذجًا يختلف عن نمط العلاقات السائدة في الأسرة التقليدية العائلية؟
- أم أن الأسرة الحضرية وبالرغم من تحولها إلى النمط النووي، مازالت تتمسك بصيغ العلاقات ذات الصبغة التقليدية، وإن كان ذلك على نطاق أضيق؟
- هل تتأثر هذه العلاقات بنوع الإقامة الأبوية -مع أهل الزوجة - الحرة ؟
- هل يؤثر خروج المرأة إلى ميدان العمل، وتمتعها بدخل اقتصادي مستقبل على نوعية هذه العلاقات؟

قبل الإجابة على هذه التساؤلات، يجب التنبيه إلى أن موضوع العلاقات في الأسرة الجزائرية -على أهميته - لا يزال نادر التداول من طرف الباحثين في حقل العلوم الاجتماعية عمومًا.

لقد أشرنا سابقا إلى أنه ينبغي على الباحث المهتم بدراسة العلاقات الاجتماعية القائمة بين مختلف الأطراف، وخاصة علاقات السلطة بين الزوج والزوجة، تحديد الآلات التي يتم في ضوئها فحص هذه العلاقات، لذلك سوف تكون مشاركة الزوجة في صنع القرار داخل الأسرة و قيامها بمهام الاتصالات الخارجية و تدخلات الأولياء في الشؤون التي تخص أسرا .هي الميادين التي نركز عليها.

### - مشاركة الزوجة في صنع القرار داخل الأسرة:

أظهرت الدراسة التي قام بها محمد ريزاني<sup>1</sup> إلى أن قسم هام من النساء المستجوبات خلال البحث، أبدین انطباعًا إيجابيًا بخصوص مشاركتهن في اتخاذ قرار أسرهن، ولكن مشاركتهن هذه ليست بالقدر نفسه في كل الحالات بل تتفاوت من مجال لآخر. إذ أكدت 10/7 من النساء المبحوثات أي حوالي 71.3 % ، أنهن يقررن مثل الرجل أو أكثر في القضايا التي

---

<sup>1</sup> Mohammed RABZANI, "La vie familiale des femmes algériennes salariées", Paris, L'harmattan, 1997, Coll : Histoire et perspectives méditerranéennes. p199

تمس تربية الأطفال .فيما أكدت 6/ 10 من المستجوبات أي% 60.7 ، أنهن يقررن مثل الرجل أو أكثر في مجال النفقات الكبرى .

أما بخصوص الخرجات والزيارات العائلية فقد بينت نفس الدراسة أن صنع القرار، يتضاءل بشكل ملحوظ في هذا المجال بالذات، 2/ 5 أي % 8.3 فقط من إجمالي النساء المبحوثات صرحن أنهن يقررن بشكل منفرد الخروج من المنزل، أي بدون طلب تصريح مسبق من الزوج كما بينت هذه الدراسة أن النساء الأجيرات تتمتعن بمشاركة أوسع مقارنة بنظيريات الغير أجيرات، في القرارات داخل أسرهن .ويصدق هذا أيضا على الماكثات بالبيت، اللاتي يتمثلن أدوارًا حديثة مقارنة بنظيران اللاتي لا تتمثلن مثل هذه الأدوار .

وهكذا يتبين أن مشاركة الزوجة زوجها، أو الانفراد بسلطة القرار داخل الأسرة، يظل مرتبطا بالشؤون والمهمات المترتبة، أي داخل الفضاء الخاص ولا يتعداه إلى الفضاء العام في أغلب الأحيان<sup>1</sup>

#### - قيام الزوجة بمهام الاتصالات الخارجية :

أي قيامها ببعض الأعمال اليومية مثل شراء الملابس للأطفال الصغار،قضاء شؤون الأسرة...إلخ ، و لقد أكدت نفس الدراسة، أن 51.1 % من النساء المستجوبات، صرحن أنهن يخرجن من المنزل لشراء الملابس لأطفالهن الصغار. % 79.1 يذهبن إلى المدرسة عندما يتم استدعاء أولياء التلاميذ، و%34.4 يخرجن لقضاء شؤون الأسرة، %23.8 أي أقل من الربع يترددن على الإدارات.

وبمقارنة النساء الأجيرات، بالنساء اللاتي لا يمارسن عملا اقتصاديا، والنساء الماكثات بالبيت) أي الغير أجيرات (اللاتي يمثّلن أدوارًا اجتماعية حديثة، بالأخريات اللاتي ليس لديهن هذه التمثلات، بين الباحث أن نسبة قيام الزوجة بمهام خارج المنزل تزداد عندما يكون لها عملا اقتصاديا، وتزداد كذلك مع وجود تمثيلات حول قيام المرأة هذه الأعمال، وهذا سواء تعلّق الأمر بشراء الملابس للأطفال أو الذهاب إلى المدرسة، أو حتى قضاء شؤون الأسرة والاتصال بالإدارة أيضا.

---

<sup>1</sup> C.BOUATIA," Attitudes et représentations des femmes algériennes concernant les rôles sociaux". Doctorat 3eme cycle, Paris X NANTERRE, 1986, P179

## - تدخلات أهل الزوج في شؤون أسرة الزوجة:

هل ما يزال أهل الزوج يمارسون تأثيرا في حياة أسرة الزوجة، أم العكس؟ بدأ هذا التأثير يضعف ويختفي رويدا رويدا؟ أظهرت الدراسة التي الخاصة بمؤشر مشاركة الزوجة في صنع القرار داخل الأسرة، وكذلك قيامها بمهام الاتصالات الخارجية أن تدخلات أهل الزوج في شؤون أسرة الزوجة، بدا ضعيفا بالنسبة للنساء العاملات الأجيرات ، وحتى بالنسبة للنساء الماكثات بالبيت، وتضعف هذه التدخلات خاصة عندما تسكن الزوجة في إقامة أو حرة.<sup>1</sup>

تسكن مع آبائها .ويعزي الباحث هذا الوضع الجديد، إلى الإيديولوجية الجديدة التي بدأت تسود في الأسرة الجزائرية، أي إيديولوجيا الاستقلالية الفردية<sup>2</sup> يتضح مما سبق أن العلاقات بين المرأة والرجل داخل الأسرة الجزائرية، أصبحت تسودها مشاركة أوسع للزوجة في الكثير من القرارات، ويميزها اضطلاع الزوجة بمهام خارج المنزل، واستقلالية أسرا عن الجماعة العائلية.

و لقد أصبحت الأسرة النووية واقعا وطموحا في آن واحد، في ظل التحولات الكبرى التي عرفها المجتمع الجزائري والتغيرات التي مست أدوار المرأة بالخصوص، جراء التعليم والعمل .ويستدعي تحول الأسرة من النمط الممتد إلى النمط النووي conjugale ، تحولا في نظام السلطة ومنظومة العلاقات من الأبوية إلى الزوجية وفي إطار العلاقات الجديدة تصبح المرأة تضطلع بالإضافة إلى أدوارها التقليدية بأدوار جديدة تكتسبها<sup>3</sup> وإذا كانت الأسرة النووية الزوجية تعتبر محصلة للتغيرات التي يشهدها المجتمع من التقليدية إلى

---

<sup>1</sup> RABZANI, Mohammed, "La vie familiale des femmes algériennes salariées", OP.cit p 210.

<sup>2</sup> مفهوم الاستقلالية" الفردية "مفهوما واسعا وقد يشمل مختلف الأبعاد المتعلقة لمدى تمكن الفرد من اختيار مواقفه وتحقيقها أنظر :جامعة الدول العربية، مسح انعكاسات هجرة الزوج على « بشكل حر ومستقل عن العوامل والمؤثرات الخارجية المختلفة .مكانة وأدوار الزوجة حالة مصر 1933 ، التقرير الرئيسي، القاهرة، دت، ص 24 منشورات الجامعة العربية، دت، ص24

<sup>3</sup> Fadéla HAIDER et Nadia ATTOU, " Mutations des structures familles et évolution du statut de : le femme en Algérie", Séminaire Femme et famille, Paris, CICRED, FNUAP, 1987.

الحدث، فإنها بدورها سوف تكون بمثابة محفز على التغيير، لأنها هي المسؤولة على تنشئة أطفالها اجتماعيا، وفق قيم ومعايير جديدة تتلاءم وطبيعة المجتمع الحديث.

## - العلاقات بين الكبار و الصغار:

أشرنا سابقا إلى أن البحوث والدراسات حول العلاقات الأسرية بين الجنسين، أو الزوجين المرأة والرجل، في ظل الأسرة الجزائرية المتحولة تعتبر من الأعمال القليلة بل النادرة، والشيء نفسه يمكن أن نؤكد هنا بخصوص موضوع العلاقات بين الكبار والشباب، وإن كانت ثمة هناك محاولات، فأكثرها حول بعض المشكلات التي تعاني منها فئة الشباب كالجنوح، الإدمان على المخدرات أو النواحي الصحية<sup>1</sup>.

ويعاني البحث في قضايا الشباب من عودة مشكلات منهجية أهمها تحديد السن التي تبدأ فترة الشباب والسن التي تنتهي ويرجع الاختلاف بين الباحثين حول هذا الموضوع " إلى اختلاف النقاط المرجعية أو المعايير التي يعتمد الباحثون المختلفون عليها في التحديد من جهة، وإلى اختلاف السياقات أو الظروف التي ترى منها الظاهرة من جهة أخرى"<sup>2</sup>

ورغم هذه الاختلافات، يطلق الباحثون عادة تسمية الشباب على من هم في المرحلة العمرية التي تمتد من بداية البلوغ إلى الزواج، وبالتالي هم يحصرها في الفترة المعبر عنها بالمراهقة، "أي الفترة التي يمر الشباب حتى يدخل في طور النضج الكامل وهو تعبير له مغزاه، إذ ينتقل الانطباع بما في هذه الفترة من المشقة ومكابدة للشباب"<sup>3</sup>.

وتعتبر فترة الشباب والمراهقة نتيجة من نتائج التغير الاجتماعي والتقسيم الجديد للعمل، الذي صاحب الانتقال من المجتمع الزراعي التقليدي إلى المجتمع الصناعي الحديث، إذ أصبح "إعداد الفرد ليكون عضواً كاملاً ومنتجا ويستطيع الاعتماد على نفسه، يحتاج لفترة أطول

---

<sup>1</sup> AMEP, " Démographie : Problèmes de la jeunesse et de l'enfance maghrébines", Alger, O.N.S, 1994, tomes 2 : Actes du 8ème Colloque de démographie Maghrébine, p 172 et- p544.

<sup>2</sup> Ministère de la santé et de la population et de la réforme hospitalière, Direction de la population, " jeunes et adolescents à travers les chiffre"s, Alger, 2003, P 6.

<sup>3</sup> محمود فهمي فتح الله ، لنثق في الشباب في الهيئة الدولية لصحة الأسرة Family Heath

International نشرة خاصة بالعربية نيويورك ص 4



وأطول من التعليم والتدريب"<sup>1</sup> وبالتالي ازدادت الفجوة بين النضج الجسماني للفرد وحاجاته، والنضج الاجتماعي وما يتطلبه من مسؤوليات وأعباء.

فمرحلة الشباب، هي مرحلة وسيطة بين حياة الطفولة التي يكون اعتماد الفرد فيها كلياً على أبويه، وحياة الكبار المستقلين بأنفسهم. وتتعج فترة الشباب بالكثير من المشكلات، كتلك المتعلقة بالدوافع الجنسية، والعلاقات بالجنس الآخر، هذا بالإضافة إلى الطبيعة النفسية الاجتماعية نحو التجديد والتغيير، مما يجعل هذه الفئة في تعارض وأحياناً في صراع دائم مع كبار السن المتمسكين بالقديم، حول كثير من المواضيع، من بينها آداب الزي واللباس، نوعية التعليم والوظيفة التي يريدها الأبناء، قضايا الزواج والسكن المستقبل عن السكن العائلي. وتعتبر هذه المواضيع أو القضايا، بمثابة مجالات يمكن أن نفحص من خلالها علاقات السلطة والصراع بين الآباء والأبناء.

### - تغير آداب الزي و اللباس لأفراد الأسرة :

يظهر جيل الشباب عادة تحت تأثير وسائل الإعلام نزعة إلى التقليديات " أي الاستعداد لتقليد عناصر ثقافية جديدة معينة دون المعرفة الواضحة لمدى نفع هذه العناصر الثقافية أو السمعية الاجتماعية لأصحابها." <sup>2</sup> ويتجسد هذا التقليد أو هذه التقليديات، خاصة في "تقليد الفنانين في اللباس والغناء، أو تقليد الأبطال الرياضيين في بعض نواحي حياتهم"<sup>3</sup> وتثير هذه التصرفات في غالب الأحيان، استغراب الآباء وعدم رضاهم ومعارضتهم، وهم الحريصون على التقيد بالحشمة في الزي واللباس ومظاهر السلوك. غير أنه في ظل تحولات القيم في الأسرة الجزائرية، أصبح جيل الشباب ذكوراً وإناثاً، يتمتع بحريات واسعة في اختيار نوع اللباس الذي يراه مناسباً، وأصبح الآباء يبدون مزيداً من التساهل بخصوص ارتداء أبنائهم لأصناف معينة من اللباس كانت إلى عهد قريب ممنوعة اجتماعي.

### - نوع المهنة و التعليم التي يريدها الأبناء :

يعتبر اختيار نوع التعليم والوظيفة الاقتصادية أو المهنة، من النقاط التي يختلف عادة حولها الآباء والأبناء. ففيما يميل الآباء إلى أن يختاروا لأبنائهم نوع التعليم، وبالتالي المهنة التي

<sup>1</sup> محمود فهمي فتح الله، نفس المرجع، ص 6

<sup>2</sup> السويدي، مفاهيم علم الاجتماع الثقافي و مصطلحاته، مرجع سابق، ص 166

<sup>3</sup> نفس المرجع، ص 166

سوف يشغلوا مستقبلاً، يميل الأبناء بدورهم إلى الانفراد بقرارات تخص حياتهم الدراسية، وتطلعاتهم المهنية، وفقاً لقدراتهم وميولهم الشخصية وتوقعاتهم المستقبلية.

لكن هذه الصورة تتجه نحو التغيير، نتيجة للتغيرات التي أحدثت في المجتمع، فصارت تدخل الآباء في شؤون تعليم الأبناء والوظائف التي سيستغلونها عندما ينهوا تعليمهم، يتجه نحو النقل جراً التطور الحاصل في الذهنيات من جهة، وتضائل فرص الاختيار أمام الأبناء في التعليم والعمل من جهة أخرى، إذ أصبح الولج إلى نوع من التعليم أو مهنة معينة، يخضع لضوابط مدروسة ومعايير ومواصفات يجب أن تتوفر في المترشح.

#### - دور الأب في حل القضايا داخل الأسرة :

يمثل الزواج وجل القضايا المرتبطة به، مجالاً آخر لعدم التوافق والصراع بين الآباء والأبناء، فالآباء يميلون في أغلب الأحيان إلى عدم الموافقة على الاختلاط بين الجنسين قبل الارتباط وخارج إطار الزواج، وتظهر معارضة الآباء أيضاً في موضوع اختيار شريك الحياة، "إذ تظهر الخلافات واضحة بين الآباء والأبناء حول (...) أسرة الزوج أو الزوجة اقتصادياً واجتماعياً وبعض مواصفات الزوجة كالتعليم، والتدين وغيرها<sup>1</sup>.

"وتظهر هذه الخلافات أيضاً حول الزواج المدني،<sup>2</sup> وحول طقوس ومراسيم الزواج. لكن إلى أي مدى يستطيع الآباء تحقيق سلطة المنع التي يمارسونها في هذه الآلات؟ لقد أصبحت المعاهد والجامعات وأماكن العمل، فضاءً واسعاً للاختلاط بين الجنسين، مما يسمح بتبادل الحديث والأفكار وأصبح شباب اليوم يؤمن بتجربة الحب قبل الزواج، والاختيار الحر للزوجة أو زوج المستقبل، وأمام تنامي هذه الاتجاهات، أصبحت القرارات المتعلقة بالزواج تتم بعد الحوار والأخذ والعطاء بين الأبناء والآباء.

وهنا ينبغي أن نشير إلى أن الاختلاط، وإن أصبح واقعا مشاهداً لكن بالرغم من ذلك نجد الشباب يعاني من صراع -إقدام إحجام- فمن جهة نشاطه الجنسي قد بلغ الدرجة القصوى، نظراً لما شاهده وسمعه عن الجنس، ومن جهة أخرى تتعاضد الموانع في وجهه وتتقاسم عن طريق التعاليم الدينية، والمعايير الاجتماعية والقيم الأخلاقية، والمراقبة الاجتماعية للأسرة

<sup>1</sup>حجازي مرجع سابق ، ص 147

<sup>2</sup>حليم بركات، المجتمع العربي في القرن العشرين، "بحث في تغير الأحوال والعلاقات"، بيروت، مركز الدراسات الوحدة العربية، 2000، ص 409

بصفة خاصة، والمجتمع بصفة عامة. الأمر الذي يؤدي بالشباب إلى حيرة في اختيار الدور الذي يلعبه في هذا الموضوع<sup>1</sup>.

ونظرا لتأثير التنشئة الاجتماعية الأسرية، وتفاعل الثقافتين التقليدية والحديثة في واقعه اليومي، لا يرفض الشباب كلية آراء الآباء المرتبطة بالزواج. يشكل السكن المستقل للأبناء بعد الزواج، بؤرة من بؤر الخلاف بين الآباء والأبناء، ففيما يطمح الأبناء بالسكن بعيدا عن أسرة الإنجاب، حتى تكون لهم الحرية الكافية في تسيير الميزانية الاقتصادية، وتربية الأبناء حسب ما يرغبون، وتقادي الدخول في علاقات التنافس والصراع مع الآباء والإخوة والأخوات، يرغب الأهل في أن يبقى الأبناء معهم في السكن، وفقا لتصورهم وتمثلاتهم حول ماهية الأسرة، وما ينبغي أن تكون عليه علاقة الأبناء والآباء، وكذلك رغباتهم وانتظاراتهم، فهم ينتظرون من أبنائهم الذكور أن يتزوجوا وينجبوا أطفالا يملئون البيت مرحا وحبورا .

غير أن السكن المستقل للأبناء بعد زواجهم، أصبح لا يشكل مشكلة في علاقة الآباء والأبناء، فمع اتساع حجم الأسرة، وضيق الفضاء السكني، صار كثير من الآباء يفضلون انفصال بعض أبنائهم عنهم، بل يشجعوهم على ذلك<sup>2</sup> كما أن مشكلة السكن المستقل عن أسرة الإنجاب لا يطرح بنفس الحدة بالنسبة لجميع الطبقات الاجتماعية، إذ يكون عادة الحرص أكبر في الطبقات الوسطى والطبقات العليا الثرية، على مكوث الأبناء مجتمعين في البيت العائلي، حتى يتمكنوا من تسيير ممتلكات العائلة ورعاية مصالحها ، هذا على عكس الطبقات الاجتماعية الدنيا. تناولتنا في هذا الفصل العلاقات الاجتماعية الأسرية بالتفصيل، ولقد تبين أنها بنية معقدة، فهي تخضع لطبيعة التنشئة الاجتماعية، التي تعتبر بمثابة إعادة الإنتاج الاجتماعي للأدوار الاجتماعية، والقوة والعلاقات بين ممثلي هذه الأدوار، و تخضع كذلك لنظام السلطة الذي يوزع النفوذ والقوة، وبالتالي يميز العلاقات الاجتماعية بين مختلف الأطراف داخل الأسرة.

---

<sup>1</sup> حماش ، الحسن ،"تأثير التربية الأسرية على الدور الاجتماعي للشباب "، رسالة الماجستير ، معهد علم النفس ، جامعة الجزائر ، سبتمبر ، 1993، ص79

<sup>2</sup> بهيج حسين ،" الموروثون في علاقات الأسرة، الحماية و علاقاتها مع الزوجة ابنها و مع زوج ابنتها"، في العربي العدد 411 فيفري، 1993، ص 09

إن تحول الثقافة الاجتماعية التقليدية في المجتمع الجزائري، جعل من العلاقات بين الرجل والمرأة، و بين الآباء والأبناء الكبار والشباب، تتميز بالانتقالية أو الازدواجية، أي توجد فيها عناصر تقليدية وأخرى حديثة، بحكم التغيرات التي حدثت في المجتمع الجزائري خروج المرأة /الزوجة إلى ميدان العمل، واستقلالها بأجر وظيفي، مكنها من المشاركة في الكثير من القرارات التي تخص أسرتها، وإن كانت هذه القرارات تبقى تخص بصفة عامة المجال الداخلي أي البيت، ولا تتعداه إلى المجال العمومي، كما كنها أيضا من القيام ببعض المهام خارج المنزل، وتقلصت تدخلات أهل الزوج في شئون أسرها<sup>1</sup>، كما أصبحت العلاقات بين الآباء والأبناء أكثر سماحة، إذ أصبح الشباب يتمتع بحرية أكبر في اختيار ما يرتدي من أزياء، وفي اختيار نوع التعليم والمهن والوظائف، وأصبح له حق المحاورة، والأخذ والعطاء فيما يخص اختيار شريك الحياة والزواج، وفي السكن مع الأهل أو الانفصال عنهم.

#### - السكن المستقل و دوره في تغيير الأدوار:

يشكل السكن المستقل للأبناء بعد الزواج، بؤرة من بؤر الخلاف بين الآباء والأبناء، ففيما يطمح الأبناء بالسكن بعيدا عن أسرة الإنجاب، حتى تكون لهم الحرية الكافية في تسيير الميزانية الاقتصادية، وتربية الأبناء حسب ما يرغبون، وتقادي الدخول في علاقات التنافس والصراع مع الآباء والإخوة والأخوات، يرغب الأهل في أن يبقى الأبناء معهم في السكن، وفقا لتصوراتهم وتمثلاتهم حول ماهية الأسرة، وما ينبغي أن تكون عليه علاقة الأبناء والآباء، وكذلك رغباتهم وانتظاراتهم، فهم ينتظرون من أبنائهم الذكور أن يتزوجوا وينجبوا أطفالا ويملئون البيت مرحا وحبورا.<sup>2</sup>

وتتحين الأم زواج أبنائها لكي تضطلع بأدوار جديدة في حياتهما، تمنحها إياها الثقافة الأبوية، هذه الأدوار تدور حول وضع المرأة كحماة، وتعتبر عن حريات وسلط مخولة من طرف الأعراف والعادات والتقاليد الاجتماعية، للأم التي تشغل هذا المركز أو الوضع الاجتماعي. وهذه السلط التي تمارسها أم الزوج أو الحماة على بنيتها وزوجاتهم، تشمل

<sup>1</sup> بهيج حسين، نفس المرجع ص 12

<sup>2</sup> نفس المرجع، نفس الصفحة

جميع ما يخصهم بدء بشؤون المطبخ، إلى شؤون الإنجاب.<sup>1</sup> كما يتوقع الآباء من أبنائهم أن يكونوا بقربهم، حتى يستفيدوا من رعايتهم وخدماتهم في حالة المرض أو العجز والشيخوخة غير أن السكن المستقل للأبناء بعد زواجهم، أصبح لا يشكل مشكلة في علاقة الآباء والأبناء، فمع اتساع حجم الأسرة، وضيق الفضاء السكني، صار كثير من الآباء يفضلون انفصال بعض أبنائهم عنهم، بل يشجعوهم على ذلك.<sup>2</sup>

كما أن مشكلة السكن المستقل عن أسرة الإنجاب لا يطرح بنفس الحدة بالنسبة لجميع الطبقات الاجتماعية، إذ يكون عادة الحرص أكبر في الطبقات الوسطى والطبقات العليا الثرية، على مكوث الأبناء مجتمعين في البيت العائلي، حتى يتمكنوا من تسيير ممتلكات العائلة ورعاية مصالحها، هذا على عكس الطبقات الاجتماعية الدنيا.

### المبحث الثاني /التحول في المجال التربوي :

لقد بدأ الإصلاح بصدر أمر 76-35 المؤرخ في 16 أفريل 1976 حيث انطلقت عملية تنظيم التربية والتكوين بالجزائر، وأدخلت إصلاحات على المنظومة لتتماشى و التحولات الاقتصادية والاجتماعية، كما كرس الطابع الإلزامي ومجانية التعليم، وتأمينه لمدة 9 سنوات، قد شرع في تعميم وتطبيق أحكام هذا الأمر ابتداء من السنة الدراسية 1980-1981 (المدرسة الأساسية). وقد عرفت المنظومة التربوية الجزائرية خلال فترة من 1990الي 2010 عدة تطورات في مختلف الأطوار التعليمية تمثلت في<sup>3</sup>:

#### أولا : تطور التعليم الابتدائي

شهد نظام التعليم الابتدائي خلال مرحلة الاستقلال توسعات معتبرا على كافة المستويات ذلك ما تبرزه البيانات المتعلقة بهذه المرحلة الأساسية في نظام التعليم .فقد تطور العدد الإجمالي للتلاميذ تطورا مهما حيث انتقل من 777632 تلميذ في أول سنة دراسية في عهد

---

<sup>1</sup> Camille Lacoste – du jardin, "des mères contre des femmes. Maternité et patriarcat au Maghreb", Paris, 1995p 53.

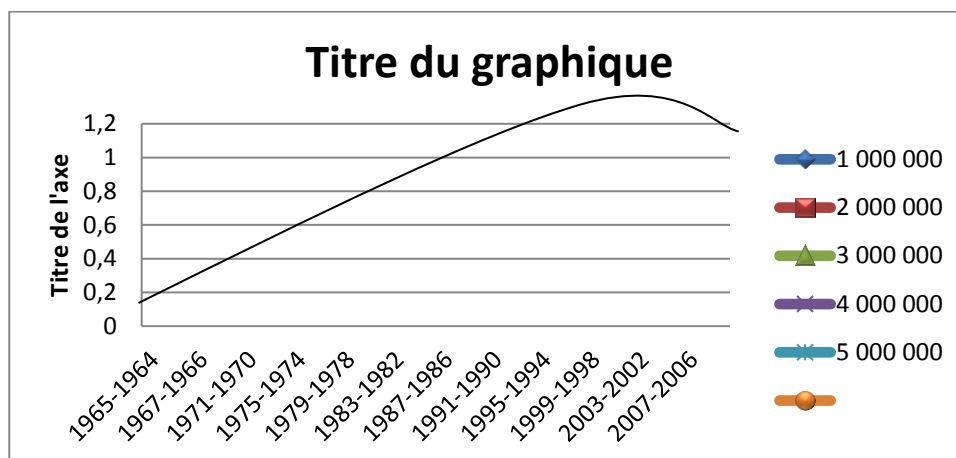
<sup>2</sup> بهيج حسين ، "الموروث في علاقات الاسرة ، : الحماة و علاقاتها مع زوجة ابنها و زوجة ابنتها"

، نفس المرجع ، ص 12

<sup>3</sup> بوطيبة ، فيصل ، "العائد من التعليم في الجزائر" ، ، شهادة الدكتوراه في الاقتصاد ، تلمسان ، 2010

ص 72 .

الاستقلال إلى ما يقارب الخمسة ملايين تلميذا في الموسم 1999 - 2000 ليتراجع نسبيا بعد ذلك في السنوات التالية كما هو مبين في الشكل التالي :



الشكل رقم 1: تطور عدد تلاميذ الابتدائي<sup>1</sup>

فقد تحسنت كثيرا معدلات القيد في هذه المرحلة إذ أنها انتقلت من 57.3 % سنة 1971 إلى 93.03 % سنة 2003 ومن حيث الجنس، بعدما كان معدل قيد الذكور 70.4 % سنة 1971 قفز سنة 2003 إلى 94.95 % و من 43.9 % إلى 91.03 % بالنسبة للإناث خلال نفس الفترة. وهو تطور مهم يؤشر على أمرين؛ أولهما توسع التعليم وثانيهما تقلص التفاوت ما بين الجنسين في الالتحاق بمقاعد الدراسة<sup>2</sup>.

بالنسبة للهيئة التدريسية، انتقل عدد المعلمين من 19908 معلم في أول دخول مدرسي إلى 171402 معلم في سنة 2006 ، ليتراجع لاحقا إلى 135744 معلم في سنة 2009.

وبشكل عام، فقد تضاعفت الميزانية المرسودة للتعليم من إجمالي ميزانية الدولة منذ بداية الاستقلال. فإذا ما اعتبرنا مثلا سنة الأساس) 1964 المؤشر 100 حيث كانت ميزانية التعليم 170800 ألف دج، أصبح المؤشر 82582 في سنة 2006 وهو تطور مهم على الرغم من تراجع نسبة الميزانية المخصصة للتعليم من إجمالي: الميزانية، إذ انخفضت من 25.92 % سنة 1965 إلى 5.93 % سنة 2006<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> وزارة التربية الوطنية

<sup>2</sup> فيصل بوطيبة ، " العائد من التعليم في الجزائر"، نفس المرجع ، ص 73

<sup>3</sup> فيصل بوطيبة ، نفس المرجع ، 74 .

## ثانيا : تطور التعليم المتوسط

يتطرق المبحث التالي في جزئه الأول إلى محطات الإصلاح التي عرفها التعليم المتوسط منذ بداية الاستقلال، وفي جزئه الثاني إلى تطور عدد التلاميذ، الأساتذة وما تعلق بهذه المرحلة. وبلغ عدد تلامذة التعليم المتوسط في أول سنة دراسية 30790 تلميذا ليصبح سنة 2009 قرابة 3.16 مليون تلميذا، أي أنه تضاعف بأكثر من مائة مرة خلال 47 سنة، كما تضاعف عدد البنات وارتفعت نسبتهن من إجمالي التلاميذ؛ فبعدما كان عددهن 8815 فقط سنة 1963 بنسبة 28.63 % انتقل العدد إلى 1538882 تلميذة بنسبة 48.73 % من إجمالي التلاميذ خلال الموسم 2008-2009.<sup>1</sup>

و موازاة مع تطور عدد التلاميذ في هذه المرحلة، تضاعف عدد المتوسطات عشرات المرات حيث انتقل من 364 متوسطة في أول موسم دراسي إلى 4272 ، متوسطة خلال الموسم 2007-2008 بالنسبة للفعالية الداخلية للتعليم المتوسط، شهدت نتائج شهادة التعليم المتوسط تحسنا مهما خلال العقدين المنصرمين، فقد كان المعدل المتوسط في بداية عقد التسعينيات في حدود 20 % ليتطور خلال سنة 2008 إلى أكثر من 50 % وهو تحسن معتبر.<sup>2</sup>

-وإذا كان أهم إصلاح في الابتدائي شرع فيه خلال الموسم 1980-1981 ومن قبله إصلاح التعليم العالي سنة 1971 ، فقد جاء إصلاح التعليم الثانوي متأخرا" إذ لم يشرع في تنصيبه وتطبيقه إلا بمناسبة الموسم الدراسي 1985-1986 أي السنة التي أنشئت - فيها جذوع مشتركة تفرعت إلى شعب عديدة. وبعد حذف الجذع المشترك الوحيد الذي كان يحتوي فقط على تقني رياضي وتقني صناعي، فأحدثت أيضا شعب تقنية كالمبيوكيمياء، الإعلام الآلي، الكيمياء الصناعية والزراعية والرعي".<sup>3</sup>

و لكن رغم ذلك فإن الإصلاحات كانت فيها عيوب -2008 حيث شهدت ظاهرة التسرب المدرسي ارتفاعا ملحوظ ، فمثلا خلال الموسم 2007 كان إجمالي التلاميذ المتسربين من الثانوي حوالي 156 ألف تلميذ من جملة المتسربين من التعليم قبل الجامعي المقدّر بنصف

<sup>1</sup> وزارة التربية الوطنية

<sup>2</sup> بوطيبة ، فيصل ، "العائد من التعليم في الجزائر"، نفس المرجع ، ص 82 .

<sup>3</sup> زرهوني الطاهر، "التعليم في الجزائر قبل وبعد الاستقلال"، موقع للنشر، الجزائر. ( 1993 ) . ص 96 .

مليون تقريبا خلال نفس السنة .وكانت نسبة المتسربين من الذكور زهاء 20 % مقارنة بت 14.5% تقريبا عند الإناث<sup>1</sup>:

و الجدول التالي يبين نسبة التسرب بين الاناث و الذكور في مرحلى التعليم الثانوي لسنة 2008.

#### الجدول(06)

يبين التسرب من التعليم الثانوي<sup>2</sup>

| المستويات       | المجموع |         | ذكور  |        | اناث  |        |
|-----------------|---------|---------|-------|--------|-------|--------|
|                 | %       | العدد   | %     | العدد  | %     | العدد  |
| الأولى          | 11,46   | 38922   | 16,01 | 23 516 | 7,99  | 15 406 |
| الثانية         | 10.7    | 20939   | 12,57 | 12 386 | 7,82  | 8 553  |
| الثالثة         | 22.5    | 96141   | 23,47 | 37 194 | 21,94 | 58 947 |
| المجموع         | 16      | 156 002 | 18,1  | 73 096 | 14,52 | 82 906 |
| الأطوار الثلاثة | 6.68    | 508 501 | 7,48  | 283    | 5,87  | 217    |

ثالثا: تطور التعليم العالي و قد مر ب المراحل التالية :

#### - مرحلة من 1970 إلى 1998:

وقد عرفت هذه المرحلة تضاعف عدد المؤسسات الجامعية التي تم تشييدها على مختلف مناطق الوطن قصد مواجهة الطلب المتزايد على التعليم العالي .

كما تم وضع الخريطة الجامعية سنة 1984 وكانت تهدف إلى تخطيط التعليم الجامعي حتى آفاق 2000 مستندة في ذلك على احتياجات الاقتصاد الوطني بقطاعاته المختلفة من جهة ومن جهة أخرى تحقيق التوازن بين التخصصات العلمية والتخصصات الإنسانية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> وزارة التربية الوطنية

<sup>2</sup> وزارة التربية الوطنية ،

<sup>3</sup> بن أعراب، عبد الكريم ،" التعليم العالي في عهد الرئيس هواري بومدين " ، اعمال ندوة بمناسبة تخرج الدفعة 17 ، جامعة الأمير عبد القادر ، قسنطينة 2004 ، ص 121-122 .



## - المرحلة الثانية من 1998 الي يومنا هذا :

الأهم في ذلك الإصلاح الشامل للجامعة الجزائرية المتمثل في إقحام النظام الجديد ليسانس ماستر دكتوراه ( LMD ) -بداية من الموسم 2004 -2005 أملا في مواكبة التطورات العالمية في مجال التعليم العالي من جهة وإيجاد حلول عملية لعيوب النظام الكلاسيكي من جهة أخرى .و لقد تم تعميم النظام بشكل تدريجي عبر جامعات الوطن ليشهد الموسم 2008-2009 تخرج أول دفعة من حملة شهادة الماستر و يشتمل النظام الجديد على ثلاث مراحل كما يلي<sup>1</sup>:

- ليسانس :ويتكون من وحدات تعليمية موزعة على ست سداسيات.
  - ماستر :يشتمل هذا الطور على وحدات موزعة على أربع سداسيات مفتوح.
  - دكتوراه :مكون من ست سداسيات ويهدف إلى :تعميق المعارف في تخصص محدد، تحسين المستوى عن طريق البحث ومن أجل البحث.
- بالنسبة لتطور عدد الطلبة في مرحلة التدرج، بعدما كان العدد الإجمالي 2725 طالبا فقط 1962 - 1963 تجاوز العدد سقف المليون طالب خلال الموسم - في الموسم 2008-2009 اي 1051600 طالب وبعدها كان عدد الطالبات 576 طالبة أصبح العدد 561857 طالبة في الموسم 2005 - 2006 .<sup>2</sup>
- أما بالنسبة لتعداد طلبة الدراسات العليا، فقد كان العدد الإجمالي 156 طالبا فقط في الموسم 1963 - 1964 منهم 34 طالبة وأصبح العدد 53580 طالبا خلال الموسم-2009 2008 من ضمنهم % 35 مسجلا في الدكتوراه .ويمثل وسط التسعينيات بداية التوسع الكبير في مرحلة ما بعد التدرج.<sup>3</sup>
- وقد أدى هذا التطور في تعداد الطلبة إلى تضاعف عدد المتخرجين الحاملين لمختلف الشهادات الجامعية .فعلى سبيل المثال كان العدد 759 متخرجا سنة 1970 ليصبح

---

<sup>1</sup> وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ،"إصلاح التعليم العالي"،جوان 2007 الرابط :

www.mesrs.dz

<sup>2</sup> مجلة الأبحاث الاقتصادية، دار الأبحاث للترجمة والنشر والتوزيع، الجزائر، العدد 12 جوان 2009 ،

ص42

<sup>3</sup> مجلة الأبحاث الاقتصادية، نفس المرجع ، نفس الصفحة

121905 متخرجاً في سنة 2007 منهم 74431 متخرجة موازاة مع هذا التطور الحاصل في تعداد الطلاب، تطور أيضا عدد المؤطرين من أساتذة جامعيين على مختلف رتبهم العلمية، فقد انتقل العدد الإجمالي من 697 سنة 1970 ليلبلغ 34266 أستاذا خلال الموسم 2008-2009 منهم 8522 أستاذ من الصف العالي و أستاذ محاضر وأستاذ التعليم العالي<sup>1</sup>.

لقد تبين من خلال ما تقدم مدى التطور الذي عرفه نظام التعليم في الجزائر خلال نصف القرن الماضي، حيث تنامي الطلب على التعليم تدريجيا من مرحلة الابتدائي حتى الجامعي و من جانب آخر، كان للتطورات الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية انعكاسات على صياغة السياسة التعليمية متمثلة في جملة الإصلاحات والتعديلات التي طالت شتى جوانب النظام التربوي .

وقد كان آخرها ما انبثق من قرارات عن لجنة إصلاح المنظومة التربوية التي انطلقت في مايو 2000 في إطار إستراتيجية شاملة للإصلاح مست كافة المراحل من الابتدائي إلى التعليم العالي .ويعتبر إحلال النظام الجديد LMD أبرز تلكم الإصلاحات التي عرفتھا الجامعة<sup>2</sup>.

### المبحث الثالث / التحول في المجال الاقتصادي

#### أولا / مرحلة الإصلاح الهيكلي 1990 إلى 1994:

إن برنامج الاستعداد الائتماني المعمق الأول من ( 1989 - 1991 ) حيث دخلت الجزائر في مفاوضات مع مؤسسات النقد الدولية للحصول على قروض ومساعدات فوقعت على إتفاقيتين، الأولى في 31 ماي 1989 ، والثانية في 03 جوان 1991 ، وكان الإتفاق يهدف إلى منح قروض ومساعدات من صندوق النقد الدولي والبنك العالمي، ضمن شروط نوجز أهم ما تعلق بالسياسة النقدية فيما يلي:

- مراقبة توسع الكتلة النقدية بالحد من التدفق النقدي ، وتقليص حجما الموازنة العامة.
- الحد من التضخم، وتخفيض قيمة الدينار.

<sup>1</sup> مجلة الأبحاث الاقتصادية ، نفس المرجع ، ص 42 .

<sup>2</sup> بوطيبة فيصل ، العائد من التعليم في الجزائر، نفس المرجع ،ص52

- تحرير التجارة الخارجية والسماح بتدفق رؤوس الأموال الأجنبية.
- إلغاء عجز الميزانية، وإصلاح المنظومة الضريبية والجمركية.
- وقد اتبعت السلطة النقدية في الجزائر إجراءات في إطار هذا البرنامج وهي<sup>1</sup>
  - جعل سعر صرف الدولار في حدود 21,5 دج ليصل في نهاية 1991 إلى 26 دج.
  - رفع معدل الخصم في أكتوبر 1991 من 10,5 % إلى 11,5 % سنة 1992 مع رفع المعدل المطبق على كشوف البنوك من 15 % إلى 20 % وتحديد سعر تدخل بنك الجزائر) البنك المركزي سابقا (عند مستوى السوق النقدي ب 17 % :وكانت تهدف هذه الإجراءات إلى جعل معدل الفائدة الحقيقي موجبا ، ومن ثم رفع تعبئة حجم المدخرات.
  - نمو الكتلة النقدية ب 21,3 % : عام 1991 بعدما كان معدل النمو في 1990 يقدر ب 11,3 % في حين تغير الناتج المحلي الإجمالي بمعدل 0,8 % وهو ما يبين وجود تباعد بين المؤشرات النقدية المؤشرات العينية، مما يفضي إلى وجود كتلة نقدية زائدة.
  - معدل التضخم سجل في 1989 ( 9,3 % ) ليرتفع سنة 1990 إلى ( 17,9 ) و ليصل في 1992 إلى أعلى مستوى له بمعدل ( 31,7 % ) وهو ما يؤكد التعامل بسعر فائدة حقيقي سالب.
  - استقرار في إرتفاع المديونية الخارجية، حيث قدرت ب 26,7 : مليار \$ في 1992 بعدما بلغت 1992 28,8 مليار \$ سنة 1990 ، أما نسبة خدمات الدين فقد انتقلت من 73,9 في 1991 إلى 76,5 سنة 1992.
  - كما أدت المديونية إلى إختلالات في التوازنات الإقتصادية الكلية.و لقد بلغت نسبة الدين 82.20% وهي نسبة مرتفعة جدا عن النسبة المعيارية المسموح بها في مدى قدرة الدولة الوفاء بالتزاماتها الدولية والمقدرة ب 25 % : إلى 30 % بالإضافة إلى ذلك بقاء أسعار

<sup>1</sup> بوعتروس، عبد الحق، "سياسات الإصلاح الاقتصادي في الجزائر : الإنجازات والتحديات"، الملثقي الدولي حول تأهيل المؤسسة الاقتصادية وتعظيم مكاسب الاندماج في الحركة الاقتصادية العالمية، سطيف 29-30 أكتوبر 2001

الفائدة سالبة ب - 12,5% ، كما قدر إحتياطي الصرف بالعملة الصعبة في نهاية 1993 بحوالي 1,5 مليار \$ وهو ما يمثل إحتياطي بالأشهر من الواردات السلعية 2,24 شهرا وهو لا يمثل هامش أمان لقدرة البنك المركزي لمواجهة الإلتزامات الخارجية للدولة، وأخيرا ظهرت المؤشرات الإجتماعية خطيرة خاصة عند معدل بطالة قارب 25 % من القوة العاملة 1,5 مليون عاطل في ظل معدل مرتفع للنمو السكاني قدر بأكثر من 3 % سنويا و. كان على السلطات الجزائرية مرغمة اللجوء مرة ثالثة إلى صندوق النقد الدولي والبنك العالمي لإبرام إتفاق في إطار برنامج الإنفاق الموسع<sup>1</sup>.

و من ثم فإن مفهوم التصحيح الهيكلي أوسع من الاستقرار، فإذا كان الاستقرار يهدف إلى ضغط الطلب في الأجل القصير، و خفض الميزانية العامة من خلال الضغط على النفقات العامة للدولة.

و خفض عجز ميزان الحساب التجاري، عن طريق ضغط الواردات، فإن التصحيح الهيكلي يهدف . بالإضافة إلى ما يهدف إليه الاستقرار على المدى القصير. إلى تحقيق نمو مستديم ، وزيادة إنتاجية الاقتصاد بما يسمح من زيادة قدرته التنافسية في السوق الدولية ، وذلك من خلال إحداث تغيير في البنيان الاقتصادي و إعادة تخصيص الموارد<sup>2</sup>.

و عليه فإن التصحيح الهيكلي يسعى إلى تحقيق هدف مزدوج ؛ تصحيح وضعية ميزان المدفوعات على المدى القصير من خلال الضغط على الطلب الكلي، و تصحيح بنية الإنتاج لأجل زيادة العرض الكلي و ذلك على المدى المتوسط و الطويل ومن خلال ما تقدم يمكن القول أن التصحيح الهيكلي يختلف عن الاستقرار من حيث أنه يتصف بما يلي :

- أنه يتم على المدى المتوسط و الطويل
- يقوم على ملائمة و تكييف العرض أكثر من قيامه على أساس خفض الطلب.
- أنه ينطوي على إعادة توزيع الموارد على مختلف القطاعات والفروع وتحسين طريقة استغلالها و تتميتها، بما يؤدي إلى إحداث آثار إيجابية على مستوى الاقتصاد الكلي، أهمها تحقيق معدلات نمو حسنة.

---

<sup>1</sup> هني، أحمد، " اقتصاد الجزائر المستقلة"، الديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991، ص 65

<sup>2</sup> نفس المرجع ، ص 88 .

- أنه يهدف إلى تحقيق هدف مزدوج ؛ تصحيح وضعية ميزان المدفوعات على المدى القصير و تصحيح بنية الإنتاج (الاقتصاد) على المدى المتوسط والطويل.

كما حاولت السلطات تعزيز جهودها لتصحيح الأوضاع الاقتصادية الكلية التي عرفت اختلالات كبيرة ، وعرفت هذه المرحلة أول اقتراب للجزائر من المؤسسات المالية الدولية، وتم التفاهم حول برنامجين بدعم من صندوق النقد الدولي يغطي الفترة 1989-1991 تعتمد الجزائر من خلالها على سياسة لإدارة الطلب أقل ما يقال عنها أنها كانت صارمة من خلال تخفيض قيمة العملة<sup>1</sup>.

وقد ساعدت سياسات الطلب الأكثر تشددا وما صاحبها من إجراءات لتحرير التجارة وتعديلات تسعير الصرف الاسمي على خفض القيمة الفعلية للعملة بنسبة 1991، زيادة على امتصاص السيولة الزائدة - . تزيد عن 60 % خلال 1988 وبفضل مزيج سياسات تحويل الإنفاق وخفضه مع تحسين أسعار البترول أدى إلى تحسن ميزان الحساب الجاري حيث، تحول من عجز بنسبة 3% من إجمالي الناتج المحلي سنة 1988 إلى فائض 6 % سنة 1991 ، ومن جهة أخرى فإن تطورات الحساب الرأسمالي كانت عكس ذلك ، حيث زادت قدرة الجزائر على التعاقد على قروض خارجية جديدة ، ومن ثم ارتفعت مدفوعات استهلاك الدين ارتفاعا كبيرا<sup>2</sup>.

خلال هذه الفترة لم تتمكن الجزائر من تنفيذ برنامج الإصلاح بمساعدة صندوق النقد الدولي خلال 1991 وذلك للأسباب التالية:

- قررت الجزائر رفض إعادة الجدولة مما حد من حجم التمويل الاستثنائي المتاح للبرنامج وكان هذا الرفض يستند إلى عدم الاعتراف بفشل السياسات الاقتصادية السابقة.
- الاعتماد على مقولة أن الجزائر بلد غير مثقل بالدين فهي تعاني من مجرد نقص في السيولة النقدية ، ومن ثم فإن أزمة المديونية أزمة ظرفية وليست هيكلية.
- الاعتماد على قانون استغلال المحروقات الذي يسمح للأجانب اقتناء مصالح في الجزائر وهو ما يسمح للجزائر بالحصول على موارد إضافية.

<sup>1</sup> قدي، عبد المجيد، "المدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية"- ديوان المطبوعات الجامعية،

الجزائر، 2003، ص 235

<sup>2</sup> نفس المرجع ، ص 236

- تقادي تعرض الاقتصاد الوطني للإختلالات من خلال الصدمات ، حيث رفضت .
- الجزائر مقولة صندوق النقد الدولي بخصوص تخفيض قيمة العملة، لم يتحقق جزء من التمويل الخارجي للمخطط العام 1991 الأمر الذي أدى إلى انكماش الواردات بنسبة تزيد عن 20 % من حيث قيمتها بالدولار ، مما أدى إلى هبوط الإنتاج خاصة في قطاع صناعات التحويلية والبناء وأهم الإجراءات المتخذة خلال هذه الفترة<sup>1</sup> :
- تقسيم المزارع الحكومية الكبيرة إلى تعاونيات 3500 مزرعة سنة 1987 .
- استقلالية المؤسسات العمومية سنة 1988 .
- قانون المنافسة والأسعار 1989 .
- شطب كمية كبيرة من الديون الأجنبية والمحلية على المؤسسات سنة 1990 .
- إصدار قانون النقد والقرض سنة 1990
- إدخال المرونة في سوق العمل في تحديد الأجور وفي علاقات العمل والترخيص بتسريح العمال بأسباب اقتصادية.
- ما يمكن قوله خلال هذه الفترة أن المنافع المتوقعة لعملية التحرير والاصطلاح لم تتحقق لأسباب كثيرة أهمها الإجراءات المتخذة لم تكن شاملة ، حيث كانت الإصلاحات جزئية، ولذلك فشلت في إدخال تحسن في عملية تخصيص الموارد ومن ثم وضع الاقتصاد الوطني على مسار النمو الاقتصادي الدائم، حيث أن إجمالي الناتج المحلي الحقيقي خارج المحروقات انخفض بنسبة 1.5 % في المتوسط خلال 1986-1991 .
- و في 1993 حلت فترة أخرى في مسار الإصلاح يمكن - خلال هذه الفترة 1992 تسميتها بفترة التردد والتراجع حيث طبع مسار الإصلاح بطابع التردد والارتخاء بخصوص السياسة الاقتصادية ، في الوقت الذي عادت الاختلالات الاقتصادية في الظهور من جديد ولذلك تباطأت خطى الإصلاح الاقتصادي نتيجة انخفاض قيمة العملة وزيادة الاختلالات رغم أن إستراتيجية البلاد كانت تهدف إلى الوفاء تماما بخدمة الدين الخارجي الذي وصل 30 % من حصيللة الصادرات زيادة على الاستهلاك الحكومي الذي زاد بنسبة 2 % من إجمالي الناتج المحلي<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> قدي عبد المجيد، "المدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية" نفس المرجع ص 337

<sup>2</sup> نفس المرجع، 338 .

كما أن الاستثمار الحكومي ارتفع إلى % 6 سنة 1994 ونتيجة لذلك هبطت نسبة الادخار إلى الاستثمار الحكومي بأكثر من % 10 من الناتج المحلي أما بالنسبة للإختلالات المالية فقد عرفت الميزانية العامة عجزا قدره % 10 سنة 1993 بسبب عدم تعديل سعر الصرف الذي قوض الإيرادات من الصادرات البترولية وكذا انتشار الدعم 1993، زيادة - الحكومي للسلع الاستهلاكية التي شكلت % 5 من الناتج سنة 1992 على تراجع السلطات قليلا عن سياسة التشدد المالي مما أثر على التطورات النقدية إن التناقض بين السياسات إدارة الطلب التوسعية والتردد في تعديل سعر الصرف إضافة إلى إستراتيجية الدين الخارجي كلها عوامل تؤدي إلى تجنب عملية إعادة الجدولة.

### ثانيا: مرحلة التثبيت الهيكلي من 1994 إلى 1995.

إن من أهم العوامل الذاتية التي فرضت على الجزائر تبني سياستي :التثبيت الإقتصادي، والتصحيح الهيكلي هي : طبيعة نظامها الإقتصادي الذي يتلخص في أنه إقتصاد ريعي<sup>1</sup> إن الأزمة الخائفة التي تفاقمت منذ عام 1986 عندما إنهار سعر البترول الخام البرانت ( بأكثر من نصف قيمته) من \$ 30 إلى أقل من \$ 15 للبرميل)، وأنهارت هكذا إيرادات الجزائر المالية من المحروقات من 12,270 مليار \$ إلى أقل من 7,26 مليار \$ أي نسبة % 43مع العلم أن وزن المحروقات في الميزان التجاري مرتفع، ويثقب بقوة سقف % 97 من قيمة الصادرات من السلع والخدمات.

ولقد انعكس هذا التدهور سلبا على التوازن العام لميزان الموارد الخارجية، الذي تضاعف عجزه عن تغطية المستحقات للخارج عن الواردات . وخدمات الدين من 1,270 مليار \$ سنة 1985 إلى 6,600 مليار \$ عام 1993 وهو ما أستوجب اللجوء السنوي المتكرر إلى الإقتراض الخارجي قصير الأمد لتمويل هذا العجز، وأدى حتما إلى تزايد المديونية الخارجية للبلاد، التي بلغت في هذا التاريخ الأخير حجم 26 مليار \$ ) مديونية اقتصادية فقط (منها 13,5 مليار \$ مديونية عامة أو خاصة مؤمنة من قبل الحكومات الخارجية، إن هذه المديونية وبالتالي فرضت على STAND BY قادت للمصادقة على إتفاقية الخضوع والتسليم الجزائر

<sup>1</sup> بلقاسم ، محمد ، بهلول حسن ، سياسة تخطيط التنمية و إعادة تنظيمها في الجزائر- الجزء الثاني،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، 1999، ص 156 .

السياسات المنبثقة من المذهب الليبرالي المتطرف) المدرسة النيوكلاسيكية الحالية أو ما يسمى بالمدرسة النقدية<sup>1</sup>

كما تستند برامج التشبث الهيكلي و الاقتصادي التي يصممها ويتابع تنفيذها صندوق النقد على النظرية النيوكلاسيكية لميزان المدفوعات من خلال مجموعة من FMI الدولي الإجراءات، التي ترمي إلى تحقيق الاستقرار الاقتصادي والذي يهدف إلى : معالجة العجز في الموازنة العامة وميزان المدفوعات من خلال تقليص الطلب الكلي والعمل على تحريك قوى السوق في اتجاه تعزيز الإنتاج المحلي الموجه للتصدير، وتعنى هذه البرامج بمشكلات الأجل القصير<sup>2</sup>.

كما تستند هذه البرامج و التي يتبناها أيضا البنك الدولي على النظرية النيوكلاسيكية في تخصيص الموارد وتوزيعها من خلال إجراءات ترمي إلى إطلاق عملية نمو إقتصادي مطرد على المدى الطويل، حيث تهدف إلى إعادة هيكلة الإقتصاد، وإخضاعه لقوى السوق من خلال تحرير التجارة الداخلية والخارجية من القيود المفروضة عليها وتقليص دور القطاع العام إلى أدنى حد ممكن لمصلحة القطاع الخاص، وتعد الأزمات التي تعانيها غالبية الدول النامية في العادة إنعكاسا لمشكلتين هما<sup>3</sup>:

- مشكلة إختلال داخلي تعود إلى سبب رئيس واحد هو التشوهات الكثيرة في آلية عمل الأسواق، وبشكل أكثر تحديدا إلى حجم القطاع العام الكبير وتدخل الدولة في السوق، وهذه وجهة نظر واضعي برامج الإصلاح والتصحيح.

- مشكلة اختلال خارجي تعود إلى مجموعة من العوامل الخارجية مثل الكساد الإقتصادي العالمي، وتدهور شروط التبادل التجاري، وارتفاع أسعار النفط وتغيرات في قيمة الدولار، ونمو في نزعة الحماية ، وهذه العوامل لا تعتمد على مؤسسات الإقراض الدولية. أما الصندوق المصرفي فقد اتخذ العديد من الإجراءات هما :

---

<sup>1</sup> خزار ، محمد وآخرون - الجزائر والعولمة ، "العولمة وتهميش دور الدولة" ، منشورات جامعة منتوري - قسنطينة ، الجزائر ، 2001 ، ص176

<sup>2</sup> الدعمة ، إبراهيم ، " التنمية البشرية والنمو الإقتصادي" ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، بيروت ، لبنان ، الطبعة الأولى ، 2002 ص70-71.

<sup>3</sup> نفس المرجع 73.



- الحد من توسع الكتلة النقدية بتخفيض حجمها من % 21 سنة 1993 إلى 14 سنة 1994 وبالتالي التحكم في التدفق النقدي عن طريق دفع أسعار الفائدة الإسمية إلى مستويات مرتفعة البحث عن أسعار فائدة حقيقية موجبة.
- تخفيض قيمة الدينار بنسبة % 40,17 في أبريل 1994 ، \$ 1 = 36 دج ، قصد تقليص الفوارق بين أسعار الصرف الرسمية وأسعار الصرف في السوق الموازية، تطبيقاً لنموذج التخفيض المرن لسعر الصرف<sup>1</sup>.
- تحقيق نمو مستقر ومقبول في الناتج المحلي الخام بنسبة % 3 سنة 1994 و % 6 سنة 1995 مع إحداث مناصب شغل لإمتصاص البطالة.
- تحرير معدلات الفائدة المدينة للبنوك، مع رفع معدلات الفائدة الدائنة على الإيداع، وبالتالي تحقيق أسعار فائدة حقيقية موجبة، لإحداث منافسة على مستوى تعبئة المدخرات.
- جعل مستوى تدخل البنك المركزي في السوق النقدي عند مستوى 20 %.
- تحقيق إستقرار مالي بتخفيض معدل التضخم إلى أقل من 10 %.

### ثالثاً: مرحلة التصحيح الهيكلي 1995 إلى 1999.

ان تطبيق برنامج التعديل الهيكلي الذي يهدف إلى تصليح الاختلالات الإقتصادية المختلفة و الذي دام مدة أربع سنوات ( 1994-1998 )، لم يعط سياسة تنموية دائمة، و نتج عنه بعض الآثار، نذكر منها: <sup>2</sup>

#### • للقطاع الصناعي

رغم أهميته فقد انخفض إنتاجه بنسبة 50 % بين سنتي 1989 و 1997، و سجلت أكبر نسبة بين سنتي 1994 و 1997 و بلغت حوالي 30 % مما أدى إلى تعطيل عدد كبير من الآلات الإنتاجية، و أصبحت هذه المؤسسات غير قادرة على تصليحها أو تجديدها بسبب تخلي الدولة على تمويلها، أما معدل نمو الإنتاج الصناعي فقد كان سلبياً في فترة التعديل الهيكلي بنسبة 1.4 % سنة 1995 و واصل التدهور حتى بلغ 8.7 % في السنة الموالية و

<sup>1</sup> Ministère des Finances, statistique 1993-1994 .

<sup>2</sup> مدني بن شهرة، "وصفة صندوق النقد الدولي من خلال برنامج التعديل الهيكلي"، مجلة الخلدونية في العلوم الإنسانية و الإجتماعية، جامعة ابن خلدون - تيارت، العدد التجريبي، جانفي 2005، نشر ابن خلدون، تلمسان، ص 27.

ذلك بسبب عدم تأقلم المؤسسات الصناعية مع البرنامج المطبق، و بدأت انعكاسات هذه الإجراءات تظهر مع مطلع 1997، حيث حقق القطاع الصناعي ما يعادل 80 % من أهدافه المسطرة خلالها<sup>1</sup>.

#### • الهيكلة المالية للمؤسسات:

فيهدف البرنامج من خلالها إلى رفع حماية الدولة للمؤسسات العمومية، فكان لزاما عليها التكيف و التأقلم مع المحيط الجديد الذي تميز بتحرير الأسعار و المنافسة...، فانتقل بذلك العجز المالي لهذه المؤسسات من 90 مليار دينار سنة 1995 إلى 113 مليار سنة 1996.<sup>2</sup> إن عجز ميزانية المؤسسات أثر بطريقة مباشرة على الإنتاج و التسيير، مما جعلها تستنجد بالبنوك الوطنية من أجل الاقتراض، إلا أن طلبها قوبل بالرفض نظرا لالتزامات الدولة اتجاه صندوق النقد الدولي القاضي بعدم زيادة القروض للمؤسسات العمومية، مما أثر سلبا على استمرارها فأعلنت إفلاسها، و من ثم توقفت عن الإنتاج"<sup>3</sup>.

أما حقيقة عجزها فهي، وجود إنتاج مخزن من سلع و مواد أولية لم تجد أسواقا لها بسبب المنافسة من القطاع الخاص المحلي و الأجنبي، وكذا نقص الطلب على المنتج لجودته الرديئة، و عدم مطابقته للمقاييس العالمية.

إن هذه الأسباب و غيرها، و ما نتج عن سياسة التعديل الهيكلي كانت حصيلته خلال الفترة 1994-1998، حل 815 مؤسسة، منها 83 % مؤسسات محلية عمومية، و 16 % مؤسسة عمومية اقتصادية.

#### • الخصخصة:

إن استعمال مصطلح الخصخصة ليس بالاستعمال الحديث ، حيث برز لأول مرة خلال كتاب الأستاذ الألماني لودفيج فون ميزس في سنة 1932 حيث اعتبرها " قائمة على أساس الاقتصاد الحر و عدم تدخل الحكومة في اقتصاديات السوق "<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> دعمة ، إبراهيم ، التنمية البشرية والنمو الإقتصادي؛ نفس المرجع ، ص 73

<sup>2</sup> مدني، بن شهرة ، نفس المرجع ص 30

<sup>3</sup> دعمة ، إبراهيم ، نفس المرجع ، ص 75

<sup>4</sup> التحويل من القطاع العام إلى القطاع الخاص - مجلة المجال - العدد 270 ، سبتمبر، 1993 ،

و نجد أن هذا المفهوم يأخذ بعدا اقتصاديا أساسه الاقتصاد الحر أو ما يعرف حديثا باقتصاد السوق، أما البعد الثاني فهو بعد تنظيمي يقوم على عدم تدخل الدولة في مسألة التسيير و تحديد نشاطات التنظيم.

الخصوصية قد تأخذ مفهوما آخر كما هو الحال للتعريف الذي قدمه حسين بن سعد حيث يرى أنها " نقل الإدارة أي تحويل إدارة المؤسسات إلى القطاع الخاص مع الحفاظ على ملكية وسائل الإنتاج أو نقلها مع لمسير خاص <sup>1</sup> " .

أما محفوز جبار ، فهو يذهب إلى إعطاء الخصوصية معنيين " الأول ضيق يعني إلغاء التأميم لمؤسسات الدولة ، و هذا ببيع رؤوس أموالها في صورة أسهم للمستثمرين الخواص ، و المعنى الثاني يتضمن تحديد دور الدولة في الحياة الاقتصادية و الإنقاص منه ، مع احتمال تخليها من الالتزام الكلي عن مسؤولياتها اتجاه المؤسسة العمومية <sup>2</sup> . و حسب ما جاء في التقرير المقدم في ملتقى عقد في جامعة باتنة حول " إعادة الهيكلة الصناعية و إجراءات الخصوصية " فالخصوصية هي " التحويل الجزئي أو الكلي للملكية أو مراقبة التسيير للمؤسسات العمومية إلى القطاع الخاص و هذا عن طريق بيع الأنشطة " <sup>3</sup> .

و هي تعني الإطار القانوني و التنظيمي الملائم لتنمية القطاع الخاص و قوانين السوق و القضاء على اختلال التوازن ، احتكار، تحرير التجارة الخارجية و إعادة النظر في النظام القائم بالنظر إلى هذا المفهوم ، نجد أن الخصوصية ترمي إلى القضاء على الأنظمة الانتهازية السابقة ، و حسب ما جاء بقلم عبد الرزاق موري فالخصوصية تعني " نقل الملكية القانونية للمؤسسات العمومية إلى القطاع الخاص <sup>4</sup> " ، و الشيء الذي أضافه عبد الرزاق موري هو الصفة القانونية لعملية الخصوصية و إعطائها بعدا قانونيا و تشريعيا.

---

<sup>1</sup> Hocine Benissad – Algérie , " **restructuration et réforme économique (1979-1993)** , O. P. U, Alger , 1994 ,p 168 .

<sup>2</sup> Mahffoud Djabbar – " **la privatisation des entreprises , rôle du marché financier** " – revue des science humaine de l' université du Batna – n° 05 –1996 – p 22

<sup>3</sup> La chambre de commerce et l'industrie , Aurès- Batna – " **La restructuration industrielle et le processus de privatisation** " – décembre –1997 – p 58

<sup>4</sup> Revue de mutation – N ° 10 – décembre – 1997 – p 22.

مست المؤسسات التي ليس لديها إمكانية الاستمرار كمؤسسة عمومية، سواء لظروفها السيئة، أو لاعتبارها غير استراتيجيه بالنسبة للدولة، أي لا تتعلق بمجال يمس سيادتها الخاصة، أو لا يمكن للقطاع الخاص أن يشتريها لعدم استجابتها لمتطلبات التنافس و الربحية، و قد أظهرت دراسات الخوصصة للمؤسسات المحلية غير المستقلة، أنه من بين 2715 نشاطا اقتصاديا تحققت 35 عملية خوصصة و تم حل 825 مؤسسة، منها 696 أصبحت ملكا للعمال على حساب 1323 مؤسسة عمومية محلية، أما المؤسسات العمومية

الاقتصادية فلم تتم خوصصتها و كان عددها آنذاك حوالي 350، ما عدا مؤسسة رياض سطيف فقد فتح رأسمالها للرأسمال الخاص"<sup>1</sup>.

من خلال المعطيات السابقة، يبدو أن العملية عرفت تأخرا كبيرا قد يعود إلى عدم اهتمام المتعاملين الخواص بهذه المؤسسات لعدم توفرها على ممتلكات مادية قابلة للتطور أو الاستثمار<sup>2</sup>.

أما بالنسبة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة فقد قدر عددها في سنة 1998 بحوالي 176650 مؤسسة، منها 50 % تنشط في قطاع الصناعة، 18 % في قطاع الخدمات و 24 % في قطاع البناء و الأشغال العمومية و الري، و قد تجاوزت مساهمتها في الإنتاج الوطني الخام حوالي 20 %. بالإضافة، فقد حظيت هذه المؤسسات بأداة جديدة لتعزيز تمويلها، و ذلك بالمصادقة على القانون المتعلق بشركة الرأسمال الاستثماري، و الذي يهدف حسب ما جاء عن الوزير المنتدب لدى وزير المالية المكلف بالإصلاح المالي كريم جودي إلى:<sup>3</sup>

- تطوير نشاط الرأسمال الاستثماري كمول إضافي و كبديل لتمويل النشاط الإقتصادي مقارنة بالتمويل البنكي.

- الاستجابة للحاجيات المالية للمؤسسات، لا سيما منها الصغيرة و المتوسطة في مختلف مراحلها.

كما أن هذا القانون، ينص على جملة من التسهيلات التي تسمح للمؤسسات بالحصول على الاختيارات:

---

<sup>1</sup> Benbitour Ahmed, " L'expérience algérienne de développement (1962-1991), Edition Dar Echrida, Algérie, 1992, 45

<sup>2</sup> عن مجلة مجلس الأمة في عددها السادس و العشرين، ماي - جوان 2006، ص 06

<sup>3</sup> عن مجلة مجلس الأمة في عددها السادس و العشرين، ماي، ص 06 نفس المرجع ، نفس الصفحة .

- تعزيز الأموال الخاصة للمؤسسات الصغيرة، و الصناعات الصغيرة و المتوسطة، و زيادة قدرتها على الاستدانة.

- تقديم المساعدة و الاستثمار، و اعتماد طريقة تمويل مكملة للتمويل عن طريق المدخرات.

- التكلفة التي تتحملها المؤسسة المستثمرة أقل نسبيا بالمقارنة مع التمويل.

هذا و تسعى الجزائر جاهدة إلى تحقيق نتائج إيجابية من خلال الاندماج في الاقتصاد الدولي، حتى تتمكن من وقف ذلك التدهور الذي طال اقتصادها في التسعينات، و استعاد توازناته الكبرى التي تدعمت بواسطة مخطط دعم الإنعاش الإقتصادي الذي انطلق في جويلية من سنة 2001 إلى سنة 2004. فحتى يكون للإصلاحات معنى و يصبح للاندماج الإقتصادي مغزى، و يكون للشراكة التي تبحث عنها البلاد فائدة على الصعيدين الإقتصادي و الاجتماعي، لا بد من رفع قدرات الإنتاج التصديرية خارج قطاع المحروقات<sup>1</sup>.

وتعتبر الخصوصية كخيار أفرزتها سياسات وشروط صندوق النقد الدولي ضمن برنامج التعديل الهيكلي، الذي يؤكد على ضرورة الخصوصية، وما كان على الدولة الجزائرية إلا أن تجسد أفكار الخصوصية، والتوجه أكثر نحو إقتصاد السوق على قدم وساق، فعمدت إلى سن العديد من القوانين والتشريعات، التي تفضي إلى تشجيع أكثر للقطاع الخاص والتخلص من المؤسسات العمومية الإقتصادية العاجزة، بالطرق التي حددها أيضا التشريع ويراها مناسبة حيث يرى " أن هدف الجزائر من وراء الخصوصية كان بدافع إصلاح الوضع المتدني للمؤسسات العمومية الإقتصادية، وهذا نظرا لفشل الإصلاحات الهيكلية في سنوات الثمانينات، وتعويضها بمؤسسات خاصة، قوية، قادرة على مجابهة مقتضيات إقتصاد السوق والمنافسة، لقد كان هذا من منطلق تحقيق الفعالية الإقتصادية وعصرنه الإقتصاد الوطني"<sup>2</sup>.

إن الخصوصية في الجزائر جلبت كذلك، تلك النتائج السلبية، التي عرفها الوضع الاجتماعي الذي أصاب معظم شرائح المجتمع الجزائري، على حساب تراجع دور الدولة ( الدولة الحامية ) و استرجاعها لجزء أو كل تلك الإستثمارات الخاسرة.

ولقد لقيت الخصوصية عراقيل مختلفة، منها المعارضة واللا أمن، مما قد يحملنا بالقول بأنها في بداية مشوارها في إنتظار ما سيحمله المستقبل.

<sup>1</sup> محمد بلقاسم بهلول، نفس المرجع، 1999، 5

<sup>2</sup> نفس المرجع ص6.

ومن منطلق عدم القدرة على تحقيق التنمية الاقتصادية بمعزل عن العالم في إطار العولمة ، و كذا سياسة التكتلات الاقتصادية و إرساء سبل التعاون ، فقد باشرت الجزائر في سياسة جديدة كنفها التعاون والشراكة ، إذ يعتبر الاتحاد الأوروبي قطبا إقتصاديا قويا، ومع توفر عوامل مساعدة على التعاون خاصة وأنه يطل على البحر الأبيض المتوسط .

" فقد قررت الجزائر إقامة إتفاق شراكة مع هذا القطب الإقتصادي الهام ، وتم بالفعل إبرام إتفاق الشراكة عام 2001 ، والذي يمس معظم الجوانب الاقتصادية والمالية ، منها حرية تنقل البضائع من مواد صناعية و زراعية ، وكذا الخدمات و قضايا النقل ، الجبائية ، الإستثمار ، وحركة تنقل رؤس الأموال " <sup>1</sup> .

" هذا الإتفاق الذي ستجرب عنه عدة نتائج منها ما هو إيجابي وتتمثل في الإمتيازات والإعفاءات الجمركية ودعم المؤسسات الصناعية والقطاع الفلاحي من الناحيتين المالية و الفنية ، ومن جهة أخرى هذا الإتفاق يحمل في طياته سلبيات تتمثل في الإنفتاح الكلي على الأسواق وإلغاء الحواجز ، كما أن المؤسسات الصناعية الجزائرية ليس بمقدورها منافسة جودة المنتج الأجنبي ، وتجدر الإشارة إلى أن فتح منطقة للتبادل الحر تعني زيادة الإستيراد على حساب تصدير ضئيل للسلع خاصة وأن الإتفاق يحتسب قاعدة المعايير والمقاييس العالمية" <sup>2</sup> .

### عناصر التصحيح الهيكلي:

إذا كان التصحيح الهيكلي يمثل مجموعة من السياسات الاقتصادية التي تهدف إلى تحقيق التوازن المالي في العرض و الطلب الكليين و التي يتولى إعدادها وتمويلها صندوق النقد

الدولي و البنك العالمي فإن إجراءاته تتركز على العناصر التالية<sup>3</sup> :

- إعادة التوازن في المالية العامة من خلال رفع الموارد العمومية، والعمل على زيادة نسب الضرائب و توسيع القاعدة الضريبية، أو خلق أنواع أخرى من الرسوم مثل الرسم على الثروة. و من جهة النفقات العمومية عن طريق التخفيض من برنامج الاستثمار العمومي، و نفقات

<sup>1</sup> محمد بلقاسم بهلول ، نفس المرجع ص 30

<sup>2</sup> نفس المرجع ص 45

<sup>3</sup> Benissad Hocine, "Algérie : Restructurations et Réformes Economiques (1979-1993)", Office des Publications Universitaires, Algérie, 1994, p.140.

التسيير، وتحسين نوعية الخدمات، ورفع فعالية و كفاءة الإنفاق العمومي بالتعاون مع البنك الدولي عادة.

- تعديل القطاع العمومي و الخصوصية بمختلف أنواعها، والقضاء على حالات الاحتكار و توسيع القطاع الخاص و التنافس.

- مراجعة سياسة الصرف من خلال إعادة تقييم العملة الوطنية بتخفيضها، من أجل تقييم جيد للأسعار على أساس الأسعار الدولية

- مراقبة الكتلة النقدية عن طريق إعادة تقييم سعر إعادة الخصم، وجعل معدلات الفائدة موجبة، بهدف خفض القرض الاقتصادي وتحفيز الادخار.

- تحرير المبادلات التجارية بتحرير التجارة الخارجية، و يتم ذلك بتخفيض الحقوق الجمركية، و إلغاء الحواجز الغير جمركية.<sup>1</sup>

- أسباب تنامي المديونية في الخارج: توجد عوامل داخلية و عوامل خارجية ، ساهمت في حدوث أزمة المديونية:

يمكن حصر أهم العوامل الداخلية التي ساهمت في حدوث أزمة المديونية الخارجية فيما يلي:

- ضخامة الاستثمارات التي تم تنفيذها خلال فترة السبعينات بالخصوص، و يتجلى ذلك في الخطط التنموية الطموحة التي تم تنفيذها في إطار إستراتيجية التنمية.

- عدم إتباع سياسة سليمة في الاقتراض الخارجي نظرا لسهولة الحصول على القروض الخارجية في فترة السبعينات، حيث لم تكن هناك أية إستراتيجية لتسيير قضية القروض الخارجية، وعدم وجود معالم سياسة سليمة للاقتراض الأجنبي.<sup>2</sup>

وفي الأخير تبدو في ظل الإصلاح محاور السياسة الاقتصادية غير متماسكة وتظهر التحديات و الانشغالات القطاعية أكثر إبعادا وأكثر حدة، وهو ما يطرح محدودية برامج الإصلاح على مستوى هذه القطاعات الواعدة بالنمو، ورغم جهود الإصلاح وتكاليف ذلك إلا أن الإقتصاد لم يستقد منها مقارنة بهذه التكاليف، وما يزال الإقتصاد الجزائري تحت

<sup>1</sup> OP Cite , p 141 .

<sup>2</sup> Op cite , p 142.

رحمة ورهانات خارجية أثرت على ماضيه وستحدد مستقبله القريب، أما من حيث النمو الاقتصادي فقد أدى الإصلاح إلى النمو في حالة الجزائر<sup>1</sup>.

فبعد معدلات النمو السلبية قبل الإصلاح فقد تمكنت الجزائر بفضل هذه الإصلاحات من تحقيق معدلات نمو ايجابية ومتواصلة باستثناء سنة 1995 ، وقد استدام هذا النمو حتى نهاية برنامج الجيل الأول سنة 1998 حيث وصل إلى 3.8% 1998 فيصل إلى % 1.4، وإن كان هذا / أما معدل النمو في الجزائر خلال 1962 النمو غير كافي ولا يسمح بالقضاء على المخلفات السلبية لعملية الإصلاح من حيث ارتفاع البطالة وانتشار الفقر، زيادة على أن هذا التطور حدث في الوقت الذي عرفت فيه القطاعات الرئيسية الواعدة بالنمو ضعف كبير مثل القطاع الصناعي والزراعي وقطاع الخدمات.<sup>2</sup>

وعلى الرغم من كل ما ذكرناه إلا أن الاقتصاد الجزائري عرف أداء لا بأس به في ظل مرحلة الإصلاحات وكانت آثاره واضحة على إطار الاقتصاد الكلي والتوازنات المالية وخاصة النمو الاقتصادي .

إن الوضعية الحالية التي يعرفها الاقتصاد الجزائري تتطلب حولا محدودة بواسطة قدرات لم تستغل بعد ولذلك تبدو آفاق الاقتصاد الوطني في ضوء النتائج السابقة واعدة وتتطلب:

- استغلال طاقة الإنتاج وتقليص ضياع هذه الطاقة وخاصة في القطاع الصناعي والزراعي.

- تثمين المحروقات.
- تخفيف آثار التعديل الهيكلي على مستوى الفئات الفقيرة والمحرومة (الشغل - السكن.
- إقامة أجهزة أخرى لتدعيم الإنعاش الوطني والإستثمار العام والخاص الوطني والدولي.
- ضرورة ترقية أشكال المختلفة للمؤسسات والمقاولات الصغرى وكذا النشاطات التي يجب ترقيةها إلى مؤسسات.

<sup>1</sup> المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي "تقارير مختلفة 1996 1997/ 1998

<sup>2</sup> نفس المرجع ،



## رابعاً مرحلة الانتعاش الاقتصادي و النمو من 2001 إلى 2010

### ➤ المرحلة الأولى 2001 إلى 2004

عندما بدأت الجزائر المستقلة بصياغة توجهاتها الإنمائية أرادت أن تجعل مطلقاتها لتنمية والتخطيط ذات إطار شمولي، يستهدف تطوير الحياة الاقتصادية و الاجتماعية معا. إن برنامج الإنعاش الاقتصادي الذي يمتد من 2001 إلى غاية 2004 و يتمحور حول الأنشطة الموجهة لدعم المؤسسات و الأنشطة الإنتاجية الفلاحية ، كما خصص لتعزيز المصلحة العامة في ميدان الري ، النقل ، تحسين المستوى المعيشي وتنمية الموارد البشرية و ذلك من أجل تحقيق التنمية المحلية .

يعتبر هذا البرنامج كاداة مرافقة الإصلاحات الهيكلية التي التزمت بها بلادنا قصد إنشأ محيط ملائم لاندماجه في الاقتصاد العالمي ، حيث تميز بإنعاش مكثف للتنمية الاقتصادية، وتجسد ذلك في انجازات عديدة نذكر منها ما يلي :

#### دعم النشاطات الإنتاجية<sup>1</sup>

أ- الفلاحة: يندرج هذا البرنامج في إطار المخطط الوطني للتنمية الفلاحية (PNDA) ويتمحور حول البرامج المرتبطة ب :

- تكثيف الإنتاج الفلاحي خاصة الموارد الواسعة الاستهلاك وترقية الصادرات من المنتجات الفلاحية .

- إعادة تحويل أنظمة الإنتاج للتكفل أحسن بظاهرة الجفاف في إطار إجراء خاص.

- حماية الأحواض المنحدرة و المصببات وتوسيع مناصب الشغل الريفي. النظام البيئي الرعوي وتحسين نوعية العلف ؛

- مكافحة الفقر والتهميش، لاسيما عن طريق مشاريع تجريبية للتنمية الجماعية ومعالجة ديون الفلاحين ، وقد قدرت تكلفة هذا البرنامج ب 65 مليار دج.

#### ب الصيد و الموارد المائية<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> عزت محمد ، إبراهيم ، عبد الكريم ربه ، محمد ، اقتصاديات الموارد ، دار المعرفة الجامعية ، 2000 ، ص 294

<sup>2</sup> عزت محمد ، إبراهيم ، نفس المرجع ص 295

بالرغم من طاقته، فإن هذا القطاع لا يحظى بالعناية المستحقة له. نظرا لطول الساحل الجزائري، يمكن القول أن الصيد مصدر ثروة لم يستغل بكفاية.

إن البرنامج يتضمن أساسا في أول ( وهلة البناء، تصليح وصيانة البحرية... إلخ) وأخرا (التكيف، التقييم، البريد والنقل... إلخ) و الأنشطة الإنتاجية على وجه الخصوص: تخصيص الموارد للصندوق الوطني المساعد في الصيد التقليدي البحري، (FNAPAA) الوسيلة المفضلة لتشغيل وتنفيذ البرامج<sup>1</sup>؛

إنشأ مؤسسة للقرض من أجل الصيد وتربية المائيات بفتح فرع لدى صندوق التعاون الفلاحي (CNMA) الذي يتمتع بشبكة لصناديق الواقعة على مستوى مراكز الصيد وتربية المائية ؛

- إدخال الإجراءات الجبائية، و شبه جبائية، جمركية رامية الى دعم نشاط المتعاملين،  
- معالجة ديون المهنيين المتعاقدين من طرف المستفيدين من مشاريع CEE و FIDA المبلغ الإجمالي لتمويل هذا البرنامج يقدر ب 9,5 مليار دج.

## التنمية المحلية و البشرية :

### أ- التنمية المحلية<sup>2</sup> :

إن البرنامج المقترح يحدد نشاط الدولة في التكفل بالانشغالات المحلية على عدة مستويات، التدخل فيما يخص التحسين النوعي والمستدام للإطار المعيشي للمواطنين.  
- إن البرنامج يتضمن انجاز مخططات بلدية (PCD) موجهة أغليبتها لتشجيع التنمية و التوزيع التوازني للتجهيزات والأنشطة على كل التراب الوطني  
- إن المشاريع المرتبطة بالطرق الولائية والبلدية - و تطهير الماء و المحيط ، وكذلك الخاصة بإنجاز البنى التحتية للاتصال تشجع كلها على استقرار ورجوع السكان، ولاسيما منها المناطق التي مسها الإرهاب.

<sup>1</sup> نفس المرجع ص 296

<sup>2</sup> - حروفش سهام وآخرون، الإطار النظري للتنمية الشاملة و المستدامة ومؤشرات قياسها، مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي للتنمية المستدامة و الكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة ، جامعة سطيف ، 07/08 افريل 2008، ص 07 .

- يستجيب هذا البرنامج لحاجات ملموسة، معبر عنها بمشاريع رامية الى تنمية مستدامة على صعيد المجموعات الإقليمية .

#### ب - التشغيل و التنمية الاجتماعية:

إن البرنامج المقترح بالنسبة لهاته الفترة في ميدان الشغل و الحماية الاجتماعية يتطلب غلاف مالي يقدر بـ 16 مليار دج. فهو يخص برامج الأشغال ذات الكثافة العالية لليد العاملة (TUP - HUMO) والمتعلقة بالولايات المحرومة .

إن هذه البرنامج من شأنها أن تسمح بعرض إضافي لـ 70.000 منصب شغل دائمين لتلك الفترة ، أما عن النشاط الاجتماعي، يتعلق الأمر بنشاطات التضامن اتجاه السكان الأكثر ضعفا وإعادة الاعتبار للمؤسسات المتخصصة واكتساب 500 حافلة نقل مدرسي للبلديات المحرومة 0,7 وأخيرا 3 ملايين دج ترمي إلي تأطير سوق العمل<sup>1</sup>

#### تعزيز الخدمات العامة وتحسين إطار المعيشي :

في إطار الأشغال الكبرى للتجهيز و التهيئة العمرانية قدر الغلاف المالي بـ 210,5 مليار دج هذا البرنامج يشكل من ثلاثة جوانب :التجهيزات الهيكلية لل عمران ، إعادة إحياء الفضاءات الريفية في الجبال ، الهضاب العليا و الواحات والسكن و العمران .

#### أ- التجهيزات الهيكلية لل عمران:

تهدف إلي تحسين إطار معيشة حياة سكان المراكز الحضرية الكبرى حيث يتمركز الفقر و العزلة .تم تقدير هذا البرنامج بـ 142,9 مليار دج. يتوزع على الشكل التالي:

البنى التحتية للموارد المائية 31,3 .....مليار دج؛

البنى التحتية للسكك الحديدية 54,6 .....مليار دج؛

الأشغال المومية 45,3 .....مليار دج؛<sup>2</sup>

#### ب - تأمين الموانئ و المطارات والطرق :

---

<sup>1</sup>حرفوش سهام و آخرون ،"الإطار النظري لتنمية شاملة مستدامة ومؤشرات قياسها"، نفس المرجع ،

يهدف هذا البرنامج الي تعزيز الأمن عبر نقاط دخول الموانئ والمطارات والطرق بواسطة وسائل الكشف والمراقبة قصد حماية الاقتصاد الوطني من الغش والمساس بكل أنواعه حيث قدرت تكلفته بـ 1,7 مليار دج؛

#### ج- الاتصالات :

مشروع حظيرة تكنولوجية للمدينة الجديدة لسيدي عبد الله. وتكلفة هذا المشروع تقدر بـ 10 ملايين دج؛

#### د- إحياء الفضاءات الريفية بالجبال ، الهضاب العليا و الواحات :

إن هذا البرنامج ينص على حماية الفضاءات الساحلية على طول الخط الساحلي و المحافظة على مستوى مناطق الهضاب العليا والجنوب، وإعطاء نفس جديد للأحياء المحرومة على مستوى المراكز الحضرية. سيسمح هذا البرنامج بتحسين ملحوظ في حياة السكان المعنيين ، سيكون السبب في خلق مناصب الشغل. هذا البرنامج يتوزع على الشكل التالي <sup>1</sup>:

|        |                        |                     |
|--------|------------------------|---------------------|
| المحيط | 6,1                    | .....مليار دج؛      |
| الطاقة | 16,8                   | .....مليار دج؛      |
| الفلحة | حماية الأحواض المنحدرة | 9,1 .....(مليار دج؛ |
| السكن  | 35,6                   | .....مليار دج.      |

#### تنمية الموارد البشرية :

تقدر تكلفة البرنامج بـ 90,3 مليار دج .تم اختيار المشاريع وفقا لانعكاسها المباشر على حاجيات السكان ، وكذلك تقييم الإمكانيات و القدرات الموجودة (منشآت الصحة و التربية ) كما احتفظ أيضا بالبرامج التي تقدر الإمكانيات العلمية و التقنية والتي تقلص من ضغط تدفق الطلبة عند الدخول الجامعي. يتوزع هذا البرنامج على الشكل التالي <sup>2</sup>:

---

<sup>1</sup> غنيم، عثمان، أبو زنت، محمد ماجدة احمد ، " التنمية المستدامة ، فلسفتها وأساليب تخطيطها

وأدوات قياسها"، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، الاردن، 2007، ص 40

<sup>2</sup> زرنوخ ياسمين، " اشكالية التنمية المستدامة في الجزائر " ، دراسة تقييمية، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر ، 2006، ص 183

- التربية الوطنية 27مليار دج؛ التكوين المهني 9,5مليار دج؛ التعليم العالي 18,9 مليار دج؛ البحث العلمي 12,38مليار دج؛ الصحة و السكان 14,7مليار دج؛ شباب ورياضة 04 ملايين دج؛ الثقافة والاتصال 2,3مليار دج الشؤون الدينية 1,5مليار دج.

إن تطبيق برنامج الإنعاش الاقتصادي قد يتطلب تجنيد موارد هامة، ومن أجل إنجازها وبأقل تكلفة والحصول على نتائج مرضية، وجب تطبيق مجموعة من التعديلات المؤسسة والهيكلية التي سوف تسمح بإنشاء محيط يسهل تطبيق قوى السوق بصفة فعالة، وفي هذا الإطار تم اتخاذ مجموعة من التدابير الجبائية والأحكام المالية والتي يمكن تلخيصها في الجدول التالي:

### جدول رقم : (07)

السياسات المصاحبة لبرنامج الإنعاش الاقتصادي 2001-2004<sup>1</sup>

| المجموع | 2004 | 2003 | 2002  | 2001 | القطاعات                               |
|---------|------|------|-------|------|----------------------------------------|
| 20      | 9.8  | 7.5  | 2.5   | 0,2  | عصرنة إدارة الضرائب                    |
| 22.5    | 5    | 5    | 7     | 5,5  | صندوق المساهمة والشراكة                |
| 2       | 0.4  | 0.5  | 0.8   | 0,3  | تهيئة المناطق الصناعية                 |
| 2       | -    | 0.7  | 1     | 0.3  | صندوق ترقية المنافسة الصناعية          |
| 0.08    | -    | -    | 0.05  | 0,03 | نموذج التنبؤ على المدى المتوسط والطويل |
| 46.58   | 15.2 | 13.7 | 11.35 | 6,33 | المجموع                                |

يتبين لنا من الجدول أعلاه، من أجل الوصول إلى الأهداف المسطرة في البرامج، ثمة عدة تغييرات وجب التطرق إليها لجعل المحيط الاقتصادي يتواءم مع الاقتصاد العالمي، من أجل ذلك قامت الحكومة بتبني مجموعة من السياسات المصاحبة لبرنامج دعم الإنعاش الاقتصادي أي تخصيص موارد مالية التي ترمي إلى تشجيع الاستثمار وتحسين عمل المؤسسة والإسراع في إجراءات الشراكة وفتح رأس المال، بالإضافة إلى التحضير للانضمام لمنظمة العالمية للتجارة والشراكة مع الاتحاد الأوروبي.<sup>2</sup>

### • نتائج برنامج الإنعاش الاقتصادي 2001-2004 :

<sup>1</sup> نفس المرجع ص 184 .

<sup>2</sup> زرنوخ ياسمينه ، نفس المرجع ص 184

تميزت السنوات 2001-2004 بإنعاش مكثف للتنمية الاقتصادية رافق استعادة الأمن عبر ربوع بلادنا. وتجسد هذا الإنعاش من خلال نتائج عديدة هامة نذكر منها على الخصوص ما يأتي:

- استثمار إجمالي بحوالي 46 مليار دولار أي 3.700 مليار دينار، منها حوالي 30 مليار دولار أي 2.350 مليار دينار من الإنفاق العمومي.

- نمو مستمر يساوي في المتوسط % 3,8 طوال السنوات الخمس بنسبة % 6,8 في سنة 2003، كذلك تراجع في البطالة أكثر من 29 % إلى 24%.

- إنجاز الآلاف من المنشآت القاعدية و كذلك بنو وتسليم الآلاف من المساكن الجاهزة<sup>1</sup> لقد خرجت الجزائر بسلام من هذه التجربة ، اذ أن التوازنات الاقتصادية الكلية قد استرجعت، وحقت الجزائر في سنة 2003 نسبة نمو قدره 6.8% واحتياطات صرف قدرها 32.9 مليار دولار في زيادة مستمرة، وبالمقابل فان ديون الجزائر الخارجية قد انخفضت من 28.3 مليار دولار الى 22 مليار دولار كما تقلصت الديون العمومية الداخلية للدولة من 1059 مليار دج في سنة 1999 إلى 911 مليار دج في سنة 2003 كما أن هذا البرنامج سيحل كل المشاكل العالقة -الخفية و الجلية - المسجلة في مختلف المجالات لكن من الطبيعي جدا انه من شان هذا البرنامج ان يخفف من الانعكاسات الفاسدة لازمة عميقة ويخلق الظروف الملائمة لإستراتيجية حقيقية للتنمية.

وحين نتطلع إلى كل هذه المعطيات يتبين لنا أن الإقتصاد الجزائري رغم أوجه القصور الحالية إلا أنه يملك مقومات داخلية كبيرة تمكنه من تحويل التحديات الحالية إلا رهانات يمكن كسبها، خاصة وأن فترة ما بعد الإصلاح الاقتصادي -فترة 1999- 2009 أعطت الكثير من ثمار السياسة الإقتصادية ذات الفعالية من خلال التطور الإيجابي لسوق البترولية ، و انعكاس ذلك على تحسن المؤشرات التالية:

<sup>1</sup> حروفش سهام وآخرون، "الإطار لنظري لتنمية الشاملة المستدامة ومؤشرات قياسها"، مداخلة في

المؤتمر العلمي الدولي للتنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، جامعة سطيف، 08/07

أفريل 2008 ، ص 10

-البطالة والمديونية التي كانت في السابق عائق أصبحت الآن قابلة لتسيير ولا تشكل أي خطر على الإقتصاد الوطني<sup>1</sup>.

-احتياطات الصرف التي تجاوزت 43 مليار دولار سنة 2004

-تدعيم التوازنات المالية المحقق في ظل الإصلاح -استدامة النمو الاقتصادي وتدعيمه من خلال برنامج الإنعاش "الذي يغطي الفترة 2005\_2015<sup>2</sup> ويتمحور هذا البرنامج حول عدد من الإجراءات الموجهة لدعم النشاطات المنتجة وتدعيم الخدمات العمومية والمنشآت القاعدية وتحقيق التنمية المحلية والبشرية ومن ثم توفير الفضاء الاقتصادي الملائم وتدعيم القدرات الوطنية للإنتاج وحشد الادخار الوطني وبدون ذلك لا يمكن الحديث عن تدعيم النمو الاقتصادي واستدامته ، وقد جاء هذا البرنامج لدعم الإنعاش ومن ثم النمو ، بعد فشل المؤسسات الدولية في إحداث الإنعاش انطلاقا من فكرة<sup>3</sup>:

الإصلاح يؤدي إلى النمو ثم الامتداد الطبيعي وهو الإنعاش حسب معتقدات المؤسسات الدولية ، و الهدف من هذا البرنامج هو إعادة تنشيط الطلب الكلي الذي عرف ضعف وتراجع خلال السنوات الأخيرة كما يهدف إلى تدعيم النشاطات المنتجة للثروة والقيمة المضافة وهما - والموفرة للشغل<sup>4</sup>، " كما شهد القطاع الصناعي تطور و انتعاشا هاما في هاته الفترة من 1998 الي 2004 هذا ما يظهر من خلال نتائج الجدول رقم الذي يبين تطور الإنتاج في القطاع الصناعي للفترة 1998 - 2003<sup>5</sup> أي تطور نسبة الإنتاج في مختلف الفروع الانتاجي.

---

<sup>1</sup> موزاي، بلال، "الاستثمار والتنمية الاقتصادية: حالة الجزائر"، مذكرة ماجستير، كلية لعلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2003، ص 145

<sup>2</sup> البنك الدولي "والبنك الإفريقي للتنمية" مستقبل التنمية في المغرب العربي" -منتدى ليبيا للتنمية البشرية 24 - و 25 ماي 2006 تونس - ص 04

<sup>3</sup> موزاي بلال، نفس المرجع ص 146 .

<sup>4</sup> انظر برنامج دعم الإنعاش الاقتصادي 01 06 المؤرخ في 06 جوان 2001 وبرنامج 02/04 .سنة 2002 المؤرخ في 04 جوان 2002

<sup>5</sup> معطيات وزارة الصناعة الجزائرية لسنة 2004 .

جدول رقم (08) يبين تطور الإنتاج في القطاع الصناعي للفترة: 1998 - 2003<sup>1</sup>

1/ نسبة الإنتاج للفرع من الإنتاج الكلي للقطاع.

2/ نسبة التطور في الإنتاج مقارنة بالنسبة السابقة.

| 2004        |           | 2002        |           | 2001        |           | 2000        |           | 1999        |           | 1998                       |                        | السنوات                | الفروع الإنتاجية |
|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|----------------------------|------------------------|------------------------|------------------|
| نسبة التطور | % الإنتاج | نسبة التطور | % الإنتاج | نسبة التطور | % الإنتاج | نسبة التطور | % الإنتاج | نسبة التطور | % الإنتاج | نسبة التطور مقارنة بـ 1997 | % الإنتاج إلى الإجمالي |                        |                  |
| % 17        | غ. م      | % 11.4      | % 13      | % 11.3      | غ. م      | % 05.1      | % 10.0    | % 18.1      | % 09      | -15.9                      | 08                     | الحديد والصلب والمعادن |                  |
| % 14.3      | غ. م      | % -2.6      | % 10      | % 20.8      | غ. م      | % -1.1      | % 06      | % 12.2      | % 07      | 12.6                       | 06                     | الميكانيك والتعدين     |                  |
| % -7        | غ. م      | % 17.5      | % 08      | % 11.4      | غ. م      | % -1.1      | % 08      | % -9.6      | % 07      | 08.8                       | 07                     | الكهرباء والإلكترونيك  |                  |
| % 11.5      | غ. م      | % 05.2      | % 11      | % -0.6      | غ. م      | % 5.1       | % 10      | % -2.7      | % 08      | 03.9                       | 08                     | مواد البناء والزجاج    |                  |
| % 08.3      | غ. م      | % 06.1      | % 03      | % -9.9      | غ. م      | % -0.6      | % 03      | % -11.7     | % 03      | -1.9                       | 03                     | الخشب والورق وغيره     |                  |
| % -20.5     | غ. م      | % -18.8     | % 41      | % -11       | غ. م      | % -9.4      | % 49      | % -1.9      | % 53      | 14.8                       | 55                     | الزراعة الغذائية       |                  |
| % -9.1      | غ. م      | % -2.7      | % 04      | % -26.6     | غ. م      | % -13.5     | % 04      | % 15.8      | % 05      | 03.5                       | 05                     | النسيج والجلود         |                  |
| % 07.7      | غ. م      | % 0.6       | % 10      | % 5.2       | غ. م      | % -06.4     | % 09      | % 2.0       | % 08      | 31.4                       | 08                     | الكيمياء والصيدلة      |                  |
| % 03.9      | % 100     | % -0.9      | % 100     | % 0.6       | % 100     | % 02.3      | 100       | % -1.5      | 100       | +08.1                      | 100                    | إجمالي الإنتاج         |                  |

<sup>1</sup> معطيات وزارة الصناعة الجزائرية لسنة 2004 .



## 2 المرحلة الثانية و هي مرحلة النمو من 2005 إلى 2010:

### • تحسين إطار الاستثمار:

#### أ- ترقية الاستثمار وضبطه:

من خلال التعديلات التشريعية والتنظيمية التي سبق إجرائها أو الواجب استكمالها في إطار التحضير لشراكة الفعلية مع الاتحاد الأوروبي والانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة وكذا قانون الاستثمارات الذي تمت مراجعته لتوفير إطار قانوني ملائم لترقية الاستثمار، كما تسهر دائما الحكومة على تحسين جهودها لجلب الاستثمار والشراكة الأجبيين<sup>1</sup>.

#### ب- تسوية مسألة لعقار:

فيما يخص العقار الصناعي الذي غالبا ما يشار إليه على أنه عائق أمام ترقية الاستثمار، فقد سبق وأن كان محل إصلاح لتسيير المناطق الصناعية ومناطق النشاط وهو الإصلاح الذي سوف يتم استكمالها على المدى القصير و إن هذا الإصلاح يسمح بتمتين المناطق الموجودة، وتطوير مناطق جديدة، وجمع الخدمات الضرورية للمستثمر في هذه الفضاءات وإتاحة هذه الممتلكات، في ظل الشفافية، وعلى مستوى آليات ترقية الاستثمار. كما سيتكفل هذا الإصلاح بفائض العقار العمومي على مستوى المؤسسات العمومية سيتم استصلاحه وتنميته.

وستعمل الحكومة أيضا على استكمال عملية مسح الأراضي على المستوى الوطني، واستكمال مخططات التهيئة والتعمير عبر الوطن، وكذا العمل على احترام التشريع المتعلق بتهيئة الإقليم، وذلك بغية مضاعفة العرض في مجال أراضي البناء لفائدة الاستثمار في ميادين الترقية العقارية والسياحة<sup>2</sup>.

أما بالنسبة للعقار الفلاحي، فإن الحكومة تقترح ضمن هذا البرنامج، تشريعا يؤسس نظام الامتياز الذي سيضبط بكيفية واضحة حقوق مانح وصاحب الامتياز وواجبات كل

<sup>1</sup> موزاي، بلال، الاستثمار والتنمية الاقتصادية: حالة الجزائر ، نفس المرجع ص 148 .

<sup>2</sup> زمران، كريم ، " التنمية المستدامة في الجزائر من خلال برنامج الانتعاش الاقتصادي 2001-2009 "، أبحاث اقتصادية و إدارية ، المركز الجامعي خنشلة ، العدد السابع 2010 ، ص 33

منهما .إن اللجوء إلى منح الامتياز بالنسبة للأراضي الفلاحية التابعة للأمالك الخاصة للدولة، سيسمح بإقامة صلة متينة بين الأرض ومستغلها، وسيؤدي إلى حماية هذه الثروة الوطنية من تحويلها عن طابعها الأصلي، وسيسهل للفلاح في نهاية المطاف، عملية الحصول على القرض الضروري لتنمية النشاط الفلاحي .وستعكف الحكومة، بالموازاة مع ذلك، على تسهيل عملية تسهيل سندات الملكية، في إطار القانون إلى ملاك الأراضي الفلاحية الخاصة المتألقة عن طريق الوراثة، مع استبعاد إضفاء الطابع القانوني على وضعيات الأمر الواقع فيما يخص الحيازات غير القانونية للأراضي التابعة للأمالك الخاصة للدولة، كما ستفتح الحكومة في ظل التشاور، ورشة التشريع المخصص للأراضي الرعوية<sup>1</sup>.

#### **مكافحة الاقتصاد غير الرسمي:**

إن تطوير الاستثمار يتطلب احترام جميع المتعاملين قواعد الشفافية والمقاييس والقوانين .غير أنه ينبغي أن نلاحظ أن ظهور اقتصاد السوق في بلادنا مؤخرا صاحبه ظواهر طفيلية وضارة عقدت الحكومة العزم على محاربتها.

وتعزم الحكومة دعم مكافحة الاقتصاد غير الرسمي الذي صار مصدر ريع مرده إلى الغش، يعرقل تطوير الاستثمار ويعرض المؤسسات العمومية والخاصة التي تمارس نشاطها في ظل احترام القوانين<sup>2</sup>.

#### **عصرنة المنظومة المالية<sup>3</sup>:**

إن عصرنة المنظومة المالية ورشة مفتوحة ينبغي استكمالها في الوقت الحاضر على ضوء الظروف الاقتصادية الكلية الملائمة أكثر وفي سياق المسار الشامل للإصلاحات الذي يتحكم في نجاحها. وستحقق الحكومة الأهداف التالية:

- استكمال عصرنة أدوات وأنظمة الدفع الجارية حالياً؛
- تحسين إدارة البنوك والمؤسسات العمومية للتأمين بما في ذلك عن طريق الترقية النشيطة للشراكة؛

---

<sup>1</sup> نفس المرجع ص 34 .

<sup>2</sup> نفس المرجع ص 35 .

<sup>3</sup> زرنوح ياسمين، " إشكالية التنمية المستدامة في الجزائر " ، نفس المرجع ص 47 .

- تعزيز سوق رؤوس الأموال وضبطها الفعال، سواء تعلق الأمر بالفروع أو المنتجات، من أجل حشد مكثف للموارد الداخلية لتطوير الاستثمار، وتسيير نشيط أكثر للأصول المالية؛

- التطوير المؤسسي للقطاع المالي لاسيما من خلال إقامة صندوق ضمان القروض لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وصناديق الاستثمارات الأخرى؛

- التطوير المنظم للموارد البشرية في القطاع المالي سواء تعلق الأمر بالبرامج أو بالمؤسسات، لاسيما من أجل التحكم في المهن الجديدة،  
- وأخيرا، إنعاش البورصة وتطويرها.

### **النهوض بتنمية مستمرة ومنصفة في جميع مناطق البلاد<sup>1</sup>**

**- تثمين الثروات الوطنية وتطويرها:**

#### **أ- قطاع المحروقات والمناجم**

ستقوم الحكومة باستكمال الترتيبات التشريعية والتنظيمية والمؤسسية من أجل جلب الاستثمار الخاص الوطني، والمزيد من الاستثمارات الأجنبية المباشرة أو الاستثمارات في شكل شراكة في قطاعات المحروقات والطاقة والمناجم بما في ذلك الأنشطة مثل تلك الواقعة في المراحل اللاحقة لإنتاج المحروقات وأنشطة إنتاج الطاقات المتجددة. إضافة إلى هذا ستعمل الحكومة على تكييف وعصرنة المنشآت الأساسية المنائية المعدة لتصدير المحروقات لتتماشى مع تطور الإنتاج. وستعمل كذلك على ضبط تسعيرة الكهرباء والغاز، لاسيما بالنسبة إلى المناطق والفئات المحرومة، وكذلك احتياجات النمو والتنمية في ميدان الاستثمار وفي القطاعات الاقتصادية مثل النمو والتنمية في ميدان الاستثمار وفي القطاعات الاقتصادية مثل الصناعة والفلاحة والسياحة والمؤسسة الصغيرة والمتوسطة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> حرفوش، سهام وآخرون، "الإطار لنظري لتنمية الشاملة المستدامة ومؤشرات قياسها"، نفس المرجع ص 23

<sup>2</sup> نفس المرجع ص 24

وستواصل كذلك وبشكل ملموس على تشجيع إيصال الغاز وغاز البر وبان المميع والطاقت المتجددة وجعله في مستوى هام عبر البلاد، كما أنه سيتم تطوير سياسة في مجال تحقيق هوامش الربح في المنتجات النفطية قصد ترقية الاستثمار الوطني. وأخيرا ستسهر الحكومة على إزالة الاحتكارات الفعلية تدريجيا وعلى إيجاد أدوات لضبط أنشطة الاحتكار الطبيعي.

#### ب- الفلاحة :

إن هذا الميدان الذي يمثل مكمنا معتبرا للنمو والتشغيل عرف تقدما معتبرا خلال السنوات الأخيرة بفضل المخطط الوطني للتنمية الفلاحية وبفضل الموارد المالية الكبرى التي خصصتها له الدول. تحققت حالات تقدم كبيرة في مجال الإنتاج الفلاحي واستصلاح الأراضي واستحداث مناصب الشغل<sup>1</sup>.

وكما سبقت الإشارة إلى ذلك، فإن الحكومة تعترم تزويد الفلاحة بتشريع ملائم لتنميتها وهكذا، ستظل تقدم دعمها المالي لهذا القطاع مع السهر أكثر فأكثر على استعماله كمحفز لرصد القروض المصرفية. وستوجه الإعانة والحفز العموميين لتنمية الفلاحة أيضا نحو ما يأتي<sup>2</sup>:

- تحسين نتائج المستثمرات من خلال هيكلة الفروع وتعميم التكوين والإرشاد؛
- تنمية تربية المواشي والدواجن وتنويعها ولاسيما في الهضاب العليا وفي المناطق الجبلية، مع السهر على حماية التراث الجيني؛
- الدعم الانتقائي والانتقالي لعمليات تحول النشاط وإعادة توجيه القدرات الفلاحية؛
- تحسين محيط المستثمرات بواسطة تنمية المؤسسات الصغيرة للخدمات وصناعة التبريد، وتشجيع التكامل بين المنتجين والصناعة الغذائية الفلاحية، وترقية منظومات الضبط المهني والمشارك بين المهن، وتعزيز طاقت غرف الفلاحة ودورها؛
- ترقية الصادرات الفلاحية ولاسيما منها المنتوجات المحلية والفلاحية الحيوية البيولوجية (وحمايتها عن طريق ترتيب التصديق والتنويع؛

<sup>1</sup> موزاي بلال، الاستثمار والتنمية الاقتصادية ، نفس المرجع ص 210

<sup>2</sup> نفس المرجع ص 214

- تعزيز استحداث مناصب الشغل في القطاع الفلاحي من خلال دعم اندماج الشباب ذوي الشهادات وكذا الإدماج الفعلي للتشغيل الفلاحي ضمن ترتيب الحماية الاجتماعية؛
- تطوير وسائل مكافحة الآفات الزراعية بما فيها الجراد والطفيليات والوقاية منها، بما في ذلك رد الاعتبار إلى وسائل العمل الجوي.
- وسيرافق إنعاش الفلاحة أيضا بمواصلة بذل الجهود في مجال التنمية الريفية، ولاسيما من خلال:
- دعم النشاطات المدرة للمداخيل والمستحدثة لمناصب الشغل، والإنتاج المساهم في تحسين الأمن الغذائي للعائلات؛
- مواكبة التنمية بالحصول على وسائل التقنية وعلى قروض؛
- برامج تسيير وتنمية الغابات والسهوب التي تستحدث مناصب الشغل وتحافظ على الوسط الطبيعي؛
- تعزيز عملية حصول سكان الأرياف على الخدمات الأساسية (الماء والكهرباء والغاز) وكذا مواصلة برامج الإسكان الريفي
- ج- **في ميدان السياحة والصناعة التقليدية والصيد البحري** : تشكل السياحة عنصرا من عناصر القوة يجب على الجزائر أن ترفع من خلاله مستوى إيراداتها الخارجية ومضاعفة قدراتها في استحداث مناصب الشغل، مع ما لهذا النشاط خصوصا من تأثير في قطاع الخدمات كله .ستسهر الحكومة على ما يأتي<sup>1</sup>:
- تمكين المنشآت الأساسية العمومية الموجودة عن طريق الشراكة وعقود التسيير والخصوصية، لتحسين جودة الخدمات إدراج هذه الحظيرة الفندقية ضمن الشبكات الدولية للسياحة؛
- تشجيع الاستثمار في الفنادق من أجل تأهيل القدرات والمواقع والمسالك السياحية الوطنية على مستوى الشواطئ والصحراء والحمامات المعدنية، الذي سيدعم بواسطة التصديق على المؤسسات وتصنيفها؛

<sup>1</sup> محمد عزت، محمد إبراهيم، محمد عبد الكريم ربه، اقتصاديات الموارد، دار المعرفة الجامعية، .

- ترقية وتأطير وكالات الأسفار والترقية السياحية للذان يكونان مصحوبين بمساهمة عمومية في ترقية المنتج السياحي الوطني في الخارج، عن طريق المعارض والعروض وغيرها من التظاهرات الدولي؛

- حث الجماعات المحلية على تامين عناصر القوة المحلية لديها، التاريخية منها والثقافية والحرفية وغيرها، عن طريق التظاهرات الملائمة.

وعلى مستوى مناطق جنوب البلاد، فإن ترقية السياحة وتشجيعها سوف يدرجان ضمن البرامج التنموية، وتحقيق مردودية المنشآت الأساسية المنجزة وتحسين الموارد والتشغيل لفائدة السكان.

إن تنمية الصناعة التقليدية التي تشمل على العديد من آليات التأطير والدعم، سيكون عاملا ضروريا لمصاحبة الانطلاق الفعلي للنشاط السياحي في اتجاه الزبائن الجزائريين والأجانب. وستتم مواصلة برنامج العمل الممتد إلى غاية 2010 من أجل تطوير الصناعة التقليدية وستساهم الحكومة في دعمها، بما في ذلك عن طريق الآليات المختلفة للاستثمارات المصغرة<sup>1</sup>.

أما ميدان الصيد البحري، فلقد ظل منذ سنوات موضوع سياسة هيكلية وتنموية حقيقية أعطت نتائج أولى مشجعة. وستواصل الحكومة انتهاج هذه السياسة وتعزيزها بواسطة:

- عمل رسم خرائط بتحديد الموارد؛
- دعم تكوين الشباب على مهنة الصيد البحري بالموازاة مع تأطير هذه المهنة؛
- تعزيز شبكة الموانئ وملاجئ الصيد البحري؛
- تشجيع الاستثمار في ميادين دعم الصيد البحري، منذ بداية هذا النشاط إلى نهايته؛
- مواصلة دعم رصد القروض لاستحداث الأنشطة في ميدان الصيد البحري، لفائدة المتعاملين الاقتصاديين والشباب على الخصوص.

#### د- الاتصالات والتكنولوجيات الجديدة<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> نفس المرجع ص 295

<sup>2</sup> زرنوح ياسمين، "إشكالية التنمية المستدامة في الجزائر"، نفس المرجع 217

- سوف تهتم الحكومة بهذا الميدان بشكل خاص، وفي هذا الصدد، فإنها ستسهر على:
- استكمال عملية فتح المنافسة في مختلف مقاطع سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية والبريد، والتشجيع على تطوير دخول شبكة الانترنت ذات المنسوب العالي؛
  - استكمال إعادة صياغة الإطار القانوني من أجل تطوير التجارة الالكترونية والخدمات الحكومية عبر الخط؛
  - الشروع في فتح رأسمال شركة "اتصالات الجزائر" لشريك استراتيجي لتحسين مردوديتها وإعادة تموقعها كرائد في السوق؛
  - الإسراع في وتيرة عصرنة البريد عن طريق رد الاعتبار لشبكته وتوسيعها وإدخال الإعلام الآلي والنظام الآلي في عملياته؛
  - مواصلة عصرنة الخدمات البريدية والمالية البريدية؛
  - الحفاظ على الخدمة الشاملة وتطويرها لتمكين سكان الأرياف والمناطق البعيدة عن المراكز الحضرية من الوصول إليها.
- وفي الأخير، تحسين مردودية النشاط في قطاع المواصلات السلكية واللاسلكية والبريد بواسطة التدابير الملائمة، من أجل جلب المزيد من الاستثمارات والسماح بذلك بتحسين الخدمات المقدمة للمتقنين. وزيادة على ذلك، فإن الحكومة وهي تواصل تنفيذ إستراتيجيتها في قطاع البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، ستعمل على تحديد وانجاز مخطط عمل سريع وحقيقي لتطوير واستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال قصد تشييد مجتمع جزائري للإعلام لتكريسها، وستشمل ضمن مكوناتها<sup>1</sup>:
- حفز الابتكار والإبداع بفضل توفير المحيط المناسب، ولاسيما بإنجاز الحظيرة التكنولوجية بسيدي عبد الله؛
  - عصرنة وتكييف برامج التكوين على هذه التكنولوجيات الجديدة بتنويع الدروس المتقنة في مجال الانترنت، والتسيير والإدارة، وذلك على الخصوص بتكثيف شبكة الأكاديميات المتخصصة في تكنولوجيات الإعلام والاتصال.

<sup>1</sup> موزاي، بلال، الاستثمار والتنمية الاقتصادي، نفس المرجع 38:

## ثانيا :رفع التحدي في مجال الموارد المائية<sup>1</sup>

إن الموارد المائية تشكل بسبب أهميتها الاقتصادية والاجتماعية وبحكم ندرتها أيضا، مسألة ينبغي للبلاد أن ترصد لها من باب الأولوية الوطنية، وسائلها الخاصة وكذا دعم الشراكة والتعاون الخارجيين وستسهر الحكومة على تطوير مسعى استراتيجي يتمحور حول ما يأتي:

- حشد المورد واسترجاعه وإنتاجه؛
  - التسيير والتوزيع الراشدين لهذا المورد؛
  - مواجهة الكوارث المتصلة بالعامل المائي والوقاية منها.
- أ - حشد الموارد المائية، استرجاعها وإنتاجها:

### 1- بناء السدود :

عملا على تقادي تبديد الموارد المالية، فإن الأولوية المطلقة سوف تولي لإنهاء البرنامج الكبير للسدود وانجازات التحويل الجارية . غير أنه قد يمكن برمجة بناء سدود جديدة على ضوء الإمكانية قصد تدارك العجز الكبير .ومن ضمن العمليات الجارية سنذكر على الخصوص الانجازات المتصلة بسد بني هارون والمشاريع الكبرى للتحويلات انطلاقا من سد تاقصبت نحو العاصمة وانطلاقا من سد الشلف نحو وهران مرورا بمستغانم وأرزو . وعلى هامش هذه الأولويات، فسوف يتم تحضير دراسات فيما يخص انجازات جديدة، طوال التقليل من البرنامج الجاري، ومنها انجاز تحويل المياه من عين صالح نحو تامنراست .كما ستسهر الحكومة على صيانة السدود الموجودة وحمايتها ولاسيما بواسطة تشجير المواقع<sup>2</sup>.

### 2- برنامج حفر الآبار :

سوف يتم تطوير برنامج انجاز حفر الآبار، بقدر 20.000 متر خطي كل

---

<sup>1</sup> نفس المرجع ص 39

<sup>2</sup> موزاي بلال، الاستثمار والتنمية الاقتصادي، نفس المرجع 40 .



سنة، ما يرصد مقابل 80 مليون متر مكعب سنويا، وذلك في آن واحد مع صيانة الآبار الموجودة.

المحاجز المائية :ستعكف الحكومة، من أجل سد حاجات الري الفلاحي على تأهيل أكثر من 200 محجز مائي قيد الاستغلال وإنجاز قرابة 300 وحدة جديدة، بوتيرة استكمال الدراسات الضرورية وتوفير الاعتمادات، بالنسبة إلى مجموع برنامج الماء.

### 3- استرجاع المياه المستعملة :

ستتم مباشرة برنامج وطني ضمن هذا النشاط سينصب على إنجاز 33 محطة تصفية وكذا التأهيل الصيانة الأوليين للمحطات الموجودة ، وستخصص المياه المسترجعة، من باب الأولوية، كحاجات الصناعة، وستتواصل عملية بناء شبكات جمع المياه المستعملة حول برنامج عمل يشمل مجموع 2500 كيلومتر<sup>1</sup>.

### 4- تحلية مياه البحر :

يوجد برنامج هام قيد التحضير لإنجاز محطات كبرى لتحلية مياه البحر عن طريق اللجوء إلى منح الامتياز في إطار المؤسسات المختلطة وبالشراكة مع قطاع الطاقة الذي يساهم برؤوس أموال .وستدرس الحكومة إمكانية مشاركة الخزينة في رأس مال الشركات المختلطة لإنجاز وتسيير هذه المحطات قصد تقليص التكلفة النهائية لتحلية المياه.

### ب- تسيير الموارد المائية وتوزيعها بشكل عقلاني :

وضمن هذا الإطار، سوف يتم تطوير تسيير شبكات المياه وتوزيعها، في إطار الشراكة مع متعاملين أجنب لهم شهرة عالمية، وسوف يتم استكمال المفاوضات الجارية بخصوص منح امتياز توزيع المياه عبر العاصمة .كما ستتبع هذه العملية الأولى تدريجيا بعمليات مماثلة بالنسبة إلى المدن الكبيرة الأخرى.

وستسهر الحكومة أيضا على صيانة شبكات توزيع المياه عبر البلاد قصد تجنب التسربات وممارسة الغش في استعمالها .ويتعين على الوكالة الوطنية المختصة في هذا المجال دعم وسائلها ومناهجها قصد استئصال ظاهرة تسرب المياه عبر الشبكات

---

<sup>1</sup> زرمان كريم ،" التنمية المستدامة في الجزائر من خلال برنامج الانتعاش الاقتصادي 2001-2009"، نفس المرجع ص 36 .

واسترجاع ديونها .ولهذا الغرض، فإنه يجب تشجيع اللجوء إلى الشراكة في مجال التسيير ودعم أصحاب الامتياز المحليين على أساس دفا تر شروط تضمن خدمة عمومية ذات جودة عالية في هذا المجال .ومن جهة أخرى، سوف يتم تطوير سلسلة من البرامج لتشجيع المستهلكين على اقتصاد المياه<sup>1</sup>.

### ج - وفي الميدان الفلاحي،

سوف يتم تطوير الري حسب وتيرة نمو هذا المورد، وسوف تتواصل عملية رد الاعتبار للمساحات المسقية وتوسيعها إلى جانب تأهيل قدرات التسيير للهيئات المكلفة بهذه المساحات .كما ستشجع الدولة تطوير الري بفضل اتخاذ إجراءات تحفيزية واللجوء إلى تقنيات النقطير الاقتصادية.

### د - الرقابة من الكوارث المرتبطة بالمياه وامتصاصها

:ستواصل الحكومة أعمال انجاز المنشآت لحماية المناطق السكانية من الفيضانات . كما ستعكف على انجاز أشغال امتصاص الآثار المأساوية لصعود المياه في ولايتي ورقلة والوادي .وسيتم التكفل بهذا الملف بشكل استعجالي من أجل حشد المخصصات المالية الضرورية باشتراك المتعاملين الأكفاء في هذا المجال ومتابعة عملية التنفيذ .كما أنه سيتم تحسين تسيير مساحات الري لهذه المنطقة ومتابعته قصد تجنب انتشار ظاهرة صعود المياه وتكرارها.

### سياسة تهيئة الإقليم<sup>2</sup>:

إن سياسة تهيئة الإقليم من شأنها أن توفر على المدى المتوسط تصور التنمية الوطنية وإطارا توجيهيا للأعمال الواجب إنجازها .ومن شأنها أيضا أن تقوم جهود التنمية نحو تحقيق انسجام وتوازن بين المناطق والقضاء على اللامساواة المتفاقمة.إن إستراتيجية تهيئة الإقليم هذه سبق أن كانت محل دراسة إستشرافية تمتد حتى أفق 2020 حيث تتوفر لها أدوات الإسناد من خلال صندوقين، أحدهما مخصص لجنوب البلاد والآخر

<sup>1</sup> نفس المرجع ص37

<sup>2</sup> زرمان ، كريم ، "التنمية المستدامة في الجزائر من خلا تل برنامج الانتعاش الاقتصادي 2001-

2009"، نفس المرجع ص 39

لمناطق الهضاب العليا، وفي هذا الإطار، يجب أن تعزز سياسة البنى التحتية الكبرى والأشغال الكبرى قصد تحسين الظروف المعيشية والنشاط الاقتصادي لهذه المناطق.

#### أ- البنى التحتية الخاصة بالطرق<sup>1</sup> :

فضلا عن المشروع الضخم الخاص بالطريق السريع شرق/غرب، فإن حافظة الدراسات والإنجازات تتضمن ما يأتي:

- الطريق العرضي للهضاب العليا،
- الطريق العرضي الثاني للجزائر العاصمة،
- استكمال الطريق العابر للصحراء،
- تهيئة الطرق الساحلية،
- بناء منشآت التخفيف من ازدحام المدن الكبيرة،
- وضع برنامج هام ومتواصل لصيانة شبكات الطرق الموجودة. المرصودة لإنجاز هذه الورشات.

#### ب- البنى التحتية للمطارات :

- العمليات الكبرى الواجب التقدم في إنجازها واستكمالها هي :
  - مواصلة إنجاز المطار الجديد لمدينة الجزائر؛
  - توسيع قدرات استيعاب مطارات وهران، عنابة، سطيف وبرج باجي مختار وكذا إنجاز مطاري الشلف والبيض؛
  - تحويل مطار حاسي مسعود إلى خارج المنطقة البترولية.
- زيادة على ذلك، سوف تتواصل عملية دعم الوسائل الأمنية للملاحة الجوية عبر المجال الجوي الوطني، وكذا تحديثها وتوسيعها ولاسيما في مناطق جنوب البلاد .وسوف تتم مواصلة عملية تحديث الأسطول الجوي الوطني وتحسين تسييره، من خلال ترقية الشراكة مع متعاملين لهم شهرة عالمية في مختلف قطاعات الخدمات النقل، الصيانة،الإطعام . كما أنه ينبغي لشركة الخطوط الجوية الوطنية أن تتكيف مع المقاييس الدولية في مجال الأمن والوقاية من الأضرار ومع المحيط الدولي الجديد في مجال الملاحة الجوية.

---

<sup>1</sup> زرمان كريم نفس المرجع نفس الصفحة .

### ج- البنى التحتية البحرية :

- في مجال صيانة الموانئ وتوسيعها، سيشمل هذا البرنامج على الخصوص ما يأتي:<sup>1</sup>
- صيانة هياكل القاعدية وتطويرها؛
  - تطوير الموانئ النفطية وتأهيلها؛
  - انجاز مرفأ ثاني للحاويات وتجهيزه على مستوى ميناء الجزائر وكذا توسيع مرفأ ميناء وهران، وتهيئة مرفأ لمساحة الحاويات بميناء جن جن، وانجاز مرفأ متعدد الخدمات بميناء بجاية ، وفي مجال تحديث الموانئ، سوف ينصب الاهتمام على:
  - إقامة السلطات المرفئية؛
  - تخصص الأرصفة؛
  - تجديد تجهيزات الشحن والملاحة وتحديثها؛
  - تعميم استعمال الأدوات الحديثة للتسيير والإعلام الآلي؛
  - تقنين العلاقات التجارية وإضفاء الطابع التعاقدى عليها مع المؤسسة المينائية والمتعاملين والمرتفقين؛
  - تحسين ظروف استقبال المسافرين؛
  - دعم أمن المجال الموانئ والرقابة، بما في ذلك تعميم استعمال الأجهزة الكاشفة سكانير. " وسوف تفرض أهمية الموانئ على مستوى النشاط الاقتصادي الوطني وتسييرها المعقد على الحكومة، ترقية الشراكة مع متعاملين دوليين متخصصين لإنجازها وتسييرها لفائدة التنمية الوطنية.

### د- البنى التحتية الخاصة بالسك الحديدية

- إن حافظة المشاريع الواجب انجازها هامة، وتشمل على الخصوص<sup>2</sup>:
- إنجاز خط يربط رجم دموش - بمشرية؛

---

<sup>1</sup> ناصر، مراد، " الاستثمار في رأس المال الفكري - مدخل لتحقيق التنمية الاقتصادية في الدول العربية"، مجلة دراسات اقتصادية العدد - 10 مارس 2008، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية ، الجزائر، ص 73 .

<sup>2</sup> ناصر نفس المرجع ص 74

- تمديد الخط العرضي للهضاب العليا المسيلة - سعيدة عبر عين وسارة وتيارت؛
- الخط الحلقي جنوب حاسي مسعود - الجلفة عبر توقرت والجلفة؛
- تحديث الخط بين غليزان وتيارت؛
- انجاز خط ثاني للخط الرابط بين الثنية وتيزي وزو وكهربته وكذا خط شرق-غرب في شمال البلاد؛

- تجديد الخط المنجمي في الشرق؛
  - تحديث شبكة السكة الحديدية للعاصمة.
- سيكون تخطيط هذا البرنامج على المديين القصير والمتوسط ضروريا، بمراعاة جميع البرامج الوطنية للمنشآت الأساسية القاعدية، ولاسيما ما يتصل منها بقطاع المياه.
- كما أنه من الضرورة التحكم في دراسات هذه المشاريع وتقادي حدوث أي تأخر قد يزيد من تكاليف الانجازات بعد انطلاقها.

- البنى التحتية للنقل الحضري وأمن الطرق :سوف يستكمل إنجاز مترو الجزائر العاصمة في الآجال المحددة .ولبلوغ هذه الغاية، سيتم اعتماد خيارات كبرى بسرعة قصد التحكم في التكاليف وضمان الاستغلال الفعال والسريع
- كما أنه سيتم تطوير النقل الحضري بواسطة الحافلة الكهربائية (tramway) والكابل عبر المدن الكبرى
- وسوف يخضع أمن الطرق الذي ستم مراجعة التشريع المتعلق به لتطبيق عقوبات أكثر صرامة على مخالفات قانون المرور .كما أنه سيتم مواصلة برامج توعيته باتجاه المرتفقين، والمدرسة، قصد تقليص حوادث المرور.

#### رابعا/ الحفاظ على البيئة في خدمة التنمية المستدامة<sup>1</sup>:

ستتم مواصلة انتهاج سياسة البيئة والتنمية المستدامة بقوة وكثافة في إطار المخطط الوطني المقرر لهذا الغرض .وستستخدم الدولة وسائلها وسلطانها لتحسين البيئة وفرض احترام التشريع المتصل بها، وإشراك المجموعة الوطنية في هذه المبادرة الكبيرة.

---

<sup>1</sup> صالح الشيخ ، محمد ، " الآثار الاقتصادية والمالية لتلوث البيئة ووسائل الحماية منها"، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، ط1 ، مصر، 2002 ، ص113 .

في هذا السياق، من الواجب أن تستعيد الإدارة المحلية والبلدية في المقام الأول دورها المحرك في مجال حماية البيئة والحفاظ عليها. وسيكون تسيير عملية التطهير وإزالة النفايات محل توفير للوسائل اللازمة لذلك وتعبئة المتدخلين في هذا المجال، ولاسيما عن طريق التعاقد ودفاتر الشروط، وفرض احترام التشريع. وفيما يخص تسيير تطهير المدن الكبرى، ستعمل الحكومة على إدخال طرق وأساليب حديثة بما فيها من خلال اللجوء إلى الشراكة الأجنبية.

### في مجال تسيير النفايات الصناعية والنفايات الخاصة:

وكذلك التلوث، ستحرص الحكومة على فرض احترام النصوص التشريعية والتنظيمية المعمول بها، لإشراك الفاعلين المعنيين وترسخ قاعدة" من يلوث يدفع" وفي السياق ذاته، سيتم تطوير خطط التخفيف التدريجي من التلوثات والأضرار وفي المجال الهادف إلى الحفاظ على رأس المال الطبيعي إلى الاستعمال المستدام للتنوع (génétiques) وتحسين إنتاجيته يرمي خاصة من خلال البيئي والموارد الجينية تطوير القدرات المؤسسية والقانونية التي تسمح بالسيطرة على استعمال الجسيمات المعدلة جينيا (OGM) المشاكل الناجمة عن ويرمي هذا المسعى إلى معرفة أحسن للتنوع البيولوجي الجزائري والموارد الجينية في الجزائر وحفظ المنظومات البيئية الهشة (المناطق الجبلية والسهبية والساحلية وإنشاء مناطق تهيئة متكاملة وتنمية مستدامة ومضاعفة المساحات المحمية ووضع المناطق الطبيعية المتميزة تحت حماية المواطنين وإعادة تأهيل وترقية المساحات الخضراء والحدائق وكذا الأنظمة البيئية للوحدات حدائق النخيل . يستدعي هذا المسعى في الأخير انتهاج سياسات نوعية للحفاظ على المساحات الحساسة وتنميتها، ومنها على الخصوص السواحل والجبال والسهوب<sup>1</sup>

### 3- ) :التنمية البشرية<sup>2</sup>

<sup>1</sup> بوجعدار ، خالد ، " مساهمة في تحليل وقياس تكاليف أضرار ومعالجة التلوث الصناعي: " دراسة ميدانية لمصنع الاسمنت بحامة بوزيان -قسنطينة، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري-قسنطينة، 1997 ، ص38

<sup>2</sup> زرنوح، ياسمين، " اشكالية التنمية المستدامة في الجزائر"، نفس المرجع ص 187 .

## أولا : الصحة:

ستستمر الخدمة العمومية بالصحة في تعبئة جهود الدولة لضمان الحق في الخدمات الصحية، وتمكين جميع المواطنين من الحصول على العلاج الوقائي والاستشفائي الجوهري ولإصلاح المنظومة الصحية من أجل تحسين الأداء فيها. وستسهر الحكومة على:

- تحسين قدرات المنظومة الصحية؛
- سيكون تطوير الصحة الوقائية محلاً؛
- تحسين العلاج الاستشفائي؛

### د - إصلاح المستشفيات سيرمي إلى:

- تحسين ظروف استقبال المرضى وإقامتهم، ودوام أعمال الرعاية الصحية الاستشفائية،
  - دعم تراتيب التكفل بالاستعجالات الطبية والجراحية،
  - تحسين التزويد بالوسائل الملائمة للخدمات الطبية المتخصصة، ولاسيما الخدمات المختصة في الأمراض التي تستوجب التحويل إلى الخارج، وسيكون هذا الإصلاح مشفوعاً بتحسين تسيير المستشفيات من خلال:
  - إدخال المحاسبة التحليلية،
  - تعزيز قدرات تقييم النشاط والأداء،
  - تأسيس "مشروع المؤسسة" من أجل التسيير الإستشراقي،
  - مراجعة الإطار القانوني لمؤسسات الصحة.
- وأخيراً سندرج في هذا الإصلاح مراجعة آليات التمويل عن طريق:<sup>1</sup>
- خضاع العلاقات بين مؤسسات الصحة وهيئات الضمان والحماية الاجتماعيين إلى التعاقد،
  - إعداد الحسابات السنوية الخاصة الطبية،
  - تحديث مدونة تسعير الأعمال الطبية.

---

<sup>1</sup> نفس المرجع ص 188

- ستكون السياسة المتعلقة بالأدوية موضوع مراجعة المدونة التي ستخضع لمنطق الصحة العمومية الذي يشجع على الأدوية الأساسية والجنسية. وفي هذا الميدان ستحرص الحكومة على:
- تحسين الحصول على الأدوية الجوهرية،
- ضمان نوعية المنتجات الدوائية ومراقبتها بالخصوص عن طريق تعزيز عمليات التفقيش،
- ترشيد الإنفاق بفضل ترويج استخدام الأدوية الجنسية، وجعل التعويض تبعا للخدمة الطبية المقدمة،
- تطوير التكوين في مجال تسيير المستشفيات، والصيدلة الصناعية. و تثمين الوارد البشرية في مجال الصحة<sup>1</sup>.

#### ثانيا: تلبية الطلب على السكن وتهيئة المدينة<sup>2</sup>

- 2004، تقدا معتبرا في مجال تلبية الطلب - لقد سجلت بلادنا، خلال الفترة 1999 على السكن وسوف يتم الإبقاء على هذه الوتيرة في الإنجاز، وستسهر الحكومة على تجسيد التزام الدولة قصد تسليم مليون مسكن جديد خلال السنوات الخمس القادمة، وهو الهدف الذي تعترم بلوغه بإدخال بعض التحسينات على سياسة الإسكان الوطنية في مجال:
- إعداد المشاريع وإنضاجها؛
  - أنماط التمويل؛
  - تقنيات البناء مع مراعاة أخطار الزلازل وتخفيض أسعار السكن؛ وأخيرا، تحسين سياسة تسيير المدن.
- وسوف تسهر الحكومة على تحقيق التحكم في مشكل وفرة عقار البناء الذي

<sup>1</sup> زرنوح، ياسمين، "اشكالية التنمية المستدامة في الجزائر"، نفس المرجع ص 188

<sup>2</sup> زمران، كريم، "التنمية المستدامة في الجزائر من خلال برنامج الانتعاش الاقتصادي 2001-2009، ص 40



يتسبب في تأخر البرامج وارتفاع تكاليفها بتمويل تشارك فيه البنوك .وعلاوة على ذلك، فإن الحكومة تعتزم في توسيع هذه الصيغة بمساهمة الخزينة العمومية وكذا تشجيع الاستثمارات العمومية والخاصة في هذه الأنشطة.

#### أ- في مجال السكن الاجتماعي التساهمي<sup>1</sup>:

ستسهل الحكومة على مواصلة العمل ببرنامج المساكن الاجتماعية التساهمية الموجهة للفئات الاجتماعية المتوسطة الدخل من خلال:

- إشراك المؤسسات المالية أكثر فأكثر؛
- الرفع من المساهمة الحاسمة للسلطات المحلية لتطوير صيغة عرض هذه المساكن ،
- رصد الموارد المالية الضرورية في الميزانية العمومية لتغطية الإعانات بعنوان مساهمة الدولة.

---

<sup>1</sup> نفس المرجع ص 41

## جدول ( 09 )

يبين معدل النمو لأهم القطاعات (القيمة المضافة % ) خلال الفترة 2001- 2009<sup>1</sup>

| السنوات<br>القطاعات          | 2001  | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007  | 2008 | 2009  | المعدل<br>المتوسط |
|------------------------------|-------|------|------|------|------|------|-------|------|-------|-------------------|
| المحروقات                    | - 1,6 | 3,7  | 8,8  | 3,3  | 5,8  | -2,5 | - 0,9 | -2,3 | - 6'0 | 0,92              |
| الزراعة                      | 13,2  | -1,3 | 19,7 | 3,1  | 1,9  | 4,9  | 5,0   | 5,3  | 6,5   | 6,4               |
| الصناعة                      | 2,0   | 2,9  | 1,5  | 2,6  | 2,5  | 2,8  | 0,8   | 4,4  | 4,7   | 2,6               |
| الأشغال العمومية و<br>البناء | 2,8   | 8,2  | 5,5  | 8,0  | 7,1  | 11,6 | 9,8   | 9,8  | 9,2   | 8,0               |
| الخدمات                      | 6,0   | 5,3  | 4,2  | 7,7  | 6,0  | 6,5  | 6,8   | 7,8  | 6,8   | 6,3               |

<sup>1</sup> و تقرير صندوق النقد الدولي لشهر مارس 2011 ، ومجلة "دراسات اقتصادية" الصادرة عن مركز البصيرة للبحوث والدراسات الإنسانية - العدد - 16 جويلية 2010

## خامساً/ تأثير سياسة الإصلاحات الاقتصادية على سوق العمل و البطالة:

إن برامج الإصلاح الاقتصادي تضمنت تدابير تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على سوق العمل، كالخصخصة مثلاً و ما ترتب عنها من غلق مؤسسات بأكملها وتصفياتها وتسريح عمالها، وكذلك ما ترتب عن بعض السياسات الإصلاحية كسياسة تخفيض قيمة النقد من انخفاض الواردات من المواد الأولية والسلع الوسيطة والاستثمارية وبالتالي انخفاض حجم الاستثمار وما لذلك من آثار بالغة على حجم العمالة.

ففي الجزائر تشير التقديرات الرسمية لجهاز التعبئة العامة والإحصاء إلى أن السنوات التالية لتطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي قد شهدت انخفاضاً مطلقاً في عدد المشتغلين ، كما أن معدلات البطالة عرفت ارتفاعاً في السنوات الأخيرة حيث قدرت بـ 29.8% سنة 2000. ونتيجة لبرامج التخفيف من نتائج الإصلاحات الاقتصادية وصل معدل البطالة إلى 10% سنة 2009

### 1- تأثير سياسة الإصلاح الاقتصادي على أسواق العمل والبطالة

إن الانعكاسات الأكثر سلبية وخطورة لبرنامج الإصلاح الاقتصادي كانت على التشغيل والبطالة، فهذه الأخيرة تدعم صفوفها بأعداد السكان النشطين الداخلين لسوق العمل ولا يجدون مناصب شغل بحكم الانكماش الاقتصادي، كما تدعم بعدد العمال المسرحين بفعل غلق الوحدات الإنتاجية أو تقلص نشاطها.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي، المؤتمر العربي الأول حول تشغيل الشباب، 15 إلى 17 نوفمبر 2009، الجزائر، ص 03.

## الجدول رقم (10)

تطور معدلات البطالة للفترة (1990-2009) <sup>1</sup>

| السنوات | العاطلون عن العمل (بالملايين) | معدل البطالة % |
|---------|-------------------------------|----------------|
| 1990    | 1.16                          | 19.7           |
| 1991    | 1.23                          | 20.3           |
| 1992    | 1.34                          | 21.3           |
| 1993    | 1.52                          | 23.1           |
| 1994    | 1.66                          | 24.4           |
| 1995    | 2.11                          | 28.3           |
| 1996    | 2.20                          | 28.1           |
| 1997    | 2.31                          | 28.3           |
| 1998    | 2.33                          | 28.6           |
| 1999    | 2.52                          | 29.3           |
| 2000    | 2.43                          | 29.8           |
| 2001    | 2.58                          | 28.44          |
| 2002    | 2.41                          | 26             |
| 2003    | 2.07                          | 23.7           |
| 2004    | 1.67                          | 17.7           |
| 2005    | 1.44                          | 15.30          |
| 2006    | 1.24                          | 12.3           |
| 2007    | 1.37                          | 13.8           |
| 2008    | 1.16                          | 11.3           |
| 2009    | 1.07                          | 10             |

يظهر من الجدول أعلاه أن عدد البطالين قد تضاعف من سنة 1990 إلى سنة 1997، وقد كانت سنة 1995 هي السنة التي عرفت أكبر زيادة مقارنة بسنة 1994 بزيادة قدرها 445 ألف بطل، أما نسبة ارتفاع البطالة فهي تعرف تطورا منتظما، حيث تنتقل من 19.7 % سنة 1990 إلى 28.3 % سنة 1997.<sup>2</sup>

في الفترة ما بين 1997 و 2000 زاد عدد العاطلين عن العمل ب 116.000 أي بمعدل زيادة سنوية تقدر ب3.25%، ونجم عن ذلك ارتفاع نسبة البطالة التي استقرت في حدود 29.8%

<sup>1</sup> الديوان الوطني للإحصاء، إحصائيات 2009 .

<sup>2</sup> وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي، المؤتمر العربي الأول حول تشغيل الشباب، 15 إلى 17 نوفمبر 2009، الجزائر، نفس المرجع، ص04.

سنة 2000.

إن ارتفاع نسبة البطالة لم يبدأ مع انطلاق الإصلاحات، بل بدأ مع الأزمة التي عرفت الجزائر سنة 1986، حيث ارتفعت هذه النسبة من 16.9 % سنة 1985 إلى 17.4 % سنة 1986، ثم إلى 19 % سنة 1989، وإلى 29.8 % سنة 2000. هذا يعني أن أسباب البطالة في الجزائر لا تعود فقط لانعكاس نتائج الإصلاح الهيكلي، بل لعدة عوامل متداخلة<sup>1</sup>.

ومن دون شك أن العامل الديموغرافي هو أحد الأسباب التي تضغط على البطالة، فالجزائر بنمو ديموغرافي مرتفع تطور من 3.39 % سنة 63/62 إلى 3.11 % سنة 1985، لينخفض بعد ذلك إلى 2.5 % سنة 1990، ثم إلى 2.1 % سنة 1995 وإلى 1.9 % سنة 1996. ورغم هذا التحسن، فإن الجزائر تبقى تعتبر من البلدان ذات الزيادة السكانية المرتفعة (550.000 نسمة سنوياً)، أي أننا أمام سكان نسبة الشباب فيهم عالية جداً (60 % أقل من 25 سنة، و 50 % أقل من 20 سنة)، وهذا يعني أن عدد السكان النشطين يتزايد بوتيرة عالية أيضاً، إذ قدر سنة 1999 بـ 8.5 مليون بزيادة سنوية في العشر سنوات الأخيرة بـ 3.9 %، وهو الشيء الذي يولد زيادة سنوية في طلبات العمل قدرت سنة 1995 بـ 260.000 طلب إضافي، وسنة 1996 بـ 300.000 طلب، و قدرت خلال العشرية 1987-1998 بـ 257.000 في المتوسط سنوياً. وإذا أخذنا سنة 1996 كمثال، فإن الاقتصاد الجزائري لم يوفر سوى 158.000 منصب سنة 96/95، وهذا يبين عدد الشباب الداخلين لسوق العمل الذين ليس لهم أمل في إيجاد منصب شغل (142.000 سنة 1996 فقط)<sup>2</sup>.

كما أن برنامج الإصلاح الذي شرع فيه منذ 1989 ليبدأ تطبيقه الفعلي من سنة 1990، سيعمق هذا التوجه الذي يمدد الانكماش الاقتصادي ويتمادي في ترك الاستثمارات، الأرقام تتحدث عن خلق ما يقارب 50.000 منصب شغل سنوياً في الفترة الممتدة بين سنة 1990 وسنة 1994، بينما تشهد الفترة التي تليها ارتفاعاً في عدد مناصب الشغل المحدثة. فخلال الفترة (1997-2000) ارتفع العرض الإضافي للعمل المتراكم بـ 788.000 طلب عمل (263.000 سنوياً)، بينما قدر عدد مناصب الشغل الحقيقية الجديدة بـ 550.000 (185.000 سنوياً)، وهذا يعني أن 78.000 شخص سنوياً لا يتوصل للحصول على منصب شغل يضافون إلى الاحتياطي

<sup>1</sup> نفس المرجع ص 5 .

<sup>2</sup> وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي، المؤتمر العربي الأول حول تشغيل الشباب، ص 6.

## المرتفع من العاطلين عن العمل.<sup>1</sup>

ورغم ذلك فإن معظم مناصب الشغل المحدثة يدخل ضمن البرامج الاجتماعية التي تتميز بأنها تنشئ مناصب شغل مؤقتة، كما أنها تنشأ في القطاعات غير المنتجة كالإدارة والخدمات وأشغال المنفعة العامة... الخ. هذا ما أدى إلى زيادة في تدهور ظروف العمل بصفة عامة، وهو ما يظهر جليا في ارتفاع نسبة الأجراء غير الدائمين من ضمن العدد الإجمالي للعمال المشتغلين فهذه الفئة من العمال كانت تمثل 35% من مناصب الشغل سنة 1995، ارتفعت إلى 62.2 % سنة 1996 و 66.0 % سنة 1997. كما أن عدد مناصب الشغل الدائمة المنشأة من طرف الوكالة الوطنية للشغل انتقل من 87% سنة 1985 إلى 20% سنة 1998.<sup>2</sup>

تدل الإحصائيات اليوم على أن معدلات البطالة ليست هي نفسها التي كانت تمتاز بها فترة الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي. إذ تشير مختلف التقارير حول الوضع الاجتماعي والاقتصادي في الجزائر إلى تراجع نسبة البطالة في الجزائر، بالنظر إلى تحسن مؤشرات التنمية في جميع المجالات، الصحة والتربية، بالإضافة إلى المساواة بين الجنسين وتبقى نسبة البطالة مرتفعة بالمناطق الريفية . ولدى النساء والشباب. فقد انخفضت نسبة البطالة إلى 11.3% سنة 2008.<sup>3</sup>

فالديوان الوطني للإحصاء يؤكد أن نسبة البطالة في بداية سنة 2009 هي 13.8%. ويؤكد نفس الديوان أن معدل البطالة إلى غاية نهاية شهر أكتوبر من نفس سنة هو 10.2% ولقد كانت هذه البطالة تصيب الفئات الشابة من المجتمع. إن تفاقم ظاهرة البطالة مس كل الفئات الاجتماعية لاسيما الشباب وأصحاب الشهادات العلمية. " فمن مجموع العاطلين عن العمل والبالغ عددهم الآن 1.7 مليون شخص نجد أن أكثر من 73% منهم نقل أعمارهم عن 30 سنة. " ونظرا لتفاقم الوضع وديمومته أصبحت قضية خلق مناصب الشغل في الجزائر هي لب

<sup>1</sup> منظمة العمل العربية، مكتب العمل العربي، المركز العربي لتنمية الموارد البشرية، عرض حول التوجيه والإرشاد في برامج وأجهزة التشغيل بالجزائر، الندوة الإقليمية عن دور الإرشاد والتوجيه المهني في تشغيل الشباب، طرابلس: 11-13/7/2005، ص 05.

<sup>2</sup> وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي، المؤتمر العربي الأول حول تشغيل الشباب ص 6

<sup>3</sup> FIDH Rapport sur mission d'enquête sur les libertés syndicales en Algérie, NO 349, 2002, P.6.

كل سياسات التنمية المنتهجة ذلك أن هذا الوضع هو نتاج الأزمات المتوالية التي عرفها الاقتصاد الجزائري في الثمانينات<sup>1</sup>.

## 2 الإصلاحات الاقتصادية و أثرها على البطالة:

اصطحبت الإصلاحات الإقتصادية التي شرع فيها في الجزائر منذ سنة 1990 بإصلاحات في القوانين والتشريعات التنظيمية للعمل تهدف لإدخال مرونة أكبر في سوق العمل، بالإضافة لمجموعة من الإجراءات تهدف للتخفيف من الآثار السلبية لهذه الإصلاحات على الشغل والدخل و البطالة.

فعلى المستوى القانوني والتشريعي، عدة نصوص قانونية صدرت منذ 1990، نذكر منها القانون 90-11 بشأن علاقات العمل الذي يلغي القانون العام للعامل (SGT) ويعطي أكثر حرية لأرباب العمل في مجال التوظيف والتسريح واللجوء إلى العقود لمدة محددة. كما يمكن ذكر القوانين المتعلقة بتأسيس المفاوضات الجماعية وتنظيمها (الأجور وظروف العمل أساسا)، والسماح بالتعددية النقابية، وتنظيم العمل بالمنزل ولوقت محدد... إلخ.

أما فيما يتعلق بالإجراءات التي اتخذت لحماية العمال المأجورين، فيمكن ذكر إنشاء صندوق التأمين على البطالة سنة 1994 أوكلت له مهمة التكفل بالعمال الذين يفقدون مناصب شغل لأسباب اقتصادية وتعويضهم عن ضياع مداخيلهم، ويمول هذا الصندوق بمساهمات العمال أنفسهم والمؤسسات التي تشغلهم وسميت ب"مساهمات حق الاستقادة"، كما يمكن ذكر تأسيس نظام التقاعد المسبق، والذهاب الطوعي.

لقد أدى تطبيق هذه الإجراءات من سنة 1995 إلى 1999، في خضع 1500 مؤسسة اقتصادية للتطهير الداخلي، إلى إلغاء 300.000 منصب شغل، من بينها 217.000 عامل سيتكفل بهم صندوق التأمين على البطالة، و 43.000 عامل أحيلوا على التقاعد المسبق، و 40.000 منهم استفاد من الذهاب الطوعي. القطاعات التي مستها هذه الإجراءات هي قطاع البناء والأشغال العمومية والسكن (63%) وقطاع الخدمات (21%) والقطاع الصناعي (14%)، وفي سنة 2000، 260.000 عامل فقط تحصل على تعويض من قبل هذا الصندوق، منهم 105.000 إستنفذوا منحهم، أي أنهم أصبحوا بدون دخل إذا لم يجدوا منصب عمل.

<sup>1</sup> المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، رأي حول المخطط الوطني لمكافحة البطالة، ص 18.

عملت بعض العوامل على تسريح العمال كإعادة انتشار النشاطات عن طريق إعادة هيكلة المؤسسات العمومية إضافة إلى تعديل القوانين التشريعية والتنظيمية للعمل الذي أدخل مرونة أكبر في التشغيل وأمام هذه الوضعية تم الشروع في إجراءات لتسيير البطالة.

### 3 الإجراءات التي اتخذتها الدولة للقضاء على البطالة

قامت السلطات العمومية الجزائرية بخطوات معتبرة ميدانية بهدف خلق ديناميكية في سوق العمل، و ذلك بإنشاء العديد من الأجهزة و الهياكل تصب كلها في محاولة تشجيع الأشخاص بدون شغل على خلق مناصب الشغل لأنفسهم و لغيرهم وخلق الثروة، سنتعرض بإيجاز سريع لهذه الإجراءات و الأجهزة كما يلي<sup>1</sup>:

- مع بداية عقد التسعينات تم إنشاء جهاز الإدماج المهني للشباب (DIPJ) كدعم لبرنامج تشغيل الشباب المنشأ سنة 89/86، وصندوق العمل على تشغيل الشباب (FAEJ) كجهاز مركزي، ونتيجة لعدم فعالية هذين الجهازين وتردد البنوك في منح القروض تم إنشاء (DIPJ) سنة 1990 لإزالة العقبات و القيود السابقة، ويضم الجهاز ثلاث أصناف من صيغ العمل وهي<sup>2</sup>:

\* إنشاء النشاطات، حيث تتكفل الوكالة الوطنية لتطوير الشغل ANDE بمساعدة الشباب العاطل على إنشاء تعاونيات، بلغت سنة 1995 حوالي 10335 تعاونية موزعة على 4 ولايات.

\* إنشاء العمل المأجور بمبادرة محلية (ESIL) حيث يقترح مناصب شغل مؤقتة توفرها الجماعات المحلية، ورشات الأشغال ذات المنفعة العامة و الإدارة لمدة 6 أشهر إلى سنة وبدعم من (FAEJ) الذي عوض سنة 1996 بالوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ)، بالإضافة إلى مناصب العمل التي تقترحها المؤسسات العمومية على المستوى المحلي.

إنشاء الوكالة الوطنية للتشغيل ANEM وتتكفل بجمع عروض العمل وتنظيم طلبات الشغل، وقد بلغ دعم الدولة لهذه الصيغ من التوظيف المؤقت ما بين (90-94) حوالي 9641 مليار دج.

- عقود ما قبل التشغيل (CPE) أنشأت سنة 1998 وموجهة أساسا إلى الشباب الجامعي و التقنيين الساميين المتخرجين من معاهد التكوين المهني (19-35) سنة، والذين كانوا يشتغلون في إطار (ESIL) أو أشغال المنفعة العامة أو الذين يطلبون العمل لأول مرة، مدة العقد سنة قابلة للتجديد مرة واحد إلى ستة أشهر وممول من طرف حساب التخصيص الخاص للخزينة

<sup>1</sup> Revue conjoncture, N° 22, Algérie, Décembre 1995, P 21

<sup>2</sup> op cite , P 21



العمومية الموجه لتشغيل الشباب (FNSE) و يستفيد من دعم وكالة التنمية الاجتماعية (ADS)، و يهدف البرنامج إلى معالجة بطالة فئة خاصة من الشباب لم تحظ بالعناية في البرامج السابقة للتشغيل، و تمكينه من اكتساب خبرة عملية في إطار تخصصه تؤهله للاندماج في سوق العمل بصفة دائمة مستقبلا.

وخصص لسنة 2004 حوالي 40000 عقد توظيف في إطار عقود ما قبل التشغيل، موزعة على الإدارة العمومية بـ 35558 منصب و القطاع الاقتصادي بـ 7386 منصب، و بتكلفة مالية قدرت بـ 3 مليار دولار<sup>1</sup>.

- برنامج المساعدة على إنشاء مؤسسة مصغرة (تكلفة الاستثمار محددة بـ 4 مليون دج)، أنشأ سنة 1997 موجه للإطارات المسرحية من العمل، و الشباب الراغب في إنشاء مؤسسة، و الذين تتراوح أعمارهم بين (19-35) سنة، عاطلون عن العمل وقت تسليم الملف، و القادرون على تقديم مساهمة شخصية في تمويل المشروع في حدود (5-10) % ومدعم ماليا من طرف (ANSEJ) التي ترافق المشروع إلى غاية إنجازه مع إشراك البنوك في عملية التمويل (تمويل ثلاثي الأطراف)، و يهدف هذا البرنامج إلى تشجيع الشباب المقاول على خلق أنشطة في مجال السلع والخدمات من خلال المؤسسات المصغرة، وقد بلغ عدد المؤسسات المصغرة المنشأة سنة 1998 حوالي 3570 مؤسسة توظف 8280 عامل، و التي تستفيد من إمتيازات جبائية و أسعار فائدة تفضيلية مخفضة.

بعد ستة سنوات من الممارسة العملية و إلى غاية 31 ديسمبر 2003 تم إحصاء حوالي 177429 مشروع مقبول على مستوى الوكالة من أصل 199523 ملف مسجل، موزعة على قطاع الخدمات بنسبة 52% ، الزراعة بـ 21.5%، الحرف بـ 10.5%، الصناعات الغذائية بـ 8.5%، أخرى بـ 7.5%، و تمثل حصة الإناث في هذه المشاريع نسبة 12% ، و توفر في مجموعها ما يقارب 490912 منصب شغل.

و تجدر الإشارة إلى أن هذه الإجراءات قد تم مراجعتها لاحقا حيث تم رفع مبلغ الاستثمار إلى 10 مليون دج (المساهمة الشخصية بـ 10%)، وتوسيع الاستفادة إلى الأشخاص من 35 سنة

---

<sup>1</sup> Chérif Chakib Anouar et Tchouar Kheir-Eddine, . « chômage et politique de 'emploi en Algérie » , colloque de l'université de Tlemcen, les politiques économiques ": réalités et perspectives , Novembre 2004, P

إلى 50 سنة، مع امتيازات جبائية و تسهيلات من طرف البنوك بالإضافة إلى إنشاء صندوق ضمان مخاطر القروض للشباب المقاول.<sup>1</sup>

-القرض المصغر والذي أنشأ سنة 1999 موجه لكل شخص دون شغل (18-60) سنة، النساء في سن العمل وربات البيوت بهدف إنشاء نشاط.

#### 4- إجراءات الشبكة الاجتماعية

بعد عمليات التسريح وإعادة الهيكلة التي مست الجهاز الإنتاجي أنشأ جهاز جديد سنة 1994 وهو الصندوق الوطني للتأمين على البطالة (CNAC) بخصوص الأشخاص المسرحون لأسباب اقتصادية، حيث تدفع المؤسسات لكل عامل مسرح تعويضا يكافئ ثلاثة أشهر أجر في انتظار المنحة التي يدفعها صندوق البطالة خلال 03 سنوات، مع البحث عن الشغل الذي يتكفل به مركز البحث عن الشغل التابع للصندوق، وفي سنة 2004 أضيفت لصندوق البطالة مهمة أخرى وهي إنشاء جهاز لتشغيل الشباب ما بين (35-50) سنة ومساعدتهم لإنشاء مؤسسات مصغرة وخلق مناصب شغل، ومرصد وطني للتشغيل ومحاربة البطالة.<sup>2</sup>

\*برنامج TUPHIMO (أشغال المنفعة العامة ذات الكثافة العالية لليد العاملة)، والموجه أساسا للشباب طالب العمل لأول مرة على مستوى البلديات، و المؤسس سنة 1997 بهدف خلق مناصب شغل مؤقتة مكثفة، و ذلك بفتح ورشات كبرى على مستوى الولايات و تخص مختلف القطاعات و نشاطات المنفعة العامة كإصلاح الطرقات، الغابات، تنظيف المحيط، الري و تطهير القنوات،...

سمح هذا البرنامج بتوفير حوالي 22000 منصب شغل سنويا ما بين (1997-2001) بتكلفة 99000 دج لكل منصب شغل، و استهلاك غلاف مالي إجمالي بـ 4.5 مليار دج من أصل غلاف إجمالي يقدر بـ 6.94 مليار دج .

ورغم هذه الإجراءات والأجهزة المنشأة بهدف تحريك سوق الشغل وتقليص الآثار السلبية للإصلاحات الاقتصادية على سوق الشغل، و التي توفر إطارا لكسب الخبرة المهنية و الانتقال من مناصب شغل مؤقتة إلى مناصب شغل دائمة مستقبلا، و رغم أن الإحصائيات الرسمية (الحصيلة الاقتصادية و الاجتماعية للحكومة ما بين (1999-2003) تعطي أرقاما بخصوص

<sup>1</sup> Chérif Chakib Anouar et Tchouar Kheir-Eddine, . « Op, Cit, P.16

<sup>2</sup>, Op cite, p18.

<sup>3</sup> Op cite , Op cite, p 19 .

توفير 175000 منصب شغل في الوظيفة العمومي، و 905000 منصب شغل في القطاع الإنتاجي من خلال المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و المؤسسات المصغرة، أي في حدود 216000 منصب شغل سنويا، و هو ما أدى إلى انخفاض معدل البطالة من 28.6 % سنة 1998 إلى 23.7 % نهاية سنة 2003<sup>1</sup>.

في حين يطلعنا وزير التضامن الوطني بأن وزارته قد أنشأت سنة 2004 حوالي 405883 منصب شغل في إطار الصيغ المعمول بها ضمن 717000 منصب شغل منشأ سنة 2004، و أن هناك توجه لزيادة مناصب الشغل في إطار برنامج الإنعاش الاقتصادي الثاني (2005-2009).

و هذه المعطيات التي تختلف من مصدر لآخر تجعل من الصعوبة بمكان على الباحث الحكم على مدى الانخفاض الفعلي لمعدل البطالة في ظل عدم التأكد من دقتها، إلا أنه يمكن القول بأن مشكل البطالة يظل المشكل رقم واحد بسبب مخزون البطالة و الوافدين الجدد إلى سوق العمل سنويا والمقدرين بحوالي (250000-300000) طلب عمل جديد، و للتذكير فإن الجزائر ما بين (1967-1984)، و هي الفترة التي عرفت معدلات استثمار عالية لم يتم فيها إنشاء سوى 102000 منصب شغل سنويا<sup>2</sup>.

إن التقييم الكلي لهذه البرامج خلال سنوات 1997 و 1998 و 1999 يبين أن أكثر من 400.000 شاب قد استفاد من أن كل الدراسات التي أنجزت من طرف الهيئات الرسمية وغير الرسمية تجمع على ضالة عدد المستفيدين من هذه الإجراءات مقارنة باحتياجات التشغيل، وعلى الطابع المؤقت لأغلبية مناصب الشغل التي أنشأت ضمن هذه البرامج، وكذلك على ضعف الميزانية المخصصة لها. نفس الهيئات تقدم عدة أسباب لذلك منها أساسا ضعف الأجهزة القائمة على متابعة ومساعدة تطبيق هذه البرامج، وكذا التداخل في مهامها وانعدام التنسيق فيما بينها، ونذكر على سبيل المثال السبب الذي يعود في كل الدراسات المنجزة لتقييم أداء هذه البرامج وهو ضعف دور المؤسسات المصرفية وبيروقراطيتها ونقص التمويل عامة.

تقرير مصالح رئاسة الجمهورية حول البطالة، الذي أنجز سنة 1998، يؤكد ضعف هذه النتائج

<sup>1</sup> وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي، نفس المرجع ص 23.

<sup>2</sup> Rapport sur mission d'enquête sur la liberté syndicale en Algérie, N° 349, 2002, P.8 FIDH.

ويرجعها لتفضيل "خيار إنشاء المؤسسات وترقية نشاط الشباب في القطاع الخاص، على حساب الهدف الرامي إلى إدماج الشباب البطالين".<sup>1</sup>

سنة 1998 يقترح مخططا وطنيا لمكافحة البطالة يقوم على إستراتيجية تتمحور في أربع نقاط أساسية هي:<sup>2</sup>

1 - تحسين آليات تأطير وتنظيم سوق العمل وتسيير البطالة، مما يستلزم إصلاح جهاز الوكالة الوطنية للشغل.

2 - دعم سياسات التشغيل البديلة والإجراءات العملية التي تعالج البطالة، التي ذكرناها أعلاه، بتسطير برامج خاصة ترمي لإنشاء مناصب شغل، كالأشغال الكبرى واستصلاح الأراضي..إلخ.

3 - تحسين آليات تسيير وتمويل النفقات من ميزانية التجهيز، ودعم الإجراءات المحفزة للاستثمار، لا سيما في القطاعات ذات الكثافة في استعمال اليد العاملة، يذكر منها قطاع البناء والأشغال العمومية، وقطاع الناجم، وقطاع الزراعة والصيد البحري.

#### 4 - ضبط إستراتيجية تمويل مجمل هذه النشاطات.

ينطلق هذا المخطط المقترح لحل مشكل البطالة، والبرامج الأخرى التي سبقته، من موقف إما علني أو ضمني يعتبر مشكلة البطالة هي ظاهرة حتمية و"قدرية".

لهذا يجب العيش معها ومحاولة تسييرها فقط والعمل على جعلها لا ترتفع أكثر "إن الرهان بالنسبة للقطاع الصناعي لا يتمثل في إنعاش التشغيل، إنما يكمن خاصة في وضع إستراتيجية للحد من وتيرة فقدان من مناصب الشغل الموجودة".<sup>3</sup>

### المبحث الثالث/ التحولات السياسية

#### أولا/ التحول من الحزب و التعددية الحزبية في الجزائر

على الرغم من السلطات و الصلاحيات التشريعية و الرقابية التي يتمتع بها المجلس الشعبي الوطني، إلا أن دوره في الحياة السياسية يتسم بالضعف و الهشاشة و هذا ما أكدته الدراسات السياسية و الدستورية فعلى صعيد عملية التشريع تؤكد خبرة ممارسة البرلمان التعددي في

<sup>1</sup>Chérif Chakib Anouar et Tchouar Kheir-Eddine, Op cite, Op cite ; p18.

<sup>2</sup> المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، رأي حول المخطط الوطني لمكافحة البطالة، ص 18.

<sup>3</sup> المخطط الوطني لمكافحة البطالة، مصالح رئاسة الجمهورية ، جويلية 1998.

الجزائر منذ 1997 أن الحكومة هي التي تقدم الغالبية العظمى من مشاريع القوانين ، و يقوم المجلس بمناقشتها و اقرارها بدون تعديل ، أو بعد إدخال تعديلات طفيفة على بعضها<sup>1</sup> رغم ان مشاريع القوانين التي قدمتها الحكومة جرى بشأنها مناقشات حادة في البرلمان و رغم اعتراض نواب المعارضة على بعض القوانين، الا انه لم يكن كافيا حيث ان الأغلبية التي كان يتمتع بها التجمع الوطني الديمقراطي في البرلمان التعددي الناتج عن انتخابات 1997 أو الأغلبية التي يتمتع بها حزب جبهة التحرير الوطني المتحالف مع التجمع الوطني الديمقراطي و حركة مجتمع السلم عقب الانتخابات التشريعية التعددية لسنة 2002 أو 2007 تسمح للحكومة بتمرير القوانين التي تريدها فقد حصلت الأحزاب الثلاثة في عام 1997 على 287 مقعدا من مجموع 389 بنسبة 75 % و في سنة 2002 حصلت الأحزاب الثلاثة مجتمعة على 284 مقعدا من مجموع 380 بنسبة 73 % من مجموع مقاعد المجلس الشعبي الوطني ، وحصلت في عام 2007 ، 14%.

وعلى 249 مقعدا من مجموع 389 بنسبة 64 في المجال الرقابي يتمتع المجلس الشعبي الوطني بسلطات رقابية إلا أنه لا يمارس هذه السلطات كما يجب ، و بما يعزز من دورة في مراقبة أعمال الحكومة ، حيث يغلب على النشاط الرقابي للبرلمان أساليب الرقابة الأقل تأثيرا على الحكومة مثل توجيه الأسئلة الشفوية و الكتابية مقارنة بأساليب الرقابة الأكثر فاعلية مثل الاستجوابات و التصويت بملتمس الرقابة ضد الحكومة ، حيث تشير الخبرة البرلمانية في الجزائر انه لم يحدث ان قام المجلس الشعبي الوطني بالتصويت عن طريق ملتمس الرقابة ضد الحكومة لا في فترة البرلمان الأحادي منذ دستور 1963 و لا في البرلمان التعددي منذ 1997 و إلى يومنا هذا<sup>2</sup>.

منذ إقرار دستور 1996 الذي نص على استحداث غرفة ثانية للبرلمان " مجلس الأمة " طرحت تساؤلات حول جدواها في البناء الدستوري، و بالتالي في مجال التوازن المؤسساتي حيث يرى

<sup>1</sup> د. بلعور ، محمد ، " التعديلات الدستورية وعضلة التطوير البرلماني في الجزائر "، الملتقى العلمي الدولي حول التطوير البرلماني في دول المغاربة ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، الجزائر ، 2011-2012 ص 10.

<sup>2</sup> د. بلعور ، محمد ، " التعديلات الدستورية وعضلة التطوير البرلماني في الجزائر "، نفس المرجع ص

البعض ان وضعها جاء للحد من احتمال سيطرة اغلبيه برلمانية في الغرفة الأولى ،حيث ينتخب ثلثا مجلس الأمة بطريقة غير مباشرة من المنتخبين المحليين و الثلث الباقي من تعيين الرئيس لم ا رقة المجلس الشعبي الوطني الذي قد يسيطر عليه حزب قوي .<sup>1</sup>

كشفت الممارسة السياسية أن الازدواجية البرلمانية في الجزائر ماهي إلا عبارة عن وسيلة لتأطير الانتخابات التشريعية، وليست كما يذهب اليه الخطاب الرسمي ترسيخ المسار الديمقراطي وتعميقه بتوسيع التمثيل السياسي في ظل توازن مؤسسات الدولة الدستورية وفي ظل مبدأ الفصل بين السلطات بل هذه الازدواجية تذهب عكس آليات الفاعلية والرشاد في العمل التشريعي وبالتالي تذهب عكس ما تصبو إليه الانتخابات<sup>2</sup> .

و رغم حداثة التجربة البرلمانية التعددية في الجزائر فقد تميزت الجلسات العامة للبرلمان بالنقاش الصريح والساخن أحيانا، وبالطرح الموضوعي في معالجة القضايا والمسائل المطروحة للنقاش، كما مثلت تلك الجلسات بالنسبة للأحزاب السياسية والنواب الأحرار فرصة للتعبير عن آرائهم بشأن ما عرض عليهم من برامج وقوانين وأوامر واتفاقيات.<sup>3</sup>

أما بالنسبة للتعديلات الدستورية التي تم اقرارها في نوفمبر 2008 فقد أبقت على مسؤولية الوزير الأول أمام البرلمان، إلا أنها مسؤولية اسمية فقط دون محتوى تهدف إلى<sup>4</sup> :

- منح البرلمان آلية الرقابة والتصويت على القوانين، ومن تم تكون هناك مناقشات لمخطط عمل الوزير وتصويب، وانتقادات شكلية، ويكون سنويا بيان عن السياسة العامة تتبعه جلسات ومناقشات، ويكون بصورة مستمرة وزير الاول ووزراء في البرلمان يدافعون عن مشاريعهم أمام النواب .

---

<sup>1</sup> قيرة، إسماعيل وآخرون، "مستقبل الديمقراطية في الجزائر"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2002 ، ص153

<sup>2</sup> عروس، الزبير وآخرون، "النزاهة في الانتخابات البرلمانية مقوماتها وآلياتها في الأقطار العربية". بيروت :مركز دراسات الوحدة العربية، 2000 ص 360 .

<sup>3</sup> لعروسي، ا ربح، "قراءة في الأداء السياسي للبرلمان التعددي الجزائري"، مجلة دراسات الإستراتيجية العدد 04 جويلية 2007 ، ص 31 .

<sup>4</sup> بلحاج، صالح، "المؤسسات السياسية والقانون الدستوري في الجزائر الاستقلال إلى اليوم"، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010 الجزائر ، ص 169 .

- الإبقاء على هذه الصيغة الدستورية لأن إسقاط مسؤولية الحكومة أمام البرلمان وإلغاء الرقابة البرلمانية وحرمان البرلمان من مصدر نشاطه يوقع المؤسس الدستوري في معضلة كبيرة تستدعي تغيير الدستور برمته، وبإلغاء صيغة النظام الشبه الرئاسي والاتجاه نحو النظام الرئاسي.

تعكس الممارسة السياسية للبرلمان التعددي في الجزائر أداءه المتأخر "نهاية عهدة البرلمان الحالي في" 2012 ، حيث وقع أكثر من 34 نائبا في المجلس الشعبي الوطني لائحة طالبو فيها حكومة الوزير الأول" أحمد أويحي "بتقديم بيان السياسة العامة وحصيلة نشاطها تطبيقا لنص المادة ( 80 ) من الدستور والمادة ( 50 ) من القانون العضوي المنظم للعلاقة بين الحكومة والبرلمان، و اتهمت اللائحة الحكومة بعدم احترام الدستور و التهرب من الالتزامات القانونية، حيث أنه في ظرف 05 سنوات منذ 2007 و إلى 2012 لم تقدم الحكومة أمام المجلس الشعبي الوطني إلا بيانا واحدا للسياسة العامة في أكتوبر 2010 رغم أنّ المادة (84) من دستور 1996 تلزم الحكومة بذلك سنويا.

في سياق متصل لم تقدم حكومة الوزير الأول" أحمد أويحي -"عقب التعديل الجزئي للدستور في نوفمبر - 2008 مخطط عملها للبرلمان كما تنص عليه المادة ( 80 ) من الدستور، حيث أكد النواب في لائحهم السابقة " أنهم كانوا ينتظرون تقديم الوزير الأول بيان السياسة العامة في أكتوبر 2011 لكنه لم يفعل ذلك إلى اليوم.<sup>1</sup>

إجمالا تؤكد الدراسات المهمة بالسلطة التشريعية في الجزائر والتي حاولت قياس درجة المؤسسية وفقا للمعايير - التي وضعها المفكر " صمويل هنتجنون -"وهي التكيف والتعقيد، والاستقلالية والتماسك أنها :<sup>2</sup>

- إفتقدت الاستمرارية الزمنية والكفاءة الوظيفية حيث شهدت انقطاعا مستمرا ، فأول مجلس تشريعي وطني تأسس عام 1963 لم يستمر سوى عامين و بقيت البلاد دون برلمان حتى سنة 1977، كما شهدت انقطاعا بتعيين برلماني انتقالي مند بداية التسعينات من القرن الماضي وإلى غاية 1997 .

---

<sup>1</sup> لحياني، عثمان، " أويحي مطالب بتقديم بيان السياسة العامة أمام البرلمان "، يومية الخبر، 2012/01/25

<sup>2</sup> أحمد الرشيد، " المؤسسة التشريعية في العالم العربي ". القاهرة :مركز البحوث والدارسات السياسية،

1997، ص 94-95 .

- أما من حيث التغير الوظيفي للبرلمان فان وظيفة البرلمان بقيت جامدة فلم يتجاوز أكثر من منح الشرعية القانونية للقرارات التي يتم صنعها في مكان آخر.
- التعقيد بمعنى أن يكون للمؤسسة أكثر من وظيفة فرغم تعدد اللجان البرلمانية في الجزائر ، إلا أنها صورية ولا تمارس إلا وظائف محددة وجامدة مما يعني أنها فاقدة القدرة على التعقيد.
- الاستقلالية أي مدى حرية وذاتية المؤسسة في العمل المالي والوظيفي، ويتضح التداخل بين عمل البرلمان وعمل السلطة التنفيذية.
- التماسك :بمعنى درجة الرضا بين نواب البرلمان ويمكن أن يتضح هذا من خلال الممارسة البرلمانية والخبرة السياسية و النشاط داخل البرلمان.
- ثانيا/ تعدد الصحف و القنوات الفضائية .**

## **1- الإعلام من 1992 إلى 2000**

- اثر الوضع الأمني في الجزائر من 1989 إلى 1992 في حرية الصحافة ، اذ كانت في البدايات الأولى تبشر بفضاء إعلامي متنوع و حر فاعل و قوي ، ثم تغيرت الأمور و عادت إلى سابق عهدها في ظل غياب المؤسسات و عملية التناوب على السلطة و غياب معارضة قوية و منظمة و قوى مضادة و فعالة .
- و لم تعزز التعددية السياسية حرية الصحافة و الإعلام لأنها من الأساس تعددية مزيفة، فغياب المشاركة السياسية و التوازن المؤسستي لم تستطع المنظومة الإعلامية أن تتخلص من رواسب الحزب الواحد ففي 1990 صادق المجلس الشعبي الوطني على قانون جديد للإعلام و بذلك أصبح الفضاء الإعلامي الجزائري يحتوي على :
- المؤسسات الإعلامية التي كانت تعرفها الجزائر بقيت تابعة لوزارة الإعلام و الجهات الحكومية الرسمية.
  - احتكار الدولة للقطاع السمعي البصري ، قانون أبريل 1990



- عرفت الصحافة المستقلة في هاته الفترة رواجاً لا مثيل له إذ سميت هاته الفترة بالفترة الذهبية للصحافة الجزائرية ، حيث وصل عدد اليوميات المستقلة 30 جريدة مثل جريدة الخبر التي وصل توزيعها إلى 400 ألف نسخة و جريدة الوطن إلى 150 ألف نسخة<sup>1</sup>

## 2 الإعلام من 2000 إلى 2012

و في سنة 2012 دخلت الجزائر في حزمة من الإصلاحات السياسية المعلنة لمرحلة جديدة في إرساء مسارها الديمقراطي، فسخرت لقطاع الإعلام والاتصال الإمكانيات اللازمة لتمكينه من استيعاب وتوظيف الانفجار المعلوماتي التكنولوجي الناجم عن الثورة التقنية وذلك من أجل تأطير الممارسة الإعلامية والمهنية للصحفيين وقطاع الإعلام في الجزائر تواكب هذه التحولات الأمر الذي تطلب وضع إطار قانوني المتمثل في المشروع العضوي لقانون الإعلام الجديد الذي صدر في شهر جانفي 2012 ، الذي يعد بمثابة شهادة ميلاد القنوات الإذاعية و التلفزيونية الخاصة وكذا رفع التجريم عن الجناح الصحفية في الجزائر وإصدار سلطة الضبط الخاصة بالسمعي البصري والصحافة المكتوبة وتنظيم نمط الصحافة الالكترونية الغائب في قانون الإعلام 1990 ، لهذا الأساس كانت لنا فرصة لاستجواب عينة من الأساتذة والأكاديميين في مجال الإعلام لنقف اليوم عند الإصلاحات التي عرفها قطاع الإعلام في الجزائر وأهم المتغيرات التي جسدت الحق في الإعلام والحق في الاتصال وحرية التعبير<sup>2</sup>.

يري الأستاذ بكلية العلوم السياسية والإعلام عمار عبد الرحمن أن قانون الإعلام الجديد الذي صدر رسمياً في سنة 2012 استبشر الجميع خيراً لأنه كان متنفساً بالنسبة للإعلاميين رغم أنه لم يأت بالشئ الجديد بمعنى التطلع لانشغالات الأسرة الإعلامية ، إذن فالقانون الجديد للإعلام يحتاج الى مراجعة على أساس مجموعة من النقائص وهي ركائز أساسية لتحديد مسار الممارسة الإعلامية والمهنية للصحفيين كالتركيز على حقوقهم والحياة المهنية وأخلاقيات المهنة .

وفي هذا السياق أكد وزير الاتصال محمد السعيد على أن القطاع العمومي في مجال السمعي البصري سيبقي "العمود الفقري" شرط تطوير نفسه للمنافسة في المستقبل مع القنوات الخاصة ،

---

<sup>1</sup> قيراط ،محمد ، " حرية الصحافة في ظل التعددية الحزبية " ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 19 ، العدد 3-4 ، 2003 ص 141-142 .

<sup>2</sup> التلفزيون الجزائري ، " الإعلام الجزائري 2012 ، أفق نحو الانفتاح و التعددية " ، مداخلة لبعض المختصين في مجال الإعلام .

ولكن يجب عليه أن يفكر في تطوير نفسه حتى يستطيع الصمود غدا أمام القنوات الأخرى معتبرا أن الغاية من فتح مجال السمي البصري هو إعطائه الدفع من جهة والاستجابة للحاجيات الإعلامية للمواطن.

كما ألح على ضرورة التجاوب مع مستوى تطور الوعي السياسي للمجتمع و كذلك الأخذ بعين الاعتبار كل التطورات الحاصلة في العالم و استيعاب أحسن الوسائل التكنولوجية لمسايرة واقع القرن الواحد و العشرين وأوصى ببذل "جهد إضافي" في "الشكل وفي المضمون" ، ودعا بالمناسبة إلى ضرورة الاستثمار في الثروة البشرية عن طريق التكوين قائلا " لا نستطيع أن نذهب بعيدا إن لم نستثمر بالشكل الكافي العمال" وحث على تشجيع الكفاءات الوطنية عن طريق الأولوية للإنتاج الوطني وخلق المنافسة بين الكفاءات .

ويضيف الوزير أن الحكومة عازمة على المضي في فتح المجال السمي البصري "بواقعية" و "تدرج" ، كما هي عازمة على استغلال البث الفضائي بما يضمن الحرية و الديمقراطية وسيأخذ بعين الاعتبار " القيم الروحية و الأخلاقية لشعبنا و حماية الهوية و الوحدة الوطنية و تدعيم التنوع الثقافي و اللغوي الذي يميز مجتمعنا".<sup>1</sup>

وأوضح محمد السعيد كذلك أن المشكل اليوم لم يعد مطروحا بين أنصار الانفتاح في القطاع السمي البصري و دعاة الإبقاء على احتكار الدولة لهذا المجال ولكن يقتصر على كيفية فتح هذا القطاع ولأية غاية وكذا كيفية تنظيم حرية إنشاء الفضائيات والسهر على أدائها و شفافية قواعدها الاقتصادية وتجنب الفوضى و التسرع و الارتجال" وبتنظيم حرية التعبير للوصول إلى تحديد الوسائل ورسم الطريق لهذه الأهداف معتبرا الملتقى فرصة لتوضيح الرؤى في هذا الشأن. واعترف وزير الاتصال بأن نشاط السمي البصري لم يفتح في الجزائر ب" الوتيرة نفسها التي عرفتها الصحافة المكتوبة" مرجعا ذلك الى ان "البلاد التي مرت بمرحلة أليمة فرضت على الدولة إعطاء الأولوية لاستعادة الأمن و السلم وحماية الأشخاص وإعادة بناء الإقتصاد الوطني و توطيد أركان الدولة وتحسين مؤسساتها من العواصف والهزات".<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> وزارة الاتصال ، كلمة وزير الاتصال

<sup>2</sup> وزارة الاتصال ، نفس المرجع

واستنتج محمد السعيد أن "الانفتاح على القطاع السمعي البصري الخاص كخدمة عمومية محكوم بالتدرج في التنفيذ وفق معايير مهنية وأخلاقية محددة تشجع بروز إعلام رفيع المستوى يؤمن ممارسوه بأن للحرية سقفا اسمه المسؤولية".

وتعهد الوزير بمنح الفرصة للجميع للتنافس "بشفافية" على أساس "معايير الجودة و الاحترافية لترقية الإنتاج الوطني الذي يجب أن تكون له حصة الأسد في الإنتاج المعروض في الشاشة الصغيرة "معتبرا ذلك "التحدي الأول" الذي يسبق المنافسة في الفضاء الرحب للقنوات الفضائية العربية والمتوسطة المملوكة في أغليبتها الساحقة للقطاع الخاص.

و تساءل في هذا المجال عن مصادر تمويل بعض القنوات الفضائية الخاصة وهويتها و رسالتها وعن مدى مراعاتها لقواعد المهنة و أخلاقياتها قبل أن يضيف بأنه "من مصلحة الجزائر أن تفتح المجال تدريجيا أمام القنوات الخاصة التي يبادر بها مهنيون جزائريون حتى "لا يضطر المواطن إلى التقاط قنوات فضائية أجنبية تروج لأفكار ومعتقدات بعيدة عن واقعنا و طموحاتنا و انشغالاتنا".

## 2- التعددية الصحفية

إن انفتاح الصحافة المكتوبة على المبادرة الخاصة التي تمخضت عن اضطرابات ما بعد أكتوبر 1988 و حرية التعبير التي وسمت المشهد الإعلامي في السنوات العشرين الأخيرة ينبغي أن يدونا دون أدنى شك في سجل الإنجازات الديمقراطية الكبيرة التي تحققت منذ الاستقلال.

و في سياق الانفتاح الاقتصادي و السياسي الذي ميز التسعينيات، تولد عن الحاجة إلى التعبير بروز صحافة خاصة متنوعة إلى جانب الصحافة العمومية. و عليه راحت الساحة الإعلامية الوطنية تعرف مع مرور الزمن، أوقات سراء و ضراء و فترات أزمة و أحيانا أخرى فترات مساس بالمهنية و الأخلاقيات و مرد كل ذلك إلى النقص في تكوين الصحفيين.

ففي التاسع عشر من مارس 1990 تم إصدار المنشور 04/90 الذي كان بمثابة إشارة انطلاق ما اتفق على تسميته "التفتح الفكري". و جاء الإجراء الذي قرره المبادرون بالمشروع ليمنح الصحفيين إمكانية تأسيس مجموعات مهنية من أجل إنشاء عناوين مستقلة و مجلات زيادة على إمكانية العمل في الصحافة الحزبية أو صحافة الرأي، كما يتضمن النص الاستفادة من عدة

تسهيلات (قروض و مقرات و طبع) ليلحق بعد ذلك إلى القانون 07/90 بتاريخ 3 أفريل 1990 المتعلق بالإعلام<sup>1</sup>.

إن هذا الترتيب الذي يعتبر بمثابة العقد المؤسس للتعددية الإعلامية قد أدخل تغييرات على الساحة الإعلامية بأكملها بما فيها قطاع السمعي البصري الذي ظل تحت سلطة الدولة، و لم يكن أمام الصحافة العمومية المكتوبة منها و السمعية البصرية إلا أن تتساق ضمن ذاك الانفتاح الذي أحدثته عملية تحرير المجال الإعلامي و أن تواكب مساره من خلال تأكيدها على المصلحة العامة التي رأت فيها إحدى الأدوات الأساسية لنضالها و التي ساهمت من خلالها و بقسط كبير في تليين درع التفكير الواحد.

و هكذا، انتقل عدد عناوين الصحافة المكتوبة الذي كان يقارب الخمسين عنوانا قبل سنة 1990 و التي كانت تابعة للقطاع العام و ملكا لوزارة الإعلام آنذاك و حزب جبهة التحرير الوطني و منظماته الشعبية و كذا الجيش الوطني الشعبي، انتقل إلى 400 عنوان سنة 2012 منها مئة صحيفة يومية.

و الشأن ذاته بالنسبة لأرقام السحب الذي و بعدما كان يقدر ب 650 000 نسخة في اليوم لليوميات الست الموجودة و 670 000 نسخة أسبوعيا للمجلات، بات اليوم يتراوح ما بين 3 و 5 مليون نسخة في اليوم. و كل ذلك يرفع من عدد القراء إلى حوالي سبعة مليون قارئ في اليوم كما عرف عدد الصحفيين زيادة مماثلة إذ قفز من 1500 صحفي مع بداية "المغامرة الفكرية" إلى 4000 حاليا<sup>2</sup>.

### 3 أربع قنوات خاصة جزائرية عبر الناييل سات في ظرف قياسي<sup>3</sup>

أطلق رجال أعمال وإعلاميين جزائريين قنوات خاصة في الخارج مباشرة بعد قرار السلطة في الجزائر فتح مجال السمعي البصري في إطار الإصلاحات السياسية التي باشرتها وتزامنا مع الحراك السياسي التي تشهده المنطقة العربية. وبدأت هذه القنوات تبث برامج عن الحياة السياسية

---

<sup>1</sup> د.رتيبة ، "التعددية الاعلامية ،تقدم ديمقراطي و فتح الباب امام اقرار حرية التفكير و التعبير" ، الرابط [www.demo.Kdconcept.net](http://www.demo.Kdconcept.net)

<sup>2</sup> نفس المرجع

<sup>3</sup> مطاوي ، فيصل ،القنوات الفضائية تكسر احتكار السلطة للتلفزة ، الرابط : [www.akhbaraK.net](http://www.akhbaraK.net)

والاجتماعية للجزائريين حتى قبل صدور القانون المنظم لهذا المجال، وهي برامج كانت بمثابة (تابوهات) لم يكن التلفزيون الحكومي ليجرأ على بثها من بينها :

• **قناة الجزائرية :** و التي تبث برامجها انطلاقا من الأردن بداية يناير المنصرم، وتتميز بأنها قناة إعلامية وثقافية وترفيهية تعمل على تمرير قيم وطنية.

• **قناة الشروق :** و تبث برامجها من عمان و بيروت وتعرف فضائية الشروق نفسها بأنها "عامة وشاملة"، وخطها التحريري "سيكون مدافعا عن المصالح العليا للجزائر".

• **قناة النهار:** هي قناة جديدة و قد نفت الجهات القريبة من الفضائية الجديدة عن وجود علاقة قانونية تربطها بيومية "النهار الجديد"، إلا أن شعار القناة وخطها التحريري الإخباري الذي لا يبتعد كثيرا عن التوجه التحريري للنسخة الورقية من النهار، و هي تبث برامجها داخل الوطن .

• **قناة المغاربية :** التي يبدو أنها باتت تحظى بمشاهدة كبيرة من قبل الجزائريين، بدليل الكم الهائل من المكالمات والاتصالات التي ترد على القناة للمشاركة في برامجها التفاعلية. وتحدث عدة مصادر عن أن "المغاربية"، التي تتخذ من المملكة المتحدة (بريطانيا) مقرا لها، يقف خلفها مجموعة من رجال الأعمال فيما تذكر جهات أخرى أن دولة خليجية معروفة تقف خلف تمويل القناة، وهنا يشار تحديدا إلى إمارة قطر التي يقيم فيها زعيم الحركة المحظورة عباسي مدني.<sup>1</sup>

## ثالثا/ دخول المرأة المجال السياسي

### 1 - المشاركة السياسية للمرأة في ظل التعددية

تعد مرحلة التعددية السياسية في الجزائر منعطفا كبيرا في تاريخها ، حيث اتسع فيها نطاق الحريات من حيث تكوين الجمعيات أو الأحزاب بعد أن كان الحزب الواحد هو المسير والتنظيمات الوحيدة آنذاك تدور في فلكه ، و بعد أحداث أكتوبر بالذات 1988 ، بدأت تظهر أطرا جديدة تمكن من امتصاص كل التوجهات السياسية ، ، بهذا ظهرت الأحزاب الثورية التي تجذب إليها ذوي التوجه الثوري ، و ظهرت الأحزاب الإسلامية التي انضم إليها ذوي التوجه الإسلامي ، كما وجد التيار اللائكي الإطار الذي يمكنه التحرك من خلاله الأحزاب ، كما

<sup>1</sup> نفس المرجع .

ظهرت الجمعيات على مختلف توجهاتها و طبيعة عملها ، فكل ما كان محتكرا سابقا أصبح مباحا في هذه الفترة<sup>1</sup>.

و بهذا بدأت النساء تنتظم داخل هذه الهياكل ، كما بدأت الشخصيات النسائية العامة بالظهور كنشيطات من أجل حقوق المرأة ، و باستثناء الشخصيات التي كانت تقدم نفسها على أنها مستقلة لا تنتمي إلى أي توجه سياسي فإن معظمهن كن أعضاء في أحزاب سياسية ، حيث بدأت المرأة بالخروج إلى دائرة الضوء بعد سرية فرضها 30 عاما من الحزب الواحد.

و بهذا فقد أخذ النضال السياسي للمرأة أشكالا عدة ، و كانت أهميته و أهدافه تتغير وفقا لطبيعة التنظيمات السياسية التي تعمل بداخلها ، و أيديولوجياتها ، و تكتيكاتها ، و لقد شهد المجتمع الجزائري منذ وقف المسار الانتخابي في جانفي 1992 ضغطا هائلا مارسه الإرهاب آنذاك ، و أعلنت حالة الطوارئ و التراجع الواضح لممارسة الحريات الفردية و بخاصة حرية التعبير مقارنة بالسنوات الثلاث التي أعقبت أحداث أكتوبر 1988 ، و إذا كان النشاط السياسي قد تراجع ، فإن تواجد المرأة على الساحة السياسية قد تراجع أيضا بفعل هذا الوضع ، إلى أن بدأت مؤسسات الدولة تستقر و تخرج من مرحلة الانتقالية و بدأ جزء من الأمن يستتب ، و رجعت المرأة إلى الميدان الاجتماعي و السياسي للعمل من جديد<sup>2</sup>.

### 3- المرأة و العمل الجمعي

لقد تشكلت أكثر من 30 منظمة نسوية تدافع عن حقوق المرأة في فترة 1989 ، حيث انصب نشاط الكثير من هذه الجمعيات حول قانون الأسرة ، وبذلك احتشدت النساء ضمن جمعيات مختلفة.

-الجمعيات الخيرية النسوية : و التي تعد أكثر أصناف الجمعيات النسوية انتشارا ، و قد و قد هذه الجمعيات مختلطة تكون النساء طرفا فيها ، كما قد تكون نسوية بحتة، و ينصب عمل هذه الجمعيات على محاولة التكفل بمخلفات التحول الاقتصادي كالفقر و انهيار مستوى المعيشة بتوزيع الإعانات على المعوزين من أكل و ألبة ، و احتياجات طبية ... و هذا النمط من

---

<sup>1</sup> بادي، سامية ، المرأة و المشاركة السياسية ، العمل الحزبي ، العمل النيابي ، مذكرة مكملة لنيل شهادة

المجستير ، في علم الاجتماع التتمية ، 2005 ص 245 .

<sup>2</sup> نفس المرجع ص 246 .

النشاط هو محاولة التخفيف من حدة المشاكل الاجتماعية دون طرح حلول لها أو القضاء على الفقر الذي يعانون منه رغم أهمية العمل الجماعي.

-الجمعيات أو الهيئات التابعة للأحزاب : و هو النوع آخر من الجمعيات ألا و هي تلك التابعة للأحزاب التي تسعى هذه الأخيرة من خلالها إلى التغلغل داخل المجتمع ، واستقطاب عدد أكبر من المناصرين ، حيث تتحرك البعض من هذه الجمعيات بدعم من الحزب ، و البعض الآخر قد أعطيت له الحرية الكاملة في التحرك خارج الإطار السياسي<sup>1</sup>.

-الهيئات النسائية التابعة للمنظمات المهنية أو الحرة : مثل لجنة المرأة في نقابة المحامين أو الأطباء ، و لجنة المرأة في الرابطة الجزائرية للدفاع عن حقوق الإنسان.....الخ  
- و ثمة نوع رابع من التنظيمات النسوية يعرف بالنوادي النسوية ، فضلا عن ذلك ، هناك تنظيمات لا تندرج تحت أي من التصنيفات السابقة ، و إنما هي مستقلة عن الحكومة و النقابات المهنية و الأحزاب مثل جمعية تحقيق المساواة بين الرجل و المرأة ، و جمعية صحة النساء في ولاية تيزي وزو ، و التجمع الجزائري للنساء الديمقراطيات ، و قد تشكلت المنظمة الأولى عام 1985 و هي جمعية تحقيق المساواة بين الرجل و المرأة ، بمناسبة تنظيم المعارضة النسائية لقانون الأسرة الذي لا يجيز المساواة بين المرأة و الرجل ، و ينتهك حقوق النساء ، و هي أول منظمة نسوية علمانية مستقلة<sup>2</sup>

### 3- المرأة الجزائرية و العمل الحزبي

تعتبر الأحزاب من بين الهياكل التي ارتضتها بعض النساء للعمل السياسي ، فمنذ 1988 عملت الأحزاب السياسية على استقطاب العنصر النسوي لصالحها و ذلك نظرا للثقل العددي و الوزن الاجتماعي الذي تتميز به ، و مع حرصها على توظيف القوة الانتخابية النسائية لصالحها ، و الإغلاء من شأنها في أدبياتها، اختلفت هاته الأحزاب فيما بينها من حيث درجة الاهتمام بقضايا المرأة و أسلوب التعاطي مع هذه القضية.

فحزب جبهة التحرير الوطني قد انتظمت المرأة في إطار هذا الحزب في مرحلة ما بعد

---

<sup>1</sup> زعموش ، فوزية : المجتمع المدني في تجربة الجزائرية، رسالة ماجستير في الحقوق ، جامعة قسنطينة،

2001-2002

<sup>2</sup> الدسوقي ، أيمن ابراهيم ، " المجتمع المدني في الجزائر" ، مجلة المستقبل العربي ، مركز الوحدة العربية ،

بيروت ، لبنان ، عدد 259 ، سبتمبر 2000 ، ص6

و بالتالي كان عدد النساء ، UNFA الاستقلال من خلال الاتحاد الوطني للنساء الجزائريات كبيرا ، إلا أنه في مرحلة التعددية السياسية و استقلالية الاتحاد عنه تضاعف هذا العدد لتشتت أعضائه بين الأحزاب الأخرى و التنظيمات غير الحزبية ، و تجدر الإشارة إلى أن حزب جبهة التحرير الوطني في مؤتمره السابع قد أكد على كفالة حق الترشيح لجميع المناضلين و المناضلات وفقا لشروط الممارسة النضالية و الأقدمية ، و بالرغم من ذلك فإنه لم يقدم في الانتخابات التشريعية لسنة 1997 أية امرأة من بين 64 نائبا الذين نجحوا <sup>1</sup>.

إلا أننا يمكن أن نفسر ذلك بأن الهيئة التي توطر مناضلات الحزب و هي لحزب التجمع الوطني الديمقراطي الذي أنشئ في هذه السنة قبل الانتخابات بثلاث أشهر فقط و بهذا فإن الحزب القديم قد استقرغ من محتواه النسوي ما عدا القليل منهن ، أما في برنامجه لسنة 2000 فقد أولى هذا الحزب اهتماما بالمرأة حيث يؤكد على ضرورة تكريس حقوقها و واجباتها في إطار القيم الوطنية مع محاربة سياسة الإقصاء و التمييز والعمل على تثمين دورها و تشجيعها على المشاركة و التواجد أكثر في كل القطاعات السياسية و اجتماعية و الثقافية <sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> جمعية معزوزي ، " المرأة و المشاركة السياسية للمرأة في الجزائر " ، عن حسين أبو رمان ، المرأة العربية و المشاركة السياسية ، دار سندباد للنشر ، عمان ، 2000 ، ص 33 .

<sup>2</sup> نفس المرجع ، ص 34 .



## الفصل الرابع عوامل تطور الاستهلاك و الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الجزائري

المبحث الأول : الاستهلاك و الثقافة الاستهلاكية

المبحث الثاني : العولمة و الثقافة الاستهلاكية

المبحث الثالث : الإنفاق الاستهلاكي ومستوى معيشة

الأسر .

## الفصل الرابع : عوامل تطور الاستهلاك و الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الجزائري

### المبحث الأول: الاستهلاك و الثقافة الاستهلاكية

#### تمهيد

لم يعد الاقتصاد وحده هو المدخل الحقيقي لفهم سلوك المستهلك و زيادة النزعة الاستهلاكية بين البشر في عالمنا المعاصر و إنما أصبح التحليل السوسيولوجي هو القادر على فهم شخصية المستهلك ، و من هنا جاء اهتمام علم الاجتماع بدراسة الاستهلاك دراسة سيكولوجية في الثمانينات القرن العشرين ، حيث عقد أول مؤتمر متخصص حول سيكولوجيا الاستهلاك في أوسلو سنة 1982 ، و ازدادت أهمية دراسة الاستهلاك الجماهيري بازدياد اتجاه المجتمعات نحو اقتصاد السوق الذي أدى إلى إفراز نوع من الذات تتسم بأنها موجهة بالآخرين و موجهة بالسوق لا تعتمد في تقدير نفسها على محددات داخلية بقدر ما تعتمد على أحكام الآخرين و قبولهم لها<sup>1</sup> .

#### أولاً: مفهوم الاستهلاك:

الاستهلاك هو الانتفاع بالخدمات أو السلع المادية إرضاء للطلبات البشرية، كما أنه يعني استعمال السلع والخدمات للأغراض الإنتاجية<sup>2</sup>

كما أن الاستهلاك هو استعمال المنتجات من أجل الاستهلاك فقط، أو استعمال للمداخل الذي تنعكس من خلاله ثقافة الفرد أو المجموعة و تسير غالباً إلى فعل الشراء الذي هو قبل كل شيء إنفاق للمداخل سواء كان المستهلك في المناطق الحضرية أو الريفية.

أما الاستهلاك فينظر إليه الاقتصاديون من خلال نفقات الأسرة في شراء البضائع والحصول على الخدمات من خلال جداول تحتوي على مؤشرات الأنفاق في الأبواب الآتية: الأكل والشرب، السكن، الكهرباء، الماء، الأثاث، الخدمات، مثل التربية والتعليم والصحة، المواصلات والاتصالات، الثقافية والتسلية، أخرى.

<sup>1</sup> زايد احمد، عبد الله، "الاستهلاك في المجتمع القطري"، مؤسسة العهد، الدوحة، 1991 ص 67-68.

<sup>2</sup> سعيد عبود، السامر أئي، "القاموس الاقتصادي الحديث"، ط ١، مطبعة المعارف، بغداد، 1980، ص

كما إن توزيع النفقات على الأبواب لا يتم بطريقة عشوائية ولكن يخضع لمجموعة من العوامل ولذلك يستعمل الاقتصاديون مصطلح "بنية الاستهلاك" فإذا أخذنا مثلاً، الأسرة فإن توزيع دخلها بين مختلف أبواب الاستهلاك تختلف حسب حجم الأسرة) أي بين عدد أفرادها (واستراتيجيتها، وكذلك وفق وضعية السوق و الأسعار، ففي مرحلة تكوين الأسرة تذهب النفقات أساساً للحصول على السكن أو أثاث البيت وفي مرحلة لاحقة، أي بعد إنجاب الأطفال تذهب إلى تربية الأولاد وتعليمهم ... الخ بالإضافة إلى ذلك فإن بنية الاستهلاك تختلف من فئة اجتماعية إلى أخرى كما تختلف ما بين سكان الريف وسكان الحضر.

إذا كان مصطلح "بنية الاستهلاك" يرمز إلى عوامل اقتصادية، فإن مصطلح نموذج الاستهلاك يرمز إلى العوامل الاجتماعية والثقافية حيث أشار الاقتصادي "موديجاني (Modigliani) ، إلى أن استهلاك الأفراد لا يتأثر بعوامل الدخل فحسب بل بمواقف الأفراد نحو سلم توزيع الدخل، كما يتأثر سلوكهم الاقتصادي بسلوك الفئة الاجتماعية التي يطمحون إلى الوصول إلى مستواها الاجتماعي، تلك الفئة التي أطلق عليها علماء الاجتماع مصطلح "الفئة الاجتماعية المرجعية"<sup>1</sup>.  
**ثانياً : مفهوم الثقافة الاستهلاكية.<sup>2</sup>**

يرتبط تعريف الثقافة الاستهلاكية بالعديد من المؤشرات ، و يختلف البعض في تحديدها و يقسمها حسب الأهمية لكل منها ، و تظهر هذه المؤشرات صعوبة في قياس الثقافة الاستهلاكية لأنها تتغير مع مرور الزمن باختلاف البلد<sup>3</sup>  
و عرفها علماء (سيول و زملاءه ) "بأنها طريقة و أسلوب حياة يعبر فيها الناس عن نشاطاتهم و أذواقهم و متعهم الثقافية،و اعتمدوا في هذا التعريف على مؤشرات لها علاقة بأسلوب الحياة و التسلية ، منها الأذواق الثقافية و علاقتها في الأزياء و الموسيقى و القراءة و اختيار أيام العطل".<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> MORIN Edgar, "Sociologie". Ed Fayard, Paris 1984, p383

<sup>2</sup> Bremond Y, et Geledon A , "Dictionnaire économique et social", éd Hatier,1990 , Paris, p 99 .

<sup>3</sup> Gatz –Gerro Tally, " Cultural consumption research: review of methodology, theory, and consequence", International Review of Sociology: Revue Internationale de Sociologie [Volume 14](#) 2004, p 13.

<sup>4</sup> Gatz –Gerro Tally ;Op cite ,p12 .

و يعرف احمد زايد الثقافة الاستهلاكية باعتبارها تمثل الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية، إنها مجموعة المعاني و الصور و الرموز التي تصاحب العملية الاستهلاكية، و التي تضيف على هذه العملية معناها و تحقق دلالاتها في الحياة اليومية<sup>1</sup> وفي ضوء هذا التعريف فإن للثقافة الاستهلاكية جوانب مادية واضحة، إذ،ها تلتف بالأساس حول عملية استهلاك مادي، ولكن فهم هذه الجوانب المادية لا يكتمل إلا بفهم الجوانب المعنوية المتصلة بها والتي توسع من دائرة الثقافة الاستهلاكية لتشمل المعاني والرموز والصور المصاحبة لعملية الاستهلاك المادية.

و تتسم الثقافة الاستهلاكية بعدة خصائص هي<sup>2</sup> :

1. تلتف ثقافة الاستهلاك حول السلع المادية، و بالتالي فهي توصف بأنها مادية، حيث دعم الإنتاج السلعي الكبير ثقافة حديثة تقوم على فكرة التبادل العقلاني ، الذي أزاح بدوره الأعراف و القيم التقليدية ، و هنا ظهرت أنماط جديدة للتوزيع مثل مراكز التسوق و الأسواق الراقية .
2. ترتبط ثقافة الاستهلاك أيضا باستهلاك المعاني و الخبرات و الصور و أسلوب عرض السلع و الإعلان عنها و السعي إلى تثبيتها في ذهن المشتري (المستهلك) و هنا يصبح التسوق تعاملًا معنويًا إلى جانب التعامل الاقتصادي ، و قد يطغى الجانب المعنوي على الجانب المادي عندما يتحول الشراء لهدف ثانوي و يحول الاستمتاع بعملية الشراء إلى هدف أساسي .
3. تضيف ثقافة الاستهلاك الطابع الأسلوبي على السلع ، بحيث يكون للسلعة تأثير أسلوبي يعبر عن فردية أو تفرد مالكيها، و بالتالي تربط السلع بشخصيات مرموقة ،أو بأنماط معينة للشخصية ، و هذا ما تفعله وسائل الإعلان بربط السلعة برجل أعمال مشهور أو بسيدة راقية تعيش أسلوب حياة تعيش أسلوب حياة متميزة.
4. تتصف ثقافة الاستهلاك بالتحول السريع ، الذي يظهر على مستويات عديدة خلاصتها أن يصبح كل شيء قابلاً للتبادل مع أي شيء و تخضع المعاني للترفيف وخلق تناقضات بين ما هو كائن و ما ينبغي أن يكون<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> زايد احمد ، عبد الله، نفس المرجع، ص 21

<sup>2</sup> نفس المرجع ص 82 .

<sup>3</sup> نفس المرجع، نفس الصفحة .

### ثالثاً : الاستهلاك في التراث النظري.

لقد حدد القرآن الكريم و أحاديث الرسول (ص) طبيعة الاستهلاك للفرد و المجتمع و حث على التقسيط و الاعتدال و الابتعاد عن التبذير و الإسراف و ضرورة التوازن بين أمور الدنيا و الآخرة. و في نفس السياق تطرق ابن خلدون في نظريته إلى النشاط الاقتصادي على عامل التجارة التي تعتمد على ما ينتج الإنسان و الاستقلالية في عملية البيع و الشراء و تحصيل الكسب مع مراعاة حالة الأسواق، لدرجة أن ابن خلدون عرف التجارة بانها محاولة الكسب بالميل لشراء السلع بأرخص الأثمان و بيعها بالغلاء ايا ما كانت السلعة من دقيق او غيرها <sup>1</sup>.

و قد سبق ابن خلدون جميع علماء العرب من خلال اهتمامه و تحليلاته لنظرية الاثمان و ما يرتبط بها من عمليات كالأسعار و العرض و الاحتكار و زيادة الاستهلاك ثم جاءت مرحلة الفكر الكلاسيكي في أواخر القرن الثامن عشر حيث عرف العالم تطورات هامة تمثلت في انتهاء نفوذ الرأسمالية التجارية و تطور الصناعة و الانفصال بين لملكية و العمل و توسيع الإنتاج و زادت بذلك الثروات <sup>2</sup>.

اما عن فهم الاستهلاك وأبعاده فكانت للفيلسوف الفرنسي جان بودريارد (Baudrillard Jean) الذي إهتم بنقد أنماط الإستهلاك في المجتمعات الرأسمالية، فأصبحت كتاباته مرجعاً رئيسياً للمفكرين ، حيث يوضح بودريارد في كتابه "مجتمع الإستهلاك الأساطير والبنى " كيف تحولت القيم والإيديولوجيا الليبرالية إلى قيم ومعايير إستهلاكية تتحكم بها المؤسسات الكبرى ووسائل الإعلام، والى نسق من الرموز والعلامات التي لها منطقها الخاص وحياتها الخاصة التي تلغي الحياة الواقعية للبشر، لتصنع عالماً صناعياً يمثل واقعاً أكثر واقعية من الواقع نفسه <sup>3</sup>، كما يرى بودريارد أيضاً أن مجتمع الإستهلاك يتميز بثقافة تتحدد كما يلي:

- أولاً، أنّ الإستهلاك يؤثر على حياة الأفراد بشكل مباشر، حيث تصبح نشاطاتهم متصلة ببعضها البعض بحسب النظام الإستهلاكي .

<sup>1</sup> العمراوي ، رجاء ، "الإعلان التلفزيوني و ثقافة الاستهلاك "، الدار الجامعية ، 2011 ، ص 15-16 .

<sup>2</sup> نفس المرجع

<sup>3</sup> منصور ، اشرف ، "من الليبرالية الى مجتمع الاستهلاك ، الحوار المتمدن '، عدد 1790 ، محور الفلسفة

، 2007 ، ص 12

- ثانياً، منافع الإستهلاك في هذا المجتمع لا يتم الإستفادة منها باعتبارها نتيجة لعمل أو جهد، إنما هي أشبه ب"أعجوبة" يعيشها الأفراد .

- ثالثاً، السلع والخدمات لا تعود مرتبطة بوظيفة معينة إنما تصبح مرتبطة بالقيم التي تروج لها ثقافة الإستهلاك.

و يشدّد بودريارد على الفرق الكبير في نمط الحياة بين الأجيال الماضية والنمط الحالي : فقبل دخول فترة ما بعد الحداثة، كان للأشياء قيمة مادية أساسية وكان الأفراد يدّخرون لشرائها لتصبح ملكهم بشكل كامل أي أنّ عملية الشراء كانت مرتبطة بكمية الجهد المبذول في العمل ومكافأة هذا الجهد.

أمّا اليوم، فالأشياء موجودة بيننا حتّى قبل أن يتمّ تحصيلها، وحتّى عند شرائها فالضغط على الفرد يستمر ليشتري بعد أكثر ويدفع مرارا ثمن السلعة نفسها بسبب التغيرات الاجتماعية .إذاً، فمن قبل كان الفرد يفرض إيقاع حياته على الأشياء، أمّا اليوم فهي تفرض إيقاعها عليه<sup>1</sup> . كما يرى ريتزر (Ritzer Georges) من المفكرين الأوروبيين في رؤيتهم ل"مجتمع الإستهلاك" القائم على "التزييف وتقديم السلعة في إطار اقرب للمسرحية والخداع"<sup>2</sup>. وإعتبر ريتزر أنّ "وسائل الإستهلاك هي كقوى غاشمة تحاول السيطرة على حياة المواطنين، وتكّر عنهم بما يخدم مصلحتها وهي تهدّد العدالة الاجتماعية وحقوق الإنسان"<sup>3</sup>

أمّا الفيلسوف الفرنسي ميشال فوكو (Foucault Michel) فقد عارض ما أتى به غي دييورد ومفهوم "مجتمع الاستعراض" وقدم فوكو مفهوماً أكثر خطراً على البشرية بقوله "مجتمعنا ليس مجتمع استعراضيا، إنما مجتمع الرقابة...لسنا جالسين على المدرجات ولسنا موجودين على المسرح، إنما نحن في وضعية أنوتيكية (Panopticism)<sup>4</sup>.

والأنوتيكية تعني عالماً يسود فيه الرقابة، أو في فضاء مغلق مجزأ و مراقب عند كلّ نقطة، حيث يوضع الأفراد في أماكن محدّدة ثابتة وتُرصّد أدنى الحركات التي يقومون بها وتُسجل كلّ

<sup>1</sup> Baudrillard Jean, "The System of objects", London, Verso, 1996, pp.158-160.

<sup>2</sup> Ritzer Georges. (2001). "Explorations in the sociology of consumption": Fast food, credit cards and casinos", London, SAGE publications, p.108

<sup>3</sup> Ritzer Georges, op.cit, p.203

<sup>4</sup> Foucault Michel. (1998). "Surveiller et punir", Paris, Gallimard, p.218

الأحداث<sup>1</sup> هذا هو المجتمع الذي تسيطر عليه القيم الإستهلاكية بنظر فوكو مراقبة دائمة الأفراد وتصنيف دائم لهم بحسب حاجاتهم، وهذا ما يُعتبر أكثر خطورة من إعتبار دييورد أنّ مجتمع الإستهلاك هو مجتمع الاستعراض .

اما ميشال دو سرتو (1925-1986) كان أكثر دقة من فوكو في وصف خصائص مجتمع الإستهلاك والتعمق في مظاهره وتجليات ثقافة الإستهلاك فيه فالإضافة التي أتى بها دو سرتو هي إعتبار أنّ الإستهلاك هو إنتاج آخر<sup>2</sup>، أي أنّ "مقابل عملية الإنتاج المعقلن و التوسعي المركز والصاحب والاستعراضي هناك عملية الإستهلاك والتي تتمثل في :

- هي إنتاج آخر إنما أكثر حيلة.
  - كما أنها عملية مشتته ولكنها موجودة أينما كانت بطريقة غير مرئية، لأنها لا تتجلى عبر سلع ملموسة إنما بطريقة إستخدام وعرض السلع بحسب النظام الإقتصادي<sup>3</sup>
- أما عن العلاقة القائمة بين وسائل الإعلام وثقافة الإستهلاك فقد إتفق كل من فوكو و دو سرتو " أنّ إجراءات الإستهلاك قد طمست السلطة، و أنّ أدوات الإخضاع مازالت قائمة<sup>4</sup> .
- أما ابن خلدون فقد ركز على الاستهلاك من خلال اهتمامه بنظرية الأثمان حيث وضح من خلالها العلاقة بين الأسعار و العرض و الطلب و عمليات الاحتكار للسلع و زيادة الاستهلاك ، و مدى ارتباطها بالحياة العمرانية التي تؤدي إلى مظاهر الترف و اقتناء الكماليات و ظهور مهن كثيرة و جديدة نتيجة لزيادة نسبة الترف في المجتمع.

علاوة على ذلك فقد اهتمت مدرسة الاقتصاد الحديث بقضايا التوزيع والإنتاج و السلوك الاستهلاكي و مستويات الأسعار و الأسواق و الادخار و الاستثمار و غيرها من القضايا الاقتصادية و ربطها بالقضايا الاجتماعية الأخرى مثل الفقر و البطالة و السياسة الاجتماعية الحكومية و الرفاهية العامة و غير ذلك من مشكلات اجتماعية واقعية طرحتها بالفعل الظروف المجتمعية و الازمات الاقتصادية الشهيرة التي ظهرت خلال الحرب العالمية الأولى و الكساد

<sup>1</sup> بارتنس هانس، 'ما بعد الحداثة'، فوكو لاكان النسائية الفرنسية، مجلة نزوى الثقافية، ص 13-14 .

<sup>2</sup> Delacroix Christian & Dosse François & Garcia Patrick & Trebitsch Michel "Michel De Certeau, "Les chemins d'histoire", Paris, IHTP, 2002. p.150.

<sup>3</sup> Delacroix Christian & Dosse François & Garcia Patrick & Trebitsch Michel "Michel De Certeau, Op cite, p. 144.

<sup>4</sup> بارتنس هانس ، نفس المرجع ص 171

الاقتصادي في الثلاثينات و من هنا يمكن القول أن اهتمام المدرسة الاقتصادية الحديثة كان اقرب كثيرا الى تحليلات علماء الاجتماع لا علماء الاقتصاد.

و إذا كان اهتمام الاقتصاديين بالاستهلاك ناتجا عن رغبتهم في زيادة الأرباح و تحقيق أعلى نسبة توزيع لمنتجاتها فان الاهتمام السوسيولوجي بظاهرة الاستهلاك اخذ بعدا آخر و برغم حداثة هذا الاهتمام إلا انه استطاع في فترة قصيرة أن يلفت الانتباه إلى قضايا أساسية في المجتمع بسبب سيادة النمط الاستهلاكي في المجتمع لان الدراسة السوسيولوجية أخذت طابعا مستقلا عن الدراسة السيكولوجية و الاقتصادية و أضافت لها أبعادا تحليلية للمجتمعات التي تقوم بدراسة السلوك الاستهلاكي بها .

## المبحث الثاني : مفهوم العولمة و آلياتها

### أولاً: مفهوم العولمة

**لغتاً:** يشير مفهوم العولمة من الناحية اللغوية إلى تعميم الشيء و توسيع دائرته ليشمل العالم كله في حين يتخذ هذا التوسيع نزعة توسيعية في ظل العولمة ، فالعولمة هي احتواء للعالم<sup>1</sup> مجمل تعريفات العولمة ، فهي تشمل عند الجابري " مجال المال والتسويق والاتصال، كما أنها من إفرازات المعلوماتية ، كما أنها تشير إلى حرية حركة السلع والخدمات والأيدي العاملة ورأس المال والمعلومات عبر الحدود الوطنية والإقليمية.<sup>2</sup> ويعرفها نورمان جيفان على أنها تشير إلى مجموعة شاملة من العمليات الاقتصادية والسياسية والإيديولوجية، ويوجد عند أساسها الاقتصادي تدويل التمويل والإنتاج والتجارة والاتصالات الذي تقوده أنشطة الشركات العابرة للأوطان ، واندماج أسواق رأس المال والنقود وتضافر تقنيات الكمبيوتر والاتصالات السلوكية واللاسلكية.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> الجابري ، محمد عابد، "العولمة و الهوية الثقافية" ، مجلة المستقبل العربي، العدد 228 ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1998 ، ص 16-17 .

<sup>2</sup> الجابري و صالح والمناصرة، عز الدين وعبيد الله، محمد، العولمة والهوية، أوراق المؤتمر العلمي الرابع لكلية الآداب والفنون ، عمان، منشورات جامعة فيلادلفيا، ١٩٩٨

<sup>3</sup> النشار ، مصطفى ، " ضد العولمة" ، القاهرة ، دار قباء للطباعة و النشر و التوزيع ، ، 1999 ص57



ولكن حرية الحركة الاقتصادية هذه ليست بالأمر الجديد أو المستحدث فهي محور أهداف وهي بدورها مرتبطة بوثيق منظمة التجارة العالمية المسماة ب الجات (GATT) التي أكدت على ترك النشاط الاقتصادي حرًا من كل قيد وتدخل<sup>1</sup>

ووردت بعض المفهومات الأخرى للعولمة من قبل بعض علماء الغرب ، إذ أشار روبرتسون (Robertson) إلى أن العولمة هي اتجاه تاريخي نحو انكماش العالم وزيادة

وعي الأفراد والمجتمعات بهذا الانكماش<sup>2</sup> ، في حين عرفها جيدنز (Giddens) "بأنها مرحلة جديدة من مراحل بروز وتطور الحداثة تتكشف فيها العلاقات الاجتماعية على الصعيد العالمي بحيث يحدث تلاحم غير قابل للفصل بين الداخل والخارج ويتم فيها ربط المحلي والعالمي بروابط اقتصادية وثقافية وسياسية وإنسانية"<sup>3</sup>.

فالعولمة تسعى وبشكل قسري إلى إقامة نوع من الخلق العالمي لشعوب العالم من منظور وحدة الجنس البشري بصورة تتجاوز النسبية الثقافية ، سواء العقائدية أو القيمية أو اللغوية ، وهو - من منظور ما بعد الحداثة - محاولة خلق مجتمع عالمي موحد وفقا لنموذج الحياة الأمريكية<sup>4</sup>

كما ارتبط تعريف العولمة كظاهرة تتصل بمجموعة من التطورات في المجالات الفكرية والتكنولوجية والاقتصادية ، و زادت من تقارب العالم وضيق أفقه ، مما أدى إلى زيادة الوعي نحو تكوين عالم بلا حدود ، أين تتقارب المسافات الجغرافية والموضوعية وترابطت المجتمعات وزالت فكرة العزلة والتقوقع<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Ahmed, A. & Hastings, D," **Islam Globalization & Post Modernity**, London, Routledge, 1994,p83.

<sup>2</sup> Robertson, Ronald **Globality, Global Culture and Images of world order**. in Hans Haverkamp and Neil Smester (eds.) **Social changes and Modernity**. Berkely: University of California Press.1992,P68.

<sup>3</sup> Giddens, A,"**The Consequences of Modernity**". Cambridge ,Cambridge University press,1990, p12.

<sup>4</sup>الحديثي ، مؤيد عبد الجبار، " العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي " ، عمان ، الأهلية للنشر والتوزيع،1991، ص 177 .

<sup>5</sup> محمد حسين، أبو العلا ،" ديكتاتورية العولمة : قراءة تحليلية في فكر المثقف " ، القاهرة ، مكتبة مدبولي ، 2004 ، ص34

فالعولمة في نظر بعض المفكرين هي "العملية التي يتم بمقتضاها إلغاء الحواجز بين الشعوب، تلك العملية التي تنتقل الشعوب من حالة الفرقة والتجزؤ إلى حالة الاقتراب والتوحد ومن حالة الصراع إلى حالة التوافق ، ومن حالة التباين والتمايز إلى حالة التجانس والتماثل وهنا تتشكل قيم عالمية موحدة، ويتشكل وعي عالمي يقوم على مواثيق إنسانية عامة " ويعرفها البعض بأنها "مرحلة جديدة من مراحل تطور الحداثة ، تتكاثر فيها العلاقات الاجتماعية على الصعيد العالمي بروابط اقتصادية ، ثقافية وسياسية ، هذه الروابط لا تعني إلغاء المحلي وإحلاله واستبداله بالعالمي ولا تعني استبدال الداخل بالخارج ، وإنما تعني إضافة بعد جديد لما هو محلي بحيث يصبح العالم الخارجي بنفس حضور العامل الداخلي في تأثيره على الأفراد والمجتمعات.<sup>1</sup>

### ثانيا : دور آليات العولمة في نشر ثقافة الاستهلاك .

لقد بدأت العملية الاستهلاكية في ظل العولمة تأخذ أبعادا جديدة لم تكن تعهدها من قبل فلم يعد الأمر يقتصر على مجرد بعض السلع التي يأتي بها المستوردون من هنا وهناك ، ولكن في ظل الآليات الإعلامية الرهيبة التي تملكها العولمة ، وفي ظل التنامي الرهيب لقدرة الشركات المتعدية للجنسيات في النفاذ إلى الأسواق الوطنية والسيطرة عليها ، أصبح الإنسان محاصر بهالة ضخمة ومتنوعة من الآليات الداعمة لنشر الثقافة الاستهلاكية و عولمة الغذاء " التي أصبحت أكثر خطورة بالنسبة لأوضاع البلدان النامية أو الفقيرة عموما ، تلك التي لم تعد قادر على الصمود أمام هذا الطوفان الهائل من السلع المدعمة بقوة ونفوذ العولمة.<sup>2</sup> و تتجلى آليات العولمة في التأثير على ثقافة الاستهلاك فيما يلي:<sup>3</sup>

#### 1. نشر ثقافة الاستهلاك

تعد قضية العولمة و الثقافة الاستهلاكية محور اهتمام في العلوم الاجتماعية ، اذ يبرز التساؤل هل تتخذ العولمة من ثقافة الاستهلاك الية من اجل مزيد من التغلغل و فرض الهيمنة على المجتمعات و يؤكد في هذا السياق (جون توملسون ) أن النظام الرأسمالي العالمي الجديد لا

<sup>1</sup> محمد حسين ، نفس المرجع ، ص 35 .

<sup>2</sup>Rainer Winter , " Global America?The Cultural Consequences of Globalization", Liverpool University Press , 2003 , p., 121

<sup>3</sup> كنعان ، علي ، الاستهلاك و التنمية ، جمعية العلوم الاقتصادية السورية ، كلية الاقتصاد ، جامعة دمشق ، سوريا ، بدون سنة ، ص 7 .

يقتصر على الهيمنة السياسية و الاقتصادية فقط بل يتخذ من الثقافة أداة الرأسمالية فهي تفرض سيطرتها على دول الأطراف بعدة أساليب منها : الإغراء ، و استعمال قوة ضغط الأفكار و أخيرا حب الثقافة الاستهلاكية، كما تظهر آليات العولمة كما يلي :

في ظل عولمة اليوم وتحدياتها الثقافية تزايدت النزعة الاستهلاكية بصورة واضحة، وتحول الاستهلاك إلى سلوك مرضي وإلى ظاهرة سلبية تؤثر على حياة الشعوب<sup>1</sup>

- تحول الاستهلاك من عملية ترتبط بالإنتاج ومكملة لها، إلى حالة تشبه الإدمان، حيث أصبحت تعبر عن ثقافة مفروضة على البشر بدلا من ثقافة اختيارية تخضع لمعايير عقلانية من أجل إعادة الإنتاج واستمراره لصالح المجتمع.

- تحول الاستهلاك إلى هدف في حد ذاته حيث أصبح يعبر عن رمز لمكانة الشخص، فكلما زاد الاستهلاك لدى الفرد زادت مكانته بين أبناء جماعته. ومن هنا زاد الطموح الاستهلاكي الذي ارتبط بالتفاخر.

- تتحدد قيمة السلعة لا بقيمتها الحقيقية المتمثلة في جودتها، بل بقدرة صانعيها على تحويلها إلى ثقافة ترغيب وتشويق لدى المستهلك فأصبح الإعلان عن السلعة أهم من السلعة ذاتها.

- هناك فارق كبير بين النزعة الاستهلاكية في دول العالم المتقدم، وبين الاستهلاك في دول العالم الأقل تطورا، ففي الحالة الأولى تعمل في صالح صنع الحضارة والتنمية، بينما تعمل في الحالة الثانية في صالح التخلف فالدول الأولى تستهلك ما تنتجه فتزيد من عمليات الإنتاج وإعادة الإنتاج، بينما تستهلك في الدول الأخيرة السلع التي ينتجها "الآخر" فتسهم في زيادة تخلفها وهدر إمكانياتها وكذا قدرات أبنائها<sup>2</sup>

- أصبح الفن الاستهلاكي أي صناعة ثقافة الاستهلاك هو الإطار الحاكم لاختراق الشعوب ومن الطبيعي أن يكون الأقوى في عالم اليوم هو صانع تلك الثقافة ومروجها.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> جلال ، أمين، "العولمة والتنمية العربية من حملة نابليون إلى جولة الأرعوني، 1789، 1998

"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية 1999، ص 75 .

<sup>2</sup> Browesel James, " What Plant is Rudolf Giuliani", International Middle East Center, p26.

<sup>3</sup> السيد أحمد، مصطفى عمر، "إعلام العولمة و تأثيره في المستهلك، المستقبل العربي"، السنة الثالثة

والعشرون، العدد 256، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ص 71-489.

### ثالثا : الفضائيات كآلية للعولمة و أثارها على الثقافة الاستهلاكية.

أدى ظهور تكنولوجيا البث المباشر عن طريق الأقمار الصناعية إلى ظهور عشرات القنوات الفضائية حيث استطاعت أقمار الاتصال المباشر التي وضعت في مدارات ثابتة فوق المحيطات الثلاثة، تكون منها نظام دولي تمكن من ضمان التغطية لكل الكرة الأرضية، وجعلت من التلفزيون إذاعة دولية تصل إلى الناس مباشرة في منازلهم.

ومن المؤكد اليوم أن اندماج تكنولوجيا المعلومات بوسائل الاتصال هو أحد الأدوات الرئيسية للعولمة الراهنة بأبعادها المختلفة الاقتصادية والسياسية والثقافية، فالمواقف العامة إزاء القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية تتأثر بأنماط الاستهلاك العالمي المفتوح الذي يجعل الناس في مختلف أنحاء العالم يتنفسون هواء جماعيا عالميا إلى درجة كبيرة، ويتأثر الإعلام الغربي المتدفق تنمو الاتجاهات المؤيدة للمساواة بين الجنسين والمؤيدة للممارسات السياسية الديمقراطية<sup>1</sup>

و عليه فإن معظم المفكرين عبر العالم يرون هذه الخطورة في كون وسائل الاتصال الجماهيري تعمل على بث الثقافة الجماهيرية، التي هي تلك العوامل الموحدة التي تنمو في مجتمع كبير غير متجانس، كأنماط الاستهلاك الجديدة التي تنشرها وسائل الاتصال الجماهيرية المتسارعة التطور، هذه الثقافة الجماهيرية جزء من عملية نمو وتوحيد القيم والاتجاهات الثقافية بين الناس في الوحدات الاجتماعية القومية، بل هي اليوم وبفعل التطور المذهل في وسائل الاتصال الجماهيري واندماج الثورة الإعلامية بثورة المعلومات عملية تتم على مستوى العالم، وترسخ اتجاهها للاقترب من التوحيد الثقافي على المستوى الكوني وهي اليوم نوع من استهلاك الثقافة الشعبية المعولمة.<sup>2</sup>

فالتزاوج بين التكنولوجيا والاقتصاد والسلطة والثقافة يخرج إلينا ثقافة جماهيرية تتكون من سلع تحمل خصائص أساسية هي التنميط، التسلسل وتقسيم العمل، ثقافة استهلاكية تنظر إلى الجماهير كمستهلكين وكسوق يجب كسبها مهمتها تشجيع الاستهلاك، فبعد تركيز الاستهلاك

<sup>1</sup> سمير إبراهيم حسن، مرجع سابق، ص58

<sup>2</sup> بيترل، بيرغر، صامويل ،ب، هنتغتون، عولمة كثيرة، التنوع الثقافي في العالم المعاصر، مكتبة العبيكان، الرياض 2002 ، ص22

الجماهيري على التكنولوجيا المنزلية في الثمانينات اتجه الاستهلاك إلى نشاطات أوقات الفراغ والهوايات والموسيقى والرياضات الجديدة ووسائل الاتصال الفضائية، ما يشجع الناس على الاستهلاك السريع، لتتغير بذلك قوى التأثير الثقافي وتغير قادة الثقافة التقليديون لتخلق اليوم قيادات أخرى لم تستقر ملامحها بعد و لكن لأبرز هذه الملامح هي ذهنية رجل الأعمال والمتعهد، المغني والممثل، الوقت القصير والواقعية والبراغماتية والانجاز السريع.<sup>1</sup>

على الرغم من التناقض البارز بين الصناعة التي تشير إلى الإنتاج الاستهلاكي النفعي كصناعة السيارات والمواد الغذائية والألبسة ومفهوم الثقافة التي تنقل الذهن إلى التدوق الشخصي والمتعة فردية كانت أم جماعية، فالتطور الذي آلت إليه التكنولوجيا أدى إلى إفلاس الثقافة وضياعها داخل الإنتاج السلعي ومتطلبات السوق، وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية أضخم مركز لاحتكار صناعة الثقافة في العالم ومنها صناعة الإعلام والمعلومات، ويمثل قطاع الصناعة الثقافية والإعلام 56 % من إجمالي الناتج القومي لدول أوروبا.<sup>2</sup>

وتعمل الكثير من الشركات متعددة الجنسيات للاستحواذ على قطاع الإعلام لتدمجه ضمن الأنشطة الصناعية التي تهدف إلى تحقيق الأرباح وتشكيل أنماط الاستهلاك عن طريق كبريات محطات البث التلفزيوني وما تعلن عنه من مختلف السلع، وسبر الآراء الدورية حول اتجاهات المشاهدين حول ما يعرض من سلع ما يعلن عنه من خدمات وما يقدم إليهم من برامج، وتقدم القنوات الفضائية التي استفادت من ثورة تكنولوجيا المعلومات مضامين ورسائل ذات غايات تجارية إلى جانب الغايات الثقافية، لإعادة تشكيل النماذج الثقافية والاستهلاكية محليا ودوليا<sup>3</sup> أما عن تأثير الإعلام في الثقافة الاستهلاكية يظهر فيما يلي :

1. أدت التطورات العالمية في مجال تكنولوجيا الاتصال إلى تقدم هائل في التقنية الإعلانية والتي أضحت متحركة في العملية الإنتاجية من حيث أنماط التسويق والعرض والاستهلاك، معتمدة في

<sup>1</sup> سمير إبراهيم حسن، المرجع السابق، ص78

<sup>2</sup> المهدي المنجرة، "الحرب الحضارية الأولى"، دار الشهاب، الجزائر 1990 ، ص 370 .

<sup>3</sup> فنور بسمه ، "الرسالة الاشهارية في ظل العولمة ،دراسة تحليلية للرسالة الاشهارية في الفضائيات العربية"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري قسنطينة ، 2008 ، ص 69 .

ذلك على خبراء متخصصين يضعون إستراتيجية قائمة على مبدأ "المتعة في التملك والتعطش إلى التسوق".

2. التخلي عن القواعد التجارية التقليدية التي كانت تحكم العلاقات التبادلية بين الدول، ففي ظل النظام العالمي الجديد دخلت الشركات متعددة الجنسيات بقوة حلبة الصراع والمنافسة بين من يملك مقومات العملية الإنتاجية ومن يفتقد إليها، وهنا تأثرت كافة الشرائح الاجتماعية في الدول المتلقية للسلع بتنامي الشره الاستهلاكي وسيطرته عليها.<sup>1</sup>

3. تحول السلوك الاستهلاكي تدريجياً بسبب عوامل خارجية (قاهرة) وأخرى داخلية (متقبلة) إلى ثقافة عامة تتحول إلى سلوك جمعي يشمل كافة الطبقات الاجتماعية التي تأثرت بسياسات الإنتاج الجماهيري الموسع mass proudaction التي اتخذتها القوى الاقتصادية العلاقة في العالم كسياسة توسعية تعمل على تعميم وتنويع أنماط السلع لتشمل كافة الأذواق بهدف نشر ثقافة الاستهلاك متخذة أساليب مدروسة ومخططة ووسائل تقنية فائقة الدقة تبدأ دائماً بالترغيب وتنتهي عادة بالإجبار.<sup>2</sup>

4. تحول مضمون الإعلان وهدفه من فكرة خلق الاهتمام لدى المستهلك بفائدة السلعة وجوده مكوناتها وقيمتها الفعلية، كما كان سائداً في الخطاب الإعلاني التقليدي، إلى عملية تسهيل الحصول على السلعة ودعم النزعة الاستهلاكية للجماهير، ودفع المواطن للهولة إليها وامتلاكها بغض النظر عن مبدأ الجودة أو القيمة الحقيقية للسلعة المعلن عنها، ومن هنا كان إصرار أصحاب الشركات والمؤسسات الإنتاجية الكبرى التخطيط لامتلاك المؤسسات الإعلامية والسيطرة على وكالات الإعلان القادرة على القيام بوظائف الترغيب والتشويق والتسويق بل وتحويل النزعة الاستهلاكية إلى أسلوب حياة يقترب من حالة الإدمان.<sup>3</sup>

• تخلق جوانب المتعة في الشراء وحب التملك والتعطش إلى التسوق والبحث عن مكانة اجتماعية مفقودة

<sup>1</sup> زهرالدين ، حنان ، "ثقافة الاستهلاك"، جريدة التحولات، العدد التاسع ، مارس 2006.

<sup>2</sup> أبو العنين، "السلوك الاستهلاكي للطفل العربي الخليجي"، مجلة الشؤون الاجتماعية، العدد 47، ديسمبر

1995، ص 5-36.

<sup>3</sup> الرماني ، زيد ، "ثقافة الاستهلاك والتسوق"، جريدة الجزيرة، العدد 10276.

- تستخدم المعاني والصور والرموز، كالموسيقى والغناء والفيديو كليب، بهدف نشر ثقافة الاستهلاك وإسباغ أسلوب مميز عليها يرسخ النزعة نحو الاستهلاك والرغبة في الشراء، وهى في ذلك تتجاوز الدرس الاقتصادي التقليدي الذي كان يركز على معايير الجودة والتمن كشرطين أساسيين في فهم عمليات الإنتاج والتسويق.
- تخدم حضارة السوق والقوى الرأسمالية العملاقة، وتشكل تحديات كبرى ومؤثرا سلبيا على اقتصاديات الدول المعتمدة على استيراد السلع المنتجة في الدول المتقدمة \* تخلق تطلعات ونزعات استهلاكية بلا حدود معتمدة في ذلك على الترغيب والتشويق، وكذا الإجبار والقهر كأساليب تستند على مقولة "محاكاة الغير والرغبة في تقليد الآخر"، وتوظيف الخصوصيات الثقافية الكامنة والراسخة في عادات الشعوب وتقاليدها.
- تعمل على تقديم نوع من الإحساس بالتميز والتفوق للمستهلك فيصبح الهدف هو امتلاك السلعة بغض النظر عن الحاجة إليها، وتدرجيا يتعود المستهلك على متابعة حركة السوق والرغبة في الشراء ويبحث عن أقصر الطرق للحصول على كل ما هو جديد من سلع معروضة أو معلن عن طرحها في الأسواق فيهرول إليها مما يؤدي إلى إصابته بحالة تشبه الإدمان.
- تعمل على تسكين وبقاء المستهلك في دائرة الاستهلاك والجوع إلى التسوق.
- تملك وسائل عدة للضغط، وأساليب متباينة للقهر، مما يجعل المتطلعين إلى الاستهلاك راغبين فيه وباحثين عنه ومتعطشين إليه<sup>1</sup>

من خلال ما تقدم تتضح إشكاليات وتساؤلات مهمة، ويبدو أن السؤال الأكثر أهمية لدى صانع تلك الثقافة ومروجها هو. كيف يمكن خلق ثقافة عالمية موحدة بين الناس تزيدهم رغبة وميلا وطموحا نحو اقتناء كل ما هو مصنع ومتداول في الأسواق وما السبيل لتأسيس "اتفاق وظيفي جمعي" قادر إلى تبديل الثقافة التقليدية التي تحكم الأسواق بنوع آخر من الثقافة الحديثة التي تجرد الشعوب -تدرجيا - من أفكارهم وهويتهم، وتلغى مسألة الخصوصية الثقافية والتاريخية؟<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Rubin Barry, "Globalization and The Middle East: part one", Yale Center for Study of Globalisation. (Access Date: 2008/3/30).

<sup>2</sup> ولف هانزر، "العالميون والمحليون في الثقافة العالمية، في مايك فيذرستون ثقافة العولمة، "القومية والعولمة والحدثة"، ترجمة عبد الوهاب علوب، المجلس الأعلى للثقافة، الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية، القاهرة، ص

وتبقى الإجابة لدى صانع تلك الثقافة مرهونة بمدى قدرته على ابتكار وسائل أكثر ترغيبا وأعظم تأثيرا وأقوى قدرة على "غسل أدمغة" البشر وتفكيك أفكارهم واختراق عقولهم بهدف تصنيع ثقافة استهلاكية قابلة للتعميم والانتشار وهنا تأتي إشكالية من نوع آخر لدى متلقي هذه الثقافة، الذي يجد نفسه غير قادر على المساهمة في الإنتاج العالمي بعجزه عن تصنيع ما يمكن تسويقه أو طرحه في سوق المنافسة.

وهنا يقف أمام تساؤلات مثل بر ما تأثير ذلك على المجتمعات الأقل تطورا وما مستقبل التنمية في المجتمعات العربية التي ينتمي إليها وكيف يمكن الحد من انتشار ثقافة الاستهلاك لدى معظم الشرائح الاجتماعية في تلك المجتمعات وهل يمكن التحكم في تسارع انتشار تلك الثقافة في زمن السماوات المفتوحة وتكنولوجيا الاتصال<sup>1</sup>؟

إن الإجابة عن تلك التساؤلات المثارة، والإشكاليات المطروحة مرهونة بقدرة هذه الشعوب على امتلاك وسائل المعرفة، والوعي بالثقافة الكامنة والظاهرة الموجهة في عصر العولمة، أي الوعي بكل من ثقافة الأنا وثقافة الآخر، بالإضافة إلى العمل على وضع إستراتيجية متكاملة قادرة على مواجهة تحديات العولمة والحد من خطورة الاختراق الثقافي الداعم للاستهلاك الترفي<sup>2</sup>.

### **المبحث الثالث/ عوامل تطور الاستهلاك و الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الجزائري:**

لقد شهد المجتمع الجزائري العديد من التحولات الاجتماعية و الاقتصادية خلال السنوات الأخيرة فمنها من إعادة الهيكلة و خوصصة المؤسسات الإنتاجية الى الانفتاح الاقتصادي ، و شهدت هذه الفترة ظفره في مجال العلام و الاتصال فدخل الحاسوب و شبكة الانترنت و الهاتف النقال في المجتمع الجزائري، كما تدفقت البضائع و السلع على اختلاف أنواعها في السوق الجزائري

#### **أولا / العوامل المؤثرة في الاستهلاك:**

#### **1-تطور مستوى الأجر الوطني الأدنى:**

---

<sup>1</sup> Edgar, et al, key , " Concept in Cultural Theory", New York, Rutledge, 1999,p25

<sup>2</sup>سعد محمد، رحيم، "العولمة والإعلام ثقافة الاستهلاك". استثمار الجسد وسلطة الصورة، الحوار المتمدن،

العدد 1275 ، ص 45 .



سجل الأجر الأدنى المضمون ما بين 2001 و2012 زيادة بنسبة 5، 55 بالمائة، بمعدل 1000 دينار سنويا، حيث انتقل من 8000 دينار في 2001 إلى 18 ألف دينار في 2012، وهو بالتالي بقي بعيدا عن معدلات التضخم وارتفاع الأسعار، ما يدفع العديد من فئات المجتمع إلى التوجه إلى السوق الموازية التي تعتبر البديل العملي، في ظل عجز الدولة عن ضبط الأسواق، وعجزها أيضا عن إقامة شبكات منظمة لتسويق مختلف الأسواق على طول السلسلة وغياب الاحترافية، مع غياب شبه تام للمساحات التجارية الكبرى، حيث تظل الجزائر الدولة الوحيدة التي

عجزت فيها الشركات المتخصصة في المساحات الكبرى عن إقامة فروع لها.<sup>1</sup>

و يضاف إلى ذلك، ضعف أو انعدام شبكات وقنوات التوزيع، مع ملاحظة اتساع فوارق الدخل بين أفقر فئات المجتمع وأغناها إلى حوالي 24 مرة، فضلا عن التباين في توزيع كتلة الأجور بين مختلف الفئات، حيث تبقى الفئة التي تستفيد من أعلى الأجور (ما بين 150 ألف إلى 700 ألف دينار)، تستحوذ على نسبة معتبرة من كتلة الأجور، مقارنة بالفئة التي تتلقى أجورا ما بين 18 ألف و30 ألف دينار، أو 35 ألف و60 ألف دينار، وهي التي تضم الطبقة المتوسطة

وعلى الرغم من تركيز السلطات العمومية على الارتفاع المتواصل لكتلة الأجور، فإن هذه الأخيرة لا ترغب في تفكيك تركيبة هذه الكتلة ومن المستفيد الفعلي من الجزء الأكبر من القيمة المعلنة، والفوارق المسجلة بين أدنى الأجور وأعلىها، مما انعكس سلبا على شريحة كبيرة من السكان وعلى مستوى الفقر الذي يطال حوالي 6 ملايين جزائري، وفقا للمقاييس المعتمدة من قبل البنك العالمي ومنظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية.

فالملاحظ أن العديد من الفئات غير المعنية بالمادة 87 مكرر، التي يمكن أن تنحصر في فئة الموظفين والعمال الذين يتقاضون أدنى من الأجر الأدنى المضمون، فنواب البرلمان مثلا خارج دائرة هذه المادة و أجورهم يحكمها القانون رقم 01-01 المؤرخ في 31 جانفي 2001 المتعلق بعضو البرلمان، والمعدل بالأمر 03-08 المؤرخ في 01 سبتمبر 2008، ونفس الأمر ينطبق على أصحاب الوظائف العليا في الدولة الذين ينطبق عليهم المرسوم التنفيذي رقم 90-227 الصادر في 25 جويلية 1990 المحدد لقائمة الوظائف العليا في الدولة، مثل الإدارة والهيئات والمؤسسات العمومية والمرسوم التنفيذي رقم 90-228 المؤرخ في 25 جويلية 1990 المحدد

---

<sup>1</sup> الخبر اليومي ، "الأجر الأدنى المضمون ارتفع بألف دينار سنويا ما بين 2001 و2012"، العدد 26، 9057، فيفري 2015 .

لكيفيات منح المرتبات التي تطبق على الموظفين والأعوان العموميين الذين يمارسون وظائف عليا في الدولة، المعدل بالمرسوم الرئاسي 07-305 المؤرخ في 29 سبتمبر 2007.<sup>1</sup> أما المنح والتعويضات التي يتقاضونها، فيحددها المرسوم الرئاسي 07-306 المؤرخ في 29 سبتمبر 2007، المتضمن النظام التعويضي للموظفين والأعوان العموميين الذين يمارسون وظائف عليا في الدولة، المعدل بالمرسوم الرئاسي 11-41 المؤرخ في 07 جويلية 2011، يضاف إليهم الهيئات النظامية. وفي المحصلة، تنص المادة الثالثة من القانون 90-11 أن المستخدمين المدنيين والعسكريين التابعين للدفاع الوطني والقضاة والموظفين والأعوان المتعاقدين في الهيئات والإدارات العمومية في الدولة والولايات والبلديات ومستخدمي المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري، يخضعون لأحكام تشريعية وتنظيمية خاصة تتمثل في القانون الأساسي الخاص للوظيفة العمومية، وخاصة الأمر 06-03 الصادر في 15 جويلية 2006.

## 2- الأسعار

هناك علاقة قوية بين سعر الغذاء ونمط الاستهلاك ، فكلما ارتفع السعر قل الطلب على بعض الأطعمة وازداد على الأطعمة الأرخص سعرا وظهرت بدائل أخرى ، و لكنها ليس قاعدة عامة فبالرغم من ارتفاع الأسعار لبعض الأغذية مثل الأرز إلا أنه مازال الطعام الأساسي في الوجبات الغذائية وهذا يساهم في دعم الدولة لهذه السلع ، فخلال العقود الماضية فرضت الكثير من الحكومات أسعار ثابتة على المواد الغذائية والمحاصيل الزراعية بل وشاركت العديد من الحكومات في تسويق المنتجات الزراعية والغذائية وكانت المحصلة سلبية للمنتج والمستهلك ، فالمنتج يرفض هذه الأسعار التي تتيح له هامشا ضيقا للربح مما يخرج البعض من دائرة الإنتاج ويتوقف عن ممارسة أنشطته الاقتصادية، أما المستهلك فلم يكن راضيا عن انخفاض جودة الأغذية التي تباع ولا عن اختفائها أحيانا من الأسواق ولا عن زيادة الأسعار إذا ما أراد الحصول على منتجات غذائية عالية الجودة.<sup>2</sup>

و قد عملت الدولة الجزائرية على استرداد المواد الغذائية الأساسية من اجل تقادي الارتفاع في الأسعار ،كما تتحكم العديد من الدول في أسعار بعض السلع الضرورية كوسيلة لتحسين الوضع

---

<sup>1</sup>جريدة الخبر ، نفس المرجع

<sup>2</sup>/ مارية ، طالب الزهراني، " العادات الغذائية وأثرها على السلوك الغذائي"، نفس المرجع 88.

الغذائي لبعض فئات المجتمع ، ويحدث دعم المواد الغذائية نتيجة ضغوط اجتماعية وسياسية واقتصادية ، ويهدف الدعم الغذائي إلى أن يتناول فئة من المجتمع محدودي الدخل وجبات كافية ومغذية دون زيادة في نسبة المصروف على الغذاء، ويعتمد ذلك على زيادة الدخل والثاني على خفض أسعار بعض الأغذية المتاحة لهذه المجموعة ، وقد يؤدي ذلك إلى توفر المواد الغذائية بسعر منخفض ويترتب عليه تغيير في العادات الغذائية والاستهلاك الغذائي ومن ثم ظهور مشاكل غذائية كثيرة في المجتمع ففي الجزائر قامت الدولة بتدعيم بعض المواد الغذائية الأساسية في المجتمع كالخبز و الحليب و الزيت و هذا من أجل تقادي الضغوطات الاجتماعية كالتي حدثت في جانفي 2011<sup>1</sup>

كما يعتبر مستوى الأسعار من العوامل المهمة جدا في التأثير على حجم الاستهلاك وإذا أخذنا الأمر ببساطة و بصفة مبدئية فإن زيادة الأسعار تؤدي إلى تخفيض الفرد لاستهلاكه. هذا من الناحية المنطقية، فلو ارتفعت الأسعار بنسبة معينة وارتفعت الدخل بنفس النسبة فإن الدخل الحقيقية لن تتغير وبالتالي يبقى الاستهلاك كما هو ولا يتغير.<sup>2</sup>

إضافة إلى توقعات الأفراد ارتفاع للأسعار في المستقبل فإنهم سيزيدون من استهلاكهم الحاضر على حساب الاستهلاك المستقبلي، والعكس إذا توقع الأفراد انخفاض الأسعار في المستقبل فإنهم سيؤجلون استهلاكهم الحالي للمستقبل فينخفض الاستهلاك.

### 3- القروض الاستهلاكية

تلجأ معظم الأسر إلى الاقتراض بسبب عجز الأجرة الشهرية عن الاستجابة لكافة المتطلبات الحياتية المختلفة حتى بوجود راتب الزوجين معا، فيما يرى آخرون أن التسهيلات الكثيرة التي تقدمها بعض المؤسسات المالية وتقليل حجم الفائدة عن الدين، حفزت البعض على الاستفادة من قرض استهلاكي دون التفكير في سلبياته المحتملة، ويرى بعض المحللين مثل مكي (Maki, D) "أن تزايد الدين الاستهلاكي للأسرة ربما يؤدي إلى التأثير على إنفاق المستهلكين

<sup>1</sup> مرفق رقم 3 يبين استيراد المواد الغذائية في الجزائر .

<sup>2</sup> عمر محمود أبو عيده ، " تحليل العوامل المؤثرة في الإنفاق الاستهلاكي للقطاع العائلي الفلسطيني وفقا لنظريات الاستهلاك الحديثة "، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية ، المجلد الخامس عشر ، العدد الأول، 2013 .

المستقبلي، مما سيكون له آثار سلبية على الاقتصاد. وقدم لنا مكي دراسة إحصائية حول عبء خدمة الدين الاستهلاكي، مقارنة بين كل من الدين المدار و الدين الجديد<sup>1</sup> .

و ترجع أسباب زيادة ظاهرة بتراجع القدرة الشرائية للأسرة الجزائرية التي أصبحت لا تغطي الحاجيات والمتطلبات في ظل انخفاض قيمة العملة المحلية، ناهيك عن جهل ذات الأسر بالعواقب السلبية للقرض الاستهلاكي، خاصة الذي يتعامل بالفوائد، التي غالبا ما تنحصر نسبتها ما بين 8 و 10 %، التي تشكل عائقا كبيرا أمام المستهلك طيلة مدة تسديد القرض، و تختلف مدتها حسب قيمة القرض الممنوح ودخل الاسرة .

كما أن تزايد نسبة القروض من سنة تلو الأخرى ،أدى إلي تراجع تراجعت نسبة الادخار والتوفير كثيرا، فالأسرة الجزائرية لم تعد تفكر في الادخار بسبب كثرة المغريات في الأسواق وما يقابلها من شراهة في الشراء دون تفكير، وتشير الأرقام التي نشرتها وزارة المالية ان قيمة القروض انتقلت من 2615,5 مليار دج سنة 2008 إلى 3045,2 مليار دج سنة 2009 أي زيادة تقدر ب 4,16 بالمائة<sup>2</sup>.

بالمقابل فاقت القروض العقارية التي منحها البنوك لتمويل السكنات وشراء الأراضي أكثر 110 مليار دينار، أي ما يعادل 60 من الحجم الإجمالي للقروض الإستهلاكية الممنوحة والمقدرة ب 250 مليار دينار، في حين بلغت قروض السيارات في حدود 100 مليار دينار قبل أن تقرر الحكومة وقف منح هذه القروض في قانون المالية التكميلي 2009. كما طلب قروض الاستهلاك مثلت نسبة 8 بالمائة من مجمل القروض الممنوحة في 2008 والمقدرة بأكثر من 2300 مليار دينار، وهو ما يعني أن القروض الممنوحة للخواص تجاوزت 210 مليار دينار منها 140 مليار في شكل قروض لاقتناء السكنات وقروض عقارية، و أزيد من 70 مليار دينار في شكل قروض للاستهلاك أخرى<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Maki, D, "Household Debt and the Tax Reform Act of 1986", The American Economic Review, **91**, Issue 1, 2001, 305-319

<sup>2</sup> وزارة المالية ، قانون المالية التكميلي لسنة 2009 .

<sup>3</sup> وزارة المالية ، نفس المرجع

#### 4. الادخار:

أن الدخل له تأثير فعال على توزيع الاستهلاك بين الفئات الاجتماعية أي الانتقال من الدخل الأدنى إلى الأكبر منه كما نلاحظ أثره في توزيع نفقات الأسر بطريقة طردية. و لمعرفة صحة العلاقة ندرج الجدول الموالي الذي يوضح هيكل إنفاق العائلات الجزائرية لسنة 2000 على مختلف الفئات الاجتماعية تصاعديا مع مستوى دخل كل عائلة.<sup>1</sup>

#### الجدول رقم (11)

#### توزيع إنفاق العائلات حسب أنواع السلع<sup>2</sup>

| الفئات                    | لفئة 1 | لفئة 2 | لفئة 3 | لفئة 4 | لفئة 5 | لفئة 6 | لفئة 7 | لفئة 8 | لفئة 9 | لفئة 10 |
|---------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| مجالات الاستهلاك          |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |
| مواد غذائية               | 3.8    | 5.4    | 6.2    | 7.2    | 8.5    | 9.1    | 10.7   | 11.6   | 13.7   | 23.8    |
| أحذية و ملابس             | 2.6    | 3.9    | 5.2    | 6.5    | 7.8    | 9.4    | 11.4   | 13.3   | 16.8   | 23.5    |
| السكن و الأعباء           | 4.8    | 5.9    | 6.4    | 8      | 8.3    | 8.9    | 10.4   | 11.5   | 14     | 21.9    |
| الأثاث و لوازم المفروشات  | 1.3    | 2.6    | 3.4    | 4.2    | 5.9    | 6.3    | 10.6   | 13.4   | 18.8   | 33.7    |
| الصحة و نظافة الجسم       | 2.2    | 3.9    | 5      | 3.9    | 7.9    | 8.8    | 11.9   | 14     | 16.5   | 22.8    |
| النقل و الاتصالات         | 1.4    | 2.6    | 3.5    | 4      | 4.8    | 5.5    | 7.3    | 14.6   | 14.6   | 46.3    |
| التعليم الثقافة و الترفيه | 2.7    | 3.9    | 4.1    | 5.2    | 6.3    | 7.8    | 8.5    | 9.9    | 17.4   | 34.3    |
| سلع مختلفة                | 1.9    | 2.8    | 3.3    | 4.3    | 4.7    | 6.6    | 7.3    | 10.2   | 13.5   | 45.4    |

#### التعليق على الجدول

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) الذي يبين توزيع إنفاق العائلات حسب أنواع السلع أن الانتقال من فئة إلى أخرى يتبعه ارتفاع في مستوى إنفاق الأسر حيث بلغ إنفاق في مجال المواد الغذائية بالنسبة للفئة الأولى 3.8 أما الفئة العاشرة 23.8 في حين بلغ إنفاق الأسر في السكن و الأعباء 4.8 بالنسبة للفئة الأولى مقابل 21.9 بالنسبة للفئة العاشرة و هذه النسب تبين العلاقة الطردية بين الدخل و الاستهلاك ، أي كلما يترفع الدخل يرتفع معه الاستهلاك مما نستنتج أن المستهلكين

<sup>1</sup> ابن عطية، محمد، "دراسة استهلاك العائلات الجزائرية ما بين 1969 و 2005"، مذكره لنيل شهادة الماجستير تخصص اقتصاد تنمية، جامعة ابو بكر بلقايد، تلمسان، 2006، ص 63.

<sup>2</sup> الديوان الوطني للإحصائيات، No 352، أكتوبر 2002

يميلون إلى الاستهلاك و تحسين المستوى المعيشي أكثر من الادخار أو الاستثمار، مما يدل على أنه كلما يرتفع الدخل يرتفع معه مستوى الاستهلاك.<sup>1</sup>

و عليه فأن نظرة المجتمع للادخار ووعيهم لأهميته يؤثر بشكل واضح في حجم الاستهلاك وهذه النظرة تحكمها عوامل اجتماعية ونفسية واقتصادية . فإذا كان المجتمع ينظر إلى الادخار على أنه أمر مهم فإنه سوف يدخر أكثر ويستهلك أقل كما في معظم المجتمعات المتحضرة، أما إذا كان أفراد المجتمع لا يولون اهتماما للادخار فإن هذا المجتمع يزيد فيه الاستهلاك وينخفض فيه الادخار.

#### 5- العوامل الاجتماعية:

هناك عوامل اجتماعية كالعمر، والحالة الاجتماعية، والمستوى التعليمي والثقافي، والبيئة التي يعيش فيها الإنسان، كلها عوامل تؤثر على حجم الاستهلاك.<sup>2</sup>

#### 6- الأذواق:

تختلف أذواق الأفراد اختلافا متباينا أقل، ويعزى ذلك إلى اختلاف الميول الادخارية والتي ترجع بدورها إلى اختلافات السن والتركيب الأسري و الأحوال الاجتماعية وغيرها. هذا إضافة إلى التغيرات المستمرة والتي تحدث في نوعية السلع وجاذبيتها، والتغيرات التي تطرأ على طرق الدعاية والإعلان وكلها أمور من شأنها تغيير أذواق المستهلكين من فترة الأخرى.<sup>3</sup>

#### 7- نمط توزيع الدخل بين أفراد المجتمع:

تستهلك الطبقات الفقيرة الجزء الأكبر من دخلها، وادخارها غالبا بسبب انخفاض مستويات دخلها. أما الطبقات الغنية فارتفاع دخولها يسمح لها باستهلاك نسبة أقل من دخلها فالميل الحدي للاستهلاك يرتفع لدى الفقراء عنه لدى الأغنياء. ولذلك فكلما كان توزيع الدخل في صالح الطبقات

<sup>1</sup> بن عطيه محمد ، نفس المرجع ، نفس الصفحة .

<sup>2</sup> الحبيب، فايز بن إبراهيم ، " مبادئ الاقتصاد الكلي"، ط1 ،الرياض،المملكة العربية السعودية، تهامة. 1988 ص 88 .

<sup>3</sup> عمر محمود أبو عيدة ، " تحليل العوامل المؤثرة في الإنفاق الاستهلاكي للقطاع العائلي الفلسطيني وفقا لنظريات الاستهلاك الحديثة "،المجلة الأردنية للعلوم الإنسانية المجلد الخامس عشر،العدد الأول 2013 ،ص

الفقيرة زادت نسبة ما يوجه للاستهلاك وانخفضت نسبة ما يوجه للادخار من الدخل والعكس بالعكس.<sup>1</sup>

## ثانيا/ التغيرات التي طرأت على العادات و النمط الاستهلاكي عند الأسرة الجزائرية.

لقد أدت التحولات التي عرفت الجزائر إلى تغير في البنى الداخلية للأسرة الجزائرية ، فأصبح العمل على ضرورة خلق انسجام بين عناصر هذه التنمية ضروري و هذا تماشيا مع متطلبات الحياة العصرية والحديثة و التي تعتمد أساسا على منطق الاستهلاك، حيث أن الأمر لم يعد مقتصر فقط على المواد الغذائية فحسب، بل تعداه إلى التجهيزات و الأدوات الكهربائية<sup>2</sup> و نجد أن الإنتاج في الجزائر لم يكن يتماشى بشكل واضح مع السرعة في الاستهلاك، بمعنى أنه لم يكن هناك اتزان بين الإنتاج و الاستهلاك .و لعل هذا الطرح أدى بالسلطات في الجزائر إلى توجيه مداخل المحروقات و المقدرة ب % 90 :من نسبة الصادرات الوطنية لأجل تغطية النقص الواضح .و في هذا الإطار نجد أن الجزائريين أطلقوا شعار يعمل على تشجيع و تحفيز الاستهلاك و المتمثل في من أجل حياة أفضل.<sup>3</sup>

و نجد أن الاعتماد على الصادرات الوطنية خاصة منها المحروقات سرعان ما أدى إلى الوقوع في أزمة وطنية كبيرة خاصة بعد انهيار سعر البرميل الواحد للبترول بداية من 1998 م، حيث سجل انخفاضا من 34 دولار إلى 29 دولار، ثم من 29 دولار إلى 28 دولار و من 20 إلى 10 دولار في سنة 1986 ، فنجد أن هذا الوضع أثر لا محالة على اقتصاد الجزائر و على ميزان التتموي خاصة في ظل التزايد السكاني .فنتجت وضعية صعبة جدا و عائق كبير لأي تطور اقتصادي و بالتالي لم تكن فرص لتلبية حاجات ورغبات المستهلك الجزائري .

و لقد بينت إحصائيات الديوان الوطني للإحصاء أن للاستهلاك في الجزائر شهد تغيرا واضحا ابتداء من سنة 2000 إلى غاية سنة 2010 في المدينة و الريف و هذا ما سيبينه لنا الجدول التالي .

---

<sup>1</sup> عمر محمود أبو عيدة ، نفس المرجع ،ص 49 .

<sup>2</sup>Scardigli. V ; " La consommation culture du quotidien", PUF, Pari, 1983,p 35.

<sup>3</sup> Op cite p 82 .

## جدول رقم (12)

تطور الإنفاق الأسري في كل من المدينة و الريف (2011/2000) <sup>1</sup>

| معامل التغير | 2011 |         | 2000 |         | السنة<br>التشتت |
|--------------|------|---------|------|---------|-----------------|
|              | %    | القيمة  | %    | القيمة  |                 |
| 3.2          | 71,1 | 3 194,1 | 65,0 | 995,6   | الريف           |
| 2.4          | 28,9 | 1 295,4 | 35,0 | 535,8   | المدينة         |
| 2.9          | 100  | 4 489,5 | 100  | 1 531,4 | المستوى الوطني  |

### التعليق على الجدول :

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 الذي يبين تطور الإنفاق الأسري في كل من المدينة و الريف في فترة من 2000 الى 2011 أن النفقات الكلية للأسرة الجزائرية قدرت بـ 4.489,5 مليار دينار جزائري سنة 2011 ، مقابل 1.531,4 مليار دينار لسنة 2000 ، و هذه النسبة تضاعفت في مدة 10 سنوات حيث سجل هذا الارتفاع في المناطق الريفية بنسبة 3.2 نقطة

مقابل 2.4 نقطة في المناطق الحضرية مقارنة بسنة 2000 أي من 65 % الى 71 % و هذا يرجع إلى التحضر و الزيادة السكانية التي شهدتها المناطق الريفية في هاته المدة حيث وصلت نسبة التحضر من 58.3 % في سنة 2000 إلى 66.3 % في 2011.

### 1. مجالات الاستهلاك للأسرة الجزائرية

أما عن مجالات الاستهلاك للأسرة الجزائرية فهي متنوعة حيث احتل مجال المواد الغذائية و المشروبات المرتبة الأولى في هيكل الإنفاق الأسري عند الريف و الحضر هذا ما سيبينه لنا الجدول التالي:

<sup>1</sup> الديوان الوطني للإحصاء، الإنفاق السنوي للأسرة الجزائرية من 2000 إلى 2011 ، نفس المرجع



### الجدول رقم (13)

توزيع بنية نفقات الأسرة الجزائرية حسب النوع و المنطقة سنويا<sup>1</sup>

| المنطقة                     |  | الريف   |  | المدينة |  | المجموع |  |
|-----------------------------|--|---------|--|---------|--|---------|--|
| أنماط الاستهلاك             |  | المتغير |  | المتغير |  | المتغير |  |
|                             |  | %       |  | %       |  | %       |  |
| المواد الغذائية و المشروبات |  | 1 281,1 |  | 594,3   |  | 875,3   |  |
|                             |  | 40,1    |  | 45,9 1  |  | 41,8    |  |
| الملابس و الأحذية           |  | 261,9   |  | 101,6   |  | 363,5   |  |
|                             |  | 8,2     |  | 7,8     |  | 8,1     |  |
| السكن و الأعباء             |  | 703,9   |  | 211,7   |  | 915,5   |  |
|                             |  | 22,0    |  | 16,3    |  | 20,4    |  |
| الأثاث و لوازم المفروشات    |  | 90,1    |  | 32,1    |  | 122,2   |  |
|                             |  | 2,8     |  | 2,5     |  | 2,7     |  |
| الصحة و نظافة الجسم         |  | 158,2   |  | 55,9    |  | 214,2   |  |
|                             |  | 5,0     |  | 4,3     |  | 4,8     |  |
| النقل و الاتصالات           |  | 366,8   |  | 73,2    |  | 540,0   |  |
|                             |  | 11,5    |  | 13,4    |  | 12,0    |  |
| التعليم الثقافة و الترفيه   |  | 113,6   |  | 29,1    |  | 142,7   |  |
|                             |  | 3,6     |  | 2,2     |  | 3,2     |  |
| متفرقات غير مصرح عنها       |  | 218,5   |  | 97,5    |  | 316,1   |  |
|                             |  | 6,8     |  | 7,5     |  | 7,0     |  |
| المجموع                     |  | 3 194,1 |  | 1 295,4 |  | 4 489,5 |  |
|                             |  | 100     |  | 100     |  | 100     |  |

### التعليق على الجدول

نلاحظ من خلال الجدول رقم(13) الذي يبين توزيع بنية نفقات الأسرة الجزائرية حسب النوع و المنطقة سنويا من مجموع نفقات الأسرة الجزائرية مخصصة للاستهلاك الغذائي بلغت 41.8 % في حدود 45.91 % في المناطق الحضرية مقابل 40.1 % في المناطق الريفية أما عن مجموع السكن الأعباء فهي تحتل المرتبة الثانية بنسبة 20.4 % على المستوى الوطني حيث سجل ارتفاع في المناطق الريفية بنسبة 22 % مقابل 16.3 % في المناطق الحضرية ، أما النقل و المواصلات فهي تحتل المرتبة الثالثة بنسبة 12 % و هي مرتفعة في المناطق الحضرية نسبة 13% مقابل 11.5 % في المناطق الريفية .

أما فيما يخص الهيكل إجمالي الإنفاق السنوي للأسرة من قبل الجماعات و المنطقة والمنتج فيلاحظ أن هناك تراجع في النفقات الأسرية في عشر سنوات خاصة في المواد الغذائية هذا ما سيبينه الجدول التالي :

<sup>1</sup> Office Nationale des Statistique, "Dépenses de consommation des ménages algériens en 2011", Collections Statistiques N° 183 Série S : Statistiques Sociales ,Mars 2014 p 23

## الجدول رقم (14)

### التطور السنوي لنفقات الأسر حسب نوع المنتجات<sup>1</sup>

| المنطقة                     | نفقات سنة 2000 ( % ) | نفقات 2011 ( % ) | الفرق بينهما |
|-----------------------------|----------------------|------------------|--------------|
| لنوع                        |                      |                  |              |
| المواد الغذائية و المشروبات | 44,6                 | 41.8             | -2.8         |
| الملابس و الأحذية           | 8,6                  | 8,1              | -0,5         |
| السكن و الأعباء             | 13,5                 | 20,4             | +6,9         |
| الأثاث و لوازم المفروشات    | 3,4                  | 2.7              | -0.7         |
| الصحة و نظافة الجسم         | 6,2                  | 4.8              | -1,4         |
| النقل و الاتصالات           | 9,4                  | 12,0             | +2,6         |
| التعليم الثقافة و الترفيه   | 3,9                  | 32               | -0.7         |
| متفرقات غير مصرح عنها       | 10,4                 | 7.0              | -3.4         |
| المجموع                     | 100                  | 100              | -            |

### التعليق على الجدول

نلاحظ من خلال الجدول رقم (14) الذي يبين التطور السنوي لنفقات الأسر حسب نوع المنتجات أن نفقات الأسرة فيما يخص المواد الغذائية و المشروبات تراجعت في فارق 2.8 - أي 44.6 % في سنة 2000 مقابل 41.8 % في 2011، أما عن السكن و الأعباء فقد ارتفع بنسبة 6.9 + أي بنسبة 13.5 % في سنة 2000، مقابل 20.4 سنة 2011 أما عن النقل و المواصلات شهد ارتفاع بقيمة 2.6 + أي بنسبة 12 % سنة 2011 مقابل 9.4 في سنة 2000، في حين عرفت الملابس و الأحذية و الأثاث و لوازم المفروشات تراجعا بقيمة - 0.5 أي نسبة 8.6 % في سنة 2000 و 8.1 في سنة 2011 .

أما عن تطور متوسط الإنفاق السنوي للأسرة الواحدة وفقا للمنطقة فقد تزايد الى الضعف هذا ما سيبينه الجدول التالي :

<sup>1</sup> Office nationale des statistiques, Op cite ;p32.

### جدول رقم (15)

تطور متوسط الإنفاق السنوي للأسرة الواحدة في كل من المدينة و الريف من  
سنة 2000 الى 2011<sup>1</sup>

| السنة<br>المنطقة | 2000    | 2011    | مضاعف |
|------------------|---------|---------|-------|
| المدينة          | 355 353 | 746 585 | 2,1   |
| الريف            | 293 872 | 652 003 | 2,2   |
| الوطني           | 331 117 | 716 591 | 2,2   |

#### التعليق على الجدول :

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15) الذي يبين تطور متوسط الإنفاق السنوي للأسرة الواحدة في كل من المدينة و الريف من 2000 إلى 2011 ، أن متوسط الإنفاق السنوي للأسرة الواحدة على المستوى الوطني بلغ 716591 دج في سنة 2011 مقابل 331117 دج 2000 ب أي أكثر من الضعف في 10 سنوات بحوالي 2.2 .

و بالمقارنة بين المنطقتين الريفية و الحضرية نلاحظ أن الإنفاق السنوي للأسرة الحضرية عرف ارتفاع في 10 سنوات حيث بلغ 355 353 دج في سنة 2000 ليصل 746 585 دج في سنة 2011 ، أما المناطق الريفية فقد سجل الانفاق السنوي 293872 دج في سنة 2000 مقابل 652003 في سنة 2011 .

#### الإنفاق على الغذاء في كل من المدينة و الريف

يعد الإنفاق على الغذاء من الأوليات في ميزانية الأسرة حيث تخصص له ميزانية كبيرة تختلف باختلاف الدخل و المنطقة هذا ما ستبينه لنا الجداول التالية:

<sup>1</sup> Office nationale des statistiques, op cite ,p 35

1. المتوسط السنوي الإنفاق على الغذاء لكل أسرة في كل من المدينة و الريف<sup>1</sup>

جدول رقم ( 16 )

تطور متوسط الإنفاق السنوي على الغذاء في كل من المدينة و الريف  
من 2000 الى 2011

| السنة<br>المنطقة | 2000    | 2011    | مضاعف |
|------------------|---------|---------|-------|
| المدينة          | 160 114 | 299 439 | 1,9   |
| الريف            | 128 367 | 299 111 | 2,3   |
| الوطني           | 147 599 | 299 335 | 2,0   |

التعليق على الجدول

نلاحظ من خلال الجدول رقم ( 16 ) الذي يبين تطور متوسط الإنفاق السنوي على الغذاء في كل من المدينة و الريف من سنة 2000 الى 2011 ان متوسط الإنفاق السنوي من الغذاء لكل أسرة بلغ 299335 في عام 2011 مقابل 147599 دج في سنة 2000 وقد تضاعف ذلك في البيئة الحضرية ليسجل 160114 دج في سنة 2000 مقابل 299439 دج في سنة 2011 اي تضاعف بقيمة 1.9 نقطة ، اما الانفاق السنوي على الغذائي للأسرة الريفية فقد سجل ارتفاع قدر ب 2.3 نقطة بالمقارنة مع المناطق الحضرية اي بقيمة 128367 دج لسنة 2000 مقابل 299111 سنة 2011 .

و عليه يعتبر الغذاء من الأنماط الاستهلاكية الهامة حيث يأخذ نسبة كبيرة من الدخل تصل إلى 50 %.

<sup>1</sup> نفس المرجع .

## ثالثا / العوامل التي أدت إلى تغير الثقافة الاستهلاكية للمجتمع الجزائري

### 1- تطور الاستهلاك في الجزائر

لقد مر المجتمع الجزائري بعدة مراحل تتميز كل مرحلة منها بخصوصية واضحة أثرت بشكل أو بآخر على بناءه العام سواء تعلق ذلك بالجانب الاجتماعي، الثقافي السلوكي، الاقتصادي، السياسي.... الخ. و أدى هذا التحول المرحلي إلى تغير في البنى الاقتصادية، السياسية للأسرة الجزائرية فأصبح العمل على ضرورة خلق الانسجام بين عناصر التنمية الشاملة أمرا مهما تماشيا مع متطلبات الحياة العصرية والتي تعتمد على منطق الاستهلاك كأساس لها<sup>1</sup>. فأتثناء مرحلة الاحتلال الفرنسي، نجد أنه رغم وجود هذا الاستعمار الذي كان يعمل على تغيير اتجاهات الشعب الجزائري في كل المجالات إلا أن النسق القيمي للمستهلك الجزائري كان أكثر تنظيما وانضباطا، بحيث أنه لم تكن هناك فرص لتناول المشروبات الكحولية أو التدخين، باعتبار هذه المواد وغيرها تدخل في دائرة الاستهلاك وكان هذا العزوف انطلاقا من العمل على ضرورة الحفاظ على الهوية الوطنية للفرد الجزائري. يعني هذا أن السلوك الاستهلاكي في هذه المرحلة كان موجها و محكما. بحيث أن عملية تغيير اتجاهه كانت صعبة وفي بعض الأحيان مستحيلة.

وجاءت مرحلة الاستقلال، مرحلة التشييد و البناء، مرحلة إنتاج سلع و خدمات جديدة لم تكن متوفرة من قبل، الأمر الذي قابلته محاولات لتغيير اتجاه هذا السلوك الاستهلاكي الذي كان يتصف في السابق بالاستاتيكية فأصبح المستهلك الجزائري تحت تأثير تلك السلع و الخدمات الجديدة من جهة و بين محاولة ورغبة تغيير اتجاهه من جهة أخرى.

هذا الأخير الذي أصبح نطاقه أوسع من ذي قبل و يتصف بديناميكية متميزة، يعني هذا أن مستوى العيش في الجزائر شهد تطورا ملحوظا سواء تعلق الأمر بالنوعية أو الكمية، و لا مجال للمقارنة بين مستوى الحياة) العيش ( في سنوات 1890 و سنوات الاحتلال الفرنسي وسنوات 2000 فنجد أن التغير مس خاصة الاستهلاك في مجال السكن، التجهيز و التأثيث و أماكن

---

<sup>1</sup> لونيس، علي ، "العوامل الاجتماعية و الثقافية و علاقتها بتغير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري"، نفس المرجع ، ص 92 .

العمل و نجد انه ابتداء من سنة 1984 لم يبقى سوى % 18 من العائلات الجزائرية تعمل في مجال الزراعة و الفلاحة و 18% تمثل الإطارات، التجار، المعلمين وأصحاب المهن الحرة.

و هذا ما أدى إلى حصول الجزائريين على مناصب إدارية في القطاع العمومي و قطاع الصناعة .و أدى هذا إلى وجود نمط و قيم جديدة للاستهلاك لدى الجزائريين .تجذب الاستهلاك لديهم إلى الأعلى من حيث الكمية و التنوع .و بالتالي ظهور سلوكات جديدة تتعلق بالجانب الاستهلاكي للسلع و الخدمات و يبين التحليل السوسيولوجي<sup>1</sup> و الاقتصادي للمجتمع الجزائري وجود تغيير على مستوى اتجاهات الأفراد من خلال الأدوار الجديدة التي أصبحوا يمارسونها و كذا المناصب التي أصبحوا يحتلونها 1999 فخرج المرأة الجزائرية لميدان العمل بناء على عدد من الدوافع السيكولوجية، الاجتماعية، الثقافية والاقتصادية .يعتبر عاملا مساعدا على توسع دائرة الاستهلاك بالنسبة للفرد الجزائري .

فأصبحت مسؤولية الإشراف على العملية الاستهلاكية للعائلة لم تبقى مقصورة على الرجل فقط بحكم المكانة أو الدور أو القيمة التي كان يحظى بها من طرف المجتمع .و إنما أصبحت مشاركة المرأة واضحة من خلال اقتنائها بمفردها أو بمشاركتها للرجل لمختلف السلع و الخدمات خاصة تلك التي كانت من اختصاص المرأة وحدها كمواد التنظيف، التجميل، التأثير، أدوات المطبخ.....الخ<sup>2</sup>.

بالإضافة إلى هذا كان الإشهار عاملا أساسيا في تغير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري خاصة بعد التطور التكنولوجي من خلال اقتناء أجهزة الراديو و التلفاز، يعني هذا أن المستهلك أصبح تحت تأثير العديد من السلع و الخدمات المحلية و حتى الأجنبية خاصة من خلال الأجهزة المقعرة، التي أعطت نطاقا واسعا لدائرة الاستهلاك، فأصبح المستهلك الجزائري يسعى إلى شراء السلع و الخدمات انطلاقا من خبراته السابقة و مما يقدمه هذا الإشهار من قوة و قدرة علي تحريك مجموعة الدوافع و الرغبات من جهة .و من خلال ما مدى تحقيق الإشباع المتوقع لتلك الحاجات و الرغبات من جهة أخرى .فأصبح إذن استهلاك الجزائريين غير متوقفا على كل ما

---

<sup>1</sup> Heni Ahmed , " **Economie de l'Algérie d'indépendance, collection économique**", E.N.A.G Edition, Alger, 1991, P70.

<sup>2</sup> Lahouari Addi, " **Les mutations de la société algérienne**", famille et lieu social dans l'Algérie contemporaine, ed la découverte, 1999,p13.

هو ضروري وإنما تعداه إلى الكماليات وأشياء أخرى لم تكن في قائمة استهلاكه من قبل من خلال تقليده للثقافات المتعددة المحلية و الأجنبية .

وبطبيعة الحال كان هذا على حساب إطاره القيمي وكذا على البناء الاجتماعي، الثقافي، السلوكي، الاقتصادي للمجتمع الجزائري ككل بحيث نجد أن بعض المستهلكين يظهرون إرادتهم لأجل التميز عن الآخرين وذلك من خلال اقتنائهم لسلع وخدمات غالية الثمن و التي لا يستطيع المستهلكون الآخرون اقتنائها فدافعية هؤلاء تتمثل أساسا في التمييز عن الآخرين<sup>1</sup>.

أيضا نجد أن هناك بعض السلع و الخدمات لا يكون لها تأثير معاكس خاصة إذ كان الإعلام أو الإشهار غير صحيح وغير واضح .فنجد أن بعض المستهلكين يقتنون بعض من هذه السلع و الخدمات والتي تكون ذات سعر مرتفع جدا يعني هذا حسب رأيهم انه كلما ارتفع السعر كلما ارتفعت قيمة السلعة أو الخدمة و يكون هذا بالخصوص عندما يكون المستهلك أمام العديد من البدائل السلعية أو الخدماتية الموجهة نحو نفس الاستعمال زيادة على هذا، و بالنسبة لمكان اقتناء السلع و الخدمات لم يبق هذا النطاق مركز في السوق الأسبوعي الشعبي، بل تعداه إلى المحلات الموجودة في الحي، المحلات الكبرى، المعارض.....الخ فأصبح يعمل على تاذيب سلوكه الاستهلاكي عند اقتناء السلع أو الخدمات.

و ذلك من خلال قيامه بعمل عقلي مركز ودقيق يعمل على إيجاد موازنة بين عدد من العوامل أجل الوصول إلى القرار الشرائي النهائي .كالسعر، مستوى الإشباع، القيمة الاجتماعية للسلع....الخ. يعني هذا أن المستهلك الجزائري أصبحت لديه ثقافة استهلاكية عند اقتنائه للسلع و الخدمات<sup>2</sup>.

و ذلك من خلال اهتمامه بخصوصياتها كتاريخ الإنتاج، مدة صلاحية الاستهلاك، العلامة التجارية، المكونات الأساسية....الخ. و أدى هذا التعدد في الأماكن إلا أن المجتمع الجزائري يتضمن طبقات اجتماعية متفاوتة. كل طبقة لها نمطها الاستهلاكي الخاص انها و لعل هذا ما أدى بطريقة أو بأخرى إلى تقسيم السوق و ساعد رجال التسويق على وضع استراتيجياتهم التسويقية.

<sup>1</sup> Lahouari Addi\_op cite, p16.

<sup>2</sup>Chapelier Isabelle et Natacha Ordioni, "Le changement social contemporains, édition marketings", Paris, 1996, PP : 110-120.

و عموما فان الاستهلاك في الجزائر مرتبط بالقدرة على الإنتاج .يعني هذا انه لابد من توفيره من الضروري أن نفهم اتزان بين الإنتاج و الاستهلاك فحسب أن لكل مرحلة من مراحل المجتمع الاستهلاكي تعتبر نقطة التحام بين نموذج الحياة العيش و نموذج الإنتاج و نظم القيم<sup>1</sup> .

و حتى يمكن تحقيق هذا كان من الضروري على المجتمع الجزائري أن يوحد مداخله من المحروقات خاصة و المقدرة ب % 90 من نسبة الصادرات الوطنية إلى تغطية النقص الواضح و ذلك عملا على تشجيع وتحفيز شعار "من أجل حياة أفضل و لقد بين الديوان الوطني للإحصاء .أن الاستهلاك في الجزائر شهد قفزة و تغير واضح بحيث بلغ في سنة 9.70 1967مليار دج .و في 1975 وصل إلى 20 مليار دج .و في 1980 وصل إلى 67 مليار دج .وتعدى في 1988 200 مليار دج .و في 1995 حسب اخر إحصاء للديوان إلى 995.58 مليار دج . و تم تسجيل وملاحظة الاختلاف و التباين و بشكل كبير في الجانب الاستهلاكي في مختلف المجالات الاستهلاكية للفرد الجزائري منذ فترة الاحتلال الفرنسي.

## 2- العادات الغذائية بين الثبات و التغير.

يعتبر الغذاء مصدر الحياة على سطح الأرض ولقد أدرك الإنسان منذ زمن بعيد دور وأهمية الغذاء كمصدر للطاقة والنشاط والحيوية ووقايته وحمايته من الأمراض إلا أن ذلك الغذاء أصبح سلاحا ذو حدين بمعنى أن نقصه يمثل مشكلة كبيرة كما أن زيادته عن الحد المسموح به قد يتسبب في مشاكل صحية عديدة.<sup>2</sup> ولقد أنتهج الكثير من الناس في هذا العصر السرعة في جميع مجالات حياتهم فهم يتحركون بسرعة ويذهبون ويرجعون بسرعة ويأكلون بسرعة نظرا لتوفر الأغذية الجاهزة بصورها المختلفة المعلبة والمجمدة والجافة وغيرها في أي وقت لكونها في نظرهم تتوافق مع نمط الحياة العصرية وأهمية الوقت دون إدراك القيمة الغذائية في أولويات

<sup>1</sup> Robert. Roche fort, " La société des consommateur", édition Odile Jacob 1995, p30 .

<sup>2</sup> البكري، عبدالله والدنشاري ، عزالدين وأبو لبن ، فاطمة، " الغذاء وصحة المجتمع"، مكتب التربية العربي لدول الخليج العربي، الرياض 1994م ص 69



### 3- التغيرات التي طرأت على الطباق الجزائري

الاستهلاك الغذائي يتغير من مرحلة إلى مرحلة أخرى، فالحليب مثلا ومشتقاته (زبدة طرية، حليب...) عامة مستهلكة بكثرة في مرحلة ماي وأفريل، الزبدة نحتفظ بها للخريف والشتاء. لحوم البقر تستهلك في الشتاء فترة البرد، أما الخروف والدواجن في الربيع والصيف، بعد موسم الحصاد تزايد في كمية استهلاك الفواكه (التين، البطيخ، العنب...) الخضروات الطازجة (فلفل وطماطم). كما نلاحظ أيضا أن الإنتاج موجه نحو المواد السهلة للتخزين كالبقول الجافة والحبوب، مواد ذهنية نباتية كانت أو حيوانية.

و بالفعل فإن النمط الاستهلاكي الجزائري موجه رغم ثقل الإنتاج التقليدي مثل الحبوب أدخلت المواد الحيوانية التي عامة ما تكون مستوردة، وهذا النمط أدخل من طرف الفئة الاجتماعية ذات المردود العالي أو الدخل العالي، فاللحوم مثلا يرجع تطورها الذي نلاحظه في هذه العشرية الأخيرة إلى الاستيراد المكثف للحوم البقر الذي يعتبر حسب حميد ايت عمارة "غريب وخارج عن عادات الجزائريين"، أما لحم الخروف الذي يعتبر مادة تقليدية بالنسبة للفئات الاجتماعية صعبة المنال أو ليست في متناولهم لسبب ركود الإنتاج، حيث نتج نوع من الغلاء والزيادة في السعر. هذا ما دفع بأغلبية الفئات الاتجاه نحو استهلاك لحوم الدواجن ودواجن وبيض".<sup>2</sup>

و يرى عريف صلاح الدين "هذا التغيير في بعض السلوكات الاستهلاكية يترجم أو يعكس تنوع المكونات الاستهلاكية الجزائرية، إن تطور الاستهلاك الغذائي على مستوى المواد معني مميز عندما نرجع إلى اتجاهات النمط الغذائي، وبالفعل استهلاك الحبوب ضعف، وتدهور كذلك البقول الجافة أما الجهة الأخرى نجد مواد متنوعة بالخصوص للحوم، المواد الدهنية، الخضر الطازجة في اتجاه معاكس".<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> الشخيلي، جودت محمود، "التسمم الغذائي"، الهيئة العربية السعودية للمواصفات والمقاييس، الرياض 1988، ص 198.

<sup>2</sup> HAMID AIT AMARA, "Types d'Alimentation", cahier de CENEAP, sep 1985 p69 Page 75

<sup>3</sup> ARIF Salaheddine, ZGA Kamel, "Industrie et dépendance envers les approvisionnements extérieurs", le cas Algérien O.PU, Publisud, Alger P 83.

فبالرغم من كل هذا يجب التأكيد على أن الحبوب تبقى المصدر الأساسي للنفقات والتكاليف. هذا ما يبين أنها المادة الغذائية الأساسية للجزائريين، لكن مع ظهور تيارات جديدة والميل إلى استهلاك مواد كاللحوم، الحليب ومشتقاته... إلخ. فهذا يعكس لنا النمط الغذائي الجزائري الذي يتجه نحو النمط الغربي.

#### 4- الصراع بين العادات الاستهلاكية القديمة و الجديدة

تبرز الدكتورة فوزية دياب فكرة التجديد أمام المحافظة وجها لوجه أمام التحرر و هذا ما يؤثر فكرة التوتر و الصراع بين القديم والجديد و هذه الفكرة تكلم عليها الكثير من العلماء الاجتماع منها باجوت حيث يقول " إن ديناميكيات المجتمع نتيجة التوتر الذي يحدث من السلوك التقليدي الذي تتصارع معه و يمكننا أن نستخلص من أراء باجوت السياسة الاجتماعية انه يعترف بقيمة الاستقرار و المحافظة على التقاليد لكنه في الوقت نفسه يسمح بالتجديد برمته أو المزج بينهما و هو في اعتقاده الأصح " <sup>1</sup> .

و رغم وجود عوامل خارجية إلا انه لا وجود لصراع بين الجيل القديم و الجيل الجديد فنجد العديد من العائلات الجزائرية التي تتعايش اجتماعيا على نمط عصري يعبرون في كثير من المناسبات علي احترامهم و تمسكهم بقيم تقليدية أي بالرغم التغيرات التي حدثت داخل المجتمع أو الأسرة الجزائرية فاما مازالت تستهلك آكلات تقليدية رغم ظهور أو بروز مواد جديدة في السوق و ذلك بظهور و تأثير وسائل الإعلام ، فنجد الفئة الحضرية و الريفية هي التي أعطت الاهتمام الكبير للأطباق و الممارسات الغذائية الموجودة و المستوردة من الخارج فربما هذا راجع إلي أفراد الأسرة خاصة الفئة الصغرى التي تحب الاحتكاك بالمجتمعات الغربية .

كما يقول محمد سويدي "يظهر أفراد الجيل الأصغر سنا يؤثر على الأوضاع الجديدة و يكون الشباب عادة على خلاف مع المتقدمين في السن و ينتقدون معاييرهم القديمة و على هذا الأساس تبدو نتائج الانحلال الثقافي أكثر وضوحا في المدن منها في المجتمعات الريفية " <sup>2</sup>

<sup>1</sup> ذياب فوزية ، " القيم و العادات الاجتماعية " ، دار النهضة العربية ، بيروت 1984، ص 152.

<sup>2</sup> السويدي محمد ، " مفاهيم علم الاجتماع " ، الدار التونسية ، ، 1991 ، ص 170.

فالأُسرة الجزائرية تقبلت التقدم السريع و أصبحت تسير معه و لكنه بقيت وفية لقيمها وعاداتها و لقد صاحب التغير في المجتمع تغيرات في العديد من العادات الاجتماعية بما فيها الاستهلاكية الغذائية ، حيث يتأثر السلوك الاستهلاكي للفرد بالعديد من المتغيرات الشخصية و الاجتماعية. هذا ما يؤكد أن أفراد الأسرة يختلفون عن بعضهم البعض من حيث دوافعهم و كان لوسائل الإعلام المرئية و السمعية دورا هاما في هذا التغيير من خلال ما تقدمه من مواد ووجبات متنوعة و جديدة تجلب انتباه المرأة بالإضافة لما كانت تعرفه ، فنرى أن هناك استبعاد نوعا ما عن الأطباق التقليدية كونها من جهة مكلفة أحيانا لذا يحتفظ بها للمناسبات و مختلف الحلويات المحضرة باللوز و إدخال بعض التعديلات عليها و استبدال بعض المواد الغذائية بأخرى اقل ثمنا كاستبدال الزبدة و السمن بمختلف أنواع المارجرين و استبدال الحم بمادة جامبو، كما نلاحظ حاليا أصبح الطلب على الأطباق الخفيفة حيث لم تكن الوجبة الخفيفة تمثل تقاليد الطبخ الجزائري إضافة إلي ذلك لم تكن من تقاليد المجتمع الجزائري تناول الآكل في المطاعم و ما شبهها .

و هذه الظاهرة منتشرة و ذلك يعود لمؤشر الهجرة وتزويد الأسواق بمختلف المواد الغذائية و كذلك الاستعمال الجديد لمختلف الآلات الكهرومنزلية و كذلك نستطيع القول أن هذا التغير ناجم عن مختلف المصادر الإعلامية مثل التلفزيون و الجرائد خاصة حيث أصبحت المرأة تستعين بها في تحضير أطباقها على غرار الماضي كانت تقتصر على ما تتعلمه من أمها أو جدتها .

## 5- الأسباب التي أدت إلى الزيادة الاستهلاك:

إن الزيادة في الاستهلاك عند الأسرة يمكن يرجع إلى عدة أسباب نبرزها فيما يلي :<sup>1</sup>

### • تزايد أعداد السكان:

إذ يعتبر معدل الزيادة السنوية للسكان في الدول العربية والإسلامية من أعلى المعدلات في العالم حيث تصل إلى ٣ % سنوياً ويترتب على هذه الزيادة زيادة مماثلة في الطلب على الغذاء وعلى سائر السلع والخدمات الأساسية والكمالية.

---

<sup>1</sup> ابتهاج عبد الجواد ، " الاستهلاك المظهري تبعا لمجالاته و عوامله ، بحث ميداني في مدينة الموصل " ،

مجلة دراسات موصلية العدد الحادي عشر ، 2006 ، ص 89 .

## • ثورة الطموحات والتطلعات :

حققت البشرية في القرن العشرين إنجازات عظيمة لم يعرفها الإنسان في القرون الماضية، وهو ما أدى إلى انقلاب في التصورات والطموحات لدى البشر ففي ظل الثورة الإعلامية الهائلة أمكن للرجل الفقير المعدم أن يرى ما يتمتع به أغنى الرجال في العالم وأكثرهم رفاهية من خلال شاشة التلفزيون، وبالتالي أخذ يتطلع ويحلم بتحقيق ما لم يخطر بباله وما لم تبلغه تصوراته ويفوق قدراته وإمكاناته .ولقد أتقن الناس ثقافة الاستهلاك وهامهم يتباهون في اختيار أنواع وأشكال أجهزة الجوال والسيارات.

## • تغير أنماط الاستهلاك :

بفضل الثورة الإعلامية أصبح الرجل العادي يتطلع إلى التقدم والحصول على المنتجات الجديدة والأدوات والخدمات والسلع والأطعمة الجديدة، ونظراً لانتشار أطعمة ومشروبات وسلع عالمية أمكن التغلب على الكثير من عادات الأكل والشرب واللباس الخاصة بكل شعب.

## • التقليد والتبعية :

إن ظاهرة تقليد المغلوب للغالب وانبهاره به ظاهرة غريزية أشار إليها ابن خلدون في مقدمته ووجدت لدى الكثير من الشعوب، فقد أصيب الكثير من أبناء المسلمين بالهزيمة والانبهار بالغرب، فأقبلوا على الملذات والشهوات وعلى كل جديد يأتي من الغرب من أجل محاولة اللحاق بركب الدول المتقدمة وتحقيق بعض ما يحققه أبناء الغرب من رفاهية وممتعة<sup>1</sup>.

## • ثقافة الاستدانة :

لقد انتشرت في الوقت الحاضر أخلاقيات الإقراض والاقتراض، فما دامت توجد بنوك تقرض وكفلاء يكفلون فلا توجد مشكلة، وهكذا يقترض الكثير من الناس ويتزايد الاستهلاك<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> ابتهاج عبد الجواد ، نفس المرجع ، ص 90 .

<sup>2</sup> نفس المرجع ، نفس الصفحة .

## خلاصة الفصل

إن التغيرات التي عرفها المجتمع الجزائري في الميادين المختلفة : كالصحة والسكن و التعليم ، قد تجسدت بكل وضوح في نمط الأسرة، و ذلك من خلال الانتشار الواسع لنمط الأسرة النووية في الريف و الحضر .

كما عرفت الفترة بين 1990 و 2012 تحولات كبيرة انعكست بشكل واضح على بنية الأسرة ووظائفها ، حيث تغلبت القيم المادية في علاقات الأفراد ببعضهم البعض و أصبحت المصالح هي المحددة لشكل العلاقات ، وأصبحت قيمة الكسب السريع هي الإطار الحاكم في المجتمع التي لم تنحصر على الأسرة فحسب و إنما على كافة أجهزة المجتمع و ما تتضمنه من إطارات فاندلعت ما يسمى بالأزمة السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية كما أدت التغيرات و التحولات في المجتمع إلى انحسار علاقات الجيرة ، و حدث ما يسمى بانغلاق الأسرة على نفسها ، كما أصبح بإمكان النساء أن يقتحن الحياة الاقتصادية و السياسية فبدأ الشكل الأسرى الذي صيغ في السنوات الماضية و الذي بني على الإيديولوجية الامومية التي أبقت النساء في البيت ، يتغير بفعل التغيرات المادية التي أدت بالنساء إلي ترسيخ دعائم المطالبة بالمواطنة ، كذلك الاستقلال المادي و القدرة على ضبط الإنجاب .

## **الفصل الخامس**

**التلفزيون و آثاره على القيم و الثقافة الاستهلاكية عند**

**الأسرة الريفية و الحضرية**

**المبحث الأول: نشأة تطور التلفزيون في المجتمع الجزائري**

**قبل و بعد الاستقلال.**

**المبحث الثاني : الإعلانات التلفزيونية و آثارها على تغير**

**أنماط الثقافة**

**المبحث الأول: نشأة تطور التلفزيون في المجتمع الجزائري قبل و بعد الاستقلال.**

**أولا : المراحل التي تطور فيها التلفزيون**

### **1.التلفزيون قبل 1962**

لم تظهر التلفزة في الجزائر إلا في ديسمبر 1956 إبان الفترة الإستعمارية أين أقيمت مصلحة بث محدودة الإرسال، و كانت تعمل ضمن المقاييس الفرنسية و يعد إستحداثها إهتماما بالجمالية الفرنسية المتواجدة بالجزائر آنذاك، كما اقتصر بثها على المدن الكبرى للجزائر أين أنشأت محطات إرسال ضعيفة تقدر ب 819 :خط على المدى القصير موزعة على ثلاث مراكز في قسنطينة، العاصمة، وهران. البرامج التلفزية، التي كانت تركز على قاعدة تقنية بدائية، كانت أيضا تجلب في جزء كبير منها من فرنسا و تركز على إيجابيات المستعمر مبرزة مشاهدته الثقافية و في الوقت ذاته تعمل على إبراز علاقات الهيمنة على المجتمع الجزائري في اغلب الأحيان نضاله السياسي و رصيده الحضاري.

أما دخول الإذاعة على الجزائر فكان قبل ذلك بوقت طويل نسبيا إبان الحقبة الإستعمارية أي سنة 1929 ، و كان ذلك أيضا إستجابة لحاجيات الأقلية الأوربية المتواجدة في الجزائر ، حيث كانت برامجها على صلة وطيدة بفرنسا كما أن الهياكل الأساسية التي أنشأت منذ البداية ظلت متواضعة جدا مقارنة مع شساعة الجزائر بالتالي فقد فرض الماضي الإستعماري على الجزائر أن تواجه إبان إستقلالها مشكلة حادة تتصل بتجديد هياكل التلفزيون الإدارية و إعادة تنظيمها من أدق المهام<sup>1</sup>.

ومن أجل أن يثبت المستعمر الفرنسي أقدامه بأراضي الجزائر كان لابد عليه أن يستخدم كل طاقاته لتعبئة الشعب ضمن الأطر التي يريدها ، فبعد تأسيسه لمحطات الراديو قام في اليوم الموافق لتاريخ 24 ديسمبر 1956، بأول بث تلفزيوني إنطلاقا من محطة الإرسال الموجودة بمنطقة تامنغوست و كانت قوة الجهاز تصل الى ثلاثة كيلواط ثم تضاعفت الى ثلاثون كيلواط عام 1957 ، و كان البث يدوم 31 ساعة أسبوعيا باللغتين العربية و الفرنسية، مع إمكانية الإختيار بينهما بواسطة جهاز وضع داخل كل جهاز إستقبال<sup>2</sup>

<sup>1</sup> [www.Entv.Dz](http://www.Entv.Dz) موقع التلفزيون الجزائري

<sup>2</sup> احدادن زهير ، " تاريخ الإذاعة و التلفزة "، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 1984 ، ص 108

و قد كان لإنشاء التلفزيون في الجزائر بالنسبة للسلطات الفرنسية أهداف كثيرة منها: <sup>1</sup>

- القضاء على الثورة الجزائرية و ترسيخ السياسة الإستعمارية.
- تضليل المعمرين الأروبيين و إخفاء النتائج التي حققتها الثورة، حتى لا يغادروا الجزائر.
- إشباع حاجات المعمرين الترفيهية و التثقيفية.
- إقناع الأقلية الأوروبية في الجزائر بالسياسة الإستعمارية المنتهجة و خلق رأي عام يبرر هذه السياسة. و لبلوغ هذه الأهداف عملت السلطات الفرنسية على توسيع شبكات الإرسال التلفزيوني لتغطية مناطق البلاد الأهلة بالمعمرين حيث قامت سنة 1958 .
- إنشاء مركز إرسال مجهز ب 500 واط وسط مدينة وهران و في سنة 1960 م تم تنصيب مركز للإرسال بقمة جبل الشريعة بالبلدية<sup>2</sup>

و قد كان التلفزيون حكرا على الأروبيين و المعمرين ، و هذا لعدة أسباب كإحصار البث في مدينة الجزائر العاصمة و ضواحيها و كذا محدودية الإمكانيات ، بالإضافة للحالة المزرية التي كان يعيشها المجتمع الجزائري ، و بالتالي يمكن إعتبار هذه الحالة من مراحل تطور التلفزيون الفرنسي على إعتبار - الجزائر - محطة جهوية للتلفزيون المركزي بفرنسا.

## 2. مرحلة الإستقلال و بداية النموذج الوطني:

إن الحديث على الإعلام كقطاع إستراتيجي و خاصة التلفزيون بعد الإستقلال ، هو جزء لا يتجزأ من الحديث عن التنمية الشاملة لكافة القطاعات الأخرى و التي كان على السلطة الجزائرية الناشئة النهوض بها عملا بمقتضى آلية التعمير بعد انتهاء مرحلة حرب التحرير. و يعد يوم 28 أكتوبر 1962 يوما خالدا في ذاكرة الجزائريين المستقلة إذ من يومها أصبح التلفزيون مؤسسة عمومية تحت إشراف الحكومة الجزائرية المؤقتة، و كان أغلب العاملين بالتلفزيون الجزائري الفتى أمام تحد كبير نظرا لنقص تجربتهم. وقد استعرض أحد أعضاء المكتب السياسي آنذاك ، الدوافع التي أدت الى إتخاذ قرار إحتلال محطة التلفزيون بقوله: إن مثل هذه الإجراءات التي طالما ترقب وقوعها شعبنا بفارغ الصبر ،

---

<sup>1</sup> حيفري ، عبد الحميد ، " التلفزيون الجزائري واقع و أفاق " ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر 1985 ، ص39

<sup>2</sup> محمد بودريالة ، " إتجاهات جمهور الطلبة و الموظفين و الإداريين نحو برامج التلفزيون " ، رسالة . ماجستير مناقشة ، جامعة قسنطينة ، ص97



تتدرج ضمن إرادتنا إلى تصفية كل ما من شأنه أن يذكر من قريب أو من بعيد بالوجود الإستعماري الأليم داخل البلاد.... إنه ليس من المنطق أن نسمح بوجود أجهزة إعلامية نعرف المواقف التي تبنتها إبان عهد الاحتلال، إن هذه الإجراءات تتوافق مع مبادئ دستورنا الجهورية.<sup>1</sup>

و جاء بعد الإستقلال كذلك المرسوم المؤرخ في 11 أوت 1963 م الخاص بتنظيم الإذاعة و التلفزيون و إعتبارها مؤسسة عمومية تابعة للدولة ذات طابع تجاري و صناعي ، أعطيت لها صلاحية الإحتكار و النشر 67 الصادر بتاريخ 09 نوفمبر 1967 ، ليبطل كل الأحكام الصادرة سنة ثم جاء الأمر رقم 234 / 1963 حيث يعتبر نقطة تحول في قطاع الإذاعة و التلفزيون بوضعها تحت وصاية وزارة الإعلام و الثقافة.

ومن هنا كان الإنطلاق وفق القانون الأساسي الجديد نحو القيام بالخدمة المتعلقة بالنشر الإذاعي و التلفزيوني في جميع أنحاء الوطن و كذا وضع برامج و نشرها و تسويقها و الإشتراك في تصميمها و نشرها مع الهيئات الوطنية و الأجنبية.

ثم جاءت سنة 1970 أين تخرجت الدفعة الأولى من التقنيين و الفنيين و المصورين و التي كان التلفزيون الجزائري بأمس الحاجة إليها ، إضافة إلى التكوين الذي كان يتم خارج الوطن ونظرا لأهمية التلفزيون في الجزائر ، فقد تواصل الإهتمام به لمجمل المخططات التنموية التي 76 الصادر بتاريخ 5 جويلية 1976 و الذي / عرفتها الجزائر ، حيث جاء ميثاق 1976 المحدد بالأمر 75 حدد دور وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها نحو تحقيق هدف واحد<sup>2</sup> هو تنمية المجتمع الجزائري و تلبية حاجات المواطن في إعلام كامل ليكرس إحتكار حزب جبهة التحرير الوطني وبعدها جاء قانون الإعلام رقم 01 سنة 1982 الدولة لقطاع الإعلام بما في ذلك التلفزيون حيث جاء في المادة الأولى منه.<sup>3</sup>

- إن الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية يبشر بقيادة الحزب و كذا القانون على ضرورة إعلام الجماهير لأنه حق من حقوق المواطن

<sup>1</sup>حيفيري ، عبد الحميد ، مرجع سابق ص40

<sup>2</sup>موقع التلفزيون الجزائري : مرجع سابق

<sup>3</sup> قانون الإعلام : مؤرخ في ربيع الثاني عام 1402 الموافق ل 06 فبراير 19 .

- الحق في الإعلام هو حق أساسي لجميع المواطنين، تعمل الدولة لتوفير إعلام كامل و موضوعي.

### 3. التلفزيون الجزائري بعد إعادة الهيكلة:

بتاريخ 01 جويلية - 1986 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 86 / 01 أنشأت المؤسسة الوطنية للتلفزيون ENTV كما سبق الذكر بطابع إقتصادي و صبغة إجتماعية و ثقافية، عقب إعادة هيكلة المؤسسة الوطنية للإذاعة و التلفزيون وطبقا لهذا المرسوم تشرف مؤسسة التلفزيون على الإعلام المرئي المتعلق بالشؤون الوطنية، الجهوية و الدولية، و تساهم في إنتاج برامج ثقافية، تربوية و سياسية وفقا لما تقتضيه ظروف المجتمع والصالح العام و تتخذ منه وسيلة للتعريف بالمنجزات الوطنية.

يعتبر التلفزيون أهم وسيلة إعلامية داخل المجتمع الجزائري، فهو يعمل على الربط بين المجتمع و الدولة و ما بين الدولة و رعاياها بالخارج، و وسيطا هاما يساعد على تحقيق التنمية الشاملة و في شتى الميادين، و في هذا الإطار يمكن تحديد بعض مهام التلفزيون و هي :<sup>1</sup>

- إرسال و إعادة إرسال كل الروبورتاجات و الحصص و البرامج التلفزيونية التي لها علاقة بالحياة الوطنية، الجهوية و الدولية و المتعلقة بالقضايا الآنية و التي تشغل الرأي العام.
- المساهمة في التربية بمختلف أشكالها و تحسين و تعبئة كافة المواطنين من أجل تجسيد الأهداف الوطنية و الدفاع عن المصالح العليا للبلاد و مبادئ الثورة التحريرية.
- و في هذا الإطار فإن مبادئ برنامج طرابلس 1962 تشير الى أنه : إذا كان من مهام وسائل الإعلام في مجموعها أن تثبت الأهداف الثورية فلا يجب أن تستخدم لبث أفكار من شأنها أن تلحق ضررا بمصالح الشعب و بمجهودات تشييد البلاد.
- رفع المستوى التعليمي و الثقافي للمواطنين .
- التعريف بمنجزات البلاد و الإنتاج الوطني عن طريق رفع المستوى المعرفي و الوعي الوطني من أجل المشاركة الفعالة و التنمية الوطنية

---

<sup>1</sup> حيفيري ، عبد الحميد ، مرجع سابق ص.52

• المساهمة في الترقية و التنشيط الثقافي و الفني و تطوير وسائل التسلية و التنشيط الرياضي . العمل على تحسين نوعية البرامج المطروحة على المشاهدين لجلب إهتمامهم خاصة في ظل التنافس الشديد بين مختلف الفضائيات.

- جلب برامج و حصص أجنبية و عرضها على المشاهدين لإطلاعهم على مختلف الثقافات و الإيديولوجيات. و يقوم التلفزيون الجزائري بهذه المهام و غيرها، عملاً على تحقيق أهداف معينة، نذكر منها:

- الإستجابة لكل أذواق المشاهدين بتنوع المواضيع المقترحة و إختيار مواعيد مناسبة لعرضها  
- احترام القواعد الأخلاقية و كذا توجيهات البلاد عند إختيار البرامج و الحصص التي ستبث على المشاهدين<sup>1</sup>.

### ثانيا : التلفزيون و أثاره على الأسرة و الطفل و التنشئة الاجتماعية

تنتشر الفضائيات و تمنحنا خيارات عديدة إلى حد الحيرة في الاختيار، فالوالدان هما - بشكل عام - الأكثر تأثراً في تشكيل شخصية الطفل في المراحل الأولى في حياته وهما البنك المعرفي الذي يزود الطفل بالمعلومات، ويرد على تساؤلاته واستفساراته عندما يحاول أن يفهم ما يدور حوله، وينعكس ذلك إيجابياً على الطفل، فالاحتكاك المباشر مع الطفل يجعل الأم أكثر إحساساً ودقة ومعرفة بالتغيرات التي تطرأ على طفلها.

لقد أخذت العلاقة بين أفراد الأسرة شكلاً مختصراً بدخول التلفزيون إلى منازلها واتساع المساحة الزمنية المخصصة للبث، وصار بإمكانها، من خلال التحكم عن بعد، التنقل بين القنوات المتعددة كما تشاء، وعاشت في نطاق ضيق، وأصبح هذا الضيق يفرض نفسه على سهراتنا العائلية الحميمة وأصبح التلفزيون ثالث الأبوين، وربما أولهم، بالنسبة للطفل، ومع الأسف، فإن الأبوين كثيراً ما يدفعان الأطفال في هذا الاتجاه تهرباً من المسؤولية الملقاة على عاتقهما، أو لإلهائهم وضمان هدوئهم؛ وبذلك تضاف إلى هذا الجهاز وظيفة أخرى هي وظيفة "جليس".

وبهذا أصبح التلفزيون عضوا مهما داخل الأسرة، وفرض نفسه بشكل ملفت حيث بات يتمتع بمكانة خاصة " لضيف فوق العادة "، إنه يحظى بكل العناية والتقدير ويحاط بالرعاية والاهتمام

<sup>1</sup> حيفيري ، عبد الحميد ، مرجع سابق ص.53

المنقطع النظير.. فقد غدا اليوم بلا منازع، أقوى وسيلة إعلامية ذات قدرة فائقة على النفاذ إلى كل البيوت، فهي قادرة على تشكيل الذهنيات وإعادة إنتاج المجتمع والتحكم في توجهاته الراهنة والمستقبلية.

كيف استطاع هذا الضيف أن يتحول إلى عنصر مألوف لدى جميع أفراد الأسرة؟ كيف تمكن من مشاركة الأسرة ومزاحمتها في تربية وتنشئة أطفالها وكيف عمل على تهميشها تدريجيا؟ وما هو النظام الجديد الذي خلقه في فضائها؟ دأبت الدراسات النفسية والاجتماعية في تحليل مضمون العلاقة بين الفرد والتلفزيون على الانطلاق من خلية الأسرة باعتبارها الوحدة الأساسية لمقاربة هذه العلاقة، وبالأخص لدى الطفل وهذا ما يؤكد عدد من الباحثين بأن التلفزيون ليس له تأثير مباشر على المشاهد وإنما الشروط التي يتعاطى من خلالها المشاهد إلى هذا الجهاز هي الحاسمة في مجال هذا التأثير<sup>1</sup>

إذا كانت الأسرة تقوم بعملية إدماج الطفل في نسيج الثقافة الاجتماعية عبر عمليتي الجزر والعقاب حيناً والوعظ والإرشاد أحياناً أخرى، فإن التلفزيون لا يستعمل هذه الوسائل بل يتجاوزها إلى وسائل أخرى تتمثل في إمكانية تلقين الأطفال المعلومات والخبرات عن طريق ازدواجية الخير والشر مثلاً التي تروج لها القصص التلفزيونية. وتبقى إمكانية التلفزيون في هذا المجال مدهشة، حيث بإمكانها توظيف بعض الوسائل في غرس الثقافة الاجتماعية في لا شعور الطفل عندما تعمل آلية التقمص Identification المعهودة التي تتغذى أساساً بشساعة خيال الطفل .

وتذهب بعض الدراسات الأمريكية في نفس الاتجاه<sup>2</sup> لما حاولت ضبط التحولات التي تطرأ على الأسرة ككل عندما أضحت الشاشة الصغيرة أدواتها الأساسية في الترفيه ، منها دراسة الباحث ألبيج الذي سعى لدراسة مدى مساهمة التلفزيون في تعزيز بعض المقولات stéréotypes حول ربات البيوت أو الزوجة من خلال نماذج معينة يقدمها التلفزيون، وتوصل الباحثون إلى أنه في المجتمعات المتقدمة عوض أن يخضع الأفراد لتغيير ما يظنون هم أنفسهم على حالهم، ويبدو أن التلفزيون يجعل منهم مرة أخرى ما هم عليه من قبل، أي إعادة إنتاج نفس الإنتاج الثقافي، بل يرسخ الوجود الذي هم عليه، وينسحب هذا على المجتمعات المعاصرة التي تبدو غير قادرة على

<sup>1</sup> M. Chalvon, P. Corset, M. Sochon , " l'enfant devant la télévision", Ed.Casterman , Paris1981, P :50

<sup>2</sup> بن عبد القادر، محمد، " التلفزيون والأسرة ملاحظات أولية"، مقال منشور بجريدة الاتحاد الاشتراكي بتاريخ، 1991/03/15

تجاوز المرحلة التي وصلت إليها في أشكال وعبئها، بل على العكس فهي لا تتوانى في إثباتها وإعادة تشكيلها في كل مرة تتهدد فيها. ومادامت المجتمعات ليست كلها على درجة واحدة من التقدم، فإنه يجب استحضار أن أفرادها ليسوا على درجة واحدة من الوعي فبالأحرى إذا نظرنا إلى فارق النضج بين الكبير والصغير، أي بين الراشد الذي اكتسب عددا لا يستهان به من القدرات الذهنية والطفل الذي لا يزال في طور النمو والاكتساب والحاجة إلى الآخر...

وهذا يقودنا بالضرورة إلى الحديث عن طبيعة العلاقة القائمة بين التلفزيون والأسرة في مجتمعاتنا النامية "حيث إن كثيرا من البرامج التي تعرضها التلفزيونات العربية مستوردة ولا تتسجم دائما مع البيئة الاجتماعية العربية... واقتحام التلفزيون للبيئة العربية يساعد على زيادة الفجوة بين العادات والتقاليد المعروفة وبين الظروف المتغيرة الجديدة" <sup>1</sup> وهكذا فإن تعلم مجموعة من أنماط السلوك لم يعد يقتصر على الأسرة أو الجماعة التي ينتمي إليها الفرد، بل إن التلفزيون يكسب الطفل قيما وأنماط سلوك جديدة، فالطفل أكثر الفئات تأثرا بالتلفزيون فهو لا يكتفي بمشاهدة البرامج الخاصة به، بل يتابع حتى البرامج المخصصة للكبار، ودلت دراسة عربية حديثة تهدف إلى معرفة معايير النمو الطفل ما قبل المدرسة إلى أنه إذا كان 90 % من الأطفال يقضون وقتهم أمام شاشة التلفزيون فإن 2.8 % فقط منهم من يشاهد البرامج الخاصة بهم، أما نسبة 76.2 % تشاهد بالخصوص برامج الكبار. <sup>2</sup>

وبينت دراسة أجريت في إحدى المدن الأمريكية أن الأطفال يشاهدون من برامج الكبار ما يعادل أربعة إلى خمسة أضعاف ما يشاهدونه من البرامج الخاصة بهم. وتتعرز هذه المواقف أكثر عندما تغيب رقابة الآباء، فالأطفال يصبحون أسياد أنفسهم يستهلكون البرامج التلفزيونية في غياب تام لآبائهم وقد يزيد الوضع تعقيدا عند وجود أكثر من جهاز تلفزي لدى الأسرة الواحدة.

---

<sup>1</sup> مقتطف من تقرير المنظمة العربية للدفاع الاجتماعي منشور بمجلة الدراسات النفسية والتربوية العدد الأول

يناير 1982 ص: 89

<sup>2</sup> د. رمزي ، ناهد ، " المفاضلة بين التلفزيون والوسائط الثقافية الأخرى لدى طفل ما قبل المدرسة "، مجلة خطوة، المجلس العربي للطفولة والتنمية ، عدد 10، يونيو 2000، ص: 21 .

وبهذا الصدد يقول إيريك شوفاليي<sup>١</sup> E.Chevalier إن الآباء يلعبون دور الوسيط ، ينبغي أن يعملوا على توجيه أبنائهم لما يريدون مشاهدته، إلا أن ما نلاحظه هو أنهم يجهلون المنتجات التلفزيونية بحيث أنهم يتحدثون عن برامج لم تعد موجودة منذ عدة سنوات<sup>1</sup>

و على هذا الأساس فإن التلفزيون يسعى دائما إلى ملء الفراغ والفجوات التي يتركها الآباء إلى درجة أضحى الأطفال في كثير من الأحيان وكأنهم أبناء طبيعيين للتلفزيون! إنه بفعل التحولات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي شهدتها الأسرة المغربية، وتراجع الوظائف والأدوار التي كانت تقوم بها إما لصالح الدولة أو المؤسسات الخاصة، فإن التلفزيون بات يحتل موقعا متميزا داخل فضاءات البيوت لعله يمثل تعويضا لا شعوريا عن انهيار السلطة الأبوية التقليدية وتلاشي دور الجدة بالنسبة إلى الصغار... " إذ لا يمكن فصل التلفزيون عن الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والنفسية لظروف الأسرة والطفل الذي ينتمي إليها، بل لابد أن يتموضع في سياق عام إلى جانب وسائل اتصال أخرى (..) فكل هذه المؤسسات مسؤولة على ما يبدو، وبأشكال مختلفة، أمام أية سلبيات أو مخاطر أو انحرافات يمكن أن نلاحظها في المجتمع<sup>2</sup>

وأمام هذا الوضع نجد أنفسنا في كثير من الأحيان أمام نمطين تربويين متباينين (الأسرة التلفزيون أسرة محافظة لا تستطيع مواكبة التطور المعرفي الهائل الذي يميز الحضارة الإنسانية اليوم، منحورة داخليا، وغالبا ما ترفض الأشكال المقدمة في التلفزيون وتضطر شكليا إلى مسايرة الحداثة باقتناء جهاز التلفزيون تحت ضغوط متعددة. وبالتالي القبول مبدئيا بما يحدثه هذا الجهاز من تأثيرات غير مرغوب فيها لاسيما على الأطفال والمراهقين، وخاصة عندما تقشل إمكانية التحكم فيه وهذا ما يتم غالبا .

التلفزيون الموجه يحاول خلق مجتمع يساير متطلبات العصر الحديث، ويعرض كثيرا من البرامج التي لا تتسجم بالضرورة مع البيئة الاجتماعية، ويعمل على تعميق الفجوات بين أجيال الأسرة

---

<sup>1</sup> Eric Chevalier, " la relation enfant- télévision implications physiques " ; psychologiques ; éducatives et sociales , Centre international de l'enfance 1993, P :36.

<sup>2</sup> د. الدريج ، محمد ، " الصحافة المرئية-المسموعة والطفل " ، مساهمة في ندوة حول الأسرة والطفل في المجتمع المغربي العاصر ، منشورات عكاظ 1989، ص: 21 .

ويحدث شروخاً بين العادات والتقاليد، وبين الظروف والمتغيرات الجديدة، ويهدد بلا شك نظام الثقافة والهوية ككل.

إنها معركة غير متكافئة بين الطرفين ويصعب في كثير من الأحيان التكهن بنتائجها وعواقبها، إلا أن الثابت هو قدرة التلفزيون على تعطيل الحوار الأسري وخلق أجواء متوترة على الدوام بالنسبة للعديد من الأسر.. إن مساحة ودفع الحوارات الأسرية صادرها التلفزيون وعاد من النادر جداً أن تجد اليوم أسرة يتحاور أعضاؤها بشكل مستمر ودائم، فمتابعة المسلسلات والبرامج... غالباً ما تعطل إمكانية التحوار والتشاور العائلي، فالتلفزيون يفرض بشكل مطلق الصمت لدرجة أصبحت هذه الوضعية تعبر عن نوع من النمطية تميز الفضاء الأسري والتي باتت ظاهرة تستحق الدراسة من قبل المربين، بل إنها بتعبير آخر تعدم الحوار الذي من أجله وجدت الأسرة.

بل في المقابل قد تخلق شجارات بين أفراد العائلة أمام رغبة كل طرف في مشاهدة برنامجه المفضل، فالرياضيون يفضلون البرامج الرياضية وربات البيوت عادة ما يتابعن المسلسلات... وإذا لم يكن تغيير القنوات السبب في الشجارات العائلية الحادة، فإن مشكلة النوم المبكر لدى الأطفال تطفو إلى الواجهة<sup>1</sup>

وعلى هذا الأساس إذا قلص التلفزيون مساحة الحوار وساعات النوم لدى الأطفال، فهو عمل في المقابل على توسيع هامش الصراعات الأسرية لما في ذلك من تأثير بالغ الخطورة على الأطفال. يضاف إلى ذلك أن التلفزيون قد قلص بشكل كبير من أوقات اللعب بالنسبة للصغار بالرغم من أهمية اللعب في بناء شخصية الأطفال وتنمية وصقل قدراتهم ومواهبهم، حيث انشغلوا في متابعة المواد التلفزيونية لمدة طويلة.

كما أنه ساهم في تقصير الآباء في واجباتهم الأسرية تجاه أطفالهم أو تجاه التزاماتهم الأخرى، فالأم في كثير من الأحيان تهمل تتبع أبنائها ورعايتهم بالشكل المطلوب، كما ينصرف الأب لدى دخوله إلى البيت إلى التلفزيون غير عابئ بما يحدث داخل سقف المنزل... موقف الأسرة من التلفزيون عموماً هناك من يعتبر التلفزيون أداة تربوية تعليمية، وأنه يزيد من قدرات أطفالهم فكرياً وثقافياً، وأنه يكسب الأطفال عادات وقيماً مرغوباً فيها، ويذهب بعضهم إلى الاعتقاد بأن التلفزيون يشكل رابطة أسرية هامة، وأنه لا يشكل خطراً يهدد حياة الأسرة، كما ترى بعض الأمهات أن التلفزيون يشكل عامل تنظيم داخل الأسرة، فهو أحد أساليب الضبط والتوجيه التربوي داخلها، وفي

<sup>1</sup> M.chavon, op.cit , p: 58.

هذا يبدو أن الأسرة قد تنازلت عن بعض أدوارها في التنشئة الاجتماعية لفائدة التلفزيون<sup>1</sup>، لكن بعض الناس ينظرون إلى التلفزيون بوصفه أداة استلاب وقهر ثقافي وتربوي، وهم يركزون على مخاطر البرامج التلفزيونية وعلى آثارها السلبية في عقول الأطفال.

وثمة مضامين إعلامية تريد من الطفل أن يستهلك الأطروحات الأيديولوجية والسياسية المطروحة عليه، في حين تسعى مضامين أخرى إلى أن يكون كائنًا استهلاكياً مجرداً في زمن الاستهلاك المنقطع النظير، ووفق هذا المنظور تقوم البرامج الموجهة بإثقال عقل المشاهد بمواد لا فائدة منها لتجعله في النهاية إنساناً فارغاً وتحاول أن تتحكم في تصوراته ومعتقداته ليكون فرداً سلبياً ومطووعاً وقابلاً للتوجيه وفق غايات الإمبراطورية الإعلامية العالمية! وهكذا يمكن القول وبشكل عام بأن التلفزيون يتحكم بطريقتين:

- الأولى رسمية وتتصل بقيم التنشئة الاجتماعية والسياسية وبمبادئ المعتقد.
- الثانية غير رسمية وتوجه القيم الجمالية والذهنية والسلوكية واللباسية وحتى كيفية التعامل مع الأقران.<sup>2</sup>

وفي هذا المجال لا بد من تدخل الأهل من أجل ضبط مشاهدة أطفالهم للتلفزيون، مع تقدير ملكات الطفل ورغباته بما يتناسب ونوعية البرامج وخصوصيتها. وهنا نؤكد على احترام رأي الطفل، ولكن بتحديد وقت المشاهدة وعدم تركه لساعات طويلة أمام التلفزيون، وذلك عن طريق الحوار والمناقشة والابتعاد عن القسر التعسفي، وجعل الحوار عفويًا طبيعيًا، ومنعهم من مشاهدة أفلام العنف، فالتعرض المتكرر لوسائل الإعلام العنيفة يعلم العنف، ويحفز من لديهم الاستعداد للتصرف بعنوانية ( سنتطرق إلى ذلك في فصل لاحق ).

إن الطفل الذي يظل وحيداً ولمدة طويلة يشاهد التلفزيون، ولا سيما البرامج العنيفة، لن يكون طفلاً سعيداً، وهذا كله يتوقف على فعالية الأهل ومدى مراقبتهم وتوجيههم. فلا بد من سيطرة الأهل بالتفاهم مع الأطفال على التلفزيون، ومساعدتهم في فهم واستيعاب ما يقدم لهم ومن ثم الاستفادة مما يشاهدونه.

<sup>1</sup> Herve bourges et Pascal josèphe, " Un amour de télévision", Librairie Plon 1989 , p :121

<sup>2</sup> المنصف، وناس، " التلفزة وتحديات التنشئة الاجتماعية"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3 لسنة 2000.



لكن هذا لا يعني في نفس الوقت أن آثار التلفزيون في مجملها سلبية على الأسرة، بل أكدت بعض الدراسات المغربية عن أهميته، فبفضله عبرت مجموعة من الأسر عن رغبة جامحة في التعلم والاطلاع وعن تعطش كبير للانفتاح على العصر، بحيث إن بعض البوادي المغربية التي ينعدم فيها الكهرباء تحمل بطارية التشغيل من الأسواق الأسبوعية وغيرها كما تحمل مواد التموين ... إن الأسرة القروية إذن تقاوم العزلة. كما عبرت فاطمة المرنيسي عن ذلك عندما جعلت من التلفزيون إحدى مقومات وجودها الاجتماعي، ونسوق هنا أمثلة لنماذج من المقاهي الشعبية في التجمعات القروية حيث يتم عرض أفلام فيديو أو أفلام القنوات الفضائية... ليتجمع شباب القرية كل مساء لقضاء أوقات ممتعة في حضرة التلفزيون<sup>1</sup>.

وعموماً لابد من إيجاد حالة من التوازن ما بين التلفزيون في شكله الحالي المهيمن على القلوب والعقول وبين الأسرة التي بدأ دورها يتراجع بوضوح لصالح هياكل اجتماعية جديدة. ولعل هذا يتطلب إستراتيجية واضحة لإعادة الاعتبار لدور الأسرة في التنشئة الاجتماعية، حيث إنها تشكل أمثل فضاء لتنشئة الأطفال وإعدادهم للاندماج في المجتمع.

كما أن خطورة ما يبثه التلفزيون بقنواته الفضائية من الدول المرسلة التي تملك و تدير مثل هذه القنوات و البلدان التي تستقبلها مما يجعلها في وضع المتأثر، بسبب الفوارق الثقافية والاجتماعية الكبيرة بينهم، وهو وضع خطير خاصة إذا علمنا أن 80% من الأخبار و المادة الإعلامية تأتي من الدول الصناعية في مقابل 10-30% من البلاد النامية وهذا الزخم الهائل من المواد الإعلامية ينبئ بعواقب وخيمة إجتماعية و ثقافية بل حتى سياسية وأمنية.

- إقصاء الثقافات المحلية حيث تعتمد وكالات الأنباء العالمية التي تسيطر عليها الدول الصناعية و تخضع لثقافات البلاد الموجودة بها فأن الملاحظ أن الدول المنتجة للمادة الإعلامية تنزع إلى إهمال الثقافات الأخرى و لا تعرض منها إلا ما هو طريف و عجيب. وأثر ذلك على المتلقي الذي يرى أن الثقافة المنمقة المعروضة أولى من ثقافته التي تفرض عليه بهذه الصورة فيزهد بهذه إلى تلك .

- تجزئة الثقافة المحلية، لأن الأخبار و المادة العلمية المتعلقة بالثقافات المحلية تأتي مبسطة و مجزأة بل وأحياناً مشوهة ومجافيه للواقع ومن الممكن أن تشير إلى أن النظام الإعلامي بطبيعة

---

<sup>1</sup> د. المرنيسي ، فاطمة ،ذة البلغيثي ، مليكة، " العائلة القروية المغربية: مواقف من الحداثة والتقليد"، مجلة الثقافة الجديدة عدد23 لسنة1982، ص51.

المثير والمؤثر و المعلومات المتعددة و المتنوعة و غير المترابطة تؤدي إلى تقتت التنشئة الإجتماعية .

-تعدد القنوات الفضائية وفيه خطورة ملحوظة على الثقافات الوطنية و ذوبانها أو طمس بعض معالمها في ظل هذا الفيض الإعلامي الموجه لصالح ثقافة البلدان المنتجة مع ما يتبعه من تهميط ثقافي و تصدير لمثل عليا و نماذج و إبطال و سلوكيات و توجهات و قيم وأسلوب حياة وافدة ومفروضة بشكل فوقي يمس بعض أساليب الحياة الإجتماعية وقد يطغى على ملامح الثقافات الوطنية التقليدية<sup>1</sup>.

- التأثير المباشر على التنشئة الإجتماعية فالأمر الملحوظ أن تأثير القنوات الفضائية أو الإتصال الجماهيري في عمليات التنشئة الإجتماعية قد بدأ بارزا حيث دخلت القنوات الفضائية كل بيت و خاطبت كل فرد صغير و كبيرا و اقتحمت كل الميادين فتغيرت

- أدت القنوات الفضائية إلى قولبة فكرية و حياتية يخشى أن تنال من متانة الخصائص الذاتية للثقافة المحلية وفي ابسط الأمور قد تمس القيم الإجتماعية للمتلقى نفسه لقد اقبل الشباب السعودي على القنوات الفضائية بقبول كبير ، أو بمعنى آخر ليست مرفوضة من كثير من الأسر كما لوحظ أن معظم أفراد الأسر يشاهدون القنوات الفضائية في المنزل مما يؤكد أن المجتمع لديه رغبة في مشاهدة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية، وهذا أمر يتعاضم أثره إذا كانت كثيرا من الأسر تقتقد إلى وضع حدود لما يتلقى في المنزل.

- .يعد المجتمع السعودي من أكثر المجتمعات العربية والإسلامية تحفظا حيث تعمل الأسر السعودية جاهدة على تقليص نسبة تعرض أبنائها للثقافة الغربية وخاصة الفضائيات. فهناك رقابة على الأبناء داخل الأسرة وعلى مستوى المجتمع عامة من حيث الإشتراك في القنوات الفضائية ووضع نظام محكم لدخول الأنترنت وطريقة الاشتراك فيها وكذلك بعض المواقع أو العناوين التي تحتوي على ما يتعارض مع الشريعة الإسلامية والأخلاق الحميدة. ولكن لا تستطيع دولة في

---

<sup>1</sup> الحمود ،عبدالله، " التأثير المتوقع للبث الفضائي، بحوث في الدعوة و الإعلام ودراسات"، العدد الأول،

جامعة الإمام محمد بن سعود، 1992.ص178 .

العالم مهما كانت إمكاناتها التقنية أن تحقق رقابة محكمة على مثل ذلك الغزو وأمام التطور الصناعي في آليات الإرسال واللبث<sup>1</sup>

- ورغم صلابة الإطار الثقافي المحلي في مواجهة التيارات الخارجية، فإن الموضوعية العلمية تقتضي الاعتراف بوجود تأثير على درجة ما من العمق للقنوات الفضائية الأجنبية والإحتكاك الثقافي بالمجتمعات الأجنبية على الأفكار والآداب الدينية والاجتماعية على مستوى الفرد والأسرة، لكنها ليست عميقة على الحد الذي يدعو إلى التشاؤم أو الاستسلام<sup>2</sup>

- ومن مظاهر تأثير التغير الثقافي والاجتماعي على الطالب ما ذكره شريف الجابري في دراسته أنه رغم تحفظات المجتمع السعودي إلا أنه لم يسلم من تأثير الثقافة الغربية ويظهر ذلك في طريقة اكل الشباب ونوعية المأكولات المعروضة. وانتشار موضة اللبس الغربي بين الشباب بشكل ملفت للنظر، كما يظهر التغير الواضح لادوار الأسرة والتغير بين الأبناء والأبناء من حيث التعامل مع القضايا الأسرية وحتى أسلوب الحياة اليومية، وظهور الاختلاف في وجهات النظر، بين جيل الأبناء وجيل الأبناء، ربما يصل إلى حد الصراع النفسي، وحتى تهديد كيان الأسرة وتفككها. كما أن الشباب أصبح في عزلة عن الأبناء ومنتقد لطريقة حياتهم.

- يوجد تأثير على الجوانب الأخلاقية والتي تمثل ابرز مشكلاتها في الترويج للإباحية والاختلاط والقيم والمبادئ المخالفة للإسلام، ثم التأثير الثقافي والذي تتمثل ابرز مشكلاته في تدفق المعلومات غير المنتقاة والترويج للأفكار الغربية وتعزيز التبعية للفكر الغربي.

- يأتي بعد ذلك التأثير على الجوانب العقدية ومن أهم مشكلاته تعزيز النزعة المادية على حساب الجانب الروحي والأيمان وإظهار شعائر أهل الكفر ورموز أديانهم الباطلة وتشويه صورة الإسلام والمسلمين<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> غريب ، محمد ، " دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التنقيف الديني ، المجلة المصرية كلية الإعلام "، جامعة القاهرة، القاهرة العدد 2، ٢٠٠٥، ص 16 .

<sup>2</sup> الحمود ، عبدالله، التأثير المتوقع للبت الفضائي، بحوث في الدعوة و الإعلام ودراسات ،نفس المرجع ص

<sup>3</sup> شقير ، بارعة حمزة، " تأثير التعرض للدراما الأجنبية في القنوات الفضائية على إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي"، دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، 2002 ص 124.

- يحدث تأثير على الجوانب التعليمية والسلوكية والذي يتمثل في الازدواجية والتشتت بين ما يتعلمه الفرد في المؤسسة التربوية وما يشاهده من برامج عبر قنوات البث المباشر وكذلك الترويج للسلوك العدواني والعنف والإسهام في هبوط مستوى التحصيل الدراسي.

## المبحث الثاني : الإعلان التلفزيوني و أثره على تغير أنماط الثقافة الاستهلاكية لدى الأسرة

### أولا : مفهوم الإعلان و خصائصه و أبعاده

#### 1. مفهوم الإعلان

ان الإعلان قوة كبيرة وفعالة نحس بتأثيرها في حياتنا اليومية لأنه ما يزال في دور التطور و سيضل يتطور إلى الأمام دائما و مع ذلك بذلت جهود كبيرة و كثيرة في تعريفه وكان لكل منها صبغة وإن اتفقت معظمها في المضمون و المحتوى، حيث اتجه كوتلر (KOTLER) حسب فريد صحن هذه الوجهة معتبرا "الإعلان أنه شكل من أشكال غير الشخصية للاتصالات تجرى عبر طريق وسيلة غير متخصصة مدفوعة الأجر بواسطة جهة معلومة و محددة".<sup>1</sup> كما يتفق آرموند دايون (ARMOND Dayan) مع المنظرين السابقين للإعلان حيث قال: "لقد رأينا أن الهدف الأول للإعلان التجاري، هو عملية اتصال مدفوعة الثمن من جانب واحد وأنها غير شخصية بل تقام بواسطة وسائل الإعلام والدعائم المختلفة لتعريف منتج ما أو علامة ما".<sup>2</sup>

أما كاتلا برنارد (CATHLAT Bernard) يرى أن "الإعلان هو مجموعة من الوسائل والتقنيات تخدم المؤسسة تجارية الخاصة أو العامة وتعمل لتأثير على أكبر عدد ممكن من الأشخاص وذلك من بعيد دون تدخل مباشر مع المعلن"<sup>3</sup> وهذه العملية تستهدف اكتساب أكبر عدد ممكن من الزبائن و ذلك لبيع المنتجات والخدمات والعمل على تبيان جودة المنتج أو بطريقة غير مباشرة وتطير وتلبية الاحتياجات والحقيقية الخيالية للمستهلكين.

ويقول سواسون بول (SOISSON Paul) "يمكن القول بأن الإعلان هو عمل بيع شيء عمومي معناه الأشياء الموجهة للاستهلاك العام أو بالأحرى جعله يشتري هذا الشيء أو جعله يستعمل

<sup>1</sup> !. الصحن ، محمد فريد : مرجع سابق ، ص 5.

<sup>2</sup> ARMONS Dayan : **La publicité** ,Paris, Puf, Ed Coll ,1990,P120

<sup>3</sup> CATHLAT Bernard : **.op cit** , p 15 .

هذه الخدمة"<sup>1</sup>، كما أشار أن الإعلان هو مجموعات التقنيات المستعملة في جميع المؤسسات التجارية بهدف الشراء، و يبدو أن بول سواسون يريد أن يبين للقارئ أن الإعلان أهداف تجارية محضة باستعمال تقنيات الإقناع المختلفة و بالتالي السيطرة على جزء كبير من حياة الناس بتحكمه في اتخاذ القرارات المتعلقة بعملية الاستهلاك (الشراء والاقتناع) الإعلان هو فن خلق الطلب. تقنية اتصالية هدفها إما تسهيل نشر بعض الأفكار و إما تسهيل علاقات ذات الطابع الاقتصادي بين بعض الأشخاص الذين لهم بضاعة أو خدمة معينة يقدمونها لأشخاص آخرين من الأرجح أنهم سوف يستعملونها، هذا الهدف يمكن أن يكون محرك الربح أو قد يكون دون فائدة.

## 2. خصائص الإعلان : للإعلان خصائص يتميز بها هي:

✓ **الخاصية الأولى:** في كون الإعلان اتصال غير شخصي بين المعلن والجمهور، إذ تنقل الرسائل والمعلومات التي يحتويها بصورة غير مباشرة أي عبر الوسائل العمومية المستخدمة لذلك.

✓ **أما الخاصية الثانية:** فهي تشير على أن الإعلان مهمة إخبار الجمهور بمعلومات عبر الوسائل المستخدمة المرئية أو المسموعة أو المقروءة مقابل مبالغ مالية يدفعها أصحاب المنتجات المروج لها كنتيجة وأجر لهذه الخدمة بمعنى آخر الإعلان هو جهد مدفوع القيمة والهدف من الإعلان هو ترويج الأفكار أو السلع أو لخدمات معينة، ما يشير للجانب الإعلاني للعملية الإعلانية إذ يعتبر الإعلان من الوسائل المستخدمة لوضع رسالة معينة تحت نظر الجمهور على حد تعبير "بيتر شاردو" وما يميز الإعلان ووضوح صفة المعلن مما يمكن من معرفة طبيعة الرسالة الإعلانية فيكون المعلن المعروف لدى الجمهور بخلاف أهل الدعاية لا يعرفون ولا تعرف حتى مصادر أخبارهم ومعلوماتهم.

## 3. أبعاد الإعلان التلفزيوني : يتميز الإعلان بعدة أبعاد تتمثل في

### • الأبعاد الاجتماعية :

تعد الظاهرة الإعلانية ظاهرة اجتماعية قبل كل شيء، لأنها مرتبطة بالوسط الإنساني المتشعب وبشبكة الظواهر والعلاقات الاجتماعية المعقدة والمتفاعلة فيما بينها هذه الأخيرة التي تبني وفق نسق من القيم ثابتة أو متغيرة أحيانا أخرى ، لذلك فالإعلان وثيق الصلة بالمجتمع وإذ يمثل

<sup>1</sup> SOISSON Paul : psychologie et publicité, Ed ; cadres et dirigeants, Paris, 1964, p 8-9.

العلاقة بين مختلف أفرادها فهو وسيلة الاندماج الاجتماعي، حيث قال كل من (برنارد كاتلا) و(أنري كادي) "الإعلان مؤسسة اجتماعية تعمل على خلق انسجام بين المنتج والمستهلك فهو تقنية للاندماج الاجتماعي"<sup>1</sup> ومن هنا وجب التساؤل عن علاقة الإعلان بالفرد والمجتمع وعن الأبعاد الاجتماعية للإعلان؟ ومدى تأثير المجتمع في الإعلان؟ ثم تأثير الإعلان في المجتمع؟. وعليه فالإعلان نشاط اتصالي متعدد الجوانب والتأثيرات بين المنتجين والمعلنين من جهة والمستهلكين من جهة أخرى، فالإعلان حسب علي عيساوي محمود "بهذا الشكل لا يمكن أن يتحقق إلا ضمن وسط اجتماعي بما يتضمنه من قيم وعادات وتقاليد وعلاقات اجتماعية متنوعة الخاصة بكل مجتمع، فلا يمكن تصور الإعلان خارج النطاق الاجتماعي للفرد والمجتمع، فهو يمثل علاقة متعددة بين المنتجين والمستهلكين أو المشهرين"<sup>2</sup> وكذلك يمكن أن تتوفر فيه مجموعة من الشروط التقنية والفنية الذوقية لتحقيق التأثير الفعال في نفسية الجمهور المستقبل الذي لا يعتبر كيانا اجتماعيا يتوجه إليه الإعلان من مختلف الركائز وفق انساق معرفية وعرفية وسلوكية واضحة لدى أفرادها كما أن عملية توجيه الإعلان الومضات الإشهارية ( les spots publicitaires) والرغبة في تحقيق التأثير المطلوب والإقناع المرغوب من خلال تحقيق هدف الإقبال على الإعلان الانسجام معه والتفاعل مع كل رموزه فهي عملية اجتماعية متشابكة ومركبة تتطلب من عالم الاجتماع الباحث في سسيولوجية الإعلان دراية واسعة بواقع المجتمع قوانينه وعاداته تقاليده وقيمه من جهة وبأفضل وأنجح الطرق الفنية لترجمة وإيصال تلك التراكمات الاجتماعية والثقافية إلى الجمهور لأن تلك القيم حسب الكسندر هالام (hiam ALEXANDER) وشاو شارز (SCHEWE charles) "هي أنواق طموحات وميول وأحكام الجمهور التي تكون نظرتهم للعالم والتي تترجم في سلوكياتهم وهنا نميز بين القيم هي منبع الحاجات والرغبات التي يجب على الوكالة الإعلانية إتباعه"<sup>3</sup> وبالتالي معرفة طبيعة نموها.

---

<sup>1</sup> CATHLAT Bernard: .op cit, p 15.

<sup>2</sup> عيساوي محمود ، علي ، مرجع سابق، ص 30 .

<sup>3</sup> ALEXANDER hiam , SCHEWE charles," **Marketing : système des meilleures cour américains, (les concepts )**, Paris , ed maxima , 1994, P 86 .

و لنفترض أن مشهر يريد الإعلان عن سلعة ولتكن نسيجاً مثلاً بلون معين في مجتمع محدد سالفاً وهو لا يعرف الرموز التي يعتزلها ويشير إليها ذلك اللون لدى أفراد ذلك المجتمع ولا يعرف الحقائق والمعارف والخصوصيات الاجتماعية والثقافية المخبأة في الضمير الاجتماعي لذلك المجتمع. إن مثل هذا الوضع سيعرض المشهر والمنتج معاً للخسارة المحتملة جداً، إذ أن استقبال هذه الرسالة الإعلانية حسب موران ادقار (MORIN edgard) "ستخلق تنافراً معرفياً لدى الجمهور المستقبلين وفق الثقافة التي اكتسبها في مجتمعه أو في جماعته الفرعية"<sup>1</sup>.

#### \* بعض الآثار الاجتماعية :

للإعلان أهمية اجتماعية لا يمكن الاستهانة بها، فإن أثره علي المجتمع تكون أكيدة وهي:

أ) يساهم في تحقيق مبدأ التكافؤ الأفراد والمنشآت عن طريق قيامه بتوفير الفرص المتكافئة أمامهم للحصول علي نصيبهم العادل من السلع والخدمات دون أي استغلال فيما يتم الإعلان له ليس حكراً على أحد، لذلك تعتبر هذه الخاصية من الآثار التي تحقق الفائدة للأفراد من جهة وترفع من كفاءة المنشآت من جهة أخرى.

ب)- يزيل من الفوارق الاجتماعية بين الطبقات إذ يشرك الجميع حسب كازانوفاً "مشاركة كاملة في الحياة الاجتماعية المدنية ولكل بالمقابل حيث يضمن ويكسر هيمنة المجتمع الشامل على مختلف الجماعات التي تشكلها"<sup>2</sup>

ج) - يسهل من عملية التثاقف في المجتمع.

د) - يسهل على الأفراد للحصول على السلع التي يحتاجونها بأيسر الطرق.

#### ● الأبعاد الثقافية:

تسمت التعاريف الخاصة بالثقافة إما بصيغة انتروبولوجية أو اجتماعية وهي تعاريف كثيرة تلتقي غالبيتها حسب عزي عبد الرحمان في أن "الثقافة هي ذلك الكم المعقد والمتشابك من قيم دينية وانساق فكرية وتصورات نظرية وممارسات أخلاقية وسمات فنية وعادات وتقاليد وأعراف وأزياء

<sup>1</sup> MORIN égard, "sociologie", paris , éd : fuyard 1994,p29

<sup>2</sup> CASANEUVA jean :op cite , P 123.

يتفاعل معها الإنسان معنويا ماديا في سياقها الاجتماعي<sup>1</sup>. فهي إذن راية شمولية للحياة الفردية والجماعية والنظام الكوني والطبيعة والإنسان كما أنها نمط حياة يوجه حركة الفرد والمجتمع في تناول مشكلات ومقتضيات الحياة.

انطلاقا مما سبق فإن هناك عدة دراسات تناولت الإعلان من الناحية الثقافية نظرا لكونه غني وثرى بالمحتويات الثقافية المميزة لشخصية المجتمع وهو حسب غايوموند ارون ( RAYMAND Aron ) "مصدر صنع لإعلان، مثل الرموز اللغوية المسموعة والمكتوبة وإشارات التخاطب وإيماءات المتحاورين وحركاتهم، فنيات استعمال الألوان والتزيين والتجميل والسمات العمرانية والهياكل المادية والعادات والتقليد والذواق والأزياء... الخ"<sup>2</sup>، ومن أهم المكونات الثقافية للإعلان تمثلت في:

- السلع ذاتها تعد أنماط ثقافية تميز المجتمع عن غيره من المجتمعات، ومن بين هذه السلع نجد: الشراب، الزينة، بعض أجهزة الاستعمال اليومي... الخ. أنماط العرض بالنسبة للإعلان المرئي (التلفزيون) أو ما يعبر عنه بمختلف السلوكيات التي يعرض بها الإعلان التلفزيوني.
- لغة عرض الإعلان وطريقة التخاطب ورموز الكتابة والإشارات، كلها عبارة عن عناصر ثقافية.
- ألوان المختلفة المستعملة فصيغة الإعلانات لها دلالات ثقافية، ثرائية.
- الأزياء وأشكالها وألوانها كلها ذات دلالات ثقافية لكل مجتمع يحملها أفرادها في شخصياتهم وهذه الشخصيات تعتبر من عوامل تحفز الجمهور المستقبل.

إن الحاجات والرغبات التي تلبّيها وتشعّبها نوعية السلع والمنتجات المعلن لها تعبر عن نمط ثقافي لمجتمع معين. كالأغاني والمعزوفات الموسيقية للإشهار هو تجسيد لثقافة فرعية متميزة في نفس المجتمع ومن هنا فإن الثقافة بعد علمي وأساس نظري لمضمون الإعلان وشكله فهي بالتالي جسر نجاح الإعلان في أداء دوره كوسيط ضمن انساق الإنتاج التوزيع الاستهلاك حسب ما أشار إليه ادقار موران<sup>3</sup> "إن إدراك الفروق الثقافية للمجتمعات والثقافات الفرعية للمجتمع الواحد أمر ضروري وحتمي لأن تعامل الجمهور مع الإعلان هو أن تعمل مع ثقافات وقيم الشعوب

---

<sup>1</sup>عزي ، عبد الرحمان، " الإعلام و البعد الثقافي " من ألقيمي إلي ألقيمي " مجلة التجديد، تصدر عن الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا العدد الأول يناير، 1997، ص 128.

<sup>2</sup> RAYMAND Aron , "Encyclopédie universalise ", Paris , volume 13, 12 , 1978 , P 802.



الأخرى"<sup>1</sup>، إذ أن السلعة بدء بصناعتها وتغليفها وتوزيعها والفاعلان لها وإقبال الجمهور عليها كلها إجراءات تمر عبر بوابات ثقافية ولو شذت أو تعارضت مع ثقافة الجمهور لرفضها والإعراض عنها، وقد تؤدي إلى إحداث اهتزازات بنيوية على مستوى قيم المجتمع المستقبل ونفسية المشاهد.

#### • الأبعاد النفسية الإعلان التلفزيوني:

إن تصور المستهلك للسلعة وإدراكه لها هو الذي سوف يحكم تصرفه حيالها بإقبال عليها أو إعراض عنها، كما أنه من بالغ الأهمية أن يعد الإعلان بحيث يعطي الصورة الحقيقية عن السلع المعلنة أو المشهر لها، إذ أن اقتصر الطرق لكسب عواطف الناس حيال سلعة ما وإقناعهم بها وبالتالي رفع حجم التسويق للمنتوج وإعطاء الصورة الحقيقية لها دون تحريف أو تزييف لمضمونها أو للشكل الذي تعرض فيه خاصة مع العلم أن لكل منتوج أو اسم تجاري أو علامة تجارية صورة ذهنية عند المستهلك ثم تكوينها في ضوء محتويات المنتج ومواصفاته والوظائف التي يؤديها وغيرها لذلك لزم على الإعلان أن يتضمن عناصر هامة من بينها تحقيق التناسق وعدم التعارض بين الصورة الذهنية التي تم تكوينها على المنتج من خلال عروض إعلانية سابقة عن نفس المنتج.

إن عرض نفس المنتج دائما ولكن بصورة أحسن أدى بالدارسين للظاهرة الإعلانية حسب بال فرانسى (BALLE France) "إلى إحداث تطورات غريبة في البحث عن عوامل التحريض والإثارة ودرب البحث الإعلاني على الدخول والنفوذ في الأعماق النفسية الإنسانية"<sup>2</sup>.

#### 1. مستويات ونماذج التأثير السيكولوجي:

تمر المستويات النفسية عبر مراحل ، و يتأثر بها المستهلك من خلال الرسالة الإعلانية و من بين هاته المستويات و نجد :

أ . **المستوى المعرفي:** طابع الاتصال فيه إعلامي يبدأ من أبسط إشارة خاطفة لوجود منتج أوجدته معلومات دقيقة حول السلعة: مكان الصنع مكوناتها العناوين، الثمن طريقة الاستعمال اقتراحات الاستعمال وهذه العناصر تدخل مكملة أو منافسة للمعارف الصحيحة أو الخاطئة الموجودة لدى المستهلك.

<sup>1</sup> MORIN edgard op. cit., p90.

<sup>2</sup> BALLE France , " Media et société ", Paris, 1999 , P 89

## ب . المستوى السلوكي:

وهنا يمر المستهلك إلى الفعل المتمثل في عملية الشراء فإما أن يؤكد المستهلك أن ذلك المنتج يناسبه ويقرر اقتناؤه أو العكس وهذا السلوك يكون مبنيا على الحاجة إلى المنتج ثم وصول المعلومة إليه ثم الاختيار<sup>1</sup>.

### • النموذج الكلاسيكي النفسي:

يعتبر النموذج الكلاسيكي هو أول نموذج أدخل في إستراتيجية مساهمة السيكولوجية وفي وصفه لها فكل ملصقة إعلانية ترتكز على المراحل الأربعة المتتالية وهي:

أ- الانتباه: من الواجب في البداية الانتباه بين شكلين من الانتباه عفوي وإرادي فالأول سمع فرد غير إرادي تفتله الرسالة الإعلانية تجذب الانتباه والمعني هنا التقاء النظر أو ما بواسطة مقولة، تعليق اقتراح...الخ، الانتباه الإرادي مثلما يدل عليه اسمه فهو موجه من طرف المستهلك<sup>2</sup>.

ب- نموذج الاهتمام: عندما نكسب اهتمام المستهلك يبقى علينا إثارة اهتمامه، ولهذا لكي يجد المستهلك منتوجا أو رسالة جديرة بالاهتمام يجب أن يكتشف بسرعة الفوائد الموجودة في المادة المعلن عنها والتي يمكن أن يجنيها، ومن هنا ننتبع الحاجة لترجمة وتقديم إيجابيات المنتج وأفضليته كتأمين الرضا والإشباع الذي يوفره.

ج- الرغبة: الآن وقد تمكن المستهلك من إيجاد علاقة مابين المنتج وحاجة معينة يجب خلق حالة نقص موجه للافتعال وإثارة الرغبة من أجل جعل تأثير الرغبة أكثر حدة أي الإرادة في الحصول على ما لا نملكه.

د- التصرف والشراء: أن فعل الشراء يرتكز على ثلاثة مراحل هي: الحاجة الجهد الذي نبذله لإشباع الحاجة، الرضا والإشباع الذي يتحقق بالشراء، ولذلك لكي يكون الإعلان فعالا يجب أن يحدد الحاجة ويقلل الجهد الذي يبذله المستهلك بالتخفيض إلى أدنى حد من المسعى بينه وبين المنتج بلعب دور عامل التسهيل وبعد ذلك تكبير وتوضيح الشهوة والسرور التي يقدمها والتأكيد على الإشباع والرضا الذي سيأتي به المنتج.

وعليه فان الإعلان التلفزيوني قوة لا يمكن الاستهانة بها ولهذا لابد من مصممي الإعلانات أن يراع والقيم الاجتماعية للمجتمع من وفي هذا الشأن يقول فليشي باتريس (FLICHY Patrice)

<sup>1</sup> الدكتور احمد علي سليمان ، نفس المرجع ، ص 213.

<sup>2</sup> ، نفس المرجع ، ص 214 .

"هذا المد المتواصل من البرامج المتنوعة الذي تكون القيمة الذاتية لأي عنصر من عناصرها أقل من قيمتها الحقيقية في مجمل البرمجة المعروضة للجمهور وهذا ما يميز اقتصاديات السمي- البصري".<sup>1</sup>

### ثانيا : دور الإعلانات التلفزيونية في اتجاهات الأسر نحو المنتجات الجديدة.

تلعب الاتجاهات دورا كبيرا في قرار الشراء خاصة في تحديد بدائل المتاحة و يختلف المستهلكون حسب طلعت اسعد عبد الحميد " في اتجاهاتهم و مدى تقبلهم المعلومات المتاحة عن المنتجات المقدمة و بعضهم قد يقبلها قبولاً حسن و البعض الآخر قد لا يقبلها و لكن مع التقدم التكنولوجي الذي وصلت إليه وسائل الإعلام استطاعت أن تخلق اتجاهات جديدة نحو السلع".<sup>2</sup>

و عليه إن دراسة اتجاهات الاسر نحو المنتجات الجديدة يمكن اهل الاختصاص من معرفة النمط الاستهلاك و مدى تفضيلهم لسلعة عن أخرى، و حسب سيد إسماعيل ما أشارت إليه الصحيفة في دول الإمارات في عددها رقم 3140 بتاريخ 25 نوفمبر 1981 تحت عنوان "أسباب الإفلاس التجاري في البلاد" أن بعض أصحاب المحلات العامة و الشركات و هم الأجانب يجهلون حاجة السوق المحلية من النوعيات التي يحتاجها المستهلك سواء كانت موسمية أو دائمة لأنهم يجهلون تغير اتجاه المستهلك نحو المنتجات الجديدة المعروضة في السوق".<sup>3</sup>

و أحسن مثال على ذلك، ففي السوق الجزائرية كان المنتج صومام هو الوحيد لمادة الياغوت منذ سنوات عديدة و لكن مع دخول ماركة جديدة اسمها دانون استطاعت أن تقتحم السوق و اكتسبت رضا الجمهور و بالتالي وجه المستهلك عاداته من منتج قديم إلى منتج جديد و لتأكيد على ذلك ففي جريدة المجاهد سردت لنا بعض الإحصائيات حول مبيعات دانون لسنة 2004 حيث ارتفعت من 5% إلى 7% و في سنة 2006 من 7% إلى 12% و هذا لأن الإعلان التلفزيوني لعب دورا هاما في الترويج لهذا المنتج ضف إلى جودته و تقبله المستهلك<sup>4</sup> و قد يتأثر استهلاك منتج جديد أو عدم استهلاكهم بما يتحصل عليه المستهلك أو الأسرة من معلومات حوله، و يأتي دور وسائل الإعلام خاصة (إذاعة و

<sup>1</sup> FLICHY Patrice, " L'imaginaire d'internet", Paris, éd, pug, 1991, p 272.

<sup>2</sup> طلعت أسعد عبد الحميد، "التسويق الفعال أساسيات و تطبيق"، مكتبة الأهرام ، طبعة 1997، ص 12.

<sup>3</sup> السيد إسماعيل، "التسويق المعاصر"، دار النهضة العربية، 1999 ص 33.

<sup>4</sup> جريدة المجاهد، "الإعلان و الواقع الجزائري"، قسم الاقتصاد، رقم 902 ، 9/5/2004.

التلفزيون) حسب عبيدات محمد "بتزويده بالمعلومات الكافية عن طريق الإعلان، للقضاء على القيم و المعتقدات السائدة و الأفكار السلبية عند استخدام سلعة معينة و توجيههم نحوها"<sup>1</sup>

### ثالثا: دور الإعلان التلفزيوني في التأثير على القيم الاستهلاكية:

يستخدم بعض المنتجين القيم الأساسية للمجتمع في صالحهم، و ذلك بالربط بينها و بين السلع، أو الخدمات التي يقدمونها للسوق، و من أبرز الأمثلة على ذلك اختيار اسم الشفاء في العلامة التجارية لعسل النحل حتى يبادر في ذهن المستهلك على الفور الآية الكريمة "فيه شفاء للناس". كذلك اغتنام الفرصة في الأعياد و المناسبات للترويج للمنتوج و عليه يمكن القول حسب احمد سليمان بأن الإعلان التلفزيوني له تأثير سلبي على عادات و قيم الأفراد في المجتمع و إفساد الذواق، و لهذا فإن دور الإعلان في هذه الحالة حسب احمد سليمان "هو ربط الفوائد و المنافع مع العادات و القيم الاستهلاكية فيسعى إلى رفع الذوق العام حتى يلقي قبولا من طرف المستهلك، و عليه فإن العادات و القيم يتم التقيد بها طالما هي قادرة على تحقيق الإشباع المطلوب " <sup>2</sup> ، كذلك يجب الربط حسب الغدير احمد و رشاد المساعد "بين الوسيلة الإعلانية أي التلفزيون مع عادات المشاهدين فالمستهلكون الذين يتلقون الإعلان، فهم ينظرون على مدى أمانة و مصداقية المعلنين عند تقديمهم للسلع، كإحدى القيم الهامة في النظام الاقتصادي و بالتالي يستجيبون بشكل ايجابي" <sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> عبيدات، محمد، "تطوير المنتجات الجديدة"، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان 2000، ص 23.

<sup>2</sup> احمد على، سليمان، "سلوك المستهلك بين النظرية و التطبيق"، الرياض، 2000 ص 315.

<sup>3</sup> الغدير، احمد و رشاد، المساعد، "سلوك المستهلك مدخل متكامل"، دار زهران للنشر، الأردن، 1999

# الباب الثاني

## للدراصة الميدانية

## الفصل الأول

### الإجراءات المنهجية للدراسة

المبحث الأول: التعريف بميدان البحث

المبحث الثاني: مجالات الدراسة

المبحث الثالث : المناهج و تقنيات البحث

المستخدمة في الدراسة

المبحث الرابع : مجتمع البحث و العينة و

خصائصها

المبحث الخامس : صعوبات البحث

المبحث السادس: المعالجة الإحصائية للبيانات و

تحليل النتائج

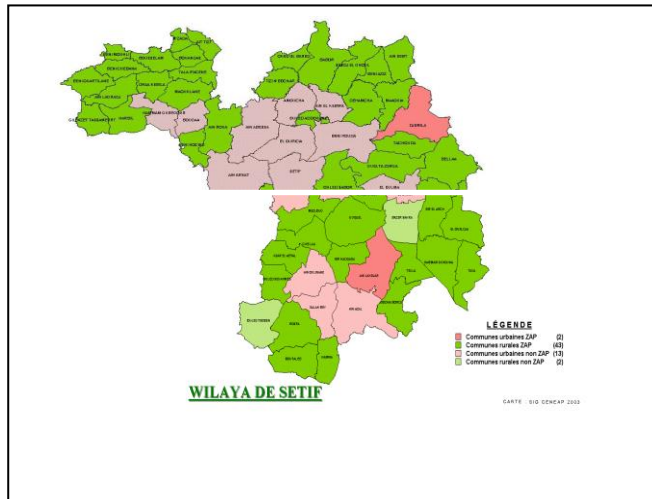
## الفصل الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة

### المبحث الأول: التعريف بميدان البحث

إن البحوث الميدانية في علم الاجتماع هي بحوث هادفة تستخدم المعرفة التي يمكن الوصول إليها عن طريق البحث العلمي ، لذا فمن الحقائق المتفق عليها بين الدارسين و الباحثين لشؤون المجتمع و ظواهره هو أن التأسيس النظري للدراسة و البحث لم يعد يغني في وقتنا الحاضر عن التأسيس العلمي الميداني الذي أصبح سمة العلم المعاصر<sup>1</sup> ، أما بالنسبة لدراستنا فقد أجريت في ولايتين هما ولاية الجزائر و سطيف .

#### أولاً: التعريف بولاية سطيف و دوائرها و القرى المختارة للدراسة

تعتبر ولاية سطيف ثاني ولاية بعد ولاية الجزائر العاصمة من ناحية الكثافة السكانية، إذ تقدر بـ 11.438.72 في مساحة تبلغ 6549.67 كلم ، كما تضم الكثير من الدوائر الريفية حيث يبلغ عددها 10 دوائر كما هو مبين في الخريطة التالية :



#### خريطة (01) : تبين تقسيم المناطق الريفية و الحضرية بولاية سطيف<sup>2</sup>

تقع ولاية سطيف، على بعد 300 كلم، شرق الجزائر العاصمة، يحدها من الشرق ولاية ميلة و من الغرب ولاية برج بوعريريج و من الشمال الشرقي بجاية و جيجل كما هو مبين في الخريطة التالية:

<sup>1</sup> د/ بوشلوش ، الطاهر ، التحولات الاجتماعية و الاقتصادية و اثارها على القيم في المجتمع الجزائري (1967-1999)، نفس المرجع، ص407 .

<sup>2</sup> يمثل المناطق الريفية ■ يمثل المناطق الحضرية ■





كما تتميز بتنوع الأنشطة الفلاحية و الزراعية خاصة زراعة القمح والحبوب في مناطق مختلفة من الولاية مثل قلال الرصفة ، بئر حدادة وبني فضة التي يعتبر قمحها من أجود أنواع القمح في العالم.

أما بالنسبة إلى الصناعة ، فقد ازدهرت بأنواعها الخفيفة والثقيلة ، في كل من العلة وعين الكبيرة وعين ولمان، أما التجارة فتلقب سطيف بمدينة التجارة، وأهم ما يميزها سوق دبي بالعلمة الذي أصبح قبلة للتجار و السياح من الداخل ومن خارج الوطن .

### ثقافيا :

تتميز الولاية بديناميكية اقتصادية و ثقافية ، حيث توجد العديد من المعاهد والمراكز العلمية والتكنولوجية، كما توجد بالولاية جامعة فرحات عباس التي تشكل قطبا جامعييا هاما و هي تضم العديد من الفروع و التخصصات .

### سياحيا :

أما بالنسبة للسياحة فان ولاية سطيف تعد من بين أهم المناطق السياحية الوطنية لما تتميز به من معالم و آثار سياحية كالأثار الرومانية مثل صرح جميلة وآثار فاطمية مثل منطقة (بني عزيز) وحمامات معدنية للاستشفاء كحمام السخنة وحمام قرقر وأولاد يلس وأولاد تبان و على ذلك تعتبر الولاية نقطة استقطاب هامة ، اقتصاديا و سياحيا و ثقافيا .

## 1. التعريف بالدوائر و القرى المختارة للدراسة :

لقد وقع الاختيار على ثلاثة (03) دوائر ريفية من ولاية سطيف لتكون مجالات الدراسة الميدانية و هي كالتالي :

### أ- دائرة بئر العرش و القرى المختارة

تقع دائرة بئر العرش شرقي ولاية سطيف، تبعد بحوالي 40 كلم شرق عاصمة الولاية و 87 كلم غرب قسنطينة و 340 كلم عن الجزائر العاصمة كانت تسمى نافارين في عهد الاستعمار الفرنسي تعتبر من أهم دوائر ولاية سطيف لاحتلالها وموقعها المتميز على الهضاب العليا تتميز بمناخ السهبي قاري، كما تتميز بزراعة القمح، والشعير، والخضروات .

تعتبر دائرة بئر العرش نقطة عبور هامة و تعد بمثابة البوابة الشرقية لولاية حيث تحتل موقعا استراتيجيا هاما على الطريق الوطني رقم ( 5 ) حيث تقع بين مدينتين تجاريتين وهما مدينة

تاجنانت بولاية ميله ومدينة العلمة بولاية سطيف ، كما تعتبر دواوير التابعة للبلدية الرائدة في الجزائر من حيث تربية الأبقار وأحدى أهم دوائر ولاية سطيف يبلغ تعداد سكانها حوالي ( 50.000 نسمة ) ، و تضم دائرة بئر العرش أربعة بلديات هي :

- بلدية بئر العرش - بلدية البلاعة - بلدية الولجة - بلدية تاشودة

أما القرى التي تم اختيارها فهي كالتالي <sup>1</sup>:

■ قرية الحامل.

■ قرية بورزام واحد.

■ قرية الزهانة.

■ قرية لكرامشة .

■ قرية اولاد ضيف الله .

#### ب- دائرة بابور و القرى المختارة

تصنف دائرة بابور ضمن الدوائر الريفية الجبلية،تبلغ كثافتها السكانية(35000 ) نسمة ، تبعد عن ولاية سطيف بحوالي 42 كلم تحدها كل من بلدية [سرج الغول](#) و بلدية [ايراقن](#) و بلدية [عين الكبيرة](#) ، وتحتوي كذلك على سلسلة جبلية طويلة تسمى ب جبال بابور ، وتقع في الجزء الشرقي من سلسلة الأطلس التلي شمال جبال البيبان في المنطقة الشرقية لمنطقة القبائل بما يشكل منطقة القبائل الصغرى .

تتميز الدائرة بالأنشطة بالزراعية و الرعوية مثل الزراعة الجبلية و تربية الأغنام و الماشية تضم البلديات التالية: <sup>2</sup>

- بلدية بابور - بلدية سرج الغول

أما القرى التي تم اختيارها فهي كالتالي <sup>3</sup>:

■ قرية ولاد ياحي

■ قرية الشرفة

■ قرية ولاد بوشنين

---

<sup>1</sup> وثائق رسمية من بلدية بئر العرش

<sup>2</sup> انظر إلي الملاحق

<sup>3</sup> وثائق رسمية من بلدية بابور

▪ قرية ولاد علي

▪ بابور مركز

### ت- دائرة بني عزيز القرى المختارة

تقع دائرة بني عزيز شمال شرق الولاية ، تبلغ مساحتها 231 كلم<sup>2</sup> ، وتبلغ عدد سكانها (43000)

نسمة ، كما أنها تتميز بنشاط رعي كتربية المواشي ، كالأبقار وكذلك زراعة القمح وتضم المنطقة

البلديات التالية<sup>1</sup>:

- بلدية بني عزيز - بلدية عين السبت - بلدية معاوية

أما عن القرى المختارة للدراسة هي :

▪ القرية الفلاحية

▪ اولاد الحاج

▪ واد بن عمر

▪ اولاد بارة

▪ تاقصريانت

### ثانيا : التعريف بولاية الجزائر و دوائرها و الأحياء المختارة للدراسة

تقع ولاية الجزائر، على ساحل البحر الأبيض المتوسط، و تعد مركزا سياسيا واقتصاديا وثقافيا هاما للبلاد، يبلغ تعداد سكانها 4.151.268 نسمة أي عشر سكان الجمهورية و تبلغ مساحتها 809 كم أما الكثافة السكانية 4.167,3/كم<sup>2</sup><sup>2</sup>.

- تضم 28 بلدية<sup>3</sup> ويشكل تجمع السكان فيها من أكبر التجمعات في إفريقيا الشمالية، وتنتشر أحيائها ومبانيها فوق مجموعة من التلال المطلة على البحر الأبيض المتوسط ، كما تنتشر على منحدراتها وسفوحها وفي السهل المنبسط تحتها غابات النخيل وأشجار الليمون والبرتقال والزيتون ، تميزت منذ القدم بوجود 6 أبواب و هي: باب جديد، باب سيدي عبد الرحمن ، باب عزون ،

<sup>1</sup> وثائق رسمية من بلدية بني عزيز

<sup>2</sup> الديوان الوطني للإحصاء (إحصاء 2009).

<sup>3</sup> ملحق رقم يبين عدد الدوائر و بلديات الجزائر الوسطى بالتفصيل .

باب الوادي ، باب البحر ، باب دزيرة (يدعى أيضا باب الجهاد) كانت الأبواب تغلق عند غروب الشمس ولا تفتح إلا عند طلوعه.

إن اختيارنا لولاية الجزائر كونها المركز الهام لجميع أنشطة الدولة الجزائرية (ثقافيا ، اقتصاديا و سياسيا ) و كونها عاصمة البلاد تفيد إليها جميع الأجانب من كل أنحاء العالم و هي تحمل معها قيما و ثقافات مختلفة سرعان ما تنتشر في المجتمع كما أن بحثنا يتعلق بمدى تأثير القنوات الفضائية على بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية عند الأسرة الجزائرية بشقيها الريف و الحضري ، فإن هذا التنوع يسمح لنا بمعرفة تطور الثقافة الاستهلاكية من حيث تنوع الأطباق و العادات الغذائية، و معرفة القيم الدخيلة المنتشرة في هذه الولاية .

كما تم اختيار الدوائر التي تحتوى على أعلى كثافة سكانية، و اكبر عدد من البلديات ، من الشرق و الغرب و الوسط.

## 1.التعريف بالمقاطعات الإدارية و الأحياء السكنية المختارة للدراسة

### مقاطعة حسين داي :

و تنظم أربعة بلديات و هي : بلدية المقارية ، بلدية القبة ، بلدية حسين داي و بلدية بلوزداد ، تبلغ كثافتها السكانية ( 358 814 ) نسمة و هي تعد من أهم الدوائر نظرا لاحتوائها على عدة مشاريع و مؤسسات هامة مثل مترو الجزائر ، التراموي ، و الفنادق الكبيرة و محكمة و مجلس القضاء لولاية الجزائر بالتالي مركز هام للتنقل<sup>1</sup>.

أما عن الأحياء المختارة كمجال جغرافي للدراسة هي كالتالي:

- حي بن عمار
- حي الحامة
- حي النادي البلدي
- حي قاريدي واحد
- حي لعقيبة

---

<sup>1</sup> إحصائيات بلدية حسين داي ،

## مقاطعة بوزريعة :

و تضم أربعة بلديات هي : بلدية بوزريعة، بلدية بني مسوس، بلدية بن عكنون، بلدية الأبيار تقع في الشمال الغربي مقر الولاية تتميز بمناخ بارد شتاء و ترتفع عن مستوى سطح البحر بحوالي 400 م.

كما تضم عدة مؤسسات علمية هامة نذكر منها جامعة ابو قاسم سعد الله (الجزائر (2) سابقا ) ، المرصد الفلكي للجزائر ومعهد البحوث الفلكية و الجيوفيزيائية، مركز الفضاء الجزائري، كما تحتوي على أكبر غابة هي غابة باينام و تعد بلدية بوزريعة مركز للإصلاح الاجتماعي والتربوي يتوفر على ترابها عدة مساجد ومدارس وجمعيات تربوية ورياضية. أما عن الأحياء المختارة كمجال جغرافي للدراسة هي كالتالي:

- حي اردوفرانس
- حي سيدي يوسف
- حي بوسي جور
- حي الحوضين
- حي كينيدي

## مقاطعة الدار البيضاء:

تقع الدائرة شرق مقر ولاية الجزائر تبعد عنها بحوالي 16 كم و هي تحتوي على سبع بلديات و هي كالتالي : بلدية برج البحري ، بلدية المحمدية ، بلدية الدار البيضاء بلدية باب الزوار ، بلدية برج الكيفان ، بلدية عين طاية ، بلدية المرسى ، كما تتواجد بالدائرة عدة أحياء، أبرزها: حي الحمير، حي عبان رمضان، حي كريم بلقاسم، حي إخوة عاشوري ، كما تضم أيضا عدة مرافق و مؤسسات هامة منها مطار هواري بومدين الدولي، و عدة هياكل مدنية و عسكرية تقع بالدائرة منها : قاعدة جوية عسكرية ، ثكنة لرجال الحماية المدنية الديوان الوطني للأرصاد الجوية ، ثكنة رجال الشرطة بالحمير و هي تشكل منطقة صناعية مشتركة مع وادي السمار.

أما عن الأحياء المختارة كمجال جغرافي للدراسة هي كالتالي:

- حي كنور
- حي كريم بلقاسم
- حي اول نوفمبر

▪ حي كوسيدار

▪ حي عبان رمضان

## **المبحث الثاني: مجالات الدراسة**

### **أولا : المجال الجغرافي:**

لقد حصرنا بحثنا في عدة قرى من ولاية سطيف و عدة أحياء سكنية من ولاية الجزائر و بالتالي شمل المجال الجغرافي في هذه الدراسة خمس عشر (15) قرية موزعة على ثلاثة دوائر ريفية بولاية سطيف ، و خمسة عشر (15) حيا سكنيا موزعة على الدوائر و مقاطعات الإدارية لولاية الجزائر .

أما اختيارنا للقرى فقد تم على أساس إجرائي ، حيث اخترنا القرى التي يسهل عليا الاتصال بها كذلك قلة عدد سكانها هذا من جهة ، أما من جهة أخرى رأيت أن التركيز على القرى الريفية يساعدنا على إبراز أهم أوجه التشابه و أوجه الاختلاف فيما يخص العادات الغذائية و بعض الأنماط الاستهلاكية بين الأسر الريفية و الأسر الحضرية ، و نفس الشيء بالنسبة لاختيارنا للمقاطعات و الأحياء السكنية بولاية الجزائر و هذا ما يساعدنا على المقارنة بين النمط الريفي و الحضري من حيث التحولات الطارئة على العادات و التقاليد و الأنماط الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية.

### **ثانيا المجال البشري:**

من الواضح أن المجال البشري في هذه الدراسة قد اقتصر على ربات البيوت من الأسر القاطنة بالقرى السالفة الذكر و ربات البيوت من الأسر القاطنة بالأحياء من لولاية الجزائر ، حيث تم اختيار ( 300 ) مفردة بواقع ( 150 ) مفردة بولاية سطيف و ( 150 ) مفردة بولاية الجزائر ، و سوف يرد بيان مفصل عن القرى و الأحياء السكنية و عن عدد الأسر القاطنة بها المختارة كمجال للدراسة عندما نتطرق إلى العينة و كيفية اختيارها .

### **ثالثا المجال الزمني :**

استغرقت الدراسة الميدانية عاما كاملا منذ 28 سبتمبر 2010 إلي 01 سبتمبر 2011 ، و قد قمنا خلال هذه الفترة بزيارة خمسة عشر قرية و خمسة عشر حيا سكنيا و نظرا لبعد المسافة بين الولايتين ، و التي تقدر ب حوالي 300 كلم و بين القرى المبعثرة و الأحياء السكنية فقد تحملنا

الكثير من المشتقات و الأعباء ، حيث قمنا بعدة زيارات متقطعة لمناطق البحث ، حيث كنا نمكث لبضعة أيام ثم نعود و في هذه الفترة قمنا بالتعرف على العديد من الأسر و على ربات البيوت و حاولنا اخذ رأيهن في بعض الجوانب الخاصة بتأثير القنوات الفضائية على بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية ، و حول الأطباق المفضلة للأسرة و المفضلة بين الأطباق التقليدية و العصرية و من يقوم بالتحضير للوجبات و من يتسوق و من يختار الوجبات تم قمنا بعد ذلك ببناء الاستمارة بعد أن قمنا بضبط و تحديد مجتمع الدراسة و ضبط الأماكن ، و قمنا بتوزيع الاستمارة على مفردات العينة لملئها و استغرقت المدة من 10 أكتوبر 2011 إلى 18 جوان 2012 .

### **المبحث الثالث : المناهج و تقنيات البحث المستخدمة في الدراسة**

#### **أولا : المناهج المستخدمة في الدراسة**

إن اختيار المنهج الملائم للدراسة الاجتماعية يتوقف على طبيعة وخصائص الموضوع المراد دراسته، والمنهج هو " الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة، أو هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار أو الإجراءات من أجل الكشف عن الحقيقة التي نجهلها أو من أجل البرهنة عليها للآخرين<sup>1</sup> "

والمنهج هو " الكيفية التي يتم بها تنفيذ شيء ما حسب نظام معين، انطلاقا من جملة مبادئ من أجل الوصول إلى هدف معين<sup>2</sup> " ولابد للباحث عند اختياره للمنهج العلمي أن يؤخذ بعين الاعتبار الموضوعية والدقة؛ فلا بد أن يتوافق مع طبيعة الدراسة، وأن لا يكون الاختيار تلقائيا أو اعتباطيا، بل يجب أن يبنى على أسس علمية، فالباحث مسؤول عن اختياره لمنهج بحثه بناءا على معطياته الدراسية من صياغة الموضوع وتحديد الإشكالية إلى بناء الفرضية...، فطبيعة البحث هي من يؤدي بنا إلى اختيار منهج دون آخر، ونحن في هذه الدراسة اعتمدنا على عدد من و هو ما يسمى بالمنهج التكاملي و ذلك وفقا لما يلي :

#### **1. المنهج الوصفي التحليلي:**

هو من انسب المناهج لدراسة ووصف اثر القنوات التلفزيونية على العادات الغذائية و الأنماط الاستهلاكية للأسرة الجزائرية بشقيها الريفي و الحضري ، و المنهج الوصفي لا يقف عند الوصف

<sup>1</sup> حسان ،هشام ،" منهجية البحث العلمي " ، ط1 ، مطبعة الفنون البيانية ، الجزائر 2007 ص 44 .

<sup>2</sup> فضيل، دليو ،"دراسات في المنهجية " ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2000 ، ص 69 .

بل يذهب إلى التحليل و التفسير لمدلولات البيانات و خاصة فيما يتعلق بالتغيرات الطارئة على العادات الغذائية و الأنماط الاستهلاكية للأسرة الجزائرية تحت تأثير وسائل الإعلام خاصة التلفزيون بقنواته الفضائية.

كما اعتمدت الدراسة أيضا على المنهج التاريخي إذ قمت باستعراض أهم التحولات التي عرفها و سيعرفها المجتمع اجتماعيا و اقتصاديا و ثقافيا و سياسيا كما تم استعراض تطور نمط الاستهلاك ، و هذا العرض التاريخي ساعدنا على معرفة التغيرات و التحولات التي طرأت على العادات الغذائية و الأنماط الاستهلاكية للأسرة الجزائرية .

## **2. المنهج الكمي التحليلي :**

اعتمدت على المنهج الكمي الذي يشمل تحليل البيانات و المعلومات الإحصائية التي وافتنا بها الدراسة الميدانية، تلك البيانات التي تكاملت مع البيانات الكيفية للوصول الى اهداف الدراسة ، فضلا عن تحليل البيانات المتاحة في الدراسة .

## **3. المنهج المقارن:**

كما اعتمدت أيضا على المنهج المقارن للتعرف من خلاله على أوجه الاختلاف و أوجه التشابه بين الأسرتين الريفية و الحضرية فيما يخص العادات الغذائية و الأنماط الاستهلاكية و التغيرات التي طرأت عليها من حيث المستوى الاجتماعي و الاقتصادي للمبحوثات و ربات البيوت أو من حيث البنية الجغرافية و الثقافية لربات البيوت .

## **ثانيا: التقنيات المستعملة في الدراسة**

### **1. مصادر الدراسة :**

إن اطلعنا على المصادر والمراجع النظرية في مجال علم الاجتماع ، يمكننا من اكتشاف سمات وصفات معينة للمجتمع، وبما أننا نحن في صدد دراسة تغير القيم و الثقافة الاستهلاكية عند الأسرة الريفية فقد افترضنا أن هناك تغير في القيم و الثقافة الاستهلاكية ؛ وللتحقق من هذا الفرض اعتمدنا على المصادر النظرية و المصادر الميدانية "فالأولى تتمثل في التراث المدون الذي يرجع إليه الباحث من خلال الاطلاع على المصادر الأجنبية و العربية فضلا عن السجلات و كل من شأن أن يمد الباحث بمعلومات معرفية و تاريخية ، أما الثانية فتتعلق بالمصادر الميدانية



أي المعطيات التي يجمعها الباحث من الميدان <sup>1</sup> حيث نستطيع إثبات فرضيتنا من المؤشرات التي تعتمد على مجموعة من الوسائل و الأدوات البحثية التي توظف في البحث ، وعليه فان دراستنا الراهنة قد اعتمدت على هذين المصدرين من اجل:

1- تكوين خلفية نظرية و تحديد الإطار النظري للدراسة من خلال النظريات و البحوث الموجودة ، كذلك تم الاعتماد على المجالات الموجودة في الجامعات مثل جامعة بوزريعة و جامعة العلوم السياسية .إضافة إلي الوثائق الموجودة في المراكز العلمية مثل CENEAP-CREAD إضافة إلي الديوان الوطني للإحصاء ووزارة التجارة .. الخ .

2- البحث الميداني و هي مرحلة هامة و الجزء الذي نتمكن من خلاله من إثبات الفرضيات عن طريق توظيف أدوات البحث العلمي منها الاستمارة، المقابلة، الملاحظة.

## 2. أدوات البحث المستخدمة في الدراسة :

### 1. المقابلة :

تعتبر المقابلة من المراحل التي تم الاستعانة بها في المنهج العلمي و أداة أساسية لجمع البيانات اللازمة للبحث و يمكن تعريف المقابلة بأنها " تعتمد على التفاعل اللفظي بين الباحث والمبحوث. ويرى العديد من الباحثين أن أفضل الطرق لمعرفة دوافع سلوك الأفراد هي أن تسألهم عن تصرفاتهم مباشرة عن طريق الحديث إليهم " <sup>2</sup> و في هذا الصدد قمنا بمقابلة مجموعة من الأمهات من مختلف الأجيال وهذا من اجل معرفة آرائهن و تصوراتهن عن العادات الغذائية السائدة في المجتمع ، و معرفة آرائهن عن بعض الأنماط الاستهلاكية ، و القيم الأسرية و القيم الدينية ، كذلك محاولة معرفة الثقافة الاستهلاكية كيف كانت و كيف أصبحت عن طريق الجيل السابق الذي يروي لنا العادات و التقاليد و القيم التي كانت سائدة بالنسبة للوسطين الريفي و الحضري .

### 2. استمارة الاستبيان :

هو نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد من أجال الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف ، ويتم تنفيذها إما عن طريق المقابلة الشخصية وتسمى في هذه

---

<sup>1</sup> د. بوشلوش ، الطاهر ، " التحولات الاجتماعية و الاقتصادية و أثارها على القيم في المجتمع الجزائري " ،

نفس المرجع ص 412 .

<sup>2</sup> James A. Black and Dean J Champion, " **Methods and Issues in Social Research**", John Wiley and Sons, New York, 1976 pp 329-340.

الحالة باستمارة المقابلة ، وهنا يجب التفرقة بينها وبين دليل المقابلة حيث أن هذا الأخير يضم مجموعة من النقاط التي يجب على القائم بها أن يغطيها مع المبحوث خلال الحوار الذي يعقده معه بينما استمارة المقابلة تستخدم عادة أسئلة محددة البناء وتجمع بين المفتوحة و المغلقة ،ويستخدم دليل المقابلة أسئلة غير محددة البناء<sup>1</sup>

ولبناء الاستبيان لابد من قيام بدراسة استطلاعية لمجتمع البحث من خلال تخصيص العديد من الزيارات خاصة ولاية سطيف كونها المنطقة البعيدة عن مقر الإقامة أما ولاية الجزائر فقد تعرفت على البلديات و التقيت بمسؤولين في الإدارة من اجل اخذ بعض المعلومات ، كما أنني تكلمت مع بعض العائلات لمعرفة آرائهم بعض الأطباق الغذائية الجديدة و العادات الغذائية الدخيلة ، مما ساعدنا على تحديد العينة و ضبطها أكثر و تكوين صحيفة الاستبيان و تحديد الأسئلة المناسبة لموضوع البحث ، و في ما يلي تفصيل للمحاور واهم ما تتضمنه من مواضيع هي :

### **-المحور الأول:**

و هو عبارات عن بيانات عامة تضمنت ثمانية ( 08 ) أسئلة مغلقة ومحددة ، منها من تتعلق بالسن ، الجنس، الحالة العائلية ، الأصل الجغرافي ،المستوى التعليمي للوالدين الخ

### **المحور الثاني:**

و هي بيانات عن المستوى الاقتصادي و الاجتماعي للمبحوثات و يحتوى على اثنا عشر (12) سؤالا

### **المحور الثالث :**

و يحتوي على 05 أسئلة تتعلق ب دور التلفزيون في تغيير القيم و الثقافة الأسرية أو (العائلة) و تمثلت في الفترات و الأيام و الساعات التي يشاهد فيها المبحوث التلفزيون ، و هل يفضل الجلوس مع العائلة ام مشاهدة التلفزيون بمفرده .

### **-المحور الرابع :**

و يحتوي على 10 أسئلة تخص التلفزيون و أثره على النزعة الاستهلاكية للأسرة من بين هذه الأسئلة هي مشاهد أفراد الأسرة للتلفزيون ، كذلك مشاهدتهم لبرامج الطبخ و على أي قناة ، و

---

<sup>1</sup> أبو طاحون عدلي علي، علم الاجتماع الريفي، ، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية ، 1997 ، ص304

تحضير الأطباق التي يشاهدونها ، كذلك معرفة هل الإعلان التلفزيوني يجعل الناس يشترون الحاجات الغير اللازمة

#### - المحور الخامس :

و يحتوي على 07 أسئلة تخص تغير انماط الثقافة الاستهلاكية و من بين هذه الأسئلة نوع الملابس التي يرغب أفراد الأسرة اقتنائها ، إضافة إلى نوع الملابس المفضلة ، كذلك مصدر التعرف على السلع و من يقوم باختيار و شراء الأثاث المنزلي و سفر المبحوثات إلى الخارج و هل ساعدها السفر على تغيير نمطها الاستهلاكي .

#### -المحور السادس :

و يتضمن 06 أسئلة تخص تسيير ميزانية الأسرة و توزيع الدخل على أوجه الإنفاق و مدى لجوء إلى الاقتراض، و من بين هذه الأسئلة الشخص الذي يسير ميزانية الأسرة كذلك توزيع الدخل بحسب أهمية الإنفاق ، و تفضيل انقفا المال في حالة توفر قسط من المال كذلك الاقتراض من البنك و كم يستهلك القرض من الدخل الشهري و ما هي أوجه الإنفاق التي أدت بهم للاقتراض من البنك.

#### - المحور السابع:

و يتضمن 06 أسئلة تخص المشاهدة التلفزيونية و أثرها على قيم الترابط ، و من بينها كيفية مشاهدة المبحوثات للتلفزيون و ما هي فترات و الايام المشاهدة كذلك عدد الساعات التي تفضلنها في مشاهدة التلفزيون .

#### المحور الثامن:

و يتضمن 04 أسئلة تخص مدى اهتمام الأسرة بالإعلانات التلفزيونية، و من بين الأسئلة مشاهدة أفراد الأسرة للإعلانات التلفزيونية الخاصة ببعض السلع الغذائية كذلك نوع السلع تفضيلها لمشاهدة التلفزيون و الرغبة في شرائها و رأيهم في الإعلانات التلفزيونية هل تترك الناس يشترون الحاجات الغير اللازمة.

### 3. قياس صدق الاستبيان

بعد قيامنا بإعداد صحيفة الاستبيان قمنا بعرضها على مجموعة من الأساتذة<sup>1</sup> المختصين في مجالات علم النفس و علم الاجتماع و ذلك للحكم على مدى صحة وصدق صحيفة الاستبيان و التعرف على صحة المقياس كما طلبنا من الأساتذة إبداء وجهة نظرهم تجاه عبارات الاستبيان سواء من حيث الصيغة الملائمة او من حيث ما تتصف به كل عبارة من الدقة ، كما التمسنا منهم تدوين كل ما يروه مناسباً من تعديلات ضرورية على أسئلة الصحيفة ، و بناء على ذلك تم حذف بعض العبارات التي تم الاتفاق عليها من قبل هؤلاء الأساتذة لأنها غير مناسبة و بالتالي تم تعويضها بعبارات بديلة .

### المبحث الرابع: مجتمع البحث و العينة و خصائصها

#### أولاً تعريف مجتمع البحث:

لكي يكون البحث مقبولا و قبلًا للانجاز لا بد من تعريف مجتمع البحث و ان توضع المقاييس المستعملة من اجل حصر هذا المجتمع .

أما فيما يخص مجتمع البحث الذي نحن بصدد دراسته فهو يتكون من مجموعة من ربات البيوت اللواتي تم اختيارهن من مجموعة من الأسر بنسبة 10 % من القاطنات بالقرى و الأحياء السكنية التابعة لكل من ولايتي سطيف و الجزائر .

#### ثانياً كيفية اختيار العينة:

بعد تحديد ووصف عدد الدوائر و المقاطعات الإدارية التابعة لكل من ولايتي سطيف و الجزائر الذي سنختار منه مفردات العينة و قد تم ذلك على النحو التالي :

1- تم اختيار ثلاثة دوائر ريفية من ولاية سطيف وهي :دائرة بئر العرش، دائرة بابور، دائرة بني عزيز، دائرة ، و من كل دائرة تم اختيار خمس(5) قرى كمجال جغرافي لاختيار مفردات العينة .

2- من ولاية الجزائر تم اختيار ثلاثة مقاطعات إدارية و هي : مقاطعة حسين داي ، مقاطعة بوزريعة ، مقاطعة الدار البيضاء ، و من كل مقاطعة تم اختيار خمسة أحياء سكنية كمجال لاختيار مفردات العينة .

---

<sup>1</sup> الاستاذ بومخلوف ، الاستاذ معتوق

3- تم اختيار مفردات العينة (ربات البيوت ) من الأسر موزعين على الدوائر و المقاطعات السالفة الذكر بواقع 50 ربة بيت من كل دائرة و الجدول التالي يبين كيفية سحب العينة الريفية بنسبة 10 % .

#### جدول رقم (17)

يبين اسم القرية و عدد الأسر القاطنة بها و عدد الأسر المصحوبة بولاية سطيف<sup>1</sup>

| اسم الدائرة        | اسم القرية           | عدد الأسر | النسبة المئوية | عدد الأسر المسحوبة |
|--------------------|----------------------|-----------|----------------|--------------------|
| دائرة<br>بئر العرش | قرية الحامل          | 100       | 10%            | 10                 |
|                    | قرية بورزام          | 119       |                | 12                 |
|                    | قرية الزهانة         | 102       |                | 10                 |
|                    | قرية الكرامشة        | 90        |                | 9                  |
|                    | قرية ولاد الضيف الله | 89        |                | 9                  |
| المجموع            | 500                  |           |                | 50                 |
| دائرة<br>بني عزيز  | القرية الفلاحية      | 250       | 10%            | 25                 |
|                    | اولاد الحاج          | 147       |                | 14                 |
|                    | ولاد بن عمر          | 24        |                | 3                  |
|                    | اولاد بارة           | 53        |                | 5                  |
|                    | تقصر اينت            | 26        |                | 3                  |
| المجموع            | 500                  |           |                | 50                 |
| دائرة<br>بابور     | قرية ولاد يحي        | 60        | 10%            | 6                  |
|                    | قرية الشرفة          | 120       |                | 12                 |
|                    | قرية أولاد بوشنين    | 89        |                | 9                  |
|                    | قرية أولاد علي       | 90        |                | 9                  |
|                    | بابور مركز           | 141       |                | 14                 |
| المجموع            | 500                  |           |                | 50                 |

<sup>1</sup> كل أسرة يقابلها ربة بيت، و بالتالي فان مجموع الأسر يقابلها مجموع ربات البيوت (50) مفردة علما أن ربة البيت هي وحدة التحليل في الدراسة .

## • سحب العينة الحضرية بولاية الجزائر

لقد اتبعت نفس الطريقة السابقة في اختيار العينة الحضرية الخاصة بدوائر ولاية الجزائر حيث جرت العملية كالتالي :

### جدول رقم (18)

اسم المقاطعة و اسم الحي و عدد الأسر المسحوبة لولاية الجزائر<sup>1</sup>

| اسم الدائرة             | اسم الحي           | عدد الأسر | النسبة المئوية | عدد الأسر المسحوبة |
|-------------------------|--------------------|-----------|----------------|--------------------|
| مقاطعة<br>الدار البيضاء | حي كريم بلقاسم     | 89        | %10            | 9                  |
|                         | حي الكنور          | 110       |                | 11                 |
|                         | حي أول نوفمبر 1954 | 116       |                | 12                 |
|                         | حي كسيدر           | 93        |                | 9                  |
|                         | حي عبان رمضان      | 92        |                | 9                  |
| المجموع                 |                    | 500       |                | 50                 |
| مقاطعة<br>حسين داي      | بن عمار            | 147       | %10            | 15                 |
|                         | الحامة             | 90        |                | 9                  |
|                         | حي النادي البلدي   | 120       |                | 12                 |
|                         | قاردي 1            | 99        |                | 10                 |
|                         | لعقيبة             | 44        |                | 4                  |
| المجموع                 |                    | 500       |                | 50                 |
| مقاطعة<br>بوزريعة       | حي ار دوفرونس      | 99        | %10            | 10                 |
|                         | حي سيدي يوسف       | 013       |                | 13                 |
|                         | حي بوسي جور        | 101       |                | 10                 |
|                         | حي الحوضين         | 87        |                | 9                  |
|                         | حي كيندي           | 83        |                | 8                  |
| المجموع                 |                    | 500       |                | 50                 |

### حجم العينة:

يتكون مجتمع البحث من 3000 أسرة و قد تم اختيار حجم العينة بالطريقة التالية :

$$\frac{300}{3000} =$$

$$10$$

<sup>1</sup> كل أسرة يقابلها ربة بيت، و بالتالي فان مجموع الأسر يقابلها مجموع ربات البيوت (50) مفردة علما أن ربة البيت هي وحدة التحليل في الدراسة .

أي بلغ حجم العينة 300 أسرة تمثل الأسر الريفية ب 150 مفردة و 150 مفردة تمثل الأسر الحضرية و بهذا فان نسبة العينة المختارة بلغت 10 % لإيجاد المجتمع الأصلي للبحث ، و قد تم اختيار مفردات العينة بطريقة العينة القصدية و عينة كرة الثلج .

### ثالثا : خصائص العينة

#### 1- السن :

تميزت عينتنا بالتنوع في الفئات العمرية و تضم عينتنا خمسة فئات اقلها 20 سنة و أكبرها 50 سنة فما فوق موزعة بين العينة الريفية و العينة الحضرية حسب ما يبينه لنا الجدول التالي:

#### الجدول رقم (19)

يبين توزيع أفراد العينة وفقا للفئة العمرية

| العينة<br>الفئة العمرية | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |       | المجموع |       |
|-------------------------|----------------|-------|----------------|-------|---------|-------|
|                         | ك              | %     | ك              | %     | ك       | %     |
| اقل من 20               | 26             | 17.33 | 11             | 7.33  | 37      | 12.33 |
| ] 29-20[                | 34             | 22.66 | 23             | 15.33 | 57      | 19    |
| ] 39-30[                | 45             | 30    | 38             | 25.33 | 83      | 27.66 |
| ] 49-40[                | 33             | 22    | 49             | 32.66 | 82      | 27.33 |
| 50- فما فوق             | 12             | 8     | 29             | 19.33 | 41      | 13.66 |
| المجموع                 | 150            | % 100 | 150            | % 100 | 300     | % 100 |

يظهر من الجدول رقم (19) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا للفئة العمرية ، بالنسبة للعينة الريفية أن اكبر نسبة تعود إلى للفئة العمرية إلي تتراوح سننها بين ( 30 و 39 ) سنة بنسبة 30 %، ثم يليها الفئة العمرية التي يتراوح سننها ما بين ( 29-20 ) سنة بنسبة 22.66 % ثم تأتي الفئة العمرية التي يتراوح سننها ما بين ( 49-40 ) سنة بنسبة 22 % و بلغت نسبة اللواتي يتميزن بالفئة العمرية لأقل من (20) سنة نسبة 17.33 % ، في حين بلغت نسبة الفئة العمرية التي تجاوز سننها 50 سنة 8 % .

أما بالنسبة إلى العينة الحضرية فنجد أن اكبر نسبة تعود إلى الفئة العمرية التي يتراوح سننها ما بين ( 49-40 ) سنة بنسبة 32.66 % ثم تليها الفئة العمرية التي يتراوح سننها ما بين ( 39-30 )

سنة بنسبة 25.33 % ثم تأتي الفئة العمرية التي يتراوح سنها ما بين (20-29) سنة بنسبة 19.33 % ، ثم تأتي في المرتبة ما قبل الأخيرة العينة الفئة العمرية التي يتجاوز سنها 50 سنة فما فوق 15.33 % و أخيرا الفئة العمرية التي يقل سنها عن 20 سنة بنسبة 7.33 %.

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية والحضرية حول الفئة العمرية لربات البيوت ، نلاحظ أن الفئة العمرية التي يقل سنها عن 20 سنة سجلت أعلى نسبة في العينة الريفية بـ 17.33 % مقابل 7.33 % في العينة الحضرية ، و ترتفع نسبة الفئة العمرية التي يتجاوز سنها 50 سنة فما فوق في العينة الحضرية بـ 15.33 % في حين تنقلص لدى العينة الريفية بـ 8 % .

و عليه نستنتج بأن الفتيات في الريف يتزوجن في سن مبكر في حين الفتيات في الحضر يتزوجن في سن كبير و متأخرة حسب ما يبينه العلماء " إن المرأة التي تتزوج في تقاليد الأسرة الممتدة هي الأوفر حظا للحصول على منزلة أفضل في نظر عائلتها و جيرانها، بل تحسد من طرف قريناتها على هذا الوضع، لذلك أضحت المرأة العانس وصمة عار في الأسرة و المجتمع و هي عرضة لمختلف الاتهامات " <sup>1</sup>، و إن كانت ظاهرة تأخر سن الزواج قد بدأت تعم المجتمع الجزائري سواء في الحضر أو الريف.

## 2- الأصل الجغرافي :

إن معرفة الأصل الجغرافي لربات البيوت يعتبر من المؤشرات الهامة لدراسة العادات الغذائية و الأنماط الاستهلاكية للأسرتين الريفية و الحضرية ، حيث نجد من ربات البيوت من يعشن في المدينة و أصلهن الجغرافي ريفي ، و العكس بالنسبة لربات البيوت في الريف و أصلهن حضري هذا ما ستبينه إجابات المبحوثات.

---

<sup>1</sup> Ghouti BENMACHA, " Eléments du droit Algérien de la famille : mariage et sa condition", Alger,,OPU, SD, P 25.



## الجدول رقم (20)

يبين توزيع أفراد العينة وفقاً للأصل الجغرافي

| العينة<br>الأصل الجغرافي | العينة الريفية |        | العينة الحضرية |        | المجموع |      |
|--------------------------|----------------|--------|----------------|--------|---------|------|
|                          | ك              | %      | ك              | %      | ك       | %    |
| ريفي                     | 118            | 78.66% | 41             | 27.33% | 159     | 53%  |
| حضري                     | 32             | 21.33% | 109            | 72.66% | 141     | 47%  |
| المجموع                  | 150            | 100%   | 150            | 100%   | 300     | 100% |

يتضح من خلال الجدول رقم (20) الذي يبين إجابات ربات البيوت وفقاً لأصلهن الجغرافي، حيث يظهر أن 53 % من ربات البيوت يعود أصلهن الجغرافي إلى الريف، و 47 % يعود أصلهن الجغرافي إلى الحضر.

أما عن أوجه الاختلاف والتشابه بين العينتين الريفية والحضرية حول الأصل الجغرافي، فإن أكبر نسبة في العينة الريفية أجبن بأن أصلهن الجغرافي من الريف ب 78.66 % مقابل 21.33 % أصلهن حضري، أما في العينة الحضرية فإن 72.66 % من ربات البيوت أصلهن حضري مقابل 27.33 % أصلهن ريفي.

و عليه نستنتج بأن معظم ربات البيوت التي شملتها عينتنا سواء في المدينة أو الريف ينتمين إلى الأصل الجغرافي التي يعشن فيه، فالريفيات أصلهن من الريف والحضرية أصلهن من الحضر.

### 3- الحالة العائلية:

تتميز عينتنا بالتنوع في الحالة العائلية في كل من المدينة والريف فمنهن المتزوجات ومنهن المطلقات ومنهن الأرمال هذا ما سيوضح لنا الجدول الموالي :

## الجدول رقم (21)

يبين توزيع أفراد العينة وفقا للحالة المدنية

| المجموع |     | العينة الحضرية |     | العينة الريفية |     | العينة            |
|---------|-----|----------------|-----|----------------|-----|-------------------|
|         |     |                |     |                |     | الحالة الاجتماعية |
| %       | ك   | %              | ك   | %              | ك   |                   |
| 61.33 % | 184 | 64 %           | 96  | 80 %           | 120 | متزوجة            |
| 21.33 % | 64  | 30 %           | 45  | 12.66 %        | 19  | مطلقة             |
| 6.66 %  | 20  | 6 %            | 09  | 7.33 %         | 11  | أرملة             |
| 100 %   | 300 | 100 %          | 150 | 100 %          | 150 | المجموع           |

يتضح من خلال الجدول رقم (21) الذي يبين الحالة الاجتماعية لأفراد العينة، ان اكبر نسبة اجبن بأنهن متزوجات ب 61.33 % ، يليها المطلقات في المرتبة الثانية بنسبة 21.33 % في حين جاءت نسبة الأرامل في المرتبة الثالثة بنسبة 6.66 % .

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه حول الحالة المدنية لربات البيوت ، ان نسبة المتزوجات احتلت الصدارة في العينة الريفية ب 80 % مقابل 64 % في العينة الحضرية ، في حين ارتفعت نسبة المطلقات في العينة الحضرية ب 30 % مقابل 12.66 % في العينة الريفية ، أما عن نسبة الأرامل فهي متقاربة بين العينتين ا قدرت في العينة الريفية ب 7.33 % مقابل 6 %

و عليه نستنتج بان المتزوجات في العينة الريفية سجلت اكبر نسبة مقارنة مع العينة الحضرية أما نسبة المطلقات في العينة الريفية اقل منه في العينة الحضرية و هذا يرجع حسب بعض العلماء إلي " التغير الحاصل في النموذج الأسري الذي عرفه المجتمع الجزائري و هو تغير شامل طال جميع البنيات الريفية والحضرية " <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Vandanelde H , " La participation des Femmes algériennes a la vie politique et social" , T2 , p215.

## المبحث الخامس : صعوبات البحث

لقد واجهت الدراسة عدة صعوبات تمثلت يمكن تقسيم صعوبات البحث إلى ثلاثة مراحل أساسية وهي:

### أولا : صعوبات أثناء جمع المعلومات

لقد واجهتنا عدة صعوبات أثناء جمعنا للمعلومات نظرا لاتساع مجتمع البحث خاصة في ولاية سطيف التي تبعد عن مقر السكن ب 300 كلم، كذلك بعد القرى و اتساعها إذ تبعد كل قرية عن أخرى من 50 إلى 120 كم مما جعلنا نستغرق وقتا كبيرا للوصول إليها .

### ثانيا : صعوبات أثناء جمع المعطيات من الميدان :

- بالنسبة لولاية سطيف وجدنا صعوبة عند دخولنا إلى العائلات لاستجواب الأمهات حيث لم تسمح لنا بالدخول إلا في حضور أزواجهن أو أي فرد من العائلة و هذا كوننا لسن منتمين إلى منطقة البحث أما ولاية الجزائر فنظرنا للظروف العصبية الذي مرت بها الجزائر خلال السنوات العشر الأخيرة ، كلما أردنا الدخول ألي أي بيت من بيوت اسر العينة وجدنا منهم نظرة خوف ، فمنهم من استقبلنا و منهم من رفض كليا التكلم معنا .

### ثالثا: صعوبات أثناء توزيع الاستمارة

كما واجهتنا أيضا صعوبات أثناء توزيع الاستمارة حيث رفضت بعض العائلات الإجابة على الأسئلة، ضننا منها أنها سوف نفشي ما صرحت به للغير، و لكن من جهة أخرى فان بعض العائلات رحبت بنا و اعتبرت أن زيارتنا بمثابة اهتمام بهم و الاطلاع على مشاكلهم . كما أن ذهابنا إلى بعض البلديات المعزولة مثل تاشودة و عين السبت ، كان له أثرا واضحا على سكانها حيث رحبت بنا العائلات و زودتنا بكل المعلومات التي نحتاجها حتى إدارة البلديات نفسها فقد اندهشت لقيامنا بهذا النوع من البحوث نظرا لعدم وجود أي دراسات أو مبادرات من الدولة أو مكاتب الدراسات .

و عليه يبقى أن البحث العلمي تعترضه مجموعة من العوائق و الصعوبات خاصة إذا كان البحث في وسط الريفي بما يتضمنه من عادات و تقاليد محلية صعبة تمنعه من تطبيق الاستمارة على

العينات المختارة ، ومن هنا ندرك أهمية تتبع مراحل البحث العلمي التي تبدأ بالملاحظة ثم الدراسة الاستطلاعية و بعدها الميدان .

## **المبحث السادس: المعالجة الإحصائية للبيانات و تحليل النتائج**

### **أولاً: المعالجة الإحصائية للبيانات**

إن من اجل الوصول إلي نتائج علمية دقيقة لا بد من الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية نذكر من بينها:

- الجداول التكرارية البسيطة و المزدوجة للربط بين المتغيرات و استخراج الخصائص الديمغرافية عند أفراد العينة .

- تغريغ البيانات و التحليل الإحصائي باستخدام الحزم الإحصائية . SPSS .

### **ثانياً: تحليل نتائج الدراسة**

تعتبر مرحلة تحليل النتائج كأخر مرحلة في الدراسة الميدانية، إذ يتمكن الباحث من معرفة تطور الظاهرة التي يدرسها من خلال تفسير البيانات الخام المستخلص من عينة البحث و التي تتم وفق مستويين هما:

- التحليل الكمي للبيانات من خلال صحيفة الاستبيان مع دمج التحليل الكمي بالتحليل الكيفي للبيانات التي تم جمعها من الميدان من خلال المقابلة المفتوحة أو الحرة و الملاحظات التي تمت في هذا الشأن.

- إن دراستنا تهدف إلي كشف الأثر التي تتركه وسائل الإعلام و القنوات الفضائية على العادات الغذائية و الأنماط الاستهلاكية من خلال رصد التغيرات في القيم و الثقافة الاستهلاكية من خلال شريحة الأمهات.

## الفصل الثاني

### المستوى الاجتماعي والاقتصادي للمبحوثات

تمهيد

سنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على المستوى الاجتماعي والاقتصادي للمبحوثات من خلال بعض المؤشرات كالدخل والتعليم ونوع السكن واقتناء بعض الأجهزة المنزلية والسلع المعمرة كالسيارة وغيرها وسنحاول استعراض هذه المؤشرات من خلال المبحثين التاليين :

**المبحث الأول : المستوى الاجتماعي للأسرة**

**المبحث الثاني : المستوى الاقتصادي للأسر المبحوثات**

## الفصل الثاني : المستوى الاجتماعي و الاقتصادي للمبحوثات.

### المبحث الأول: المستوى الاجتماعي للمبحوثات.

#### أولا : المستوى التعليمي للزوج و الزوجة:

يعتبر المستوى التعليمي لربات البيوت من أهم المؤشرات التي تساهم في تغير القيم الاستهلاكية ، و العادات الغذائية للأسرة، من خلال معرفة مدى التغيرات التي حدثت على مستوى الوعي الغذائي لربة البيت في اختيار الأطباق الغذائية و شراء المواد الغذائية ، و الجدول الموالي سيوضح لنا المستوى التعليمي للزوج و الزوجة .

#### جدول رقم (22)

الذي يبين لنا توزيع أفراد العينة وفقا للمستوى التعليمي للزوج و الزوجة

| المجموع |     | العينة الحضرية |     |        |     | العينة الريفية |     |        |     | العينة<br>المستوى التعليمي |
|---------|-----|----------------|-----|--------|-----|----------------|-----|--------|-----|----------------------------|
|         |     | الزوج          |     | الزوجة |     | الزوج          |     | الزوجة |     |                            |
| %       | ك   | %              | ك   | %      | ك   | %              | ك   | %      | ك   |                            |
| 6       | 36  | 8              | 12  | 2.66   | 4   | 5.33           | 8   | 8      | 12  | أمي                        |
| 8.66    | 52  | 4.66           | 7   | 8.66   | 13  | 8              | 12  | 13.33  | 20  | تقرا و تكتب                |
| 21.16   | 127 | 20.66          | 31  | 12.66  | 19  | 26             | 39  | 25.33  | 38  | ابتدائي                    |
| 26.5    | 159 | 24.66          | 37  | 20.66  | 31  | 32.66          | 49  | 28     | 42  | متوسطي                     |
| 24.83   | 149 | 30             | 45  | 36.66  | 55  | 13.33          | 20  | 19.33  | 29  | ثانوي                      |
| 12.83   | 77  | 12             | 18  | 18.66  | 28  | 14.66          | 22  | 6      | 9   | جامعي                      |
| 100     | 600 | 100            | 150 | 100    | 150 | 100            | 150 | 100    | 150 | المجموع                    |

يظهر من خلال الجدول رقم (22) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا للمستوى التعليمي للزوج و الزوجة لكل من العينة الريفية و الحضرية ، فبالنسبة للزوج في العينة الريفية يحتل المستوى التعليمي المتوسط المرتبة الأولى بنسبة 32.66% ، يليها في المرتبة الثانية المستوى التعليمي الابتدائي بنسبة 26% ، أما المستوى التعليمي الجامعي فقد احتل المرتبة الثالثة بنسبة 14.66% في حين جاء المستوى التعليمي الثانوي في المرتبة الرابعة بنسبة 13.33% أما الأزواج الذين يقرؤون و يكتبون يحتلون المرتبة الخامسة بنسبة 8% في حين بلغت نسبة الأمية عند الأزواج 5.33% .

أما الزوجات في نفس العينة الريفية فقد احتل المستوى التعليمي المتوسطي أيضا المرتبة الأولى بنسبة 28% ثم يليها المستوى التعليمي الابتدائي بنسبة 25.33% في حين احتل

المستوى التعليمي الثانوي المرتبة الثالثة بنسبة 19.33 % ثم تأتي الفئة التي تقرا و تكتب في المرتبة الرابعة بنسبة 13.33 % وتأتي نسبة الأميات في المرتبة الخامسة بنسبة 8 %، فيحين احتلت الجامعيات المرتبة الأخيرة بنسبة 6 % .

أما فيما يخص العينة الحضرية بالنسبة للزوج نجد أن المستوى التعليمي المتوسطي يحتل الصدارة بنسبة 24.66 % ، يليها المستوى التعليمي الابتدائي في المرتبة الثانية بنسبة 20.66 % بينما تبلغ نسبة الأزواج الذين لديهم المستوى الجامعي 12 % في حين بلغت نسبة الأمية 8 % و تأتي نسبة الأزواج الذين يقرؤون و يكتبون 4.66 %.

أما بالنسبة للزوجات في العينة الحضرية فقد احتل المستوى التعليمي الثانوي المرتبة الأولى بنسبة 36.66 % ، يليها المستوى التعليمي المتوسطي في المرتبة الثانية بنسبة 20.66 % ثم تأتي نسبة الزوجات اللواتي لديهن مستوى تعليمي جامعي في المرتبة الثالثة بنسبة 18.66 % أما اللواتي يقران و يكتبن بلغت نسبتهن 8.66 % و أخيرا جاءت الأميات في المرتبة الأخيرة بنسبة 2.66 % ،

و عليه يظهر أن الزوجات الحضريات يتفوقن على الزوجات الريفيات من حيث المستوى التعليمي الجامعي و الثانوي في حين يتفوقن الريفيات في المستوى التعليمي المتوسطي ، اما نسبة الأمية نجدها أكثر عند الريفيات .

و منه نستنتج أن انتشار التعليم بين مختلف الشرائح الاجتماعية وخاصة بين الإناث أصبح يشكل عنصرا هاما في تغيير أوضاع المرأة في المجتمع بصفة عامة و الأسرة بصفة خاصة ، حيث دخلت مجالات مختلفة من المهن خاصة التدريس و الصحة و الأمن و الصناعة .....و غيرها ، و بالتالي أصبحت تشارك في اتخاذ القرارات التي تحدد مصير الأسرة و الأطفال ، مما جعلها تكتسب مركزا متميزا خاصة بعد ارتفاع مستواها التعليمي و خروجها للعمل إلى جانب زوجها . كما أن ارتفاع نسبة التعليم حسب بعض المختصين "يعتبر من أهم الأسباب التي أدت إلى تغير موقف الأسرة الريفية اتجاه تعليم أبنائها خاصة الإناث ، و بذلك انتشر الوعي الثقافي في المجتمع ، و هو لم يقتصر على المدن و المراكز الحضرية بل تعداه إلى أيضا إلى المناطق الريفية <sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> عبد المنعم محمد حسن ، الأسرة منهجها التربوي لتنشئة الأبناء في عالم متغير ، مكتبة النهضة المصرية ، القاهرة ، 1985 ، ص 63.

## ثانيا : نوع السكن

يختلف النسيج العمراني في وقتنا المعاصر عن الذي كان سائدا في السنوات الماضية، و هذا الاختلاف يعود لطبيعة البيئة الاجتماعية للسكان، والعادات والتقاليد التي تنظم الأسر والأفراد، فمنها الفيلات و منها الشقق و منها المساكن التقليدية حسب ما تبينه النتائج التالية:

### جدول رقم (23)

يبين توزيع أفراد العينة وفقا لنوع السكن

| العينة<br>نوع السكن | العينة الريفية |       | العينة حضرية |       | المجموع |       |
|---------------------|----------------|-------|--------------|-------|---------|-------|
|                     | ك              | %     | ك            | %     | ك       | %     |
| شقة                 | 20             | 13.33 | 105          | 70    | 125     | 41.66 |
| فيلا                | 52             | 34.66 | 33           | 22    | 85      | 28.33 |
| مسكن تقليدي         | 78             | 52    | 12           | 8     | 90      | 30    |
| المجموع             | 150            | % 100 | 150          | % 100 | 300     | % 100 |

و بالنسبة إلى السكن و نوعه يتضح من الجدول رقم (23) الذي يبين لنا توزيع أفراد العينة وفقا لنوع السكن ، أن النمط السكني السائد في العينة الحضرية هو نمط الشقق اذ يحتل الصدارة في الترتيب بنسبة 70%، ثم يليه نمط الفيلات بنسبة 22 %، في حين يحتل المسكن التقليدي المرتبة الأخيرة بنسبة 8 % من المجموع الكلي لأفراد العينة .

أما بالنسبة للعينة الريفية نجد أن نمط السكن التقليدي يتصدر المرتبة الأولى بنسبة 52 %، ثم يليه نمط الفيلات بنسبة 34.66 % في حين يحتل نمط الشقق المرتبة الأخيرة بنسبة 13.33 %.

و بالمقارنة بين العينتين الريفية و الحضرية ، نجد أن المسكن التقليدي هو النمط السائد في الريف ، اذ سجل نسبة 52 % مقابل 8 % لدى العينة الحضرية الذي ينتشرها نمط شقق و التي بلغت نسبته 70 % و هذا يرجع إلى نمط الحياة في المدينة حيث ترتفع الكثافة السكانية و قلة الفضاءات و بالتالي تنتشر العمارات ذات الطوابق المتعددة كإستراتيجية تتبعها الدولة للحد من أزمة السكن .



و عليه نستنتج أن الأسرة الريفية تفضل المسكن التقليدي على السكن الحديث الذي يتناسب مع عدد أفراد الأسرة و مع طبيعة المجتمع الريفي الذي عادة ما يكون له فضاء واسع و الأراضي المملوكة للعائلة و هذه العوامل تساعد على اختيار السكن التقليدي ،الذي يتم تطويره عن طريق الترميم و إعادة بنائه من جديد تماشياً مع نمط السكن الحديث أما الأسرة الحضرية فنظراً لمشكل السكن الذي تعاني منه ، فهي تستفيد عادة من السكنات الممولة من طرف الدولة و المتمثلة في شقق مكونة من غرفتان إلى أربعة غرف .

### ثالثاً: عدد أفراد الأسرة

#### جدول رقم(24)

يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد أفراد الأسرة المقيمين في المسكن

| العينة     | العينة الريفية   |       | العينة الحضرية |       | المجموع |       |
|------------|------------------|-------|----------------|-------|---------|-------|
|            | عدد أفراد الأسرة | ك     | %              | ك     | %       | ك     |
| (3 - 04)   | 8                | 3.33  | 49             | 32.66 | 57      | 19    |
| (5 - 07)   | 19               | 12.66 | 65             | 43.33 | 84      | 28    |
| (8 - 10)   | 52               | 34.66 | 24             | 16    | 76      | 25.33 |
| 10 فما فوق | 71               | 47.33 | 12             | 8     | 83      | 27.66 |
| المجموع    | 150              | 100   | 150            | 100   | 300     | 100   |

يتضح من الجدول رقم (24) الذي يبين توزيع إجابات المبحوثات وفقاً لعدد أفراد الأسرة المقيمين في المسكن ،نجد أن هناك مشكلة الازدحام في ساكنيها، حيث يتضح أن أكبر نسبة أجابت بأن عدد أفراد أسرها يتراوح ما بين (5 إلى 7) أفراد بنسبة 28% من مجموع أفراد العينة، ثم تليها نسبة ممن اجبن أن عدد أفراد أسرها يفوق 10 أفراد بنسبة 27.66 % ، و تأتي نسبة ممن اجبن بأن عدد أفراد أسرتها يتراوح ما بين (8 إلى 10 ) أفراد بنسبة 25.33 % ، و في المرتبة الأخيرة تأتي نسبة ممن اجبن بأن عدد أفراد أسرتها يتراوح ما بين (3 و 4 ) أفراد بنسبة 19 % .

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول عدد أفراد الأسرة المقيمين في المسكن ، اتضح أن الأسرة الريفية ما زالت تتميز بكون عدد أفراد أسرتها حيث أن أكبر نسبة في العينة الريفية تعود للفئة التي تجاوز عدد أفراد أسرها 10 أفراد بنسبة 47.33 % في حين

نجد في العينة الحضرية أن أكثر نسبة تعود للأسرة التي تتراوح عدد أفرادها ما بين (5 و 7) أفراد نسبة 43.33%.

و عليه فمن خلال ما سبق نستنتج أن نمط الأسرة النواة بدا يعرف بعض الاتساع عن الأسرة الممتدة، و يعد هذا مظهرا من مظاهر التغير الاجتماعي و الأسري هذا ما تبينه النتائج عن عدد أفراد الأسرة الذي تراوحت معظمها بين (5 و 7) أفراد .

و يرجع هذا التغيير بالدرجة الأولى إلى انفصال الأبناء عن الآباء بسبب السفر أو البحث عن العمل في المدينة ، كذلك رغبتهم في الاستقلالية و تحمل المسؤولية ولعل أبرز المحاولات السوسيولوجية التي حاولت تفسير هذا التحول والانتقال من الأسرة الممتدة إلى الأسرة النووية، كل من محاولتي دوركايم " DURKHEIM " و بارسونز " PERSONS " فدوركايم ركز على استقلالية الأسرة النووية عن وحدات النسق القرابي في المجتمع الصناعي، إلا أنه يشير بوضوح إلى عدم تفكك المجتمع لأن المجتمع يستبدل بالجماعات القرابية القديمة جماعات معينة تؤدي الدور نفسه الذي تؤديه الجماعات القرابية في ربط الفرد بوحدات اجتماعية أكبر "...<sup>1</sup> أما بارسونز فأكد كذلك على تمايز الأسرة النووية عن مكونات النسق القرابي في المجتمع الصناعي، لكنه على عكس دوركايم « يرى بأن الأسرة النووية بالمعنى الصحيح تمتاز بأنها منعزلة، فكل من أسرة التنشئة وأسرة الإنجاب تعتبر أسرا نووية مستقلة منفصلة ومنعزلة<sup>2</sup> » وهو بذلك يؤكد على اضمحلال العلاقات الاجتماعية التي تربط الأسرة النووية بالأقارب.

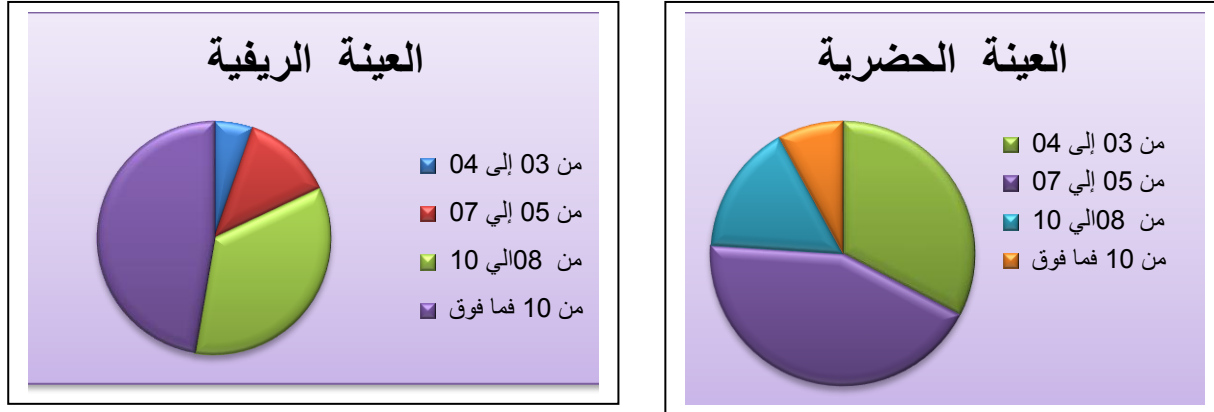
يتأثر حجم الأسرة بعدة عوامل، منها العامل الديموغرافي كالخصوبة، الوفيات... الخ. العامل السوسيوي-ثقافي كتصور المجتمع لتنظيم الأسرة، والعامل الاقتصادي كتوفر الشغل والسكن... إلخ و هذه العوامل عادة تعمل على تسريع وتيرة انتقال البنيات الأسرية من نمط إلي آخر و هذا

---

<sup>1</sup> مجد الدين عمر خيرى، " العلاقات الاجتماعية في بعض الأسر النووية الأردنية"، عمان، الجامعة الأردنية، 1985 ، ص18 .

<sup>2</sup> بيرى، الوحيشي أحمد ، " الأسرة والزواج : مقدمة في علم الاجتماع .العائلي"، طرابلس، الجامعة المفتوحة، 1998

الإنخفاض جاء معاكسا للتوقعات خاصة في المجتمع الريفي لان التراجع ناجم عن توسع الأسر الريفية المهاجرة بعد فترة من عدم الاستقرار وتشتت أفرادها بين الريف والحضر،<sup>1</sup>



الشكل رقم (2)

يبين توزيع أفراد العينة وفقا لعدد الأفراد الأسر

#### رابعا : عدد غرف المسكن

يعتبر المسكن من أهم المقومات في حياة الأسرة، في ظلّه تقوم بوظائفها وتتجنب الكثير من المشكلات الصحية، التربوية، خاصة إذا كانت تتطابق المعايير الأئمة كاتساع السكنات لتتلاءم مع عدد أفراد الأسرة وفقا ما ستبينه لنا إجابات المبحوثات.

<sup>1</sup> Fadela HAIDER, " Mutation des structures familiales en Algérie sous l'influence de l'urbanisation au Maghreb ", in sixième colloque de démographie, Association Maghrébine pour l'étude de la population, Rabat, 1985, pp.19-26.

## جدول رقم(25)

يبين توزيع أفراد العينة وفقا لعدد غرف المسكن

| عدد الأفراد<br>عدد الغرف |     | العينة الريفية |     | العينة الحضرية |     | المجموع |
|--------------------------|-----|----------------|-----|----------------|-----|---------|
|                          | ك   | %              | ك   | %              | ك   | %       |
| غرفة                     | 2   | 1.33           | 9   | 6              | 10  | 3.33    |
| غرفتان                   | 8   | 5.33           | 12  | 8              | 20  | 6.66    |
| ثلاثة غرف                | 23  | 15.33          | 73  | 48.66          | 96  | 32      |
| أربعة غرف                | 41  | 27.33          | 38  | 25.33          | 79  | 26.33   |
| خمسة فما فوق             | 76  | 50.66          | 18  | 12             | 95  | 31.66   |
| المجموع                  | 150 | 100            | 150 | 100            | 300 | 100     |

من خلال الجدول رقم (25) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لعدد الغرف المسكن ، أن النمط السكني الذي يحتوي على خمسة غرف فما فوق يحتل الصدارة بنسبة 31.66 %، يليها في المرتبة الثانية النمط لسكني المتكون من ثلاثة غرف نسبة 26.33 % ، و يأتي النمط السكني المتكون من أربعة غرف في المرتبة الثالثة بنسبة 15.33 %، و تبدأ النسبة في التراجع لتصل 6.66 % بالنسبة للنمط السكني المتكون من غرفتان و 3.33 % بالنسبة للنمط السكني المتكون من غرفة واحدة من المجموع الكلي للعينة .

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية، حول عدد غرف المسكن ، يظهر أن هناك اختلاف و تفاوت في الإجابات، حيث احتل النمط السكني المتكون من 05 غرف فما فوق المرتبة الأولى في العينة الريفية بنسبة 50.66% مقابل 18 % في العينة الحضرية، اما النمط السكني المتكون من ثلاثة غرف نفس المرتبة في العينة الحضرية بنسبة 48.66 % مقابل 15.33 % في العينة الريفية، في حين تتقارب النسبتان بين العينتين في ما يخص النمط السكني المتكون أربعة غرف حيث بلغ في العينة الريفية 27.33 % مقابل 25.33 % في العينة الحضرية

و عليه نستنتج بأن الأسرة الجزائرية تعاني كثيرا من ضيق السكنات حيث أن معظمها تحتوي على 3 غرف رغم ارتفاع عدد الأفراد المتكون من 08 إلى 10 أفراد و تنتشر هاته الظاهرة خاصة في الوسط احضري أين ترتفع الكثافة السكانية و انتشار العمارات ذات الشقق الضيقة .

## المبحث الثاني: المستوى الاقتصادي لأسر المبحوثات

### أولاً: الدخل الشهري للأسرة

إن دراسة الدخل والتعرف على كيفية توزيعه على الأسر سواء كانت ريفية أو حضرية ، يعتبر أمراً هاماً لمعرفة المستوى الاقتصادي و الاجتماعي لهذه للأسر، ونظراً لهذه الأهمية سنتناول بالدراسة و التحليل إجابات أفراد العينة حول مداخيل أسرهن الشهري .

#### جدول رقم(26)

يبين توزيع أفراد العينة وفقاً للدخل الشهري

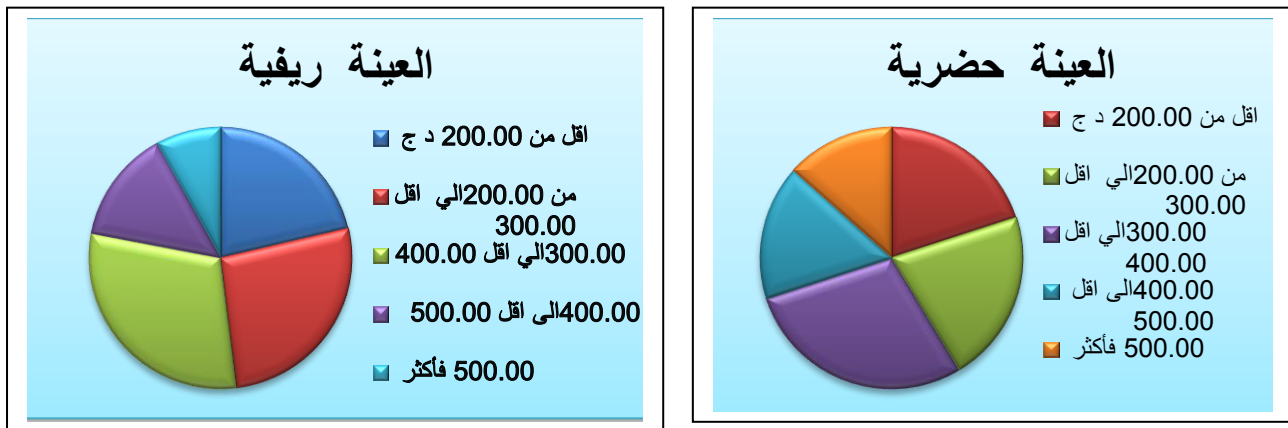
| العينة                        |  | العينة ريفية |       | العينة حضرية |       | المجموع |       |
|-------------------------------|--|--------------|-------|--------------|-------|---------|-------|
|                               |  | ك            | %     | ك            | %     | ك       | %     |
| فئات الدخل                    |  |              |       |              |       |         |       |
| اقل من 20.000 د ج             |  | 32           | 21.33 | 30           | 20    | 62      | 20.66 |
| من 20.000 الي اقل 30.000      |  | 40           | 26.66 | 32           | 21.33 | 72      | 24    |
| 30.000 د ج الي اقل 400.00 د ج |  | 45           | 30    | 43           | 28.66 | 88      | 29.33 |
| 40.000 د ج الي اقل 500.00 د ج |  | 21           | 14    | 25           | 16.66 | 46      | 15.33 |
| 500.00 د ج فأكثر              |  | 12           | 8     | 20           | 13.33 | 32      | 10.66 |
| المجموع                       |  | 150          | 100   | 150          | 100   | 300     | 100   |

يتضح من خلال الجدول رقم (26) الذي يبين إجابات المبحوثات حول الدخل الشهري لأسرهن أن أكبر نسبة اجبن بان الدخل الشهري للأسرة يتراوح ما بين (300.00 د ج 400.00) ألف د ج بنسبة 29.33%، ثم يليها في المرتبة الثانية فئة الدخل الشهري الذي يتراوح ما بين (20.000 و 30.000 ) ألف د ج بنسبة 24 % في حين احتلت الفئة التي يقل دخلها عن (20.000) ألف د ج المرتبة الثالثة بنسبة 20.66 % ، ثم يأتي الدخل الشهري للأسرة الذي يتراوح بين (40.000 و 50.000) د ج في المرتبة الرابعة بنسبة 15.33 % ، أما في المرتبة الأخيرة جاء الدخل الشهري للأسرة الذي يفوق ( 50.000 ) د ج بنسبة 10.66 %

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول الدخل الشهري للأسرة ، أن أكبر نسبة من المبحوثات في العينة الريفية اجبن بان دخل أسرهن يتراوح بين (20.000 و اقل من 30.000) د ج بنسبة 30 % مقابل 28.66 % في العينة الحضرية يليها

في المرتبة الثانية ربات البيوت اللواتي اجبن بان دخل أسرهن يتراوح بين (20.000 و اقل من 30.000) دج نسبة 25.66 % مقابل 21.33 % في العينة الحضرية في حين بلغت نسبة الأسر التي يقل دخلها الشهري عن 20.000 دج ب 21.33 % مقابل 20 % في العينة الحضرية ، أما عن المبحوثات اللواتي اجبن بان دخل أسرهن بين (40.000 و اقل من 50.000 ) بلغت نسبتهن 14 % في العينة الريفية مقابل 16.66 % في العينة الحضرية ، في حين جاءت إجابات المبحوثات اللواتي اجبن بان دخل أسرهن أكثر من 50.000 في المرتبة الأخيرة بنسبة 8 % في العينة الريفية مقابل 13.33 % في العينة الحضرية.

و يمكن تفسير التفاوت في الدخل بين المناطق الريفية و الحضرية وفقا لما جاء في دراسة قام بها الباحث عريقات محمد الحربي في كتابه التنمية و التخطيط الاقتصادي "ان هناك فئة معينة من السكان لا تزال مسيطرة بالكامل على الموارد المالية وعلى معظم الأنشطة الاقتصادية في الدولة ، مما يدل على أن الدخل غير موزع توزيعا عادلا بين فئات المجتمع ، ويعتبر تقليل التفاوت في توزيع الدخل والثروات هدفا من الأهداف الاجتماعية كما يضيف أيضا "أن للعولمة تأثير سلبي على اختلاف الدخل الذي سينعكس بالتأكيد على الدخل العائلي وكيفية توزيعه بين فئات المجتمع سواء في المنطقة الريفية أو المنطقة الحضرية"<sup>1</sup>.



الشكل البياني رقم ( 3 )

يبين توزيع أفراد العينة وفقا للدخل الشهري للأسرة

<sup>1</sup> عريقات ،حربي محمد ،"مقدمة في التنمية والتخطيط الاقتصادي"،جامعة الإسراء الخاصة-عمان، 1997،ص 56-57 .

## ثانيا مصادِر الدخل الشهري للأسرة :

تعددت مصادِر الدخل الشهري للأسرة الجزائرية فمنها الوظيفة و منها الأعمال الحرة و منها التقاعد ، و تختلف طبيعة هذه المصادِر حسب المنطقة سواء كانت ريفية أو حضرية .

جدول رقم ( 27 )

يبين توزيع أفراد العينة وفقا لمصادِر دخل الشهري الأسرة

| العينة<br>مصادر الدخل الشهري<br>بالأسرة |  | العينة ريفية |       | العينة حضرية |       | المجموع |       |
|-----------------------------------------|--|--------------|-------|--------------|-------|---------|-------|
|                                         |  | ك            | %     | ك            | %     | ك       | %     |
| الوظيفة                                 |  | 45           | 30    | 98           | 65.33 | 143     | 47.66 |
| أعمال حرة                               |  | 88           | 58.66 | 38           | 25.33 | 126     | 42    |
| المعاش و التقاعد                        |  | 17           | 11.33 | 14           | 9.33  | 31      | 10.33 |
| المجموع                                 |  | 150          | 100   | 150          | 100   | 300     | 100   |

يتضح من خلال الجدول رقم ( 27 ) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لمصادِر دخل الشهري للأسرة ، أن اكبر نسبة من المبحوثات اجبن بان مصدر الدخل الشهري الأسرة هي الوظيفة بنسبة 47.66 % ، ثم يليها الأعمال الحرة بنسبة 42 % في حين جاء مصدر الدخل الشهري من المعاش و التقاعد في المرتبة الأخيرة بنسبة 10.33 %.

أما عن أوجه التشابه و الاختلاف بين العينتين الريفية و الحضرية حول مصادِر دخل الشهري للأسرة ، يظهر أن هناك اختلاف و تفاوت في الإجابات، حيث احتلت الأعمال الحرة كمصدر للدخل الشهري المرتبة الأولى عند العينة الريفية بنسبة 58.66 % مقابل 25.33 % في العينة الحضرية ، في حين احتلت الوظيفة نفس المرتبة عند العينة الحضرية بنسبة 65.33 % مقابل 30 % في العينة الريفية ، أما عن مصدر الدخل من المعاش و التقاعد فقد احتل المرتبة الأخيرة عند العينتين بنسبة 11.33 % عند الريفيين مقابل 9.33 % عند الحضريين .

و عليه نستنتج أن أهم مصدر للدخل لدى الريفيين يعود إلى الأعمال الحرة باحتلالهم المرتبة الأولى، بينما الحضريون على الريف من حيث الوظائف، و يرجع هذا التفاوت و التباين في مصادِر الدخل ، كون معظم الأسر الحضرية تلجا إلى التوظيف في القطاع العام ضمانا

للمعاش و مستقبل العائلة بينما سكان الأرياف فهم يلجئون للأعمال الحرة التي يتوارثونها عن بعضهم مثل الزراعة و الصناعات التقليدية و الميكانيك و غيرها.

### ثالثا: مدى امتلاك أسرة المبحوثات للسيارة و أنواعها.

عرفت السوق الجزائرية في السنوات الأخيرة قفزة نوعية في مجال السيارات، خاصة بعد فتح الأسواق و دخول الشركات الأجنبية إلى البلاد حيث أصبحت تقدم عروضاً مغرية الأسرة الجزائرية مما جعلها ترغب في امتلاك السيارة هذا ما سوف نستعرضه من خلال الجدول التالي:

جدول رقم ( 28 )

يبين توزيع أفراد العينة وفقا لمدى امتلاك اسر المبحوثات للسيارة

| العينة<br>ملكية السيارة | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |       | المجموع |     |
|-------------------------|----------------|-------|----------------|-------|---------|-----|
|                         | ك              | %     | ك              | %     | ك       | %   |
| تمتلك                   | 98             | 65.33 | 106            | 70.66 | 204     | 68  |
| لا تمتلك                | 52             | 34.66 | 44             | 29.33 | 96      | 32  |
| المجموع                 | 150            | 100   | 150            | 100   | 300     | 100 |

يتضح من خلال الجدول رقم ( 28 ) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لمدى امتلاك الأسرة للسيارة ،أن 68 % من أفراد العينة أجابوا بان أسرهم تمتلك سيارة مقابل 32 % منهم لا يملكون السيارة .

و بالمقارنة بين العينتين الريفية و الحضرية يظهر أن 65.33 % من أفراد العينة الريفية تمتلك أسرهن السيارة مقابل 34.66 % لا تملك أسرهن السيارة، أما بالنسبة إلى العينة الحضرية ، فان الأسر التي تملك السيارة ،بلغت نسبتها 70.66 % مقابل 29.33 % لا تملك السيارة و هذا مؤشر على مدى تطور مداخل الأسر و تحسنها من ثم زاد الإقبال على شراء السيارات .

و يمكن تفسير هذه النتيجة وفقا لما جاء في إحصائيات وزارة الصناعة حيث بينت أن الجزائر قامت باستيراد 88 ألف سيارة عام 2011 بقيمة 79.9 مليار دينار أي أكثر من 1.1 مليار دولار أمريكي مقابل استيراد 63 ألف سيارة بقيمة 62.4 مليار دينار نحو 860 مليون دولار خلال نفس



الفترة من عام 2010<sup>1</sup> ، كما تشير الأرقام الرسمية حسب نفس المصدر إلى أن تسهيل الحصول على قروض السيارات، ساهم بانفجار واردات السيارات، و إقبال الواسع للأسر على اقتناءها و هذا مؤشر على تطور الاستهلاك التناخري في المجتمع الجزائري بصفة عامة و الأسرة بصفة خاصة .

## 2. نوع السيارة التي تمتلكها الأسرة

إن سهولة الحصول على السيارة من خلال عروض وكلاء الشركات سواء في القطاع العام أو الخاص ، جعل الأسرة الجزائرية تقبل و تسعى لشراء السيارة باعتبارها السيارة تحضى بمكانة اجتماعية للأسرة و من ثما تسعى الى الحصول عليها مهما كلفها ذلك ، و الجدول التالي يوضح لنا نوع السيارات التي تمتلكها اسر المبحوثات :

### جدول رقم (29)

يبين توزيع أفراد العينة حسب نوعية السيارة

| المجموع |     | العينة الحضرية |     | العينة الريفية |    | امتلاك السيارة<br>نوعها |
|---------|-----|----------------|-----|----------------|----|-------------------------|
| %       | ك   | %              | ك   | %              | ك  |                         |
| 21.07   | 43  | 16.98          | 18  | 25.51          | 25 | سيارة قديمة             |
| 37.68   | 78  | 33.96          | 36  | 42.85          | 42 | سيارة متوسطة            |
| 40.68   | 83  | 49.05          | 52  | 31.63          | 31 | سيارة جديدة             |
| 100     | 204 | 100            | 106 | 100            | 98 | المجموع                 |

يتضح من خلال الجدول رقم (29) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لنوعية السيارة التي تمتلكها اسر المبحوثات، أن اكبر نسبة اجبن بان الأسرة تملك سيارة جديدة بنسبة 40.68%، يليها في المرتبة الثانية السيارات المتوسطة بنسبة 37.68 % في حين جاءت السيارات القديمة في المرتبة الأخيرة بنسبة 21.07 % و هذا مؤشر آخر على مدى اقبال الاسرة الجزائرية على شراء السيارات الجديدة و تغير الدخل الاسري .

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه حول نوعية السيارة التي تملكها اسر المبحوثات ، يظهر أن الأسر التي تملك السيارات الجديدة تحتل نسبة اكبر في العينة الحضرية قدرت بـ 49.05 % في حين ترتفع نسبة الفئة التي تملك السيارات المتوسطة في العينة الريفية بـ 42.85 % أما

<sup>1</sup>وزارة الصناعة ، ميزانية استيراد السيارات لسنة 2011 .

عن السيارات القديمة فقد ارتفعت نسبتها في العينة الريفية ب 25.51 % مقابل 16.98 % في العينة الحضرية .

و يمكن تفسير هذه النتيجة في ضل التسهيلات التي تقوم بها الدولة في مجال السيارات و منها القروض الاستهلاكية بالنسبة للعقارات أو اقتناء السيارات حيث دفعت العديد من العائلات خاصة في المدن إلى اقتناء السيارات الجديدة بكل أنواعها و بأسعار مختلفة و هذا إن دل على شيء فانه يدل على الاتجاه نحو الاستهلاك التفاخري و الثقافة الاستهلاكية الجديدة في المجتمع الجزائري.

#### رابعا : مدى امتلاك المبحوثات للهاتف النقال و نوعه .

أصبح الهاتف النقال في السنوات الأخيرة من أهم وسائل الاتصال في المجتمع الجزائري إذ تمكن من غزو السوق الجزائرية في زمن قصير مما جعل امتلاكه في متناول مختلف شرائح المجتمع خاصة ربات البيوت هذا ما ستبينه إجابات المبحوثات فيما يلي :

جدول رقم(30)

يبين توزيع أفراد العينة وفقا لامتلاك الهاتف النقال

| العينة<br>ملكية الهاتف  |  | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |       | المجموع |       |
|-------------------------|--|----------------|-------|----------------|-------|---------|-------|
|                         |  | ك              | %     | ك              | %     | ك       | %     |
| يمتلكن الهاتف النقال    |  | 106            | 70.66 | 139            | 92.66 | 245     | 81.66 |
| لا يمتلكن الهاتف النقال |  | 44             | 29.33 | 11             | 7.33  | 55      | 18.33 |
| المجموع                 |  | 150            | 100   | 150            | 100   | 300     | 100   |

يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (30) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لمدى امتلاكهن للهاتف النقال ، أن 81.66 % من المبحوثات يمتلكن الهاتف النقال أما اللواتي لا يمتلكن الهاتف النقال قدرت نسبتهن ب 18.66 % من المجموع الكلي لأفراد العينة .

و بالمقارنة بين العينتين الريفية و الحضرية فان نسبة المبحوثات اللواتي يمتلكن الهاتف النقال في العينة الريفية بلغت نسبتهن 70.66 % ، بينما الفئة التي لا تملك الهاتف النقال فقد بلغت نسبتها 29.33 %، أما بالنسبة الى العينة الحضرية فقد بلغت نسبة الممتلكات للهاتف النقال 92.66 %، مقابل 7.33 % ممن لا يمتلكن الهاتف النقال.

و تفسيراً لهذه النسبة الكبيرة ممن يمتلكن الهاتف النقال يعود إلى كثرة توفر هاته الأجهزة في السوق ، و تواجد عدة معاملين مثل جيزي و نجمة و موبيليز ، فهي تروج و تفتح عروض محفزة و مغرية للمشاركين و هدفها الربح السريع ، حيث تغلغت هاته الثقافة الاستهلاكية الجديدة في و بذلك أصبح الهاتف النقال يعبر عن المكانة الاجتماعية و وسيلة ضرورية في حياة المواطنين ، و تشير الإحصائيات الصادرة عن الديوان الوطني للإحصاء الى ارتفاع اعباء الهاتف النقال حيث تتراوح فاتورة الهاتف النقال الواحد تراوح بين 1000 إلى 2000 دج، وهذا ما يجعل العائلة الجزائرية تنفق شهرياً ما بين 2000 إلى 5000 دج على الهاتف النقال، كما أن الهاتف النقال زاد في نفقات العائلة الجزائرية بنسبة 20 بالمائة<sup>1</sup>.

### أنواع الهاتف النقال المملوكة من قبل المبحوثات

و بالنسبة لنوع الهواتف المملوكة من قبل المبحوثات يظهر أن هناك أنواع عديدة من الهواتف النقالة تجعل المستهلك يختار في اختيار الأفضل و الأجمل و هذا يرجع بالدرجة الأولى إلى فتح الأسواق للشركات الأجنبية لعرض مختلف أنواع الهواتف النقالة ، فمنها علامة أجي و منها نوكيا و سامسونغ و غيرها .....الخ و الجدول الموالي سيوضح لنا نوع الهواتف المملوكة من قبل المبحوثات :

#### جدول (31)

يبين توزيع أفراد العينة حسب نوعية الهاتف النقال المملوك

| امتلاك الهاتف<br>نوعه | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |       | المجموع |       |
|-----------------------|----------------|-------|----------------|-------|---------|-------|
|                       | ك              | %     | ك              | %     | ك       | %     |
| نوكيا                 | 53             | 50    | 48             | 34.53 | 101     | 41.22 |
| سامسونغ               | 32             | 30.18 | 68             | 48.92 | 100     | 40.81 |
| أجي                   | 21             | 19.81 | 23             | 16.54 | 44      | 17.95 |
| المجموع               | 106            | 100   | 139            | 100   | 245     | 100   |

يتضح من خلال الجدول رقم (31) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقاً لنوع الهاتف الذي تملكه المبحوثات ، أن أكبر نسبة اجبن بأنهن يمتلكن الهاتف النقال من نوع نوكيا 41.22 %،

<sup>1</sup> تحقيق حول الإنفاق الاستهلاكي و مستوى حياة الأسرة ، الديوان الوطني للإحصاء، سبتمبر 2011 .

في حين بلغت نسبة المبحوثات ممن اجبن بامتلاك هاتف نقال من نوع سامسونغ نسبة 40.81 % ، أما بالنسبة إلى المبحوثات اللواتي اجبن بانهن يمتلكن الهاتف النقال من نوع ألجي فقد احتل المرتبة الأخيرة بنسبة 17.95 %.

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول نوعية الهاتف النقال المملوكة من قبل المبحوثات ، نجد ان الهاتف النقال من نوع نوكيا احتل الصدارة بنسبة 50 % لدى العينة الريفية مقابل 34.53 % لدى العينة الحضرية ، في حين سجل الهاتف النقال من نوع سامسونغ أعلى نسبة إجابات ربات البيوت في العينة الحضرية قدرت ب 48.92 % مقابل 30.18 % عند العينة الريفية ، أما الهاتف النقال من نوع ألجي فقد احتل المرتبة الأخيرة بنسبة 19.81 % في العينة الريفية مقابل 16.54 % في العينة الحضرية.

و عليه نستنتج بان هناك ثلاثة أنواع من الهواتف النقالة متواجدة عند ربات البيوت في الريف و المدينة حيث يحتل نوكيا و سامسونغ المراتب الأولى ، و هذا يرجع إلى مدى شهرة هذين النوعين و تواجدهما بكثرة في السوق الجزائرية على الرغم من توفر ماركات اخرى ، و تتنافس الشركات الأجنبية من اجل كسب ثقة المستهلك الجزائري ، و هذا ما شجع الاسر و الأفراد بمختلف شرائحهم على و هذا نمط جديد من انماط الثقافة الاستهلاكية حيث تشير بعض الإحصائيات الصادرة عن الديوان الوطني للحصاء ان هناك من الاشخاص من يمتلك 3 هواتف نقالة<sup>1</sup> .

### خامسا : مدى امتلاك اسر المبحوثات للأجهزة المنزلية

أصبحت الأسرة الجزائرية سواء في الريف او المدينة تتمتع بمختلف الأجهزة المنزلية الحديثة فمنهم من يملك ثلاجة و منهم من يملك المكيف الهوائي و غيرها من الأجهزة المنزلية ، و الجدول الموالي سيوضح لنا ذلك:

---

<sup>1</sup> Office nationale des statistiques.

الجدول رقم (32)

يبين توزيع أفراد العينة وفقا لاملاكهم للأجهزة المنزلية

| كمبيوتر |     | ميكرواند |     | مسخن الماء |     | غسالة أواني |     | طباخة |     | هاتف ثابت |     | مكيف |     | غسالة كهربائية |     | ثلاجة |     | الأجهزة المنزلية المنطقة |
|---------|-----|----------|-----|------------|-----|-------------|-----|-------|-----|-----------|-----|------|-----|----------------|-----|-------|-----|--------------------------|
| %       | ك   | %        | ك   | %          | ك   | %           | ك   | %     | ك   | %         | ك   |      | ك   | %              | ك   | %     | ك   |                          |
| 29      | 87  | 7.33     | 22  | 47.66      | 143 | 00          | 00  | 100   | 150 | 7.33      | 22  | 25   | 75  | 11.66          | 35  | 100   | 150 | العينة الريفية           |
| 71      | 213 | 92.66    | 278 | 49.33      | 148 | 10.33       | 31  | 100   | 150 | 92.66     | 278 | 75   | 225 | 88.33          | 265 | 100   | 150 | العينة الحضرية           |
| 100     | 300 | 100      | 300 | 100        | 300 | 100         | 300 | 100   | 300 | 100       | 300 | 100  | 300 | 100            | 300 | 100   | 300 | المجموع                  |

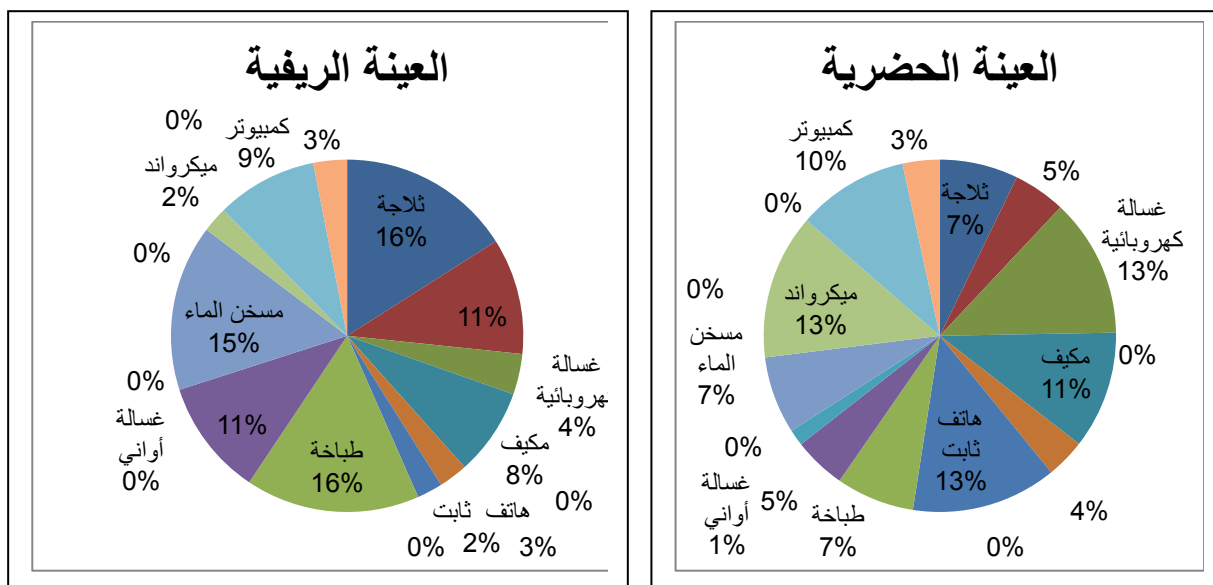
من خلال الجدول رقم(32) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لمدى امتلاك اسر المبحوثات للأجهزة المنزلية ، أن معظم أسرة المبحوثات سواء الريفية او الحضرية يمتلكن مختلف الأجهزة المنزلية من بينها الثلاثة و الطباخة التي احتلت المرتبة الأولى بنسبة 100 % في كلتا الحالتين ثم يليها الميكروواف و المكيف في المرتبة الثانية عند الأسرة الحضرية بنسبة 92.66% و ثم يأتي في المرتبة الثالثة الهاتف الثابت بنسبة 92.66% بالنسبة للعينة الحضرية و 3371. % بالنسبة للعينة الريفية ، أما امتلاك مسخن الماء فنجد أن 49.33 % من الأسر يملكونه لتأتي في المرتبة الأخيرة غسالة الأواني بنسبة 10.33 % اما بالنسبة لامتلاك جهاز الحاسوب فنجد أن الأسرة الريفية تمتلكه بنسبة 29% مقابل 71 % في الأسرة الحضرية .

أما عن الأجهزة المنزلية الأخرى مثل غسالة الأواني فان النسبة منعدمة عند العينة الريفية كذلك بالنسبة المكيف الذي وصلت نسبته 7.33 % ، أما عن المسخن الماء فمعظم الأسر تملكه إذ وصلت النسبة 47.66% ، في حين وصلت نسبة امتلاك الكمبيوتر 29 % ، أما الهاتف بلغت نسبته 25 %، وعن الغسالة الكهربائية فرغم حداثها فان 11.66% من الأسر الريفية تمتلكها .

و عليه نستنتج بأن الأسرة الحضرية و الريفية تهتم أكثر للأجهزة الكهرومنزلية الحديثة ، و هذا يرجع إلي التنوع في المنتجات في السوق الوطنية و الإعلانات المغرية كذلك التسهيلات في البيع من خلال القروض و التقسيط التي تدفع المواطن إلي اقتناء مختلف السلع الاستهلاكية حتى و إن كانت كمالية.

و تفسيراً لنتائج الجدول وفقاً لما جاء في دراسة لشلبي والقباني حول اختيار ربات البيوت للأجهزة المنزلية أن الأدوات والأجهزة المنزلية أصبحت ضرورة من ضروريات الحياة المعاصرة، تبعاً لمقتضيات معيشة الأفراد والتقدم الحضاري للمجتمع كما أصبحت جزءاً أساسياً في البيت الحديث، وهذه الأجهزة تتعدد وتتنوع بشكل كبير، وانتشر استخدامها بنسبة كبيرة لدى فئات المستهلكين المتنوعة، من حيث الدخل - والتعليم - والإقامة، لذلك يقارن المشتري ما يوجد منها في الأسواق على أساس ما يقدم له من الخدمات،

والضمان والتشكيلات من حيث اللون، والشكل والسعر... وغيرها كذلك يجب على الأسرة أن تحسن اختيار الأدوات والأجهزة المنزلية ، لأنها تعتبر من السلع المعمرة، التي ستعيش سنوات طويلة، ويحرص على استخدامها بالطريقة الصحيحة.<sup>1</sup>



#### شكل رقم 04

يبين امتلاك أسر المبحوثات للأجهزة المنزلية

<sup>1</sup> شلبي. وفاء فؤاد و القبانى. جيلان صلاح الدين ، " العلاقة بين استخدام الأدوات المنزلية الحديثة وبين كفاءة ربة الأسرة في إدارة المنزل "، مجلة الاقتصاد المنزلي، ع (٨)، الجمعية المصرية للاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان. 1992

## خلاصة

و على وجه العموم هناك تحسن في المستوى الاقتصادي و الاجتماعي للمبحوثات من خلال عدة مؤشرات منها:

- التعليم: حيث شهد هذا الأخير تحسنا سواء بالنسبة للزوج او الزوجة حيث وصلت النتائج ان الحضريات يتفوقن على الزوجات الريفيات من حيث المستوى التعليمي الجامعي الذي بلغ 18.66 % مقابل 6 % في العينة الريفية و الثانوي بنسبة 36.66 % مقابل 19.33 % في العينة الريفية في حين يتفوقن الريفيات في المستوى التعليمي المتوسطي بنسبة 28 % مقابل 24.66 % ، اما نسبة الأمية نجدها أكثر عند الريفيات بنسبة 8 % مقابل 2.66 % عند الحضريات .

- اما بالنسبة للدخل يظهر ان هناك فئة عريضة مازالت تعاني من ضعف دخلها حيث بلغت نسبة الفئة التي يقل دخلها عن 20.000 دج 20.66 % من المجموع الكلي للعينة في حين بلغت نسبة الفئة التي يتراوح دخلها اكثر من 50.000 دج نجدها مرتفعة في العينة الريفية بنسبة 13.33 % مقابل 8 % و هذا راجع إلى أن أهم مصدر للدخل عند الريفيات يعود إلى الأعمال التي بلغت نسبتها 58.66 % في حين ترتفع الفئة التي يتراوح دخلها ما بين 30.000 دج و 40.000 دج عند الحضريات و هذا راجع الى مصدر دخلها و هي الوظيفة التي بلغت 65.33 % .

- أما بالنسبة لمستوى التجهيز المنزلي فقد أظهرت النتائج أن اسر المبحوثات تتوفر على مختلف الأجهزة المنزلية كالثلاجة و مسخن الماء و التلفاز و غيرها.....

- أما بالنسبة للهاتف النقال فان معظم المبحوثات يمتلكن الهاتف النقال حيث بلغت نسبة المبحوثات اللواتي يمتلكن الهاتف النقال في العينة الريفية 70.66 % مقابل 92.66 % في العينة الحضرية .

- أما عن ملكية السيارة فقد أظهرت النتائج أن السيارة أصبحت تعبر عن المكانة الاجتماعية للأسرة حيث بلغت عدد الممتلكين للسيارة 70.66 % في العينة الحضرية مقابل 65.33 % في للعينة الريفية و معظم هاته السيارات هي جديدة حيث بلغت النسبة 40.68 % من للمجموع الكلي للعينة .



## الفصل الثالث

التلفزيون و الأسرة و البرامج المفصلة و نوع الأطباق  
المحضرة و الميزانية و أوجه الإنفاق الأسري

المبحث الأول : التلفزيون و الأسرة.

المبحث الثاني: المشاهدة التلفزيونية و أثرها على

تغير بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية الخاصة

بأطباق الطعام

## المبحث الأول: التلفزيون و الأسرة

### أولا : مدى امتلاك الأسرة لجهاز التلفزيون و أنواعه

يعتبر التلفزيون إحدى أهم وسائل الاتصال الجماهيري و هو مادة إعلامية هامة تنقل الكلمة المذاعة مصحوبة بالصوت و الصورة المتحركة لتصل إلى الناس في منازلهم، لهذا أصبح التلفزيون يعد من أهم الوسائل عند الأسرة هذا ما بينه الجدول التالي :

الجدول رقم (33)

مدى امتلاك أسر المبحوثات لجهاز التلفزيون

| العينة<br>مدى امتلاك |  | العينة الريفية |     | العينة الحضرية |     | المجموع |     |
|----------------------|--|----------------|-----|----------------|-----|---------|-----|
|                      |  | ك              | %   | ك              | %   | ك       | %   |
| تمتلك                |  | 150            | 100 | 150            | 100 | 300     | 100 |
| لا تمتلك             |  | 00             | 00  | 00             | 00  | 00      | 00  |
| المجموع              |  | 150            | 100 | 150            | 100 | 300     | 100 |

يتضح من خلال الجدول رقم (33) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لمدى امتلاك أسر المبحوثات لجهاز ، أن جميع أسر المبحوثات تمتلك جهاز التلفزيون بنسبة 100 % . و عليه يعد التلفزيون من أهم وسائل الإعلام حيث يقوم بدور فعال في التأثير على للأسرة ، و ذلك لما يعرضه من برامج متنوعه تتناسب مع الصغير و الكبير ، المتعلم و الغير المتعلم ، حيث يتميز بالقدرة الخارقة على الإقناع و السيطرة و التأثير ، و في هذا الصدد يرى البحث ماكلوهان انه "ما دامت الوسيلة جيدة فالرسالة حتما تكون جيدة و تسمح للمشاهد بالمشاركة و التفاعل العميق مع جهاز التلفزيون".<sup>1</sup>

و هذا ما يبين أهمية تواجد هذه الوسيلة عند الأسرة الريفية و الحضرية ، حيث أصبح من ضروريات الحياة و لا يمكن الاستغناء عنه،و تشير بعض الدراسات ان 96 % من افراد المجتمع الجزائري يشاهدون التلفزيون و 54 % يستمعون إلى الإذاعة.

<sup>1</sup> جمال العيفة ،الثقافة الجماهيرية ،منشورات جامعة باجي مختار ، غنابة ، 2003 ، ص 68- 69 .

## 2. عدد الأجهزة المملوكة

جدول رقم (34)

يبين توزيع أفراد العينة وفقا لعدد الأجهزة في الأسرة

| العينة<br>عدد الأجهزة | العينة الريفية |     | العينة الحضرية |       | المجموع |       |
|-----------------------|----------------|-----|----------------|-------|---------|-------|
|                       | ك              | %   | ك              | %     | ك       | %     |
| جهاز واحد             | 15             | 10  | 9              | 6     | 24      | 8     |
| جهازين                | 66             | 44  | 37             | 24.66 | 103     | 34.33 |
| ثلاثة أجهزة           | 42             | 28  | 85             | 56.66 | 127     | 42.33 |
| أربعة أجهزة           | 27             | 18  | 19             | 12.66 | 46      | 15.33 |
| المجموع               | 150            | 100 | 150            | 100   | 300     | 100   |

نلاحظ من خلال الجدول رقم (34) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لعدد الأجهزة المملوكة لدى أسر المبحوثات ، أن اكبر نسبة أجابت بان الأسرة تمتلك ثلاثة أجهزة في المنزل نسبة 37.33 %، يليها في المرتبة الثانية أسر المبحوثات التي تمتلك جهازين نسبة 34.33 % في حين جاءت الإجابات عن امتلاك الأربعة أجهزة في المرتبة الثالثة بنسبة 15.33 % و بالمقارنة بين العينتين الريفية و الحضرية حول عدد الأجهزة المملوكة لدى أسر المبحوثات يتضح أن العينة الريفية تتفوق على العينة الحضرية في عدد الأجهزة المملوكة حيث بلغت النسبة 44 % مقابل 24.66 % في العينة الحضرية، بينما تتفوق العينة الحضرية في عدد الأجهزة المملوكة و التي بلغ عددها ثلاثة أجهزة بنسبة 56.66 % مقابل 28 % ، في حين تتفوق العينة الحضرية في امتلاكها لأربعة أجهزة بنسبة 18% مقابل 12 % في العينة الريفية ، و هذا دليل قاطع على أهمية التلفزيون حيث لا يمكن للأسرة أن تستغني على جهاز التلفزيون سواء كان في المدينة أو في الريف ، فهو ضرورة مما جعله يكسب مكانة و أهمية كبيرة في المجتمع و مؤشر على تطور النمط الاستهلاكي للأسرة الجزائرية و تماشيها مع العصرية .

### 3. نوع الجهاز المملوك من قبل اسر المبحوثات

تسعى الأسر لامتلاك أجهزة تلفزيونية حديثة تماشيا مع العصرنة و تطور التقنيات التكنولوجية ، لكن هذا سيتوقف على إمكانيات الأسرة ماديا و اقتصاديا و الجدول التالي سيوضح لنا ذلك:

جدول رقم (35)

يبين توزيع أفراد العينة وفقا لنوع الجهاز في الأسرة

| العينة<br>نوع الجهاز | العينة الريفية |     | العينة الحضرية |       | المجموع |       |
|----------------------|----------------|-----|----------------|-------|---------|-------|
|                      | ك              | %   | ك              | %     | ك       | %     |
| جهاز قديم            | 15             | 10  | 8              | 5.33  | 23      | 7.66  |
| جهاز جديد            | 135            | 90  | 142            | 94.66 | 277     | 92.33 |
| المجموع              | 150            | 100 | 150            | 100   | 300     | 100   |

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (35) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لنوع الجهاز التلفزيوني المملوكة لدى اسر المبحوثات أن اكبر نسبة من اسر هؤلاء المبحوثات يمتلكن جهازا تلفزيونيا جديدا بنسبة 92.33 % مقابل 7.66 % من اسر المبحوثات يمتلكن جهازا تلفزيونيا قديما .

أما عن أوجه التشابه و الاختلاف حول نوع الجهاز المملوك لدى اسر المبحوثات ان هناك تقارب في الإجابات حيث بلغت نسبة امتلاك الأجهزة الجديدة عند الأسرة الريفية 90% مقابل 94.66 % في العينة الحضرية أما عن نسبة امتلاك الأجهزة القديمة عند اسر المبحوثات في العينة الريفية 10 % مقابل 5.33 % في العينة الحضرية .

و يمكن إرجاع إقبال الأسر على امتلاك أجهزة التلفزيون الجديدة هو سعيها إلى مواكبة العصرنة و تماشيا مع الانفتاح على العالم الخارجي و توفر العدد الهائل من الأجهزة الالكترونية في السوق الجزائرية ، حيث شجعت مختلف المؤسسات البيع بالتقسيط في شراء الأجهزة الكهرومنزلية ، مما حفز الأسرة على الاتجاه نحو الحصول على احدث الأجهزة الالكترونية بما فيها التلفزيون و هذا مظهر من مظاهر الثقافة الاستهلاكية الجديدة و إغراق السوق بسلع ووسائل تكنولوجية بما فيها التلفزيون .

بالإضافة إلى ذلك تخفيض الأسعار لبعض الأجهزة الالكترونية بما فيها التلفزيون جعل هاته الشركات تتفوق من ناحية السعر، وكذا النوعية، فأصبحت بعض الأسر عاجزة أمام المغريات التي تفوق قدرتها الشرائية ، في حين تقدم بعض الأسر اقتناء هذا الجهاز حتى لو أدى ذلك للجوء إلي التقسيط .

## ثانيا: البرامج المفضلة لدى المبحوثات

لقد ساعد انتشار التلفزيون وما يتمتع به من خصائص إلى خلق نوع من الاحتكاك و الألفة بينه و بين ربات البيوت ، من خلال البرامج التي يعرضها فمنها السياسية و الثقافية و الاجتماعية ، فهي تلبي مختلف الأذواق ربات البيوت هذا ما سنكتشفه من خلال إجابات المبحوثات .

### جدول رقم ( 36 )

يبين توزيع المبحوثات وفقا للبرامج المفضلة

| المجموع | العينة الحضرية |        | العينة الريفية |        | العينة<br>البرامج المفضلة |
|---------|----------------|--------|----------------|--------|---------------------------|
|         | ك              | %      | ك              | %      |                           |
| 7.33%   | 22             | 22%    | 33             | 6%     | 9                         |
| 1.66%   | 5              | 2%     | 3              | 1.33%  | 2                         |
| 27.33%  | 41             | 18.66% | 28             | 9.33%  | 14                        |
| 9.66%   | 29             | 22%    | 33             | 6.66%  | 10                        |
| 3%      | 9              | 2.66%  | 4              | 3.33%  | 5                         |
| 9.33%   | 28             | 8%     | 12             | 11.33% | 17                        |
| 40.33%  | 121            | 40.66% | 61             | 46.66% | 70                        |
| 11.33%  | 34             | 11.33% | 17             | 14%    | 21                        |
| 3.66%   | 11             | 6%     | 9              | 1.33%  | 2                         |
| 100%    | 300            | 100%   | 150            | 100%   | 150                       |

نلاحظ من خلال الجدول رقم ( 36 ) الذي يبين توزيع المبحوثات وفقا للبرامج المفضلة عندهن ، حيث حظيت الأفلام و المسلسلات عند كل من الأسرة الريفية و الحضرية على السواء بأعلى نسبة مشاهدة قدرت ب 40.66 % من المجموع الكلي للعينة ، ثم تليها في المرتبة

الثانية حصص الطبخ بنسبة 27.33 % في حين جاءت البرامج الدينية في المرتبة الثالثة بنسبة 11.33 % ، ثم تليها الحصص الاجتماعية في المرتبة الرابعة بنسبة 9.33 % ، بينما تساوت نسبة مشاهدة البرامج الثقافية و الترفيهية بنسبة 6 % لكل منهما كما تساوت أيضا البرامج الرياضية و السياسية لكل منهما بنسبة 1.33 % .

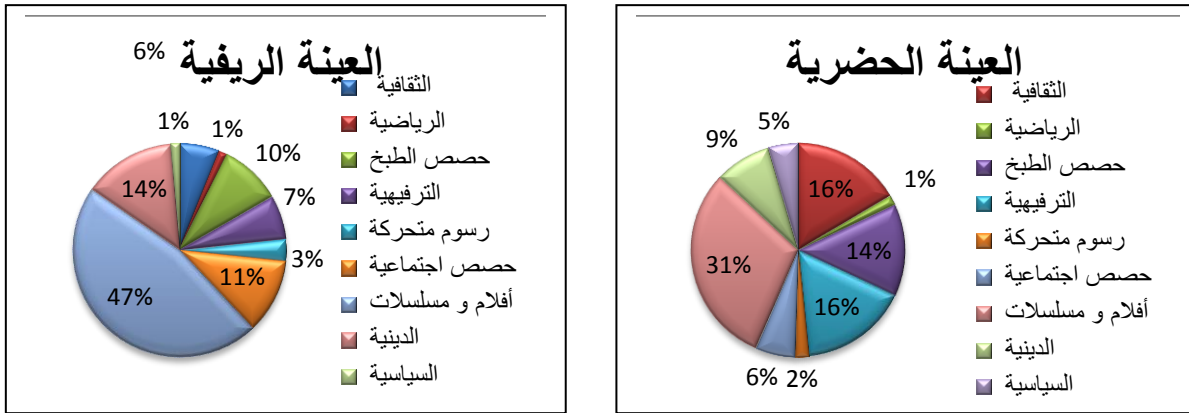
و بالمقارنة بين العينتين الريفية الحضرية ، نجد ان هناك تشابه في الميول والأذواق إذ تحتل الأفلام و المسلسلات المرتبة الأولى لدى المبحوثات في كل من الريف و المدينة ، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على المكانة والحظوة الاجتماعية التي تنفرد بها هاته البرامج لما تتميز به من التنوع و التسلية فهي تلبي أذواق ربات البيوت أما عن البرامج الدينية فهي تحتل اكبر نسبة في المنطقة الريفية قدرت ب 14% في حين تنخفض النسبة في العينة الحضرية بنسبة 11.33 % و هذا قد يرجع إلي طبيعة المنطقة و التنشئة الاسرية التي تتميز بالمحافظة على الأصول الدينية ، و هذا ما يؤكد الجانب الايجابي القنوات الفضائية في تعديل السلوك ونشر الخير وتعميمه.

أما برامج الطبخ فقد حظيت باهتمام ربات البيوت في الأسرة الحضرية أكثر من الأسرة الريفية إذ قدرت النسبة 18.66% في العينة الحضرية مقابل 9.33 % لدى العينة الريفية اما البرامج الترفيهية و الثقافية فقد عرفت ارتفاع في نسبة المشاهدة في العينة الحضرية التي قدرت ب 22 % و 6 % في العينة الريفية.

و تتفق النتيجة مع ما توصلت اليه بعض الدراسات السابقة مثل دراسة درويش حيث هدفت دراسة إلى التعرف على تأثير المسلسلات العربية في إدراك الشباب لبعض المشكلات الاجتماعية، التي تفسر حدوث تأثيرات الغرس من خلال سهولة استدعاء المعلومات من الذاكرة (موجة الإتاحة). توصلت الدراسة إلى أن مشاهدة المسلسلات تلعب تأثيرا هاما في إدراك الشباب المشكلات الاجتماعية.

كذلك دراسة زهره بنت علوي بن هاشم الخضاب المطبقة على طالبات المرحلة الثانوية بمحافظة النعيرية بالمنطقة الشرقية من المملكة العربية السعودية، بعنوان القنوات الفضائية وبعض القيم الاجتماعية، و من أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة هي :

إن برامج المسلسلات والأفلام من ضمن بقية البرامج موضوع الدراسة ، لها علاقات ارتباط موجبة مع العلاقات الأسرية والقيم المتعلقة بالصدقة والسلوك الاستهلاكي.<sup>1</sup>



الشكل رقم (05)

يبين البرامج المفضلة عند العينة الريفية و الحضرية

### ثالثاً: أهم القنوات الفضائية المفضلة لدى المبحوثات و أسباب اختيارها.

لقد أصبحت القنوات الفضائية في عصرنا الراهن تمتلك قدرة فائقة على تخطي حدود المكان والزمان ، فهي تساهم بشكل كبير في بناء ثقافة المجتمع وتشكيل أفكاره كما أنها استطاعت بفضل انتشارها في المجتمع الجزائري بشكل كبير وملفت، إذ تزود الأسرة خاصة ربات البيوت بالمعلومات حول ثقافة الاستهلاك من خلال البرامج التي تعرض سواء في القنوات الوطنية أو العربية أو الأجنبية هذا ما سنكتشفه من خلال إجابات المبحوثات حول أهم القنوات المفضلة لديهن.

<sup>1</sup> إبراهيم حمد المبرز، " القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية لدى طلاب الثانوية العامة بمدينة الرياض"، دراسة مقدمة إلى قسم الاجتماع بكلية العلوم الإجتماعية بجامعة الإمام محمد بن سعود لنيل درجة الماجستير ، المملكة العربية السعودية ، 2011.

### جدول رقم (37)

بين توزيع المبحوثات وفقا للقنوات المفضلة ليدهن

| العينة<br>القنوات المفضلة |     | العينة الريفية |     | العينة الحضرية |       | المجموع |       |
|---------------------------|-----|----------------|-----|----------------|-------|---------|-------|
|                           |     | ك              | %   | ك              | %     | ك       | %     |
| القناة الوطنية            | 32  | 21.33          | 6   | 4              | 12.66 | 38      | 12.66 |
| القنوات العربية           | 110 | 73.33          | 88  | 58.66          | 66    | 198     | 66    |
| القنوات الأجنبية          | 8   | 5.33           | 56  | 37.33          | 21.33 | 64      | 21.33 |
| المجموع                   | 150 | 100            | 150 | 100            | 300   | 100     | 100   |

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (37) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لنوع القناة المفضلة عند المبحوثات، أن أكبر نسبة اجبن بأنهن يفضلن القنوات العربية بنسبة 66 % ثم تليها في المرتبة الثانية القنوات الأجنبية بنسبة 21.33 % ، و أخيرا تأتي القنوات الوطنية التي احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة 12.66 % ، لكن الشيء اللافت للنظر هنا هو ان المشاهدة التي تجمع ما بين القنوات العربية و الأجنبية جاءت مرتفعة .

و بالمقارنة بين العينتين الريفية و الحضرية، يتبين أن القنوات الأجنبية تلقى اهتماما بالغا عند العينة الحضرية بنسبة 37.33 % مقارنة مع العينة الريفية التي وصلت نسبتها إلى 5.33 % و هذا قد يرجع إلي المستوى الثقافي للأفراد و ما تقدمه هاته البرامج من ترويج لإشباع حاجات و رغبات ربات البيوت في هذا النوع من الأسرة، أما القنوات العربية فتحضي بأعلى عند العينة الريفية ب 73.33 % مقابل 58.66 % في العينة الحضرية ، أما القنوات الوطنية فتلقى اهتمام من العينة الريفية بنسبة 21.33 % مقابل 4 % في العينة الحضرية .

و تتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسة التي قام بها كل من عبد القادر بن الشيخ، و د. محمد حمدان في دراسة حول الجمهور العربي والبت التلفزيوني المباشر عبر القنوات الفضائية العربية، في الوسط الحضري حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة الجمهور العربي بالقنوات الفضائية، من حيث معدل وقت المشاهدة لها، وأصناف البرامج المفضلة، والقنوات التي يفضلون مشاهدتها، وتأثير ذلك في مشاهدتهم للقنوات الوطنية، وقد طبقت الدراسة في أربعة أقطار عربية هي كل من مصر وتونس والإمارات العربية المتحدة، وبلغ حجم العينة 400 مبحوث من الوسط الحضري. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:



\* انخفاض حجم مشاهدة القنوات الوطنية، مقابل ارتفاع في الرصيد الزمني لمشاهدة القنوات الفضائية العربية والأجنبية.

\* حجم مشاهدة القنوات الأجنبية أكبر من حجم مشاهد للقنوات العربية.

\* أن القنوات الفضائية الأجنبية تستهوي برامجها قرابة نصف المستجوبين الأردنيين والإماراتيين والمصريين وثلثي المستجوبين التونسيين.

\* معدل ساعات المشاهدة اليومية يقارب الساعتين، وأهم القنوات الفضائية الأجنبية هي القنوات الفرنسية.<sup>1</sup>

### أسباب اختيار القنوات الفضائية لدى المبحوثات:

إن البرامج التلفزيونية التي تعرضها القنوات الفضائية وثيقة الصلة بالمقومات الأساسية لهوية المشاهد فهي تحاول استقطاب أكبر عدد ممكن من المشاهدين بمختلف أعمارهم من خلال التنوع في البرامج و تلبية أذواقهم ،و هذا الاختيار يتوقف على العديد من الأسباب تجيب عليها المبحوثات من خلال نتائج الجدول .

#### جدول رقم (38)

يبين توزيع أفراد العينة وفقاً لأسباب اختيار القنوات الفضائية

| العينة<br>الأسباب      |  | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |       | المجموع |       |
|------------------------|--|----------------|-------|----------------|-------|---------|-------|
|                        |  | ك              | %     | ك              | %     | ك       | %     |
| التنوع في البرامج      |  | 52             | 34.66 | 22             | 14.66 | 74      | 24.66 |
| تطوير اللغة            |  | 18             | 12    | 11             | 7.33  | 29      | 9.66  |
| تقنيات التصوير العالية |  | 41             | 27.33 | 58             | 38.66 | 99      | 33    |
| متابعة أخبار الوطن     |  | 27             | 18    | 17             | 11.33 | 44      | 14.66 |
| إثراء المعلومات        |  | 12             | 8     | 42             | 28    | 54      | 18    |
| المجموع                |  | 150            | 100   | 150            | 100   | 300     | 100   |

يتضح من خلال الجدول رقم (38) الذي يبين رأي المبحوثات حول أسباب اختيار القنوات الفضائية، أن أكبر نسبة من المبحوثات اجبن بأن السبب الأول لاختيار القنوات الفضائية

<sup>1</sup> د . عبد القادر بن الشيخ، د. محمد حمدان، "الجمهور العربي والبنث التلفزيوني المباشر غير القنوات الفضائية العربية، الوسط الحضري"، بحث مقدم لإتحاد إذاعات الدول العربية ، تونس 1996 .

تقنيات الصوت و الصورة ب 33 % ، يليها في المرتبة الثانية التنوع في الأخبار بنسبة 24.66 %، في حين جاءت الإجابات الخاصة بإثراء المعلومات في المرتبة الثالثة بنسبة 18 % ، يليها في المرتبة الرابعة متابعة الأخبار الوطن بنسبة 14.66 % ، في حين جاءت الإجابات الخاصة بتطوير اللغة في المرتبة الأخيرة بنسبة 9.66 %.

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول أسباب اختيار القنوات الفضائية العربية و الاجنبية عن الوطنية ، فجاءت أعلى الإجابات الخاصة بتقنيات الصوت و الصورة لدى العينة الحضرية بنسبة 38.66 % مقارنة مع العينة الريفية التي وصلت نسبته 27.33 %، أما التنوع ي البرامج فقد احتل أعلى نسبة في العينة الريفية قدرت ب 34.66 % ، بينما انخفضت النسبة عند العينة الحضرية ب 14.66 % .

و يظهر مما سبق ان هناك تاثير كبير لهاته القنوات على مختلف شرائح المجتمع و لا سيما شريحة الاطفال و الشباب و النساء تدعيما لهذه النتيجة وفقا لما جاء في دراسة قام بها علي العتيبي ، التي تهدف إلى معرفة حجم و أنماط تعرض أفراد المجتمع السعودي للقنوات الفضائية نتيجة تعدد القنوات ، و معرفة دوافعهم وراء اختيار القنوات ، حيث استخدم الباحث أسلوب المسح لعينة مكونة من ( 2892 ) مفردة بطريقة عشوائية من مختلف مناطق السعودية و من أهم نتائج الدراسة أن ابرز دوافع استخدام أفراد العينة للقنوات الفضائية هي الدوافع معلوماتية ، المعرفية و الترفيهية و الصوت و الصورة ، و قد تفاوتت أفضليات أفراد عينة مشاهدي القنوات الفضائية تجاه نوعية البرامج التي تقدمها حيث احتلت البرامج الإخبارية المرتبة الأولى ، و البرامج الاجتماعية المرتبة الثامنة<sup>1</sup> .

#### رابعا: كيفية مشاهدة التلفزيون و الموقف من قطع بعض القنوات الفضائية

لقد أصبح التلفزيون اليوم يحتل أهميه بالغة الأثر ليس على الصعيد الإعلامي فحسب وإنما على جميع أنماط الحياة، فهو يعمل بطريقه أو بأخرى في التأثير على حياتنا سلبا أو إيجابا خاصة في كيفية ونوعية المشاهدة فهناك من يرغب في مشاهدة التلفزيون مع أفراد الأسرة و هناك من يشاهده فرديا هذا ما ستبينه نتائج الجدول :

<sup>1</sup> علي العتيبي، استخدامات الجمهور للقنوات الفضائية و اشباعاتها ، رسالة الدكتوراه ، جامعة الإمام محمد سعود الإسلامية ، كلية الدعوة و الإعلام ، قسم الإعلام ، 2004 .

### جدول رقم (39)

يبين توزيع المبحوثات وفقا لكيفية مشاهدة التلفزيون

| المجموعة |     | العينة الحضرية |     | العينة الريفية |     | المنطقة        |
|----------|-----|----------------|-----|----------------|-----|----------------|
| %        | ك   | %              | ك   | %              | ك   | كيفية المشاهدة |
| 58.33    | 175 | 27.33          | 41  | 89.33          | 134 | جماعيا         |
| 41.66    | 125 | 72.66          | 109 | 10.66          | 16  | فرديا          |
| 100      | 300 | 100            | 150 | 100            | 150 | المجموع        |

يتضح من خلال الجدول رقم (39) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لكيفية مشاهدة التلفزيون ، أن اكبر نسبة أجبن بأنهن يشاهدن التلفزيون جماعيا ب 58.33% ، بينما بلغت الإجابات حول المشاهدة الفردية للمبحوثات نسبة 41.66 % .

أما عن أوجه التشابه و الاختلاف بين العينتين الريفية و الحضرية حول كيفية مشاهدة التلفزيون فإننا نجد أن هناك تباينا حول المشاهدة الجماعية للتلفزيون حيث جاءت الاجابات مرتفعة لدى العينة الريفية 89.33 % مقابل 27.33 % في العينة الحضرية ، و حول المشاهدة الفردية بلغت النسبة 10.66 % لدى العينة الريفية مقابل 72.66 % في العينة الحضرية.

و هكذا تظهر الاختلافات بين اجابات المبحوثات حول كيفية المشاهدة التلفزيونية فهناك اتجاه نحو المشاهدة الفردية للتلفزيون لدى الحضرين أكثر من الريفين وتتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسة التي قام بها محمد عبد البديع محمد حول أثر القنوات التلفزيونية على بعض قيم الأسرة المصرية حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير القنوات التلفزيونية على القيم لدى الأسرة المصرية ، و قد توصلت الدراسة الى : وجود علاقة ارتباطيه شديدة بين مشاهدة القنوات الوافدة وبين ظروف المشاهدة بصورة جماعية أو فردية؛ وأن من أهم الآثار السلبية لهذه القنوات هو اكتساب قيم وسلوكيات لا تتفق مع قيمنا وعاداتنا العربية؛ وأنها تعمل

على إشاعة الميول الاستهلاكية لدى الأسر و الأفراد كالترفيه والتأثير على الهوية العربية، إضافة إلى تأثيرها على القيم الاجتماعية<sup>1</sup>.

كما أضاف د عيسى عصام علوان حول "التلفزيون في العصر الرقمي في مواجهة التغيير حيث يقول بعد أن جاءت التقنية الرقمية لتجعل عملية الاستقبال شيئاً مختلفاً عما كانت عليه حيث يستطيع الآن كل فرد أن يشاهد مواده من الأفلام والبرامج المفضلة وحده بأي وسيلة يريد ، في الوقت الذي يريد وبهذا سيكون اجتماع العائلة، ولو بشكل عرضي شيئاً كان يتفق وتقنيات الزمن الماضي و انتقال المجتمع من التقليدي إلى العصري<sup>2</sup>.

## **المبحث الثاني: المشاهدة التلفزيونية و أثرها على تغير بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية الخاصة بأطباق الطعام**

يعد التلفزيون من أكثر وسائل الاتصال الجماهيري، و أقوى الأجهزة الإعلامية تأثيراً في المتلقي و ذلك من خلال التأثيرات التي يحدثها في عقول و أذهان المشاهدين خاصة في أذواقهم و أنماطهم الاستهلاكية.

### **أولاً: أطباق الطعام المحضرة**

لقد عرف النمط الاستهلاكي و الثقافة الاستهلاكية للأسرة الجزائرية الخاصة بإعداد و تحضير أطباق الطعام و اختيار وجبات الطعام تغيرات هامة ، وهذا ما سوف نتعرف عليه من خلال إجابات المبحوثات في الجدول الموالي .

---

<sup>1</sup> محمد عبد البديع محمد، " أثر القنوات التلفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية"، رسالة دكتوراه ، جامعة الزقازيق، مصر ، 2000.

<sup>2</sup> عصام علوان ، " التلفزيون في العصر الرقمي في مواجهة التغيير"، مجلة الأكاديمي، العدد 52 ، 2009 ، ص 123

#### جدول رقم (40)

يبين توزيع أفراد العينة وفقا لنوع الأطباق التي يحضرونها في المنزل

| نوع الأطباق       | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |       | المجموع |       |
|-------------------|----------------|-------|----------------|-------|---------|-------|
|                   | ك              | %     | ك              | %     | ك       | %     |
| الأطباق التقليدية | 16             | 10.66 | 25             | 16,66 | 41      | 13.66 |
| الأطباق العصرية   | 33             | 22    | 41             | 27,33 | 74      | 24.66 |
| الاثنين معا       | 101            | 67,33 | 84             | 56    | 185     | 61,66 |
| المجموع           | 150            | 100   | 150            | 100   | 300     | 100   |

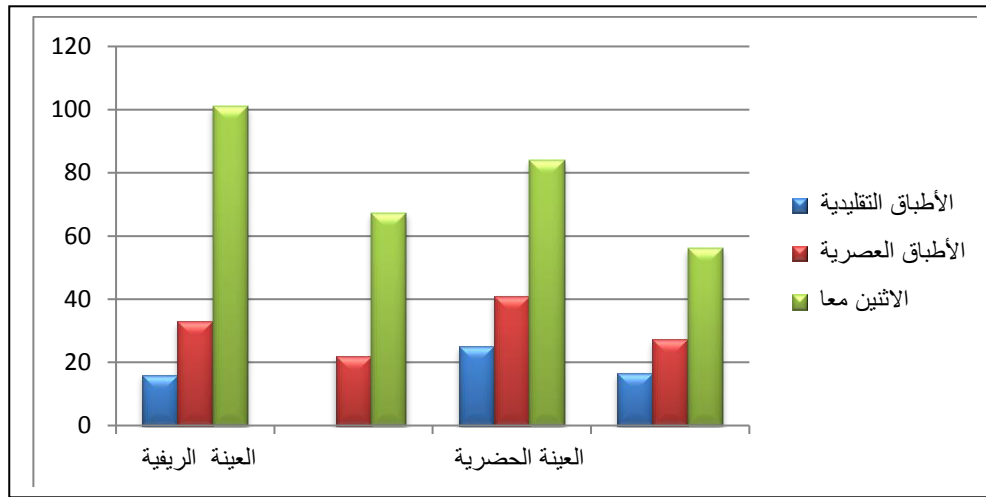
نلاحظ من خلال الجدول رقم (40) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لنوع الأطباق التي يحضرونها في المنزل أن النسبة الأكبر تعود إلى المزج بين الأطباق العصرية و التقليدية ب 61,66 % تليها في المرتبة الثانية الأطباق العصرية بنسبة 24.66 % و في المرتبة الأخيرة تعود إلى الأطباق التقليدية بنسبة 10.66 % .

أما عن أوجه التشابه و الاختلاف بين العينتين الريفية و الحضرية حول نوع الأطباق المحضرة في المنزل، أن هناك اختلاف في نوع الأطباق حيث تعلو نسبة الأطباق العصرية لدى العينة الحضرية ب 27.33 % مقابل 22 % في العينة الريفية، أما الأطباق التقليدية ترتفع نسبتها في العينة الحضرية ب 16,66 % مقابل 10.66 % في العينة الريفية أما التنوع في الأطباق بين التقليدي و العصرية فقد سجل أعلى نسبة في العينة الريفية ب 67.33 % مقابل 56 % في العينة الحضرية .

و يعود هذا التنوع في النمط الاستهلاكي حسب بعض المختصين في علم الاجتماع إلى تغلغل وسائل الإعلام بقوة في الوسط الاجتماعي فضلا عما تقدمه القنوات الفضائية حول تنوع الأطباق بالإضافة انتشار فضاءات التسوق و توفر السلع بقوة ، الأمر الذي اثر على تغير بعض العادات و أنماط الاستهلاكية لدى الأسرة و الأفراد في كل من الريف و الحضر ، كما أن خروج المرأة للعمل و احتكاكها بالوسط الاجتماعي يجعلها أكثر اطلاعا على السلع و المنتجات الغذائية مما يسمح لها بالتسوق و اتخاذ قرارات الشراء .

كما يفسر لنا بولان و نيراك ( Poulain J-P, et Neirinck E ) في دراسة عن تاريخ الطبخ و التغيرات التي طرأت عليه حيث يقولان أن المجتمعات التي تعتمد على ممارسة فلاحية متنقلة يعتبر فيها جني الثمار و الزراعة جزء من الطبخ ،حيث يصبح الجني و الحصول على هذه المنتجات النباتية تابعا للأعمال المنزلية و الأنماط التقليدية مما يجعلها كلا متكاملًا ، على العكس المجتمعات الصناعية ، فان مجموعة كبيرة من الأعمال خرجت من الفضاء المنزلي و تم التكفل بها من طرف القطاع التجاري مغيرا بذلك النمط الاستهلاكي و منقصا بذلك أهمية النشاط الإنتاجي للمنزل و الخط الفاصل بين داخل و خارج المنزل يسمح لنا برؤية التحولات في التغذية المعاصرة

1



الشكل رقم (06)

أنواع الأطباق المحضرة في المنزل في كل من المدينة و الريف

<sup>1</sup> Poulain J-P, et Neirinck E," **Histoire de la cuisine et de cuisiniers, techniques culinaireset manières de table en France du moyen âge a nos jours**", Paris, Lenore, 1er édition 1988, 2000,p36.

## ثانيا: من يقوم بالإعداد و التحضير و اختيار الوجبات

أصبح تحضير الأطباق اليوم لا يقتصر على الأم فقط بل تعداه إلى بعض الأفراد الآخرين من الأسرة، مثل البنت الأكبر و الجدة الخ .. هذا ماستبينه لنا إجابات المبحوثات من خلال الجدول التالي :

جدول رقم (41)

يبين توزيع أفراد العينة وفقا للشخص الذي يقوم بإعداد و تحضير الأطباق

| العينة<br>من يقوم<br>بإعداد<br>الأطباق |  | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |       | المجموع |       |
|----------------------------------------|--|----------------|-------|----------------|-------|---------|-------|
|                                        |  | ك              | %     | ك              | %     | ك       | %     |
| الأم                                   |  | 77             | 51,33 | 49             | 33    | 126     | 42    |
| البنت الأكبر                           |  | 22             | 14.66 | 26             | 17,33 | 48      | 16    |
| الجدة                                  |  | 7              | 4,66  | 0              | 0     | 7       | 2,33  |
| الأم و البنت الأكبر                    |  | 44             | 29    | 63             | 42    | 107     | 35,66 |
| الأب                                   |  | 0              | 0     | 12             | 8     | 12      | 4     |
| المجموع                                |  | 150            | 100   | 150            | 100   | 300     | 100   |

نلاحظ من خلال الجدول رقم (41) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا للشخص الذي يقوم بالإعداد و تحضير الأطباق، أن اكبر نسبة من أفراد العينة أجابت بأن الأم هي التي تقوم بإعداد و تحضير الأطباق بنسبة 42 % يليها الأم و البنت الأكبر بنسبة 35.66 %، ثم يليها البنت الأكبر بنسبة 16 %، بينما تتقلص نسبة الأب لتصل 4 % و في الأخير الجدة بنسبة 2.33 %.

أما فيما يتعلق بأوجه التشابه و الاختلاف بين العينتين الريفية و الحضرية حول الشخص الذي يقوم بإعداد و تحضير الأطباق، فإننا نجد بالنسبة للعينة الريفية اكبر نسبة تعود إلى الأم اذ قدرت ب 51.33 %، ثم يليها البنت الأكبر بنسبة 14.66 % بينما تتقلص نسبة الجدة لتصل

4.66 %، اما بالنسبة للعينه الحضرية نجد نفس النتيجة حيث تتصدر الأم و البنت الأكبر المرتبة الأولى بنسبة 42 % ، يليها الأم بنسبة 33 %، ثم يليها البنت الأكبر بنسبة 17.33 % في حين تقلص نسبة الأب لتصل 8 %.

و هذا ما يفسر لنا أن الأم مازالت هي المسؤولة عن الطبخ سواء في الريف أو في المدينة، فهي تلعب دورا رئيسا في الإعداد وتحضير الأطعمة رغم التحولات التي عرفتة الأسرة بخرج المرأة إلى العمل لكن بقي الطبخ من اختصاص ربة البيت حيث يقول بولان " أن التحولات التي حصلت على مستوى الفضاء الاجتماعي الغذائي و كيف أن ربة البيت أصبحت لا تحتل ذلك الموضع المركزي كما كان في أعوام الستينات ، و رغم التغير البطيء في الأدوار الاجتماعية في المنزل ، يبقى العمل المنزلي المرتبط بالتغذية في غالبيته من اختصاص العنصر النسوي.<sup>1</sup>

### ثالثا : من يختار وجبات الطعام للأسرة

لقد تبين لنا مما سبق أن الأم مازالت تلعب الدور الرئيسي في تحضير و اعداد الأطباق سواء تعلق الأمر بالعينه الريفية أو العينه الحضرية، و لكن هل تلعب دورا أيضا في اختيار وجبات الطعام، هذا ما سنكتشفه من خلال إجابات المبحوثات .

#### جدول (42)

يبين توزيع أفراد العينة وفقا للشخص الذي يختار وجبة الطعام للأسرة

| المجموع |     | العينة الحضرية |     | العينة الريفية |     | العينة<br>من الذي يختار<br>وجبات الطعام للأسرة |
|---------|-----|----------------|-----|----------------|-----|------------------------------------------------|
| %       | ك   | %              | ك   | %              | ك   |                                                |
| 2       | 6   | 00             | 0   | 4              | 6   | الجد                                           |
| 1.33    | 4   | 0.66           | 1   | 2              | 3   | الجددة                                         |
| 20.33   | 61  | 17.33          | 26  | 23.33          | 35  | الأب                                           |
| 11.33   | 34  | 10             | 15  | 12.66          | 19  | الابن                                          |
| 43.33   | 130 | 47.33          | 71  | 39.33          | 59  | الأم                                           |
| 21.66   | 65  | 24.66          | 37  | 18.66          | 28  | البنت                                          |
| 100     | 300 | 100            | 150 | 100            | 150 | المجموع                                        |

<sup>1</sup> Poulain J-P, et Neirinck op cite ,p 50 .



يتضح من خلال الجدول رقم (42) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا للشخص الذي يختار وجبات الطعام للأسرة أن أكبر نسبة من المبحوثات اجبن بان الأم هي التي تقوم باختيار وجبات الطعام للأسرة بنسبة 43.33% ثم تليها البنت الأكبر بنسبة 21.66 %، و في المرتبة الثالثة يأتي الأب بنسبة 20.33 %، ثم يليه في المرتبة الرابعة الابن بنسبة 11.33 % ، لتتقلص النسبة عند الجد و الجدة إلى 2 %.

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول الشخص الذي يختار وجبات الطعام للأسرة ،فبالنسبة لأوجه التشابه نجد أن الأم احتلت النسبة الأكبر فهي المسؤولة على اختيار وجبات الطعام سواء في الريف او في المدينة حيث وصلت نسبتها 39.33 % أو العينة الحضرية بنسبة 47.33 % .

أما عن أوجه الاختلاف نجد أن البنت الأكبر في العينة الحضرية تحتل أعلى نسبة مقارنة مع البنت في العينة الريفية إذ بلغت نسبة المجيبات في العينة الحضرية الى 24.66 % مقابل 18.66 % بالنسبة للعينة الريفية، و نفس الاختلاف لاحظناه بالنسبة للأب الذي يلعب دورا هاما في اختيار وجبات الطعام و لا سيما في العينة الريفية إذ بلغت النسبة 23.33 % مقابل 17.33 % في العينة الحضرية، كما ظهر الاختلاف ايضا بالنسبة للابن الذي بلغت نسبة إجابات المبحوثات 12.66 % في العينة الريفية و 10 % في العينة الحضرية .

و تفسيراً لنتائج السالفة الذكر تبين أن الأم مازالت تلعب دورا الرئيسي و المحدد النمط الاستهلاكي سواء بالنسبة للإعداد و تحضير الأطباق أو بالنسبة لاختيار وجبات الطعام.

#### رابعاً: من يقوم بشراء المواد الغذائية

إن تقاسم المسؤوليات بين أفراد الأسرة سواء في الريف أو المدينة لم يبقى على ما كان عليه ، حيث أصبحت عملية الشراء لا تقتصر على الأب فقط بل تعداه إلى الأم و الابن والبنت ..الخ حسب ما تبينه إجابات المبحوثات :

جدول رقم (43)

الشخص الذي يقوم بشراء المواد الغذائية من السوق

| العينة  |     | العينة الحضرية |     | العينة الريفية |     | الشخص الذي يقوم<br>بشراء المواد الغذائية |
|---------|-----|----------------|-----|----------------|-----|------------------------------------------|
| المجموع | ك   | %              | ك   | %              | ك   |                                          |
| 2.33    | 7   | 0.66           | 1   | 4              | 6   | الجد                                     |
| 2.66    | 8   | 5.33           | 8   | 0              | 0   | الجددة                                   |
| 40.33   | 121 | 31.33          | 47  | 49.33          | 74  | الأب                                     |
| 19.66   | 59  | 11.33          | 17  | 28             | 42  | الابن                                    |
| 26.33   | 79  | 40.66          | 61  | 12             | 18  | الأم                                     |
| 8.66    | 26  | 10.66          | 16  | 6.66           | 10  | البنت                                    |
| 100     | 300 | 100            | 150 | 100            | 150 | المجموع                                  |

يتضح من خلال الجدول رقم (43) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا للشخص الذي يقوم بشراء المواد الغذائية من السوق ، أن اكبر نسبة أجابت بان الأب هو المخول لشراء المواد الغذائية من السوق بنسبة 40.33 % ثم تأتي الأم بنسبة 26.33 % في حين يأتي الابن في المرتبة الثالثة بنسب 19.66 %، و الابن في المرتبة الرابعة بنسبة 8.66 %، بنما تنقلص نسبة الجد و الجدة إلى 2.33 %.

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين المبحوثات حول الشخص الذي يشتري المواد الغذائية من السوق ، فيظهر أن هناك بعض الاختلافات بالنسبة إلى العينة الريفية فالأب هو الذي يقوم بشراء المواد الغذائية من السوق باحتلاله المرتبة الأولى بنسبة 49.33 % ثم يليه الابن في المرتبة الثانية بنسبة 28 %، بينما تحتل الأم المرتبة الثالثة بنسبة 12 %، أما بالنسبة للعينة الحضرية نجد أن الأم هي التي تقوم بشراء المواد الغذائية من السوق حيث تحتل المرتبة الأولى بنسبة 40.66 % ، ثم يأتي الأب في المرتبة الثانية بنسبة 31.33 % في حين يأتي الابن في المرتبة الثالثة بنسبة 11.33 %.

و يمكن تفسير هذه النتيجة في إطار ما تتضمنه كل نسبة التي تبين لنا مدى تمسك اهل الريف بالعادات و التقاليد الاجتماعية التي تمنع المرأة الخروج إلى السوق و شراء المواد الغذائية عكس المرأة في الحضر فهي تتقاسم المسؤولية مع الرجل في شراء المواد الغذائية ، و حول هذا السياق قام بها بولان بدراسة حول المشتريات الغذائية ، حيث يرى أن المشتريات الغذائية لم تعد من اختصاص ربة البيت فقط ، فأكثر من 25 % من الرجال الذين يعيشون مع زوجاتهم يصرحون بأنهم هم من يقومون بالمشتريات الغذائية في غالب الأحيان و 38 % منهم يقوم بالمشتريات من حين لآخر هذا يخص الفئة العمرية بين 50 و 60 سنة ، كما أن فارق العمر بين الزوج و الزوجة يجعل من عملية التقاعد أو التوقف عن العمل لا تكون في وقت واحد و يجعل هذه المرحلة هامة في إعادة توزيع الأدوار المنزلية لكن يبقى الطهي من اختصاص المرأة<sup>1</sup>

#### خامسا: مدى وجود معارضة في حالة تغير الأطباق التقليدية

إن تقبل الأطباق العصرية الغير معروفة من طرف أفراد الأسرة ليس بالأمر الهين، فغالبا ما تلقى رفضا من الأسرة و لكن مع تطور القنوات الفضائية خاصة التلفزيون و بث حصص خاصة بتحضير أطباق الطعام ، اكتشفت ربة البيت أطباق عصرية بعد تجربتها في المنزل ، و بذلك أصبح التنوع في الأكل من سمة التغير في النمط الاستهلاكي هذا سوف يوضحه لنا الجدول الموالي .

جدول رقم (44)

توزيع أفراد العينة وفقا لوجود خلاف من قبل أفراد الأسرة في حالة تغيير الأطباق التقليدية

| العينة<br>ردة فعل أفراد الأسرة |  | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |     | المجموع |       |
|--------------------------------|--|----------------|-------|----------------|-----|---------|-------|
|                                |  | ك              | %     | ك              | %   | ك       | %     |
| يعارض                          |  | 88             | 58.66 | 15             | 10  | 103     | 34.33 |
| لا يعارض                       |  | 62             | 41,33 | 135            | 90  | 197     | 65.66 |
| المجموع                        |  | 150            | 100   | 150            | 100 | 300     | 100   |

<sup>1</sup> Poulain J-P," Les jeunes seniors et leur alimentation", Paris, Cahiers de L'OCHA, T 9.1998,p48 .

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (44) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لمدى وجود رد فعل من قبل احد أفراد الأسرة في حالة تغيير الأطباق التقليدية ، أن اكبر نسبة أجابت بأنه لا توجد رد فعل من أفراد الأسرة فيما يخص تغيير الأطباق التقليدية إذ قدرت النسبة ب 65.66 %، من المجموع الكلي للعينة في حين بلغت نسبة المعارضين 34.33 % من المجموع الكلي للعينة.

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية في هذا الشأن فبالنسبة للمعارضين في حالة تغيير الأطباق التقليدية في العينة الريفية بلغت نسبة ب 58.66 % مقابل 41.33 % ممن لا يعارضون التغيير ، أما بالنسبة للعينة الحضرية فجاءت النتيجة عكس مثيلتها في العينة الريفية ، حيث تصدرت نسبة غير المعارضين اي الموافقين المرتبة الأولى ب 90 % في مقابل 10 % فقط من المعارضين في حالة تغيير الأطباق التقليدية .

و هكذا يتضح مما سبق حول مدى الموافقة و الاعتراض في حالة تغيير الأطباق التقليدية أن هناك ميلا و اتجاها اكبر نحو الأطباق العصرية و التخلي عن الأطباق التقليدية و يرجع هذا إلى الانفتاح و التطور في النمط الاستهلاكي الغذائي الذي شهده المحيط الحضري أما بالنسبة للعينة الريفية فيظهر من خلال إجابات المبحوثات ان البيئة الريفية مازالت محافظة و متمسكة بعض الشيء بالثقافة التقليدية الخاصة بأطباق الطعام و قد يرجع ذلك إلى سيادة العادات و التقاليد المتوارثة عن الأجداد ،وهي في تغير تدريجي نتيجة الانفتاح و انتشار الفضائيات و ما تحمله من ثقافة و معارف تساهم في تغيير الذهنيات.

## **2-الأفراد الذين أبدوا معارضة حول تغيير الأطباق التقليدية :**

بينت لنا النتائج الجدول السابق أن الفئة التي عارضت تغيير الأطباق التقليدية احتلت اكبر نسبة في العينة الريفية مقارنة مع العينة الحضرية، و قد يكون المعارضون أباء أو الأبناء أو أشخاص آخرين و هذا ما سوف يوضحه لنا الجدول الموالي :

### جدول رقم (45)

توزيع أفراد العينة حسب أفراد الأسرة الذين أبدوا معارضة في تغيير الأطباق التقليدية

| العينة                               |    | العينة الريفية |    | العينة الحضرية |     | المجموع |
|--------------------------------------|----|----------------|----|----------------|-----|---------|
| أفراد الأسرة الذين<br>أبدوا المعارضة | ك  | %              | ك  | %              | ك   | %       |
|                                      |    |                |    |                |     |         |
| الأب                                 | 58 | 65.90          | 7  | 46.66          | 65  | 63.10   |
| الأبناء                              | 12 | 13.63          | 3  | 20             | 15  | 14.56   |
| الجدّة                               | 18 | 20.45          | 5  | 33.33          | 23  | 22.33   |
| المجموع                              | 88 | 100            | 15 | 100            | 103 | 100     |

يتضح من خلال الجدول رقم (45) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقاً لأفراد الأسرة الذين أبدوا معارضة حول تغيير الأطباق التقليدية، أن أكبر نسبة عارضت تغيير الأطباق التقليدية تعود إلى الآباء بنسبة 63.10 %، ثم يليها الجدات بنسبة 22.33 %، ثم أنت في المرتبة الأخيرة الأبناء بنسبة 14.56 %.

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول نفس الموضوع فيظهر أن هناك اختلاف و تفاوت في إجابات المبحوثات، حيث نجد أن نسبة تمثل الآباء المعارضين على تغيير الأطباق التقليدية في العينة الريفية قدرت ب 58 % مقابل 46.66 % في العينة الحضرية و تقل النسبة بالنسبة للجدات إذ قدرت في العينة الريفية 20.45 % مقابل 33.33 % في العينة الحضرية ، أما في المرتبة الأخيرة احتلها الأبناء بنسبة 13.63 % في العينة الريفية مقابل 20 % في العينة الحضرية .

و تفسيراً لهذه النتيجة يتبين أن هناك فئة تحافظ على العادات الغذائية المتوارثة من الأجداد، فالآباء و الجدات لم يتأثروا بهذا التغيير ففي نظرهن العادات الغذائية التقليدية هي التي تعبر عن الهوية الحقيقية للريف ، هذا و في نفس السياق في دراسة قام بها مراد بلعدي حول " تأثير الوجبات السريعة على العادات الغذائية عند الشباب بمدينة قسنطينة " أن للعولمة اثر كبير وواضح

في ثقافات الشعوب الغذائية، لكن هذا لا يعني أن هذه الثقافات قد سلمت بالأمر فهناك من يقف في مواجهة زحف العولمة الغذائية ، لأنه ببساطة أن الثقافة لأي مجتمع دليل على هويته.<sup>1</sup>

## سادسا : رأي المبحوثات حول أوجه الاختلاف بين الأطباق التقليدية و الأطباق العصرية .

تختلف الوجبات التقليدية عن الوجبات العصرية في العديد من المزايا فمنهم من يرى أن الاختلاف يكمن في الذوق و منهم من يراه انها تكمن في التكاليف ، و هذا ما سيوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (46)

توزيع أفراد العينة حسب أوجه اختلاف بين الوجبة التقليدية عن الوجبة العصرية

| العينة<br>أوجه الاختلاف | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |     | المجموع |     |
|-------------------------|----------------|-------|----------------|-----|---------|-----|
|                         | ك              | %     | ك              | %   | ك       | %   |
| التكاليف                | 55             | 36.66 | 102            | 68  | 157     | 55  |
| الذوق                   | 95             | 63.33 | 48             | 32  | 143     | 95  |
| المجموع                 | 150            | 100   | 150            | 100 | 300     | 150 |

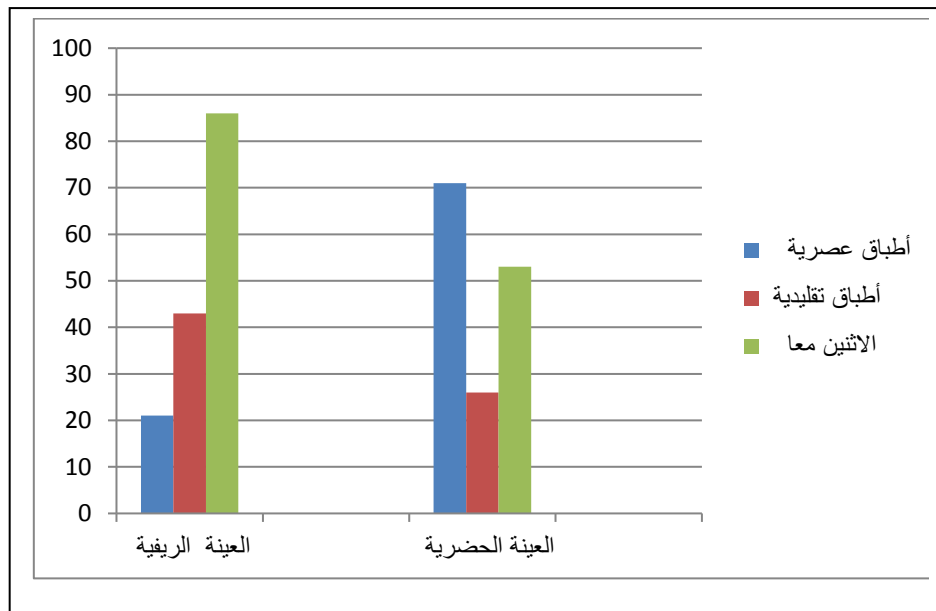
يتضح من خلال الجدول رقم (46) توزيع أفراد العينة وفقا لأوجه الاختلاف بين الوجبة التقليدية و الوجبة العصرية أن اكبر نسبة أجابت بان الاختلاف بين الوجبتين يكمن في الذوق حيث بلغت النسبة 95 % ثم يليها نسبة ممن اجبن بان الاختلاف بين الوجبات يكمن في التكاليف بنسبة 55 %.

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول أوجه الاختلاف بين الوجبتين العصرية و التقليدية ، فقد تبين أن ربات البيوت في الأسرة الريفية تهتم أكثر بالذوق إذ قدرت النسبة 63.33 % مقابل 32 % في العينة الحضرية ، أما ربات البيوت في العينة

<sup>1</sup> مراد بلعدي ، "تأثير الوجبات السريعة على العادات الغذائية عند الشباب بمدينة قسنطينة "، مقارنة سسيو انتروبولوجية مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الحضري ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2008 ، ص 80.

الحضرية يرين أن الأطباق العصرية مكلفة أكثر و تتطلب مواد غالية الثمن هذا ما جعلها ترى أن الاختلاف يكمن في التكاليف إذ قدرت النسبة 68 % مقابل 32 % في العينة الريفية .

و عليه يظهر أن الذوق يلعب دورا رئيسا في اختيار الوجبات سواء كانت الوجبات التقليدية او الوجبات العصرية ، فالذوق يعتبر السمة المميزة للأطباق العصرية حسب ما يبينه مانال (Mennell S) في دراسته عن أهمية الذوق إذ يقول "أن التغذية المعاصرة تهتم أكثر بمذاق و رغبات اكبر فئة عدد من المستهلكين فالتلاعب بمذاق و رغبات المستهلك من طرف صناعة رأس المال لا تبحث الا على الربح السريع مستعملا في ذلك كل وسائل التسويق <sup>1</sup> .



الشكل رقم (7)

أوجه الاختلاف بين الوجبة التقليدية و الوجبة العصرية

<sup>1</sup> Mennell S , " **all manners of food (Eating and taste in England an France from the middle âges to the présent )** ", traduit en français sous le titre de français et anglais a table du moyen âge a nos jours, Paris Flammarion ,1985 ,cite par jean Pierre poulain, sociologie de l'alimentation ,op.cit page 29.

## سابعا: نوع الطبق المفضل لدى الأسرة في المناسبات

تعد المناسبات العائلية سواء تعلق الأمر بالزواج أو الختان والنجاح في الدراسة أو غيرها ، و هي ظروف خاصة تمر بها الاسرة في وقت من الأوقات ، و التجهيز لهذه المناسبات عادة ما يكون بتحضير أشهى أطباق الطعام فهناك من يفضل تحضير أطباقا تقليدية و هناك من يميل إلى الأطباق العصرية و هناك من يجمع بين الاثنين هذا ما يوضحه لنا الجدول التالي:

### جدول رقم (47)

توزيع أفراد العينة وفقا لرايهم في الطبق المفضل لدى الأسرة في المناسبات

| العينة<br>الطبق المفضل |  | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |       | المجموع |       |
|------------------------|--|----------------|-------|----------------|-------|---------|-------|
|                        |  | ك              | %     | ك              | %     | ك       | %     |
| أطباق عصرية            |  | 21             | 14    | 71             | 47.33 | 92      | 30.66 |
| أطباق تقليدية          |  | 43             | 28.66 | 26             | 17.33 | 69      | 23    |
| الاثنين معا            |  | 86             | 57.33 | 53             | 35.33 | 139     | 46.33 |
| المجموع                |  | 150            | 100   | 150            | 100   | 300     | 100   |

يتضح من خلال الجدول رقم (47) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا للطبق المفضل في المناسبات، أن اكبر نسبة من أفراد العينة اجبن بان الطبق المفضل هو الامتزاج بين الأطباق التقليدية و العصرية معا بنسبة 46.33 % من المجموع الكلي للعينة، ثم تأتي نسبة ممن اجبن بان الطبق العصري هو المفضل في المناسبات ب 30.66 % ، و أخيرا الأطباق التقليدية بنسبة 23 %.

أما عن أوجه التشابه و الاختلاف بين العينتين حول الأطباق المفضلة في المناسبات، فيظهر أن هناك بعض الخلافات في وجهات النظر حول الأطباق التقليدية فهي تبدو أنها مازالت مفضلة عند أهل الريف أكثر من أهل الحضر حيث بلغت النسبة ممن أكن ذلك لدى العينة الريفية 28.66% مقابل 17.33% في العينة الحضرية، أما بالنسبة للأطباق العصرية فان ارتفاع إجابات الحضريين كانت أكثر من الريفيين حيث بلغت نسبة ممن يؤكدن على ذلك 47.33 % في العينة الحضرية مقابل 14 % في العينة الريفية.



و جاء في نفس السياق حول تراجع استهلاك المنتجات التقليدية حيث أجرى مولان ( Moulin L) دراسة حول ممارسة التغذية في أوروبا حيث توصلت النتائج أن "الوجبات السريعة يمكن أن تكون سببا في تراجع و المنتجات التقليدية"<sup>1</sup> ، و في نفس السياق يرى مراد بلعدي " أن نموذج حياة المرأة اليوم قد تغير و أصبح من شبه المرفوض القيام بأعمال الطبخ لمدة طويلة أو الجلوس مع الجدة لتعلم تلك الأطباق التقليدية من الزمن الماضي "<sup>2</sup>.

### ثامنا : مصادر التعرف على السلع و البضائع الجديدة .

جدول رقم (48)

إجابات المبحوثات حول مصادر التعرف على نوع السلعة الجديدة

| المجموع |     | العينة الحضرية |     | العينة الريفية |     | العينة<br>مصادر التعرف على<br>نوع السلعة الجديدة |
|---------|-----|----------------|-----|----------------|-----|--------------------------------------------------|
|         |     | %              | ك   | %              | ك   |                                                  |
| 30      | 90  | 54.66          | 82  | 5,33           | 8   | من السوق                                         |
| 54,66   | 164 | 35,33          | 53  | 74             | 111 | عن طريق التلفزيون                                |
| 15      | 46  | 10             | 15  | 20,66          | 31  | الجيران والأصدقاء                                |
| 100     | 300 | 100            | 150 | 100            | 150 | المجموع                                          |

يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (48) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لمصادر التعرف على نوع السلعة الجديدة أن اكبر نسبة أجابت بان التلفزيون هو اهم مصدر للتعرف على السلع الجديدة بنسبة 54.66 %، ثم يليها في المرتبة الثانية السوق بنسبة 30 % ، و في الأخير جاءت نسبة الجيران و الأصدقاء المرتبة الثالثة 15 %.

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول اهم مصدر التعرف على نوع السلع الجديدة ، فيظهر أن هناك اختلاف و تفاوت في الإجابات، حيث سجلنا اكبر نسبة لربات البيوت في العينة الريفية اجبن بان التلفزيون هو مصدرهن الأساسي الذي يمكنهن

<sup>1</sup> Moulin L , " L'Europe a table .Introduction a une psychosociologie des pratiques alimentaires" ,Bruxelles, Elsevier Séquoia,1975.

<sup>2</sup> مراد بلعدي، نفس المرجع ، ص 96 .

من التعرف على السلع الجديدة ب 74 % مقابل 35.33 % في العينة الحضرية ، بينما احتل السوق أعلى نسبة في العينة الحضرية كمصدر أساسي للتعرف على السلع الجديدة اذ قدرت ب 54.66 % مقابل 5.33 % في العينة الريفية ، ونفس الاختلاف سجلناه بالنسبة للمصدر الثالث و المتمثل في الجيران و الأصدقاء حيث ترتفع النسبة في العينة الريفية ب 20.66 % مقابل 10 % في العينة الحضرية.

و ترجع أسباب الاختلاف في مصادر التعرف على السلع الجديدة بين العينتين الريفية و الحضرية ، فالعينة الريفية تركز على التلفزيون باعتباره اهم مصدر للتعرف على السلع الجديدة ، كون ربة البيت في الريف مأكثة بالبيت لا تعمل خارج المنزل و لا تخرج كثيرا نظرا للعادات و التقاليد التي تحكم أهل الريف و بذلك تجد مصدرها الوحيد و هو التلفزيون الذي تتعرف من خلاله على كل ما هو جديد فيما يخص السلع و البضائع الجديدة ، أما ربة البيت المقيمة في المدينة فهي تخرج في معظم الأوقات و تذهب الى الأسواق تطلع على السلع الجديدة من خلال ذهابها إلى المتاجر الكبرى وفضاءات التسوق و مثل هذه الاسواق غير موجودة في الريف لهذا تركز العينة الحضرية على مصدرين و هما التلفزيون و السوق للتعرف على السلع الجديدة .

### **المبحث الثالث تسيير ميزانية الأسرة و أوجه الإنفاق**

من المعروف منذ القدم أن الأب كارب أسرة هو المسئول عن تسيير ميزانية الأسرة، و لكن مع التحولات التي شهدتها المجتمع و التي مست الأسرة بالدرجة الأولى، و دخلت المرأة مجال العمل و انتشر التعليم بين أفراد المجتمع و أصبحت المرأة تشارك في ميزانية الأسرة إلى جانب الرجل و الجدول التالي سيوضح لنا ذلك :

أولاً : من يقوم بتسيير ميزانية الأسرة

#### جدول رقم (49)

يبين توزيع أفراد العينة وفقاً للشخص الذي يسيّر ميزانية الأسرة

| العينة<br>الشخص إلى يسيّر<br>ميزانية الأسرة |  | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |      | المجموع |       |
|---------------------------------------------|--|----------------|-------|----------------|------|---------|-------|
|                                             |  | ك              | %     | ك              | %    | ك       | %     |
| الجد                                        |  | 24             | 16    | 5              | 3,33 | 29      | 9,66  |
| الجدّة                                      |  | 11             | 7,33  | 2              | 1    | 13      | 4,33  |
| الأب                                        |  | 66             | 44    | 71             | 47   | 137     | 46    |
| الابن الأكبر                                |  | 41             | 27,33 | 23             | 15   | 64      | 21,33 |
| الأم                                        |  | 2              | 1     | 37             | 25   | 39      | 13    |
| البنت الأكبر                                |  | 6              | 4     | 12             | 8    | 18      | 6     |
| المجموع                                     |  | 150            | 100   | 150            | 100  | 300     | 100   |

يتضح من خلال الجدول رقم (49) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقاً للشخص الذي يسيّر ميزانية الأسرة، أن الآباء يحتلون المرتبة الأولى في الإشراف على ميزانية الأسرة نسبة 46 %، ثم يليها الابن الأكبر بنسبة 21.33 % و في المرتبة الثالثة تأتي الأمهات بنسبة 13 %، و في المرتبة الرابعة يأتي الجد بنسبة 9.66 % ثم تليها البنت الأكبر بنسبة 6 % و في الأخير تأتي الجدات بنسبة 4.33 %

أما فيما يتعلق بأوجه التشابه و الاختلاف بين العينتين الريفية و الحضرية حول من تسند له تسيير ميزانية الأسرة ، فيتضح أن هناك توافق في الرأي بالنسبة إلى الآباء الذين يقومون بتسيير ميزانية الأسرة حيث بلغت النسبة لدى العينة الريفية 44 % مقابل 47 % لدى العينة الحضرية أما بالنسبة إلى الأمهات فهناك خلاف في الرأي ففي العينة الريفية لا تسند لها تسيير ميزانية الأسرة هذا ما تأكده إجابات المبحوثات بنسبة 1 % في حين تختلف النسبة في العينة الحضرية حيث أجابت 25 % بأن الأمهات هن اللواتي يقمن بتسيير ميزانية الأسرة ، و نفس الفرق نجده

لدى الأبناء حيث أجابت 27.33 % في العينة الحضرية أن الابن هو الذي يسير ميزانية الأسرة بينما تنقلص النسبة لدى العينة الحضرية لتصل 15 %، و نفس الخلاف في الإجابات بالنسبة إلى الجد حيث تبلغ نسبة المبحوثات اللواتي اجبن بان الجد هو الذي يسير ميزانية الأسرة 16 % لدى العينة الريفية بينما نجد النسبة تنقلص في العينة الحضرية إلى 3.33 % ، و نفس الخلاف بالنسبة إلى البنت الأكبر حيث ترتفع النسبة في العينة الحضرية ب 8 % مقابل 4 % في العينة الريفية .

و تدعيما للنتيجة وفقا لما جاء به بعض المختصين في علم الاجتماع " أن السلطة مازالت بيد الأب خاصة عندما يتعلق الأمر بميزانية الأسرة، لكن هذا لا يمنع تحكم الأم في أمور المنزل و إعداد الطعام ، فتقاسم المسؤولية المنزلية و رعاية الأب للأسرة و الخضوع للعرف من سمات الأسرة الجزائرية غير أن تطور المجتمع و انتشار التعليم بين أفراد المجتمع و خروج المرأة للعمل مكن من ظهور نمط جديد في الحضر يجمع بين خصائص الأسرة الحضرية العريقة و خصائص الأسرة الريفية التي استوطنت بالمدينة المتمسكة بالتقاليد. "<sup>1</sup>

### ثانيا: كيفية توزيع دخل الأسرة على أوجه الإنفاق

في ضل تنامي النزعة الاستهلاكية في المجتمع الجزائري و زيادة أسعار المواد الغذائية و الاستهلاكية الأمر الذي شكل عبئا على ميزانية الاسرة الجزائرية بشقيها الريفي و الحضري و كان من الضروري التعرف على أوجه الإنفاق في الأسرة و خاصة الإنفاق الاستهلاكي هذا ما سيوضحه الجدول التالي.

---

<sup>1</sup> التغيرات الأسرية و التغيرات الاجتماعية ، فعاليات الملتقى الثالث قسم علم الاجتماع ، سلسلة الوصل ، جامعة الجزائر 2 ، 2005 -2006 ص 42

جدول رقم ( 50 )

يبين توزيع أفراد العينة وفقا لأوجه الإنفاق الأسرة

| المجموع |     | العينة الحضرية |     | العينة الريفية |     | الدخل لشهري<br>أوجه الإنفاق |
|---------|-----|----------------|-----|----------------|-----|-----------------------------|
| %       | ك   | %              | ك   | %              | ك   |                             |
| 14.66   | 44  | 12.66          | 19  | 16.66          | 25  | التعليم                     |
| 28.33   | 85  | 22.66          | 34  | 34             | 51  | الصحة                       |
| 11      | 33  | 14.66          | 22  | 7.33           | 11  | اللباس                      |
| 15      | 45  | 16             | 24  | 14             | 21  | الأجهزة المنزلية            |
| 31      | 93  | 34             | 51  | 28             | 42  | الغذاء                      |
| 100     | 300 | 100            | 150 | 100            | 150 | المجموع                     |

يظهر من خلال الجدول رقم ( 50 ) الذي يبين توزيع المبحوثات وفقا لأوجه الإنفاق الاستهلاكي ، أن نصيب الغذاء قد أتى في المرتبة الأولى بنسبة 31 % ، ثم يليه الصحة بنسبة 28.33 % ، ثم يأتي نصيب الأجهزة المنزلية في المرتبة الثالثة بنسبة 15 % ، و في المرتبة الرابعة يأتي التعليم بنسبة 14.66 % ، و في الأخير اللباس بنسبة 11 % و الملاحظ هنا هو أن ما تنفقه الأسرة الجزائرية على الغذاء يحتل المرتبة الأولى و أن نسبة ما تنفقه على التعليم باتي في المرتبة الرابعة .

و بالمقارنة بين العينتين حول أوجه الإنفاق الأسري ، فنجد أن هناك أوجه تشابه و أوجه اختلاف، فبالنسبة لأوجه الإنفاق على الغذاء فهناك توافق في النتيجة بين الريف و الحضر، حيث احتل عامل الإنفاق على الغذاء المرتبة الأولى بنسبة 28 % لدى الريفيين و 44 % لدى الحضريين ، أما بالنسبة إلى الإنفاق على الأجهزة المنزلية و اللباس فنجد أن نسبة الإنفاق ترتفع في العينة الحضرية على نسبة الإنفاق في العينة الريفية، و يظهر أن ما تنفقه الأسرة على الأجهزة المنزلية كان أفضل رغم ارتفاع الأسعار .

و يمكن تفسير هذه النتيجة وفقا لما جاء في تحقيق أجري حول نفقات الاستهلاك والمستوى المعيشي للعائلات إلى أن النفقات الإجمالية للعائلات الجزائرية قدرت بـ 4.489 مليار دينار سنة 2011 مقابل 1.531 مليار دينار سنة 2000، أي بمعدل نفقة شهرية قدرها 59.700

دينار لكل عائلة منها 25.000 دينار موجهة للنفقات الغذائية. ويبرز هذا التحقيق الذي خص عينة شملت 12.150 عائلة أن النفقات الإجمالية السنوية للعائلات الجزائرية تضاعفت تقريبا ثلاث مرات (2ر9) خلال العشرية الأخيرة على المستوى الوطني، مسجلا معاملا أدنى بقليل في الوسط الريفي (2ر4) مقابل (3ر2) في الوسط الحضري.

و يأتي السكن بنسبة إجمالية قدرها 20ر4 بالمائة (5ر915 مليار دينار)، مسجلا ارتفاعا يقدر بحوالي 7 نقاط من بينها 22 بالمائة (9ر703 مليار دينار) في الوسط الحضري و 3ر16 بالمائة (7ر211 مليار دينار) في الوسط الريفي، وتعد نفقات الأعباء والكراء أكبر في الوسط الحضري مقارنة بالوسط الريفي أساسا خلال العقد الأخير، حسب ما أوضحه وتحلل النفقات المخصصة (للنقل والاتصال) المرتبة الثالثة بحصة 12 بالمائة (4ر540 مليار دينار) من النفقات الإجمالية، مسجلة ارتفاعا يقارب 6ر2 نقطة سنة 2011 مقارنة بسنة 2000<sup>1</sup>.

### ثالثا : من يتخذ قرار شراء الأثاث المنزلي .

إن المتغيرات السوسيو اقتصادية و السوسيو انتروبولوجية، كان لها الدور الحاسم في التحول الذي شهدته بنية الأسرة الجزائرية ، و هذا التحول قد انعكس بالضرورة على السلطة داخل الأسرة ، التي كانت مرتكزة في الماضي على الأب أو الجد أو من له شخصية قوية ، أما الآن فقد شملت جميع أفراد العائلة هذا ما ستبينه لنا إجابات المبحوثات في الجدول التالي:

---

<sup>1</sup> الديوان الوطني للإحصاء .نفس المرجع .

### جدول رقم (51)

يبين توزيع أفراد العينة حسب الشخص الذي يقوم باختيار و شراء الأثاث المنزلي

| المجموع |     | العينة الحضرية |     | العينة الريفية |     | المنطقة<br>الشخص الذي يختار الأثاث<br>المنزلي |
|---------|-----|----------------|-----|----------------|-----|-----------------------------------------------|
|         |     |                |     |                |     |                                               |
| %       | ك   | %              | ك   | %              | ك   |                                               |
| 2.66    | 8   | 0              | 0   | 5.33           | 8   | الجد                                          |
| 0.66    | 2   | 0              | 0   | 1.33           | 2   | الجدة                                         |
| 23      | 69  | 21.33          | 32  | 24.66          | 37  | الأب                                          |
| 8.33    | 25  | 5.33           | 8   | 11.33          | 17  | الأبن                                         |
| 52.66   | 158 | 56             | 84  | 49.33          | 74  | الأم                                          |
| 12.66   | 38  | 17.3           | 26  | 8              | 12  | البنات الأكبر                                 |
| 100     | 300 | 100            | 150 | 100            | 150 | المجموع                                       |

يتضح من خلال الجدول رقم (51) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقاً للشخص الذي يقوم باختيار وشراء الأثاث المنزلي، أن أكبر نسبة أجابت بأن الأم هي الشخص الذي يقوم باختيار و شراء الأثاث المنزلي إذ بلغت النسبة 52.66 % ثم يليها الأب بنسبة 23 % في حين أتت البنات الأكبر في المرتبة الثالثة بنسبة 12.66 % ثم الابن بنسبة 8.33 % بينما تقلص نسبة الجد و الجدة لتصل 2.66 %.

أما فيما يتعلق بأوجه التشابه و الاختلاف بين العينتين الريفية و الحضرية حول الشخص الذي يقوم باختيار و شراء الأثاث المنزلي ، فنجد أن هناك تقارب في وجهات النظر بالنسبة إلى الأم و الأب فكلتا العينتين تؤكد على ذلك حيث تبلغ النسبة لدى العينة الريفية بالنسبة إلى الأم 49.33 % و الأب 24.66 % في المقابل 56 % للام و 21.33 % للأب بالنسبة للعينة الحضرية ، و هذه النتيجة تؤكد على مكانة الأم و الأب في الأسرة من حيث تقاسمهما لمسؤولية الشراء و المسؤولية المنزلية .

أما بالنسبة إلى الاختلافات التي يمكن ملاحظتها بالنسبة إلى الجدة فنسبتهما تقلص جداً لدى العينة الريفية بنسبة 1.33 % ، في حين تتعدى لدى العينة الحضرية ، أما بالنسبة إلى الجد على الرغم من تقلص نسبته إلا أنه مازال في العينة الريفية يقوم باختيار و شراء بعض الأثاث المنزلي

إذ بلغت نسبته 8 % ، أما بالنسبة إلى البنت الأكبر فنجد هناك تفاوت و اختلاف بين العينتين الريفية و الحضرية حيث تبلغ النسبة لدى العينة الريفية 8 % مقابل 17.33 % لدى العينة الحضرية ، و معنى هذا أن البنت الأكبر في المدينة تخول لها اختيار و شراء بعض الأجهزة و الأثاث المنزلي أكثر من البنت الكبرى في الريف .

#### رابعاً : رأي المبحوثات حول أوجه الإنفاق في حالة توفر قسط من المال

إن انفتاح الأسواق و انتشارها على نطاق واسع وانتشار التحضر والحدثة وتزايد عدد السكان وتسارع الابتكارات وظهور السلع الجديدة في الأسواق وإحاطة محفزات الاستهلاك بالفرد والأسرة كل هذا له أثر بارز على ظهور و انتشار ثقافات استهلاكية جديدة وبالتالي بروز أنماط استهلاكية متعددة ومتجددة وفقاً لتوفر المال الذي يلعب دوراً في تحديد أوجه الإنفاق ، هذا ما سوف يوضحه لنا الجدول التالي :

#### جدول (52)

يبين توزيع أفراد العينة حسب أوجه الإنفاق في حالة توفر قسط من المال

| العينة<br>الرأي حول أوجه<br>الإنفاق | العينة الريفية |       | العينة حضرية |       | المجموع |       |
|-------------------------------------|----------------|-------|--------------|-------|---------|-------|
|                                     | ك              | %     | ك            | %     | ك       | %     |
| شراء سيارة                          | 31             | 20,66 | 53           | 35,33 | 84      | 28    |
| شراء مسكن                           | 44             | 29,33 | 78           | 52    | 122     | 40,66 |
| شراء حلي                            | 12             | 8     | 7            | 4,66  | 19      | 6     |
| السفر إلى الخارج                    | 63             | 42    | 12           | 8     | 75      | 25    |
| المجموع                             | 150            | 100   | 150          | 100   | 300     | 100   |

يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (52) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقاً لأوجه الإنفاق في حالة توفر لديهم قسط من المال أن أكبر نسبة تفضل شراء مسكن بنسبة 40.66 %، ثم يليها نسبة ممن يفضلون شراء السيارة بنسبة 28 %، و تأتي نسبة ممن يفضلون السفر إلى الخارج بنسبة 25 %، بينما يأتي نسبة ممن يفضلون شراء الحلي في المرتبة الأخيرة ب 6 % .



أما فيما يتعلق بأوجه التشابه و الاختلاف في وجهات النظر بين المبحوثات ، يظهر ان هناك تشابه في بعض الإجابات و اختلاف في البعض الآخر ، فبالنسبة إلى السكن فكلتا العينتين تفضل شراء المسكن أن توفر قسط من المال حيث بلغت نسبة المجيبات من العينة الريفية 29.33 % مقابل 52 % في العينة الحضرية ، و هذا التفاوت قد يرجع الى أزمة السكن التي تعاني منها الأسر الجزائرية و لا سيما الحضرية التي تقطن بالمدينة ، أما الميل لشراء السيارة حيث أجابت نسبة 28 % ممن يفضلن شراء سيارة ان توفر لديهن قسط المال ثم تليها نسبة ممن يفضلن شراء السكن إن توفر لديهن قسط من المال بنسبة 40.66 % ثم تأتي نسبة ممن يفضلن السفر إلى الخارج إن توفر لديهن قسط من المال بنسبة 25 % و أخيرا يأتي ممن يفضلن شراء الحلي بنسبة 6 %، و هذه النتيجة تفسر مدى رغبة اهتمام ربوات البيوت بشراء المسكن و السيارة و هذا طموح شرعي و حقيقي، و يعتبر تحول و تغير في الاتجاهات.

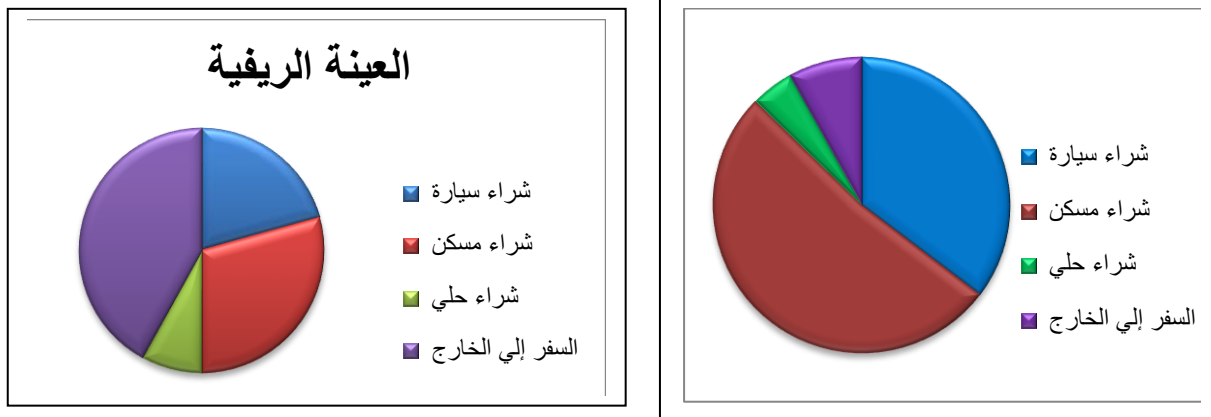
أما بالنسبة للسفر إلى الخارج فقد أتى في المرتبة الثالثة بعد السيارة حيث بلغت نسبة المجيبات من العينة الريفية 42 % مقابل 8 % بالنسبة للعينة الحضرية ، و هنا يظهر أن الريفيين يرغبون في السفر إلى الخارج أكثر من الحضريين ، في حين أتت نسبة ممن يفضلن شراء حلي حيث بلغت نسبة المجيبات في العينة الريفية 8 % في العينة الحضرية مقابل 4.66 % لدى العينة الحضرية ، و هنا يظهر أن ربوات البيوت في العينة الريفية يتجهن أكثر إلى شراء الحلي ان توفر لديهن قسط من المال.

و تدعيما لهذه النتيجة وفقا لما جاء في دراسة قام بها انجل ( Engel ) حول أثر الزيادة في دخل الأسرة الأوروبية على النمط الاستهلاكي لهذه الأسر، وقد انتهت الدراسة بما أصبح يعرف بقوانين ( انجل ) والتي بينت أن الزيادة في دخل الأسرة يؤدي إلى زيادة الإنفاق على الغذاء ولكن بنسبة أقل من نسبة الزيادة في الدخل ، بينما يزداد الإنفاق على خدمات التعليم ، والترفيه، والثقافة، ولكن بنسبة أكبر من نسبة زيادة الدخل .أما الإنفاق على المساكن والكساء يزداد بنسبة ثابتة من الدخل حيث يبقى السكن يحتل الصدارة في اهتمام الأسرة<sup>1</sup>.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية أجريت دراسة مماثلة وكانت نتائجها مماثلة لتلك التي في أوروبا باستثناء زيادة الإنفاق على المساكن ولكن بنسبة أكبر من نسبة الزيادة في الدخل.وقد يرجع

<sup>1</sup> الجريسي ،-عبدلرحمن ، سلوك المستهلك دراسة تحليلية للقرارات الشرائية للأسرة السعودية ، الطبعة الثانية،2004 ، ص 100

ذلك إلى أن زيادة دخل الأسرة الأمريكية قد يؤدي إلى انتقالها إلى مسكن أكبر وبالتالي يزداد الإنفاق على المسكن بنسبة أكبر من نسبة زيادة الدخل ، فكلما زاد الدخل زاد الإنفاق على المسكن.<sup>1</sup>



الشكل رقم (8)

أوجه الإنفاق في حالة توفر قسط من المال عن العينة الريفية و الحضرية

**خامسا: ما مدى إقبال أسر المبحوثات على الاقتراض من البنوك و ما هي أوجه الإنفاق .**

لقد انتشرت ظاهرة الاقتراض من البنوك في السنوات الأخيرة في أوساط الأسر الريفية و الحضرية بشكل ملفت للانتباه ، و قد يرجع ذلك الى ظهور ثقافة استهلاكية او أنماط استهلاكية جديدة، مقابل دخل منخفض لا يلبي حاجات و طموحات أفراد الأسرة ، و من خلال إجابات المبحوثات نتمكن من معرفة كم عدد المقترضين ؟، و ما هي أوجه الإنفاق التي أدت بهم للاقتراض من البنوك ؟

<sup>1</sup> الجريسي عبد الرحمن ، نفس المرجع ، ص 104 .

### جدول رقم (53)

يبين توزيع أفراد العينة وفقا لمدى إقبال أسر المبحوثات على الاقتراض من البنك

| رد فعل  | العينة الريفية |     | العينة الحضرية |       | المجموع |     |
|---------|----------------|-----|----------------|-------|---------|-----|
|         | ك              | %   | ك              | %     | ك       | %   |
| نعم     | 63             | 42  | 113            | 75,33 | 176     | 59  |
| لا      | 87             | 58  | 37             | 24,66 | 124     | 41  |
| المجموع | 150            | 100 | 150            | 100   | 300     | 100 |

يتضح من الجدول رقم (53) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لمدى إقبال أسر المبحوثات على الاقتراض من البنك ، أن اكبر نسبة أجابت بنعم أي يقمن بالاقتراض من البنك بنسبة 59 % من المجموع الكلي للعينة ، في حين بلغت نسبة ممن اجبن ب لا 41 % من المجموع الكلي للعينة ، و هذه النتائج تعني مدى احتياجات الأسرة الجزائرية للاقتراض

أما عن أوجه التشابه و الاختلاف بين العينتين الريفية و الحضرية حول إقبال أسر المبحوثات على الاقتراض من البنك ، فان هناك تباين في الإجابات ، حيث اثبتت النتائج أن 75.33 % من أسر المبحوثات في العينة الحضرية يقبلون على الاقتراض من البنوك مقابل 42 % في العينة الريفية ، أما الأسر التي لا تقترض من البنك ترتفع نسبتها في العينة الريفية لتصل 58 % مقابل 24.66 %، و هذه النتيجة قد تفسر لنا مدى احتياجات بعض الأسر الى المال من اجل تلبية احتياجاتها التي لم يلبيها لها الدخل.

و جاء في هذا السياق حول التسهيلات و الفوائد الائتمانية التي تتبعها البنوك و المصارف التجارية ، حيث أنها تعرض خدماتها بما فيها القروض على المواطن و كذلك تقاوم الاستهلاك و تزايد المديونية على كاهل الأسر نتيجة الإقبال على القروض لتسديد الاحتياجات الاستهلاكية و كذلك تعمل القروض على تغيير النمط الاستهلاكي و أصبح يتصرف ضمن ثقافة انفق ما في الجيب يأتيك ما في الغيب،، الأمر الذي ساهم في سيادة ثقافة الاستهلاك غير الرشيد <sup>1</sup>.

<sup>1</sup> دوابة ،أشرف محمد ،" الإنفاق الاستهلاكي ..قنبلة اقتصادية موقوتة"،المصريون 2 / 10 / 2008

## 1- مدي استهلاك القرض من الدخل الشهري:

جدول رقم (54)

نسبة استهلاك القرض من الدخل الشهري

| المجموع |     | العينة الحضرية |     | العينة الريفية |    | العينة<br>مقدار ما يستهلكه<br>القرض من الدخل<br>الشهري |
|---------|-----|----------------|-----|----------------|----|--------------------------------------------------------|
| %       | ك   | %              | ك   | %              | ك  |                                                        |
| 28.40   | 50  | 31.85          | 36  | 22.22          | 14 | ثلثي الدخل                                             |
| 32.38   | 57  | 23.08          | 26  | 49.20          | 31 | ربع الدخل                                              |
| 39.20   | 69  | 45.13          | 51  | 28.57          | 18 | نصف الدخل                                              |
| 100     | 176 | 100            | 113 | 100            | 63 | المجموع                                                |

نلاحظ من خلال الجدول رقم (54) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب مقدار ما يستهلك القرض من دخل الأسرة الشهري، أن أكبر نسبة أجابت بأن القرض يستهلك نصف دخلهم الشهري بـ 39.20 % ، ثم يليها في المرتبة الثانية نسبة الفئة التي أجابت بأن القرض يستهلك ربع من دخلها الشهري بنسبة 32.38 % ، في حين جاءت نسبة التي يستهلك القرض ثلثي من دخلهم الشهري المرتبة الأخيرة بنسبة 28.40 % و هكذا يبقى القرض يستنزف قسط أكبر من دخل الأسرة الشهري و بالتالي فهو يزيد من أعبائها .

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين حول مقدار ما يستهلكه القرض من الدخل الشهري للأسرة ، نلاحظ أن مقدار ما يستهلكه القرض من الدخل الشهري للأسرة الريفية هو ربع الدخل باحتلاله المرتبة الأولى بنسبة 49.20 % ، يليه نصف الدخل في المرتبة الثانية بنسبة 28.57 % و في المرتبة الثالثة ثلثي الدخل بنسبة 22.22 % . أما بالنسبة للعينة الحضرية فيبدو أن مقدار ما يستهلكه القروض من دخل الأسرة الشهري هو النصف بنسبة 45.13 % يليه ثلثي الدخل بنسبة 31.85 % و في الأخير ربع الدخل بنسبة 28.40 % .

و عليه يبدو أن هناك ميل و اتجاه من المبحوثات نحو الاقتراض من المؤسسات البنكية لتلبية احتياجاتها سواء تعلق الأمر بالتجهيزات المنزلية أو السكن أو السيارة ، و تدعيما لهذه النتيجة وفقا لما جاء به محمد عبد الخالف في دراسة حول العولمة و أثرها على الطلب الاستهلاكي حيث يرى "أن التطورات الثقافية تولد تغيرات و أذواق و اتجاهات للأفراد بالإضافة إلى ارتفاع عامل التقليد و الميل و المحاكاة للشرائح الاجتماعية المعنية بالاستهلاك الترفيهي و شرائها لكل ما هو غالي الثمن كالسيارات الفخمة و المساكن و أجهزة الاتصال الخ.. لذلك تلجأ بعض الأسر محدودة الدخل إلى الاقتراض من البنوك لتغطية عجزها و تلبية حاجاته"<sup>1</sup> و يرجع التباين في استهلاك القروض من الدخل الشهري للأسرة الريفية و الحضرية إلى نوعية القروض التي أخذوها و التي تختلف بين السكنات و السيارات و الأجهزة المنزلية و تعد قروض السكن الأكثر إقبالا من الأسر.

#### أوجه الإنفاق التي أدت بالأسرة إلى الاقتراض من البنك

لقد تعددت أوجه الإنفاق التي أدت بالأسرة للاقتراض من البنوك ، فمنها لغرض شراء سيارة و منها لغرض شراء محل و منها لأجل تجديد أثاث المنزل هذا ما ستوضحه إجابات المبحوثات في الجدول التالي :

#### جدول رقم (55)

##### أوجه الإنفاق التي أدت بكم للاقتراض من البنك

| العينة<br>الاقتراض | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |       | المجموع |       |
|--------------------|----------------|-------|----------------|-------|---------|-------|
|                    | ك              | %     | ك              | %     | ك       | %     |
| شراء سيارة         | 10             | 23.5  | 51             | 45.94 | 61      | 34.65 |
| شراء مسكن للأسرة   | 27             | 42.85 | 46             | 40.70 | 73      | 41.47 |
| تجديد أثاث المنزل  | 1              | 2.32  | 8              | 7.20  | 9       | 5.11  |
| شراء محل           | 4              | 9.30  | 6              | 5.40  | 11      | 6.25  |
| لبناء مسكن         | 21             | 48.83 | 2              | 1.80  | 23      | 13.06 |
| المجموع            | 63             | 100   | 113            | 100   | 176     | 100   |

<sup>1</sup> عبد محمد علي عبد الخالف ، " العولمة و اثرها على الطلب الاستهلاكي في الدول النامية " ، مرجع سابق ،

يتضح من خلال بيانات الجدول رقم (55) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لأوجه الإنفاق التي أدت بالأسرة للاقتراض من البنك ، أن اكبر نسبة ترجح أوجه الإنفاق التي أدت بهم إلى للاقتراض هو شراء مسكن للأسرة بنسبة 41.47 % ، ثم يليها شراء السيارات بنسبة 34.65 % ، في حين جاء نسبة ممن ترجعن أوجه إنفاق للاقتراض إلى لبناء مسكن بنسبة 13.06 % و تبدأ النسبة تنقلص حيث احتل شراء محل المرتبة الرابعة بنسبة 6.25 % و أخيرا تجديد أثاث المنزل بنسبة 5.11 %

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول أوجه الإنفاق التي أدت بهم للاقتراض من البنك ، فهناك اختلاف و تفاوت في الإجابات، ففي العينة الريفية احتل بناء مسكن المرتبة الأولى بنسبة 48.83 % ، يليها شراء مسكن للعائلة بنسبة 42.85 %، أما شراء السيارة فقد احتل المرتبة الثالثة بنسبة 23.5 % ، بينما احتل شراء أثاث المنزل المرتبة الأخيرة بنسبة 2.32 % ، أما في العينة الحضرية فالاختلاف موجود حيث احتل قروض السيارات المرتبة الأولى بنسبة 45.94 % ، اما شراء مسكن احتل المرتبة الثانية بنسبة 41.47 %، بينما تنقلص نسبة القروض الخاصة ببناء المحل و تجديد أثاث المنزل و بناء المسكن .

تفسيرا لهذه النتيجة أن من أهم الأسباب التي جعلت الأسر تلجا إلى الاقتراض من البنوك سواء في الريف أو المدينة هو مشكل السكن بالدرجة الأولى إما لشرائه أو لبنائه كذلك قروض السيارات التي ارتفعت في السنوات الأخيرة و التسهيلات المتعلقة بها سواء تعلق الأمر بمدة القرض أو الأسعار كل هذا أصبح من الاهتمامات الأسرة الجزائرية في الوقت الحالي و في هذا السياق ما جاء به احد المختصين في علم الاقتصاد في دراسة قام بها مانريك وأواه ( Manrique and Ojah ) ، حيث قدما دراسة حول محددات الطلب على القروض في أسبانيا مستخدمين المسح الإحصائي الذي تقوم به ( Bivariate Probit )،و لتحليل العوامل المؤثرة على الطلب للقروض المقيدة وغير المقيدة، وأظهرت الدراسة أن حجم الأسرة، ومستوى التعليم، والدخل الثابت والدخل المؤقت تؤثر على الطلب على القروض الاستهلاكية في أسبانيا<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Manrique, J. and Ojah, K, " Crédit and non-intérêts rate déterminants of Loan Demand", Aspanish Case Sutdy, Applied Economics, 34 (Issue 8),2004 , p 781-792.

## سادسا: هل سافرتم إلى الخارج و هل احدثت تغييرات في العادات الغذائية للأسرة

يعد السفر من العوامل الاجتماعية المؤثرة في العادات الغذائية فعند سفر الإنسان من بلد لأخرى فإن أول ما يبحث عنه هو تناول الوجبات الشعبية في البلد التي يزوره ، مما يكسب المسافر ثقافة غذائية معينة ، كما يرتبط السفر بالإمكانيات المادية للأسرة فمنه ما هو قادر على السفر و منه ما هو غير قادر حسب ما تبينه إجابات المبحوثات .

### جدول رقم (56)

#### توزيع أفراد العينة وفقا لسفرهم إلى الخارج

| العينة<br>رأيهم | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |       | المجموع |     |
|-----------------|----------------|-------|----------------|-------|---------|-----|
|                 | ك              | %     | ك              | %     | ك       | %   |
| نعم             | 52             | 34.66 | 86             | 57.33 | 138     | 46  |
| لا              | 98             | 65.33 | 64             | 42.66 | 162     | 54  |
| المجموع         | 150            | 100   | 150            | 100   | 300     | 100 |

يتضح من خلال الجدول رقم (56) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لمدى قيامهم بالسفر إلى الخارج أن اكبر نسبة اجبن بأنهن لن يسافرن خارج البلاد ب 54 % مقابل 46 % قمن بالسفر إلى الخارج .

أما فيما يخص أوجه التشابه و الاختلاف بين العينتين الريفية و الحضرية حول سفرهن إلى خارج البلاد، أن ربات البيوت في الريف معظمهن لم يسافرن إلى الخارج اذ بلغت نسبتهن 65.33 % في مقابل 34.66 % قمن بالسفر إلى خارج البلاد ، أما بالنسبة للعينة الحضرية فنجد أن النسبة أعلى لدى ربات البيوت اللواتي سافرن إلى خارج البلاد إذ بلغت نسبتهن 57.33 % ، مقابل 42.66 % لم يسافرن إلى الخارج .

و عليه يعد السفر من العوامل الاجتماعية المؤثرة في العادات الغذائية فنتيجة للاختلاط الشعوب يكتسب المسافر بعض العادات الغذائية الجديدة ويتعلم طرق إعداد وطهي بعض الأصناف ، كما

شجع وجود التجار و الأجانب على توفير الأغذية المناسبة لكل نوع منهم خاصة تلك السائدة في بلادهم الأصلية مما شجع الأمهات في مختلف المناطق على تجربة هذه الأطعمة والإقبال عليها. كما يلعب السفر أيضا دورا هاما عند ربات البيوت سواء في الريف او المدينة إذ يزودها بالثقافات المختلفة و يجعلها أكثر تفتحا على الثقافات الاستهلاكية الأخرى و يجعلها تكتسب مكانة هامة و في هذا الشأن يقول حسين تومي " أن من بين العوامل الأكبر والأكثر تأثيرا في التغير الأسري تغير مكانة المرأة داخل الأسرة فهي تعتبر نتيجة وسبب في آن واحد ، حيث أن التغير في القيم والأفكار انخرط المرأة التدريجي في نمط العيش الجديد و السفر الي الخارج وهو نمط غير تقليدي عن مشاركتها المتزايدة في الدراسة والعمل <sup>1</sup>و عليه حاولت الدراسة التعرف عن مدى تأثير السفر إلى الخارج عن بعض العادات الغذائية ، و جاء السؤال كالتالي هل يساعد السفر إلى الخارج على إحداث بعض التغيرات الغذائية حسب ما تبينه نتائج الجدول التالي.

### جدول رقم (57)

#### توزيع أفراد العينة وفقا لإحداث السفر تغيرات في العادات الغذائية

| العينة<br>رأيهم | العينة الريفية |     | العينة الحضرية |       | المجموع |       |
|-----------------|----------------|-----|----------------|-------|---------|-------|
|                 | ك              | %   | ك              | %     | ك       | %     |
| نعم             | 39             | 75  | 68             | 79.06 | 107     | 77.53 |
| لا              | 13             | 25  | 18             | 20.93 | 31      | 22.46 |
| المجموع         | 52             | 100 | 86             | 100   | 138     | 100   |

يتضح من خلال الجدول رقم (57) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لإحداث السفر تغيير في العادات الغذائية أن اكبر نسبة أجابت بان السفر احدث تغيرات في عاداتهم الغذائية ب 77.53 % مقابل 22.46 % لم يحدث السفر تغيرات في عاداتهم الغذائية .

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول نفس الموضوع، أن هناك تشابه في الإجابات حيث بلغت نسبة المجيبات بان السفر احدث تغيرات عاداتهم الغذائية في العينة الريفية 75 % مقابل 79.06 % في العينة الحضرية ، في حين وصلت

<sup>1</sup> حسين تومي ، " واقع الطلاق في ولايات الوطن "، الملتقى الثالث لعلم الاجتماع ، جامعة الجزائر ، 2004



نسبة المجيبات اللواتي لم يحدث السفر تغيرات في عاداتهم الغذائية 25 % مقابل 20.93 % في العينة الحضرية .

و تفسيراً لهذه النتيجة فإن الامتزاج بين الثقافات و الاحتكاك بين الشعوب و تطلعات ربات البيوت من خلال وسائل الإعلام ، جعل نظرتهم للحياة تتغير و أصبحن يرغبن في اكتشاف الأنماط الاستهلاكية و محاولة التماشي مع العصر و الحياة الأوروبية الراقية .

## 1- نوع التغيرات التي أحدثها السفر

جدول رقم (58)

توزيع أفراد العينة حسب نوع التغيرات التي أحدثها السفر

| المجموع |     | العينة الحضرية |    | العينة الريفية |    | العينة<br>نوع التغيرات      |
|---------|-----|----------------|----|----------------|----|-----------------------------|
| %       | ك   | %              | ك  | %              | ك  |                             |
| 23.18   | 32  | 22.09          | 19 | 25             | 13 | تغيير في أنواع الطعام       |
| 20.28   | 28  | 24.41          | 21 | 13.46          | 7  | تغير في مواعيد تناول الطعام |
| 56.52   | 78  | 53.48          | 46 | 61.53          | 32 | تغير في أساليب الطهي        |
| 100     | 138 | 100            | 86 | 100            | 52 | المجموع                     |

يتضح من خلال الجدول رقم (58) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقاً لنوع التغيرات التي أحدثها السفر ، أن أكبر نسبة أجابت بأن التغير في أساليب الطهي هي من المتغيرات التي أحدثها السفر بنسبة 56.52 % ، يليها التغير في أنواع الطعام بنسبة 23.18 % في حين يأتي التغير في مواعيد تناول الطعام في المرتبة الأخيرة بنسبة 20.28 .

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول التغيرات التي أحدثها السفر أن التغير في أساليب الطهي احتل الصدارة عند العينة الريفية بنسبة 61.53 % ، يليها التغير في أنواع الطعام بنسبة 25 % ، أما التغير في مواعيد تناول الطعام احتل المرتبة الثالثة بنسبة 13.46 % ، أما بالنسبة للعينة الحضرية فقد سجل التغير في أساليب الطهي أعلى نسبة قدرت بـ 53.48 % ، يليها التغير في مواعيد تناول الطعام بنسبة 24.41 % ، أما التغير في أنواع الطعام فقد احتل المرتبة الأخيرة بنسبة 22.09 %.

و تفسيراً لهذه النتيجة نستنتج أن العادات الغذائية لأي مجتمع تتأثر بالعديد من العوامل من بينها السفر الذي أحدث تغيرات هامة سواء تعلق الأمر بأنواع الطعام أو التغير في مواعيد تناول الطعام أو التغير في أساليب الطهي .

### خلاصة الفصل

نستنتج في الأخير أن القنوات الفضائية تلعب دوراً فعالاً إلى جانب العوامل الأخرى في تغيير الأنماط الاستهلاكية للأسرة الريفية و الحضرية ، حيث أصبحت ربات البيوت تتطلعن على العادات الغذائية للمجتمعات من البرامج و المسلسلات التي تتابعها يومياً مما جعلها تغير من نمطها الاستهلاكي حيث أثبتت النتائج أن 61,66 % من أسر المبحوثات يميلون إلى المزج بين الأطباق العصرية و التقليدية بينما احتلت الأطباق العصرية المرتبة الثانية بنسبة 24.66 % ، إضافة إلى هذا فإن تغيير الأطباق التقليدية لا يلقى أي معارضة من قبل أفراد الأسرة حيث أثبتت النتائج أن 65.66 % من أفراد العينة أجابت بأنه لا توجد رد فعل من أفراد الأسرة فيما يخص تغيير الأطباق التقليدية في حين بلغت نسبة المعارضين 34.33 % .

كما أن التأثير بالإعلانات التلفزيونية التي تبثها وسائل الإعلام خاصة التلفزيون دفع الأسرة بطريقة غير إرادية نحو الاستهلاك التافه، و من أجل تلبية حاجياتها التي تفوق دخلها الشهري لجأت إلى القروض الاستهلاكية حيث أثبتت النتائج الميدانية أن 59 % من أسر المبحوثات سواء في العينة الريفية أو العينة الحضرية يقترضون من البنك مقابل 41 % من لا يقترضون من البنوك و هذا ما يبرهن التحول الذي عرفته الأسرة الجزائرية في مجال الاستهلاك بصفة عامة و الاستهلاك الغذائي بصفة خاصة .

## الفصل الرابع

المشاهدة التلفزيونية و مدى تأثيرها على القيم و العلاقات  
الأسرية و النزعة الاستهلاكية للأسرة الجزائرية .

المبحث الأول: حجم المشاهدة التلفزيونية و مدى تأثيرها  
على القيم و العلاقات الأسرية .

المبحث الثاني: مدى تأثير الإعلان التلفزيوني و  
أثره على النزعة الاستهلاكية للأسرة الجزائرية

## المبحث الأول : حجم المشاهدة التلفزيونية و مدى تأثيرها على القيم و العلاقات الأسرية

### أولاً : حجم المشاهدة

#### 1. فترات المشاهدة

تختلف فترات المشاهدة لدى المبحوثات ، فمنهن من تفضلن مشاهدة برامج التلفزيون في الفترة الصباحية ، و منهن من تفضل مشاهدة التلفزيون في الفترة المسائية، و منهن من يفضلن الفترة الليلية لمشاهدة البرامج التلفزيونية هذا ما سوف يتضح لنا من خلال الجدول التالي :

#### جدول رقم (59)

يبين توزيع المبحوثات حسب الفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون

| المجموع |     | العينة الحضرية |     | العينة الريفية |     | العينة<br>فترات المشاهدة |
|---------|-----|----------------|-----|----------------|-----|--------------------------|
| %       | ك   | %              | ك   | %              | ك   |                          |
| 11      | 33  | 4.66           | 7   | 17.33          | 26  | صباحا                    |
| 50.33   | 151 | 68             | 102 | 32.66          | 49  | مساء                     |
| 38.66   | 116 | 27.33          | 41  | 50             | 75  | ليلا                     |
| 100     | 300 | 100            | 150 | 100            | 150 | المجموع                  |

يتضح من خلال الجدول رقم (59) الذي يبين توزيع المبحوثات حسب الفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون ، أن اكبر فترات المشاهدة هي الفترة المسائية حيث تصل النسبة إلى 50.33 % ، ثم يليها في المرتبة الثانية الفترة الليلية بنسبة 38.66 %، في حين جاءت الفترة الصباحية في مؤخرة الترتيب بنسبة 11 % و قد يرجع اختيار الفترة المسائية و الليلية لمشاهدة التلفزيون من قبل المبحوثات إلى أشغالهن خلال الفترة الصباحية للقيام بشؤون المنزل و تهيئة الأطفال إلى الدراسة .....الخ.

أما عن أوجه التشابه و الاختلاف بين العينتين الريفية و الحضرية حول الفترات المختارة لمشاهدة التلفزيون فيظهر هناك بعض التفاوتات النسبية في الإجابات بين المبحوثات ففي العينة الريفية ترتفع نسبة المشاهدة التلفزيونية في الفترة الليلية ب 50 % مقابل 27.33 % لدى العينة

الحضرية ، بينما ترتفع نسبة مشاهدة التلفزيونية لدى العينة الحضرية في الفترة المسائية ب 68 % مقابل 32.66 لدى العينة الريفية ، و ترتفع نسبة مشاهدة في الفترة الصباحية لدى العينة الريفية ب 17.33 % مقابل 4.66 % لدى العينة الحضرية.

و قد يرجع الاختلاف في اختيار فترات مشاهدة بين المبحوثات في كل من العينة الريفية و الحضرية، بالنسبة ربات البيوت في الحضر عادة ما تكون مشغولة بالتسوق فضلا عن تحضير الأكل لأفراد الأسرة ، و لا تتمكن من مشاهدة البرامج التي ترغب فيها لهذا تختار الفترة المسائية و الليلية لمشاهدة التلفزيون ، و هذه الخاصية تكون مشتركة بين ربات البيوت في كل من الحضر و الريف.

## 2. الأيام المشاهدة

تختلف أيام مشاهدة التلفزيون لدى المبحوثات و هذا قد يرجع إلى مدى انشغالهن بتربية الأولاد و القيام بالأعمال المنزلية و الخروج إلى السوق لشراء متطلبات الأسرة مما يجعلها تختار أوقات و أيام معينة للمشاهدة التلفزيونية فمنهن من تفضلن المشاهدة في أيام العمل و أخريات تفضلن المشاهدة في أيام العطل و بعضهن تفضلن المشاهدة في كل أيام الاسبوع و هذا ما سوف يكشف عنه الجدول التالي :

جدول رقم (60)

توزيع أفراد العينة وفقا للأيام التي يشاهدون فيها التلفزيون.

| العينة<br>أيام المشاهدة | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |      | المجموع |       |
|-------------------------|----------------|-------|----------------|------|---------|-------|
|                         | ك              | %     | ك              | %    | ك       | %     |
| أيام العمل              | 0              | 0     | 7              | 4.66 | 7       | 2.33  |
| أيام العطل              | 11             | 7.33  | 81             | 54   | 92      | 30.66 |
| كل الأيام               | 139            | 92.66 | 62             | 41.3 | 201     | 67    |
| المجموع                 | 150            | 100   | 150            | 100  | 300     | 100   |

يتضح من خلال الجدول رقم (60) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا للأيام التي يشاهدون فيها التلفزيون، أن اكبر نسبة من المبحوثات اجبن بأنهن يفضلن كل الأيام لمشاهدة التلفزيون ب 67

% ، يليها في المرتبة الثانية مشاهدة في أيام العطل 30.66 %، أما بالنسبة الى مشاهدة في أيام العمل بفقد بلغت النسبة 2.33 %.

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول الأيام التي يشاهدن فيها التلفزيون، نجد أن ربات البيوت في العينة الريفية يشاهدن التلفزيون في كل الأيام، إذ قدرت النسبة ب 92.66 %، مقابل 41.33 % في العينة الحضرية، أما عن مشاهدة في أيام العطل فترتفع نسبتها لدى العينة الحضرية ب 54 % مقابل 7.33 % في العينة الريفية ، أما مشاهدة في أيام العمل فالنسبة منعدمة في العينة الريفية مقابل 4.66 % في العينة الحضرية.

و يمكن تفسير ما سبق بالنسبة للعينة الريفية و التي قدرت نسبة المشاهدات للتلفزيون كل يوم ب 92.66 % ان ربات البيوت اغلبهن ماكثات في البيوت يشاهدن التلفزيون في كل الأوقات و يتابعن مختلف البرامج ، لهذا تفضل كل الأيام لمشاهدة التلفزيون ، أما ربات البيوت في العينة الحضرية فهي تختار أيام العطل لمشاهدة التلفزيون و ذلك يرجع إلى قلة الأعباء عليها مقارنة بالأيام الأخرى حيث تكون منشغلة أكثر بإعداد و تحضير وجبات الطعام و تهيئة الأطفال للدراسة و غير ذلك من أعمال المنزل .

### 3. عدد ساعات المشاهدة

أن التنوع في البرامج و القنوات الفضائية يجعل من ربات البيوت يمكنهن لساعات طويلة امام مشاهدة برامج التلفزيون من دون أن يشعرن ، فمنهن من يمضين ساعتين و منهن من يفضلن ثلاثة ساعات و مهن من يمضين أكثر من أربع ساعات في المشاهدة ، هذا ما سوف يوضحه لنا الجدول الموالي .

### جدول رقم (61)

توزيع أفراد العينة وفقا لعدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة التلفزيون

| العينة              |     | العينة الحضرية |     | العينة الريفية |     | عدد ساعات مشاهدة |
|---------------------|-----|----------------|-----|----------------|-----|------------------|
| ك                   | %   | ك              | %   | ك              | %   |                  |
| ساعة                | 11  | 7.33           | 6   | 4              | 17  | 5.66             |
| ساعتين              | 21  | 14             | 16  | 10.66          | 37  | 12.33            |
| ثلاثة ساعات         | 33  | 22             | 47  | 31.33          | 80  | 26.66            |
| أربعة ساعات فما فوق | 85  | 56.66          | 81  | 54             | 166 | 55.33            |
| المجموع             | 150 | 100            | 150 | 100            | 300 | 100              |

يتضح من خلال الجدول رقم (61) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لعدد الساعات التي تقضيها المبحوثات في مشاهدة التلفزيون، أن اكبر نسبة من المبحوثات يقضين أربع ساعات فما فوق في مشاهدة التلفزيون ب 55.33 %، ثم يليها في المرتبة الثانية نسبة ممن يفضلن ثلاثة ساعات في مشاهدة التلفزيون بنسبة 26.66 % ، في حين احتلت نسبة اللواتي يشاهدن التلفزيون لأكثر من ساعتين المرتبة الثالثة بنسبة 12.33 %، أما بالنسبة للمبحوثات اللواتي يقضين ساعة واحدة في اليوم لمشاهدة التلفزيون فقد بلغت نسبتهن 5.66 %.

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول عدد الساعات التي تفضلها المبحوثات في مشاهدة التلفزيون ، نجد أن هناك اختلاف و تفاوت في الأجوبة إذ احتلت المبحوثات في العينة الريفية اللواتي يقضين أكثر من أربعة ساعات في مشاهدة برامج التلفزيون المرتبة الأولى بنسبة 56.66 % مقابل 54 % في العينة الحضرية ، أما ربات البيوت اللواتي يشاهدن التلفزيون في مدة ثلاثة ساعات فقد احتلت أعلى نسبة في العينة الحضرية حيث بلغت النسبة 31.33 % مقابل 22 % في العينة الريفية ، أما اللواتي يشاهدن التلفزيون لمدة ساعتين احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 14 % في العينة الريفية مقابل 16 % في العينة الحضرية .

و تدعيما لهذه النتيجة تبين لنا أن التلفزيون يحضى بمكانته خاصة داخل الأسرة من خلال عدد الساعات التي تقضيها ربات البيوت في مشاهدة القنوات الفضائية المختلفة و البرامج المتنوعة

التي تعرضها هذه الفضائيات رغم المسؤوليات الكبيرة من عمل و التسوق ..الخ إلا أن هذا لا يمنعها من مشاهدة البرامج التي تفضلها لساعات طويلة حيث وصلت إلى أكثر من أربعة ساعات في اليوم سواء كان ذلك في الصباح أو المساء أو في اللي و السؤال الذي يطرح نفسه هل تستطيع القنوات الفضائية و ما تقدمه من برامج و حصص أن تترك آثار و انعكاسات على العلاقات داخل الأسرة سواء في الريف أو المدينة؟ هذا ما سوف نعرفه من خلال الجدول الموالي .

## ثانيا مدى تأثير حجم المشاهدة على القيم و العلاقات الأسرية.

استطاع التلفزيون بقنواته الفضائية و في وقت قصير جدا أن يحتل مكانة هامة في الأسرة ، من خلال قضاء وقت طويل أمامه للاستمتاع بالبرامج المختلفة التي يقدمها إلى الناس و هم في بيوتهم أو في أي موقع يتواجدون فيه ، فهو أصبح الونيس الوحيد لأفراد الأسرة فمنهم من يفضلون الاستماع بالبرامج عن الجلوس مع أفراد الأسرة و منهم من يختار الجلسات العائلية عن مشاهدة التلفزيون هذا ما سنكتشفه من خلال إجابات المبحوثات في الجدول التالي.

### 1. كيفية مشاهدة التلفزيون في البيت جماعيا او فرديا

جدول رقم (62)

توزيع أفراد العينة وفقا للمفاضلة بين الجلوس مع أفراد الأسرة لمشاهدة التلفزيون او الجلوس على انفراد لمشاهدة التلفزيون

| المجموع |     | العينة الحضرية |     | العينة الريفية |     | العينة<br>هل تفضلين الجلوس مع أفراد الأسرة<br>لمشاهدة التلفزيون او الجلوس على<br>انفراد لمشاهدة التلفزيون |
|---------|-----|----------------|-----|----------------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| %       | ك   | %              | ك   | %              | ك   |                                                                                                           |
| 45.33   | 136 | 79.33          | 119 | 11.33          | 17  | نعم                                                                                                       |
| 29      | 87  | 6              | 9   | 52             | 78  | لا                                                                                                        |
| 25.66   | 77  | 14.66          | 22  | 36.66          | 55  | أحيانا                                                                                                    |
| 100     | 300 | 100            | 150 | 100            | 150 | المجموع                                                                                                   |

يتضح من خلال الجدول رقم جدول رقم (62) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا للمفاضلة بين الجلوس مع أفراد الأسرة لمشاهدة التلفزيون أو الجلوس على انفراد لمشاهدة التلفزيون، أن اكبر نسبة اجبن بأنهن يفضلن الجلوس والاستمتاع ببرامج التلفزيون على انفراد بدلا عن الجلوس مع أفراد الأسرة حيث بلغت النسبة 45.33 %، ثم يليها في المرتبة الثانية نسبة المبحوثات اللواتي



اجبن بأنهن يفضلن الجلوس مع أفراد الأسرة لمشاهدة التلفزيون على الجلوس الانفرادي بنسبة 29 %، أما اللواتي اجبن بأحيانا يفضلن الجلوس على انفراد أمام التلفزيون عن الجلوس مع أفراد الأسرة فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 25.66 %.

أما عن أوجه التشابه و الاختلاف بين العينتين الريفية و الحضرية حول المفاضلة في الجلوس بين أفراد الأسرة مجتمعة لمشاهدة التلفزيون عن الجلوس بانفراد أمام التلفزيون أن هناك اختلاف و تفاوت في الأجوبة ، ففي العينة الريفية نجد أن معظم المبحوثات يفضلن الجلوس مع أفراد الأسرة عن الجلوس بانفراد لمشاهدة التلفزيون حيث بلغت النسبة 52 % مقابل 6 % ، لدى العينة الحضرية ، اما المبحوثات في العينة الحضرية فهن يفضلن الانفراد لمشاهدة التلفزيون عن الجلوس مع أفراد الأسرة بنسبة 79.33 % مقابل 11.33 % لدى العينة الريفية ، أما بالنسبة لمن اجبن أحيانا فقد بلغت النسبة لدى العينة الريفية 36.33 % مقابل 14.66 % في العينة الحضرية و هذا مؤشر على مدى تاثير التلفزيون على قيم الترابط و العلاقات الأسرية .

و عليه نستنتج مما سبق أن ربات البيوت في الأسر الريفية يملن أكثر إلى الاجتماع مع أفراد العائلة و هذا راجع إلى الترابط و التلاحم الذي تتميز به الأسرة الريفية الممتدة، حيث يلتقي أفراد العائلة مجتمعين لمشاهدة البرامج التلفزيونية، عكس الأسر الحضرية التي يميل أفرادها أكثر إلى التحرر و الانفرادية ، حيث يفضل كل فرد مشاهدة التلفزيون بمفرده و بتالي تضمحل قيم الترابط الأسري و لا سيما الحوار الأسري و المشاركة في تناول وجبات الطعام و مشاهدة القنوات التلفزيونية معا التي تدعم و تعزز القيم و التماسك و الترابط الأسري .

و في نفس السياق يذكر محمد القصاص في دراسة حول سلوكيات تأثير وسائل الإعلام على منظومة القيم الأخلاقية، حيث أظهرت النتيجة أن هناك حالات تنعدم فيها الحوارات أصلا داخل الأسرة فكل فرد من أفراد الأسرة مشغول بعالمه الخاص كانشغالهم بالكمبيوتر و مشاهدة الفضائيات ومنه من هو مشغول بزملائه و منهم من هو مشغول بالمال ... الخ و يعد هذا مظهر من مظاهر تأثير القنوات الفضائية على القيم و الترابط الأسري <sup>1</sup>

<sup>1</sup> مهدي محمد القصاص ، " علم الاجتماع العائلة "، أستاذ علم الاجتماع ، كلية الآداب ، جامعة المنصورة ، القاهرة ، 2008 ، ص 235 .

## 2. أسباب تفضيل الجلوس على انفراد لمشاهدة التلفزيون عن الجلوس مع أفراد الأسرة لمشاهدة التلفزيون

إن ميل بعض المبحوثات لمشاهدة برامج التلفزيون بانفراد قد يرجع إلى عدة عوامل و أسباب سوف يوضحها لنا الجدول التالي:

### جدول رقم (63)

توزيع المبحوثات وفقا للأسباب تفضيل الجلوس بانفراد لمشاهدة التلفزيون عن الجلوس مع أفراد الأسرة لمشاهدة التلفزيون

| العينة |       | العينة الحضرية |       | العينة الريفية |       | أسباب التفضيل بانفراد لمشاهدة التلفزيون عن الجلوس مع أفراد الأسرة لمشاهدة التلفزيون |
|--------|-------|----------------|-------|----------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ك      | %     | ك              | %     | ك              | %     |                                                                                     |
| 22     | 30.55 | 69             | 48.93 | 91             | 42.72 | مشاهدة برامج خاصة لا تعجب أفراد الأسرة                                              |
| 39     | 54.16 | 47             | 33.33 | 86             | 40.37 | لأن التلفزيون يشعرني بالراحة أكثر                                                   |
| 11     | 15.27 | 25             | 17.73 | 36             | 16.90 | إن التلفزيون يزودني بالثقافة                                                        |
| 72     | 100   | 141            | 100   | 213            | 100   | المجموع                                                                             |

يتضح من خلال الجدول (63) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لأسباب تفضيل الجلوس بانفراد لمشاهدة التلفزيون عن الجلوس مع أفراد الأسرة لمشاهدة التلفزيون ، أن اكبر نسبة اجبن بان السبب الأول يرجع إلى مشاهدة برامج خاصة لا تعجب أفراد الأسرة بنسبة 42.72 % ، يليها في المرتبة الثانية الفئة التي اجبن بان التلفزيون يشعرهن بالراحة بنسبة 40.37 %، في حين احتلت الفئة التي اجبن بان التلفزيون يزودهن بالثقافة المرتبة الأخيرة بنسبة 16.90 % .

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول أسباب تفضيل الجلوس أمام التلفزيون، أن اكبر نسبة في العينة الريفية اجبن بان التلفزيون يشعرهن بالراحة ب 54.16 % مقابل 33.33 % في العينة الحضرية و جاءت الأسباب الأخرى بنسب متقاربة بين العينتين أيضا حيث جاء الميل لمشاهدة التلفزيون بانفراد بسبب مشاهدة برامج لا تعجب أفراد الأسرة ب48.93% لدى العينة الحضرية مقابل 30.55 لدى العينة الريفية .و جاء السبب الموالي و

هو كون التلفزيون يزودهم بثقافة معينة لذا يفضلن الجلوس أمام التلفزيون عن الجلوس مع أفراد الأسرة ب 17.73 % لدى العينة الحضرية مقابل 15.17 لدى العينة الريفية

و عليه فمن خلال النتائج السابقة يتبين أن التلفزيون قد اثر على القيم الأسرية و فقدت الأسرة قدرتها على الاستمرار كمرجعية قيمية و أخلاقية للناشئة بحيث تمكن من قلب موازين الأسرة و خلق مجتمع يساير متطلبات العصر الحديث، ويعرض كثيرا من البرامج التي لا تتسجم مع القيم الاجتماعية، كما يعمل على تعميق الفجوات بين الأسرة و أفرادها وقد يحدث شروخا في العادات والتقاليد، بل يهدد منظومة القيم الاخلاقية و الثقافة والهوية ،اذ تمكن التلفزيون من تعطيل الحوار الأسري وخلق أجواء متوترة على الدوام بالنسبة للعديد من الأسر بل خلق صراعا بين الأجيال و بين الآباء و الأبناء خاصة .

## **المبحث الثاني: مدى تأثير الإعلان التلفزيوني و أثره على النزعة الاستهلاكية للأسرة الجزائرية**

يلعب الإعلان دورا بارزا في نقل الأفكار و المعتقدات وتوجيه السلوك نحو السلعة أو الخدمة ، إلي أن أصبح م هم و فعال في المزيج الترويجي ، و مما لا شك فيه أن الإعلان قد سجل ظهورا واضحا عبر التلفزيون في السنوات الأخيرة إذ يعتبر أداة للتعليم و نشر الثقافة و التسلية والترفيه لما يتمتع به من خصائص مميزة مثل الصوت و الصورة و الحركة تجعله يتميز عن غيره من وسائل النشر الأخرى و تتضمن الإعلانات كافة الحالات الاستهلاكية كالسلع الغذائية و الطعام و الشراب و أدوات منزلية و السيارات و أثاث...الخ.

**أولاً: مدى مشاهدة المبحوثات للإعلانات التلفزيونية الخاصة ببعض السلع الغذائية**  
**و لا سيما الغذائية**

جدول رقم (64)

توزيع أفراد العينة وفقاً لمدى مشاهدة المبحوثات للإعلانات التلفزيونية الخاصة ببعض السلع الغذائية مثل بعض الأطعمة و المشروبات

| العينة<br>مشاهدتهم<br>للإعلانات<br>التلفزيونية | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |       | المجموع |       |
|------------------------------------------------|----------------|-------|----------------|-------|---------|-------|
|                                                | ك              | %     | ك              | %     | ك       | %     |
| دائماً                                         | 51             | 34    | 104            | 69.33 | 155     | 51.66 |
| أحياناً                                        | 88             | 58.66 | 38             | 25.33 | 126     | 42    |
| نادراً                                         | 11             | 7.33  | 8              | 5.33  | 19      | 6.33  |
| المجموع                                        | 150            | 100   | 150            | 100   | 300     | 100   |

يتضح من خلال الجدول (64) الذي يبين توزيع المبحوثات وفقاً لمشاهدتهم للإعلانات التلفزيونية الخاصة ببعض السلع الغذائية ، أن أكبر نسبة من المبحوثات اجبن بأنهن يشاهدن دائماً الإعلانات التلفزيونية إذ بلغت النسبة 51.66 % من المجموع الكلي للعينة ، في حين بلغت نسبة اللواتي اجبن بأنهن يشاهدن أحياناً الإعلانات التلفزيونية الخاصة بالسلع الغذائية بنسبة 42 % بينما بلغت إجابات اللواتي نادراً ما يشاهدن الإعلانات التلفزيونية الخاصة بالسلع الغذائية بنسبة 6.33 %.

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية والحضرية حول مشاهدة للإعلانات التلفزيونية الخاصة ببعض السلع الغذائية ، نجد أن هناك اختلاف في الإجابات ، إذ ترتفع نسبة إجابات المبحوثات في العينة الحضرية حول مشاهدة بعض للإعلانات التلفزيونية الخاصة ببعض السلع الغذائية ب 69.33 % مقابل 34 % في العينة الريفية ، أما اللواتي يشاهدن الإعلانات التلفزيونية أحياناً فتعلوا نسبتهن في العينة الريفية قدرت ب 58.66 % مقابل 25.33 %.

% لدى العينة الحضرية ، أما بالنسبة اللواتي نادرا ما يشاهدن الإعلانات التلفزيونية ترتفع نسبتهم في العينة الريفية ب 7.33 % مقابل 5.33 % في العينة الحضرية .

و عليه نستنتج مما سبق أن مشاهدة الإعلانات التلفزيونية بمختلف أنواعها حصلت على اهتمام أغلبية المبحوثات في كل من الريف و المدينة و هذا ما توصلت إليها رجم جنات في دراستها عن المرأة الماكثة و الإعلان التلفزيوني:

– أن معظم الماكثات بالبيت يشاهدن التلفزيون بصفة دائمة وذلك بنسبة 60%، ويشاهدنه أحيانا بنسبة 40%، ويعتبر ذلك دافعا وسببا للتعرض للإشهار التلفزيوني.

– 80% من أفراد العينة يشاهدن الإشهار عبر التلفزيون في حين أن 20% منهم لا يشاهدن الإشهارات التلفزيونية.

كما تشاهد النساء الماكثات بالبيت الإشهار التلفزيوني بصفة دائمة ولكن عن طريق الصدفة بنسبة 47.05 % ، في حين بلغت نسبة ممن يشاهدن الاشهارات التلفزيونية في بعض الأحيان 23.52 % ، بينما بلغت نسبة مشاهدتهن للإشهارات التلفزيونية ولكن عن طريق الصدفة ب نسبة 5.88 %<sup>1</sup>.

## ثانيا: مدى مشاهدة المبحوثات لبرامج الطبخ

لقد عرفت القنوات الفضائية الخاصة بعرض حصص خاصة بالطبخ انتشارا خلال السنوات الأخيرة فمنها ما نجدها في القنوات الأجنبية كما نجدها في قنوات عربية و منها ما هي أيضا في القنوات محلية ، كما نجد أن مشاهدة برامج الطبخ تختلف بين ربات البيوت فمنهن من تشاهد البرامج و تحضر ما تشاهده و منهن من تشاهد برامج الطبخ و لا تحضر ما تشاهده ، كما تختلف باختلاف المستويات و البيئات الجغرافية هذا ما سوف يوضحه لنا الجدول التالي :

---

<sup>1</sup> رجم جنات ، المرأة الماكثة في البيت والإشهار التلفزيوني، دراسة استطلاعية بمدينة سطيف ، مجلة العلوم الاجتماعية العدد 16 ، ديسمبر 2012.

## جدول رقم (65)

توزيع المبحوثات وفقا لمشاهدتهن لبرامج الطبخ

| المجموع |     | العينة الحضرية |     | العينة الريفية |     | العينة                 |
|---------|-----|----------------|-----|----------------|-----|------------------------|
| %       | ك   | %              | ك   | %              | ك   | هل تشاهدين برامج الطبخ |
| 87      | 262 | 83,33          | 125 | 91,33          | 137 | نعم                    |
| 0,33    | 6   | 1              | 2   | 3              | 4   | لا                     |
| 10,66   | 32  | 15,33          | 23  | 6              | 9   | أحيانا                 |
| 100     | 300 | 100            | 150 | 100            | 150 | المجموع                |

يتضح من خلال الجدول رقم (65) الذي يبين توزيع المبحوثات وفقا لمشاهدتهن لبرامج الطبخ ، أن اكبر نسبة من المبحوثات اجبن بنعم يشاهدن برامج الطبخ ب 87 % من المجموع الكلي للعينة ، يليها في المرتبة الثانية نسبة اللواتي يشاهدن أبرامج الطبخ أحيانا ب 10.66 % أما بالنسبة اللواتي لا يشاهدن برامج الطبخ الا نادرا فقد جاءت نسبتها في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.33 % .

و بهذا يظهر أن هناك تشابه في الإجابات حيث ترتفع نسبة المجيبات بنعم في العينة الريفية ب 91.33 % مقابل 83.33 % لدى العينة الحضرية في حين تقلصت نسبة اللواتي لا تشاهدن برامج الطبخ فنسبتها 3 % في العينة الريفية مقابل 1 % في العينة الحضرية ، و بلغت نسبة اللواتي يشاهدن برامج الطبخ أحيانا بنسبة 15.33 % مقابل 6 % في العينة الريفية. و عليه نستنتج مما سبق أن مشاهدة برامج الطبخ تنال أهمية كبيرة من قبل المبحوثات سواء في البيئة الريفية أو البيئة الحضرية ، و هذا من مظاهر التغير في الأنماط الاستهلاكية للأسرة الجزائرية ، بحيث أصبحت المرأة و لا سيما ربات البيوت يتطلعن إلى كل ما هو جديد في ميدان الطبخ من خلال مشاهدة مختلف الوصفات التي تقدم في هاته البرامج و الحصص.

### ثالثا: نوع القناة المفضلة لمشاهدة برامج الطبخ

تختلف القنوات التي تهتم بعرض برامج الطبخ ، فمنها العربية و منها الأجنبية و منها المحلية فكل ربة بيت تختار القناة التي تفضل تشاهد فيها برامج الطبخ هذا ما ستبينه إجابات المبحوثات في الجدول التالي

## جدول رقم (66)

توزيع المبحوثات وفقا للقنوات المختارة التي يشاهدون فيها برامج الطبخ

| المنطقة<br>القنوات المختارة | منطقة ريفية |       | منطقة حضرية |       | المجموع |       |
|-----------------------------|-------------|-------|-------------|-------|---------|-------|
|                             | ك           | %     | ك           | %     | ك       | %     |
| القناة العربية              | 102         | 69.86 | 82          | 55.40 | 184     | 62.58 |
| القناة الوطنية              | 39          | 26.71 | 18          | 12.16 | 57      | 19.38 |
| القناة الأجنبية             | 5           | 3.42  | 33          | 22.29 | 38      | 19.92 |
| المجموع                     | 146         | 100   | 148         | 100   | 294     | 100   |

يتضح من خلال الجدول رقم (66) الذي يبين توزيع المبحوثات وفقا للقنوات المختارة التي يشاهدون فيها برامج الطبخ، حيث يتضح أن أكبر نسبة تفضل مشاهدة برامج الطبخ على القنوات العربية بـ 62.58 % ، يليها القنوات الأجنبية بنسبة 19.92 % ثم القنوات المحلية بنسبة 19.38 %

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول القنوات المختارة لمشاهدة برامج الطبخ يظهر أن هناك تشابه في الإجابات بالنسبة لاختيار القنوات العربية لمشاهدة برامج الطبخ إذ بلغت نسبة المشاهدة لدى العينة الريفية بـ 69.86 % مقابل 55.40 % في العينة الحضرية ، أما بالنسبة للاختلاف فإن مشاهدة برامج الطبخ على القنوات الوطنية احتلت أعلى نسبة لدى العينة الريفية بـ 26.71 % مقابل 12.26 % في العينة الحضرية، و نفس الاختلاف بالنسبة لمشاهدة ربات البيوت لبرامج الطبخ في القنوات الأجنبية إذ ترتفع نسبة الإجابات في العينة الحضرية بـ 22.29 % مقابل 3.42 % .

و عليه نستنتج مما سبق أن هناك ميل و رغبة للمبحوثات في مشاهدة برامج الطبخ على القنوات العربية أكثر من القنوات الأجنبية و المحلية نظرا لما تقدمه من برامج الطبخ وأفلام و مسلسلات باللغة العربية و التشابه النسبي بين ما تقدمه من مادة علمية و ما تقدمه القنوات المحلية الخ.....

و تتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسة التي قامت بها نهى العبد في دراسة لعينة عمدية مكونة من 400 سيدة امرأة عربية موزعة على أربع مناطق جغرافية هي وادي النيل، منطقة الخليج العربي

،منطقة المشرق العربي و منطقة المغرب العربي و توصلت الدراسة إلى أن جميع أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية العربية و ان درجة المشاهدة متفاوتة،و ان برامج المرأة منها برامج الطبخ و المسلسلات تأتي في مقدمة البرامج التي تفضلها المبحوثات ، يليها نشرات الأخبار في المرتبة الثانية .<sup>1</sup>

#### رابعا :مدى تأثير البرامج التلفزيونية الخاصة بالطبخ على المبحوثات \_ :

رغم تعدد القنوات العربية و جذبها لاهتمام ربات البيوت ، هل يمكن لهن أن تحضرن ما تشاهده في هاته البرامج من أطباق مختلفة لأفراد العائلة و هل يتأثر النمط الاستهلاكي التقليدي بمجرد مشاهدة برامج الطبخ في التلفزيون ؟ هذا ما ستجيب عليه المبحوثات في الجدول التالي

جدول رقم (67)

يبين توزيع المبحوثات وفقا لمدى قيامهن بإعداد و تحضير ما يشاهدنه في حصص الطبخ

| العينه<br>ردة فعلهم | العينه الريفيه |       | العينه الحضرية |       | المجموع |       |
|---------------------|----------------|-------|----------------|-------|---------|-------|
|                     | ك              | %     | ك              | %     | ك       | %     |
| نعم                 | 73             | 50    | 69             | 46.62 | 142     | 48.29 |
| لا                  | 25             | 17.12 | 27             | 18.24 | 52      | 17.68 |
| أحيانا              | 48             | 32.87 | 52             | 35.13 | 100     | 34.01 |
| المجموع             | 146            | 100   | 148            | 100   | 294     | 100   |

يتضح من خلال الجدول رقم (67) الذي يبين توزيع المبحوثات وفقا لمدى وفقا لمدى إعداد و تحضير ما يشاهدنه في حصص الطبخ ، أن اكبر نسبة أجابت بنعم أي تقوم بإعداد و تحضير ما يشاهدنه من حصص الطبخ بـ 48.29 % من المجموع الكلي للعينه ، ثم يليها في المرتبة الثانية نسبة اللواتي اجبن ب أحيانا من يقمن بإعداد ما يشاهدنه في حصص الطبخ بنسبة 34.01 % في حين تأتي نسبة اللواتي اجبن بأي لا يقمن بإعداد و تحضير ما تشاهده في حصص الطبخ بنسبة 17.68 % .

<sup>1</sup> عاطف عدلي العبد و آخرون ،" المرأة العربية و سائل الإعلام "، دار الفكر العربي ، مصر ، 2008 ، ص 282 .



أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول مدى إعداد و تحضير المبحوثات لما يشاهدنه في حصص الخاصة بالطبخ، نجد أن هناك تشابه في الأجوبة و توافق فيما يخص دراسة تأثير و ردة الفعل حول يشاهدنه في حصص الطبخ حيث بلغت نسبة المتأثرات من العينة الريفية 50 % مقابل 46.62 % لدى العينة الحضرية ، في حين بلغت اللواتي اجبن أحيانا بإعداد و تحضير ما يشاهده في حصص الطبخ 32.87 % لدى العينة الريفية مقابل 35.13 % لدى العينة الحضرية ، و في الأخير جاءت نسبة المبحوثات اللواتي لم يتأثرن بما يشاهدونه في كل البرامج الخاصة بالطبخ 17.12 % لدى العينة الريفية مقابل 18.24 % لدى العينة الحضرية .

و عليه فمن خلال النتائج السابقة نستنتج أن هناك تأثيرات واضحة للقنوات الفضائية على السلوك و تصرفات الأفراد في تشكيل أنماط و عادات غذائية جديدة و لا سيما لدى الأسرة و الأطفال و الشباب، حيث تعددت أنواع الأطباق و المأكولات و المشروبات كما تغيرت طرق الإعداد و التحضير و الأجهزة المستعملة في الطهي...الخ.

#### **خامسا: نوع السلع المفضل مشاهدتها و الرغبة في شرائها**

أصبحت الإعلانات التلفزيونية اليوم تتميز بالتنوع في عرض مختلف السلع و المنتجات سواء تعلق الأمر بالمواد الغذائية و الأجهزة المنزلية او العطور او الملابس الخ..... و يخاطب الإعلان مختلف الفئات الاجتماعية و لا سيما المرأة باعتبارها العنصر الأساسي في الإعلانات المنزلية لكونها أم و ربة بيت ، تسكن في حي راقى او حي شعبي ، في الريف او المدينة ، كل ذلك من اجل الترغيب في الاستهلاك و الشراء للسلع و البضائع عن طريق الإعلان و الجدول الموالي سيكشف لنا عن ذلك

## جدول رقم (68)

يبين توزيع المبحوثات وفقا لنوع السلعة المفضلة مشاهدتها في الإعلانات التلفزيونية

| العينة<br>السلعة المفضلة | العينة الريفية |       | العينة الحضرية |       | المجموع |        |
|--------------------------|----------------|-------|----------------|-------|---------|--------|
|                          | ك              | %     | ك              | %     | ك       | %      |
| الملابس                  | 71             | 47,33 | 56             | 37%   | 127     | 42,33% |
| الأجهزة المنزلية         | 8              | 5,33  | 4              | 3%    | 12      | 8%     |
| أثاث المنزل              | 43             | 28,66 | 41             | 27,33 | 84      | 56%    |
| العطور                   | 11             | 7%    | 34             | 23%   | 45      | 30%    |
| المواد الغذائية          | 17             | 11,33 | 15             | 10    | 32      | 21,33% |
| المجموع                  | 150            | 100%  | 150            | 100%  | 300     | 100%   |

يتضح من خلال الجدول رقم (68) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا للسلعة المفضل مشاهدتها في الإعلانات التلفزيونية ، أن اكبر نسبة من المبحوثات يفضلن الأثاث المنزلي بنسبة 56 % من المجموع الكلي للعينة ، ثم يليها الملابس بنسبة 42.33 % في حين احتلت العطور المرتبة الثالثة بنسبة 30 % و جاءت المواد الغذائية في المرتبة الرابعة بنسبة 21.33 %، أما الأجهزة المنزلية احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة 8 %.

و فيما يتعلق بأوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين حول تفضيل السلع المشاهدة في الإعلانات التلفزيونية نجد أن الملابس احتلت أعلى نسبة في العينة قدرت ب 47.33 % مقابل 37 % لدى العينة الحضرية ، يليها أثاث المنزل بنسبة 28.66 % لدى العينة الريفية مقابل 27.33 % لدى العينة الحضرية ، في حين بلغت نسبة اللواتي يفضلن المواد الغذائية 11.33 % لدى العينة الريفية مقابل 10 % لدى العينة الحضرية ، أما العطور سجلت أعلى نسبة في العينة الحضرية ب 23 % مقابل 7 % لدى العينة الريفية، في حين جاءت الأجهزة المنزلية في المرتبة الأخيرة بنسبة 5.33 % في العينة الريفية مقابل 4 % لدى العينة الحضرية .

و مما سبق يمكننا ان نلاحظ أن هناك تشابه في الميول و الاتجاهات بالنسبة للمفاضلة في مشاهدة السلع المرغوبة بين العينتين الريفية و الحضرية أما الاختلافات فقد جاءت ضعيفة في الإجابات في نفس السياق وبهذا يبقى الاتجاه نحو الألبسة و الأجهزة و الأثاث و المواد الغذائية تحتل الصدارة بالنسبة للمبحوثات ، و بهذا يتضح مدى تأثير الإعلانات التلفزيونية على أذواق و اتجاهات المشاهدين و المشاهدات ، بالإضافة إلى ذلك فالإعلانات التلفزيونية تدعم التوجه

نحو المزيد من الاستهلاك للسلع او المنتجات المعلن عنها فهي تسيطر على العقول و تشكل ثقافة استهلاكية تحيط بالأسر و الأفراد .

### سادسا :مدى تأثير المشاهدة على عملية الشراء

لقد أصبحت الإعلانات التلفزيونية اليوم ذات علاقة مباشرة بريبات البيوت من خلال التأثير عليهن وإقناعهن ثم تغيير طريقة تفكيرهن ونمط حياتهن من أجل شراء المزيد من السلع والمنتجات المعروضة،غير أن البعض من ربّات البيوت لم يتأثرن بمشاهدة من ربّات الإعلانات التلفزيونية ، و بالتالي لا يقبلن على شراء ما يشاهدونه و سوف يوضح لنا الجدول الموالي :

جدول رقم (69)

يبين توزيع المبحوثات وفقا لمدى تأثير مشاهدة السلع عليهن في الإقبال على الشراء

| ردّة فعلهم | العينة الريفية |        | العينة الحضرية |         | المجموع |        |
|------------|----------------|--------|----------------|---------|---------|--------|
|            | نعم            | لا     | أحيانا         | المجموع | نعم     | لا     |
| نعم        | 91             | 60,66% | 109            | 72,66%  | 200     | 66,66% |
| لا         | 6              | 4%     | 11             | 7,33%   | 17      | 5,66%  |
| أحيانا     | 53             | 35,33% | 30             | 20%     | 83      | 55,33% |
| المجموع    | 150            | 100%   | 150            | 100%    | 300     | 100%   |

يتضح من خلال الجدول رقم (69) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لمدى تأثير مشاهدة السلع عليهن في الإقبال على الشراء أن اكبر نسبة من المبحوثات اجبن بنعم اي هناك تاثير بعد السلع في الإعلانات التلفزيونية ب 66.66 % ، ثم تأتي نسبة اللواتي يقمن بشراء بعد المشاهدة أحيانا بنسبة 55.33 % ، في حين احتلت نسبة المبحوثات اللواتي لا تتأثرن بمشاهدة السلع في الإعلانات التلفزيونية 5.66 %.

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه حول تأثير مشاهدة السلع عليهن في الإقبال على الشراء يظهر أن هناك تشابه في الإجابات ، حيث بلغت نسبة اللواتي يرغبن في الشراء عند مشاهدة الإعلانات التلفزيونية 72.66 % لدى العينة الحضرية مقابل 60.66 % لدى العينة الريفية ، في حين بلغت نسبة المبحوثات اللواتي يرغبن أحيانا في الشراء عند مشاهدة الإعلانات التلفزيونية ب 35.33 % لدى العينة الريفية مقابل 20 % لدى العينة الحضرية، أما الفئة التي لا تتأثر

بالإعلانات التلفزيونية ترتفع نسبتها لدى العينة الحضرية ب 7.33 % مقابل 4 % لدى العينة الريفية و على الرغم من ذلك فإن التأثير يبدو واضحا .

و عليه فإن استهداف المرأة في الإشهار التلفزيوني يرجع إلى كونها من أهم شرائح المجتمع وكونها معنية بالكثير من المنتجات المعلن عنها سواء الخاصة بها كمنتجات العناية الشخصية أو تلك الخاصة بشؤون البيت والأسرة ككل ومنها المواد الغذائية، مواد التنظيف، الأدوات الكهرومنزلية، الأثاث المنزلي بالإضافة إلى المنتجات الخاصة بالأطفال وذلك طبعا بحكم أنها ربة المنزل ومديرة الأسرة ويمكن أن يكون لها تأثير كبير على قرارات الشراء المتعلقة بهذه المنتجات، وهو ما يؤكد كل من E.Chapus و A.Ancelin من أن صورة المرأة يستغلها مصممو الاشهارات لسببين رئيسيين وهما قدرتها على شراء وقدرتها على الإغراء، فالمرأة تملك اليوم قدرة كبيرة على الشراء مثل مواد التجميل التي تتوجه إليها بالإضافة إلى أغلب المنتجات الاستهلاكية اليومية تشتريها المرأة.<sup>1</sup>

### سابعا : رأي المبحوثات حول مدى تأثير الإعلانات التلفزيونية على النزعة الاستهلاكية

تقوم القنوات الفضائية من خلال الإعلانات التلفزيونية بخلق نزعة استهلاكية عند ربات البيوت انطباعات مختلفة ، فمنهن من ترى أنها تترك الناس يشترون الحاجات غير اللازمة و بالتالي تخلق لديهم نزعة استهلاكية حيث ترى البعض منهن ان الإعلانات مفيدة و لن تخلق مثل هذه النزعة هذا ما سيكشف عنه الجدول الموالي .

---

<sup>1</sup> Emilie chapus ; Amandine Ancelin , "l'image de la femme dans la publicité " ,  
sur le site: [www.dea-dtcen.pari2.fr/cours2006/hazan/pub\\_2006\\_image\\_femme.pdf](http://www.dea-dtcen.pari2.fr/cours2006/hazan/pub_2006_image_femme.pdf)

### جدول رقم (70)

توزيع المبحوثات حسب رأيهم حول مدى تشجيع الإعلانات التلفزيونية على النزعة الاستهلاكية

| العينة                                   |  | العينة الريفية |     | العينة الحضرية |       | المجموع |     |
|------------------------------------------|--|----------------|-----|----------------|-------|---------|-----|
| هل تشجع الإعلانات على النزعة الاستهلاكية |  | ك              | %   | ك              | %     | ك       | %   |
| نعم                                      |  | 64             | 43  | 101            | 67,33 | 165     | 55  |
| لا                                       |  | 86             | 57  | 49             | 32,66 | 135     | 45  |
| المجموع                                  |  | 150            | 100 | 150            | 100   | 300     | 100 |

يتضح من خلال الجدول رقم (70) الذي يبين توزيع المبحوثات وفقا لرأيهم حول مدى تأثير الإعلانات التلفزيونية على النزعة الاستهلاكية لدى المشاهدين ، أن اكبر نسبة اجبن بان الإعلانات التلفزيونية تشجع المشاهدين على النزعة الاستهلاكية بـ 55% مقابل 45 % ممن اجبن بان الإعلانات التلفزيونية لا تشجعهم على النزعة الاستهلاكية .

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه في الرأي حول الإعلانات التلفزيونية هل تشجع الناس على النزعة الاستهلاكية نجد لدى العينة الريفية من يؤيد ذلك بنسبة 43 % بينما اللواتي اجبن بلا فنسبتها 32.66 % لدى العينة الحضرية مقابل 57% لدى العينة الريفية .

و عليه نستنتج مما سبق أن ربات البيوت في العينة الحضرية ترى أن الإعلانات التلفزيونية بالفعل تشجع المشاهدين و المشاهدات على الاستهلاك التفاخري من خلال الإقبال على شراء السلع بكميات كبيرة دون أن تحتاج إليها و هذا لكونها تخضع للمؤثرات الإعلانية التي تدفعها دون شعور منها إلى شراء مختلف السلع ، أما ربات البيوت في العينة فهي تتحكم في قدرتها الشرائية و لا تخضع للإغراءات الإعلانية لان البيئة الاجتماعية هي التي تفرض نفسها لهذا فهي ترى بان الإعلانات التلفزيونية غير مفيدة و لا تترك الناس يشتررون الحاجات الغير اللازمة غير ان هناك من يرى أن القنوات الفضائية من خلال إعلاناتها المستمرة و المتواصلة تهدف الى خلق نمط استهلاكي غربي و بهذا لا يمكن إغفال دور القنوات الفضائية في تشجيع المشاهدين على المزيد من الاستهلاك التفاخري .

## ثامنا : الرأي حول الملابس المفضلة من قبل أفراد الأسرة

إن اختيار للملابس سواء في المدينة او الريف يتوقف على الذوق و الإمكانيات المادية و عليه فمنهن من تفضل الملابس المحلية و منهن من تفضل الملابس المستوردة هذا ما ستبينه إجابات المبحوثات .

### جدول رقم ( 71 )

يبين توزيع المبحوثات وفقا لرأيهن في نوع الملابس المفضلة من قبل أفراد الأسرة

| نوع الملابس   | العينة الريفية |     | العينة الحضرية |     | المجموع |     |
|---------------|----------------|-----|----------------|-----|---------|-----|
|               | ك              | %   | ك              | %   | ك       | %   |
| ملابس محلية   | 63             | 42  | 48             | 32  | 111     | 37  |
| ملابس مستوردة | 87             | 58  | 102            | 46  | 189     | 63  |
| المجموع       | 150            | 100 | 200            | 100 | 150     | 100 |

يتضح من خلال الجدول رقم ( 71 ) الذي يبين توزيع أفراد العينة وفقا لرأيهن في نوع الملابس المفضلة من قبل أفراد الأسرة، أن اكبر نسبة من المبحوثات اجبن بان أفراد أسرهن يفضلن الملابس المستوردة ب 63 % في حين بلغت نسبة اللواتي اجبن بان افراد اسرهن يفضلن الملابس المحلية ب 37 %.

أما عن أوجه الاختلاف و التشابه في الرأي بين العينتين الريفية و الحضرية حول نوع الملابس المفضلة من قبل أفراد الأسرة ،فإن هناك تشابه في الإجابات حول اقتناء الملابس المستوردة إذ بلغت النسبة لدى العينة الريفية ب 58 % مقابل 46 % لدى العينة الحضرية ، أما فيما يخص اختلاف وجهات النظر حول اختيار أفراد الأسرة للملابس المحلية فيظهر أن هناك ميل في الاتجاه نحو الألبسة المحلية لدى العينة الريفية حيث تبلغ النسبة 42 % مقابل 32 % لدى العينة الحضرية .

و عليه نستنتج بان ربات البيوت سواء في المدينة أو الريف يتجهن في نمطهن الاستهلاكي إلي العصرية من خلال اختيار أفراد أسرهن للملابس المستوردة و هذا قد يرجع إلي العديد من العوامل : منها العولمة ،و فتح الأسواق، حيث شهدت هاته الأخيرة انتعاشا كبيرا لمختلف السلع المستوردة

من الخارج ، كما ترجع أيضا إلى عدم مواكبة الملابس المحلية للتغيرات في الأذواق و العصرية و من ثم أصبح الأفراد و لاسيما الشباب و الأطفال يميلون إلى استهلاك المنتجات الأجنبية بدلا من المنتج المحلي الذي مازال بعيدا عن المقاييس العالمية ، هذا من جهة ، من ناحية أخرى فان المستهلك مستهدف من قبل المنتحيين الذين يسعون الى الترويج لسلعهم و تسويقها بأية وسيلة مستخدمين كل الإغراءات مما أدى إلى تعاظم الطموحات الاستهلاكية لدى الأفراد و لا سيما الشباب مما يشكل في النهاية ثقافة استهلاكية تسيطر على سلوك الأفراد

## خلاصة الفصل

نستنتج من خلال معالجتنا لموضوع المشاهدة التلفزيونية و أثرها على النزعة الاستهلاكية عند الأسرتين الريفية و الحضرية ، أن التلفزيون والقنوات الفضائية و ما يتضمنها من برامج و إعلانات ، ساهمت بشكل كبير في تغيير العادات و الأنماط الاستهلاكية للأسرة الجزائرية ، و ظهر هذا التغيير بشكل واضح في بنية العلاقات من خلال انعدام الحوارات داخل الأسرة حيث أجاب 45.33 % بحب الانفراد عند مشاهدة التلفزيون عن الجلوس مع أفراد الأسرة عند المشاهدة ، حيث أصبح كل فرد يقضي ساعات طويلة في مشاهدة مختلف البرامج التلفزيونية التي أصبحت تملأ فراغه و تسليه بدلا من التسلية مع أفراد الأسرة ، أما عن التغيير في النمط الاستهلاكي ، فالتلفزيون و ما يتضمنه من إعلانات تمكن من عصرنه النمط الاستهلاكي لربة البيت من خلال التنوع في الأطباق الغذائية التي طغى عليها الطابع العصري التي تستمد من برامج الطبخ المعروضة في القنوات المختلفة سواء كانت أجنبية أو عربية أو محلية ، أما الملابس فأصبحت ربة البيت تميل إلى شراء الملابس المستوردة لان تلبي ذوقها و تجعلها تتماشى مع موضة العصر .

## الفصل الخامس

### النتائج العامة للدراسة و مناقشتها على ضوء الفرضيات

المبحث الأول : عرض النتائج للدراسة

المبحث الثاني : مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات.

المبحث الثالث : التوصيات و المقترحات .

الخاتمة .



## تمهيد

يتناول هذا الفصل النتائج العامة التي خلصت إليها الدراسة و هو ينقسم إلى محورين أساسيين، يتناول المحور الأول موقف النتائج من أهداف الدراسة و فروضها ، في حين يتناول المحور الثاني التوصيات و المقترحات الهامة التي توصلت إليها دراستنا بقسميها النظري و التطبيقي .

### المبحث الأول : عرض النتائج العامة للدراسة

#### أولاً: نتائج تتعلق بالبيانات العامة للمبحوثات

و تتضمن البيانات العامة لربات البيوت العديد من المؤشرات التي توصلنا من خلالها إلى النتائج التالية :

**1.السن :** نلاحظ أن الفئة العمرية التي يقل سنها عن 20 سنة سجلت أعلى نسبة في العينة الريفية بـ 17.33 % مقابل 7.33 % في العينة الحضرية ، أما الفئة العمرية التي يتجاوز سنها 50 سنة فما فوق ترتفع نسبتها في العينة الحضرية بـ 15.33 % مقابل 8 % العينة الريفية ، و عليه فان عينتنا مزيج من الفئات العمرية اقلها 20 سنة و هي متواجدة أكثر في الريف و أكبرها 50 سنة و التي نجدها بنسبة عالية في الوسط الحضري ، كما نستنتج أيضا أن هناك تنوع في الأجيال سهل علينا معرفة كيف تطور النمط الاستهلاكي عند الأسرة الريفية و الحضرية .

**2.الأصل الجغرافي للمبحوثات :** لقد توصلت النتائج أن معظم ربات البيوت التي شملتها عينتنا سواء في المدينة أو الريف ينتمين إلى الأصل الجغرافي التي يعشن فيه إذ أن أكبر نسبة في العينة الريفية اجبن بان أصلهن الجغرافي من الريف بـ 78.66 % ، أما في العينة الحضرية فان 72.66 % من ربات البيوت اجبن بان أصلهن حضري .

**3.المستوى التعليمي للأزواج و الزوجات:** كشفت الدراسة ان الزوجات الحضرية يتفوقن على الزوجات الريفيات من حيث المستوى التعليمي الجامعي حيث بلغت النسبة 18.66 % في العينة الحضرية مقابل 6 % في العينة الريفية أما الثانوي بلغت النسبة 19.33 % في العينة الريفية مقابل 36.66 % في العينة الحضرية في حين يتفوقن الريفيات في المستوى التعليمي المتوسطي بنسبة 28 % ، و كانت نسبة الأميات أكثر عند ربات البيوت في الريف حيث بلغت النسبة 8 % مقابل 2.66 % في العينة الحضرية و عليه فان انتشار التعليم بين مختلف الشرائح الاجتماعية

وخاصة بين الإناث أصبح يشكل عنصرا هاما في تغيير أوضاع المرأة وخاصة في اتخاذ القرارات داخل الأسرة و خروجها للعمل إلى جانب زوجها.

**4. السكن و نوعه :** كشفت الدراسة أن اغلب المبحوثات في العينة الريفية تسكن في مساكن تقليدية اذ قدرت النسبة ب 52% عكس المبحوثات في العينة الحضرية اللواتي يسكن في شقق فقد اجابت 70 %

**5. عدد أفراد الأسرة:** كشفت الدراسة ان الأسرة الريفية ما زالت تتميز بكبر عدد أفراد أسرتها حيث أجابت 47.33 % أن عدد أفراد أسرتها تجاوز 10 أفراد في حين أجابت 43.33 % من المبحوثات في العينة الحضرية اعدد أفرادها ما بين 5 و 7 أفراد مما يفسر لنا ان نمط الأسرة النواة يعرف بعض الاتساع عن الأسرة الممتدة ، و يعد هذا مظهرا من مظاهر التغير الاجتماعي و الأسري في المجتمع الجزائري.

### ثانيا : نتائج تتعلق بالمستوى الاجتماعي و الاقتصادي للأسرة

1. الدخل الشهري: من خلال النتائج تبين أن هناك تفاوت في الدخول بين المناطق الريفية و الحضرية حيث أجابت 30 % من المبحوثات في العينة الريفية بان دخل أسرهن يتراوح بين 20.000 و 30.000 دج مقابل 28.66 % في العينة الحضرية أما اللواتي اجبن بان دخل أسرهن أكثر من 50.000 دج فقد احتل اكبر نسبة في العينة الحضرية قدرت ب 13.33 % مقابل 8% في العينة الريفية.

2. مصادر دخل الاسرة الشهري : كشفت نتائج الدراسة أن أهم مصدر للدخل لدى الريفيين يعود إلى الأعمال الحرة باحتلالهم المرتبة الأولى بنسبة 58.66 % مقابل 25.33 % في العينة الحضرية ، بينما الحضر يتفوقون على الريف من حيث الوظائف اذ بلغت النسبة 65.33 % مقابل 30 % في العينة الريفية و قد و يرجع هذا التفاوت و التباين في مصادر دخل الأسرة ، كون معظم الأسر الحضرية تلجا إلى التوظيف في القطاع العام ضمانا للمعاش و مستقبل العائلة بينما سكان الأرياف فهم يلجئون للأعمال الحرة التي يتوارثونها عن بعضهم مثل الزراعة و الصناعات التقليدية و الميكانيك و غيرها.

3. امتلاك السيارة و نوعها : أظهرت نتائج الدراسة أن 65.33 % من المبحوثات في الأسرة الريفية أجبن بان أسرهن تمتلك مقابل 70.66 % من المبحوثات في العينة الحضرية ، أما عن

نوعية السيارة المملوكة، يظهر أن امتلاك السيارات الجديدة يحتل أكبر نسبة في العينة الحضرية قدرت بـ 49.05 %، مقابل 42.85 % في العينة الريفية ، بينما ترتفع نسبة امتلاك السيارات القديمة في العينة الريفية بـ 25.51 % مقابل 16.98 % في العينة الحضرية.

4. امتلاك المبحوثات للهاتف النقال و نوعه: أظهرت نتائج الدراسة أن 81.66 % من المبحوثات يمتلكن الهاتف النقال بكل أنواعه إذ احتل الهاتف النقال من نوع نوكيا الصدارة بنسبة 50 % لدى العينة الريفية مقابل 34.53 % لدى العينة الحضرية في حين سجل الهاتف النقال من نوع سامسونغ أعلى نسبة إجابات لربات البيوت في العينة الحضرية قدرت بـ 48.92 % مقابل 30.18 % عند العينة الريفية.

5. امتلاك اسر المبحوثات للأجهزة المنزلية: كشفت نتائج الدراسة أن الأسرة الريفية و الحضرية تمتلك مختلف الأجهزة الكهرومنزلية مثل الثلاجة و الطباخة والميكرووفا و المكيف... الخ.

ثالثا: نتائج تتعلق بالتلفزيون و الأسرة و البرامج المفضلة و نوع الأطباق المحضرة و الميزانية و أوجه الإنفاق الأسري .

1. امتلاك اسر المبحوثات للتلفزيون: أثبتت نتائج الدراسة أن 100 % من اسر المبحوثات سواء في العينة الريفية أو الحضرية يمتلكون جهاز التلفزيون، أما عدد الأجهزة المملوكة من قبل الأسرة اتضح أن أعلى نسبة من المبحوثات في الأسرة الريفية أجابت أنها تمتلك جهازين بنسبة 33% مقابل 34 % لدى العينة الحضرية بينما تعلوا نسبة العينة الحضرية التي تمتلك ثلاثة أجهزة تلفزيونية بنسبة 40 % مقابل 28 % لدى العينة الريفية و أربع أجهزة تلفزيونية تصل نسبتها لدى العينة الحضرية 29 % مقابل 18 % لدى العينة الريفية .

2. البرامج المفضلة لدى المبحوثات: كشفت الدراسة أن المسلسلات و الأفلام انت في مقدمة الترتيب لكلتا العينتين إذ قدرت بـ 46.66 % لدى العينة الريفية و 40.66 لدى العينة الحضرية ثم تأتي البرامج الدينية بنسبة 14 % ، اما برامج الطبخ فقد احتلت نسبة 9 % لدى العينة الريفية و 18.66 % لدى العينة الحضرية .

3. أهم القنوات الفضائية المفضلة للمشاهدة : كشفت الدراسة أن أهم القنوات الفضائية المفضلة من قبل المبحوثات تأتي القنوات العربية في المرتبة الأولى بـ 66 % ثم القنوات الأجنبية بنسبة 21.33 % و أخيرا القنوات الوطنية بنسبة 12.66 % من المجموع الكلي للعينة .

4. أسباب التفضيل : أثبتت النتائج ان التنوع في البرامج يأتي في مقدمة الأسباب بالنسبة للعينة الريفية بنسبة 34.66 % مقابل 14.66 % بالنسبة للعينة الحضرية، و تعلو نسبة إجابات المبحوثات فيما يخص سبب التفضيل إلى تقنيات التصوير العالية بنسبة 38.66 % لدى العينة الحضرية مقابل 27.33 % لدى العينة الريفية ثم يليه إثراء المعلومات بنسبة 28 % لدى العينة الحضرية مقابل 8 % لدى العينة الريفية .

5. كيفية مشاهدة التلفزيون : كشفت الدراسة أن مشاهدة التلفزيون جماعيا يعلو لدى العينة الريفية إلى 89.33 % مقابل 27.33 % لدى العينة الحضرية في حين تنقلص نسبة ممن اجبن بأنهن يشاهدن التلفزيون فرديا لدى العينة الريفية ب 10.66 % مقابل ارتفاعها لدى العينة الحضرية إلى 72.66 %.

6. نوع الأطباق المحضرة في المنزل : لقد عرفت الثقافة الاستهلاكية للأسرة الجزائرية بعض التغيرات خاصة في الإعداد و التحضير و و نوع الأطباق ، حيث كشفت الدراسة أن اكبر نسبة أجابت بأنها تحضر في المنزل الأطباق العصرية ب 26.33 % من المجموع الكلي للعينة في بلغت نسبة ممن يحضرن في المنزل الأطباق التقليدية ب 12.66 % و بالمقارنة بين العينتين الريفية و الحضرية حول نوع الأطباق المحضرة في المنزل نجد في العينة الحضرية تعلو نسبة الأطباق العصرية ب 33.33 % مقابل 19.33 % للعينة الريفية، و يعد هنا مظهر من مظاهر الغير في الثقافة الاستهلاكية نتيجة تغلغل القنوات الفضائية في الوسط الاجتماعي فضلا عما تقدمه هذه الأخيرة من ثم تليها حصص الطبخ.

7. من يقوم بإعداد وتحضير الأطباق : كشفت نتائج الدراسة أن الأم تحتل الصدارة بنسبة 51.33 % لدى العينة الريفية مقابل 33 % لدى العينة الحضرية بينما تعلو نسبة الأم و البنات الأكبر بنسبة 42% لدى العينة الحضرية مقابل 29 % لدى العينة الريفية.

8. من يختار وجبات الطعام: كشفت الدراسة أن الأم هي التي تختار وجبات الطعام في كلتا العينتين حيث بلغت النسبة 47.33 % في العينة الحضرية مقابل 39 % ثم يأتي الأب في المرتبة الثانية 23.33 % بالنسبة للعينة الريفية مقابل 17.33 % بالنسبة للعينة الحضرية.

9. شراء المواد الغذائية من السوق : بينت الدراسة أن الأب هو المسئول عن شراء المواد الغذائية من السوق إذ تعلو النسبة في العينة الريفية ب 49.33 % مقابل 31.33 % في العينة الحضرية يليها الابن بنسبة 28 % في العينة الريفية مقابل 11.33 % في العينة الحضرية بينما الأم تحتل

أعلى نسبة في العينة الحضرية ب 40.66 % مقابل 12 % في العينة الريفية و يرجع هذا لكون ربة البيت في الحضر تتقاسم مسؤولية الشراء مع الرجل فهي تخرج سواء للعمل او للشراء عكس ربة البيت في الريف فهي مسئولة عن المنزل فقط و الشراء من مهم الرجل و الأبناء.

**10.** أوجه الاختلاف بين الوجبة التقليدية و الوجبة العصرية : كشفت النتائج ان 65% من المبحوثات في العينة الريفية اجبن بان الذوق هو وجه الاختلاف بين الوجبة التقليدية و الوجبة العصرية بيتنا المبحوثات في العينة الريفية اجبن بان التكاليف هو وجه الاختلاف بين الوجبة التقليدية و الوجبة العصرية بنسبة 68 % .

**11.** نوع الطبق المفضل لدى الأسرة في المناسبات : من خلال نتائج الدراسة تبين ان المزج بين الطبقين التقليدي و العصري يتصدر المرتبة الأولى بنسبة 46.33 % متبوع بأطباق عصرية بنسبة 30.66 % أما الأطباق التقليدية احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة 23 %.

و بالمقارنة بين العينتين الريفية و الحضرية حول الطبق المفضل لدى الأسرة في المناسبات، يظهر أن أهل الريف يميلون إلى التنوع في الأطباق التقليدية و العصرية من خلال إجابات المبحوثات التي وصلت نسبتها 57.33 % مقابل 35.33 % لدى العينة الحضرية أما الأطباق العصرية فهي المفضلة تحضيرها في المناسبات لدى العينة الحضرية إذ بلغت نسبتها 54.66 % مقابل 5.33 % في العينة الريفية.

مصدر التعرف على السلع : أما عن أوجه الاختلاف و التشابه بين العينتين الريفية و الحضرية حول أهم مصدر التعرف على نوع السلع الجديدة ، فيظهر أن هناك اختلاف و تفاوت في الإجابات، حيث سجلنا اكبر نسبة لربات البيوت في العينة الريفية اجبن بان التلفزيون هو مصدرهن الأساسي الذي يمكنهن من التعرف على السلع الجديدة ب 74 % مقابل 35.33 % في العينة الحضرية ، بينما احتل السوق أعلى نسبة في العينة الحضرية كمصدر أساسي للتعرف على السلع الجديدة اذ قدرت ب 54.66 % مقابل 5.33 % في العينة الريفية ، ونفس الاختلاف سجلناه بالنسبة للمصدر الثالث و المتمثل في الجيران و الأصدقاء حيث ترتفع النسبة في العينة الريفية ب 20.66 % مقابل 10 % في العينة الحضرية.

**12.مصدر التعرف على السلع :** و ترجع أسباب الاختلاف في مصادر التعرف على السلع الجديدة بين العينتين الريفية و الحضرية ، فالعينة الريفية تركز على التلفزيون باعتباره اهم مصدر للتعرف على السلع الجديدة حيث بلغت نسبة إجابات المبحوثات 74 % مقابل 35.33 % في

العينة الحضرية، و يرجع هذا كون ربة البيت في الريف مأكثة بالبيت لا تعمل خارج المنزل و لا تخرج كثيرا نظرا للعادات و التقاليد التي تحكم أهل الريف و بذلك تجد مصدرها الوحيد و هو التلفزيون الذي تتعرف من خلاله على كل ما هو جديد فيما يخص السلع و البضائع الجديدة ، أما ربة البيت المقيمة في المدينة فهي تخرج في معظم الأوقات و تذهب إلى الأسواق تطلع على السلع الجديدة من خلال ذهابها إلى المتاجر الكبرى وفضاءات التسوق و بالتالي يعتبر السوق اهم مصدر للتعرف على البضائع حسب ما تأكده إجابات المبحوثات التي وصل إلى 54.66 % مقابل 5.33 % في العينة الريفية .

**13.** من يقوم بتسيير ميزانية الأسرة: كشفت الدراسة أن الآباء هم الذين تسند لهم تسيير ميزانية الأسرة حيث بلغت النسبة لدى العينة الريفية 44 % مقابل 47 % لدى العينة الحضرية أما بالنسبة إلى الأمهات فهناك خلاف في الرأي ففي العينة الريفية لا تسند لها تسيير ميزانية الأسرة هذا ما تأكده إجابات المبحوثات بنسبة 1 % في حين تختلف النسبة في العينة الحضرية حيث أجابت 25 % بأن الأمهات هن اللواتي يقمن بتسيير ميزانية الأسرة ، و نفس الفرق نجده لدى الأبناء حيث أجابت 27.33 % في العينة الحضرية أن الابن هو الذي يسير ميزانية الأسرة بينما تنقلص النسبة لدى العينة الحضرية لتصل 15 %، و من هنا يظهر ان السلطة الأبوية مازالت مهيمنة في الريف بينما في الحضر فمسؤولية تسيير شؤون البيت هي مشتركة بين الأب و الأم.

**14.** توزيع دخل الأسرة على أوجه الإنفاق: كشفت الدراسة ان الغذاء احتل المرتبة الأولى بنسبة 28 % لدى الريفيين و 44 % لدى الحضريين ، أما بالنسبة إلى الإنفاق على الأجهزة المنزلية و اللباس فنجد أن نسبة الإنفاق ترتفع في العينة الحضرية حيث وصلت النسبة إلى 16 % بالنسبة للأجهزة المنزلية مقابل 14 % في العينة الريفية و 14.66 % للباس مقابل 7.33 % في العينة الريفية

**15.** من يتخذ قرار شراء الأثاث المنزلي : اثبتت نتائج الدراسة الأم و الأب فكلتا العينتین هما اللذان يقومان باختيار و شراء الأثاث المنزلي حسب ما تؤكد إجابات المبحوثات حيث بلغت النسبة لدى العينة الريفية بالنسبة إلى الأم 49.33 % و الأب 24.66 % في المقابل 56 % للأم و 21.33 % للأب بالنسبة للعينة الحضرية ، و هذه النتيجة تؤكد على مكانة الأم و الأب

في الأسرة من حيث تقاسمهما لمسؤولية الشراء و المسؤولية المنزلية، اما بالنسبة للحدة فنسبتهما تتقلص جدا لدى العينة الريفية بنسبة 1.33 % ، في حين تنعدم لدى العينة الحضرية.

**16. أوجه الإنفاق في حالة توفر قسط من المال:** أثبتت نتائج الدراسة إلى السكن ان اكبر نسبة في العينة الحضرية تفضل إنفاقه في شراء المسكن 52 % في العينة الحضرية مقابل 29.33 % في العينة الريفية ، و هذا التفاوت قد يرجع الى أزمة السكن التي تعاني منها الأسر الجزائرية و لا سيما الحضرية التي تقطن بالمدينة ، أما الميل لشراء السيارة حصل أعلى نسبة اجابات في العينة الحضرية ب 35.33 % مقابل 20.66 % في العينة الريفية ثم تأتي نسبة ممن يفضلن السفر إلى الخارج إن توفر لديهن قسط من المال بنسبة 42 % في العينة الريفية مقابل 8 % في العينة الحضرية ، و هذه النتيجة تفسر مدى رغبة اهتمام ربوات البيوت بشراء المسكن و السيارة و هذا طموح شرعي و حقيقي، و يعتبر تحول و تغير في الاتجاهات.

**17. إقبال اسر المبحوثات على الاقتراض من البنوك و أوجه الإنفاق:** اثبتت نتائج الدراسة أن 75.33 % من اسر المبحوثات في العينة الحضرية يقبلون على الاقتراض من البنوك مقابل 42 % في العينة الريفية ، أما الأسر التي لا تقترض من البنك ترتفع نسبتهما في العينة الريفية لتصل 58 % مقابل 24.66 % ، و هذه النتيجة قد تفسر لنا مدى احتياجات بعض الأسر إلى المال من اجل تلبية احتياجاتها التي لم يلبيها لها الدخل.

**18. أوجه الإنفاق التي أدت بالأسرة إلى الاقتراض من البنك:** كشفت نتائج الدراسة ان بناء المسكن هو السبب الرئيسي الذي دفع بأسر العينة الريفية الى الاقتراض من البنوك حيث بلغت النسبة 48.83 % ، يليها شراء مسكن للعائلة بنسبة 42.85 % ، أما شراء السيارة فقد احتل المرتبة الثالثة بنسبة 23.5 % ، بينما احتل شراء أثاث المنزل المرتبة الأخيرة بنسبة 2.32 % ، أما في العينة الحضرية فالاختلاف موجود حيث احتل قروض السيارات المرتبة الأولى بنسبة 45.94 % ، اما شراء مسكن احتل المرتبة الثانية بنسبة 41.47 % ، بينما تتقلص نسبة القروض الخاصة ببناء المحل و تجديد أثاث المنزل و بناء المسكن .

**رابعا: المشاهدة التلفزيونية و مدى تأثيرها على القيم و العلاقات الأسرية و النزعة الاستهلاكية للأسرة الجزائرية**

**1. الفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون:** كشفت نتائج الدراسة ان 50 % من المبحوثات في العينة الريفية يفضلون الفترة الليلية لمشاهدة التلفزيون مقابل 27.33 % لدى العينة الحضرية،

بينما ترتفع نسبة مشاهدة التلفزيونية لدى العينة الحضرية في الفترة المسائية ب 68 % مقابل 32.66 لدى العينة الريفية و يرجع هذا ربات البيوت في الحضر عادة ما تكون مشغولة بالتسوق فضلا عن تحضير الأكل لأفراد الأسرة ، و لا تتمكن من مشاهدة البرامج التي ترغبن فيها إلا في هذه الفترة ، كما ترتفع نسبة مشاهدة في الفترة الصباحية لدى العينة الريفية ب 17.33 % مقابل 4.66 % لدى العينة الحضرية.

2. الأيام المشاهدة : من الواضح من خلال النتائج أن 92.66 % من ربات البيوت في العينة الريفية يشاهدن التلفزيون في كل الأيام ، مقابل 41.33 % في العينة الحضرية و هذا راجع إلى أن ربات البيوت في البيئة الريفية اغلبهن ماكثات في البيوت يشاهدن التلفزيون في كل الأوقات و يتابعن مختلف البرامج ، لهذا تفضل كل الأيام لمشاهدة التلفزيون ، أما ربات البيوت في العينة الحضرية فهي تختار أيام العطل لمشاهدة التلفزيون و ذلك يرجع إلى قلة الأعباء مقارنة بالأيام الأخرى حيث تكون منشغلة أكثر بإعداد و تحضير وجبات الطعام و تهيئة الأطفال للدراسة و غير ذلك من أعمال المنزل، أما عن المشاهدة في أيام العطل فترتفع نسبتها لدى العينة الحضرية ب 54 % مقابل 7.33 % في العينة الريفية ، أما المشاهدة في أيام العمل فالنسبة منعدمة في العينة الريفية مقابل 4.66 % في العينة الحضرية.

3. عدد ساعات المشاهدة: كشفت الدراسة أن المبحوثات في العينة الريفية يقضين أكثر من أربعة ساعات في مشاهدة برامج التلفزيون اذ قدرت النسبة ب 56.66 % مقابل 54 % في العينة الحضرية ،أما ربات البيوت اللواتي يشاهدن التلفزيون في مدة ثلاثة ساعات فقد احتلت أعلى نسبة في العينة الحضرية حيث بلغت النسبة 31.33 % مقابل 22 % في العينة الريفية ، أما اللواتي يشاهدن التلفزيون لمدة ساعتين احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 14 % في العينة الريفية مقابل 16 % في العينة الحضرية .

4. كيفية مشاهدة التلفزيون في البيت جماعيا أو فرديا: من خلال نتائج الدراسة يظهر أن معظم المبحوثات يفضلن الجلوس مع أفراد الأسرة عن الجلوس بانفراد لمشاهدة التلفزيون حيث بلغت النسبة 52 % مقابل 6 % ، لدى العينة الحضرية ، اما المبحوثات في العينة الحضرية فهن يفضلن الانفراد لمشاهدة التلفزيون عن الجلوس مع أفراد الأسرة بنسبة 79.33 % مقابل 11.33 % لدى العينة الريفية ، أما بالنسبة لمن اجبن أحيانا فقد بلغت النسبة لدى العينة الريفية 36.33 %



% مقابل 14.66 % في العينة الحضرية و هذا مؤشر على مدى تأثير التلفزيون على قيم الترابط و العلاقات الأسرية .

5. أسباب تفضيل الجلوس على انفراد لمشاهدة التلفزيون عن الجلوس مع أفراد الأسرة لمشاهدة التلفزيون : كشفت الدراسة أن اكبر نسبة في العينة الريفية اجبن بان التلفزيون يشعرون بالراحة ب 54.16 % مقابل 33.33 % في العينة الحضرية و جاءت الأسباب الأخرى بنسب متقاربة بين العينتين أيضا حيث جاء الميل لمشاهدة التلفزيون بانفراد بسبب مشاهدة برامج لا تعجب أفراد الأسرة ب 48.93 % لدى العينة الحضرية مقابل 30.55 لدى العينة الريفية و جاء السبب الموالى و هو كون التلفزيون يزودهم بثقافة معينة لذا يفضل الجلوس امام التلفزيون عن الجلوس مع أفراد الأسرة ب 17.73 % لدى العينة الحضرية مقابل 15.17 لدى العينة الريفية.

6. مشاهدة المبحوثات للإعلانات التلفزيونية الخاصة ببعض السلع الغذائية و لا سيما الغذائية: اثبتت نتائج الدراسة أن اكبر نسبة من المبحوثات اجبن بأنهن يشاهدن دائما الإعلانات التلفزيونية إذ بلغت النسبة 51.66 % من المجموع الكلي للعينة ، في حين بلغت نسبة اللواتي اجبن بأنهن يشاهدن أحيانا الإعلانات التلفزيونية الخاصة بالسلع الغذائية بنسبة 42 % بينما بلغت إجابات اللواتي نادرا ما يشاهدن الإعلانات التلفزيونية الخاصة بالسلع الغذائية بنسبة 6.33 % و بالمقارنة بين العينتين الريفية والحضرية تبين ان ب 69.33 % من المبحوثات في العينة الحضرية يشاهدن دائما الإعلانات التلفزيونية الخاصة بالسلع الغذائية مقابل 34 % في العينة الريفية ، أما اللواتي يشاهدن الإعلانات التلفزيونية أحيانا فتعلوا نسبتهن في العينة الريفية قدرت ب 58.66 % مقابل 25.33 % لدى العينة الحضرية.

7. مدى مشاهدة المبحوثات لبرامج الطبخ: كشفت نتائج الدراسة ان المشاهدات لبرامج الطبخ ترتفع نسبتهن في العينة الريفية ب 91.33 % مقابل 83.33 % لدى العينة الحضرية في حين تقلصت نسبة اللواتي لا تشاهدن برامج الطبخ ب 3 % في العينة الريفية مقابل 1 % في العينة الحضرية، و بلغت نسبة اللواتي يشاهدن برامج الطبخ أحيانا بنسبة 15.33 % مقابل 6 % في العينة الريفية.

8. نوع القناة المفضلة لمشاهدة برامج الطبخ: من خلال نتائج الدراسة يظهر ان اكبر نسبة تفضل مشاهدة برامج الطبخ على القنوات العربية ب 62.58 % ، بينما تتقارب نسبة مشاهدة المبحوثات لبرامج الطبخ في القنوات الوطنية و التي قدرت نسبتها ب 19.38 % و الأجنبية التي وصلت

نسبتها 19.92 %، أما عن أوجه الاختلاف و التشابه حول القنوات المفضلة لمشاهدة برامج الطبخ تبين ان المبحوثات في كلتا العينتين يفضلن القنوات العربية لمشاهدة برامج الطبخ حيث بلغت النسبة 69.86 % في العينة الريفية مقابل 55.40% في العينة الحضرية ، أما القنوات الوطنية احتلت أعلى نسبة في العينة الريفية قدرت ب 26.71 % مقابل 12.26 % في العينة الحضرية.

9. مدى تأثير البرامج التلفزيونية الخاصة بالطبخ على المبحوثات: أثبتت نتائج الدراسة أن 50 % من المبحوثات يتأثرن بالبرامج التلفزيونية الخاصة العينة الريفية 50 % مقابل 46.62 % لدى العينة الحضرية ، في حين بلغت اللواتي اجبن أحيانا بإعداد و تحضير ما يشاهده في حصص الطبخ 32.87 % لدى العينة الريفية مقابل 35.13 % لدى العينة الحضرية ، و في الأخير جاءت نسبة المبحوثات اللواتي لم يتأثرن بما يشاهدونه في كل البرامج الخاصة بالطبخ 17.12 % لدى العينة الريفية مقابل 18.24% لدى العينة الحضرية.

10. نوع السلع المفضل مشاهدتها و الرغبة في شرائها : تكشف نتائج الدراسة أن الاتجاه نحو مشاهدة الإعلانات التلفزيونية الخاصة بالملابس احتلت أعلى نسبة في العينة الحضرية قدرت ب 47.33 % مقابل 37 % لدى العينة الحضرية ، يليها أثاث المنزل بنسبة 28.66 % لدى العينة الريفية مقابل 27.33 % لدى العينة الحضرية ، في حين بلغت نسبة اللواتي يفضلن المواد الغذائية 11.33 % لدى العينة الريفية مقابل 10 % لدى العينة الحضرية ، أما العطور سجلت أعلى نسبة في العينة الحضرية ب 23 % مقابل 7 % لدى العينة الريفية، في حين جاءت الأجهزة المنزلية في المرتبة الأخيرة بنسبة 5.33 % في العينة الريفية مقابل 4 % لدى العينة الحضرية و عليه فالإعلانات التلفزيونية تدعم التوجه نحو المزيد من الاستهلاك للسلع او المنتجات المعلن عنها فهي تسيطر على العقول و تشكل ثقافة استهلاكية جديدة لديهم .

11. مدى تأثير المشاهدة على عملية الشراء : يتضح من خلال نتائج الدراسة أن نسبة اللواتي يرغبن في الشراء عند مشاهدة الإعلانات التلفزيونية 72.66 % لدى العينة الحضرية مقابل 60.66 % لدى العينة الريفية ، في حين بلغت نسبة المبحوثات اللواتي يرغبن أحيانا في الشراء عند مشاهدة الإعلانات التلفزيونية ب 35.33 % لدى العينة الريفية مقابل 20 % لدى العينة الحضرية، أما الفئة التي لا تتأثر فهي قليلة جدا اذ تصل إلى 7.33 % لدى العينة الحضرية مقابل 4 % لدى العينة الريفية و هذا ما يفسر استخدام مصممو الإشهار التلفزيوني للمرأة في

إعلاناتهم و هذا يرجع إلى كونها من أهم شرائح المجتمع المعنية بالكثير من المنتجات المعلن عنها سواء الخاصة بها كمنتجات العناية الشخصية أو تلك الخاصة بشؤون البيت والأسرة ككل ومنها المواد الغذائية، او المنتجات الخاصة بالأطفال وذلك طبعا بحكم أنها ربة المنزل ومديرة الأسرة ويمكن أن يكون لها تأثير كبير على قرارات الشراء المتعلقة بهذه المنتجات.

12. رأي المبحوثات حول مدى تأثير الإعلانات التلفزيونية على النزعة الاستهلاكية: كشفت نتائج الدراسة ان 43 % من المبحوثات في العينة الريفية اجبن بان الإعلانات التلفزيونية تشجع الناس على النزعة الاستهلاكية مقابل 67.33 % لدى العينة الحضرية أما اللواتي اجبن بلا فنسبتها 57 % لدى العينة الريفية مقابل 32.66 % لدى العينة الحضرية و عليه نستنتج أن تأثير المبحوثات في العينة الحضرية بالإعلانات التلفزيونية يبدو واضحا و هذا من خلال الإقبال على شراء مختلف المنتجات و السلع المشاهدة فهي التي تملك قرار الشرار ، بينما المبحوثات في العينة الريفية تتحكم في قدرتها الشرائية لهذا ترى أن الإعلانات التلفزيونية غير مفيدة و تترك الناس يشترون السلع الغير اللازمة .

## المبحث الثاني : مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات

بعد عرض النتائج العامة للدراسة سوف نتطرق إلى مناقشة النتائج على الفرضيات و هي كالتالي:

### أولاً: مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الأولى

تقول الفرضية الأولى تؤدي القنوات الفضائية إلى حدوث تغيرات في الأنماط الثقافية الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية الممثلة بربات البيوت و تتحدد هذه التغيرات في تغير بعض الأنماط الخاصة بأطباق الطعام كالتغير من النمط التقليدي إلى النمط العصري و يظهر هذا من خلال النتائج التالية :

1. الامتزاج في الأطباق الغذائية عند الأسرة الريفية و الحضرية حيث أظهرت النتائج أن 61,66 % من ربات البيوت يمزجن بين الأطباق العصرية و التقليدية مقابل 13.66 %

يعتمدن في طبخهن على الأطباق التقليدية و 24.66 % يعتمدن على الأطباق العصرية.

2. كما بينت النتائج أن الأم أصبحت تعد ما تشاهده من برنامج الطبخ في مختلف القنوات سواء القنوات العربية أو الأجنبية و تحضر مختلف الأطباق المشاهدة دون أن تلقى أي معارضة من أفراد الأسرة حيث أظهرت النتائج أن 65.66 % من أفراد العينة لم يعارضوا الأطباق الجديدة التي قامت بتحضيرها مقابل 34.33 % من معارضي الأطباق الجديدة و معظمها من الوسط الريفي ، و ترجع أسباب عدم معارضة أفراد الأسرة للأطباق الجديدة ان هناك ميلا و اتجاه أفراد الأسر نحو الأطباق العصرية و التحلي عن الأطباق التقليدية بالمقارنة مع الوسط الريفي الذي لا يزال محافظا و متمسكا أكثر بالأطباق التقليدية المتوارثة و قد يرجع ذلك بالدرجة الأولى إلى سيادة العادات و التقاليد المتوارثة عن الأجيال السابقة .

3. أما بالنسبة للمناسبات العائلية الخاصة فقد فضلت الأسرة تنويع نمطها الاستهلاكي حيث أظهرت النتائج أن اكبر نسبة من أفراد العينة اجبن بان الطبق المفضل في المناسبات هو الطبق العصري و التقليدي معا إذ بلغت النسبة 46.33 %.

4. كما أن من أهم أسباب إقبال ربات البيوت و أفراد الأسرة على الوجبات العصرية هو اهتمامهم بالذوق الذي يعتبر السمة المميزة للأطباق الأطباق العصرية و هذا من خلال معرفة رأيها حول الفرق بين الأطباق التقليدية و الإطباق العصرية فأجابت 95 % من ربات البيوت أن الاختلاف يكمن في الذوق مما جعل اكبر الشركات العالمية تجلب اكبر عدد من المستهلكين من خلال عرض المنتجات بمختلف الأذواق و إعدادها في المنازل سواء في المناطق الريفية او الحضرية ، كما يتم التعرف على هذه الأطباق و السلع الجديدة و تجربتها في المنزل من خلال التلفزيون حيث سجلنا اكبر نسبة لربات البيوت في العينة الريفية للواتي اجبن بان التلفزيون هو المصدر الأساسي الذي يمكنهن من التعرف على السلع الجديدة بنسبة 74 % مقابل 35.33 % في العينة الحضرية .

#### ثانيا : مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الثانية

تقول الفرضية الثانية تؤدي القنوات الفضائية بما تبثه من إعلانات اشهارية إلى حدوث تغيرات في بعض الأنماط الثقافية الاستهلاكية الخاصة بالملابس حيث أصبحت اغلب الأسر تفضل

اقتناء الملابس العصرية المستوردة على المحلية التقليدية و التطلع الى اقتناء بعض الأجهزة الالكترونية و امتلاك السيارة و الهاتف النقال باعتبارهما رمزا من رموز المكانة الاجتماعية في المجتمع و يمكن تفسير ذلك من خلال النتائج التالية .

1. إن النمط الاستهلاكي عند الأسرة الريفية تغير بصفة جذرية و يظهر ذلك من خلال نمط الحياة العصرية التي تعيشها ربة البيت من خلالها ميلها إلى اقتناء الألبسة العصرية حيث أثبتت النتائج أن اكبر نسبة من المبحوثات اجبن بان أفراد أسرهن يفضلن الملابس المستوردة ب63 % في حين بلغت نسبة اللواتي اجبن بان أفراد أسرهن يفضلن الملابس المحلية ب 37 % .

2. كما أن الإعلانات التلفزيونية تلعب دورا فعالا في تغيير أذواق المبحوثات إذ أثبتت النتائج أن اللواتي يرغبن في الشراء عند مشاهدة الإعلانات التلفزيونية 72.66 % لدى العينة الحضرية مقابل 60.66 % لدى العينة الريفية ، كما أن التنوع في الإعلانات التلفزيونية هدفه الرئيسي هو استهداف أذواق ربوات البيوت و جلب اهتمامهن حيث أثبتت النتائج أن 47,33% من ربوات البيوت في العينة الريفية يرغبن في مشاهدة الإعلانات التلفزيونية الخاصة بالملابس مقابل 37% في العينة الحضرية.

3. كما كشفت نتائج الدراسة أيضا أن التلفزيون و ما يتضمنه من إعلانات يعتبر المصدر الرئيسي للتعرف على مختلف السلع الجديدة المتوافدة إلى السوق سواء تعلق الأمر بالألبسة أو العطور أو الأجهزة المنزلية و يظهر هذا من خلال النتائج الميدانية التي تم التوصل إليها و مفادها أن 54,66 % من المبحوثات سواء في العينة الريفية أو الحضرية يتعرفن عن السلعة الجديدة من التلفزيون و هذه النسبة وجدناها مرتفعة في العينة الريفية إذ قدرت ب 74 % مقابل 35,33 % و هذا يرجع كما سبق ذكره إلى ربة البيت في الريف مأكثة بالبيت و لا تخرج كثيرا نظرا للعادات و التقاليد التي تحكم الريف كما أنها في احتكاك مستمر مع التلفزيون الذي تتعرف من خلاله على كل ما هو جديد فيما يخص السلع و البضائع الجديدة ، أما ربة البيت المقيمة في المدينة فهي تخرج في معظم الأوقات و تذهب إلى الأسواق تطلع على السلع الجديدة من خلال ذهابها إلى المتاجر الكبرى و المحلات الضخمة الغير المتواجدة في الريف.

4. كما أن القنوات الفضائية ببرامج متنوعة تلعب دورا هاما في تشكيل أذواق الأسرة من خلال الإعلانات التي تمر بطريقة غير مباشرة من خلال البرامج المسلسلات التي احتلت أعلى نسبة

مشاهدة من المبحوثات قدرت ب 40.33% و بما أن الأم هي المسؤولة عن الشراء فهي أيضا مسئولة عن تنوع النمط الاستهلاكي الخاص بأسرتها.

### ثالثا : مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الثالثة

تؤدي القنوات الفضائية بما تبثه من برامج إلى حدوث تغيرات في منظومة القيم و العلاقات الأسرية و تتحدد هذه التغيرات في ميل بعض الأسر إلى الانفراد والانعزال في مشاهدة التلفزيون هذا ما كشفته لنا نتائج الدراسة :

1. إن من أهم أسباب تغير العلاقات بين أفراد الأسرة هو المكانة هامة التي يحضى بها التلفزيون عند المبحوثات مما جعلها تقضي عدة ساعات في مشاهدة التلفزيون وكشفت النتائج أن 56.66 % من المبحوثات في العينة الريفية يقضين أكثر من أربعة ساعات في مشاهدة برامج التلفزيون المتنوعة مقابل 54 % في العينة الحضرية و معظمها في الفترات المسائية و الليلية حيث سجلنا 50% من المبحوثات في الأسرة الريفية يشاهدن التلفزيون في الفترة المسائية مقابل 68 % في العينة الحضرية .

2. أما من حيث المفاضلة في الجلوس بين أفراد الأسرة مجتمعة عن الجلوس بانفراد أمام التلفزيون فقد أظهرت النتائج أن 79.33 % من ربات البيوت في الوسط الحضري يرغبن في الجلوس بانفراد عن الاجتماع مع أفراد الأسرة و هذا يرجع بالدرجة الأولى إلى الضغط الذي تعيشه ربة البيت في الوسط العائلي الحضري من ضغط العمل و ضغط العائلة كذلك تواجد أكثر من جهاز في المنزل حيث بينت النتائج الميدانية أن 56.66% من أفراد العينة اجبن بأنهن يملكن ثلاثة أجهزة في المنزل مقابل 28 % في العينة الريفية أما بالنسبة للعينة الريفية فان 52 % من ربات البيوت اجبن بتفضيل الجلوس مع أفراد الأسرة عن الجلوس بانفراد أمام التلفزيون وهذا راجع إلى الترابط و التلاحم الذي تتميز به الأسرة الريفية الممتدة، حيث يلتقي أفراد العائلة مجتمعين لمشاهدة البرامج التلفزيونية.

3. إضافة إلى هذا فان مشاهدة الفردية تلعب دورا هاما في تفكك العلاقات داخل الأسرة مما يجعلها تتسم بالجفاء خاصة في الوسط الحضري حيث أثبتت النتائج أن 72.66% من ربات البيوت يشاهدن التلفزيون بطريقة فردية مقابل 10.66% عند العينة الريفية، وبهذا فان التلفزيون أصبح يعوض الجو العائلي حيث أثبتت النتائج أن اكبر نسبة في العينة الريفية اجبن بان التلفزيون

يشعرهن بالراحة ب 54.16 % مقابل 33.33 % في العينة الحضرية و جاء الميل لمشاهدة التلفزيون بانفراد بسبب مشاهدة برامج لا تعجب أفراد الأسرة ب 48.93% لدى العينة الحضرية مقابل 30.55 لدى العينة الريفية.

و عليه فقد عمل التلفزيون على تعميق الفجوات بين الأسرة و أبنائها ويهدد بلا شك نظام الثقافة والهوية، إذ تمكن التلفزيون من تعطيل الحوار الأسري وخلق أجواء متوترة على الدوام بالنسبة للعديد من الأسر.

#### رابعا : مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الرابعة

تؤدي الإعلانات التلفزيونية و ما تقدمه من مثيرات و لا سيما السلع الغذائية و الألبسة و الأجهزة المنزلية و الأثاث و العطور و غيرها إلى حدوث نزعة استهلاكية لدى ربّات البيوت و هذا ما قد يؤثر على ميزانية الأسرة و توزيع الدخل على أوجه الإنفاق و لجوء بعض الأسر إلى الاقتراض ، و يمكن مناقشة ذلك من خلال النتائج التالية .

1. أدى ارتفاع في الأسعار و ظهور مظاهر الاستهلاك التفاخري و غلاء المعيشة إلى لجوء معظم الأسر إلى القروض من أجل تحسن مستوى معيشتها حيث أثبتت نتائج البحث الميداني أن 59 % من أسر المبحوثات يقترضون من البنوك و هذه النسبة ترتفع أكثر عند العينة الحضرية التي سجلنا فيها نسبة الاقتراض إلى 75,33% مقابل 42 % في العينة الريفية .

2. إن لجوء الأسرة للاقتراض راجع إلى وقوف الأسرة عاجزة أمام الكم الهائل من السلع المتدفقة في السوق مثل السيارات و الهواتف النقالة و الأثاث إلى غيرها و قد أثبتت النتائج أن السبب الرئيسي للاقتراض هو لغرض الحصول على المسكن إذ بلغت النسبة 41.47% و تأتي السيارات في المرتبة الثانية بنسبة 34.65% و للحصول على السلع المرغوب فيها سواء كانت ضرورية أو كمالية .

#### المبحث الثالث : التوصيات و المقترحات

على ضوء النتائج التي خلصت إليها الدراسة نستطيع أن نقدم عددا من التوصيات و المقترحات العامة التي يمكن أن تساهم في الدراسة و تدعم البحوث الأخرى كما تساهم أيضا في تطوير موضوع تأثير القنوات الفضائية على بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية عند الأسرة الجزائرية بصفة

عامة و الأسرة الريفية و الحضرية بصفة خاصة و من هاته التوصيات يمكن أن نوجزها على النحو التالي :

**1-** تشجيع البحوث و الدراسات الاجتماعية في ميدان وسائل الإعلام و بالخصوص التلفزيون حيث أن الدراسات الاجتماعية تفتقر إلي هذا النوع من البحوث و إن كانت فهي نادرة و أن الاهتمام بهذه الدراسات في اعتقادنا يقع على عاتق الجامعات و مراكز البحوث العلمية .

**2-** لا بد من إدراك خطر التلفزيون و القنوات الفضائية على الشباب و الأمهات خاصة و أن النمط الاستهلاكي و الثقافة الاستهلاكية تغير بطريقة ملفتة للانتباه بسبب تأثير هاتين الفئتين بالتلفزيون دون وعي و إدراك بهذا الخطر الأجنبي ، لهذا لا بد من توعية هاته الشريحة و تسليط الضوء عليها من خلال الدراسات العلمية و الندوات المنشطة من الجامعات و المعاهد .

**3-** التأكيد على ضرورة إيجاد الحل في الاقتراض الذي أصبح يثقل الأسرة فظهور الأسواق الضخمة و مشاهدة البرامج التي تمرر رسائل إعلانية خطيرة دفعت بالأسرة للاقتراض من البنك أو من وحدات البيع من أجل تلبية رغبات الأسرة دون وعي منهم حيث أضاعوا ترتيب الأولويات واخلطوا بين ما هو ضروري وما هو كمالي فصارت الكماليات ضروريات وأصبحت بسبب ذلك المطالب كثيرة والمصاريف كثيرة وضاعت الأسرة بين كثرة المطالب وقلة الموارد ، أضف إلى الغلاء وارتفاع الأسعار وغياب ضعف القدرة الشرائية عند الناس أمام تطور الحياة وتغير الظروف كل هذا يملّي تغيير ترتيب الأمور، فما كان كماليا أضحى ضروريا وهكذا.

**4-** دعم القيم التقليدية في ضل مواكبة العصر دون التخلي عليها فانسلاخ من القيم التقليدية هو الخروج عن الهوية الوطنية الأصلية ، فالقيم سواء في الريف أو الحضر لم تعد موجودة كما في الماضي و إنما زالت مع دخول العولمة و التطور التكنولوجي في أجهزة الإعلام ، فأصبح كل ما يأتي من الخارج هو المقبول أما المتواجد في الوطن فهو معدوم نظرا لفقدان الثقة في كل ما هو محلي بسبب الظروف التي عاشتها الجزائر في الساونة الأخيرة ، لهذا لا بد من غرس القيم التقليدية المبنية على حب الوطن و الدين و استهلاك ما هو جزائري بحث دون نستغني عن المنتجات الأخرى .

**5-** العمل على إدراك الفجوات التي خلفتها الأنظمة السابقة سواء في توزيع الدخل أو المرافق أو غيرها بين الأسرة الريفية و الحضرية



**6-** ضرورة الحفاظ على النمط الريفي من خلال نمط البناء و تشجيع النمط الاستهلاكي التقليدي الريفي حتى لا يفقد المجتمع الريفي ميزاتهِ الجوهرية.

**7-** والنتيجة التي نؤكد عليها هي أن التغير في القيم و الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الريفي و الحضري ليس تغيرا جذريا بل هو تغير ديناميكي أتى نتيجة لعوامل كثيرة ليتكيف معها حفاظا على البناء الاجتماعي ونتيجة للتطورات التي حدثت في السنوات الأخيرة داخل المجتمع الجزائري، ولا سيما مع الألفية الثالثة ، أخذت المظاهر الاجتماعية تعبر عن تماشيها وتكيفها مع تلك العوامل المحيطة بها.

**8-** يجب عدم تجاهل تأثير القنوات الفضائية على الثقافة الاستهلاكية للمجتمع و لا سيما الشباب و النساء و الاطفال و العمل على مقاومة التبعية الثقافية و الاقتصادية ، فنحن امام عولمة تمتلك معارف ضخمة و شركات متعددة الجنسيات في الوقت الذي مازلنا نعاني فيه من التخلف في المجال الثقافي و الاقتصادي و النفسي.

**9-** يجب إعادة النظر في البرامج الثقافية و الإعلامية و حث الأسر و تشجيعها على التمسك بقيمتها و ثقافتها الاستهلاكية و لا سيما ربّات البيوت اللواتي يشكلن القطب الروحي في توجيه أفراد الأسرة نحو ثقافة استهلاكية وطنية ، كذلك كونها تمثل القدوة لأفراد الأسرة ، لذا يجب بث ثقافة الوعي لربّات البيوت من خلال وسائل الإعلام المرئية و المسموعة و المقروءة ، و تكثيف برامج التوعية للرفع من المستوى ثقافة الاستهلاك الوطنية لدى الأسرة الجزائرية

**10-** أن المرأة مستهدفة بالثقافة الاستهلاكية الغربية فالموضة المتغيرة هي شريك منصوب في كل منعطف و لا سيما فيما يخص المأكولات و الملابس و أدوات الزينة و الأجهزة المنزلية و الكماليات و لهذا يجب علينا أن نوعي المرأة بثقافة مضادة لثقافة الاستهلاك الوافدة .

## الخاتمة

لقد لعبت القنوات الفضائية دورا بارزا في تشكيل الثقافة الاستهلاكية بين قطاعات واسعة من أفراد المجتمع و لا سيما بين الفئات الاجتماعية مثل الشباب ، و النساء ، و الأطفال ، حيث أصبحت هاته الفئات تقبل على استهلاك السلع و المأكولات و الملابس و الأجهزة الالكترونية و المسلسلات و الأفلام الوافدة من المجتمعات الغربية

و فيما يخص اثر تلك القنوات الفضائية على الثقافة الاستهلاكية في مجتمعنا، فقد اتضح أن المسلسلات و الأفلام الوافدة احتلت المرتبة الأولى لدى المبحوثات من أفراد العينة تليها برامج الطبخ ، أما نوع الأطباق المحضرة في المنزل فتاتي الأطباق العصرية في المرتبة الأولى على حساب الأطباق التقليدية ، كما أظهرت الدراسة ايضا بالنسبة لنوع السلع المفضل مشاهدتها و

الرغبة في شرائها فتاتي الملابس العصرية في المرتبة ، ثم الأثاث المنزلي ، فالعطور و الأجهزة المنزلية .

و فيما يتعلق بتأثير القنوات الفضائية على العلاقات و القيم و الترابط الأسري، اتضح أن هناك ميل للقيم الفردية على القيم الجماعية مثل تفضيل الجلوس أمام التلفزيون على الانفراد و الجلوس مع أفراد الأسرة جماعيا.

و بهذا فقد حدثت تحولات و تغيرات في أنماط الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الجزائري و لا سيما أنماط الأكل و الطبخ و اللباس و عادات التسوق .

و أخيرا هذه الدراسة ما هي إلا لبنة أولى في هذا المجال ، ارج وان تتبعها دراسات أكثر توسعا و شمولاً حول القنوات الفضائية و تأثيرها على القيم و الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الجزائري.

# قائمة المراجع

## أولا : المراجع

### 1. باللغة العربية

1. أباطة منى ، "ثقافات الاستهلاك المتغيرة في مصر الحديثة"، الجامعة الأميركية، القاهرة، مصر، 2006.
2. ابن منظور، جمال الدين أبو الفضل محمد ، "لسان العرب المحيط "، بيروت ، دار الجيل للطبع والنشر والتوزيع.1988.
3. أبو السعود محمد فوزي ، و آخرون، "النظرية الاقتصادية الكلية"، كلية التجارة ، الإسكندرية ، 2003 ،
4. أبو العلا محمد حسين ، "ديكتاتورية العولمة : قراءة تحليلية في فكر المثقف " ، مكتبة مدبولي ، القاهرة ، 2004.
5. أبو زيد احمد- "البناء الاجتماعي ومدخل لدراسة المجتمع"، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الطبعة الثانية، 1982.
6. احداث زهير ، " تاريخ الإذاعة و التلفزة " ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 1984 .
7. إسماعيل عبد الرحمان،حربي محمد موسى عريقات "مفاهيم أساسية في علم الاقتصاد "، دار وائل للنشر و التوزيع ، الأردن،1999.
8. البستاني عبد الله ، ، " معجم وسيط للغة العربية "، بيروت ، مكتبة لبنان ،1980.
9. الحنفي غمز أحمد بن محمد ، عيون البصائر شرح كتاب الأشباه والنظائر"، دار الكتب العلمية، بيروت/ لبنان، ط،1 1985.
10. بدوي احمد ، "معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية "، مكتبة لبنان ، بيروت ، 1978.
11. بدوي محمد زكي ، "معجم مصطلحات الإعلام "، دار الكتاب المصري ، القاهرة ، 1995
12. البكري عبدالله و آخرون، "الغذاء وصحة المجتمع"، مكتب التربية العربي لدول الخليج العربي، الرياض 1994.
13. بلحاج صالح ، " المؤسسات السياسية والقانون الدستوري في الجزائر من الاستقلال إلى اليوم"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010 .

14. بن حميد، صالح بن عبد الله بن ملحوع عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان . "موسوعة نظرة النعيم في مكارم أخلاق الرسول صلى الله عليه وسلم"، دار الوسيلة للنشر والتوزيع، جدة ، 1998.
15. بن عمر جويده ، "دراسات اقتصادية " ، دار الخلدونية للنشر و التوزيع ، الجزائر ، ع 5 ، 2005.
16. بهلول محمد بلقاسم حسن ، "سياسة تخطيط التنمية و إعادة تنظيمها في الجزائر"- الجزء الثاني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 1999 .
17. بوشلوش الطاهر ، "التحولات الاجتماعية و الاقتصادية و اثارها على القيم في المجتمع" ، دار بن مرابط للنشر و الطباعة ، الجزائر ، 2008.
18. التيجاني ثريا ، "القيم الاجتماعية و التلفزيون في المجتمع الجزائري " ، دار الهدى للنشر ، عين ميلة ، الجزائر ، 2011.
19. الجابري محمد عابد ، "العولمة و الهوية الثقافية" ، مجلة المستقبل العربي، العدد 228 ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1998.
20. جلال أمين ، "العولمة والتنمية العربية من حملة نابليون إلى جولة الأرعونى" ، 1789- 1998 ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1999.
21. جلبي علي عبد الرزاق ، "الاتجاهات الأساسية في علم الاجتماع"، ط2 ، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، 2005 .
22. جودت ناصر محمد ، "الدعاية و الإعلان و العلاقات العامة" ، دار مجدلاوي للطباعة و النشر ، عمان ، الأردن، 1997 .
23. الحربي . عبد الكريم ، "الأنترنت والقنوات الفضائية" ، المملكة العربية السعودية، ط1، 2003.
24. خزار محمد وآخرون - الجزائر والعولمة ، "العولمة وتهميش دور الدولة" ، منشورات جامعة منتوري -قسنطينة ، الجزائر، 2001 .
25. الخشاب مصطفى ، "دراسة المجتمع" ، مكتبة الانجلو المصرية ، مصر ، 1977.
26. خليفة عبد الطيف محمد ، "ارتقاء القيم ، دراسة نفسية "، سلسلة عالم المعرفة ، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب ، الكويت ، 1992.

27. الدعمة إبراهيم ، "التنمية البشرية والنمو الإقتصادي"، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان ، الطبعة الأولى ،2002.
28. دياب فوزية ،"القيم والعادات الإجتماعية"، دار النهضة العربية،بيروت،1980.
29. راشد احمد عادل ،"الإعلان"، دار النهضة العربية،بيروت،1989 .
30. زايد احمد عبد الله، "الاستهلاك في المجتمع القطري"، مؤسسة العهد، الدوحة، 1991.
31. زرهوني الطاهر ،"التعليم في الجزائر قبل وبعد الاستقلال"،المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية ، الجزائر ، 1994.
32. الزيود ماجد ،" الشباب والقيم في عالم متغير" ، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2006 .
33. سبتي رشيدة ،" ربات البيوت في مواجهة القدرة الشرائية" ، جامعة الجزائر ، معهد علم الاجتماع ، 1998.
34. سليمان احمد على ، " سلوك المستهلك بين النظرية و التطبيق "، الرياض،2000 .
35. السيد إسماعيل ،" التسويق المعاصر"، دار النهضة العربية، 1999.
36. السيد فهمي عبد الرحمن ، "الاستهلاك في مجتمعات الخليج العربي" ، مركز دراسات الجزيرة العربية ، الرياض ، 1999.
37. الشافعي أحمد حسين ، "مقدمة في السلوك الاستهلاكي من منظور علم النفس"، مكتبة الإنجلو المصرية ،القاهرة.، 2002.
38. الشخيلي جودت محمود ، "التسمم الغذائي"، الهيئة العربية السعودية للمواصفات والمقاييس، الرياض، 1988.
39. الصحن فريد ،"الإعلان" ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ،1997.
40. طلعت أسعد "عبد الحميد": التسويق الفعال أساسيات و تطبيق"، مكتبة الأهرام، طبعة 02، مصر ، 1997.
41. طهطاوي سيد أحمد ، "القيم التربوية في القصص القرآني" ، دار الفكر العربي ط 1 ،مصر ،1996.
42. عباس إبراهيم محمد ، "اتجاهات نظرية و بحوث تطبيقية"، دار المعرفة الجامعية ،مصر ، 2000 .

43. عبد الجبار الحديثي الهادي أموري، "تقدير و تحليل نماذج الاستهلاك مابين دوال انجل و منظومات الطلب"، دار المناهج، الأردن لطبعة الأولى، 2001 .
44. عبد الجبار الحديثي مؤيد ، " العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي " ، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 1999.
45. عبد الجواد إنعام ،"النسق ألقيمي في الريف المصري ، قيم الإنتاج والاستهلاك "،المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، القاهرة ، 1998.
46. عبد الحميد آمال ، "العولمة و الثقافة الاستهلاكية" ، الأشكال و الآليات ،مركز البحوث و الدراسات الاجتماعية جامعة القاهرة ، مصر ، 2001.
47. عبد العاطي السيد وآخرون، السيد عبد العاطي و آخرون ،"الأسرة و المجتمع" ، دار المعرفة الجامعية ، مصر، 2002 .
48. عبد الغني عماد، " سوسيولوجية الثقافة، المفاهيم والإشكاليات "، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت، 2006 .
49. عبد الله محمد عبد الرحمان ،" قيم الاجتماع النشأة و التطور" ، دار المعرفة الجامعية ، الأزاريطة ،مصر، 2005.
50. عبد المنعم محمد حسن ، " الأسرة منهجها التربوي لتنشئة الأبناء في عالم متغير " ، مكتبة النهضة المصرية ، القاهرة ، 1985.
51. عبود السامرائي سعيد ،" القاموس الاقتصادي الحديث"، ط ١، مطبعة المعارف، بغداد ، 1980.
52. عبيد محمد علي و الخالق عبيد،"العولمة وأثرها على النمط الاستهلاكي في الدول النامية" ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2007.
53. عبيدات محمد ،" تطوير المنتجات الجديدة"، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2000.
54. عروس الزبير وآخرون،" النزاهة في الانتخابات البرلمانية مقوماتها وآلياتها في الأقطار العربية." بيروت :مركز دراسات الوحدة العربية، 2000.
55. عزت محمد إبراهيم محمد ، محمد عبد الكريم ربه،" اقتصاديات الموارد"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ، مصر ، 2000.
56. عقيل حسين ، " خماسي تحليل القيم"، دار الكتاب المتحدة، بيروت، 2004.



57. العمر ناصر سليمان، "البث المباشر حقائق وأرقام"، دار الوطن، الرياض ط1، 2007.
58. عنابي بن عيسى، "سلوك المستهلك، عوامل التأثير البيئية"، ج 1 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2003.
59. عوض عباس محمود و آخرون، "علم النفس الاجتماعي، نظرياته و تطبيقاته"، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2003.
60. عيساوي عبد الرحمان ، سيكولوجية النمو ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 1987 .
61. الغالبي طاهر محسن و العسكري أحمد شاكر ، "الإعلان بين النظرية و التطبيق" ، دار وائل للنشر و التوزيع ، الأردن ، ط. 2003 .
62. الغدير احمد و المساعد رشاد ، " سلوك المستهلك مدخل متكامل" ، دار زهران للنشر ، الأردن، 1999 .
63. غريب سيد أحمد وآخرون ، "دراسات فى علم الاجتماع العائلى" ، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1995.
64. غريب سيد أحمد، "علم الاجتماع الريفي"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1984 .
65. غنيم عثمان محمد ، ماجدة احمد أبو زنت، التنمية المستدامة ، فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، الاردن، 2007.
66. غيث محمد عاطف ، "قاموس علم الاجتماع"، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1995
67. فرج الكامل ، "بحوث الإعلام والرأي العام" ، دار النشر للجامعية ، القاهرة ، 2001.
68. فهمي عبد العزيز هيكل ، "موسوعة المصطلحات الاقتصادية الإحصائية"، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، لبنان 1986.
69. قدي عبد المجيد ، "المدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
70. القصاص مهدي محمد ، "علم الاجتماع العائلي" ، كلية الآداب ، جامعة المنصورة ، 2008.
71. قيرة إسماعيل و اخرون، "مستقبل الديمقراطية في الجزائر"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2002 .
72. كشيك منى ، " القيم الغائية في الإعلام"، دار فرحة للنشر والتوزيع، مصر، 2003.

73. مجموعة من الأساتذة علم الاجتماع، "المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر"، مطبوعات مركز البحوث و الدراسات كلية الآداب ،جامعة القاهرة ،مصر .
74. محمد أحمد بيومي، "المجتمع، الثقافة و الشخصية"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية 1981.
75. محمد أحمد بيومي، "علم اجتماع القيم"، دار المعرفة الجامعية ، مصر ،2004.
76. محمد إسماعيل قباري، "علم الاجتماع والإيديولوجيا"، المكتب العربي الحديث ،مصر، 1998 .
77. محمد الدقس، "التغير الاجتماعي بين النظرية و التطبيق"، دار مجدلوي للنشر و التوزيع ، الأردن، 1987.
78. محمد السويدي ، " مفاهيم علم الاجتماع الثقافي و مصطلحاته"، ط1 ،الدار التونسية ، الجزائر و تونس ، 1991 .
79. محمد المكاوي ،التداعيات البيئية لأنماط الاستهلاك ، كلية الآداب، جامعة القاهرة ،مصر، 2001 .
80. محمد صالح الشبخ، " الآثار الاقتصادية والمالية لتلوث البيئة ووسائل الحماية منها"، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، ط1 ، مصر، 2002 .
81. المرسي جمال الدين محمد و آخرون ، " السلوك التنظيمي، نظريات ومناهج، تطبيق عملي لإدارة السلوك في المنظمة"، الدار الجامعية ،2002.
82. مرعى توفيق و احمد بلكيس ، "الميسر في علم النفس الاجتماعي"، الطبعة الأولى دار الفرقان للنشر و التوزيع ، الأردن، 1982.
83. مساعد بن عبد الله المحيا، " القيم في المسلسلات التلفازية"، دار العاصمة، السعودية ، 1994.
84. ميتشل دينكن ، "معجم علم الاجتماع"، ترجمة ومراجعة، إحسان محمد الحسن، ط2 ، بيروت، دار الطليعة، مارس 1986 .
85. ناصر إبراهيم ، "علم الاجتماع التربوي"، دار الجيل للنشر ، ط2، بيروت، لبنان، 1996.
86. ناصر الدين الأسد ، "نظرات في لغة المصطلح و مضمونه ، دوريه أزمة القيم ودور الأسرة في تطور المجتمع المعاصر"، الرباط، مطبعة المعارف الجديدة ، 2000.

87.النشار مصطفى ، " ضد العولمة" ، ، دار قباء للطباعة و النشر و التوزيع ،القاهرة، 1999.

88.الهنائي علي بن الحسن الأزوي، " معجم المنجد في اللغة و الإعلام" ، منشورات دار الشرق ،بيروت، 1988 .

89.هني أحمد، "اقتصاد الجزائر المستقلة"، الديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991.

90.وظفة علي أسعد ، " بنية السلطة وإشكالية التسلط التربوي في الوطن العربي" ، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، سبتمبر، 1999 .

91.يسرى إبراهيم محمد ، "اقتصاديات مجتمع الانفتاح"، دار أم القرى للطباعة والنشر الإسكندرية ، 1997 .

92.يسرى عبد الرحمان ، محمد فوزي أبو السعود ، " الاقتصادية الكلية" ، الإسكندرية ، كلية التجارة ، قسم الاقتصاد ،مصر، 1999

## II . المراجع باللغة الأجنبية

1. AGBESSI DOS-SANTOS H., DAMON M , “**Manuel de nutrition africaine** “, tom 1 , institut Panafricain Édition Kartala, paris 1987.
2. [Akbar S. Ahmed](#), & Hastings, D, “**Islam Globalization & Postmodernity**, London, Routledge,2003.
3. [Charles D. Schewe](#) , [Alexander Hiam](#) “ **Marketing : système des meilleures cour américains, (les concepts )** “,éd Abridged,US ,1996.
4. Allport GORDON “**Other parsonality psycological interpritation**”, Oxford, England: Holt, Reinhart & Winston,1961.
5. Andrée Michel, « **Femme, sexisme et société** », Ed, PUF, France, 1977.
6. ARIF Salaheddine, ZGA Kamel, “**Industrie Agro alimentaire et dépendance envers les approvisionnements extérieurs**“, le cas Algérien O.PU, Publisud, Alger .
7. ARMONS Dayan , “ **La publicité**“, Paris, Puf, Ed Coll ,1990,
8. Aron RAYMAND , « **Encyclopédie universalise**, Paris, volume 13, 12, 1978 .
9. BAUDRILLARD Jean, “**The System of objects**”, London, Verso, 1996.

10. BENBITOUR Ahmed, “ **L'expérience algérienne de développement (1962-1991)** “, Edition Dar Echrifa, Algérie, 1992.
11. **BENISSAD** Hocine,: **Restructurations et Réformes Economiques (1979-1993)**", Office des Publications Universitaires, Algérie, 1994.
12. Bremond Y, et Geledan A , **Dictionnaire économique et social**, éd Hatier, France 1988.
13. C.BOUATIA, « **Attitudes et représentations des femmes algériennes concernant les rôles sociaux** ». Doctorat 3eme cycle, Paris X NANTERRE, 1986.
14. Camille Lacoste **dujardin** « **des mères contre des femmes. Maternité et patriarcat au Maghreb** » ,éd la Découverte ,paris ,1985
15. Castiel., D, « **Economie de la Santé : Quel Avenir** », ed Management Société, Paris 1999.
16. Chapelier Isabelle et Natacha Ordioni, « **Le changement social contemporains** », édition marketings, Paris, 1996.
17. Chérif Chakib Anouar et Tchouar Kheir-Eddine, . « **chômage et politique de 'emploi en Algérie les politiques économiques : réalités et perspectives** , » , colloque de l'université de Tlemcen, algérie,2004
18. Conseil National Economique et Social, « **Rapport National sur Le Développement Humain Réalisé en coopération avec le programme des Nations unies pour le développement (PNVD)**, (données 2004-2005), Algérie 2006.
19. Dawar, N, “**Border Crossing, Is Culture Irrelevant to Marketing**”, ed Ivey Business Journal, (3), spring,1997.
20. Delacroix Christian & Dosse François & Garcia Patrick & Trebitsch Michel De Céteau, ” **Les chemins d’histoire**”, Paris, ed IHTP, 2002.
21. DENNI Bedreddine , « **Réception des spots publicitaires étrangers en Algérie**, dans la revue NAQD ; média communication et société, n° 8-9, 1998, p 56.
22. Andrew **Edgar** Peter Sedgwick “**Concept in Cultural Theory**”, ed Rutledge, New York, , 1999.

23. Eric Chevalier, « **la relation enfant- télévision implications physiques** » , psychologiques ; éducatives et sociales , ed Centre international de l'enfance, paris ,1982.
24. Fadéla HAIDER et Nadia ATTOU, « **Mutations des structures familles et évolution du statut de : le femme en Algérie**», Séminaire Femme et famille », Paris, CICRED, FNUAP
25. FLICHY Patrice , « **L'imaginaire d'internet** », Paris, éd, pug, .1991
26. Foucault Miche, “**Surveiller et punir**”, Paris, Gallimard ,1998.
27. Fouzi ADEL, “ **Formation de lien conjugal et nouveau models familiaux en Algérie Colloque sur Femmes et développement** », ORAN, CRASC, 1991.
28. Gatz –Gerro Tally,” **Cultural consumption research**”, review of methodology, theory, and consequence, International Review of Sociology: Revue International de Sociologies; [Volume 14](#) ,2004.
29. Gerbouni, Rerolle P et Dupin H , « **Aliment –origines et valeur nutritionnelle in l'enfant en milieu tropical** », Paris,T205 ,1993.
30. Giddens Anthony, “**The Consequences of Modernity**”, Stanford university presse,California,1990.
31. Gy Robert, **Le changement social**, édition HMH, 1986.
32. HAMID AIT AMARA, « **Types d’Alimentation** », cahier de CENEAP, sep 1985
33. Henni Ahmed, « **Economie de l’Algérie d’indépendance, collection économique** », E.N.A.G Edition, Alger, 1991
34. Herve bourges et Pascal josèphe, « **Un amour de télévision** » Librairie, ed Plon, 1989.
35. Hocine Benissad – Algérie , « **restructuration et réforme économique (1979-1993 )** », O. P. U, Alger , 1994 .
36. J.Lendrevie B.Brochand, « **le nouveau publicitor** », Dalloz , 5<sup>eme</sup> édition, Paris, 2001.

37. LENDREVIE Jacques, DEBAYNAST Arnaud, « **Publicité** », Ed Dalloz, N°6, Paris , 2004.
38. Kadar Miloud, « **Système et politique de Santé Au Maghreb un etat de lieux**», , le guide de la médecine et de la santé en Algérie, 2003 [www.santémaghreb.com..](http://www.santémaghreb.com..)
39. KOLTER Philip, « **Marketing management** », Perason édition, France, 11ém édition, Paris, 2004.
40. La chambre de commerce et l'industrie, **La restructuration industrielle et le processus de privatisation** –, Batna, 1997.
41. Lahouari Addi, « **Les mutations de la société algérienne, famille et lieu social dans l'Algérie contemporaine** », éd la découvert, 1999.
42. Le Grand Dictionnaire Encyclopédique, , Tom 10 ,édition Art , 1997, Paris.
43. M. Chalvon, P. Corset, M. Sochon , « **l'enfant devant la télévision des années 90** », Ed. Casterman , Paris1991.
44. Djabbar Mahffoud , « **la privatisation des entreprises , rôle du marché financier**» revue des science humaine de l' université du Batna – n° 05 –1996
45. DEAN M. MAKI \*,” **Household Debt and the Tax Reform Act of 1986**”, The American Economic Review, volum 91,Issue 1, 2001.
46. Mohammed RABZANI, « **La vie familiale des femmes algériennes salariées, Histoire et perspectives méditerranéennes** », Coll, L'harmattan, Paris 1997.
47. MORIN Edgar, « **Sociologie** ». Ed Fayard, Paris 1984.
48. Parviz, Ghadrian et Thouez , » **résultats préliminaire d'une enquête sur les habitudes alimentaires des canadiens français a Montréal** », Méd. et Nut, 1996.
49. Ritzer Georges, “**Explorations in the sociology of consumption: Fast food, credit cards and casinos**”, London, SAGE publications, .2001
50. Robert. Roche fort, » **La société des consommateurs** », édition Odile Jacob 1995,

51. Robertson, Ronald Globality, “**Global Culture and Images of world order. in Hans Haverkamp and Neil Smester**”, (eds.) Social changes and Modernity. Berkely: University of California Press.1992.
52. Rubin Barry, “**Globalization and The Middle East: part one**”, Yale Center for Study of Globalization. Access Date: 2008.
53. Scardigli. Victor , « **La consommation culture du quotidien** »,ed PUF, Pari, 1983
54. Schwartz, Toward , « **Universal Psychological Structure of Human Values**, Journal of Personality and Social Psychology 53 (3) ;1987.
55. SOISSON Paul , « **psychologie et publicité** », Ed ; cadres et dirigeants, Paris, 1964.
56. Tourne F, « **le comportement alimentaire des étudiants, MNEP/CEFS** », éd PARIS : Mutuelle Nationale des *Etudiants*, novembre 1982.
57. Vandanelde H, « **La Participation politique des femmes algériennes est-elle un mythe?** », T2,université d’Alger.
- 58.Ministère de l’habitat
- 59.Office nationale des statistiques
- 60.Ministère de la Santé, de la population et de la réforme Hospitalière
- 61.Ministère de l’enseignement supérieur et la recherche scientifique

### III. المجلات و الدوريات

1. ابتهاج عبد الجواد " الاستهلاك المظهري تبعا لمجالاته و عوامله ، بحث ميداني في مدينة الموصل " ، مجلة دراسات موصلية العدد الحادي عشر ، 2006 .
2. أبو العنين، " السلوك الاستهلاكي للطفل العربي الخليجي "«، مجلة الشؤون الاجتماعية، العدد 47، ديسمبر 1995.
- 1.بادي سامية ، " المرأة و المشاركة السياسية ، العمل الحزبي ، العمل النيابي " ، مذكرة مكملة لنيل شهادة المجستير ، في علم الاجتماع التتمية ، 2005.

3. برنامج الأمم المتحدة للإسكان، مداخلة بعنوان، "السكن بالجزائر عامل للتنمية ومؤشر للسلم الاجتماعي"، 2008.
2. بسام التزه، 'الأنماط الاستهلاكية للأسرة السورية'، النشرة الاقتصادية اليومية، العدد 1548، دمشق، سوريا
4. بن أعراب عبد الكريم، "التعليم العالي في عهد الرئيس هواري بومدين"، أعمال ندوة بمناسبة تخرج الدفعة 17، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة 2004.
5. بن عبد القادر محمد " التلفزيون والأسرة ملاحظات أولية"، مقال منشور بجريدة الاتحاد الاشتراكي بتاريخ، 15/03/1991.
6. البنك الدولي " والبنك الإفريقي للتنمية، مستقبل التنمية في المغرب العربي، منتدى ليبيا للتنمية البشرية 24 و 25 ماي 2006 تونس.
7. بوعتروس عبد الحق، "سياسات الإصلاح الاقتصادي في الجزائر: الإنجازات والتحديات، الملتقى الدولي حول تأهيل المؤسسة الاقتصادية وتعظيم مكاسب الاندماج في الحركة الاقتصادية العالمية، سطيف 29-30. أكتوبر 2001 .
8. الجابري و صالح والمناصرة، عز الدين وعبيد الله، محمد، العولمة والهوية، أوراق المؤتمر العلمي الرابع لكلية الآداب والفنون، عمان، منشورات جامعة فيلادلفيا، ١٩٩٨
9. حجيبة رحالي، "التغير الاجتماعي في المجتمع الجزائري، المفهوم والنموذج"، مجلة كلية الآداب و اللغة، العدد 07، جامعة بسكرة، 2010.
10. حسين بهيج، "الموروثنون في علاقات الأسرة، الحماية و علاقاتها مع الزوجة ابنها و مع زوج ابنتها"، في العربي العدد 411 فيفري، 1993.
11. حسين تومي : واقع الطلاق في ولايات الوطن، الملتقى الثالث لعلم الاجتماع، جامعة الجزائر، 2004.
12. الحمود عبدالله، التأثير المتوقع للبحث الفضائي، بحوث في الدعوة و الإعلام ودراسات، العدد الأول، جامعة الإمام محمد بن سعود، 1992.
13. د. معروز بركو، التنشئة الاجتماعية في الأسرة الجزائرية، الخصائص و السمات، مجلة شبكة العلوم النفسية العربية، العدد 22/21، 2009



14. الدريج محمد ، الصحافة المرئية-المسموعة والطفل ، مساهمة في ندوة حول الأسرة والطفل في المجتمع المغربي العاصر ، منشورات عكاظ 1989.
15. الدكتور محمد بلعور ، التعديلات الدستورية وعضلة التطوير البرلماني في الجزائر ، الملتقى العلمي الدولي حول التطوير البرلماني في دول المغاربة ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، الجزائر ، 2011-2012.
3. ديب بلقاسم، أثر الخل الاجتماعي على المجال العمراني دراسة مقارنة، دكتوراه دولة في الهندسة المعمارية، شعبة العمران، جامعة قسنطينة، 2001 .
16. رجم جنات ، "المرأة الماكثة في البيت والإشهار التلفزيوني دراسة استطلاعية بمدينة سطيف"، مجلة العلوم الاجتماعية العدد 16 ، 2012.
17. رمزي ناهد، المفاضلة بين التلفزيون والوسائط الثقافية الأخرى لدى طفل ما قبل المدرسة، مجلة خطوة، المجلس العربي للطفولة والتنمية عدد10، يونيو . 2000 .
18. سعد محمد رحيم، العولمة والإعلام ثقافة الاستهلاك. استثمار الجسد وسلطة الصورة، الحوار المتمدن، العدد 1275.
19. السيد أحمد مصطفى عمر، إعلام العولمة و تأثيره في المستهلك، المستقبل العربي، السنة الثالثة والعشرون، العدد 256، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
20. صالح سليمان عبد الحفيظ ، التأثيرات" الاجتماعية للقنوات الفضائية ، دراسة على عينة من جامعة الإمارات العربية المتحدة" ، مجلة الشؤون الاجتماعية ، العدد 44/93 ، 2007.
21. عز الدين علي بوسنينة، أثر الإعلان التلفزيوني على السلوك الشرائي للمستهلكين الليبيين ، مجلة جامعة الملك عبد العزيز للاقتصاد والإدارة ، العدد 1 ، 2006 .
22. عزي عبد الرحمان ، الإعلام و البعد الثقافي" من أقليمي إلي أقليمي " مجلة التجديد، تصدر عن الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا العدد الأول يناير، 1997.
23. عمر محمود أبو عيده ، تحليل العوامل المؤثرة في الإنفاق الاستهلاكي للقطاع العائلي الفلسطيني وفقا لنظريات الاستهلاك الحديثة ، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية ، المجلد الخامس عشر ، العدد الأول، 2013.
24. عوفي مصطفى، خروج المرأة إلى ميدان العمل وأثره على التماسك الأسري، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة، العدد 19 جوان 2003 .

25.لعروسي، اريج، "قراءة في الأداء السياسي للبرلمان التعددي الجزائري"، مجلة دراسات الإستراتيجية العدد 04 جويلية 2007 .

26.محمد قيراط ، "حرية الصحافة في ظل التعددية الحزبية"، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 19 ، العدد 3-4، 2003.

27.محمود فهمي فتح الله ، "لنثق في الشباب في الهيئة الدولية لصحة الأسرة Family Heath International " نشرة خاصة بالعربية نيويورك.

28.مدني بن شهرة، وصفة صندوق النقد الدولي من خلال برنامج التعديل الهيكلي، مجلة الخلدونية في العلوم الإنسانية و الإجتماعية، جامعة ابن خلدون – تيارت، العدد التجريبي، جانفي 2005، تلمسان.

29.المرنيسي فاطمة ،ذة البلغيثي مليكة، العائلة القروية المغربية: مواقف من الحداثة والتقليد، مجلة الثقافة الجديدة عدد23 لسنة1982.

30.المنصف وناس،"التلفرة وتحديات التنشئة الاجتماعية"، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3 لسنة 2000.

31.ناصر مراد،"الاستثمار في رأس المال الفكري – مدخل لتحقيق التنمية الاقتصادية في الدول العربية"، مجلة دراسات اقتصادية العدد 10 مارس 2008، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية ، الجزائر.

#### 4. الرسائل الجامعية

1. بلال موزاي ، "الاستثمار والتنمية الاقتصادية :حالة الجزائر"، مذكرة ماجستير، كلية لعلوم . الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2003.

2.بن عطيه محمد ، "دراسة استهلاك العائلات الجزائرية ما بين 1969 و 2005"، مذكره لنيل شهادة الماجستير تخصص اقتصاد تنمية ، جامعة ابو بكر بلقايد ، تلمسان ، 2006.

3.بن يعقوب الطاهر ، " دور سلوك المستهلك في تحديد السياسات التسويقية- حالة الجزائر"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف، 2004 .

4. الحسن حماش ،"تأثير التربية الأسرية على الدور الاجتماعي للشباب" ، رسالة الماجستير ، معهد علم النفس ، جامعة الجزائر ، سبتمبر ، 1993
5. زرنوخ ياسمينه، إشكالية التنمية المستدامة في الجزائر ، دراسة تقييمية، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر ، 2006.
6. زينب محمد عبد الصمد، دراسة النمط الغذائي للمواطن المصري ، مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاقتصاد منزلي ،جامعة القاهرة ،معهد التغذية ، 1981.
7. السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006.
8. سيغة نبيل ،" الإشهار في التلفزيون الجزائري ، دراسة تحليلية لنيل شهادة الماجستير بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإنسانية قسم الإعلام و الإتصال بقسنطينة ، 2003.
9. شقير بارعة حمزة، "تأثير التعرض للدراما الأجنبية في القنوات الفضائية على إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي"، دكتورة غير منشورة، جامعة القاهرة، 2002.
10. عبد الرحمن حمود العناد، "تقدير البالغون لأثر الإعلان التجاري في التلفزيون على السلوك الاستهلاكي للطفل"، رسالة الماجستير قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض، السعودية، 2000.
11. عبد الوهاب بن عبد الله بغدادي، "مصادقية الإعلان التلفزيوني"، رسالة الماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك عبد العزيز جدة، السعودية، 2004.
12. فتيحة الشيخ، السيطرة الذكورية في نظر المرأة الجزائرية المثقفة رسالة ماجستير، قسم علم النفس وعلوم التربية جامعة الجزائر، 2001 .
13. فنور بسمه ، الرسالة الاشهارية في ظل العولمة ،دراسة تحليلية للرسالة الاشهارية في الفضائيات العربية ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري قسنطينة ، 2008.
14. القحطاني سالم ، أثر القنوات الفضائية على النشء ، رسالة ماجستير، السودان، 2007 .

15. لمصار منصف ، " الإنفاق الاستهلاكي للأسرة الجزائرية حسب مسح الديوان الوطني للإحصاء سنة 2000 " ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2005 .
16. محمد الكنانى، " صورة الأسرة العربية فى الدراما التلفزيونية بالقنوات الفضائية العربية وأثرها على إدراك الجمهور العربى للواقع الاجتماعى لها " ، رسالة دكتوراه، القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2008 .
17. محمد بودريالة : " اتجاهات جمهور الطلبة و الموظفين و الإداريين نحو برامج التلفزيون " ، رسالة . ماجستير مناقشة ، جامعة قسنطينة.
18. محمد غريب، " دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التثقيف الديني " ، المجلة المصرية كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، القاهرة العدد 2، 2005.
19. مريم زعتر ، الإعلان في التلفزيون الجزائري مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال فرع اتصال و علاقات عامة، جامعة منتوري ، قسنطينة، الجزائر، 2008 .
20. منصور اشرف ، "من الليبرالية الى مجتمع الاستهلاك ، الحوار المتمدن " ، عدد 1790 ، محور الفلسفة ، 2007.
21. منظمة العمل العربية، مكتب العمل العربي، المركز العربي لتنمية الموارد البشرية، عرض حول التوجيه والإرشاد في برامج وأجهزة التشغيل بالجزائر، الندوة الإقليمية عن دور الإرشاد والتوجيه المهني في تشغيل الشباب، طرابلس: 2005/7/1311.
22. نائلة إبراهيم عمارة عبد الرؤوف، " دور التلفزيون في تنمية الوعي الاجتماعى للمرأة الريفية " ، رسالة دكتوراه، القاهرة: قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1993.
23. نجوى محمد الجزار، " تأثير القيم التي تعكسها إعلانات التلفزيون على اتجاهات نحو القيم " ، دراسة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1998.
24. وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعى، المؤتمر العربي الأول حول تشغيل الشباب، 15 إلى 17 نوفمبر 2009 ، الجزائر.
25. وفاء حسين الزمر، " أثر العوامل الاجتماعية على نمط الاستهلاك " ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة ، 1972.

## **٧. القواميس و المعاجم**

1. إبراهيم أنيس وآخرون، "المعجم الوسيط"، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 2003
2. رشاد الدين مؤنس ، "المرام في المعاني والكلام" ، القاموس الكامل عربي - عربي ، بيروت : دار الراتب الجامعية. 2000.
3. ابن فارس، أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا ، "معجم مقاييس اللغة"، ط6 ، مطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده بمصر، 1981م، ج4.
4. ابن منظور، "لسان العرب" ج ١٣، محرم 1405 هـ ، دار أدب الحوزة - قم - إيران.
5. احمد بن محمد بن علي الفيومي، "المصباح المنير في غريب الشرح الكبير" ، ج٢، مكتبة لبنان ، 1987م .
6. الجوهري إسماعيل بن حماد، "الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية" ، ط 6 ، دار العلم للملايين، بيروت، 1989م.

## **٧١. الجرائد**

1. جريدة المجاهد، الإعلان و الواقع الجزائري ، قسم الاقتصاد، رقم 902 ، 9/5/2004.
2. حنان زهرالدين، ثقافة الاستهلاك، جريدة التحولات، العدد التاسع ، مارس 2006.
3. الخبر اليومي ، الأجر الأدنى المضمون ارتفع بألف دينار سنويا ما بين 2001 و 2012، العدد 26، 9057 فيفري 2015
4. زيد الرماني، ثقافة الاستهلاك والتسوق، جريدة الجزيرة، العدد 10276.
5. صالح المحيسن ، "دوال الاستهلاك الغذائي للأسر الريفية بالأحساء"، جريدة الرياض اليومية ، العدد 14593 ، السعودية ، 2008 .

# الملاحق

## أولاً: الاستمارة

جامعة الجزائر 2

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علم الاجتماع

### استمارة استبيان

يشتمل هذا الاستبيان على مجموعة من الأسئلة موجه إلى ربّات البيوت و التي تساعد على التعرف على آرائهم حول القنوات الفضائية و مدى تأثيرها على تغيير أنماط الثقافة الاستهلاكية للأسرة الجزائرية بشقيها الريفي و الحضري. لذا نرجو منكم التكرم بالإجابة عن هذه الأسئلة و ذلك بوضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة

### الموضوع:

القنوات الفضائية و أثرها على تغيير بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية لدى الأسرة الجزائرية  
دراسة ميدانية تحليلية لعينة من ربّات البيوت في كل من ولايتي الجزائر و سطيف

تحت إشراف الدكتور:

طاهر بوشلوش

من إعداد الطالبة:

بودرواية لامية

## المحور الأول: بيانات عامة

1. المنطقة الإقامة الحالية : ريفية ( ) حضرية ( )
2. السن : من 18 الي 28 ( ) من 29 الي 38 ( ) من 39 إلى 48 ( )  
من 49 إلى 58 ( ) من 59 فما فوق ( )
3. مكان الميلاد : ريف ( ) مدينة ( )
4. الحالة المدنية : عازب (ة) ( ) متزوج (ة) ( )  
مطلق (ة) ( ) أرمل (ة) ( )
5. ان كنت متزوجة هل لديكم أطفال: ؟ نعم ( ) لا ( )
6. في حالة نعم كم عدد الأطفال: ذكور ..... وإناث.....
7. المستوى التعليمي للزوج : أمي ( ) تقرا وتكتب ( ) ابتدائي ( ) متوسطي ( ) ثانوي ( ) جامعي ( )
8. المستوى التعليمي للزوجة : أمي ( ) تقرا وتكتب ( ) ابتدائي ( ) متوسطي ( ) ثانوي ( ) جامعي ( )

## المحور الثاني: بيانات عن المستوى الاقتصادي و الاجتماعي للمبحوثات

9. الدخل الشهري للأسرة المبحوثة : 12000 دج ( ) إلى 22 000 دج ( ) من 23 000 دج إلى 27 000 دج ( ) من 28 000 دج إلى 32 000 دج ( ) من 33 000 دج إلى 37 000 دج ( ) من 38 000 دج فما فوق.....
10. ما هي مصادر دخل الأسرة: الوظيفة ( ) أعمال حرة ( ) المعاش أو التقاعد ( )  
مصادر أخرى اذكرها .....
11. هل لديكم الأجهزة الكهرومنزلية ؟ نعم ( ) لا ( )
12. اذا كانت الإجابة ب نعم ضع علامة x في الخانة المناسبة
13. ثلاجة ☐ ثلاجة كهربائية ☐ هات ☐ ثابت ☐ مكيف ☐ طباخة (cuisini) ☐  
غسالة أواني ☐ خن الماء ☐ ميك ☐ وند ☐ كومبيوتر ☐ ☐
14. هل تملك سيارة؟ نعم ( ) لا ( )
15. في حالة نعم ما نوعها؟ قديمة ( ) متوسطة ( ) جديدة ( )



16. هل تملكون الهاتف النقال؟ نعم ( ) لا ( )
17. في حالة الإجابة ب نعم ما نوعه؟ .....
18. ما نوع المسكن؟ شقة ( ) فيلا ( ) مسكن تقليدي ( )
19. كم عدد الغرف؟ .....
20. كم عدد أفراد الأسرة؟ .....

### المحور الثالث: بيانات عن مدى امتلاك الأسر للتلفزيون و عن نوع القناة و البرامج المفضلة

21. هل تملك جهازا تلفزيونيا؟ نعم ( ) لا ( )
22. في حالة الإجابة ب نعم ما نوعه؟ قديم ( ) جديد ( )
23. كم عدد الأجهزة التلفزيونية التي لديكم؟ .....
24. هل تملك هوائيات مقعرة؟ نعم ( ) لا ( )
25. ما هي قنواتك المفضلة؟ القنوات الوطنية ( ) القنوات العربية ( ) القنوات الأجنبية ( )

26. لماذا في كل الحالات؟ .....
27. ما هي البرامج التي تفضل مشاهدتها؟
- برامج علمية ( ) برامج رياضية ( ) حصص الطبخ ( ) برامج ترفيهية ( )
- رسوم متحركة ( ) حصص اجتماعية ( ) أفلام و مسلسلات ( ) برامج دينية ( )
- برامج سياسية ( )

28. هل تشاهدين برامج الطبخ؟
- نعم ( ) لا ( ) أحيانا ( )
29. في حالة نعم على أي قناة تشاهدين البرامج
- القناة العربية ( ) القناة الوطنية ( ) القناة الأجنبية ( )
30. هل تقومين بتحضير و إعداد ما تشاهدينه في حصص الطبخ؟
- نعم ( ) لا ( ) أحيانا ( )

### المحور الرابع : بيانات عن تغير بعض أنماط الثقافة الاستهلاكية الخاصة بأطباق الطعام الإعداد و التحضير و الشراء الخ.....

31. ما نوع الأطباق التي تحضرونها في المنزل؟
- أطباق عصرية ( ) أطباق تقليدية ( ) الاثنين معا ( )

32. من الذي يقوم بتحضير هاته الأطباق ؟

الأم ( ) البنت الأكبر ( ) الجدة ( ) الأم و البنت الأكبر معا ( )  
شخص آخر.....

33. من الذي يختار وجبة طعام الأسرة؟

الأم ( ) البنت ( ) الجدة ( ) الأب ( ) الابن ( )

لماذا.....

34. من يقوم بشراء المواد الغذائية من السوق ؟

الجد ( ) الجدة ( ) الأب ( ) الابن ( ) الأم ( ) البنت ( ) شخص  
آخر.....

35. هل رغبت يوما في تغيير الأطباق التقليدية ووجدت معارضة من أفراد لأسرة

نعم ( ) لا ( )

36. في حالة الإجابة ب نعم من الذي عارضك ؟.....

37. في رأيك فيما تختلف الوجبة التقليدية عن الوجبة العصرية ؟

في التكاليف ( ) في الذوق ( ) أخرى اذكرها .....

38. ماهو الطبق المفضل لديكم في المناسبات ؟

39. أطباق عصرية ( ) أطباق تقليدية ( ) الاثنين معا ( )

**المحور الخامس : بيانات خاصة عن تغير أنماط الثقافة الاستهلاكية**

**الخاصة باللباس**

40. ما نوع الملابس التي يرغب أفراد أسرته اقتنائها ؟

محلية ( ) مستوردة ( )

41. هل تفضلون الملابس : التقليدية ( ) العصرية ( )

42. من أين تتعرفين على نوع السلعة الجديدة ؟

من السوق ( ) عن طريق التلفزيون ( ) عن طريق الجيران و الأصدقاء ( )

43. من يقوم باختيار و شراء الأثاث المنزلي ؟

الجد ( ) الجدة ( ) الأب ( ) الابن ( ) الأم ( ) البنت ( )

شخص آخر.....

44. هل سبق لك و أن سافرت إلي الخارج البلاد ؟

نعم ( ) لا ( )

45. في حالة نعم هل ساعدك السفر في إحداث تغيير في نوع الغذاء أو العادات الغذائية للأسرة ؟

نعم ( ) لا ( )

46. في حالة نعم ما نوع هاته التغيرات؟

تغير في الطعام ( ) تغير في طرق تناول الطعام ( ) تغير في مواعيد تناول الطعام ( )  
تغير في أساليب الطهي ( ) غير ذلك حددي .....

## المحور السادس : بيانات خاصة بتسيير ميزانية الأسرة و توزيع

### الدخل على أوجه الإنفاق و مدى لجوء إلى الاقتراض

47. من الذي يسيّر ميزانية الأسرة ؟

الجد ( ) الجدة ( ) الأب ( ) الابن ( ) الأم ( ) البنت ( )  
شخص آخر .....

48. كيف توزعين الدخل بحسب أهمية الإنفاق ؟

التعليم ( ) الصحة ( ) اللباس ( ) الأجهزة المنزلية ( ) الغذاء ( )

49. لو توفر لديكم قسط من المال أيهما تفضل في هذه الحالة إنفاقه ؟

شراء سيارة جديدة ( ) شراء مسكن للأسرة ( ) شراء حلي من الذهب ( )  
غير ذلك حددي .....

50. هل قمتم بالاقتراض من البنك ؟

نعم ( ) لا ( )

51. في حالة نعم كم يستهلك القرض من دخلكم الشهري؟ .....

52. ما هي أوجه الإنفاق التي أدت بكم للاقتراض من البنك ؟

شراء سيارة ( ) شراء مسكن للأسرة ( ) تجديد أثاث المنزل ( )  
غير ذلك حددي .....

## المحور السابع : بيانات خاصة بالمشاهدة التلفزيونية و أثرها على

### قيم العلاقات داخل الأسرة

53. هل تشاهدون التلفزيون؟ جماعيا ( ) فرديا ( )

54. ما هي الفترات التي تشاهدون فيها التلفزيون ؟

صباحا ( ) مساء ( ) ليلا ( )

55. ما هي الأيام التي تشاهدون فيها التلفزيون أكثر؟  
أيام العمل ( ) أيام العطل ( ) كل الأيام ( )
56. كم من ساعة تقضونها في مشاهدة التلفزيون؟  
ساعة ( ) ساعتين ( ) ثلاثة ساعات ( ) أربعة فما فوق ( )
57. هل تفضلون الجلوس أمام التلفزيون عن الجلوس مع أفراد الأسرة؟  
نعم ( ) لا ( ) أحياناً ( )
58. اذا كانت الإجابة ب نعم أو أحياناً لماذا؟  
✓ لأنك تشاهد برامج خاصة و لا تعجب أفراد الأسرة ( )  
✓ لأن التلفزيون يشعرك بالراحة أكثر ( )  
✓ إن التلفزيون يزودني بالثقافة ( )

غير ذلك حددي.....

### المحور الثامن : البيانات الخاصة عن مدى اهتمام أفراد الأسرة بالإعلانات التلفزيونية

59. هل يشاهد أفراد الأسرة الإعلانات التلفزيونية الخاصة ببعض السلع الغذائية او بعض الأطعمة و المشروبات؟  
نعم ( ) لا ( ) أحياناً ( )
60. أي سلعة تفضلين مشاهدتها في التلفزيون؟  
الملابس ( ) الأجهزة المنزلية ( ) أثاث المنزل ( ) العطور ( )  
المواد الغذائية ( ) غير ذلك حددي .....
61. هل ترغبين في شرائها عند مشاهدتك لها في الإعلان التلفزيوني؟  
نعم ( ) لا ( ) أحياناً ( )
62. في رأيك هل الإعلانات الاشهارية تترك الناس يشترون الحاجات الغير اللازمة؟  
نعم ( ) لا ( )

ثانيا : الدوائر و بلديات و عدد الاسر الخاصة بولاية الجزائر

بلدية حسين داي

| عدد الأسر | رقم المقاطعة | عدد الأسر | رقم المقاطعة |
|-----------|--------------|-----------|--------------|
| 153       | 23           | 174       | 1            |
| 160       | 24           | 141       | 2            |
| 117       | 25           | 187       | 3            |
| 131       | 26           | 173       | 4            |
| 143       | 27           | 241       | 5            |
| 156       | 28           | 129       | 6            |
| 126       | 29           | 160       | 7            |
| 180       | 30           | 165       | 8            |
| 156       | 31           | 183       | 9            |
| 170       | 32           | 147       | 10           |
| 270       | 33           | 180       | 11           |
| 199       | 34           | 158       | 12           |
| 172       | 35           | 161       | 13           |
| 151       | 26           | 153       | 14           |
| 236       | 37           | 185       | 15           |
| 209       | 28           | 181       | 16           |
| 206       | 39           | 154       | 17           |
| 158       | 40           | 196       | 18           |
| 211       | 41           | 167       | 19           |
| 226       | 42           | 173       | 20           |
| 172       | 43           | 165       | 21           |
| 185       | 44           | 130       | 22           |
| 203       | 45           |           |              |

## بلدية القبة

| رقم المقاطعة | عدد الأسر | رقم المقاطعة | عدد الأسر | رقم المقاطعة | عدد الأسر |
|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|
| 1            | 157       | 50           | 176       | 99           | 125       |
| 2            | 129       | 51           | 109       | 100          | 167       |
| 3            | 152       | 52           | 138       | 101          | 112       |
| 4            | 271       | 53           | 126       | 102          | 128       |
| 5            | 143       | 54           | 136       | 103          | 156       |
| 6            | 179       | 55           | 171       | 104          | 121       |
| 7            | 155       | 56           | 147       | 105          | 124       |
| 8            | 147       | 57           | 124       | 99           | 134       |
| 9            | 143       | 58           | 117       | 100          | 234       |
| 10           | 171       | 59           | 126       | 101          | 129       |
| 11           | 123       | 60           | 116       | 102          | 178       |
| 12           | 205       | 61           | 188       | 103          | 50        |
| 13           | 115       | 62           | 150       | 104          | 89        |
| 14           | 169       | 63           | 140       | 105          | 124       |
| 15           | 145       | 64           | 119       | 106          | 184       |
| 16           | 66        | 65           | 163       | 107          | 159       |
| 17           | 139       | 66           | 138       | 108          | 89        |
| 18           | 197       | 67           | 126       | 109          | 189       |
| 19           | 184       | 68           | 122       | 110          | 188       |
| 20           | 197       | 69           | 133       | 111          | 151       |
| 21           | 240       | 70           | 245       | 112          | 240       |
| 22           | 154       | 71           | 181       | 113          | 136       |
| 23           | 216       | 72           | 138       | 114          | 137       |
| 24           | 146       | 73           | 139       | 115          | 184       |
| 25           | 148       | 74           | 131       | 116          | 159       |
| 26           | 190       | 75           | 121       | 117          | 99        |
| 27           | 182       | 76           | 189       | 118          | 491       |
| 28           | 185       | 77           | 167       | 119          | 831       |
| 29           | 134       | 78           | 176       | 120          | 161       |
| 30           | 163       | 79           | 165       | 121          | 240       |
| 31           | 143       | 80           | 155       | 122          | 136       |
| 32           | 170       | 81           | 158       | 123          | 137       |
| 33           | 125       | 82           | 166       | 124          | 168       |
| 34           | 183       | 83           | 192       | 125          | 165       |
| 35           | 141       | 84           | 158       | 126          | 172       |
| 36           | 197       | 85           | 195       | 127          | 129       |
| 37           | 168       | 86           | 231       | 128          | 3         |
| 38           | 148       | 87           | 199       | 129          | 44        |
| 39           | 173       | 88           | 143       | 130          | 111       |
| 40           | 142       | 89           | 13        | 131          | 120       |
| 41           | 170       | 90           | 147       | 132          | 146       |
| 42           | 194       | 91           | 144       | 133          | 143       |
| 43           | 154       | 92           | 211       | 134          | 697       |
| 44           | 109       | 93           | 124       |              |           |
| 45           | 163       | 94           | 127       |              |           |
| 46           | 4         | 95           | 189       |              |           |
| 47           | 165       | 96           | 220       |              |           |
| 48           | 148       | 97           | 201       |              |           |
| 49           | 121       | 98           | 231       |              |           |
|              |           |              | 121       |              |           |

## بلدية الحامة العناصر

| عدد الأسر | رقم المقاطعة | عدد الأسر | رقم المقاطعة |
|-----------|--------------|-----------|--------------|
| 142       | 23           | 173       | 1            |
| 193       | 24           | 131       | 2            |
| 108       | 25           | 139       | 3            |
| 158       | 26           | 175       | 4            |
| 163       | 27           | 142       | 5            |
| 148       | 28           | 90        | 6            |
| 142       | 29           | 120       | 7            |
| 134       | 30           | 202       | 8            |
| 181       | 31           | 125       | 9            |
| 146       | 32           | 153       | 10           |
| 199       | 33           | #NUL!     | 11           |
| 195       | 34           | #NUL!     | 12           |
| 165       | 35           | 144       | 13           |
| 257       | 26           | 174       | 14           |
| 161       | 37           | 177       | 15           |
| 177       | 28           | 90        | 16           |
| 175       | 39           | 200       | 17           |
| 163       | 40           | 187       | 18           |
| 176       | 41           | 122       | 19           |
| 183       | 42           | 133       | 20           |
| 225       | 43           | 129       | 21           |
| 210       | 44           | 157       | 22           |
| 143       | 45           |           |              |
| 255       | 46           |           |              |
| 187       | 47           |           |              |
| 212       | 48           |           |              |
| 158       | 49           |           |              |
| 157       | 50           |           |              |
| 146       | 51           |           |              |
| 145       | 52           |           |              |
| 156       | 53           |           |              |
| 149       | 54           |           |              |
| 148       | 55           |           |              |

بلدية الدار البيضاء

| عدد الأسر | رقم المقاطعة | عدد الأسر | رقم المقاطعة |
|-----------|--------------|-----------|--------------|
| 160       | 39           | 121       | 1            |
| 181       | 40           | 89        | 02           |
| 197       | 41           | 179       | 03           |
| 174       | 42           | 208       | 04           |
| 183       | 43           | 190       | 05           |
| 167       | 44           | 184       | 06           |
| 187       | 45           | 169       | 07           |
| 189       | 46           | 130       | 08           |
| 225       | 47           | 195       | 09           |
| 259       | 48           | 187       | 10           |
| 207       | 49           | 114       | 11           |
| 282       | 60           | 230       | 12           |
| 222       | 61           | 201       | 13           |
| 204       | 62           | 269       | 14           |
| 189       | 63           | 235       | 15           |
| 218       | 64           | 193       | 16           |
| 209       | 65           | 173       | 17           |
| 214       | 66           | 154       | 18           |
| 162       | 67           | 229       | 19           |
| 193       | 68           | 214       | 20           |
| 199       | 69           | 116       | 21           |
| 249       | 70           | 92        | 22           |
| 166       | 71           | 188       | 23           |
| 187       | 72           | 151       | 24           |
| 153       | 73           | 129       | 25           |
| 252       | 74           | 185       | 26           |
| 231       | 75           | 156       | 27           |
| 161       | 76           | 112       | 28           |
| 171       | 77           | 195       | 29           |
| 200       | 78           | 186       | 30           |
|           |              | 130       | 31           |
|           |              | 155       | 32           |
|           |              | 242       | 33           |
|           |              | 244       | 34           |
|           |              | 239       | 35           |
|           |              | 165       | 36           |
|           |              | 137       | 37           |
|           |              | 160       | 38           |



## بلدية باب الوادي

| عدد الأسر | رقم المقاطعة | عدد الأسر | رقم المقاطعة |
|-----------|--------------|-----------|--------------|
| 225       | 50           | 141       | 1            |
| 181       | 51           | 188       | 2            |
| 148       | 52           | 160       | 3            |
| 173       | 53           | 159       | 4            |
| 162       | 54           | 140       | 5            |
| 198       | 55           | 147       | 6            |
| 186       | 56           | 198       | 7            |
| 113       | 57           | 159       | 8            |
| 175       | 58           | 144       | 9            |
| 187       | 59           | 141       | 10           |
| 142       | 60           | 134       | 11           |
| 163       | 61           | 126       | 12           |
| 151       | 62           | 142       | 13           |
| 149       | 63           | 149       | 14           |
| 149       | 64           | 160       | 15           |
| 165       | 65           | 192       | 16           |
| 146       | 66           | 181       | 17           |
| 134       | 67           | 156       | 18           |
| 168       | 68           | 151       | 19           |
| 226       | 69           | 180       | 20           |
| 156       | 70           | 142       | 21           |
| 141       | 71           | 126       | 22           |
| 168       | 72           | 143       | 23           |
| 192       | 73           | 133       | 24           |
| 127       | 74           | 219       | 25           |
| 135       | 75           | 195       | 26           |
| 188       | 76           | 176       | 27           |
| 182       | 77           | 168       | 28           |
|           |              | 177       | 29           |
|           |              | 197       | 30           |
|           |              | 160       | 31           |
|           |              | 175       | 32           |
|           |              | 142       | 33           |
|           |              | 126       | 34           |
|           |              | 197       | 35           |
|           |              | 195       | 36           |
|           |              | 174       | 37           |
|           |              | 185       | 38           |
|           |              | 175       | 39           |
|           |              | 127       | 40           |
|           |              | 151       | 41           |
|           |              | 199       | 42           |
|           |              | 129       | 43           |
|           |              | 149       | 44           |
|           |              | 148       | 45           |
|           |              | 144       | 46           |
|           |              | 106       | 47           |
|           |              | 202       | 48           |
|           |              | 211       | 49           |

## بلدية بولو غين

| رقم المقاطعة | عدد الأسر | رقم المقاطعة | عدد الأسر |
|--------------|-----------|--------------|-----------|
| 1            | 129       | 23           | 208       |
| 2            | 136       | 24           | 277       |
| 3            | 76        | 25           | 113       |
| 4            | 236       | 26           | 141       |
| 5            | 101       | 27           | 101       |
| 6            | 163       | 28           | 124       |
| 7            | 129       | 29           | 205       |
| 8            | 245       | 30           | 185       |
| 9            | 172       | 31           | 126       |
| 10           | 161       | 32           | 217       |
| 11           | 200       | 33           | 188       |
| 12           | 206       | 34           | 130       |
| 13           | 296       | 35           | 178       |
| 14           | 152       | 36           | 273       |
| 15           | 197       | 37           | 156       |
| 16           | 121       | 38           | 234       |
| 17           | 186       | 39           | 243       |
| 18           | 98        | 40           | 175       |
| 19           | 171       | 41           | 104       |
| 20           | 211       | 42           | 83        |
| 21           | 170       | 43           | 152       |
| 22           | 164       | 44           | 203       |
|              |           | 45           | 141       |
|              |           | 46           | 125       |
|              |           | 47           | 157       |
|              |           | 48           | 72        |
|              |           | 49           | 86        |
|              |           | 50           | 150       |
|              |           | 51           | 121       |
|              |           | 52           | 96        |

## بلدية واد قريش

| رقم المقاطعة | عدد الأسر | رقم المقاطعة | عدد الأسر |
|--------------|-----------|--------------|-----------|
| 1            | 154       | 23           | 202       |
| 2            | 176       | 24           | 133       |
| 3            | 133       | 25           | 126       |
| 4            | 174       | 26           | 149       |
| 5            | 139       | 27           | 150       |
| 6            | 146       | 28           | 128       |
| 7            | 135       | 29           | 167       |
| 8            | 155       | 30           | 153       |
| 9            | 178       | 31           | 211       |
| 10           | 125       | 32           | 208       |
| 11           | 247       | 33           | 142       |
| 12           | 126       | 34           | 156       |
| 13           | 11        | 35           | 231       |
| 14           | 217       | 36           | 174       |
| 15           | 117       | 37           | 155       |
| 16           | 166       | 38           | 149       |
| 17           | 184       | 39           | 88        |
| 18           | 173       | 40           | 241       |
| 19           | 193       | 41           | 151       |
| 20           | 203       | 42           | 324       |
| 21           | 181       | 43           | 215       |
| 22           | 192       | 44           | 169       |
|              |           | 45           | 195       |
|              |           | 46           | 195       |
|              |           | 47           | 182       |
|              |           | 48           | 167       |
|              |           | 49           | 176       |
|              |           | 50           | 197       |
|              |           | 51           | 170       |
|              |           | 52           | 201       |
|              |           | 53           | 202       |
|              |           | 54           | 217       |

## بلدية شراكة

| رقم المقاطعة | عدد الأسر | رقم المقاطعة | عدد الأسر | رقم المقاطعة | عدد الأسر |
|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|
| 1            | 92        | 50           | 155       | 99           | 165       |
| 2            | 56        | 51           | 196       | 100          | 158       |
| 3            | 346       | 52           | 161       | 101          | 143       |
| 4            | 63        | 53           | 136       | 102          | 170       |
| 5            | 167       | 54           | 160       | 103          | 110       |
| 6            | 156       | 55           | 125       | 104          | 180       |
| 7            | 177       | 56           | 101       | 105          | 115       |
| 8            | 249       | 57           | 71        | 99           | 127       |
| 9            | 190       | 58           | 71        | 100          | 122       |
| 10           | 175       | 59           | #NUL!     | 101          | 124       |
| 11           | 138       | 60           | #NUL!     | 102          | 109       |
| 12           | 148       | 61           | 181       | 103          | 147       |
| 13           | 123       | 62           | 159       | 104          | 55        |
| 14           | 176       | 63           | 61        | 105          | 78        |
| 15           | 151       | 64           | 110       | 106          | 90        |
| 16           | 77        | 65           | 119       |              |           |
| 17           | 191       | 66           | 77        |              |           |
| 18           | 80        | 67           | 134       |              |           |
| 19           | 202       | 68           | 116       |              |           |
| 20           | 156       | 69           | 133       |              |           |
| 21           | 128       | 70           | 118       |              |           |
| 22           | 127       | 71           | 182       |              |           |
| 23           | 244       | 72           | 170       |              |           |
| 24           | 195       | 73           | 197       |              |           |
| 25           | 190       | 74           | 146       |              |           |
| 26           | 169       | 75           | 192       |              |           |
| 27           | 204       | 76           | 179       |              |           |
| 28           | 97        | 77           | 188       |              |           |
| 29           | 104       | 78           | 115       |              |           |
| 30           | 117       | 79           | 176       |              |           |
| 31           | 149       | 80           | 160       |              |           |
| 32           | 201       | 81           | 164       |              |           |
| 33           | 147       | 82           | 191       |              |           |
| 34           | 108       | 83           | 120       |              |           |
| 35           | 111       | 84           | 162       |              |           |
| 36           | 185       | 85           | 201       |              |           |
| 37           | 141       | 86           | 149       |              |           |
| 38           | 58        | 87           | 106       |              |           |
| 39           | 173       | 88           | 159       |              |           |
| 40           | 97        | 89           | 186       |              |           |
| 41           | 114       | 90           | 162       |              |           |
| 42           | 79        | 91           | 207       |              |           |
| 43           | 573       | 92           | 203       |              |           |
| 44           | 178       | 93           | 203       |              |           |
| 45           | 181       | 94           | 178       |              |           |
| 46           | 129       | 95           | 181       |              |           |
| 47           | 131       | 96           | 167       |              |           |
| 48           | 100       | 97           | 143       |              |           |
| 49           | 158       | 98           | 125       |              |           |

## بلدية دالي براهيم

| عدد الأسر | رقم المقاطعة | عدد الأسر | رقم المقاطعة |
|-----------|--------------|-----------|--------------|
| 176       | 23           | 106       | 1            |
| 119       | 24           | 99        | 2            |
| 191       | 25           | 124       | 3            |
| 174       | 26           | 89        | 4            |
| 117       | 27           | 213       | 5            |
| 365       | 28           | 145       | 6            |
| 229       | 29           | 149       | 7            |
| 156       | 30           | 305       | 8            |
| 202       | 31           | 153       | 9            |
| 156       | 32           | 326       | 10           |
| 120       | 33           | 197       | 11           |
| 139       | 34           | 181       | 12           |
| 167       | 35           | 173       | 13           |
| 148       | 26           | 96        | 14           |
| 152       | 37           | 159       | 15           |
| 142       | 28           | 150       | 16           |
| 100       | 39           | 154       | 17           |
| 136       | 40           | 171       | 18           |
| 242       | 41           | 203       | 19           |
| 154       | 42           | 187       | 20           |
|           |              | 89        | 21           |
|           |              | 113       | 22           |

## ثانيا : الدوائر و بلديات و عدد الأسر الخاصة بولاية الجزائر

### بلدية بني عزيز

| اسم الحي          | عدد الأسر |
|-------------------|-----------|
| فرن الكاف         | 15        |
| اولاد حمر العين   | 51        |
| اغلاد             | 26        |
| بورديم            | 18        |
| تايراوت           | 63        |
| اولاد باديس       | 108       |
| سيدي عباس         | 22        |
| اولاد الحاج       | 148       |
| قرومة             | 19        |
| واد بن عمر        | 24        |
| امزاور            | 75        |
| ذراع بن شلوش      | 21        |
| تاقصراينت         | 26        |
| شعبة الزكار       | 48        |
| اولاد بارة        | 53        |
| الخراز            | 80        |
| فج النورة         | 05        |
| حي لحجار          | 286       |
| القرية الفلاحية 8 | 242       |
| حي البجباحة       | 624       |
| بني عزيز مركز     | 1029      |
| عدد الأسر 2983    |           |



## بلدية الجميلة

| اسم الحي      | عدد الأسر | اسم الحي      | عدد الأسر |
|---------------|-----------|---------------|-----------|
| اولاد بلهادي  | 10        | عزيب          | 17        |
| براشمة        | 30        | عصفور س       | 42        |
| بن سحري       | 13        | عصفور ع       | 13        |
| بواشون        | 21        | عين الترك     | 45        |
| بوالديس       | 24        | عين الكاف     | 14        |
| بوتاقة        | 60        | عين الكبيرة   | 25        |
| بوحناش        | 26        | عين ليشانة    | 60        |
| بوزران        | 53        | غدغد          | 18        |
| بوزيان 1      | 20        | فرد الحدادة   | 17        |
| بوزيان 2      | 32        | قحام          | 30        |
| بوشقرة        | 11        | قساس          | 32        |
| بوطويل        | 26        | قطار          | 12        |
| بوكبوية       | 23        | القلالته      | 60        |
| بوكشة         | 16        | قميحة         | 16        |
| بولرازن       | 84        | كاف قريش      | 36        |
| تضرارت        | 69        | الكركار       | 42        |
| توغاي 1س      | 37        | لاثيو         | 80        |
| توغاي 2ع      | 21        | لحسام         | 59        |
| توغاي 2س      | 41        | لعقابة        | 19        |
| توغاي 2ع      | 52        | لعمامرة       | 57        |
| الجدلالة      | 25        | لعوانسة       | 17        |
| حارك          | 13        | لعوانسة 2     | 72        |
| الحدادة حراقة | 30        | محية          | 28        |
| حليليف        | 38        | مخاريف        | 27        |
| الحمامة 1     | 14        | مطاسة مغرانية | 20        |
| الحمامة 2     | 28        | موهوب         | 29        |
| الخراربة      | 0         | وصفان         | 10        |
| الخلافة       | 12        | مركز البلدية  | 1526      |
| خوني          | 30        | سفريلة        | 25        |
| الرزاقنة      | 61        | السالمة 1ع    | 36        |
| رزق الله      | 48        | السالمة س     | 110       |
| الزمالة       | 32        | سيدي ناصر     | 34        |
| زراولة        | 42        | شبوب          | 94        |
| زمالشة        | 32        | صغيدة اسفل    | 21        |
| سايج          | 44        | صغيدة علوي    | 00        |
| المجموع       |           | 3873 أسرة     |           |

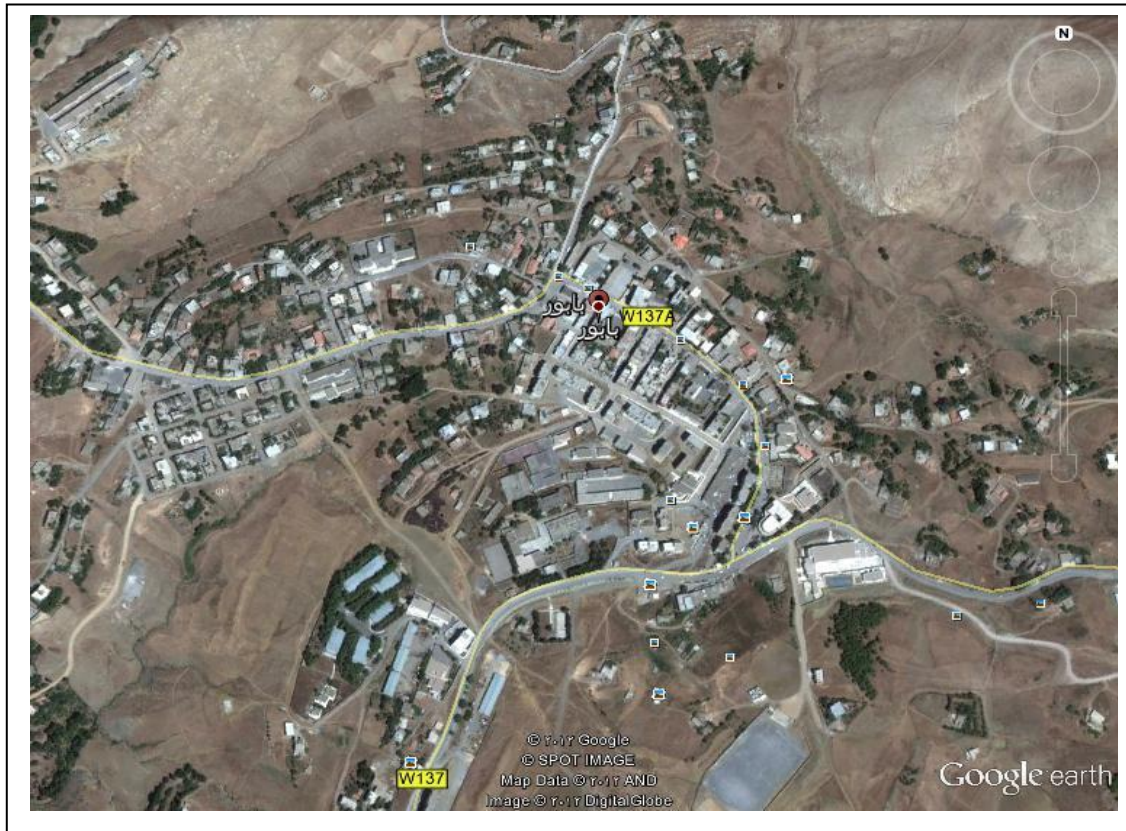
بلدية بابور

| اسم الحي           | عدد الأسر |
|--------------------|-----------|
| سوق الجمعة         | 65        |
| الشرفة             | 120       |
| اولاد بوشنين       | 89        |
| اولاد بوجحد        | 07        |
| اولاد جاب الله     | 19        |
| اولاد قطيطة        | 66        |
| تازورت             | 52        |
| لحراكتة            | 10        |
| تالة الكتفي        | 72        |
| واد الجائزي        | 33        |
| تالة اجرغان        | 20        |
| بني ملولة قبالة    | 38        |
| بني ملولة اظهارة   | 42        |
| الضعفة             | 35        |
| اولاد ياحي         | 60        |
| ولاد السعيد بن علي | 11        |
| مجرفى اسطاح السان  | 22        |
| تقربوزت            | 19        |
| بابور مركز         | 415       |
| المجموع            | 1195      |



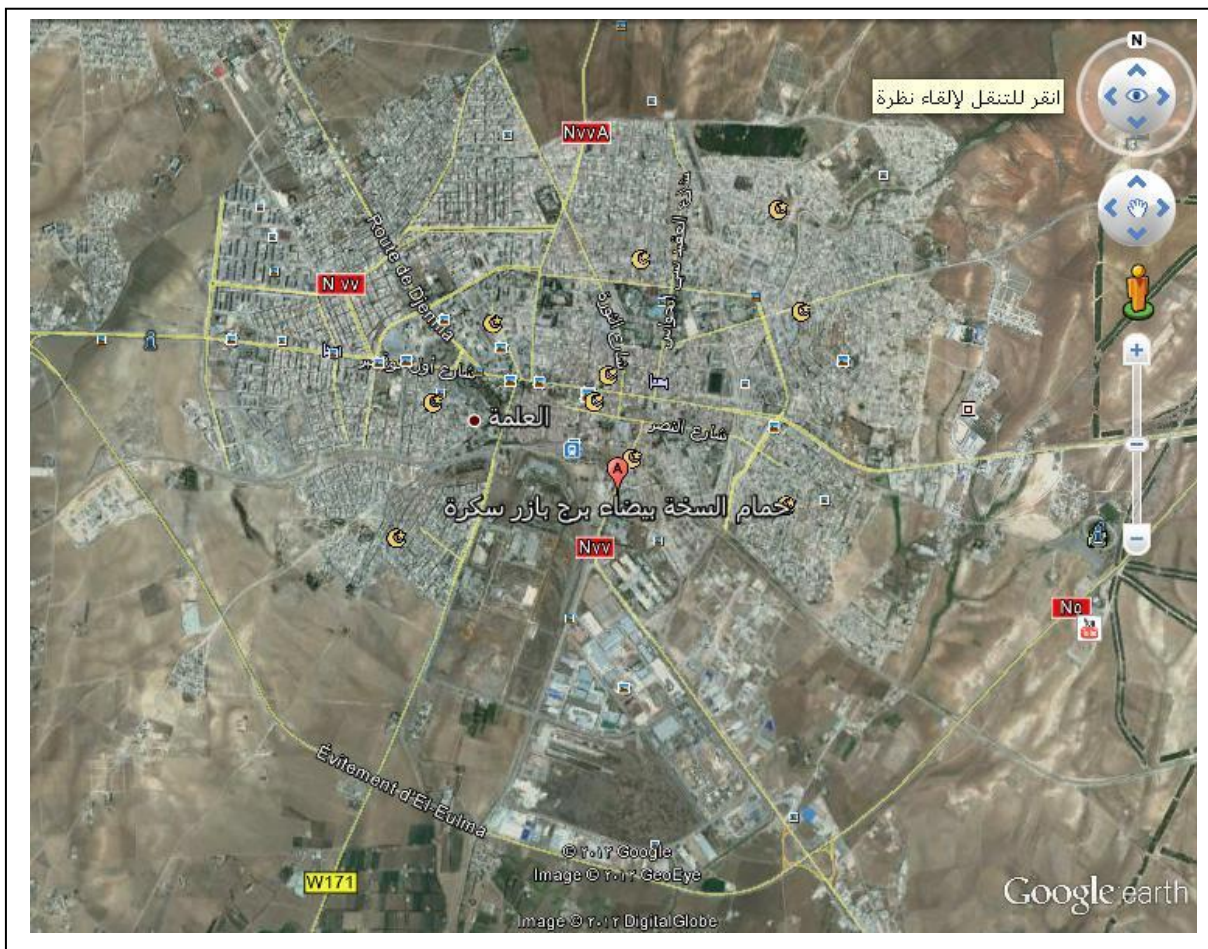
## دائرة بئر العرش

| اسم الحي             | عدد الاسر | اسم الحي       | عدد الاسر |
|----------------------|-----------|----------------|-----------|
| ستيتة                | 84        | المحراب        | 89        |
| سيدي سليمان          | 97        | بلهوشات 1      | 161       |
| زهانة                | 103       | بلهوشات 2      | 87        |
| شناقرة و المناصرة    | 64        | اولاد ضيف الله | 89        |
| مخالفة               | 88        | لخوالد         | 96        |
| اعطاطفة و ولاد عزالة | 86        | بورزام 1       | 119       |
| لفراطس               | 90        | بورزام 2       | 115       |
| الشرفة               | 92        | اولاد مهنة     | 96        |
| سيدي بومزادة         | 151       | الزواير        | 100       |
| حكيمي و علواش        | 85        | لكرامشة        | 90        |
| لحرامل               | 100       |                |           |
| المجموع 2082         |           |                |           |



## بلدية حمام السخنة

|                          |             |
|--------------------------|-------------|
| اسم الحي                 | عدد الأسر   |
| حي البدر                 | 92          |
| حي أول نوفمبر            | 140         |
| حي السعادة               | 256         |
| القرية الفلاحية          | 42          |
| حي 242 مسكن              | 310         |
| حي 40 مسكن اجتماعي تربوي | 51          |
| حي 60 مسكن اجتماعي       | 89          |
| حي 20 أوت 1956           | 98          |
| المنطقة المبعثرة         | 1020        |
| تجمع حضري ثانوي          | 89          |
| <b>المجموع</b>           | <b>2187</b> |



## فهرس المحتويات

|   |                       |
|---|-----------------------|
| 1 | الإهداء .....         |
| 2 | الشكر و العرفان ..... |
| 3 | المقدمة .....         |

### الباب الأول : الدراسة النظرية

#### الفصل الأول

##### الإطار المنهجي للدراسة

|    |                                                           |
|----|-----------------------------------------------------------|
| 07 | المبحث الأول: منهجية الدراسة .....                        |
| 08 | أولا : مبررات اختيار الموضوع .....                        |
| 08 | ثانيا : أهمية الدراسة و أهداف الدراسة .....               |
| 10 | ثالثا : إشكالية الدراسة .....                             |
| 12 | رابعا : فروض الدراسة .....                                |
| 13 | المبحث الثاني : تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة .....     |
| 13 | أولا : مفهوم القنوات الفضائية و الإعلان التلفزيوني .....  |
| 17 | ثانيا : مفهوم الأسرة .....                                |
| 19 | ثالثا : مفهوم القرية و المدينة .....                      |
| 21 | رابعا: مفهوم الاستهلاك و الثقافة الاستهلاكية .....        |
| 23 | خامسا: مفهوم الأنماط الاستهلاكية و العادات الغذائية ..... |
| 26 | سادسا : مفهوم التغير الاجتماعي .....                      |
| 27 | سابعا : مفهوم ربة البيت .....                             |
| 28 | ثامنا : مفهوم القيم و النسق القيمي .....                  |
| 35 | تاسعا: مفهوم الاتجاهات .....                              |

### الفصل الثاني

#### المقاربة النظرية للدراسة

|    |                                                                                  |
|----|----------------------------------------------------------------------------------|
| 39 | المبحث الأول: أهم النظريات التي تعالج و تفسر العلاقة بين الدخل و الاستهلاك ..... |
| 39 | أولا: النظرية الكينزية Théorie keynésienne .....                                 |
| 40 | ثانيا : نظرية الدخل الدائم Milton Friedman .....                                 |
| 40 | ثالثا: نظرية الدخل النسبي James Duesenberry .....                                |

|         |                                                   |
|---------|---------------------------------------------------|
| 41..... | رابعاً :النظرية المادية.....                      |
| 45..... | خامس: نظرية فيبلن (Veblen) .....                  |
| 45..... | سادساً :نظرية الغرس الثقافي.....                  |
| 46..... | سابعاً: الانتقادات الموجهة للنظريات.....          |
| 47..... | <b>المبحث الثاني : أهم الدراسات السابقة</b> ..... |
| 47..... | أولاً : الدراسات الأجنبية.....                    |
| 49..... | ثانياً : الدراسات العربية .....                   |
| 59..... | ثالثاً : الدراسات الجزائرية.....                  |

### الفصل الثالث

## التحليل السوسولوجي لأهم مجالات التحول في المجتمع الجزائري خلال فترة من ( 2010-1991 )

|          |                                                                    |
|----------|--------------------------------------------------------------------|
| 70.....  | <b>المبحث الأول: التحول في المجال الاجتماعي</b> .....              |
| 70.....  | أولاً : تطور في بنية السكان .....                                  |
| 71.....  | ثانياً : تطور بنية السكن .....                                     |
| 76.....  | ثالثاً: التحول في مجال الصحة .....                                 |
| 81.....  | رابعاً : تطور بنية الأسرة.....                                     |
| 100..... | <b>المبحث الثاني : التحول في المجال التربوي</b> .....              |
| 100..... | أولاً: تطور التعليم الابتدائي .....                                |
| 101..... | ثانياً:تطور التعليم المتوسط .....                                  |
| 103..... | ثالثاً:تطور التعليم العالي .....                                   |
| 105..... | <b>المبحث الثالث :التحولات في المجال الاقتصادي</b> .....           |
| 105..... | أولاً : مرحلة الإصلاح الهيكلي 1990 إلى 1994. ....                  |
| 110..... | ثانياً : مرحلة التثبيت الهيكلي من 1994 إلى 1995. ....              |
| 112..... | ثالثاً: مرحلة التصحيح الهيكلي 1996 إلى 1999 .....                  |
| 120..... | رابعاً : مرحلة الانتعاش الاقتصادي و النمو من 2001 إلى 2010 .....   |
| 156..... | <b>المبحث الرابع: التحول في المجال السياسي</b> .....               |
| 156..... | أولاً: التحول من الحزب الواحد إلى التعددية الحزبية في الجزائر..... |
| 159..... | ثانياً: تعدد الصحف و القنوات الفضائية.....                         |
| 164..... | ثالثاً: دخول المرأة المجال السياسي .....                           |

## الفصل الرابع

### عوامل تطور الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية في المجتمع الجزائري

|                                                                                      |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| المبحث الأول : الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية .....                                  | 169 |
| أولا : مفهوم الاستهلاك .....                                                         | 169 |
| ثانيا : مفهوم الثقافة الاستهلاكية .....                                              | 170 |
| ثالثا : للاستهلاك في التراث النظري .....                                             | 172 |
| المبحث الثاني : مفهوم العولمة وآلياتها .....                                         | 175 |
| أولا : مفهوم العولمة .....                                                           | 175 |
| ثانيا : دور آليات العولمة في نشر ثقافة الاستهلاك .....                               | 177 |
| ثالثا : الفضائيات كآلية للعولمة و آثارها على الثقافة الاستهلاكية .....               | 179 |
| المبحث الثالث : عوامل تطور الاستهلاك والثقافة الاستهلاكية .....                      | 183 |
| أولا : العوامل المؤثرة في العملية الاستهلاكية .....                                  | 183 |
| ثانيا : التغيرات التي طرأت على العادات و النمط الاستهلاكي عند الأسرة الجزائرية ..... | 190 |
| ثالثا : العوامل التي أدت إلى تغير الثقافة الاستهلاكية للمجتمع الجزائري .....         | 196 |
| خلاصة الفصل .....                                                                    | 204 |

## الفصل الخامس

### التلفزيون و أثره على القيم و الثقافة الاستهلاكية عند الأسرة الريفية و الحضرية

|                                                                                                 |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| المبحث الأول : نشأة تطور التلفزيون في المجتمع الجزائري قبل و بعد الاستقلال .....                | 206 |
| أولا : المراحل التي تطور فيها التلفزيون .....                                                   | 206 |
| ثانيا : التلفزيون و أثره على الأسرة و الطفل و التنشئة الاجتماعية .....                          | 210 |
| المبحث الثاني : الإعلانات التلفزيونية و آثارها على تغير أنماط الثقافة الاستهلاكية لدى الأسرة .. | 219 |
| أولا : مفهوم الإعلان التلفزيوني و أبعاده و خصائصه .....                                         | 219 |
| ثانيا دور الإعلانات التلفزيونية في اتجاهات الأسر نحو المنتجات الجديدة .....                     | 226 |
| ثالثا : دور الإعلان التلفزيوني في التأثير على القيم الاستهلاكية .....                           | 227 |

## الباب الثاني : الإطار الميداني للدراسة

### الفصل الأول

#### الإجراءات المنهجية للدراسة

- المبحث الأول: التعريف بميدان البحث ..... 231
- أولا: التعريف بولاية سطيف و دوائرها و القرى المختارة للدراسة ..... 231
- ثانيا : التعريف بولاية الجزائر و دوائرها و الأحياء المختارة للدراسة ..... 235
- المبحث الثاني: مجالات الدراسة ..... 238
- أولا : المجال الجغرافي ..... 238
- ثانيا: المجال البشري ..... 238
- ثالثا :المجال الزمني ..... 238
- المبحث الثالث : المناهج و تقنيات البحث المستخدمة في الدراسة ..... 239
- أولا : المناهج المستخدمة في الدراسة ..... 239
- ثانيا: التقنيات المستعملة في الدراسة ..... 240
- المبحث الرابع : مجتمع البحث والعينة وخصائصها ..... 244
- أولا تعريف مجتمع البحث ..... 244
- ثانيا كيفية اختيار العينة ..... 244
- ثالثا : خصائص العينة ..... 247
- المبحث الخامس : صعوبات البحث ..... 251
- أولا : صعوبات أثناء جمع المعلومات ..... 251
- ثانيا : صعوبات أثناء جمع المعطيات من الميدان ..... 251
- ثالثا: صعوبات أثناء توزيع الاستمارة ..... 251
- المبحث السادس: المعالجة الإحصائية للبيانات و تحليل النتائج ..... 252
- أولا: المعالجة الإحصائية للبيانات ..... 252
- ثانيا: تحليل نتائج الدراسة ..... 252

### الفصل الثاني

#### المستوى الاجتماعي و الاقتصادي للمبحوثات

- المبحث الأول : المستوى الاجتماعي للأسرة ..... 254

|     |                                                                |
|-----|----------------------------------------------------------------|
| 254 | أولاً : المستوى التعليمي للزوج و الزوجة .....                  |
| 256 | ثانيا : نوع السكن .....                                        |
| 257 | ثالثا : عدد أفراد الأسرة .....                                 |
| 259 | رابعا : عدد غرف المسكن .....                                   |
| 261 | <b>المبحث الثاني : المستوى الاقتصادي للأسر المبحوثات</b> ..... |
| 261 | أولاً : الدخل الشهري للأسرة .....                              |
| 263 | ثانيا مصادر الدخل الشهري للأسرة.....                           |
| 264 | ثالثا: مدى امتلاك اسر المبحوثات للسيارة و أنواعها .....        |
| 266 | رابعا:مدى امتلاك المبحوثات للهاتف النقال و نوعه .....          |
| 268 | خامسا مدى امتلاك اسر المبحوثات للأجهزة المنزلية .....          |
| 272 | الخلاصة .....                                                  |

### الفصل الثالث

#### التلفزيون و الأسرة و البرامج المفضلة و نوع الأطباق المحضرة و الميزانية و أوجه الإنفاق الأسري

|     |                                                                                                         |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 274 | <b>المبحث الأول : التلفزيون و الأسرة.</b> .....                                                         |
| 274 | أولاً: مدى امتلاك الأسرة لجهاز التلفزيون .....                                                          |
| 277 | ثانيا : البرامج المفضلة لدى المبحوثات.....                                                              |
| 279 | ثالثا : أهم القنوات الفضائية المفضلة لدى المبحوثات و أسباب اختيارها.....                                |
| 282 | رابعا : كيفية مشاهدة التلفزيون و الموقف من قطع بعض القنوات الفضائية.....                                |
|     | <b>المبحث الثاني: المشاهدة التلفزيونية و أثرها على تغير بعض أنماط الثقافة الاستملاكية الخاصة بأطباق</b> |

### الطعام

|     |                                                                                       |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 284 | أولاً: أطباق الطعام المحضرة.....                                                      |
| 287 | ثانيا: من يقوم بالإعداد و التحضير و اختيار الوجبات .....                              |
| 288 | ثالثا : من يختار وجبات الطعام للأسرة .....                                            |
| 289 | رابعا: من يقوم بشراء المواد الغذائية .....                                            |
| 291 | خامسا: مدى وجود معارضة في حالة تغير الأطباق التقليدية .....                           |
| 294 | سادسا : رأي المبحوثات حول أوجه الاختلاف بين الأطباق التقليدية و الأطباق العصرية ..... |
| 296 | سابعا:نوع الطبق المفضل لدى الأسرة في المناسبات .....                                  |
| 297 | ثامنا: مصادر التعرف على السلع و البضائع الجديدة .....                                 |
| 298 | <b>المبحث الثالث :تسيير ميزانية الأسرة و أوجه الإنفاق</b> .....                       |



|     |                                                                                     |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 299 | أولا من يقوم يسير ميزانية الأسرة .....                                              |
| 300 | ثانيا: كيفية توزيع دخل الأسرة على أوجه .....                                        |
| 302 | ثالثا: من يتخذ قرار شراء الأثاث المنزلي .....                                       |
| 304 | رابعا : رأي المبحوثات حول أوجه الإنفاق في حالة توفر قسط من المال .....              |
| 306 | خامسا: ما مدى إقبال اسر المبحوثات على الاقتراض من البنوك و ما هي أوجه الإنفاق ..... |
| 311 | سادسا: هل سافرتم إلي الخارج و هل أحدثتم تغيرات في العادات الغذائية للأسرة. ....     |
| 314 | خلاصة الفصل .....                                                                   |

#### الفصل الرابع :

#### المشاهدة التلفزيونية و مدى تأثيرها على القيم و العلاقات الأسرية و النزعة الاستهلاكية للأسرة

##### الجزائية .

|     |                                                                                                         |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 316 | المبحث الأول: حجم المشاهدة التلفزيونية و مدى تأثيرها على القيم و العلاقات الأسرية .....                 |
| 316 | أولا: حجم المشاهدة .....                                                                                |
| 320 | ثانيا : مدى تأثير حجم المشاهدة على القيم و العلاقات الأسرية .....                                       |
| 323 | المبحث الثاني: مدى تأثير الإعلان التلفزيوني و أثره على النزعة الاستهلاكية للأسرة الجزائية .....         |
| 324 | أولا: مدى مشاهدة المبحوثات للإعلانات التلفزيونية الخاصة ببعض السلع الاستهلاكية و لا سيما الغذائية ..... |
| 325 | ثانيا: مدى مشاهدة المبحوثات لبرامج الطبخ .....                                                          |
| 327 | ثالثا: نوع القناة المفضلة لمشاهدة برامج الطبخ. ....                                                     |
| 328 | رابعا: مدى تأثير البرامج التلفزيونية الخاصة بالطبخ على المبحوثات_ .....                                 |
| 329 | خامسا: نوع السلع المفضل مشاهدتها والرغبة في شرائها .....                                                |
| 331 | سادسا : مدى تأثير المشاهدة على عملية الشراء .....                                                       |
| 332 | سابعا : رأي المبحوثات حول مدى تأثير الإعلانات التلفزيونية على النزعة الاستهلاكية .....                  |
| 334 | ثامنا : الرأي حول الملابس المفضلة من قبل أفراد الأسرة .....                                             |
| 335 | خلاصة الفصل .....                                                                                       |

#### الفصل الخامس

#### النتائج العامة للدراسة و مناقشتها على ضوء الفرضيات

|     |                                                                                                                        |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 337 | المبحث الأول : عرض النتائج للدراسة .....                                                                               |
| 337 | أولا: نتائج تتعلق بالبيانات العامة للمبحوثات .....                                                                     |
| 338 | ثانيا: نتائج تتعلق بالمستوى الاقتصادي و الاجتماعي للأسر المبحوثات .....                                                |
| 339 | ثالثا: نتائج تتعلق بالتلفزيون و الأسرة و البرامج المفضلة و نوع الأطباق المحضرة و الميزانية و أوجه الإنفاق الأسري ..... |



|     |                                                                                                                    |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 344 | رابعاً: المشاهدة التلفزيونية و مدى تأثيرها على القيم و العلاقات الأسرية و النزعة الاستهلاكية للأسرة الجزائرية .... |
| 348 | <b>المبحث الثاني : مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات.</b> .....                                                      |
| 348 | أولاً: مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الأولى .....                                                                 |
| 349 | ثانياً : مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الثانية .....                                                              |
| 350 | ثالثاً : مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الثالثة .....                                                              |
| 351 | رابعاً : مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الرابعة .....                                                              |
| 352 | <b>المبحث الثالث : التوصيات والمقترحات</b> .....                                                                   |
| 355 | الخاتمة . .....                                                                                                    |
| 356 | قائمة المراجع .....                                                                                                |
| 375 | الملاحق .....                                                                                                      |
| 396 | فهرس المحتويات .....                                                                                               |
|     | فهرس الجداول. ....                                                                                                 |
|     | فهرس الأشكال .....                                                                                                 |

## فهرس الجداول

| الرقم | العنوان                                                                                             | الصفحة |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 01    | برنامج السكنات الاجتماعية لفترة 1990 - 1995                                                         | 74     |
| 02    | تطور معدل الأمل في الحياة ومؤشر النفقات الصحية إلى الناتج المحلي الإجمالي بالإنفاق الصحي في الجزائر | 78     |
| 03    | انتشار أهم الأمراض المزمنة حسب السن والنوع لسنة 2010.                                               | 78     |
| 04    | تركز أهم الأمراض المزمنة حسب السن والجنس.                                                           | 79     |
| 05    | يبين تطور معدل وفاة الأطفال في الجزائر حسب الجنس في الفترة 1992 - 2005                              | 80     |
| 06    | التسرب المدرسي من التعليم الثانوي .                                                                 | 103    |
| 07    | السياسات المصاحبة لبرنامج الإنتعاش الاقتصادي 2004 - 2001.                                           | 124    |
| 08    | تطور الإنتاج في القطاع الصناعي للفترة: 1998 - 2003.                                                 | 127    |
| 09    | معدل النمو لأهم القطاعات (القيمة المضافة % ) خلال الفترة 2001 - 2009                                | 145    |
| 10    | تطور معدلات البطالة للفترة (1990-2009) .                                                            | 147    |
| 11    | توزيع إنفاق العائلات حسب أنواع السلع.                                                               | 188    |
| 12    | تطور الإنفاق الأسري في كل من المدينة و الريف (2000/2011) .                                          | 191    |
| 13    | توزيع بنية نفقات الأسرة الجزائرية حسب النوع و المنطقة سنويا.                                        | 192    |
| 14    | التطور السنوي لنفقات الأسر حسب نوع المنتجات                                                         | 193    |
| 15    | تطور متوسط الإنفاق السنوي للأسرة الواحدة في كل من المدينة و الريف من سنة 2000 إلى 2011.             | 194    |
| 16    | تطور متوسط الإنفاق السنوي على الغذاء في كل من المدينة و الريف من 2000 إلى 2011.                     | 195    |
| 17    | يبين اسم القرية و عدد الأسر القاطنة بها و عدد الأسر المصحوبة بولاية سطيف                            | 245    |
| 18    | اسم المقاطعة و اسم الحي و عدد الأسر المسحوبة لولاية الجزائر                                         | 246    |
| 19    | يبين توزيع أفراد العينة وفقا للفئة العمرية                                                          | 247    |
| 20    | يبين توزيع أفراد العينة وفقا للأصل الجغرافي                                                         | 249    |
| 21    | يبين توزيع أفراد العينة وفقا للحالة المدنية                                                         | 250    |
| 22    | توزيع أفراد العينة وفقا للمستوى التعليمي للزوج و الزوجة                                             | 254    |
| 23    | يبين توزيع أفراد العينة وفقا لنوع السكن                                                             | 256    |
| 24    | توزيع أفراد العينة حسب عدد أفراد الأسرة المقيمين في المسكن                                          | 257    |
| 25    | توزيع أفراد العينة وفقا لعدد غرف المسكن                                                             | 260    |
| 26    | توزيع أفراد العينة وفقا للدخل الشهري للأسرة                                                         | 261    |
| 27    | توزيع أفراد العينة وفقا لمصادر دخل الشهري الأسرة                                                    | 263    |

|     |                                                                                        |    |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 264 | توزيع أفراد العينة وفقا لمدى لامتلاك السيارة                                           | 28 |
| 265 | توزيع أفراد العينة حسب نوعية السيارة                                                   | 29 |
| 266 | توزيع أفراد العينة وفقا لامتلاك الهاتف النقال                                          | 30 |
| 267 | توزيع أفراد العينة حسب نوعية الهاتف النقال المملوك                                     | 31 |
| 269 | توزيع أفراد العينة وفقا لامتلاكهم للأجهزة المنزلية                                     | 32 |
| 274 | مدى امتلاك أسر المبحوثات لجهاز التلفزيون                                               | 33 |
| 275 | توزيع أفراد العينة وفقا لعدد الأجهزة في الأسرة                                         | 34 |
| 276 | توزيع أفراد العينة وفقا لنوع الجهاز في الأسرة                                          | 35 |
| 277 | توزيع المبحوثات وفقا للبرامج المفضلة                                                   | 36 |
| 280 | توزيع المبحوثات وفقا للقنوات المفضلة ليدهن                                             | 37 |
| 281 | توزيع أفراد العينة وفقا لأسباب اختيار القنوات الفضائية                                 | 38 |
| 283 | توزيع المبحوثات وفقا لكيفية مشاهدة التلفزيون                                           | 39 |
| 285 | توزيع أفراد العينة وفقا لنوع الأطباق التي يحضرونها في المنزل                           | 40 |
| 287 | يبين توزيع أفراد العينة وفقا للشخص الذي يقوم بإعداد و تحضير الأطباق                    | 41 |
| 288 | يبين توزيع أفراد العينة وفقا للشخص الذي يختار وجبة الطعام للأسرة                       | 42 |
| 290 | الشخص الذي يقوم بشراء المواد الغذائية من السوق                                         | 43 |
| 291 | توزيع أفراد العينة وفقا لوجود خلاف من قبل أفراد الأسرة في حالة تغيير الأطباق التقليدية | 44 |
| 293 | توزيع أفراد العينة حسب أفراد الأسرة الذين أبدوا معارضة في تغيير الأطباق التقليدية      | 45 |
| 294 | توزيع أفراد العينة حسب أوجه اختلاف بين الوجبة التقليدية عن الوجبة العصرية              | 46 |
| 296 | توزيع أفراد العينة وفقا لرأيهم في الطبق المفضل لدى الأسرة في المناسبات                 | 47 |
| 297 | توزيع أفراد العينة وفقا لمصادر التعرف على نوع السلع الجديدة                            | 48 |
| 299 | يبين توزيع أفراد العينة وفقا للشخص الذي يسير ميزانية الأسرة                            | 49 |
| 301 | يبين توزيع أفراد العينة وفقا لأوجه الإنفاق الأسرة                                      | 50 |
| 303 | يبين توزيع أفراد العينة حسب الشخص الذي يقوم باختيار و شراء الأثاث المنزلي              | 51 |
| 304 | يبين توزيع أفراد العينة حسب أوجه الإنفاق في حالة توفر قسط من المال                     | 52 |
| 307 | يبين توزيع أفراد العينة وفقا لمدى إقبال أسر المبحوثات على الاقتراض من البنك            | 53 |
| 308 | نسبة استهلاك القرض من الدخل الشهري                                                     | 54 |
| 309 | أوجه الإنفاق التي أدت بكم للاقتراض من البنك                                            | 55 |
| 311 | توزيع أفراد العينة وفقا لسفرهم إلي الخارج                                              | 56 |
| 312 | توزيع أفراد العينة وفقا لإحداث السفر تغييرات في العادات الغذائية                       | 57 |
| 313 | توزيع أفراد العينة حسب نوع التغيرات التي أحدثها السفر                                  | 58 |
| 316 | يبين توزيع المبحوثات حسب الفترات المفضلة لمشاهدة التلفزيون                             | 59 |
| 317 | توزيع أفراد العينة وفقا للأيام التي يشاهدون فيها التلفزيون.                            | 60 |
| 319 | توزيع أفراد العينة وفقا لعدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة التلفزيون                   | 61 |

|    |                                                                                                                            |     |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 62 | توزيع أفراد العينة وفقا للمفاضلة بين الجلوس مع أفراد الأسرة لمشاهدة التلفزيون او الجلوس على انفراد لمشاهدة التلفزيون       | 320 |
| 63 | توزيع المبحوثات وفقا للأسباب تفضيل الجلوس بانفراد لمشاهدة التلفزيون عن الجلوس مع أفراد الأسرة لمشاهدة التلفزيون            | 322 |
| 64 | توزيع أفراد العينة وفقا لمدى مشاهدة المبحوثات للإعلانات التلفزيونية الخاصة ببعض السلع الغذائية مثل بعض الأطعمة و المشروبات | 324 |
| 65 | توزيع المبحوثات وفقا لمشاهدتهن لبرامج الطبخ                                                                                | 326 |
| 66 | توزيع المبحوثات وفقا للقنوات المختارة التي يشاهدون فيها برامج الطبخ                                                        | 327 |
| 67 | يبين توزيع المبحوثات وفقا لمدى قيامهن بإعداد و تحضير ما يشاهدنه في حصص الطبخ                                               | 328 |
| 68 | يبين توزيع المبحوثات وفقا لنوع السلعة المفضلة مشاهدتها في الإعلانات التلفزيونية                                            | 330 |
| 69 | يبين توزيع المبحوثات وفقا لمدى تأثير مشاهدة السلع عليهن في الإقبال على الشراء                                              | 331 |
| 70 | توزيع المبحوثات حسب رأيهم حول مدى تشجيع الإعلانات التلفزيونية على النزعة الاستهلاكية                                       | 333 |
| 71 | يبين توزيع المبحوثات وفقا لرأيهن في نوع الملابس المفضلة من قبل أفراد الأسرة                                                | 334 |

## فهرس الأشكال

| الرقم | العنوان                                                            | الصفحة |
|-------|--------------------------------------------------------------------|--------|
| 01    | تطور عدد تلاميذ في المستوى الابتدائي                               | 101    |
| 02    | توزيع أفراد العينة وفقا لعدد الأفراد الأسر                         | 259    |
| 03    | توزيع أفراد العينة وفقا للدخل الشهري للأسرة                        | 262    |
| 04    | امتلاك اسر المبحوثات للأجهزة المنزلية                              | 271    |
| 05    | البرامج المفضلة عند العينة الريفية و الحضرية                       | 279    |
| 06    | أنواع الأطباق المحضرة في المنزل في كل من المدينة و الريف           | 286    |
| 07    | أوجه الاختلاف بين الوجبة التقليدية و الوجبة العصرية                | 295    |
| 08    | أوجه الإنفاق في حالة توفر قسط من المال عن العينة الريفية و الحضرية | 306    |

## فهرس الخرائط

| الرقم | العنوان                                     | الصفحة |
|-------|---------------------------------------------|--------|
| 01    | تقسيم المناطق الريفية و الحضرية بولاية سطيف | 231    |
| 02    | حدود ولاية سطيف و التقسيم الإداري           | 232    |