

مقدمة

لقد تطور التلفزيون كوسيلة اتصال من البث باللونين الأبيض والأسود إلى البث بالألوان، مما أعطى معنى جديد للاتصال والتأثير، كذلك تطور التلفزيون من دائرة مغلقة تخدم منشأة أو مؤسسة أو هيئة إلى محطة إقليمية ثم وطنية ثم دولية ومع تقدم التكنولوجيا وانتشار الأقمار الصناعية تطور التلفزيون ليصبح محطة بث عالمية أي ما يطلق عليه بالفضائيات.

كان الإعلام القضائي - وثورة المعلومات عموما - هو المظهر الأول والأهم في دخول الحياة الإنسانية مرحلة العولمة - القرية الكونية - التي تلاشت فيها المسافات الجغرافية المتباعدة بين الدول والمجتمعات وتعاضمت من خلالها مساحات الاحتكاك الحضاري بين الأمم على كافة الأصعدة، من خلال انتقال الثقافات والمفاهيم والقيم -دون حدود- بين المجتمعات البشرية بحضارتها المختلفة وبمضامينها التاريخية الخاصة بما جعل الاحتكاك الحضاري المعقد هو نمط الحياة المعاصرة كما أصبح الإعلام القضائي واحد من أهم أساليب إنفاذ الشق الثاني من العولمة (أو شقها الاقتصادي) من خلال الترويج للسلع التي باتت حرة بدورها في الانتقال عبر حدود الدول، تلبية لحاجة مصنعها المتزايدة لآليات مناسبة للترويج والتسويق على اتساع رقعة المعمورة، بالنظر إلى الوفرة التي أحدثتها الطفرات التكنولوجية في التصنيع.

هذا بالإضافة إلى الدور التقليدي للإعلام الذي استمر خلال مرحلة الإعلام القضائي في إنفاذ استراتيجيات الدول وسياستها وأهدافها المعارضة بعضها البعض والذي توسع بطبيعة الحال في ظل هذه الثورة القضائية

وإذا كانت نقطة الانطلاق للإعلام القضائي العابر للحدود أو العالمي، هي ظهور محطة سي.أن.أن-CNN الأمريكية كأول فضائية دولية خلال حرب الخليج الثانية ي عام 1991، فإن حالة انفجارية حدثت من بعد في إعداد المحطات الفضائية الغربية وأنواعه حتى زاد عددها في سلسلة أقمار هوت ببرد (القديمة والجديدة) وحدها عن الألف قناة.

وفي محاولة للمنافسة مسايرة لذلك دخل الإعلام العربي عالم المنافسة أو التأثير على المشاهد العربي والإسلامي في البلاد العربية والمهاجر، فوسعت القنوات الوطنية المحلية نطاق بثها لتصل إلى العالمية، كما نشأت قنوات فضائية دولية وفق أهداف وأنماط متعددة، فكان هناك قنوات أنشئت بقرض نقل بث المحطات الغربية غير المفتوحة للجمهور العربي وفق نظام الاشتراك، كما كانت هناك نولت خاصة جاءت تقليدا لأنماط غربية في الغالب (سوء ي مجال الأخبار أو الأفلام أو الأغاني أو الرياضة) كما أطلقت قنوات أخرى معبرة عن اتجاهات فكرية وسياسية في البلدان التي تتمتع بحريات إعلامية.

وكان الاتجاه الأكثر بروزا ونموا في المرحلة الأخيرة، ه و إطلاق العديد من القنوات التجارية التي تقدم الأغاني والأفلام والفيديو كليب، حتى وصل عد القنوات الفضائية العربية إلى نحو 200 قناة.

وهكذا فان حجم ظاهرة الإعلام القضائي الجديد ونمط تأثيراته واتجاهاته والفترة الزمنية التي مضت منذ تاريخ البداية - 14 عاما- باتت كافية لدراسة تأثيراتها على المجتمعات العربية عموما وفئة الشباب خصوصا، باعتبارها الفئة العمرية الأكثر تأثيرا لهذه الظاهرة، بحكم استعداداتها الطبيعية لتأثر خلال تلك المرحلة العمرية، وبحكم أنها تمثل الجيل الأكثر خطوة في مجال تعلم اللغات الأجنبية بحكم النمط التعليمي السائد خلال المرحلة محل البحث إلى الدرجة التي يمكن القول معها أن جيل الشباب حاليا هو الجيل الأول في معايشة هذه الظاهرة والتأثير عبر التاريخ العربي .

فصل تمهيدي: يتمثل في الإطار المنهجي ويضم الإشكالية، التساؤلات، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، تحديد بعض المفاهيم، عينة البحث، الإطار العام للدراسة، منهج الدراسة، وأداة الدراسة.

الفصل الأول: بعنوان الفضائيات العربية النشأة والدور ويضم مبحثين :

المبحث الأول تحت عنوان لمحة تاريخية عن الفضائيات العالمية والعربية ونستعرض من خلاله لمحة تاريخية عن الفضائيات العالمية والعربية وكذلك الإعلام الفضائي الجديد ظروف

النشأة و ثم تطرقنا إلى أنماط القنوات الفضائية العربية وأخيرا تعرضنا إلى إيجابيات وسلبيات الفضائيات العربية .

أما المبحث الثاني ففيه تناولنا واقع البث الفضائي للإعلام العربي والذي يشمل الدول العربية وقنواتها الفضائية وإنتاجها العربي وتأثرها الإعلامي والتنسيق بين الفضائيات العربية.

الفصل الثاني: بعنوان التأثير الإعلامي الفضائي العربي على الشباب الجزائري وفيه تناولنا مبحثين الأول خصصناه للشباب ويضم مفهوم الشباب، خصائص مرحلة الشباب، حاجات الشباب، الشباب والقيم. أما المبحث الثاني فخصص للقنوات الفضائية العربية واتجاهات ه وتأثيرها على الواقع الشبابي الجزائري ويضم نظريات التأثير وأساليب تغيير الرأي العام، ومدى حجم تأثيرها واتجاهاتها ، وأخيرا نلقي نتطرق إلى رؤية إعلامية لمضامين الفضائيات العربية .

الفصل الثالث: يضم الجانب التطبيقي ويشمل تحليل النتائج ، عرض الاستنتاج العام للنتائج، وعرض بعض التوصيات والاقتراحات.

❖ الإشكالية:

لقد استطاعت القنوات الفضائية العربية التأثير على القيم الثقافية للمشاهد العربي بقوة سعيها لتكريس قيم ثقافة جديدة وإحداث العديد من التغييرات سواء على المستوى العالمي أو المحلي وذلك بفضل التواجد الكمي والنوعي الضخم للقنوات الفضائية وما تحمله من تأثيرات وعلى ضوء ما تقدم يمكن طرح إشكالية بحثنا هذا في السؤال المتضمنة التالي:

هل تؤثر القنوات الفضائية العربية على واقع الشباب الجزائري؟

❖ التساؤلات:

I. المحور الأول: عادات وأنماط مشاهدة قناة MBC1 الفضائية العربية؟

1. هل تشاهد قناة MBC1 الفضائية العربية؟

2. ما هي الفترات المفضلة التي تشاهد فيها قناة MBC1 الفضائية العربية؟

3. كم من الوقت تقضيه في المتابعة:

4. هل تتم مشاهدتك قناة MBC1 الفضائية العربية:

II. المحور الثاني: اهتمام الشباب الجزائري بمشاهدة قناة MBC1 الفضائية العربية؟

1. ما هي قناة MBC1 الفضائية العربية التي تشاهدها (أذكر ثلاث قنوات مهمة بالنسبة

لك):

2. ما هي البرامج التي تشاهدها عبر قناة MBC1 الفضائية العربية (رتبها حسب الأفضلية):

1. أذكر أسماء أهم البرامج التي تحرص على مشاهدتها ولماذا؟.

III. المحور الثالث: تأثير قناة MBC1 الفضائية العربية في الشباب الجزائري؟

1. ماذا نتج عن مشاهدتك لهذه القناة؟

1. هل تتأثر بالشخصيات المعروضة عبر قناة MBC1 الفضائية العربية؟

2. هل تشغلك متابعة هذه قناة MBC1 الفضائية العربية؟

IV. المحور الرابع: رأي الشباب الجزائري في قناة MBC1 الفضائية العربية؟

1. هل تقدم البرامج المعروضة في قناة MBC1 الفضائية العربية بطريقة؟

2. هل تستفيد من مشاهدة البرامج المعروضة في قناة MBC1 الفضائية العربية؟

3. في رأيك هل قناة MBC1 الفضائية العربية مقارنة بقنوات البث الأرضي؟

4. برأيك هل تسعى قناة MBC1 الفضائية العربية إلى تكريس قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا العربية والإسلامية؟

5. هل تعتمد قناة MBC1 الفضائية العربية إلى عرض مسلسلات وأفلام تروج للعنف والإثارة والجنس؟

6. هل توافق على عرض مثل هذه الأفلام والمسلسلات (التي تروج للعنفالخ)؟

7. هل تشاهد البرامج التي تتناول مواضيع خاصة بالشباب في قناة MBC1 الفضائية العربية؟

8. في رأيك هل برامج قناة MBC1 الفضائية العربية تؤدي إلى: التواصل بين المتلقي وثقافته او اغتراب المتلقي عن ثقافته؟

❖ أسباب اختيار الموضوع:

يرجع اختيار هذا الموضوع إلى عدة أسباب نذكر منها:

1. إعطاء صورة عن الفضائيات العربية.

2. محاولة الكشف عن مدى تعلق الشباب بالفضائيات العربية.
3. معرفة مدى مراعاة القنوات الفضائية للعادات والقيم الإسلامية.
4. محاولة الكشف عن الآثار المترتبة عن مشاهدة قناة MBC1 كنموذج الدراسة التي تفرضها العولمة .

❖ أهداف الدراسة:

1. -محاولة دراسة ظاهرة انتشار القنوات الفضائية العربية.
2. معرفة مدى تأثير الفضائيات العربية على الشباب الجزائري.
3. محاولة الكشف عن بعض الحلول لمواجهة الآثار المترتبة عن مشاهدة القنوات الفضائية، والتحديات التي تفرضها العولمة.
4. معرفة مكانة القنوات العربية لدى طلبة علوم الإنسانيات تخصص سمي بصري بجامعة الجلفة .

❖ أهمية الدراسة:

يشكل الإعلام في العصر الحالي المصدر الرئيسي للمعلومات والأخبار التي يحصل عليها الفرد عن طريق وسائل الاتصال، ويعتبر الإعلام السبيل والطريق الأنجح لنشر ثقافة شعوب العالم، خاصة بعد التطور الذي شهدته الفضائيات لاسيما العربية منها، لما أصبح لها من تأثير على الرأي العام وتوجيهاته السياسية.

❖ تحديد المفاهيم:

1. القناة: هي ممر الكتروني، أو إلكترون مغناطيسي لنقل البرامج وعادة ما يشار إلى القناة برقم معين حتى يتسنى معرفتها. ⁽¹⁾ وهناك عدة تعاريف نذكر على سبيل المثال:

¹ - أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري: ص31.

- -القناة هي وسيلة اتصال يمكن بواسطتها نقل الرسالة من المرسل إليه كما يقصد بقناة الاتصال الخطأ أو المسار الذي تتخذه الرسالة عند تحركها من المرسل حتى تصل إلى المستقبل. (1)
- -القناة هي حيز دذبدي ذو نطاق معين يمثل ممرا إلكترونيا أو إلكترومغناطيسي مثل قناة سنتمترية أو سلكية وتستخدم للإرسال لنقل برامج التلفزيون (2).
- -القناة MBC1: لكل محطة إذاعية أو تلفزيونية من محطة الإرسال أي الترددات المخصصة للإذاعة وتقدر ب6 ميغاهرتز للتلفزيون و200 كيلو هرتز لل fm ويطلق أيضا على الدائرة الإلكترونية التي تتحكم في الصوت والإشارات . ويطلق على أي مصدر للأخبار أو أي طريق سلكته هذه المعلومات (3). مركز تلفزيون الشرق الأوسط (mbc) هي شركة تلفازية عربية سعودية يمتلكها السعودي وليد البراهيم، تقوم ببث قنوات تلفزيونية منوعة ترفيهية وغير ترفيهية مجاناً. مقرها الرئيسي يوجد حالياً في دبي وتحديداً مدينة دبي للإعلام.

اسم (mbc) إم بي سي هو اختصار لـ: Middle East Broadcasting Center والتي تعني: مركز تلفزيون الشرق الأوسط.

2. التأثير: هو بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد ، فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها ، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة ، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق فهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي للاتجاهات إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات ، ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك علني. (4)

1 - محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفكر للنشر والتوزيع: القاهرة، 2004، ص 428.

2 - نفس المرجع السابق، ص 428.

3 - زينب بعلوج، المرجع السابق، ص 19.

4 - محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص 114.

3. **جمهور الشباب :** الشباب بأنه "الشباب هي مرحلة عمرية تقع بين الخامسة عشر وحتى الخامسة والعشرون وتشمل أفراد المجتمع من الجنسين وهي المرحلة الزمنية التي يحدث فيها التغيرات الفسيولوجية والجسمية والنفسية والاجتماعية حتى تصل بالفرد إلى مرحلة الاستقرار النسبي".⁽¹⁾

"الشباب هو مرحلة انتقالية من الطفولة إلى الرشد حتى يصبح الشاب قادرا على الإنجاب ويصل إلى درجة من النضج الجسمي والجنسي والنفسي والاجتماعي والعقلي تؤهله لاكتساب خبرات مختلفة لمواجهة مطالب الحياة المستقبلية".⁽²⁾

4. **البث الفضائي المباشر:** يعني إمكانية حصول الأفراد على البث من إشارات ذات قوة متوسطة مستعملين أطباق لاقطة، لا يتجاوز قطرها مترا واحدا.⁽³⁾

5. **قناة فضائية:**

- - **التعريف الأكاديمي :** هي مد الحدود الاتصالية إلى ما وراء الحدود الجغرافية والسياسية بصرف النظر عن الظروف المكانية والزمنية.
- - **التعريف الإجرائي :** القنوات الفضائية العربية هي تلك القنوات التي تبث عبر الأقمار الصناعية موجهة إلى المشاهد العربي سواء تبث من داخل الوطن العربي أو من خارجه.⁽¹⁾

❖ **العينة:**

- - **مجتمع البحث :** هو جميع مفردات الظاهرة المدروسة أما مفردات البحث فهي ذلك الجزء الأساسي المكون للمجموع البحثي أي الأجزاء المكونة لمجتمع البحث مثل الأفراد كوحدات قابلة للدراسة تشكل مجتمع البحث ،فمجتمع البحث هو المجموع الكلي من مفردات الدراسة ويتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة علوم الإنسانية تخصص سمعي بصري بجامعة الجلفة.

2- عبد المنصف حسن رشوان، ممارسة الخدمة الاجتماعية في رعاية الشباب وقضاياهم ،المكتب الجامعي الحديث: أسوان، 2006، ص 6.

3- عبد المنصف حسن رشوان، المرجع السابق، ص 6.

3 - عبد الملك الدناني، البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية، المكتب الجامعي الحديث: الإسكندرية، 2006، ص 6.

● - **عينة البحث:** عملية المعاينة هي اختيار جزء من مجموعة من المادة حيث يمثل هذا الجزء المجموعة كلها، واختيار الجزء الذي يمثل الكل، ويتم باتباع طريقة معينة للحصول على نتائج دقيقة وهذا الجزء يسمى العينة.⁽²⁾
كما أن العينة هي اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختياراً عشوائياً أو منتظماً (المعروف لدى بعض الباحثين بأسلوب العدد العشوائي) أو تحكيمياً قصدياً، ليشكل هذا الجزء من وحدات مجتمع البحث المادة الأساسية للدراسة.⁽¹⁾
وبالنظر إلى كبر حجم الدراسات، والذي يجعل من الصعب إجراء الدراسة على كامل المجتمع واختصار الوقت اخترنا عينة تتكون من 60 مفردات مقسمة كما يلي:

1. السنة الثانية : 20 طالب

2. السنة الثالثة : 20 طالب

3. السنة الأولى ماستر : 20 طالب

وهذه العينة هي عينة قصديه حيث قمنا باختيار المفردات بطريقة عمدية، حيث أن نسبة تواجد الذكور والإناث في العينة هي نفسها في المجتمع الأصلي وسبب هذا الاختيار راجع إلى سهولة الاتصال مع طلبة علوم الإنسانية تخصص سمعي بصري بجامعة الجلفة والاهتمام الذي لمسناه من قبل الطلبة خصوصاً في المواضيع المتعلقة بالإعلام.

❖ الإطار العام للدراسة:

هو الإطار الذي أجري فيه البحث:

1. **الإطار الزمني:** وهو الفترة التي تم خلالها جمع المعلومات والبيانات النظرية والميدانية وهذا خلال السنة الجامعية 2013/2012.
2. **الإطار المكاني:** وهي الجهة المعنية بالدراسة والمتمثلة في جامعة الجلفة (قسم علوم إنسانية تخصص سمعي بصري)

❖ منهج الدراسة:

1 - زينب بلوج، مرجع سبق ذكره، ص 20.
2 - محمد زيان عمر، البحث العلمي لمناهج البحث الاجتماعي، ط2، دار الطليعة: بيروت، ص 18.

في ضوء طبيعة الدراسة والمعلومات المراد الحصول عليها لمعرفة مدى تأثير الفضائيات العربية على الشباب الجزائري، فإن هذه الدراسة تدخل ضمن الدراسات الوصفية الاستكشافية والتي تهدف إلى تحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف يغلب عليه صفة التحديد وهي محاولة منظمة للحصول على معلومات البيانات الضرورية وتحليلها. ولذلك لجأت أغلب البحوث الوصفية إلى استخدام أسلوب كمي والتعبير عنه في بيانات بالاعتماد على وحدات يمكن قياسها وعدها تحلل وتفسر انشغالات الباحث.

❖ أداة الدراسة:

الأداة المستخدمة في الدراسة هي الاستبيان، ويعتبر الاستبيان أداة ملائمة للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة. وتقدم الإستبانة في شكل أسئلة يطلب الإجابة عنها من طرف أفراد العينة.

وهي تستلزم دراسة جمهور المتلقين لوسائل الإعلام بالاعتماد على استمارة تضم أسئلة تمكن الإجابة عنها تأكيد أو نفي فرضيات أو تساؤلات الدراسة لبلوغ الأهداف، وتوزع الاستمارة على جمهور وعينة مجتمع البحث للإجابة عنها. تتكون أسئلة الاستبيان من أسئلة مفتوحة وأخرى مغلقة ترتبط ارتباطا وثيقا بالموضوع المدروس، وعلى هذا النحو فقد تضمن استبيان البحث أسئلة موزعة كما يلي:

1- البيانات الشخصية وفيها سؤال واحد يتعلق بالجنس.

2- أسئلة موزعة على أربعة محاور:

المحور الأول: عادات وأنماط مشاهدة قناة MBC1 الفضائية العربية

1. هل تشاهد قناة MBC1 الفضائية العربية؟

2. ما هي الفترات المفضلة التي تشاهد فيها قناة MBC1 الفضائية العربية؟

¹ - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، 2005، ص 99.

3. كم من الوقت تقضيه في المتابعة:

4. هل تتم مشاهدتك قناة MBC1 الفضائية العربية:

المحور الثاني: اهتمام الشباب الجزائري بمشاهدة قناة MBC1 الفضائية العربية

1. ما هي قناة MBC1 الفضائية العربية التي تشاهدها (أذكر ثلاث قنوات مهمة بالنسبة لك):

2. ما هي البرامج التي تشاهدها عبر قناة MBC1 الفضائية العربية (رتبها حسب الأفضلية):

أذكر أسماء أهم البرامج التي تحرص على مشاهدتها ولماذا؟.

المحور الثالث: تأثير قناة MBC1 الفضائية العربية في الشباب الجزائري

1. ماذا نتج عن مشاهدتك لهذه القناة؟

هل تتأثر بالشخصيات المعروضة عبر قناة MBC1 الفضائية العربية؟

هل تشغلك متابعة هذه قناة MBC1 الفضائية العربية؟

المحور الرابع: رأي الشباب الجزائري في قناة MBC1 الفضائية العربية

1. هل تقدم البرامج المعروضة في قناة MBC1 الفضائية العربية بطريقة؟

2. هل تستفيد من مشاهدة البرامج المعروضة في قناة MBC1 الفضائية العربية؟

3. في رأيك هل قناة MBC1 الفضائية العربية مقارنة بقنوات البث الأرضي؟

4. برأيك هل تسعى قناة MBC1 الفضائية العربية إلى تكريس قيم ثقافية غريبة عن

ثقافتنا العربية والإسلامي؟

هل تعتمد قناة MBC1 الفضائية العربية إلى عرض مسلسلات وأفلام تروج للعنف

والإثارة والجنس؟

هل توافق على عرض مثل هذه الأفلام والمسلسلات (التي تروج للعنف..... الخ)؟

هل تشاهد البرامج التي تتناول مواضيع خاصة بالشباب في قناة MBC1 الفضائية العربية؟

5. في رأيك هل برامج قناة MBC1 الفضائية العربية تؤدي إلى: التواصل بين المتلقي

وثقافته او اغتراب المتلقي عن ثقافته؟

وبعد جمع البيانات من الميدان تم فرز الاستبيانات وتحليل محتواها ليسهل وضعها في جداول إحصائية.

❖ الدراسات السابقة :

1. دراسة د. انشراح الشال 1994: عن البحث الفضائي الوافد على شاشات التلفزيون، استهدفت التعرف على تأثير البرامج الوافدة من وجهة نظر مشاهديها من خلال عينة (173 مفردة) من (19 غالى أقل من 40 سنة) ومن أهم النتائج التي توصلت لها – فيما يفيد موضوع البحث- ان بعض القنوات الفضائية تمثل تهديدا للقيم والدين والأخلاق بل وتؤثر على الولاء والهوية حيث نرى نسبة 38% من عينة الدراسة أن البرامج الوافدة والمادة المبتوثة منافية لتعاليم الدين، ورأت نسبة 22% منهم أنها تهدم القيم .⁽¹⁾

2. دراسة د. عزة عبد العزيز 2001: حول تأثير العولمة على مضمون ما يبث في القنوات الفضائية العرقية ، وهي دراسة أجريت (100 مفردة) من النخب المصرية من أساتذة جامعات مصريين عاملين في المملكة العربية السعودية ، وتوصلت الدراسة إلى أن تأييد العولمة –من بعض التحفظات- كان الاتجاه الأشد بروزا ونسبة 74% أن سلبيات العولمة أكثر من ايجابياتها ، وتوصلت الدراسة إلى أن السبب الأول لتأثير الفضائيات العربية بالعولمة يعود إلى اهتمامها بالريحية على حساب الرسالة الإعلامية ، كما توصلت الدراسة إلى التقنية العالية التي تنتج بها المسلسلات الأجنبية ، تجعل القنوات الفضائية العربية تعتمد مثل هذه الأساليب وتقليد النماذج الغربية ، باعتبارها نماذج وأنماط النجاح .⁽²⁾

3. دراسة د. عاطف العبد و د. فوزية عبد الله العلي 1995: حول عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية ، لدى طلبة وطالبات قسم الإعلام جامعة الإمارات المتحدة وهي دراسة استطلاعية هدفت إلى اكتشاف التأثيرات الايجابية والسلبية لمتابعة القنوات

¹ - انشراح الشال (1994) بث و افد على شاشات التلفزيون ، القاهرة دار الفكر العربي .

² - عزة عبد العزيز –تأثير ثقافة العولمة على مضمون الفضائيات العربية ، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية ، جامعة الأزهر القاهرة –العدد 15 ينيلير 2001 ص 277-329

على عينات البحث (190 مفردة) هم طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات والتي أظهرت أن 81.1 من العينة يمتلكون أجهزة استقبال البث الفضائي، وأن 60.5 من العينة يرون أن هناك إضرارا من متابعة القنوات الفضائية أخطرها انتشار الرزيلة وإظهار المخدرات والخمور وكأنها أمور عادية الخ.....⁽¹⁾

4. دراسة د.مولود زايد الطيب، ليبيا 2002 : حول تأثير القنوات الفضائية في تكوين شخصية الطفل والتي استهدفت بحث تأثير التغيرات الجوهرية في دور الإعلام بعد ظهور الفضائيات على الأجيال الجديدة.⁽²⁾

الفصل الأول: القنوات الفضائية العربية النشأة والدور

المبحث الأول : بديّة ظهور الفضائيات العربية

لقد جاء إنشاء القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة استجابة لجملة من التطورات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية التي مر بها عالمنا المعاصر في السنوات العشر الأخيرة وكعادة الأنشطة العربية -دوما- في أن تكون رد فعل وليس فعلا فقد سارعت الدول العربية إلى إطلاق قنواتها الفضائية بعد أن شعرت بتهديد حقيقي من جانب القنوات الأجنبية العابرة للقارات ، حين أضحت المنطقة هدفا رئيسيا لتلك القنوات .

المطلب الأول: لمحة تاريخية الفضائيات العالمية العربية

إن الإعلام الغربي هو أول من اكتشف الأقمار الصناعية و استعملها للأغراض الإعلامية والاتصالات ، حين تولدت الفكرة لدى الانجليز ونفذها السوفيت عام 1947 م . و ظهر مصطلح الأقمار الصناعية لأول مرة على يد المفكر الانجليزي آرثر كلارك الذي

¹ - د عاطف العبد ود فوزية عبد الله العلي -دراسات في الإعلام الفضائي، القاهرة -دار الفلح العربي 1995
² - د جولد زايد الطيب -تأثير القنوات الفضائية في تكوين شخصية الطفل -مجلة دراسات السنة الثالثة -العدد الحادي

تحدث عن الأقمار الصناعية في ديسمبر 1945م في مقال شهير أثار ضجة كبرى في ذلك الوقت نشر بصحيفة "عالم اللاسلكي" وكانت كلمة أقمار صناعية في ذلك الوقت غريبة عن المستمعين و جاء في المقال ما معناه أن هناك علاقة ضمنية مجردة بين الزمن - السرعة و الارتفاع ثم استطرده يشرح هذه العلاقة بقوله عند الارتفاع البالغ 22 ألف ميل فوق سطح الأرض يحتاج القمر الصناعي إلى 24 ساعة لإكمال دورته حول الأرض و لأن الأرض تدور أيضا حول نفسها مرة كل 24 ساعة فإن القمر الصناعي عند ذلك الارتفاع يبدو للمراقب من الأرض ثابتا في مكانه و لذلك لا يحتاج المراقب إلى متابعة تحركات القمر الصناعي فهو يستطيع ببساطة توجيه الصحن الهوائي نحو القمر الصناعي و تثبيته في ذلك الاتجاه. العلماء الذين تأثروا بتكنولوجيا الصواريخ و النجاحات التي تحققت في هذا المضمار راقت لهم فكرة كلارك وظلت تؤرقهم فيما إذا كان يمكن تحقيقها⁽¹⁾

إلى أن نجح الروس في 04 أكتوبر 1957م في إطلاق أول قمر صناعي (سبوت نيل 1) الذي يعتبر نقطة انطلاق لكشف الطاقات في العالم الخارجي،

والسباق السوفيتي الأمريكي لغزو الفضاء، تبعا لذلك حاولت الولايات المتحدة الأمريكية رفع التحدي الفضائي الجديد فكشفت جهودها في مجال البحوث الاتصالية في استخدام القمر الصناعي حيث تمكن معمل السلاح البحري من نقل الاتصالات من واشنطن وجزر هوائي مستخدما القمر الحقيقي تعاكس لموجات الراديو ومن إطلاق أول قمر صناعي (إكسبلور 1) في نهاية 1958 ولكنها لم تتدارك تفوق السوفيت في مجال الفضاء إلا بعد عشرية من الزمن ، بعدها اشتدت المنافسة وتوالى إرسال الأقمار الصناعية بوتيرة أكبر تستغل في أغراض شتى إلى حد تحقيق البث المباشر إلى المنازل الفردية.

أما أول قمر صناعي استخدم لنقل الإشارات الصوتية والصور الثابتة من نقطة على الأرض إلى نقطة أخرى فلم يكن قمرا صناعيا بالمعنى المفهوم ولكنه كان بالونا كبيرا مغطى برقائق معدنية تم إطلاقه على مدار عال في الفضاء ويسمى (إيكو 1) وقد أطلقته الولايات المتحدة الأمريكية في 12 أوت 1960 وكانت الأقمار الصناعية السابقة أقمارا غير فاعلة أي

¹ - علي محمد شمو، تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات، دار القومية العربية: 1999، ص ص (29-30).

أنها تقوم بعكس الإشارات التي ترسل إليها مثل المرايا تماما وقد تطور الأمر إلى إطلاق نوع من الأقمار تتلقى الإشارات الأرضية ثم تقوم بتحويلها إلى ترددات أخرى وتبثها إلى الأرض مرة أخرى وكان أول هذه الأقمار هو كورير (courier الذي أطلقته الولايات المتحدة الأمريكية 4 أكتوبر 1960 ومع انطلاق الأقمار الفاعلة بدأت الثورة الحقيقية في استخدام الفضاء لأغراض الاتصالات وغيرها، ففي ديسمبر 1961 أطلق القمر (أوسكار 1) الذي كان أول قمر صناعي خصص بكامله لهواة الراديو وتحقق حلم نقل برامج التلفزيون بين القارات في عام 1962 عندما أطلق قمر (تليستار) بواسطة وكالة الفضاء الأمريكية NASA في 23 يوليو 1962 نظمت شبكة اليوروفيزيون eurovision برنامجا حيا تم تبادل فقراته فيما بين أحد عشر موقعا في أوروبا وسبعة مواقع في أمريكا الشمالية.

لم تكن الأقمار الصناعية السابقة ترسل إلى المدار الثابت حول الأرض الذي تنبأ به آرثر كلارك، بل كانت ترسل إلى مدارات قريبة من الأرض ولكن بعد فترة تمكن العلماء من إرسال أقمار صناعية إلى مدارات ارتفاعها نحو 35.50 كلم فوق خط الاستواء و بذلك أمكننا الحصول على الأقمار المتوافقة أو المتزامنة التي تدور حول الأرض وبنفس سرعتها وتحفظ دائما بموقعها بالنسبة لسطح الأرض وبذلك يبقى القمر في موقع محدد دائما بالنسبة للمحطات الأرضية، وكان أول قمر صناعي أطلق في المدار الثابت هو القمر الأمريكي "سينكوم-2"-2-2" الذي أطلق في 26 يونيو 1963 وهو أول قمر تجريبي⁽¹⁾. وكان إيرلي بيرد (الطائر المبكر) الذي أطلقتها الولايات المتحدة في 6 أفريل 1965 يعتبر أول قمر تشغيلي أطلق في المدار⁽²⁾.

والذي تطورت أجياله وحملت اسم الشبكة أنلسات (المنظمة الوطنية للاتصالات الفضائية) التي تأسست عام 1971 وخرجت إلى خير الوجود الفعلي عام 1973 بواشنطن، وقد اعتمدت في عملها على ثمانية أقمار صناعية موجودة في ثلاث مجموعات تعمل على توصيل الإشارات إلى 150 محطة أرضية موجودة في ثمانية دول أما عن طبيعة هذه الأقمار فهي مصنفة إلى خمس أجيال:

الجيل 1: كان أول استخدام للقمر الصناعي الأول إيرلي بيرد تحتل اسم انتلسات-1 - **الجيل 2:** انتلسات-2- الذي أرسل فوق المحيط الهادي ليربط أمريكا الشمالية بآسيا وأوروبا
الجيل 3: انتلسات-3- وقد بدأ العمل به عام 1968 وتحمل العبء الأكبر عن سابقه حيث كان يتمتع بطاقة أكبر.

الجيل 4-: من 1971 إلى 1980 ليزيد من مقدرة انتلسات 3 على نقل المعلومات.

الجيل 5-: يتكون من خمسة أقمار صناعية وبعد عامين من إطلاق الجيل الرابع أطلق الجيل الخامس المعدل الذي يضم ستة أقمار صناعية أكثر تطورا من سابقتها.

والملاحظ هنا هو التطور الهائل في المجال التقني والتكنولوجي الذي يحدث من جيل إلى جيل والمتمثل في زيادة قدرة البث، تعدد الدوائر الصوتية وتحسين العمر المتوقع، زيادة التيارات التلفزيونية وانخفاض تكلفتها السنوية، وهناك مجتمعات اتصالية أخرى على المستوى الإقليمي أهمها المجتمع الأوروبي (EUTELSAT) (باريس 1977) والذي يعتبر أهم مجتمع بعد انتلسات، الأقمار الفرنسية والألمانية 1986 اليابانية 1987 الأقمار الأمريكية المحلية، الهندية والكندية (3)

● لمحة تاريخية عن الفضائيات العربية

للدول العربية مجعها أيضا وهو عبارة عن قدر صناعي شبيه بالمضلة يدعى عربسات (arabsat) تشرف عليه المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية، منذ تأسيسها عام 1976 في إطار جامعة الدول العربية وأجيالها هي:

الجيل الأول: في فيفري 1985 أطلق عربسات واحد بواسطة الصاروخ الأوروبي Ariane الذي حمل معه القمر البرازيلي من قاعدة (كورو) في 17 يوليو من نفس العام أطلق القمر الثاني عربسات واحد ب- وقد تم إطلاقها على متن مكوك الفضاء ديسكوفري من قاعدة كيب

¹ - زينب بلوج، مرجع سبق ذكره، ص 43.

² - ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، عالم الكتب: القاهرة، 2002، ص 87.

³ - زينب بلوج، مرجع سبق ذكره، ص 44.

كندي بولاية فلوردا الأمريكية وفي 25 فيفري 1992 أطلق القمر الثالث من هذا الجيل وهو عربسات واحد - ج - ليأخذ مجراه فوق الزائير بإفريقيا وقد تم إطلاقه من قاعدة كورو على متن صاروخ القاذف أريان⁽¹⁾

الجيل الثاني: لقد اهتمت عربسات بتجهيز الجيل الثاني بأقمار بقدرة بث عالية من قنوات رفيعة المستوى مما يمنح المشاهد العربي أيا كان مكانه في أنحاء العالم العربي القدرة على استقبال بث القمر بهوائيات أقل حجما وبالتالي أقل ثمنا فقد تحددت مواصفات الجيل الثاني من أقمار عربسات لتواكب أحدث التقنيات في الأقمار العالمية العاملة في هذا المجال ونظرا للطلب الكبير على قنواتها ، فكرت عربسات في شراء قمر مستعمل لاستخدامه بصفة مؤقتة لحين موعد إطلاق أقمار الجيل الثاني ويتكون الجيل الثاني من قمرين متشابهين في كل منها حيزان Dual-Band ويعملان على حزمة السي والكي يو ويترددان مناسبة للخدمات الثابتة المربوطة بالأقمار الصناعية والمعروفة ب (FSS) ومعناها fixed satellite services .

الجيل الثالث: تم في تمام الساعة 22:44 بتوقيت غرينتش يوم 26 فيفري 1999 إطلاق قمر عربسات 3-أ- بنجاح من الصاروخ أريان 4 بصحبة القمر (sky net 4a) وقد وصل عربسات 3-أ بنجاح إلى موقعه في المدار في الدرجة 26 شرق وهو يحمل كمية من الوقود تكفي لتشغيله لأكثر من 15 سنة ، بينما بلغ عدد قنوات هذا القمر 20 قناة قمرية مخصصة للثبث التلفزيوني المباشر ويمتاز هذا الجيل من أقمار الاتصال عن الأجيال السابقة بأنه مصمم على أحدث ما وصلت إليه تكنولوجيا الأقمار الصناعية من تطور من حيث القوة و السعة وطول العمر وسهولة الاستقبال منه على الأرض وبوضوح تام ودرجة عالية من الجودة وبأنه مصمم أيضا ليستعمل وفقا للتقنية الرقمية الجديدة .

الجيل الرابع: بإطلاق أقمار الجيل الرابع ، تدخل عربسات حقبة جديدة ونقلة نوعية تضمن لعملائها طاقة أعلى وتغطية أوسع وثقة أكثر أولى أقمار هذا الجيل عربسات 4-أ- الذي صنعته شركة أسترايوم ويتموقع على مدار 26 درجة شرقا بعمر افتراضي يقدر ب 15 سنة للإشارة فإنه كان من المفروض إطلاق عربسات 4-أ- في الربع الأخير من 2005 إلا إن موعد

¹ - فضيل دليو ،الاتصال : مفاهيمه ، نظرياته ، وسائله_، دار الفجر : القاهرة ، 2003 ، ص 154 .

الإطلاق قد تأخر إلى بداية 2006 حيث أطلق بتاريخ 28 فيفري 2006 إلا إن وكالة الفضاء الروسية أعلنت عن فشل وضع أولى أقمار الجيل 4 لعربسات في موقعة المداري بعد إن تم إطلاق بنجاح بواسطة الصاروخ الروسي الحامل (بروتون-م) من القاعدة الفضائية بايكانور بكازاخستان وذلك في حدود الساعة 11:10 بتوقيت موسكو و 08:10 بتوقيتغرينتش, وحسب الناطق باسم وكالة الإنباء الروسية فان ذلك حدث في تشغيل الصاروخ الحامل حال دون إمكانية وضعه في موقعه المداري مشيرا إلى انه تم إنشاء لجنة في التحقيق في ذلك, وتجدر الإشارة غالى إن القمر الصناعي العربي الذي أطلق عليه اسم بدر واحد والذي تزامن إطلاقه مع الذكرى 21 على إطلاق أول قمر صناعي عربي يدخل في إطار عملية تدعيم منظومة الأقمار الصناعية العربية والمشكلة حاليا من سبعة أقمار صناعية.⁽¹⁾

الباقات العربية: تعمل في المنظمة العربية مجموعة من الباقات أو حزم القنوات الفضائية تملكها شركات خاصة وتبث مشفرة وتضم إلى جانب القنوات العربية قنوات أخرى غير عربية, ومن أهم هذه الباقات :

1- باقة راديو وتلفزيون العرب: بدا راديو وتلفزيون العرب بقناة تلفزيونية واحدة في 18 أكتوبر 1993 على القمر الصناعي عربسات من مركز البث في "فوشينو" بايطاليا وهو مركز دولي للمحطات الأرضية المتصلة بالعديد من الأقمار الصناعية والقناة يملكها رجل الأعمال السعودي "صالح كامل" ومجموعة البركة وتقوم على أساس تجاري وتتبع القناة الرئيسية العامة مجموعة من القنوات المتخصصة:

- قناة الرياضة نوفمبر 1993

- قناة الأطفال نوفمبر 1993

- قناة الأفلام يناير 1994

1- زينب بلوج ، مرجع سبق ذكره ، ص ص (46-47).

- قناة الموسيقى يناير 1994 (1)

ولالإشارة فان هناك مجموعة أخرى من القنوات المتخصصة وهي ART مناسبات
ART حكايات قناة Arteenz للأطفال.

2- باقة أوربت: هي إحدى قنوات مجموعة شركات "الموارد" السعودية التي يرأسها الأمير خالد بن عبد الرحمان آل سعود، وبدأت رسمياً في 25 ماي 1994 من مركز يقع قريبا من روما ويقوم بنقله القمر العربي (عربسات - 2أ-) وتشمل التغطية الشرق الأوسط وشمال إفريقيا⁽²⁾.

3- باقة الأوائل: تشترك مع راديو وتلفزيون العرب ART التي أطلقت عام 1994 وتضم عددا من القنوات هذه الشركة بالإضافة إلى قنوات مصرية وعربية وأجنبية.⁽³⁾

4- مركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC): انطلقت مجموعة الـ (MBC) في أوائل التسعينات كأول محطة تلفزيونية فضائية مفتوحة وذات ملكية خاصة في المنطقة، وتغطي كافة أنحاء العالم العربي وجاءت الانطلاقة الأولى من مدينة "لندن" التي كانت تعد المركز الدولي للبث التلفزيوني الفضائي، وتطورت شبكة MBC بفضل التطور الاقتصادي والإعلامي الهائل في المنطقة العربية، ونقلت بث جميع برامجها من لندن إلى "مدينة دبي للإعلام" في الإمارات العربية المتحدة عام 2002 حيث عملت منذ ذلك الحين على زيادة توسيع قاعدتها الإعلامية عن طريق زيادة عدد قنواتها الفضائية المجانية ففي عام 2003 كانت ولادة قناة Mbc2 المتخصصة بتقديم أضخم أعمال هوليوود السينمائية . وانطلقت بعد MBC2 الـ MBC3 سنة 2004 موجهة للأطفال؛ لتضيف بعدها في 2005 الـ MBC4 المتخصصة في البرامج الغربية.⁽⁴⁾

1- عبد الغني أمين سعيد ، الثقافة العربية والفضائيات ، ط1 ، ايتراك للنشر والتوزيع: القاهرة ، 2003 ، ص 147
2- محمد نصر مهنا ، النظرية العامة للمعرفة الإعلامية للفضائيات العربية والعلومة الإعلامية والمعرفية ، المكتبة الجامعية: الإسكندرية ، 2003 ، ص 334 .
3- نفس المرجع ، ص 333 .
4- زينب بلوج ، مرجع سبق ذكره ، ص 52 .

النيل سات و القنوات المتخصصة: نظرا لأهمية القمر الصناعي المصري "النيل سات" رأينا أنه من الضروري بما كان الوقوف عند القنوات التي أطلقت عن طريق هذا القمر، خاصة المتخصصة منها، حيث استطاعت مصر عن طريق هذا القمر احتلال الريادة بين الدول العربية في عدد القنوات الفضائية العربية المتخصصة الموجهة للمشاهد العربي.

القمر الصناعي المصري الأول NILE SAT101:

قام الصاروخ الأوربي (إريان 4) في تمام الساعة الواحدة و 57 دقيقة بتوقيت القاهرة يوم 28 أبريل 1998 بإطلاق القمر الصناعي المصري NILE SAT101 و ذلك من مدينة كورو في مستعمرة جويانا الفرنسية بأمريكا اللاتينية⁽¹⁾.

و بإرسال القمر الصناعي المصري نايل سات الأول أنشأ قطاع خاص لقنوات النيل المتخصصة و هي: قناة النيل للدراما، قناة النيل للأخبار، قناة النيل للرياضة، قناة النيل للثقافة، قناة النيل للأسرة و الطفل، قناة النيل للمنوعات، قناة النيل التعليمية، قناة المنارة (البحث العلمي)، قناة المعلومات، هذا بالإضافة إلى قناة حورس (الصحية)، قناة نفرتيتي التابعة لوزارة الصحة و الإسكان⁽²⁾.

و في 7 ماي 1998 احتل القمر الصناعي المصري موقعه المداري 7 درجة غربا على المدار الثابت على إرتفاع 36.000 كيلو متر من سطح الأرض، و في 31 ماي 1998 في عيد الإعلاميين الخامس عشر أعطى الرئيس إشارة البدء في تحميل القمر بالقنوات التلفزيونية و الإذاعية المفتوحة و المشفرة ، و من المزايا التي يتيحها إطلاق القمر :

- نشر الرؤية السياسية المصرية و توحيد العالم العربي على كلمة واحدة .
- نشر الثقافة المصرية و الفن المصري في العالم العربي لمواجهة الغزو الإعلامي المضاد .
- مسايرة العصر و محاولة التغلب على مشاكل المجتمع بطريقة حديثة⁽³⁾.

¹- عبد الغني أمين سعيد، المرجع السابق، ص148.

²- ماجي الحلواني، المرجع السابق، ص99.

³- هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، ط1، الدار المصري اللبنانية: القاهرة، 2008، ص111.

القمر الصناعي المصري الثاني NILE SAT102 : نظرا لنجاح تسويق القمر الأول أطلقت مصر قمرها الفضائي الثاني من هذا الجيل من النايل سات "النايل سات 102" في تمام الساعة الثانية و 13 دقيقة بعد منتصف الليل من يوم الخميس الموافق ل 17 أوت 2000 على متن الصاروخ "إريان 4" من قاعدة كورو الفضائية ليصبح لمصر قمران فضائيان يحملان المواصفات نفسها، و بفارق زمني للإطلاق يبلغ عامين اثنين تقريبا، و يحتل القمر الثاني نفس الموقع المداري 7 درجة غربا، و يغطي نفس مناطق التغطية الجغرافية، لقد أتاح القمر الصناعي المصري الثاني للشركة المصرية للاتصالات الفضائية "النايل سات 102" استغلالا لنجاح قمرها الأول "النايل سات 101" و زيادة الطلب على تأجير قنواته ليدخل في مجال الاستفادة الفعلية مباشرة.⁽¹⁾

و تمت الاستفادة بشكل جيد معظم القنوات القمرية في النايل سات 101 و 102 حيث خصصت:

1. القناة القمرية الأولى: القناة التعليمية و تضم داخلها سبع قنوات بدأت إنتاجها عام 1998 من خلال:

- قناة خاصة بالتعليم الابتدائي.
- قناة خاصة بالتعليم الإعدادي.
- قناة خاصة بتعليم اللغات.
- قناة خاصة بالتعاون مع الهيئة العامة لمحو الأمية و تعليم الكبار و إنتاج برامج لتعليم المهارات.
- قناة خاصة بالتعليم الثانوي.
- قناة خاصة بالتعليم الفني (الصناعي والتجاري والزراعي).

¹ - سامي الشريف، الفضائيات العربية رؤية نقدية، دار النهضة العربية: القاهرة، 2004، ص54.

• قناة التنوير وهي إثرائية للمناهج التعليمية⁽¹⁾.

2. القناة القمرية الثانية : و تضم قناتي حورس و نفرتيتي و قناة لكل من دول العراق ،فلسطين،إمارة عجمان،MBC ،عمان،البحرين،الكويتو قنوات أخرى خاصة مثل المستقلة ،موريكو للإعلان، قناة الأندلس، تميمة للإعلانات.

3. القناة القمرية الثالثة و الرابعة : و هي خاصة بشبكة الشوتايم (show time) التي تبث 11 قناة متنوعة من الدراما و المنوعات و الأطفال، الأجنبية، بالإضافة إلى CNN .

4. القناة القمرية الخامسة و السادسة : تضم القنوات الأولى،الثانية، الثالثة،الخامسة، الثامنة، القناة الفضائية المصرية الأولى (ESC1) ،القناة الفضائية المصرية الثانية (ESC2)،قناة النيل الدولية (NIL TV) بالإضافة إلى (BBC) و القناة الفرنسية (TV5).

5. القناة القمرية السابعة و الثامنة : و هما قناتان تحتضنان شبكة راديو و تلفزيون العرب (ART)، و مجموعة قنوات باقة الأوائل، و هي 14 قناة متنوعة⁽²⁾.

كما تم بث اقرأ و هي أول قناة فضائية تهتم بالبرامج الدينية و تحاول تقديم كافة البرامج التي تحاول توضيح صورة الدين الإسلامي بطريقة صحيحة و يذاع أيضا على القمر الصناعي المصري قنوات لكل من إمارة دبي،قناة المستقبل اللبنانية و غيرها من القنوات كقناة المناجاة الدينية،كما يتم إدخال قناة أبو ظبي الفضائية و قنوات دبي الفضائية و الرياضية و الاقتصادية،و قناة نادي مانشستر يونايتد⁽³⁾.

القمر الصناعي المصري الثالث NILE SAT 103 :

نظرا للإقبال المتزايد على أقمار النايل سات، مما أدى إلى نفاد السعات المتاحة على القمرين الأول والثاني، الأمر الذي لا يتيح فرصة انتظار مدة التصنيع اللازمة لقمر جديد، فقد اتفقت شركة النايل سات واليوتلسات على نقل أحد أقمار يوتلسات (القمر HORT BIRD-4) إلى

1 - ماجي الحلواني، مرجع سبق ذكره، ص99.

2 - زينب بلعوج، مرجع سبق ذكره، ص53.

3 - ماجي الحلواني، مرجع سبق ذكره، ص100.

الموقع المداري للنايل سات 7 درجة غربا، وذلك في الربع الثاني من عام 2006 ليصبح القمر المصري الثالث NILE SAT103 وذلك بهدف تلبية احتياجات السوق في المنطقة العربية.⁽¹⁾

المطلب الثاني: ظروف نشأة الإعلام الفضائي الجديد:

ترتب على ظروف بداية ظهور الطفرة الحالية في الإعلام العربية، تحت ضغط من الإعلام الغربي، إن تعززت حالة التأثير الإعلامية الغربية على الإعلام العربي في المرحلة الأولى من خلال سيطرة الإعلام الغربي الذي امتلك شركات إعلامية غربية ضخمة سيطرت على المنتج الإعلامي بمختلف أدواته في مرحلة العولمة الفضائية .

فحتى وقت بدء دخول الإعلام مرحلة العولمة لم تتمكن الدولة القطرية العربية من تطوير أدواتها الإعلامية، كما لم يكن الإعلام العربي قد ارتقى إلى حالة عربية أوسع، حيث لم يجر حتى بناء وكالة أنباء عربية موحدة لتبادل الأخبار بين الدول العربي ذاتها، كما لم تنشأ شركات عربية قوية في مجال إنتاج البرامج أو الأفلام أو غيرها على المستوى عربي .

لكن الوضع على المستوى العالمي كان مختلفا إذا كانت اكبر الشركات في العالم – والتي تكاد تصل إلى درجة السيطرة – هي مؤسسات إعلامية جانبية وبشكل خاص أمريكية. وجاء في مقدمة تلك الشركات ستة شركات إعلامية كبرى تروح للسوق العالمية والقيم الغربية، وتعمل وفق مبدأ من يمتلك العالم يجب أن يحكمه، هذه الشركات هي تايم وارنر (25مليار دولار) وديزني (24مليار دولار) وفياكوم (23مليار دولار) ومؤسسة الأخبار (10مليار دولار) وسوني (24مليار دولار) وجنرال اليكتريك (5مليار دولار) ويأتي بعد

¹ - هبة شاهين، المرجع السابق، ص120.

الست شركات العالمية الكبرى ،صف ثاني يضم 36 شركة يتراوح حجم أعمالها بين مليار وثمانية مليار دولار ، وتميل تلك الشركات الوطنية والإقليمية ، ومن الأمثلة عليها نيويورك تايمز وهيرست وسي بي اس وكمكاست و غانيت ،والمقر الرئيسي لصنف هذه الشركات في الولايات المتحدة والبقية في الدول الأوروبية .

وهي شركات كانت تصنف ضمن أكثر من 300 شركة عالمية في عام 2001، زمن بينها ثلاث شركات أمريكية، وان كانت جميعها تجري مشروعاتها الرئيسية في الولايات المتحدة. و تسيطر تلك الشركات على غالبية المحطات الفضائية ونسبة كبيرة من دور الصحافة والنشر و 85% من الموسيقى العالمية ومن بينها 20 شركة عالمية تهيمن على ثلاثة أرباع الإنفاق الإعلاني العالمي.⁽¹⁾

وهكذا سيطر الشمال الغني على وسائل الاتصال والمعلومات ،كما سيطر أيضا على المضامين المنقولة من خلالها ،حيث تمتلك المتحدة وحدها (65 %من المادة الإعلامية العالمية⁽¹⁾).

وهكذا ،ففي الوقت الذي لم تتجح الدول العربية والإسلامية في تكوين آلة إعلامية على المستوى الدولي ،تنقل الأخبار من مصادرها ولو حتى بين دولها وبعضها البعض وإذا جرى إغلاق الإعلام العربي في المحلية وحتى بداية الطفرة الحالية ،كما لم تتجح في بناء ومؤسسات قوية موحدة في مجال الإنتاج الإعلامي كان الإعلام الغربي يقوي مؤسساته ويحولها إلى درجة الاحتكار العالمي ، ومن ثم كان من المنطقي أن تقع أجهزة الإعلام العربية الجديدة –التي نشأت في الحالة العولمية الجديدة- تحت تأثيرات هامة من الإعلام الغربي، من خلال اعتمادها في مصادرها الإعلامية على وكالات الأنباء الغربية ومراسيلها وان يقتصر دوره ا على إعادة إنتاج المادة الإعلامية عن الأحوال والأحداث الدولية والبرامج الوثائقية والبرامج الترفيهية والأفلام بما في ذلك في أحيان كثيرة الأخبار العربية الإسلامية ،

¹ - د.محمد سعد إبراهيم -خطاب العولمة في وسائل الإعلام الأمريكية الموجهة بالعربية وانعكاساتها على استجابات الشباب -الإعلام المعاصر والهوية العربية -المؤتمر العلمي السنوي العاشر ،كلية الإعلام-جامعة القاهرة-الجزء الأول - ص40

سابقة "التجهيز" والتي هي في واقع الحال تأتي متأثرة بوجهات النظر الغربية -حسب كل دولة تصدر منها وكالة الأنباء- في الأحداث سواء على صعيد الاهتمام وألوية الأخبار على بعضها الآخر أو على مستوى الصياغة الإخبارية والمصطلحات المستخدمة، كما كان من المنطقي أن تعتمد في موادها الإعلامية الأخرى على ما هو منتج من برامج وأفلام وغيرها، في الشركات الغربية خاصة الأمريكية .

ويمكن رصد مرحلتين مر بهما الإعلام العربي في المجال:

الأولى: من حرب الخليج الأولى في عام 1991، وخلالها نجحت وسائل الإعلام الأمريكية - من خلال توحيد معلوماتها - في إيجاد التفاعل اللازم بين الجمهور والقادة حول قضية الغزو العراقي للكويت لتنمية الإجماع المطلوب حول القضية، وكانت شبكة سي ان ان واحدة من أكبر آليات العمل الإعلامي في مساندة عمليات توجيه وصياغة الفكر، من خلال ما نقلته هذه الشبكة من بيانات ومعلومات . فقد اعتمدت معظم صحف وإذاعات التلفزيون في دول الشرق الوسط على النقل المباشر من وكالات الأنباء الغربية الكبرى ومن هذه الشبكة وهو الغربية الكبرى ومن الشبكة وهو الأمر الذي جعل الإعلام في هذه الدول يتأثر بمفهوم هذه الوسائل ويقل وجهة نظرها على الرغم من أن القتال على أرض عربية .⁽²⁾

الثانية : منذ اندلاع الانتفاضة الفلسطينية الثانية إلى الحرب الأخير على العراق واحتلالها 2003 وحتى الآن . وفي هذه المرحلة كانت الدول العربية - أو المساهمات العربية في مجال الإعلام - قد أطلقت فضائيات متعددة ناطقة بالعربية ، وهي ان ظل بعضها متلقيا لأخبار سابقة التجهيز مما ينتجه الإعلام العربي ، ومن خلال مراسليها في مواقع الأحداث بدأت في تقديم تغطية إخبارية خاصة بها -أو مستقلة- مختلفة عن أخبار الإعلام الغربي ، وقد كان المثال الأبرز لذلك هو تغطية قناة الجزيرة لواقع الحرب على العراق، واتي كان لا

¹ - السيد ياسين -في مفهوم العولمة -كتاب العرب والعولمة- بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية -بيروت -1998 ص 29.

² - هويدا مصطفى -إعلام الأزمات، الإدارة الإعلامية الدولية لحرب الخليج -القاهرة دار النديم للصحافة والنشر ص 48-

مراسلين في مختلف مناطق العراق ، وكذلك تغطيتها الحالية لأعمال المقاومة العراقية ، وهو ما جعلها أيضا موضع هجوم من المسؤولين الأمريكيين خاصة وزارة العراق.

وخلال هذه المرحلة ،ظهرت محطات تلفزيونية فضائية عربية استفادت من هامش الحريات الذي ثبته الإعلام الفضائي منذ بدايته ،وأبرزت توجهات سياسية غير رسمية أو توجهات مرتبطة بدورها ،من خلال الحصول على الأخبار من مصادرها الخاصة- مراسليها- على الأرض مباشرة .وقد كان ظهور هذه القنوات ،إضافة إلى القنوات الإخبارية ، على الحصول على الأخبار من مواقع الحدث ، و ما دعا الولايات المتحدة والكيان الصهيوني إلى دخول المنافسة عبر محطات فضائية أمريكية تنطق بالعربي (الحررة - سوا) وغيرها .

السيطرة على المنتجات الإعلامية غير أن السيطرة الإعلامية لم تتغير كثيرا في شأن الإنتاج الإعلامي في المجالات الغير الإخبارية ،حيث ظل المنتج الإعلامي من برامج وثائقية وترفيهية وأفلام الذي تقدمه المحطات الفضائية العربية ، هو المنتج الإعلامي الغربي وهو ما ظهر من خلال العديد من البرامج المبنوثة في مختلف أنواع القنوات أو في أنواع البث الفضائي للقنوات العربية التجارية بشكل خاص .

فمن جانب ظهرت محطات تلفزيونية تبث بنظام الاشتراك ،وهي محطات خاصة اقتصرورها على نقل البث الفضائي الأجنبي إلى المشاهد العربي ، ومن جانب آخر ظهرت محطات تستهدف تحقيق الربح عن طريق قدر واسع من المشاركة في البرامج التفاعلية ،ومنها ما هو متخصص في بث الأغاني والأفلام ، وهي في أغلب برامجها إما تنقل أفلام وبرامج غربية أو أمريكية بشكل خاص ،مع ترجمة مرافقة بالعربية ،كما هو الحال في قناة الافلام MBN02 وهي برامجليست سوى نسخا عربية من برامج غربية كما هو في برامج الأخ الأخ أو ستار أكاديمي أو سوبر ستار أو على الهوا سوا أو غيرها ،كما جاءت محطات الأغاني والفيدي كليب، من نفس نمط الأغاني الغربية باللغة العربية.

المطلب الثالث: أنماط القنوات الفضائية العربية:

يمكن تقسيم القنوات الفضائية التي ظهرت منذ بداية البث الفضائي من حيث طبيعة المادة الإعلامية والرسالة والاهتمامات إلى نمطين أساسيين-رغم بعض الاختلاف داخل كل نمط- حيث القنوات الإخبارية لا تقدم أية برامج غير سياسي إلا قليلا .

❖ **النمط الأول:** القنوات الإخبارية والعامّة المملوكة للدول: وهو نمط القنوات الإخبارية والعامّة المملوكة للدول والقنوات حاملة الإخبارية لا تقدم أغاني أو أفلام كما و حال القنوات العامّة، إلا انها تشترك في وجود ضوابط أكثر تشددا في التعامل مع المواد الإعلامية في جانب الضوابط القيمية ووجود برامج سياسية ووجود نشرات إخبارية الخ... يمكن تقسيمها كالآتي :

1. **القنوات الإخبارية** وظهر منها قناة الجزيرة والعربية والنيل للأخبار واية ان وغيرها (كما ظهرت قناة العالم الإيرانية الناطقة بالعربية). وهي قنوات تقدم مواد إخبارية وبرامج سياسية بالدرجة الأولى ، وتهتم رسالتها الإعلامية ،بمتابعة التطورات السياسية ،ونقل الأخبار لحظة حدوثها ، وكل منها تختلف رسالتها الإعلامية باختلاف الجهة المالكة أو مطلقة القناة .

2. **القنوات العامّة للدول** -ونظيرتها المتخصصة- المفتوحة للمشاهدة ،وهي قنوات أقرب إلى تحويل البث الفضائي المحلي أو الوطني إلى نطاق فضائي دولي ،سواء لربط منهم في المهاجر من مواطني تلك الدول أو للمزاحمة على نسبة المشاهدين لسياسة كل دولة وظهر منها قناة لكل دولة عربية بلا استثناء اللهم إلا الصومال .وقد أطلقت بعض الدول العديد من القنوات المتخصصة في مجالات بعينها .

3. **القنوات ذات الرسالة والموقف السياسي والعقائدي المحدد سلفا** ،وهي قنوات خاصة كما هو الحال في قناة المنار وقناة المجد وقرأ (ضمن مجموعة الايه .ار. تي المشفرة ،وهي القناة الوحيدة المفتوح للمشاهدة بدون اشتراك) وغيرها .

وهي قنوات ذات رسالة عقائدية وسياسية ، بعضها يركز على قضايا سياسية بعينها (كما هو الحال بالنسبة لقناة المنار التي تركز أكثر من البرامج المتعلقة بالقضية الفلسطينية ، وتحرير فلسطين)وبعضها يقدم توعية دينية وإسلامية ،حسب رؤية مطلقي القناة (كما هو

الحال في قناة اقرأ) وهناك من يربط بين التوعية أو الدعوة لدين الإسلامي وبين القضايا السياسية (كما هو الحال بالنسبة لقناة المجد)... الخ

❖ **النمط الثاني** : هو القنوات الخاصة التجارية: وهو نمط يعتمد بالأساس على مصادر غربية في مواده الإعلامية المبتوثة أو كانت تبث برامج غربية معربة أو نسخا عربية من برامج غربية... الخ، وهي تنقسم إلى قسمين :

1. القنوات التي تعتمد في معظم مادتها الإعلامية على قنوات غربية أو أمريكية تحديدا والتي تتكون من شبكة كاملة من القنوات (كما هو الحال في مجموعة قنوات اوربت) وهي قنوات مشفرة يتم استقبالها بنظام الاشتراك.

2. القنوات التجارية التي تقدم الغاني أو الأفلام أو البرامج الترفيهية، والأولى أصبحت تنمو بمعدلات غير مسبوقة تقليدا لقنوات غربية بنفس التخصص (ميلودي - روتانا الخليجية واسترايك وميلودي هتس وميزيك بلس ومزيكا... الخ). والثانية كما هو الحال في أحد قنوات MBC (قناة الأفلام) وهي تعرض الأفلام الأجنبية - الأمريكية - طوال 24 ساعة . والأخيرة التي تقدم برامج عامة أغلبها برامج ترفيهية قد ذاع صيتها من خلال برامج الواقع، والتي شغلت الرأي العام خاصة الشباب لفترة من الوقت. وهذه القنوات تلعب دورا شديدا في نشر ثقافة الاستهلاك وتكريس التبعية الثقافية والإعلامية في الوطن العربي. (1)

المطلب الرابع: إيجابيات وسلبيات الفضائيات العربية:

قبل الحديث عن السلبيات التي رافقت انتشار الفضائيات العربية الحكومية منها والخاصة في مختلف المجالات وانعكاساتها على المجتمع العربي الذي يعمل ضمن نطاقه ومن أجل خدمته لا بد للإنصاف أن نتحدث عن بعض الجوانب الإيجابية والمشرفة التي حملتها الفضائيات العربية معها إلى المنطقة العربية وجمهورها بعد سنوات طويلة خضع فيها وطننا العربي إلى سيطرة الإعلام المرئي الأحادي القطب.

1 - محمد الزياتي - الفضائيات العربية وتغطية الحرب على العراق - العرب والاعلام الفضائي - سلسلة كتب المستقبل العربي (34) - بيروت - مركز دراسات الوحدة العربية - أغسطس

- إيجابيات القنوات الفضائية العربية:

1. أوجدت نوعا من المعرفة المتبادلة بين الدول العربية وأمكن عن طريقها الإلمام بالمعلومات الثرية والغزيرة عن الدول والشعوب العربية وذلك من خلال المشاهدات الحية التي ترسم صورة حقيقية للمشاهد عن البلد شعبا ولغة ولهجة وثقافة.
2. الحصول على المعلومات عن الأقمار العربية مباشرة ومدعومة بالصور وبالمشهد الحقيقي المماثل أمام المشاهد والقضاء على دور الوسيط والناقل غير الأمين.
3. توحيد نقل المناسبات الهامة وتقليل التكلفة على هيئات التلفزيون في البلاد العربية كالأولمبياد الدولية والإقليمية وكأس العالم والبطولات العربية القومية منها والإقليمية⁽¹⁾
4. استحوذت هذه القنوات على أغلب وقت المشاهدين العرب الذين أداروا ظهورهم للخدمات الدولية الوافدة⁽²⁾ وذلك:
 - أ. - لكثرتها وتعددتها وفرت خيارات مناسبة للمشاهد العربي.
 - ب. - ولاستعمالها للغة الأم سهلت على أكثرية المشاهدين التلقي دون عناء فالأخبار باللغة العربية السهلة standard Arabic والبرامج الأخرى لهجاتها بدأت تعاد عليها الأذن وبمرور الزمن أصبحت مفهومة لغالبية المشاهدين كالمسلسلات السورية والكويتية...
 - ج. - ولتنوع برامجها فإن الأسرة العربية في المنزل العربي المتوسط تجد فيها متسعا للمشاهد وخاصة النساء والأطفال والذين لا يجدون في البرامج الأجنبية حاجتهم خاصة وإن حاجز اللغة يحول بينهم والاستفادة منها⁽³⁾
5. لقد أسهم تعدد القنوات الفضائية العربية في إعطاء الفرص الكافية لظهور كادر إعلامي وتقني جديد من الشبان العرب , وعقد الآمال عليه لتطوير الإعلام المرئي العربي

¹ - علي محمد شمو ، المرجع السابق ، ص 239 .

² - علي محمد شمو ، نفس المرجع السابق ، ص 285 .

³ - علي محمد شمو ، مرجع سبق ذكره ، ص 240 .

وذلك بتوفر أمرين هامين وهما: أخذ الفرصة المناسبة لإظهار الذات وإبداعاتها والقدرة على العطاء من واجب قومي وأخلاقي أما الثاني التأهيل والإعداد المناسب⁽¹⁾

- سلبيات القنوات الفضائية العربية:

بالرغم من الإيجابيات التي تتميز بها القنوات الفضائية العربية والدور البارز الذي لعبته في كسر السياج المحيط بكل دولة عربية وبالجودة العالية في الصوت والصورة فإن فيها بعض السلبيات والتي يمكن حصرها فيما يلي:

1. إن الجاذبية التي تتمتع بها القنوات الفضائية لا تؤدي إلى إبعاد المواطن عن وسائله المحلية فحسب، بل تؤدي إلى إلهائه عن واقعه المحلي ومشكلاته العالقة، وهذا ما يؤدي إلى تغييب الوعي والإدراك الكامل عن قضايا المجتمع المحلي.
2. أدى انتشار القنوات الفضائية بالرغم من تجزئة الجمهور إلى إن أصبح العالم أصغر وتراجع مفهوم القومية والسيادة الوطنية وانحصرت تدريجيا سلطة الدولة، فأضحت السيادة ليست مجرد سلطة وأسلاك شائكة، بل أصبحت تعتمد بشكل أساسي على قدرة السيطرة على المعلومات⁽²⁾.
3. لم تأخذ الفضائيات العربية نتيجة لاضطرار بثها مواكبة مع المحيط العالمي نصيبها من التخطيط ودراسة الجدوى وطبيعة الأهداف وحاجات الجمهور المستهدف، ومن هنا فإن المتابع لمعظم هذه القنوات لا يجد فلسفة محددة تحكم آراء عملها أو أهداف إستراتيجية تسعى لتحقيقها.

¹- سامي الشريف، المرجع السابق، ص 314.

²- سامي الشريف، نفس المرجع السابق، ص 326.

4. إن معظم القنوات الفضائية العربية الحكومية منها على وجه التحديد جاء إنشاؤها كرد فعل متسرع دون تخطيط كاف ورؤية محددة، فمعظم الدول العربية أطلقت قنواتها الفضائية كرد فعل لما يجري في العالم.
5. إن حجم القنوات الفضائية العربية لا يتلاءم في كثير من الأحيان مع حجم الدول المالكة لها ودورها على مسرح السياسة الدولية دون التقليل من شأن هذه الدول أو المساس بمكانتها على الصعيد العربي القومي وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على سوء التخطيط في إنشاء القنوات الفضائية وتأكيدا للقول بأن كثيرا منها أطلق لتحقيق التواجد فحسب.
6. إن المشكلة الرئيسية التي يمكن تناولها على مستوى الخدمة البرمجية والتي تتفرع منها بقية المشاكل والسلبيات هي أن معظم القنوات الفضائية العربية لاتقوى على ملء ساعات إرسالها إلا بإنتاج مستورد لا يعبر عن هويتها ولا يعكس ثقافة المجتمعات التي تمثلها.
7. إذا كان البعض يرى أن للإعلام المعاصر ثلاثة أجنحة لازمة للتخليق به وزيادة مقدرته للمنافسة وهي، تكنولوجيا الاتصال، الكوادر الإعلامية المدربة وهامش الحرية والديمقراطية فإن كثيرا من القنوات الفضائية العربية الحكومية افتقدت جناحا أو أكثر. من هذه الأجنحة وإذا كانت بعض القنوات قد استطاعت أن تملك واحدا أو اثنين منها إلا أنها جميعا افتقدت الحرية فهي لا تعطي حق الاتصال وحرية التعبير عن الجهات المختلفة بسبب تبعيتها المباشرة لسلطة الدولة، ومن ثمة فقدت واحدة من أهم الأسلحة.
8. ومن بين أهم السلبيات على مستوى القنوات المتخصصة والخدمات المشفرة هو ما يتعلق بما قد تؤدي إليه من مزيد من انعزالية الأفراد وتقوقع اهتماماتهم وخبراتهم وتفتيت الجمهور الواحد إلى عدد كبير من الجماعات الصغيرة ذات الاتجاهات المتباينة

- ، فالرسائل التي توجهها القنوات المتخصصة أصبحت أكثر فردية، مع الإشارة إلى أن الهدف الأساسي الذي تسعى إليه معظم القنوات المتخصصة هو تحقيق الأرباح. (1)
9. سيطرة الإعلان على القنوات التجارية وعدم إخضاع الإعلان العالمي لمقتضيات الاستهلاك المحلي فلغة الإعلان وشكله والمشترون في أدائه يأتون من عالم آخر ويتحدثون للمشاهد العربي بلغة عربية مدبلجة. (2)
10. في الوقت الذي تهاجم فيه القنوات الفضائية العربية مثيلاتها الأجنبية بدعوى تهديدها لعناصر ومقومات ثقافتنا العربية والإسلامية فإن بعض القنوات العربية تقدم بين برامجها ما هو أكثر خطورة وتهديد لتلك القيم والأخلاقيات .
11. تواضع نسبة المواد والبرامج الدينية باستثناء بعض القنوات الفضائية المتخصصة، كما أن القنوات الفضائية الخاصة تتمتع بقدر أكبر من الحرية إذا ما قيست بالقنوات الحكومية. (3)

المبحث الثاني: واقع البث الفضائي الإعلامي العربي:

تمكن البث الفضائي العربي أن يواكب مساحات البث الفضائي في العالم بعد مدة من استقرار البث الفضائي في أغلب دول العالم حيث تداركت الكثير من الدول العربية خطورة البث الوافد من الدول الأجنبية واتخذت لنفسها قنوات خاصة تبث بها كل ما تراه ملائم لطبيعة فلسفتها، فقد فرض الوضع الاتصالي العالمي الجديد تحديات عديدة في غاية الصعوبة إلى درجة أن التلفزيونات العربية لم تتمكن من تجاهلها وأثارت القنوات الفضائية العربية مجموعة كبيرة من القضايا والتساؤلات حول عدد من الموضوعات الخاصة بنشاط هذه القنوات في المنطقة العربية مثل: ملكية القنوات وما إذا كانت ملكية عامة أو خاصة ومكان بث هذه القنوات وما إذا كانت تبث من داخل الدول العربية أو خارجها وللغة المستعملة في البث هل هي العربية أم لغات أجنبية؟ والقنوات العامة والقنوات المتخصصة

1- سامي الشريف، مرجع سبق ذكره، ص ص (315-322).

2- علي محمد شمو، مرجع سبق ذكره، ص 243 .

3- سامي الشريف، مرجع سبق ذكره، ص 328.

المطلب الأول: تعدد وخصوصية القنوات العربية :

تطور البث الفضائي تطورا سريعا ومذهلا خلال فترة ليست بالكبيرة حيث كانت البلدان العربية تملك 34 قناة فضائية مع نهاية 1997 ليصل عددها إلى 51 قناة مع نهاية 1998، ليصل تعدادها إلى 140 قناة مع نهاية 2004⁽¹⁾ وقد أظهرت بيانات إحصائية رسمية أن عدد القنوات الفضائية العربية تزايد خلال العام الماضي بوتيرة متسارعة ليبلغ 696 قناة عام 2009 بين الحكومية والخاصة .

وبحسب التقرير السنوي للجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية وزعه إتحاد إذاعات الدول العربية الذي يتخذ من تونس مقرا له فإن عدد الهيئات العربية التي تبث قنوات فضائية على شاشاتها بلغ خلال 2009 398 هيئة منها 26 هيئة حكومية 372 هيئة خاصة وتبث هذه الهيئات على شبكاتها أو تعيد بث مايزيد عن 696 قناة متعددة الأهداف والأصناف واللغات وهي تستعمل لذلك 17 قمرا صناعيا منها عربسات والنايل سات ونور سات بالإضافة إلى الباقة العربية الموحدة، وتشمل الشبكات الحكومية على 97 قناة منها 49 جامعة و48 متخصصة أي بزيادة بنسبة 28% عن تقرير 2007 - 2008 بينما تضم الشبكات الخاصة 599 قناة منها 161 قناة جامعة و438 قناة متخصصة أي بزيادة بنسبة 40% .

وتنفرد القنوات التي تهتم بالموسيقى والمنوعات بأعلى نسبة من مجموع القنوات الفضائية المتخصصة في البث الفضائي العربي إذ بلغ عددها 115 قناة أي بنسبة 23.4%، ويستأثر قطاع الدراما من سينما ومسلسلات بنسبة معتبرة تعادل 13.8%، فيما وصل عدد القنوات الرياضية إلى 56 قناة من مجموع القنوات المتخصصة أي بنسبة 11.4% وبلغ عدد الفضائيات الإخبارية 34 قناة أي بنسبة 7% في حين بلغ عدد القنوات الدينية والعقائدية 39 قناة أي بنسبة 8% ووفقا لنفس التقرير فإن ملكية القنوات الفضائية تتركز بين أربع هيئات خاصة من عمالقة البث الفضائي العربي وهي شبكة راديو وتلفزيون العرب 88 قناة، شبكة شوتايم 48 قناة، شبكة أورببنت 33 قناة، وشركة المجدة للبث الفضائي 13 قناة .

¹ - زينب بلعوج ، مرجع سبق ذكره ، ص 47 .

وتستخدم القنوات الفضائية العربية لغات عدة منها العربية بنسبة 74% (515 قناة) والانجليزية بنسبة 20% (142 قناة)، والفرنسية بنسبة 2%، والهندية (14 قناة) والأمازيغية (4 قنوات) والإسبانية (3 قنوات) والعبرية (قانتان) والفارسية (قانتان) والأوردو قناة واحدة والماليزية قناة واحدة .

ولاحظ تقرير أن المنطقة العربية باتت تستقل أيضا العديد من القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة باللغة العربية والموجهة خصيصا للمشاهد العربي منها قنوات من الصين وبريطانيا وفرنسا وإيطاليا وألمانيا وروسيا وتركيا وإيران وغيرها من القنوات الأخرى ما يعكس الأهمية الإستراتيجية للمنطقة العربية⁽¹⁾.

يصل عدد القنوات الفضائية العربية 696 قناة يبيت عدد كبير منها على مدار الساعة ويأتي الإنتاج العربي الحالي من مصدرين أساسيين هما:

1. -إنتاج تلفزيونات الدولة وغالبا ما يلبي هذا النوع من الإنتاج حاجة الدول المنتجة أولا ويتمشى حتما مع خطابها العام اجتماعيا وسياسيا بمعنى أنه غير معد للتصدير لمحطات أخرى إلا في حالات محدودة.
2. إنتاج القطاع الخاص وهو عبارة عن مؤسسات وشركات غايتها إنتاج ما يمكن تسويقه لمحطات الوطن العربي أرضية أو فضائية ولهذا عليها أن تراعي مجموعة عوامل مثل: جودة الإنتاج وتجاوز الرقابة، الحرص على عودة رأس المال بأسرع وقت ممكن⁽²⁾ وكذلك هناك محطات فضائية تجارية أهلية تركز على الإعلان فقط وبعضها قد يزيد على التركيز على الإعلانات التجارية والربح والتمويل وللجهة الممولة علاقة ذات صلة بطبيعة برامج الفضائية العربية وطريقة ومستوى أداء دورها الإعلاني ، وسوف نستعرض على سبيل المثال بعض القنوات المتخصصة في مختلف المجالات ونجد من الفضائيات العربية المتخصصة في :

¹ - www.webmariagercenter .

² - عبد الغني أمين سعيد، مرجع سبق ذكره، ص 151.

● **الشؤون الاقتصادية محطة الاقتصادية** وهي تبث من الخليج العربي تقوم بالإعلام التجاري والاقتصادي وأسواق المال ونشرات أخبار اقتصادية موزعة لاشك أن المعلنين الاقتصاديين والتجاربيين يجدون في مثل هذه المحطة مكانا لائقا لإعلاناتهم التجارية والاقتصادية وكذلك نجد **العقارية** كنموذج آخر للمحطات الفضائية الاقتصادية وهي تبث أيضا من الخليج العربي (1)

● **ومن المحطات الدينية المتخصصة في المجال الديني** نجد على سبيل المثال **محطة خاصة باسم العفاسي** تبث من الكويت مقتصرة على الأناشيد والأغاني الدينية فقط، بالإضافة للأدعية مع صور للأماكن الإسلامية المقدسة. ونجد إقبالا من طائفة كبرى من الناس تطرب لسماع هذه الأناشيد والأغاني والأدعية الدينية، لكنها ليست بالإعلامية أو الإخبارية، ثم تحولت هذه المحطة مع مرور الوقت وبعد نجاحها وانتشارها إلى بيع نغمات يتم إنزالها على الهواتف الخلوية. وهذه المحطة ليس لها أي هدف سياسي.

- وهناك محطة دينية أخرى تدعى الرسالة وتختلف هذه المحطة عن سابقتها بكونها متخصصة في الدين الإسلامي. لكنها تقوم بإعداد برامج حوارات تخدم المسائل الإسلامية واهتمامات المسلمين. ولكن حبل لو أن هذه الفضائية تقوم ببث برامج باللغات الأجنبية إلى جماهير غير عربية وغير إسلامية لتعريفهم بالدين الإسلامي ومبادئه وسماحته وتشرح حضارة المسلمين وتسامحهم.

- محطة دينية أخرى مرموقة اسمها اقرأ استطاعت أن تشق طريقها في العالم وأن تكون جمهورا عريضا من المسلمين وغيرهم، لما تقدمه من برامج توعية وبرامج هادفة لكافة شرائح المجتمع من شباب ونساء وأسر وتعالج قضايا اجتماعية وإنسانية عبر حوارات وعبر دروس دينية، كما أنها تقوم بتفسير القرآن، وتبث بلغات غير عربية أهمها الإنجليزية وهي أكثر من سابقتها جمهورا وانتشارا وقدرة على إعداد برامج دينية مميزة لها تأثير ودور إعلامي نشيط. (2)

1- فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر: الأردن، 2009، ص 136.

2- فارس عطوان، المرجع السابق، ص 134.

وللاشارة فإن هناك عشرات المحطات المتخصصة في مجال الدين والتوعية الإسلامية .

- ومن الفضائيات المتخصصة غير الدينية وغير الاقتصادية التي ذكرنا بعضها سابقا هناك: **فضائيات متخصصة في الأغاني والموسيقى والطرب** ، ولاشك أن هذه الفضائيات تتمثل أهدافها في: استخدام شاشاتها للتعارف بين الشباب والفتيات مقابل تكاليف اتصالات إضافة إلى إعلانات تجارية وأزياء نسائية ، إضافة إلى أعمال تجارية كبيع البومات المطربين وأشرطة الأفلام والمسرحيات ، وجمهورها واسع بين الشباب ، ولكنها تعتبر فضائيات على المستوى العربي وليس على المستوى العالمي وجمهورها عربي ولا يتعداه إلى جماهير غير عربية ومن هذه المحطات على سبيل المثال **روتانا** بعدة قنوات ، **ونغم ومزيكا ودريم وميلودي** وهدفها الربح الخالص كما هو ظاهر للمحلل أو المشاهد ، والإعلانات التجارية في مثل هذه المحطات تلاقي رواجاً عالياً. ومن قنوات روتانا قناة **روتانا كليب** التي تأسست في 1987 بهدف دعم الفن العربي ونشره بالطريقة التي توصله للمكانة التي يسعى إليها والتي يستحقها عالمياً. وقد أصبحت روتانا تابعة لشركة روتانا أكبر منتج للأغاني العربية في العالم، ولها فروع تغطي معظم دول منطقة الشرق الأوسط ، وهي متعاقدة مع أكبر نجوم الفن والغناء في العالم العربي .

تملك حوالي 150 فنان والعدد قابل للزيادة. ويملكها الأمير "الوليد ابن طلال" ، جميعها من بيروت ، لبنان.

وقد شهدت القناة البث التجريبي الأول سنة 2003 ليتم البث الرسمي الأول في سبتمبر 2003 عبر القمرين العربيين عربسات ونايلسات. وبهذا أصبحت القناة إضافة جديدة لشركة روتانا للمرئيات والسمعيات والصوتيات والدعاية والإعلام. وهي تختص في بث الفيديو كليب ، الحفلات ، المهرجانات الفنية إضافة للبرامج المنوعة الأخرى ، مع باقة من مقدمي البرامج ، شعارها دائماً "أجمل ما تسمعه الأذن وتشاهده العين".⁽¹⁾

¹ - نجية رحمانى، تأثير قناة روتانا كليب على اتجاهات الطلبة، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال، معهد الإعلام: الجزائر، 2007، ص24.

● ومن المحطات الفضائية، ما هو متخصص فقط في الإعلانات أو نسميها محطات إعلانية كتلك التي تبث عن الأجهزة الطبية وأجهزة تخفيف الوزن وتنسيق الجسم والأعشاب وغيرها، وهي محطات منتشرة في العالم، وجمهورها عالمي، إلا أن جمهورها ليس متخصصا أو يتابعها باستمرار، وهي ناجحة من حيث تحقيق الربح لأنها قليلة التكاليف ومن أمثلتها محطة Citruss tv، Seven Star، A one .

● - وهناك أيضا محطات فضائية متخصصة حزبية ذات طابع سياسي أو ديني وجمهورها محدود ممن يهتمون بالقضايا الدينية أو السياسية مثل محطة المنار التابعة لحزب الله ومحطة المجد ومحطات عراقية بعضها للسنة وبعضها للشيعية مثل الفرات والأنوار ويمكن أن نسميها محطات فضائية إيديولوجية.

ومن المحطات الفضائية ما هو مختص بالقضايا الإعلامية الإخبارية والسياسية ولها جمهور واسع وعريض عربيا وعالميا. وهي تعالج قضايا محلية ودولية وعالمية، ولها جيش واسع من المراسلين والصحفيين والسياسة عمودها الفقري وتمويلها ضخم والإعلان التجاري فيها مربح واهتمامها ينصب في تغطية الأخبار والأحداث العربية الساخنة وحتى الدولية منها. هدفها التأثير في الرأي العام، وغالبا ما تتعرض لمضايقات من العالم بسبب برامجها الجريئة وتغطياتها اللامحدودة، ومن هذه الفضائيات على سبيل المثال قناة الجزيرة وقناة العربية الفضائية.

● وهناك قنوات تعمل بشكل متنوع أي غير متخصص ولكنها تنفرد إلى قنوات تابعة تحت نفس القناة الأم، وكل قناة منها لها تخصص فمثلا قناة MBC الفضائية منها ما هو مخصص للأطفال، ومنها ما هو مخصص للأفلام الأجنبية والأمريكية والأوروبية، ومنها ما هو مخصص للمسلسلات والأفلام العربية، وقنوات فضائية كثيرة تشبه هذه القناة.

- وعلى أية حال فإن الذي يحدد البرامج للفضائيات هي عدة عوامل وعناصر منها الحرية المعطاة لهذه القناة من الدولة التي تبث منها، وجهة التمويل ومقدار التمويل، وعامل الربح والهدف وطبيعة الجمهور المستهدف.

- ونستعرض فيما يلي أنواع البرامج التي تبثها الفضائيات العربية بشكل عام سواء كانت رسمية أو أهلية تجارية وسواء كانت عامة أو متخصصة .

1- **البرامج اللادرامية** : وهي تتمثل في البرامج الفكرية والمسابقات والألعاب والحوادث والمناقشات ، وهذا النوع من البرامج سبق أن طورته الإذاعة ، ثم قام التلفزيون باقتباسه وجعله مرئيا على شاشة التلفزيون ، والبرامج اللادرامية تقدم أسبوعا بأسبوع وهي نصف مكتوبة ، أو قد تكون ارتجالية ، وهذه البرامج سهلة وقليلة النفقات في إخراجها بالنسبة للدراما والتمثيلات ، ولا تحتاج لبروفات كثيرة كما يمكن إعدادها في وقت قصير أما البرامج التمثيلية والدراما فتحتاج إلى وقت طويل لإعدادها وإجراء البروفات عليها .

2- **البرامج الإخبارية** : سواء كانت نشرة عادية أم تعليقا يتوقف نجاحها على شخصية المذيع وعلى مقدار الثقة التي يستطيع أن يبثها في المشاهد (¹) وبرزت فكرة تبادل الأخبار بين وسائل الإعلام العربية بعد نكسة حزيران 1967 وجاءت فكرة إنشاء وكالات أنباء عربية مصورة على غرار وكالات الأنباء العالمية المصورة (²)

-ومن الأمثلة عن البرامج الإخبارية كافة نشرات الأخبار وكذلك الأفلام الوثائقية ومن الأمثلة عن البرامج الوثائقية ما تبثه بعض الفضائيات عن الحروب السابقة ، والإعلان التجاري في هذه البرامج يجدي نفعا لأن جمهور البرامج الإخبارية مثقف سواء كان محليا أو دوليا أو عالميا .

3- **برامج المناقشات** : هذه البرامج لها عدة أنواع مثل المناقشات مع شخصيات بارزة وتكون فيها الشخصية البارزة ضيفا على التلفزيون حيث يكون الضيف من المختصين أو الخبراء ، مثل المناقشات الجماعية في هذا البرنامج توجه أسئلة إلى الشخصية السياسية البارزة ضيفا على التلفزيون حيث يكون الضيف من الخبراء المختصين، ومثل المناقشات الجماعية في هذا البرنامج توجه أسئلة إلى الشخصية السياسية البارزة أو إلى مجموعة شخصيات ومن أمثلة هذه البرامج برنامج "مثلث الحوار" في القناة الفضائية الأردنية

¹ - فارس عطوان ، مرجع سبق ذكره ، ص ص (136-138) .
² - عبد الملك الدناني ، المرجع السابق ، ص 165 .

وبرنامج "شاهد على العصر" في قناة الجزيرة الفضائية وبرامج حوارية كثيرة تبثها الفضائيات العربية. وعادة ما تبث فواصل نشر إعلانات اقتصادية أو تجارية أو أسماء الشركات أو الجهات الراعية للبرنامج، وتكون ذات أجر عال (1).

- ويمثل الحوار السمة المميزة للحديث التلفزيوني، والشيء الأساسي في الحوار التلفزيوني هو توضيح حقيقة من نوع ما تعاني معظم الفضائيات العربية من ضعف وتدني في مستوى قدرة مقدمي برامج الحوار في بعض الفضائيات (2).

4- برامج الألعاب الجماعية والألغاز والمسابقات: ويطلق عليها برامج الترفيه، لأنها تقوم على إرضاء الجمهور، ويجد الجمهور في هذه البرامج متعة في المشاهدة سواء كانت المسابقات رياضية أو فكرية، وتقوم برامج المسابقات على حشد عدد من الجمهور في الاستوديو ويتسابقون بإشراف مقدم البرنامج مقابل هدايا أو جوائز يحصلون عليها. وتساعد هذه البرامج إلى جانب التسلية والترفيه في نشر الثقافة والمعلومات وتحقيق مكاسب مالية ولو بسيطة ومن أمثلة هذه البرامج نجد برنامج على قناة الـ MBC تحت اسم "حروف وألوف" وبرنامج يقدمه على نفس القناة المذيع جورج قرداحي تحت عنوان "من سيربح المليون" وجمهور هذه المحطات هو جمهور من الوطن العربي.

5- برامج المرأة: كثيرا ما تخصص الفضائيات برامج خاصة بالمرأة وقضاياها، وقد يشارك فيها الرجال تحول تغطية دور المرأة العربية في المجالات السياسية والأدبية والصحافية وقضايا اجتماعية أخرى مختلفة مثال على ذلك برنامج كلام نواجم، وبرنامج أخبار المرأة على الفضائيات الأردنية، وقد يوجه في هذه البرامج إرشادات إلى المرأة حول أعمال المنزل وإعداد وجبات الطعام وأخبار الموضة العالمية.

6- برامج الأطفال: ويتم فيها بث أفلام تسلية كرتونية لتسلية الأطفال وقد تكون برامج تعليمية هادفة لتعليم الأطفال وتوعيتهم، ويجب أن تكون هذه البرامج مناسبة لأعمار الأطفال بفئاتها المختلفة، ومناسبة لتفكيرهم وإدراكهم، وتصلح هذه البرامج للعرض نهارا للأطفال الصغار

¹ - فارس عطوان، مرجع سبق ذكره، ص 139.

² - عبد الملك الدناني، نفس المرجع السابق، ص 170.

ومساءً للأطفال الكبار وفي أيام العطل المدرسية لكافة الأعمار. ويجب أن تكون المذبة التي تشرف على برنامج الأطفال في الفضائيات العربية مؤهلة ومدربة في هذا المجال.

7- برامج الشباب والأحداث : وتشمل الفئة العمرية من 12 سنة إلى أوائل العشرينات، وتهدف إلى التأثير في السلوك وتوجيههم نحو القيم الأفضل والأخلاق الحميدة وإعدادهم لمستقبل جيد مثمر وقائم على الانتماء للوطن، كذلك تعالج هذه البرامج قضايا الشباب ومشاكلهم وواجباتهم وانتماءاتهم، وتحذرهم من الانحراف. وقد يهتم الكبار وأولياء الأمور بهذه البرامج وقد يشارك في ندوات داخل الأستوديو في مثل هذه البرامج خبراء في علوم الاجتماع والسلوك والنفس وعلى المذيع أو مقدم البرنامج أن يكون مؤهل بهذه العلوم وذو خبرة في شأن الأحداث والشباب.

8- البرامج التعليمية: يمكن أن تنتج البرنامج التعليمي هيئة تعليمية جامعة أو مدرسة أو دار نشر أو مكتبة، وليس معنى هذا أن البرنامج التي تنتجها المحطات نفسها لا يمكن أن تكون تعليمية، ويتميز البرنامج التي يقدمها التلفزيون التعليمي بأنه يساهم في شرح المناهج لطلاب المدارس على كافة أعمارهم. وقد تكون هذه البرامج تعليميا كلياً أو قد يكون تعليميا أساسيا أو رئيسيا وقد يكون تعليميا ثانويا، ومع تطور التعليم وازدياد عدد الدارسين في المدارس ازداد الاهتمام بالتلفزيون التعليمي وازدادت الفرص أمام المدرسين، ونجد هذه البرامج تناسب الفضائيات تماما ويجب أن تكون هذه البرامج جادة والقائمين عليها يتمتعون بخبرات متميزة وهي غير مكلفة على الفضائيات.

9- البرامج الوثائقية: وهي برامج إخبارية في صور عرض أخبار وثائقية يتم فيها استعراض موضوعات الماضي أو موضوعات حالية مناسبة لخبر ما، ومن هذه البرامج برامج تاريخية تعد إعدادا خاصا على شكل أفلام سينمائية وتشبه هذه البرامج ما يبث عن الحروب العلمية سابقا مثلا، وهذه البرامج تهم قطاع جمهور المثقفين أكثر من غيرهم. ويمكن استخدام العرض الوثائقي في صور أفلام كاريكاتورية بالرسم والصوت والحوار وأحيانا بالتعليق فالبرامج الإخبارية الوثائقية برامج هادفة لعرض معلومات تهم الجماهير وخصوصا

المثقفين وهي غير مكلفة وإن شملت على إعلانات تجارية تكون ذا مردود جيد على الفضائيات التي تبثها.

10- البرامج الدينية: البرامج الدينية التي تقدمها الفضائيات العربية ضمن برامجها المختلفة تلاقي رواجاً جيداً بين جمهور كبير من العالم العربي أو من جمهور العرب والمسلمين في أقطار العالم، حيث هذه البرامج تقدم حلقات حوارية وتستضيف علماء الدين ومنها برامج تسجيلية، وبرامج البث المباشر بين المذيع وضييفه والمواطنين وتساعد البرامج الدينية على التوعية والتثقيف الجماهيري، وتصلح هذه البرامج لإعلانات عن الحج والعمرة وعن ديار المسلمين في أنحاء العالم.

11- برامج المنوعات والموسيقى : إن برامج الموسيقى والمنوعات تقوم على مهارة المشتركين فيها. كما أن الأغاني والموسيقى الراقصة يمكن أن تلقى إقبالا كبيرا لدى المشاهدين، وتقوم محطات التلفزيون بالإنفاق على برامج المنوعات وإخراجها إخراجاً جميلاً والاعتناء بالملابس والمؤثرات الصوتية والضوئية. ويمكن استخدام الكوميديا الموسيقية ضمن البرامج الموسيقية إذ أنها تشترك مع المنوعات كما تشترك مع البرامج الدرامية وتأخذ من كل شيء.

12- البرامج الدرامية : وتعني البرامج الجادة والأفلام والمسلسلات والروايات سواء العربية أو المستوردة من محطات فضائية أجنبية، وتعمل على التسلية والترفيه وتنقل معلومات جديدة للجمهور وتساهم في تثقيفه والتأثير في سلوك المشاهدين نحو قضايا اجتماعية معينة، وتعتبر المسلسلات اليومية من أعمال الدراما وتهم معظم قطاعات الجمهور. كما يهتم الأطفال بالبرامج والمسلسلات وتعتبر أفلام الرعب والخيال أيضاً من أعمال الدراما، وهذه البرامج مكلفة وتصلح لكافة الأوقات والأمكنة وكافة فئات الجمهور⁽¹⁾

-وأبرزت اجتماعياً دراسات عديدة للتلفزيون قوته في تثقيت العائلة نفسياً وإن جمعها فيزيائياً لأن كل إنسان ذوقه واختياره من البرامج، ونلاحظ على المستوى العربي تركيز

¹ - فارس عطوان، مرجع سبق ذكره، ص ص (142-144).

الأزواج على الأخبار والبرامج السياسية والحوارات النقدية ، وتتجه الزوجة نحو المسلسلات والأفلام ، وانهماك الفتيات في برامج الأغاني والموضة والمسلسلات المدبلجة بينما نجد الشباب يقبلون على كرة القدم والدورات الرياضية والأغاني الشبابية ، هذا التنوع والتعدد لأبرامجي قد حتم تنوع في اتجاهات الأفراد وميولهم (1)

المطلب الثاني : التأثير الإعلامي العربي للفضائيات العولمية:

تجمع الدراسات على أن التأثير القنوات الفضائية الغربية في ظل العولمة بمختلف أنماط أشكال مادتها الإعلامية الحضارية والسياسية ، يحوي تأثيرات سلبية بالدرجة الأولى ، خاصة في ضوء ما توصلت إليه دراسات ميدانية بان تأثير تلك القنوات لا يتطلب معرفة لغات البث حيث أن استعمال الصورة يوصل الرسالة دون حاجة إلى اللغة في كثير من الأحيان ، مع الوضع في الاعتبار أن بعضها بات موجهة باللغة العربي إلى المجتمعات العربية . فإذا كانت هذه القنوات في ظل مرحلة العولمة تمكن المتابع من الاطلاع على نمط آخر من الثقافة والحضارة وان كان في صورة بعضها مزيف . وهو أمر عانى من غيابه الشباب العربي ، غير القادر على الحصول على تجربة الاحتكاك مع تكوينات حضارية وثقافية من خلال السفر والتنقل إلا أثارها السلبية واسعة التأثير .

فهذه المحطات العولمية تخلق صورة سلبية وانطباعات سلبية عن المجتمعات العربية نتج عنها هدم للقيم الوطنية والقومية لصالح المفاهيم الغربية ، حيث إن ظهور فكر العولمة والتقدم المذهل في تكنولوجيا المعلومات والسرعة الهائلة في وسائل الاتصال قد أفرزت في مجملها النوع الجديد من المواطن الذي قد يتمسك بالثوابت ، ولكن يمضي وراء مجتمع إنساني واسع سقطت فيه الحواجز وتلاشت منه الحدود خصوصا انه انهيار مبدأ السيادة المطلقة للدولة ، فان المشاعر الوطنية يمكن أن تكون قد اهتزت لدى بغض الأجيال الجديدة بحكم الانبهار بنمط الحياة في المجتمعات أخرى أكثر تقدما. (2)

1- عبد الملك أحمد ، الفضائيات ، ط1، دار المجدلوي للنشر و التوزيع : الأردن ، 2000 ، ص 82
2- د .محمد رجب البيومي -غناء الجسد .دعوة إلى عصر الغوازي والعوالم -الهلل القارية -08 أغسطس 2001

وفي دراسة للتعرف على التأثير العلمي والمباشر لهذه القيم واستبدال المنظومة القيمية فقد " سعت الدكتورة ثريا البدوي مدرس بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام في جامعة القاهرة إلى التعريف على المضامين الإعلامية الأمريكية بالهوية القومية للشباب المصري الجامعي وذلك من خلال الإجابة على سؤال هل المضمون الإعلامي الأمريكي يضعف القومية م خلال تأثير وتبعية الشباب للقيم والسياسات وللأفكار الأجنبية؟ وطبقت الباحثة الدراسة على عينة مكونة من 400 طالب وطالبة وتوصلت خلالها إلى أن المبحوثين المنتمين إلى كليات أدبية نظرية يدركون سمات الهوية القومية بصورة أكثر ايجابية من الآخرين واتضح وجود ارتباط طردي ما بين الاعتماد على المعلومات عن أمريكا وإدراكهم لسمات الهوية القومية وبينما ثبت وجود ارتباط عكسي ما بين الاعتماد على الفضائيات الأجنبية وبين سمات الهوية القومية .

فيما أظهرت الدراسة بالنسبة للمبحوثين من الذين يتلقون تعليماً دينياً في جامعة الأزهر انهم يدركون سمات الهوية بصورة أكثر ايجابية من غيرهم نتيجة اعتمادهم على الوسائل المرئية المصرية والعربية للحصول على معلومات عن الولايات المتحدة ."⁽¹⁾

وهي قنوات تنقل أنماطاً ثقافية وقيماً غربية تختلف عن الأنماط الثقافية والقيمية التي يعايشها الشباب داخل البلاد والمجتمعات العربية . وهي تنقلها في بريق إعلامي يجعل النشء يتصور أن الحياة تسير هكذا في الغرب وكأنها الجنة الموعودة فتؤثر في النمط السلوكي للشباب . سواء كان ذلك بتنمية النمط الاستهلاكي بصفة عامة أو النمط الاستهلاكي على النمط الغربي بصورة خاصة أو في النمط السلوكي في التعامل اليومي والميل إلى استخدام العنف .

ففي ظل صعود الإعلام السمعي بصري هو المؤسسة التربوية الجديدة التي حلت مكان كل من الأسرة والمدرسة والتي تقوم بدور أساسي في تلقين النشء والأجيال الجديدة المنظومة

¹ - محمد الصادق - مؤتمر إعلامي مصري يؤكد على دور الفضائيات في مواجهة التحديات - البيان الإماراتية - 25 مايو 2004

المعرفية المنزوعة من سياقها التاريخي والقيم السلوكية ذات النزعة الاستهلاكية والتي تروج بأشكال متنوعة لمصالح السوق العالمية وإيديولوجياتها.⁽¹⁾

وفيما يتعلق بالتأثير على النمط السلوكي تجاه الآخرين والميل إلى السلوك العنيف، فقد أظهرت الدراسات الكلاسيكية لشرام وباندورة مثلا أن هناك علاقة بين كثرة مشاهدة التلفزيون وضعف الأداء المدرسي، كما أن هناك علاقة بين رؤية مشاهد العنف في التلفزيون وقابلية ممارسة العنف في الواقع وبخاصة لدى فئة الأطفال والمراهقين الذين يحملون مثل هذه الاستعدادات .

وقد لخص هانت، الرئيس السابق للجنة الاتصالية الفيدرالية بأمريكا، هذه النظرة، إذا ذكر في دراسة حديثة (1997) انه ليس هناك جدل في أن عنف وسائل الإعلام مسألة مشروعة، إذا أن هناك حجما هائلا من الأدلة -بما في ذلك 3000 دراسة قبل عام 1971- أن هناك علاقة قوية بين مشاهدة التلفزيون والسلوك العدوانى⁽²⁾

كما ينتج عن هذه القنوات محو الذاكرة الثقافية للنشء واستبدالها بذاكرة ثقافية أخرى سواء على الأبطال التاريخيين أو على مستوى الواقع التاريخي.

كما هي تلعب وسائل الإعلام في شكل عام والمرئية منها في شكل خاص دورا بارزا في هذا الإطار، وتعتبر اللاعب الأبرز في عملية الإقبال المرضي على شراء الملابس وشراءها وأصبحت الموضة معيارا أساسيا في حياة هؤلاء الشباب، وكأنها تمثل الشخصية كلها وليس جزءا منها فقط، لدرجة أن التغزل بالفتاة بات يعني التغزل بملابسها لا بخصائصها الجمالية والأخلاقية، وبدورها الفتاة باتت تعتبر من لا يبدي رأيه بملابسها (مختلفا بما يعني بالموضة)⁽³⁾

¹ - د. عواطف عبد الرحمان - وظائف الإعلام العولمي بين شمال وجنوب - الحياة اللندنية - العدد 12916

1. Jon Ryan and William ,M, Wentworth, Media and Society : the Production of Culture in the Mass Media (Boston, macon, 1999) p, 50

³ - فاطمة رضا - الحياة - 2003/12/06.

وهي تثبت بعض الوسائل مواد إباحية مباشرة، بعضها تفاعلي حيث يمكن للمتابع أو المشاهد إجراء حوار ساخن مباشرة... أو مادة غير تفاعلية يراها المتابع من طرف واحد وهنا نلاحظ التأثير بالإعلانات المضرة بسلوك الشباب كالخمر والتدخين والمخدرات والقمار وغيرها من التصرفات السلبية. (1)

المطلب الثالث: التنسيق بين الفضائيات العربية

مع تعدد القنوات الفضائية العربية ظهرت الحاجة إلى التنسيق بين هذه القنوات العربية سواء في النواحي التكنولوجية للبحث والاستقبال أو في الجوانب البرمجية وتشكلت لجنة عليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية تحت رعاية اللجنة الدائمة للإعلام العربي بالجامعة العربية (2) وكانت تسعى إلى إيجاد الحد الأدنى من التنسيق بين القنوات الفضائية العربية وخلق المجالات التي يمكن أن تشهد تنسيقا وتكاملا فاعلا بين تلك القنوات ومن أهم أفكارها:

- إن أهم القنوات الفضائية عربية الحكومية والخاصة مدعوة إلى تحمل جزء من

مسؤولية بناء الشخصية العربية، وتحسينها ضد محاولات الغزو الثقافي وتهديد الهوية الثقافية للشعوب العربية وذلك بتقديم برامج ومواد تسهم في إرساء قواعد هذا البناء بالقدر الذي لا يصطدم بأهداف وتوجهات تلك القنوات.

- على القنوات الفضائية العربية مراعاة التناسق والتكامل بين ما تقدمه من مواد وبرامج وما تدعو إليه من قيم وأفكار مع ما تتضمنه برامجها من أجل خلق شخصية سوية ومتنافسة مع نفسها ومجتمعها.

- إن القنوات الفضائية العربية مدعوة لأن تكون منابر تحمل الثقافة الإسلامية والعربية.

- إن القنوات الفضائية العربية مدعوة إلى الإسهام في التصدي للمشكلات الحيوية الرئيسية التي تعيق عمليات التنمية في المجتمعات العربية.

1- شباننا والانترنت. انعكاسات جديدة- عرض إبراهيم درويش -جريدة القدس العربي -1989/12/7
2- عبد الغني أمين سعيد، مرجع سبق ذكره، ص 152.

- يجب تشجيع القنوات الفضائية على الاهتمام بمشاريع الإنتاج التلفزيوني المشترك بهدف إنعاش مناعة البرامج التلفزيونية على المستوى العربي .
- ضرورة السعي إلى إنشاء قنوات فضائية عربية وإسلامية تبتث إرسالها باللغات الأجنبية يكون هدفها التعريف بثقافتنا وحضرتنا وقيمنا لدى الشعوب الأخرى.
- دراسة مشروع إنشاء قناة فضائية ثقافية عربية.⁽¹⁾
- دراسة إمكانية فتح صفحة معلومات على شبكة الإنترنت خاصة بالقنوات الفضائية العربية.
- دعوة كتاب السيناريو العرب إلى تنازل قضايا قومية معاصرة برؤية تحليلية وموضوعية بناءة وتساهم في نشر الوعي لدى الجمهور العريض.⁽¹⁾
- أما فيما يخص مراكز التنسيق فقد اختيرت المغرب مركزا للتنسيق بين محطات التلفزيون في بلدان المغرب وذلك بسبب إمكانياتها الواسعة في مجال الإنتاج التلفزيوني والشحن الجوي فضلا عن وجود محطة أرضية للأقمار الصناعية إلا أن هذه الشبكة توقفت بسبب الخلافات السياسية بين الجزائر والمغرب واختيرت الأردن مركزا للتنسيق بين محطات التلفزيون في أقمار المشرق العربي وذلك بسبب موقع الأردن الجغرافي وامتلاكها لشبكة اتصالات جوية وبرية جيدة مع هذه الدول ، وأيضا اختيرت الكويت مركزا للتنسيق بين محطات تلفزيونات أقمار الجزيرة والخليج العربي وتحكم عمليات التبادل مبادئ ميثاق الجهاز العربي لتبادل الأخبار التلفزيونية الذي يجمع بين المراكز الثلاث.⁽³⁾

¹ - الشريف سامي، مرجع سبق ذكره، ص 331.

الفصل الثاني: الفضائيات العربية والشباب

المبحث الأول: ماهية الشباب

من المعروف أن الشباب هم عقل المجتمع ونبضه وسواعده وقد اهتمت الأديان بالشباب ورعايتهم وتربيتهم التربوية الصحيحة حتى يكونوا قادرين على تحمل المسؤولية، وعملية رعاية الشباب ليست عملية سهلة بل هي عملية تتطلب الكثير من الجهد والوقت. وسنتناول في هذا المبحث أهم المواضيع المتعلقة بالشباب وهي: مفهوم الشباب، خصائص مرحلة الشباب، حاجات الشباب، الشباب والقيم.

المطلب الأول: مفهوم الشباب

يعد مفهوم الشباب محل اختلاف الباحثين المختصين بسبب تعدد الظروف المحيطة بهذه الفئة العمرية، فمن الباحثين من يحدد هذا المفهوم انطلاقاً من الزاوية الزمنية، أو الزاوية

¹ - عبد الغني أمين سعيد، مرجع سبق ذكره ، ص 152 .

² - إياد شاكر البكري ، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، دار الشروق للنشر والتوزيع :1999، ص 159 .

البيولوجية، ومنهم من يحدده من الزاوية النفسية. ونتيجة لهذا الاختلاف، ظهر أكثر من اتجاه فيما يتعلق بتعريف مفهوم الشباب على النحو التالي:

1. **الاتجاه الزمني أو العمري:** وهو الذي يعتبر الشباب مرحلة عمرية، تتراوح ما بين (15-30) عاما، وهي المرحلة التي يكتمل فيها النمو الجسمي والعقلي على نحو يجعل المرء قادرا على أداء وظائفه المختلفة.

2. **الاتجاه البيولوجي:** ويحدد أصحاب هذا الاتجاه مرحلة الشباب على أساس اكتمال نمو البناء العضوي والوظيفي للمكونات الأساسية لجسم الإنسان.

3. **الاتجاه النفسي:** ويرى أصحاب هذا الاتجاه أن الشباب ليس مرحلة عمرية تتحدد بسن معينة. وإنما حالة نفسية لا علاقة لها بالعمر الزمني، فهذا الاتجاه يعكس نظرة الإنسان للحياة، فبمقدار ما يشعر أنه يتمتع بالحيوية والشباب، وبمقدار ما يستطيع أن يولد في الآخرين الرغبة في العمل والحياة يكون شابا، وحين يخفق في ذلك يشعر باليأس والإحباط والرغبة في الهروب من الحياة، وهذه بدايات مرحلة الشيخوخة.

4. **الاتجاه الاجتماعي:** وهو الذي يرى أن فترة الشباب تبدأ حينما يحاول بناء المجتمع

تأهيل الشخص لكي يحتل مكانة اجتماعية، ويؤدي دورا أو أدوارا في بنائه، وتنتهي حينما يتمكن الشخص من احتلال مكانته وأداء دوره في السياق الاجتماعي وفقا لمعايير التفاعل الاجتماعي.

يلاحظ مما سبق اختلاف هذه الاتجاهات حول الأساس الذي يتم بناءا عليه تحديد مفهوم الشباب، وعموما فإن المدقق في هذه الاتجاهات يلاحظ أنها تركز على أن مرحلة الشباب تمتاز بعدد من الخصائص والقدرات البيولوجية والسلوكية والاجتماعية والنفسية

وتتحدد بداية هذه المرحلة ونهايتها على أساس الطبيعة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية لكل مجتمع من المجتمعات.⁽¹⁾

ويمكن تعريف الشباب بأنه "الشباب هي مرحلة عمرية تقع بين الخامسة عشر وحتى الخامسة والعشرون وتشمل أفراد المجتمع من الجنسين وهي المرحلة الزمنية التي يحدث فيها التغيرات الفسيولوجية والجسمية والنفسية والاجتماعية حتى تصل بالفرد إلى مرحلة الاستقرار النسبي".⁽²⁾

"الشباب هو مرحلة انتقالية من الطفولة إلى الرشد حتى يصبح الشاب قادرا على الإنجاب ويصل إلى درجة من النضج الجسمي والجنسي والنفسي والاجتماعي والعقلي تؤهله لاكتساب خبرات مختلفة لمواجهة مطالب الحياة المستقبلية".⁽³⁾

المطلب الثاني: خصائص مرحلة الشباب

تتميز مرحلة الشباب ببعض الخصائص منها ما هي خصائص انفعالية قد تعتبر سلبية، ومنها ما هي ايجابية:

1- الخصائص الانفعالية (السلبية):

■ **الاهتمام بالمظهر:** حيث يهتم الشاب في هذه المرحلة بمظهره وشعبيته ومستقبله، وميله للجنس الآخر، واتساع علاقاته الاجتماعية.

■ **الرهافة:** التي تعني شدة حساسية الشاب الانفعالية المختلفة وذلك نتيجة للتغيرات الجسمية السريعة التي يمر بها في أول هذه المرحلة، واختلال اتزانه الغددي الداخلي.

¹ - ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع: الأردن، 2006، ص ص (36،37).

² - عبد المنصف حسن رشوان، ممارسة الخدمة الاجتماعية في رعاية الشباب وقضاياهم، المكتب الجامعي الحديث: أسوان، 2006، ص 6.

³ - عبد المنصف حسن رشوان، المرجع السابق، ص 6.

- **الكآبة:** يشعر الشاب في تلك الفترة بالكآبة والانطواء والحيرة، محاولاً بذلك كتم انفعالاته ومشاعره من المحيطين به، حتى لا يثير نقدهم ولومهم.
- **التهور والانطلاق:** حيث يندفع الشاب وراء انفعالاته، بسلوكيات شديدة التهور والسرعة، وقد يلوم نفسه بعد أدائها، وتبدو علامة من علامات سذاجته البريئة في المواقف العصبية التي لم يألفها من قبل، وأيضاً صورة من صور تخفيف شدة الموقف المحيط به ووسيلة لتهدئة التوتر النفسي في مثل هذه المواقف الغريبة عليه.
- **الحدة والعنف:** حيث يثور لأتفه الأسباب، ويلجأ لاستخدام العنف ولا يستطيع التحكم في المظاهر الخارجية لحالته الانفعالية.
- **التقلب والتذبذب:** يلاحظ ذلك حين يقع الشاب في موقف اختيار، نجده في مدى قصير يتقلب في انفعالاته، ويتذبذب في قراراته الانفعالية، بين الغضب والاستسلام، وبين السخط والرضا، وبين الإيثار والأنانية، وبين المثالية والواقعية. وهي كلها مظاهر لقلقه وعدم استقراره النفسي. (1)

2 - الخصائص الإيجابية:

- **مرحلة قابلة للنمو والبناء:** ينظر إلى الشباب في المرحلة الأولى من حياته على أنه يتمرد على السلطة ولكن النظرة الواقعية توضح أن الشباب لا يتمرد على السلطة كسلطة بل يتمرد على الأسلوب المستخدم من هذه السلطة لمقابلة احتياجاته وآماله.

1- ماجد الزيود، المرجع السابق، ص38.

- **مرحلة نفسية وسلوكية:** ليس الشباب مرحلة عمرية من سن إلى سن معينة ولكنه مجموعة من الصفات النفسية والسلوكية التي يتصف بها الفرد فيكتسب صفة الشباب وتجعله قادرا على التعلم وتكوين العلاقات .
- **مرحلة قادرة على الإنتاج:** يؤمن مجتمعنا بأن الشباب طاقة قادرة على الإنتاج عن طريق ممارسة فعلية للحياة يكتسب خلالها تجاربه الاجتماعية والاقتصادية ، فالشباب بطبيعته قادر على الإنتاج ثم إنه طاقة مركبة قادرة على النمو بالمهارات الجسمية واليدوية المختلفة .
- **مرحلة قابلة للتوجيه:** قد ينظر للشباب على أنه فرد مثير للمشكلات ولكن على المجتمع أن يوجه هذه الأفعال بصورة اجتماعية مقبولة وطبيعة الشباب ليست إشكالا إنما المجتمع الناجح هو الذي يستطيع توجيهه لجدية الشباب وقدراته نحو التعقل والاتزان بالرعاية المستمرة.
- **مرحلة الحياة الجماعية:** رغم ما للشباب من قدرات وميول ورغبات تختلف عن غيره فينمو تفاعله مع الآخرين أي أنه لا يكون قادرا على الاكتساب لصفاته الاجتماعية والصحية كذلك سلوكه دون أن يعيش مع جماعات، وبدون المجتمعات لا يستطيع الشاب أن يصبح مواطنا اجتماعيا. ⁽¹⁾

ويمكن تقسيم هذه الفترة إلى مراحل فرعية لها خصائصها ومميزاتها :

أولا: مرحلة ما قبل المراهقة (من العاشرة إلى الثالثة عشر):

تمتاز هذه المرحلة بتغيرات تدريجية ثابتة، وشعور متزايد في الأذواق والميول ويبدو أثره بصورة عامة في العلاقات المتبادلة مع أفراد الأسرة والمدرسة، والصغار في هذه

¹ - عبد المنصف حسن رشوان، مرجع سبق ذكره، صص(7،8).

المرحلة أوثق ارتباطا بالأسرة ويميل الصغار إلى الأصدقاء ونواحي النشاط عند الأشبالي والكشافة.

وكذلك أهم ما يميز هذه المرحلة : بزوغ الجماعة المنظمة وقياسها في حياة الكائنات الإنسانية باعتبارها علاقة موجهة يستطيع الفرد عن طريقها القيام بدور إيجابي في المجتمع وأنا في هذه المرحلة لا نستطيع تفهم الفرد إلا إذا تفهمنا طبيعة الجماعات المنظمة التي ينتمي إليها ويشترك في نشاطها .

ثانيا: مرحلة المراهقة (من الثالثة عشر إلى السابعة أو الثامنة عشر):

مرحلة المراهقة من أخطر مراحل النمو التي يمر بها الشباب لأنها فترة النمو السريع المتواصل الذي يصاحبه تغيرات وتطورات في جميع جوانب الشخصية ، فالجوانب الجسمية يصبح بها طفرة النمو فيزداد الطول والوزن زيادة سريعة ، ويبدأ الشباب في الاهتمام بالقوة الجسمية والمظهر المناسب الذي يساعده على تدعيم علاقاته واكتساب مكانته وكذلك التغيرات العقلية حيث تزداد القدرة على التعلم وتزداد القدرة على التغيير أو التفكير كما تمتاز هذه المرحلة بالفضول والاستطلاع ، وطموح الشباب في هذه المرحلة غالبا ما يكون فوق الطاقة .

أما التغيرات الانفعالية حيث يكون الانفعال قويا وعنيفا وفي نفس الوقت يتصف بعدم الثبات والتناقض وكذلك بالحساسية والانفعالية الزائدة.

أما التغيرات التي تحدث في الجوانب الاجتماعية فأهمها عدم فهم الكبار للمراهقين وسوء العلاقات بينهم مما يدفع بهم إلى الهروب من الأسرة والانضمام إلى جماعات الكبار من الزملاء والأصدقاء ففيها قد يجد المراهق المكانة الاجتماعية ويلعب أدوار الزعامة والقيادة وأن يكون من الصعب الحصول عليها داخل الأسرة .

ثالثا: الشباب المبكر " مرحلة النضج" (من الثامنة عشر إلى الثانية والعشرون):

وتمثل فترة انتقال من المراهقة إلى الرشد، فالنمو الجسمي والعقلي والانفعالي هو نتيجة خبرات المراهق المبكرة ومن ثم نلاحظ وجود نسبة كبيرة من الفروق الفردية ومن الناحية الجسمية يستمر صغار الراشدين في نموهم وفي النضج الكامل والتوازن العضلي ، ويتخلصون من اضطرابات المراهقة ويحققون التوافق والتناسق العام ، كما أنهم أقل تعرضا للأمراض الخطيرة بالنسبة لأحوالهم الصحية في السن الأخرى .

وفي هذه المرحلة يمارس الشباب حقهم في اتخاذ القرارات الهامة والخطيرة في حياتهم دون ضغط أو إكراه من الكبار المحيطين بهم بعد أن أصبحوا كبار مثلهم يشاركونهم الاهتمام بالأمر والمسائل الهامة التي يهتم بها الكبار وكانوا قبل ذلك يمنعون من التدخل فيها.

وبذلك يخرجون من نطاق سيطرة الأسرة ويستكملون استقلالهم الاجتماعي على تكوين أسرة جديدة في بيت جديد وبذلك يكتمل استقلالهم.⁽¹⁾

مما سبق يمكن بلورة خصائص مرحلة الشباب في العناصر التالية:

1. القابلية للنمو والبناء الذاتي.
2. التمرد والثورة على السلطة والتهور أحيانا.
3. مرحلة بها ارتباط شديد بين الجانبين السيكولوجي والسلوكي.
4. الحيوية والابتكار والطاقة المتنوعة.
5. القدرة على الإنتاج.
6. القابلية للتوجيه في ضوء مفهوم مؤدي هذا التوجيه والأسلوب المستخدم.
7. الميل للحياة الجماعية.

¹ - عبد المنصف حسن رشوان، مرجع سبق ذكره، ص ص (10،8).

8. نمو جسمي يتأثر بالمستويات الاقتصادية والاجتماعية.
9. نمو انفعالي يتأثر بالمستويات الاقتصادية والاجتماعية.
10. التجاوب مع الآخرين.
11. سرعة التأثر بالمؤثرات الخارجية.
12. التقليد السريع في السلوكيات بدون وعي أو تعمق في فهم الشيء المقلد.
13. التذبذب وعدم الاستقرار.
14. تنوع الميول والاتجاهات.
15. الانطلاق والمرح في الأنشطة.
16. التطرف في الفكر و السلوك والاتجاهات.
17. الاستمرار في مراحل الطفولة والمراهقة.
18. الرغبة في المناقشة والحوار وإبداء الرأي.
19. يلجأ إلى إشباع عاطفة اعتبار الذات.
20. لا يحب الولاء والانتماء للأسرة أو الجماعات المنضم إليها.
21. الجنوح: كالجريمة والإدمان والانحراف السلوكي بأشكال متعددة.
22. يعيش بين اتجاهين للصراع (إقدام وإحجام)،(الصغروالكبير)،(الحرية والمسؤولية)،(الانطلاق والتقييد)... إلخ.
23. يرغب في تحمل المسؤولية مع عدم القدرة على القيام بها.
24. يميل إلى التقمص لنماذج معينة.

25. متقلب المزاج والأهداف والطموحات.⁽¹⁾

المطلب الثالث: الشباب والقيم الاجتماعية

ينطلق الاهتمام بقضايا الشباب كظاهرة عالمية من الاعتراف بما لديهم من مكانة مميزة في بناء المجتمع المعاصر ، ومما لهم من تأثير في مكوناته في مختلف المجالات ، لذا فقد بات من الضروري الاهتمام بأزمات الشباب ودراسة ما يحملون من قيم .

وتكمن أهمية الشباب بالنسبة للمجتمع فيما يمثله الشباب من مصدر للتجديد والتغيير ، ونظرا لكون قيم الشباب في مضمونها وجوهرها متعلمة ومكتسبة من خلال البيئة والثقافة السائدة في المجتمع، فإن دراستها مسألة في غاية الأهمية ، سيما وأن عالمنا المعاصر يشهد تغيرات متسارعة وتطورات متلاحقة وتأتي أهمية دراسة القيم لدى الشباب كذلك في أنها تتعلق بشريحة اجتماعية هامة لكل المجتمعات ، ولقد حظيت دراسة القيم لدى الشباب باهتمام العديد من الدارسين والباحثين ولا سيما في منتصف الستينات من القرن الماضي وبدايات القرن الحالي .

ويتحدث علماء الاجتماع المعنيين بدراسة الشباب عن مفهوم جديد هو «ثقافة الشباب» ، وهم يقصدون بذلك أن الشباب يمثل مرحلة من مراحل النمو الإنساني لها ثقافتها الخاصة التي تعبر عن مجموعة من القيم والاتجاهات والآراء وأنماط السلوك التي تحظى بالموافقة والقبول من تلك الفئة العمرية والاجتماعية (فئة الشباب) .

وفي هذا الصدد يؤكد " بريك " (Brake) أن مرحلة الشباب تميل إلى تطوير نسق ثقافي خاص بهم يعبر عنه بمفهوم ثقافة الشباب تلك الثقافة التي تعبر عن تحد صريح لقيم المجتمع وثقافته العامة، بل وللنظم والأنساق الاجتماعية السائدة فيه، أي أن الثقافة الفرعية للشباب تنطوي على شكل من أشكال الانحراف عن الثقافة العامة للمجتمع، وذلك لأن الأشخاص الذين ينجذبون لجماعات مرجعية ذات ثقافة فرعية يختارون من بينها ما يحتوي

1- عبد المنصف حسن رشوان، مرجع سبق ذكره، صص (10،11).

على صور أكثر جاذبية للتراث وحلولا للمشكلات البنائية أكثر وضوحا وهؤلاء الأشخاص الذين يتبنون تفسيرات الثقافة الفرعية غالبا ما تكون لهم منظورات مختلفة للواقع الاجتماعي.

ويركز الاتجاه الاجتماعي على الشباب كمرحلة للأدوار والتجارب والصراع والمواقف الجديدة، حيث تأخذ ملامحه في الحياة المستقبلية بالابتعاد عن العلاقات التي سادت شخصيته خلال الطفولة. وهي المرحلة-أي الطفولة- التي يتعهد بها المربي بالأساليب التربوية البعيدة عن القسر ، بينما مرحلة الشباب هي مرحلة النضوج ومحاولة الخروج عن القواعد والثوابت.

أي أن الشباب في المنظور السوسولوجي حقيقة اجتماعية أكثر منها ظاهرة بيولوجية أو نفسية . وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي بصورة واضحة.

إن الشباب مرحلة يدرك فيها الفرد المنظومة التقليدية والقيمية ، وما تمثله من توقعات على أدواره الحياتية المختلفة حيث تتحدد بموجبها الحقوق والواجبات والتفاعلات ونمط العلاقات الاجتماعية التي ينخرط بها الفرد (1).

المبحث الثاني: الفضائيات العربية واتجاهات تأثيرها على واقع الشباب في الجزائر

من البديهي أن الفضائيات مثل وسائل الإعلام الأخرى تقدم المعلومة كما تقدم الترفيه وتؤدي دورا هاما في نقل التراث وتعزيزه، ولكن هذا لا يعني أن هذه الوعود التي تحملها الفضائيات لا تحوي بين جناباتها بعض المحاذير والتهديد من حيث أدائها، خاصة بعد التنوع الذي عرفته في برامجها بين نشرات الأخبار و برامج ثقافية ومنوعات ودراما وغناء وترفيه يعتمد على الإثارة والإغراء الغرائزي. والشباب الجزائري كغيره من الشباب أصبح شديد التأثر بهذه البرامج حيث أصبحت تشكل آراءه وأفكاره ومواقفه أكثر من أي وقت مضى مما سيؤدي إلى تحطيم بناء وثقافة المجتمع الجزائري والمجتمعات العربية والإسلامية الأخرى.

المطلب الأول: نظريات التأثير

• **نظريات التأثير:** هناك العديد من النظريات التي اختصت في مجال تأثير وسائل الإعلام على الأفراد نورد بعضها فيما يلي:

أ.نظرية الاستخدامات وإشباع الرغبات: تقوم على مبدأ أن الدوافع النفسية هي التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين، فأصبحت بذلك رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام هي الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها. فعليه قمنا بطرح السؤال التالي:

ما مدى ما تحققه وسائل الإعلام من إشباع للفرد بعد تعرضه لها؟.

إن الإجابة على هذا السؤال تقودنا إلى نظرية الاستخدامات والإشباع التي تبحث عن العلاقة بين الاستخدام والإشباع أي دراسة العلاقة بين محتوى الإعلام والمتلقين. وفي معظم البحوث كانت دراسة أحد الجوانب البحثية في الكشف عن هذه العلاقة دراسة "هيرتاهيرزج" عام 1944 التي استهدفت الكشف عن إشباعات مشاهد المسلسلات اليومية من خلال اختبار متعمق. وتوصلت إلى تصنيف هذه الإشباعات إلى إشباعات عاطفية، تهتم بتحليل العواطف و الأحاسيس بالإضافة إلى أنها أحد أشكال المتعة، بجانب تقديمها النصيحة للقارئ، ووجدت أن الرضا والإشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها.

وبتطور الأبحاث وتواصلها كشف الباحثون من خلال هذه النظرية عن ثلاثة أسباب تدفع بالجمهور إلى الإقبال على التلفزيون وهي: التعويض، تحقيق الرغبة، وأخيرا النصيحة.

* التعويض: يتم ذلك من خلال إيجاد فرد أو شخص عبر برنامج معين، يدعم أفكارنا عن طريق الدعوة إليها أو القيام بها مباشرة وبالتالي فإن هذا الشخص المحصور داخل الصندوق الصغير يمثل أفكارنا فنرى أنفسنا فيه.

* تحقيق الرغبة: إن الإقبال على مشاهدة التلفزيون يعطي للفرد إحساسا بتحقيق رغباته نوعا ما، وذلك من خلال رؤيته لأناس يتواجدون في بيئة يود أن يكون فيها وبالتالي يمنح الفرد

الفرصة للتخيل. فقد وجد "ماكويل" في العديد من الدراسات أن هناك قدرا من الاتفاق بين مختلف الباحثين فيما يتعلق بطبيعة ومستويات التعرض والإشباع في استخدام وسائل الإعلام يظهر عند الأفراد فيما تحققه هذه الوسائل من حاجات مرتبطة بالظروف الاجتماعية والنفسية للأفراد .

* النصيحة: إن عرض التلفزيون لبعض البرامج التي قد تحمل حلا لمشكلة ما، أو تعالج قضية ما، قد يجيب على سؤال يدور في ذهن الفرد أو يجعله مستعدا إذا ما تعرض لنفس الموقف.⁽¹⁾

ب. **نظرية الإمتاع واللهو:** يختلف "ستيفنسون" عن كل من "لازارسفيلد" و"ولبرشرام" في تحديد وظائف الإعلام عموما، حيث يرى "لازارسفيلد" أن للإعلام ثلاثة وظائف تتمثل في: وظيفة تشاوريه، ووظيفة تقوية الأعراف، إضافة إلى الوظيفة التحذيرية. ويرى "ولبرشرام" أن وظائف الإعلام هي: وظيفة المراقب، ووظيفة سياسية، ووظيفة تعليمية. في حين يشير "وليام ستيفنسون" في نظرية اللعب أو الإمتاع و اللهو إلى أن المستقبل يشعر بالاستغراق والمتعة فيها، حيث أن التسلية في نظره تشكل جزءا كبيرا وهاما، كما دعا وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية عامة إلى ضرورة الاهتمام بتكوين الذوق العام والفنون والآداب عامة، وفي تحليله لنظريته بين "ستيفنسون" أن الإيقاع الاتصالي يسير على أساس فترات من الإعلام هي التوتر تليه فترات من الإمتاع تمثل الهدوء و الاسترخاء ، فالبرنامج الناجح - حسب رأيه- يحتوي على الأخبار السياسية والتعليقات حول الأحداث، تليه البرامج الموسيقية والغنائية والتمثيلية وغيرها حيث أن الفترات الإمتاعية تريح المستمعين والمشاهدين⁽²⁾

المطلب الثالث: حجم التأثير و اتجاهاته

بدأ وصول الرسالة الإعلامية العربية بطريقة محدودة في البداية مقارنة بالبحث الأرضي، ومن ثم كان تأثيرها محدود وحسب دراسة أجراها مركز الدراسات الإستراتيجية في الجامعة

¹ - محمد فلحي، صناعة العقل في عصر الشاشة، دار الثقافة للنشر والتوزيع: الأردن، 2002، ص ص(84،85).
² - محمد فلحي، المرجع السابق، ص85.

الأردنية في عمان فان نسبة 95.6% من السكان لديهم أجهزة تليفزيون. ولكن هناك نسبة 12.6 % من السكان لديهم أجهزة التقاط الفضائيات العربية وغيرها .

كما وجدت الدراسة إن الإنتاج المحلي الأردني يجذب إليه نسبة 56% من السكان الأردنيين مقارنة مع نسبة 17.5 % للفضائيات.

إلا أن هذه النسب تغيرت على نحو كبير بحكم رخص أسعار مستقبلات الرسائل الإعلامية الفضائية خاصة مع المرحلة الرقمية -بديلا لنظام الانالوج في الاستقبال -حتى وصلت التقديرات الآن إلى أن عدد المشاهدين العرب وصل الآن إلى نحو 71 مليون مشاهد.

ومن ثم فان حجم تأثير الإعلام الفضائي بات مؤثرا في نسبة كبيرة من سكان المنطقة، خاصة مع استخدام البث الفضائي 04 قنوات محلية.

ومن خلال الدراسات والبحوث الميدانية ، التي أجريت في المنطقة العربية وعلى عينات متعددة ومتنوعة من الشباب العربي والمراهقين ،وفي إطار ما سبق إيضاحه من تقسيم أنماط البث الفضائي ورسائلها الإعلامية على مستوى الهوية الحضارية يمكن القول بان الفضائيات العربية التي يتزايد قدرتها على التأثير لم تنجح في مواجهة البث الفضائي العولمي وإنما جاءت في إطاره .

بالجمال يمكن القول بان هذه التأثيرات كالتالي :

2. التأثير على الهوية :

تعمل بعض القنوات الفضائية العربية تمثل رسالة تتمسك بالهوية العربية والإسلامية في المنطقة ،في موادها الإعلامية وهو ما تحرص عليه بعض القنوات الإخبارية والعامية ،غير ان القنوات التجارية تلعب دورا مؤثرا في طمس هذه الهوية وإحلال هوية معولمة لا ترتبط لا بالقيم ولا المفاهيم السائدة في المنطقة.

3. التأثير على السلوك الاجتماعي :

تعددت مجالات التأثير على السلوك الاجتماعي ، حيث هذه القنوات والمشاهد التي تبث فيها قد ترافق مع ظهور حالات من الخلل الاجتماعي لم يكن معروف وجودها في المجتمعات العربية .

كما أشارت دراسات أجريت على عينات من الشباب ، ان هذه القنوات الى انتشار الرزيلة وإظهار سهولة ارتكابها وتعويد المشاهد على وسائل محرمة كالحلوة والمغازلة وإظهار المخدرات والخمور وكأنها أمور عادية غير محرمة ،وتقديم الجريمة والعنف وإظهار إبطالها قدوة وزعزعة عقيدة الإسلام في نفوس المشاهدين والتشكيك فيها والاعلانات الخليعة التي تستخدم المرأة والطفل بصورة غير لائقة وتزيد من الاستهلاك ،وتقديم العواطف بشكلها الشهواني وإقبال النساء على الأزياء العصرية والواردة في برامج الموضة التي لا تتناسب مع المجتمع العربي الخ...

لقد أثارت برامج تلفزيون الواقع من المشاكل والاستياء بين السر والمسؤولين في المدارس لأنها تتسبب في تدني المستوى التحصيلي بشكل ملحوظ لدى بعض الطلبة وخاصة الطالبات اللاتي تهتمن بكل صغيرة وكبيرة من تفاصيل البرامج التي تدعو وبصورة علنية إلى الخروج من التقاليد العربية المحتشمة والعادات المألوفة فهو جزء من الظاهرة تبني القنوات الفضائية العربية لأفكار المجتمعات الغربية .

وتطبيقات على ارض الواقع بهدف تدمير الشباب العربي يقصد أو بدون قصد وغرس قيم وسلوكيات لا معنى لها ليصبح فردا غير مبال سوى بالأمور التافهة ويفقد الاتزان والوعي ،فمثل هذه البرامج وغيرها تعتمد على الربح فقط مما جعل المعلمات ينادين بإيقاف مثل هذه البرامج التي تدمر عقول الطالبات .⁽¹⁾

4. التأثير على اللغة:

¹ - برامج "تلفزيون الواقع" متهمه بتدني التحصيل التعليمي -الامارات :جريدة لبنان -2004/3/9

تلعب الفضائيات دورا هاما في التأثير على اللغة ونموها وطريقة استعمالنا لها، إذ تزودنا بمصطلحات جديدة، بعضها من لغات أجنبية وبعضها الآخر من لهجات محلية، ولا يغيب عن بالنا الدور الإيجابي الذي تلعبه الفضائيات في التأثير على اللغة المحكية اليومية، هذا التأثير الذي أصبح يقرب بين اللهجات العربية ويجعل الإنسان العادي قادرا على فهم أخيه العربي مهما بعدت المسافات وهذا ما ساعد في تكوين ما يسمى باللغة الوسطى التي أصبحت اليوم لغة الإعلام.

وعن التأثير السلبي للقنوات العربية والعولمة بصفة عامة على اللغة يقول الدكتور عبد الملك الدناني: "أن اللغة العربية هي أول ما تستهدفه العولمة، لأنها أهم مقومات الهوية الثقافية للأمة العربية وتتعرض اللغة العربية إلى تشويه متعمد تساهم بعض الفضائيات في جزء كبير من هذا التشويه...ولذلك يؤكد مسؤولو القنوات الفضائية في اجتماعات اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية، على ضرورة الاهتمام باللغة العربية والحفاظ عليها، والسعي إلى تعزيز استخدام اللغة العربية الفصحى في برامج الفضائيات ولا سيما فيما يتعلق بالبرامج والأنشطة الثقافية والدينية.⁽¹⁾

كما تعد الفضائيات أدوات للإعلام والتثقيف ونشر المعرفة وتعميم نفعها، ويفترض أن تولي من خلال برامجها تقويم لغة الجمهور العربي، وتعمل على الارتقاء بها، وإثراء الحصيلة اللغوية لهذا الجمهور، ومن المفترض أن تسخر برامج الفضائيات لخدمة الجمهور المستهدف، وأن يكون المذيع التلفزيوني في الفضائيات العربية معيارا للصواب اللغوي⁽²⁾

إن الحفاظ على اللغة العربية لا يعني عدم نموها ولكن حمايتها من تدهور مستواها وخصوصا في الأداء الإعلامي الذي بات تأثيره طاغيا على لغة الإنسان وخاصة لغة الشباب، وصار من الضروري العمل على حماية اللغة العربية لضمان مستوى أدائها وخصوصا في الأداء المحكي في الإذاعة والتلفزيون، ويمكننا أن نلاحظ بعض الفضائيات العربية تعتمد اللهجة المحلية في الأداء وفي أسماء البرامج مثل : طاش ما طاش، الفهامة، شوف

¹ - عبد الملك الدناني، مرجع سبق ذكره، ص 172.

² - عبد الملك الدناني، مرجع سبق ذكره، ص 173.

وطوف، صايح بحر، ميدو مشاكل، بني ادم شو. وبهذا تركز بعض الفضائيات العربية التجزئة القطرية لأنها تقدم برامجها باللغات المحلية، وهي غير مفهومة لدى الآخرين، وتعكس أيديولوجية كل قطر، وأكدت دراسة قامت بها منظمة الألكسو على أن وحدتنا اللغوية في برامج التلفزيون لا تقوم إلا على (7%) تقريباً من مجموع الكلمات العربية التي نستعملها بينما نحن مختلفون بنسبة تتجاوز (93%) من المادة اللغوية، إذ تشكل اللهجات الدارجة بمستوياتها المختلفة الجانب الأعظم في لغة الحوار والبرامج الترفيهية⁽¹⁾.

وفي هذا الصدد يقول الدكتور سامي الشريف بأن: "استخدام القنوات الفضائية العربية للهجات المحلية في تقديم برامجها، في حين يقل استخدام اللغة العربية الفصحى والتي كان من الممكن أن تكون القنوات الفضائية أفضل الأوعية التي تعيد الحياة لها على السنة المشاهدين العرب، فمع انتشار الفضائيات العربية أصبحت اللهجات العربية أكثر شيوعاً في إطار الرغبة في تأكيد وجود الثقافات الفرعية داخل الثقافة العربية، الأمر الذي يقوض أحد أسس الوجود العربي ذاته، ويدعم تناحر الثقافات العربية الفرعية⁽²⁾."

وفي السياق ذاته تناولت جريدة الخبر الجزائرية مقالا عن اللهجات المحلية في الفضائيات العربية حيث جاء فيه: «نكتشف في إطلالة قصيرة على قنوات روتانا الفنية المتخصصة، أن أغلب الرسائل الهاتفية مع غلاء التسعيرة ودون احتساب الرسوم جزائرية الجنسية، ويكفي متابعة شريط الإهداءات المارة أسفل شاشة "روتانا موسيقى" لدقائق، للتأكد من ذلك على اعتبار أنها محررة بلغة فولتير أو بعربية ركيكة وحروف لاتينية، بطريقة جزائرية محضة ولا تتوقف الرسائل الهاتفية الجزائرية عند حدود الإهداء، بل تتعداه إلى تبادل كلام خاص جداً، يخذش الحياء أحياناً، تحول "الشفرة" الجزائرية دون تفكيك القائمين على القناة رموزها وطلاسمها المعقدة⁽¹⁾».

وفي ضوء الانفتاح غير المحدود للبث الفضائي المباشر على بني البشر، بلغات أهل الأرض، يمكن أن تنشأ للناس لغة جديدة فيها مفردات عربية وإنجليزية وفرنسية، من قبيل

¹ - عبد الملك الدناني، مرجع سبق ذكره، ص 173.

² - سامي الشريف، مرجع سبق ذكره، ص 327.

الترويج لمظاهر عولمة البث الفضائي، والذي يحدث من خلال تأثيرات المسلسلات والأفلام العربية والمذبذبة، ونطق بعض الألفاظ الأجنبية في البرامج العربية في بعض الفضائيات العربية، مثل كلمة

(ok) الإنجليزية و(bravo) الفرنسية.⁽²⁾ وكلمات أخرى لا يعرف الشباب معناها ولكن يتداو لونه بينهم مثل: HIP HOP... وغيرها من الكلمات.

كما تساهم الفضائيات العربية في تهميش اللغة العربية، من خلال تقديم معظم البرامج الأجنبية على الشاشات العربية من دون ترجمة إلى اللغة العربية، ففي الفضائيات اللبنانية مثلا يلاحظ أن معظم البرامج الأجنبية لا تعرض ترجمة عربية مع البرامج.⁽¹⁾ وكذلك القناة الفضائية الجزائرية CANAL ALGERIE التي تبث أغلب برامجها باللغة الفرنسية دون ترجمة عربية لهذه البرامج.

إن غرس اللغة السليمة في نفوس الناشئة منذ الطفولة يعد عاملا مهما في المحافظة على لغتنا العربية قوية متماسكة، وعصية على الانكسار أمام محاولات السيطرة والتذويب اللغوي والثقافي والتاريخي، ولذا يجب تكريس برامج للأطفال والشباب لخدمة اللغة العربية من خلال إدراج أكبر قدر ممكن من مفردات اللغة العربية للحفاظ على كيانها وديمومتها، وحتى لا تساهم الفضائيات العربية في انهيار ركائز لغة القرآن الكريم، وتخلخل قواعد لغة الأمة العربية المستمدة من تراث وتاريخ العرب والمسلمين.

4 : تأثير على اللباس

لقد ساهمت وسائل الإعلام بشكل كبير في نشر الموضة خاصة التلفزيون ، الذي يلعب دورا فعالا في التأثير على نمط لباس النساء الجزائريات و هذه حقيقة لا يمكن التنازل عنها، وهذا التأثير كان محدودا بداية الأمر بسبب قلة انتشار هذا الجهاز وصعوبة اقتنائه، كذلك ظهور الهوائيات المقعرة وتعدد القنوات الفضائيات.

¹ - جريدة الخبر، يوم الخميس 21 ماي 2009 ، العدد 5641، ص24.

² - عبد الملك الدناني، مرجع سبق ذكره، ص173.

لهذا كان لا بد من غزارة وتدفق البث الإعلامي مثل: حصص عرض الأزياء ومجلات المرأة...، فيعتبر الباحثون أن ارتباط وسائل الإعلام بهذه الظاهرة أي الموضة ليس إلا صناعة متكاملة تدر أرباحا طائلة على صانعيها، حيث تقوم وسائل الإعلام خاصة منها التلفزيون بالتشهير لبغض الألبسة التي يصممها كبار مصممي الأزياء الأوربيين، خاصة مع بروز قنوات تلفزيونية خاصة بالموضة ودور الأزياء مثل قناة FACHION المتخصصة في عرض آخر صيحات عالم الموضة وعروض الأزياء.

حتى الدول العربية الإسلامية تبث مثل هذه البرامج وصارت تخصص حصص كاملة للموضة، وهذه الحصص تولى الأهمية للجديد في عالم الموضة والإبداعات الجديدة في اللباس كقناة MBC، المرأة العربية، مسايا...⁽¹⁾

وجاء في جريدة الخبر الجزائرية مقال حول تأثير الفضائيات العربية على اللباس الجزائري للمرأة تحت عنوان: "فتيات يزوجن بين الحجاب وآخر موضة الجينز" بقلم الصحفي "سعيد خطيبي". ويقول فيه أن الشباب الجزائري يميل إلى الفضائيات الناطقة باللغة العربية، ويتوقف عند تجربتين تلفزيونيتين فضائيتين لا يمكن التغاضي عنهما، ممثلة في قناة اقرأ ذات التوجه الديني المحافظ، وبقناة قنوات روتانا التي تجمع بين مختلف أشكال الفنون السمعية البصرية هاتان التجربتان صارتا تقفان في مواجهة تنافسية تجارية حادة حقيقية على أقمار "عربسات" و "نايلسات" وحتى "هوت بيرد" وتكشف الإحصاءات الرسمية أن الطبقة الأكثر متابعة لشاشات روتانا و اقرأ في الجزائر تتمثل أساسا في طبقة النساء اللواتي لا تتعدى أعمارهن عتبة الأربعين سنة، كما تفيد المعاينة الميدانية التي قام بها الصحفي أن مشاهدات "اقرأ" أنفسهم يشكلن جمهور قنوات روتانا، خصوصا قناة روتانا موسيقى.

ويضيف الصحفي في مقاله أنه يصعب الجمع بين النقيضين، إلا أن الحقيقة لا يمكننا إدراكها والتماسها سوى من خلال النزول فعلا إلى الشارع وملاحظة التناقضات

¹ - نفس المرجع السابق، ص174.

الصارخة التي صارت تطبع سلوكيات جزائريات يجمعن بين الحجاب وآخر مواضع الجينز وأخرى يزاوجن بين الحجاب ومساحيق الزينة مما يمنحهن مظهرا يصعب تحديد هويته الحقيقية يجمع بين المتمسك بالأصل "لباس المرأة في الإسلام" و "الابتداع" نتيجة التأثير بحمي "موضة" آخر الكليبات.(2)

ولم تؤثر الفضائيات العربية على لباس الشابات فقط بل حتى الشبان أصبحوا يقلدون الموضة حتى ولو كانت خطأ و ضد دينهم، حيث أصبح الرجال يتشبهون بالنساء في لبس الحلي والإكسسوارات، ويلبسون ملابس تحمل شعارات كفر مثل ما تحمله بعض الأقمصة مثل: wor ship satan (أنا أعبد الشيطان) ، وكذلك صور الجمجمة وغيرها التي هي من صنع عبدة الشيطان، وكذلك بنطلونات "طيحني" (تحت الخصر) وهي مأخوذة من السجون الأمريكية وكذلك ما هو مكتوب في أقمصة الفتيات: Bitch (باغية)، I lost my virginity (فقدت عذريتي)، sister for sale (الأخت للبيع).(3)

والتي لا يعرف الشباب معناها ولكن يلبسونها لأنهم رأوا المغني الفلاني يلبسها ، ويتجاهلون العادات والتقاليد الخاصة بهم وما جاء به الرسول عليه الصلاة والسلام من أحاديث وآيات يحرم فيها التشبه بلباس الكفار، وتشبه الرجال بالنساء والعكس.

وحول نفس الموضوع قامت الصحيفة الأردنية "الحقيقة الدولية" بإجراء تحقيق استقصائي حول تأثير الفضائيات العربية على اللباس الخاص بالشباب وذلك مع كافة الجهات ذات العلاقة ومنهم أستاذ علم الاجتماع الأسري بجامعة مؤتة الدكتور "حسين محادين" حيث أكد للحقيقة الدولية أن هذا النوع من السلوك يعتبر من السلوك الجمعي الذي سببه حالة من الخواء الذي عجزت المؤسسات الشبابية والتعليمية عن ملئه وإقناع الشباب لأن ليس كل ما هو من الغرب يمكن أن يليق بنا وبعاداتنا وتقاليدنا وديننا. ويشير "محادين" إلى أن المؤسسات الشبابية قد أخفت كثيرا في إشباع حاجة الشباب من

1 - نسيمه مزيان، اللباس النسائي في الجزائر العاصمة من التقليدي إلى المعاصر، تحقيق مصور لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال، معهد الإعلام: الجزائر، 2007، ص11.

2 - جريدة الخبر، يوم الخميس 21 ماي 2009، العدد 5641، ص24.

3 - www.arefe.com

تأثيرات العولمة وأن وسائل الإعلام البصرية العربية و الإسلامية مع الأسف لعبت دورا سلبيا وكانت أكثر إغراء للشباب فكان لها دور كبير في تخريب الشباب. وبين "محادين" أن الذي نشهده هذه الأيام من مغالاة الشباب في لباسهم بطريقة غير لائقة لمجتمع كمجتمعنا المحافظ هو نتيجة حتمية ومنطقية للفراغ الذي يشهده شبابنا مبينا أن على المؤسسات الشبابية والتعليمية أن تعي أن الشباب شركاء في هذا المجتمع فمشاركتهم في جميع الميادين من شأنه أن يخلق شبابا واعيا ويعرف ما يصلح له وما لا يصلح.

من جهته أكد أستاذ علم الشريعة الإسلامية في الجامعة الأردنية د. "أحمد العوايشة" للحقيقة الدولية أن الشريعة الإسلامية أباحت للمسلم كل شيء ضمن أنظمة وقوانين وسمحت له أن يلبس ما يشاء من لباس ضمن شروط الحشمة والأدب وأن يراعي المسلم إخفاء عوراته فالمقصد من اللباس الشرعي هو الحشمة والابتعاد عن الانحلال الأخلاقي والتخنث وعدم التشبه بالغرب لقوله صلى الله عليه وسلم : «من تشبه بقوم فهو منهم» وبين الدكتور أن اللباس يجب أن يكون منسجما مع العادات والتقاليد والأعراف وأن لا يخدش الذوق العام.

وفي السياق ذاته أكد أمين عام المجلس الأعلى الإعلامي الدكتور "أمجد القاضي" للحقيقة الدولية أن وسائل الإعلام لها تأثير في شتى مناحي الحياة وأن انتشار الفضائيات و الانترنت لعب دورا كبيرا في التحكم بطريقة لباس وتفكير الشباب، وبين "القاضي" أن هذه موضة عابرة وسوف يمر عليها وقت وبعد ذلك تتلاشى فكل جيل يأتي ومعه موضته وتستغل شركات التسويق العابرة للقارات هذا الشيء في جعل الشباب يشترون منتجاتها، لافتا إلى أن الإعلام وللأسف لم يؤدي دوره الإيجابي في تثقيف الشباب وحث المؤسسات التربوية والتعليمية على أداء دورها في تربية شباب الجيل القادم.⁽¹⁾

لقد جاءتنا الفضائيات وكنتيجة لعدم الاستخدام المناسب لها بعدة سلبيات ممكن أن تحطم بناءات وثقافة المجتمع العربي منها:

*** نشر ثقافة الإباحية:** لقد أصبح الإعلام المبتوث فضائياً في بعض بلداتنا نسخة عن الإعلام الغربي، حيث لا نجد في بعض معلوماته غير المتابعات السطحية وبرامج اللهو الخليع التي تزيد في سطحية التفكير وضالة العقل وتقتل روح المعرفة والعلم والإبداع والمسؤولية، وتحوله إلى فرد غير مسؤول عن أفعاله وغير مبال بالقيم والإرث الديني الإسلامي والأخلاق، فاليوم نرى أن العديد من القنوات العربية التي بدأت تتسابق على إرضاء الجمهور العربي وخاصة الشباب واجتذابه لهم بأية صورة من خلال بث المواد التي تتعارض مع التنشئة الاجتماعية العربية وخاصة البرامج المحملة بفضائل الإثارة الجنسية والغريزية والتي قد لا نجدها حتى في القنوات الأجنبية.

*** نشر ثقافة الشعور بالنقص:** لقد بات الفرد العربي ينبهر بكل ما يأتيه من الخارج عن طريق ما يشاهده عبر الفضائيات العربية يستهدف في ذلك إشعار العرب بالنقص والعجز تجاه الغرب وآلياته المتطورة والهائلة.

*** نشر ثقافة العنف:** وقد بدت هذه الثقافة واضحة من خلال تجسيدها في بعض المواد المعروضة في الفضائيات فهناك العديد من الأفلام التي تحمل في طياتها العنف والذي من الممكن أن يؤثر بشكل كبير على المشاهد خاصة المنهمك بكثرة المشاهدة لأفلام العنف.

*** نشر ثقافة الاستهلاك:** إن الإطلاع بشكل غير مناسب والتأثر بما يعرض على القنوات الفضائية العربية له أثر كبير في ازدياد حدة الاستهلاك وخاصة في ما تلعبه الإعلانات والدعايات من دور مؤثر في ذلك، فالفرد يحاول أن يصل إلى مستوى ما يراه عبر هذه الفضائيات فيلجأ إلى الإسراف المبالغ به دون ترتيب منطقي لاحتياجاته.

*** نشر الثقافة المضادة للقيم الإسلامية:** بلا شك وجود المواد الإباحية والمواد التي تعرض على العنف والاستهلاك والشعور بالنقص ستؤدي إلى إضعاف المعتقدات الدينية

وتشويهها. فالفضائيات اليوم وفي أغلبها تهدف إلى زعزعة الدين الإسلامي ونشر المواد اللا أخلاقية والهادفة إلى إلغاء الهوية المسلمة.⁽¹⁾

وبما أن الثقافة بمعناها العام تشمل القيم والعادات والتقاليد وأنماط السلوك، سنقوم بتفصيل كيفية تأثير الفضائيات العربية على كل منها:

1. العادات والتقاليد:

تعكس العادات والتقاليد طبيعة النظام الاجتماعي السائد في مجتمع من المجتمعات، ويزداد التمسك بالتقاليد في المجتمعات البدائية والمتخلفة والفقيرة، فالتقاليد لدى هذه المجتمعات هي خير الزاد والتقوى، وتتميز الشعوب وخاصة ذات التاريخ العريق، التي تنتمي إلى موروث ثقافي اجتماعي خاص بها من العادات والتقاليد باحترامها لتلك العادات والتقاليد وتعلقها بها، وغالبا ما تكون هذه العادات والتقاليد عصية على التغيير.⁽²⁾

ولكن نتيجة لتطور وسائل المواصلات والاتصال ووسائل الإعلام خاصة القنوات الفضائية تمكن الناس من الاطلاع على معتقدات الشعوب المختلفة وأخلاقياتها وتقاليدها لما فيها من تناقض وتصارع أحيانا.

وكما قال المفكر "مختار التهامي": أن أجهزة الإعلام هي المسؤولة عن دحض هذه العادات والتقاليد واقتلاعها من جذورها. حيث أصبحت في رأيه تؤثر تأثيرا كبيرا وبالغ الخطورة على الرأي العام، بل إن هناك بعض الجهات التي تتقن استغلال هذه القيم والعادات لتوجيه الرأي العام توجيهها يتفق مع مصالحها ومآربها وخاصة في المجتمعات القليلة الحظ من التعليم والثقافة.⁽³⁾

إذ استطاعت وسائل الإعلام الحديثة (الفضائيات) أن تطأ التقاليد، وتشوه الأنماط الاجتماعية وتزعزع عادات ترفع إلى مئات السنين وممارسات حضارية كرسها الزمن.

¹ - www.alrafdean.com

² - العبد عاطف عدلي، مرجع سبق ذكره، ص 21.

³ - العبد عاطف عدلي، مرجع سبق ذكره، ص ص (22،23).

ويشير "دانييل بل" إلى أن «أصول البث عبر القنوات الفضائية يمكن أن تخلق نوعا من الاضطراب الاجتماعي، وعدم الاستقرار في العلاقات الاجتماعية التقليدية خاصة في دول العالم الثالث، فضلا عن ظهور معتقدات متطيرة غير ثابتة وخلق وضع تصبح فيه المشاعر الذاتية أكثر أهمية من الالتزام الاجتماعي، ويظهر التأثير جليا على فئة الأطفال والشباب خاصة»⁽¹⁾.

2. القيم والسلوك:

يشير "دانييل بل" إلى أن وصول البث الفضائي المباشر إلى البيوت سيؤدي إلى حدوث تغييرات عميقة في القيم الاجتماعية، وأن عمليات انتقال القيم من مجتمع إلى آخر ستكون بسهولة ويسر بحيث يمكن الحديث مستقبلا عن مجتمع معلومات عالمي.⁽²⁾

حيث وجد الشباب أنفسهم أمام تيارات متعددة تبذل قصارى جهدها، وتسخر كافة إمكانياتها للتأثير على قيمهم وسلوكياتهم من خلال الثقافات المنقولة إليهم عبر الفضائيات وخاصة العربية منها.

ففي الوقت الذي تهاجم فيه القنوات العربية مثيلاتها الأجنبية بدعوى تهديدها لعناصر ومقومات ثقافتنا العربية الإسلامية، وتقديمها لمواد تتنافى مع قيمنا وأخلاقنا وتراثنا الحضاري، فإن بعض القنوات الفضائية العربية تقدم بين برامجها ما هو أكثر خطورة وتهديدا لتلك القيم والأخلاقيات، فالمتابع لبعض قنوات الأغاني الفضائية العربية لا يكاد يلمس فارقا كبيرا بين ما تقدمه تلك القنوات من كلييات فاضحة، وبين ما تقدمه القنوات الإباحية.⁽¹⁾

إن استمرار هذه الوسائل (الفضائيات) في غرس القيم الأجنبية في منطقة من المناطق يترتب عليها محو للقيم المحلية لهذه المناطق على المدى البعيد، وغرس أنماط جديدة من السلوك والقيم الاجتماعية، فانشغال أفراد الأسرة بالتعرض لهذه القيم الأجنبية يقلل من فرص

¹ - نجية رحمانى، مرجع سبق ذكره، ص 29.

² - إياد شاكر البكري، مرجع سبق ذكره، ص 252.

الاهتمام بالواقع، ويتحول التعرض لدى نسبة غير قليلة إلى الهروب من الواقع بدلا من مواجهته. والشباب هو المستهدف بالدرجة الأولى من هذا التيار المعادي لطبيعته الراضية ورغبته في الحصول على المعرفة من أي طريق وفي أن يختار بنفسه قيمه وسلوكياته.

وكما هو ملاحظ فإن معظم المحطات الفضائية لا تقدم سوى البرامج التي تعمد إلى الإثارة والعنف وتحريف الأخبار وترويج كل ما هو تافه. وهذا ما سيؤدي بالضرورة إلى التأثير في سلوك وتصرفات الناس وخاصة الشباب، لأن تلك البرامج تعد بمثابة سموم موجهة للمشاهد العربي والإسلامي تسعى لنقل القيم الاجتماعية والأنماط السلوكية التي لا تنسجم وطبيعة الحياة العربية والإسلامية.² خاصة فيما يعرض من مسلسلات وأفلام لأنها لا تتطابق مع الواقع الحقيقي، فهي تجسد المواقف أكثر من اللازم وكثيرا ما تبالغ في الإيجابيات أو السلبيات. وأثبتت الدراسات أن الأولا د هم أقوى أثرا من البنات بالسلوكيات المعروضة في الأفلام والمسلسلات فهم يستمتعون بمشاهدة أفلام العنف والكراتيه والجريمة وغيرها التي تشجع السلوك الاجتماعي السلبي.⁽³⁾

إن ما تقدمه الفضائيات العربية يحمل قيما وعادات وأنماط سلوكية تترك آثارها على الفرد والمجتمع على المدى البعيد وخاصة الشباب لرغبتهم في الاطلاع على كل ما هو جديد ، فهناك آثار اجتماعية ايجابية كتتمية القدرة على التخيل لدى الشباب وتبيين دور كل من الولد و البنت في الحياة و كذلك تنمية القيم الاجتماعية الايجابية لدى المشاهد، فهناك الكثير من البرامج التي تبث في القنوات الدينية تحت على بر الوالدين و تقديم الخير للمحتاجين ، و تبصرهم بأمر دينهم ، و تجيب على استفساراتهم و تحذرهم من أخطار البرامج غير المفيدة. لكن بالرغم من هذه الايجابيات إلا أن هناك آثارا سلبية تساهم في حدوثها الفضائيات العربية بما تبثه من برامج العنف و الجريمة و القيم الغربية عن مجتمعاتنا و التي تعزز الروح الفردية و تؤدي إلى تنميط القيم و محاولة جعلها واحدة لدى البشر في المأكل و الملبس و العلاقات الأسرية ، وفي كل ما يتصل بحياة الإنسان الفردية و الجماعية .

1 - سامي الشريف، مرجع سبق ذكره، ص 327.

2 - إيداد شاكر البكري، مرجع سبق ذكره، ص ص (253، 255).

3 - محمد زكريا عبد العزيز، التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين، مركز الإسكندرية: الإسكندرية، 2002، ص

معتمدة في ذلك على طرق و أساليب مقننة ورثتها الفضائيات العربية عن فضائيات أجنبية تهدف إلى القضاء على المجتمعات العربية و الإسلامية.

المطلب الرابع: رؤية إعلامية لمضامين الفضائيات العربية:

- 1/ تعود أسباب إقبال الشباب على برامج الفضائيات العربية إلى:
 - صعوبة انتقاء المتلقي للبرامج بين وفرة المنتج الإعلامي .
 - ميول الشباب الى متابعة البرامج التي تبثها القنوات الأجنبية "الإعلام الوافد".
 - الفجوة المعلوماتية بين ما يعرف في دول الشمال المتقدم والمخرجات .
 - تقييد الشباب لثقافة العرب في الدول العربية.
 - غياب التوعية والجودة في المضامين الإعلامية مما دفع الشباب للتوجه الى قنوات أجنبية للبحث على الترفيه والتسلية .
 - بالإضافة إلى مواكبة التطور وكذلك سبب وجود هستيريا الموضة، مع الانبهار بثقافة الغرب.
- الخطاب لإعلامي الأوحده الذي لا يلبي كل تنوع، فالشباب يبحثون على ذلك في الفضائيات.
- ففي ظل العولمة انبثقت خصوصيات الدول وأصبحت الفضائيات أمر واقع وتأثيرها واضح، لكن المطلوب كيف نتكيف مع الظروف، ويجب أن تكيفنا الظروف.
- 2/ باعتبارها وسيلة اتصال وتقارب بين الشعوب والأفراد، تكمن حدودها في:
 - أن تبقى وسيلة اتصال وتعارف وتبادل، لا وسيلة في خدمة السياسات والأهداف والمصالح،
 - كما تبقى وسيلة تفيد الأفراد لإيصال العلوم والمعرفة والتطلع على مختلف ثقافات الشعوب، وبطبيعة الحال في إطارها الإيجابي.
- 3/ المشاكل التي يمكن أن تثيرها الفضائيات العربية:

كما أسلفنا تأثيرها جلي في شتى نواحي الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية وحتى الدينية، تنتشر الأفكار، ومؤداها غالبا إلى التفريق والتشتيت، فهي تفرق أكثر مما تجمع لأن الغاية تجارية والخلفيات مجهولة، ولعل من أبرز الآثار الناتجة عن ذلك:

* الغزو الثقافي.

* الانحلال والانحراف الخلقي.

* التشجيع على الابتذال.

* تكوين أجيال غير منضبطة أخلاقيا.

* التفتت والتشتت داخل المجتمعات الإسلامية.

* إثارة النزعات والغرائز.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

وقبل التطرق للجانب التطبيقي، سوف نعطي لمحة عن القناة mbc1 موضوع البحث
الدراسة

المبحث الاول: لمحة موجزة عن قناة mbc

مركز تلفزيون الشرق الأوسط (mbc) هي شركة تلفزيونية عربية سعودية يمتلكها السعودي وليد البراهيم، تقوم ببث قنوات تلفزيونية متنوعة ترفيهية وغير ترفيهية مجاناً. مقرها الرئيسي يوجد حالياً في دبي وتحديداً مدينة دبي للإعلام.

قنوات مجموعة MBC

معنى اسم mbc

اسم (mbc) إم بي سي هو اختصار لـ: Middle East Broadcasting Center والتي تعني: مركز تلفزيون الشرق الأوسط.

mbc 1

بدأ مركز منارة (تلفزيون) الشرق الأوسط منذ بداية التسعينات مع بداية بث mbc (تعرف الآن باسمها الجديد وهو mbc 1) كأول محطة تلفزيونية فضائية مفتوحة يمتلكها القطاع الخاص، تبث على مدار الساعة. وقد بدأ بثها بتاريخ 18 سبتمبر 1991. وقد كان مقرها يقع بمدينة لندن، المملكة المتحدة. وكانت تقدم برامج ترفيهية وإخبارية أصبح لها مشاهدون كثيرون في جميع أرجاء الوطن العربي. بدأت القناة منذ سنة 2010 بعرض برامج أجنبية بصورة عربية مثل: Arab Idol (محبوب العرب) و The Arabs Got Talent و Voice.

mbc FM

في عام 1994، أطلقت المحطة الإذاعية mbc FM التي تقدم الموسيقى الخليجية والعربية وأيضاً برامج مسابقات والغاز ومناقشة قضية تخص المجتمع كل صباح. في عام 2002، انتقل مقر مركز منارة (تلفزيون) الشرق الأوسط إلى إمارة دبي، الإمارات العربية المتحدة، وبالتحديد في مدينة دبي للإعلام. وعملت على توسيع نشاطاتها وتدشين محطات جديدة متخصصة في أمور معينة.

mbc 2

في عام 2003 تم إطلاق mbc 2 التي كانت ولا تزال متخصصة في عالم السينما والأفلام الأجنبية، وخصوصاً الأمريكية منها. وكان أول فيلم عرضته فيلم جومانجي. العربية

في نفس العام وتحديداً في 3 مارس 2003 وتزامناً مع دخول القوات الأمريكية وقبل بضعة أيام على سقوط بغداد (2003)، أطلقت قناة العربية الفضائية وهي محطة إخبارية تعتبر رائدة في هذا المجال ساهم في نجاحها امتحانها الأول بتغطيتها حرب إحتلال العراق الذي قدمت فيه أفضل ما لديها. وتبث على مدار الساعة. بالإضافة إلى نشرات الأخبار، تعرض البرامج التحليلية واللقاءات مع كبار الشخصيات السياسية وغير السياسية، وكذلك البرامج الوثائقية. ومن ابرز برامجها العين الثالثة ومهمه خاصه وصناعة الموت وبصراحه. وقد ظهرت بعد منافستها قناة الجزيرة الفضائية. يذكر ان العديد من وجوه تلفزيون BBC الذي كان يبث سابقا وانقطع لعدة سنوات ليعود الآن العديد من وجوه يعملون في قناة العربية إضافة إلى الجزيرة.

mbc 3

سرعان ما أطلقت في عام 2004 (أي بعد حوالي عامين) محطة جديدة متخصصة في البرامج والمسلسلات الكرتونية للأطفال وهي mbc 3، بعد أن أدركت المجموعة بأن 40% من مشاهديها أعمارهم تقل عن 15 عاماً. فجاءت المحطة لتستهدف الجيل الجديد من المشاهدين صغار السن، وذلك عن طريق بث المسلسلات الكرتونية والبرامج الجديدة للأطفال والفقرات المباشرة بين الحين والآخر التي يتناوب على تقديمها 3 قنيتان احدهما سعودية والأخرى فلسطينية وأخرى مصرية وشاب سعودي يدعى مهند. من أشهر المسلسلات التي تعرض فيها: يوجي (Yu-Gi-Oh)، وسلاحف النينجا، ولوني تونز (Looney Tunes)، وبات مان (Batman)، والفتى أسترو (Astro Boy).

mbc 4

في عام 2005 أطلقت قناة جديدة وهي MBC 4 مخصصة للبرامج والمسلسلات الأجنبية عموماً والأمريكية خصوصاً. وهي بشكل عام باللغة الإنجليزية ولكنها في كثير من الأحيان مترجمة إلى العربية.

بعض برامجها

تعرض القناة أشهر البرامج الترفيهية مثل أوبرا (Oprah)، والدكتور فل (Dr. Phil). والمسلسلات الأخرى مثل بيبر دينيس (Pepper Dennis) وميديم (Medium) وغرفة

الطوارئ ER والعديد من المسلسلات الكوميدية كالسلسلة الشهيرة فريندز. بالإضافة إلى البرامج الإخبارية الحصرية المنقولة في ABC و CBS مثل صباح الخير أمريكا (Good Morning America)، و 60 دقيقة (60 Minutes). والمسابقات المشهورة مثل جيوباردي (Jeopardy)، وعجلة الحظ (Wheel of Fortune). بالإضافة إلى "مجلات أخبار الفنانين" مثل ذي إنسايدر (The Insider)، وإنسايد إيديشن (Inside Edition). وكذلك حفلات توزيع الجوائز الموسيقية والسينمائية. كما تعرض عددا من المسلسلات التركيبة المدبلجة إلى العربية.

بانوراما FM

وفي نفس العام 2005 أطلقت الشبكة قناة إذاعية أخرى وهي بانوراما FM، والتي تستهدف فئة الشباب في كافة أنحاء الوطن العربي. تبث القناة البرامج الحوارية، بالإضافة إلى أحدث الأغاني العربية. وفي وقت قصير استطاعت أن تملك عدداً كبيراً من المتابعين لها.

mbc Action

وأطلقت في 5 مارس 2007 قناة جديدة، وهي قناة mbc Action أو قناة الحركة متخصصة في مسلسلات وأفلام الأكشن ((القتال والشرطة والعصابات)) والمصارعة وبعض البرامج المختصة بالأكشن وبرامج المصارعة الحرة مثل WWE و RAW

mbc Persia

وفي عام 2008 أطلقت mbc Persia، وهي قناة متخصصة في بث الأفلام والبرامج الأمريكية مترجمة إلى اللغة الفارسية.

mbc MAX

وفي يوم 26 أكتوبر 2008 أطلقت قناة mbc MAX المتخصصة بالأفلام الأجنبية المشهورة والأفلام المدبلجة الهندية والأجنبية.

mbc+DRAMA

mbc+DRAMA هي قناة تلفزيونية مشفرة بدأت بثها في 1 فبراير 2009 وهي تبث العديد من المسلسلات الدرامية العربية والمدبلجة خصوصاً التركية، وهي تابعة لمركز تلفزيون الشرق الأوسط.

mbc DRAMA

MBC DRAMA هي قناة تلفزيونية بدأت بثها في 27 نوفمبر 2010 وهي تبث العديد من المسلسلات الدرامية العربية والخليجية ومجانية، وتعرض عددا من المسلسلات التركية المدبلجة إلى العربية، وهي تابعة لمركز تلفزيون الشرق الأوسط.

mbc مصر

انطلقت في 9 نوفمبر 2012، وهي قناة متخصصة بعرض برامج مصرية. ومن أبرز البرامج المقدمة على القناة "جملة مفيدة" للمذيع منى الشاذلي وهو برنامج سياسي يناقش الأحداث السياسية بمصر.

mbc HD

mbc HD قامت المجموعة عام 2011 بإطلاق 7 قنوات من مجموعتها لتبث عبر نظام الجودة العالية HD في خطوة لتحسين نقاوة الصورة تبث القنوات عبر جهاز تكنوسات الخاص بإستقبال قنوات mbc HD. وهي مشفرة بنظام كوناكس ولاتشاهدها الا بجهاز (رسيفر) تكنوسات ورسيفر أبوظبي هيوماكس HD وجهاز OSN فقط. (1)

¹ - www.google.com آخر تعديل لهذه الصفحة كان يوم 16 مايو 2013 الساعة 13:22

المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة

يتناول هذا الفصل من بحث الجانب التطبيقي من الدراسة، حيث قمنا بتحليل بيانات الدراسات الميدانية، وذلك استنادا إلى الاستمارات التي تم توزيعها على عينة بحثية قوامها 60 مفردة ممثلة في طلبة علوم الإنسانية بجامعة الجلفة ، وفي هذا الجزء يتم تبويب المبحوثين في شكل جداول ثم التعليق عليها من أجل الوصول إلى استنتاجات عامة تجيب على تساؤلات الدراسة.

1. التحليل من خلال الجداول البسيطة:

المحور الأول: عادات وأنماط مشاهدة قناة MBC1 الفضائية العربية.

- الجدول رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	العدد	النسبة
ذكر	20	33.33%
أنثى	40	66.67%
المجموع	60	100%

تظهر نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس حيث بلغ الإناث نسبة 33.33% من مجموع المبحوثين، والذكور نسبة 66.67%، وعليه فإن نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور. ويتوافق ذلك مع نسب الذكور والإناث الموجودة في المجتمع الأصلي وذلك للتوصل إلى نتائج مطابقة للواقع.

• الجدول رقم 02: مشاهدة القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية

السؤال رقم 01	العدد	النسبة
دائما	27	45%
أحيانا	33	55%
المجموع	60	100%

تأثير قنوات الفضائيات العربية على الشباب الجزائري

نلاحظ من خلال الجدول أن 55% من المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية العربية أحيانا وهذا راجع إلى انشغالهم بالدراسة. أما باقي المبحوثين والذين يمثلون نسبة 45% يشاهدونها بصفة دائمة.

• الجدول رقم 03: الفترات المفضلة لمشاهدة القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية

السؤال رقم 02	العدد	النسبة %
صباحا	5	8.33 %
مساء	46	76.67 %
ساعات متأخرة من الليل	9	15 %
المجموع	60	100 %

يبين الجدول أن الفترات المفضلة لمشاهدة القناة الـ(MBC) الفضائية العربية عند المبحوثين هي مساء بنسبة 71.25% وذلك لانشغال الطلبة بالدراسة في الفترات الصباحية، أما الأوقات الأخرى المفضلة للمشاهدة فهي في ساعات متأخرة من الليل بنسبة 17.5% وصباحا بنسبة 11.25%.

-الجدول رقم 04: الوقت المستغرق في مشاهدة القناة الـ(MBC) الفضائية العربية

السؤال رقم 03	العدد	النسبة %
أقل من ساعة	6	6.67 %
من ساعة إلى ساعتين	42	70 %
من 2 إلى 4 ساعات	12	20 %
أكثر من 4 ساعات	2	3.33 %
المجموع	60	100 %

- يستغرق أغلبية المبحوثين من ساعة إلى ساعتين في مشاهدة البرامج المعروضة في قناة الـ(MBC1) الفضائية العربية

وذلك بنسبة 70% تليها نسبة 20% ممن يشاهدونها من ساعتين إلى 4 ساعات لتتخفض هذه النسبة إلى 6.67% من مجموع المبحوثين في صنف الذين يشاهدونها لمدة أقل من ساعة، أما الذين يشاهدونها أكثر من 4 ساعات فتصل نسبتهم إلى 3.33%.

المحور الثاني: اهتمام الشباب الجزائري بمشاهدة قناة MBC1 الفضائية العربية؟

- الجدول رقم 05: نمط لمشاهدة القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية

السؤال رقم 04	العدد	النسبة
على انفراد	20	33.33%
مع الأسرة	38	63.33%
مع الأصدقاء	2	5%
المجموع	60	100%

يبين هذا الجدول نمط لمشاهدة القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية حيث نجد أن 58.75% من المبحوثين يشاهدون هذه القنوات مع الأسرة، في حين 37.5% منهم يشاهدونها على انفراد أما الذين يشاهدونها مع الأصدقاء فقد بلغت نسبتهم 3.75%

• الجدول رقم 06: ترتيب البرامج المشاهدة حسب الأفضلية

السؤال رقم 06	العدد	النسبة%
البرامج الإخبارية	10	16.67%
الإعلانات	00	00%
البرامج الثقافية	04	6.67%
البرامج التعليمية	01	1.67%
البرامج الدينية	10	16.67%
البرامج الرياضية	11	18.33%
الأفلام والمسلسلات	20	33.33%
الأغاني والمنوعات	4	6.67%
المجموع	60	100%

تظهر نتائج الجدول أن الأفلام والمسلسلات تحتل المرتبة الأولى عند المبحوثين وذلك بنسبة 33.33% تليها البرامج الدينية بنسبة 16.67% أما البرامج الرياضية فتحصلت على نسبة 18.33% بالإضافة إلى البرامج الإخبارية حيث حازت على نسبة 16.67%، أما البرامج الثقافية فقد وصلت نسبتها إلى 6.67% لتتخلف نسبة الأغاني والمنوعات إلى 6.67% من مجموع المبحوثين أما المرتبة الأخيرة فكانت للبرامج التعليمية بنسبة 1.67% بالرغم من أن أفراد العينة هم طلبة أما الإعلانات فلا تحظى بأي مشاهدة من طرف المبحوثين.

المحور الثالث: تأثير قناة MBC1 الفضائية العربية في الشباب الجزائري.

- الجدول رقم 07: النتائج المترتبة عن مشاهدة القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية

السؤال رقم 08	العدد	النسبة%
تغيير أفكارك وسلوكياتك	18	30%
تغيير المظهر الخارجي	2	3.33%
إهمال العلاقات الاجتماعية	2	3.33%
اكتساب ذوق راقى جديد	22	36.67%
زيادة التمسك بالعادات والتقاليد	12	20%
الابتعاد عن الأعراف والتقاليد	04	6.67%
المجموع	60	100%

من خلال النتائج المبينة في الجدول يتضح لنا أن نسبة 36.67% من مجموع المبحوثين

أثرت فيهم القنوات الفضائية العربية وذلك من خلال اكتساب ذوق راقى جديد، كما قامت بتغيير أفكار وسلوكيات 30% من المبحوثين، وازداد تمسك ما نسبته 20% بالعادات والتقاليد، فيما ابتعد 6.67% من المبحوثين عن عاداتهم وتقاليدهم ، كما أثرت القنوات الفضائية في المظهر الخارجي للمبحوثين وأهملت العلاقات الاجتماعية التي تربطهم بنفس النسبة وهي 3.33%

الجدول رقم 08: مدى التأثير بالشخصيات المعروضة في القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية

السؤال رقم 09	العدد	النسبة %
نعم	26	43.33%
لا	34	56.67%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول المبين نلاحظ أن نسبة 43.33% من أفراد العينة لا يتأثرون بالشخصيات المعروضة في الفضائيات العربية، بينما 56.67% من هؤلاء المبحوثين يتأثرون بالشخصيات المعروضة في الفضائيات.

الجدول رقم 09: نوع تأثر المبحوثين بالشخصيات المعروضة عبر القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية

السؤال رقم 10	العدد	النسبة %
طريقة اللباس	12	20%
تسريحة الشعر	19	31.67%
طريقة الكلام	20	33.33%
أمور أخرى	09	15%
المجموع	60	100%

يوضح هذا الجدول نوع التأثير ويرتبط هذا السؤال بالسؤال السابق حيث أن الأفراد الذين يتأثرون بالشخصيات المعروضة في القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية يتمثل نوع هذا

تأثير قنوات الفضائيات العربية على الشباب الجزائري

التأثر في : طريقة الكلام وذلك بنسبة 33.33% كما يتأثر 20% منهم بطريقة لباس هذه الشخصيات في حين يتأثر 15% من مجموع المبحوثين بأمر أخرى تتمثل في : الأفكار ، طريقة التقديم و الأداء ، تمسك الدعاة بدينهم أما من يتأثرون بتسريحة الشعر فيقدرون ب31.67%.

. - الجدول رقم 10: انشغال أفراد العينة بمتابعة القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية .

السؤال رقم 11	العدد	النسبة %
المطالعة	27	45%
مراجعة الدروس	15	25%
أمر أخرى	28	46.67%
المجموع	60	100%

يظهر هذا الجدول أن نسبة 46.67% من مجموع المبحوثين تشغلهم مشاهدة القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية عن ممارسة أمور أخرى تفيدهم في حياتهم مثل الصلاة، الأشغال المنزلية والنوم.....الخ. أما 45% منهم ينشغلون عن المطالعة كما ينشغل 25% من المبحوثين عن مراجعة دروسهم .

المحور الرابع: رأي الشباب الجزائري في قناة MBC1 الفضائية العربية.

. - الجدول رقم 11: طريقة تقديم البرامج في القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية .

السؤال رقم 12	العدد	النسبة %
مفيدة ومشوقة	23	38.33%
روتينية و مملة	3	05%
عادية	34	56.67%
المجموع	60	100%

تأثير قنوات الفضائيات العربية على الشباب الجزائري

يرى المبحوثين أن طريقة تقديم البرامج في القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية هي عادية و ذلك بنسبة 56.67% تليها 38.33% لمن يرى بأنها مفيدة و مشوقة لتتخفف نسبة الذين يرون أنها روتينية و مملة إلى 05%

- الجدول رقم 12: استفادة المبحوثين من مشاهدة البرامج المعروضة

السؤال رقم 13	العدد	النسبة
نعم	18	30%
لا	01	1.67%
نوعا ما	41	68.33%
المجموع	60	100%

يظهر الجدول أعلاه مدى استفادة المبحوثين من مشاهدة البرامج المعروضة عبر القناة الـ(MBC1) الفضائية حيث كانت أعلى نسبة لإجابة نوعا ما بمعدل 68.33% تليها نسبة 30% لإجابة نعم وفي الأخير إجابة لا بنسبة 1.67% وهذا راجع إلى ما يريده المتلقين من خلال مشاهدتهم لهذه البرامج.

- الجدول رقم 13: مكانة قنوات البث الأرضي مقارنة ب لقناة الـ(MBC1) الفضائية

السؤال رقم 14	العدد	النسبة%
إضافة كبيرة	41	68.33%
إضافة متوسطة	16	26.67%
إضافة قليلة	03	05%
المجموع	60	100%

من خلال آراء المبحوثين يتبين لنا أن القناة الـ(MBC1) الفضائية مقارنة بقنوات البث الأرضي تعتبر إضافة كبيرة وذلك بنسبة 68.33% يليها بنسبة 26.67% لإجابة إضافة متوسطة و في الأخير تعتبر إضافة قليلة بنسبة 05% وذلك نظرا لان القنوات الأرضية لا تلبى احتياجات الشباب المختلفة

- الجدول رقم 14: القيم الثقافية المعروضة عبر القناة الـ(MBC1) الفضائية.

النسبة%	العدد	السؤال رقم 15
70%	42	نعم
30%	18	لا
100%	60	المجموع

يبين هذا الجدول رأي المبحوثين في مدى تكريس القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية لقيم ثقافية عربية عن ثقافتنا الإسلامية وكانت الإجابة بنعم بنسبة 70% مقابل نسبة 30% للذين أجابوا بلا. ويعود ذلك إلى ما نشاهده عبر هذه الفضائيات من قيم لا تمد لثقافتنا وديننا بصلة .

- الجدول رقم 15: عرض القناة الـ(MBC1) الفضائية العربي للمسلسلات و الأفلام التي تروج للعنف و الإثارة و الجنس .

النسبة	العدد	السؤال رقم 16
50%	30	غالبا
41.67%	25	أحيانا
08.33%	05	لا
100%	60	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن 50% من المبحوثين يرون بان القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية تعتمد إلى عرض مسلسلات و أفلام تروج للعنف و الإثارة والجنس في الغالب، في حين يرى 41.67 % منهم بان هذه القنوات لا تقوم ببث مثل هذه الأفلام إلا في بعض الأحيان. بينما يرى 08.33 % بأنها لا تبث أفلام ومسلسلات تروج للعنف... الخ.

- الجدول رقم 16: الموافقة على عرض الأفلام و المسلسلات التي تروج للعنف .

السؤال رقم 17	العدد	النسبة %
نعم	05	08.33%
لا	55	91.67%
المجموع	60	100%

يبين الجدول أن معظم المبحوثين لا يوافقون على عرض الأفلام والمسلسلات التي تروج للعنف و الإثارة والجنس و ذلك بنسبة 91.67 % في حين يوافق 08.33% من المبحوثين على عرض مثل هذه الأفلام والمسلسلات .

- الجدول رقم 17: مشاهدة البرامج التي تتناول مواضيع خاصة بالشباب .

السؤال رقم 18	العدد	النسبة %
نعم	49	81.67%
لا	11	18.33%
المجموع	60	100%

تأثير قنوات الفضائيات العربية على الشباب الجزائري

تظهر نتائج الجدول أن اغلب المبحوثين يحرصون على مشاهدة البرامج التي تتناول المواضيع الخاصة بالشباب بنسبة 81.67% وذلك لأنها تعالج مختلف المواضيع الخاصة بهم بينما 18.33% من مجموع المبحوثين لا يشاهدون مثل هذه البرامج.

- **الجدول رقم 18:** رأي المبحوثين في تأثير برامج بان القناة الـ(MBC1) الفضائية العربي على ثقافة المتلقي .

السؤال رقم 19	العدد	النسبة %
التواصل بين المتلقي وثقافته	17	28.33%
اغتراب المتلقي عن ثقافته	43	71.67%
المجموع	60	100%

تظهر نتائج الجدول أن برامج بان القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية تؤدي إلى اغتراب المتلقي عن ثقافته حيث قدرت نسبته بـ: 71.67% أما المبحوثين الذين يرون أن مشاهدة هذه البرامج يؤدي إلى التواصل بين المتلقي و ثقافته بنسبة 28.33%.

2. التحليل من خلال الجداول المركبة:

- **الجدول رقم 19:** مشاهدة القناة الـ(MBC1) الفضائية العربي حسب متغير الجنس.

السؤال رقم: الجنس (01)	هل تشاهد القناة الـ(MBC1) الفضائية العربي	
	دائما	أحيانا
ذكر	08	12
	40	60
أنثى	13	27
	32.05	67.05
المجموع	21	39
	35	65

تظهر نتائج الجدول أن الاتجاه العام يوجد في العمود الثاني في صنف الذين يشاهدون القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية أحيانا بنسبة 60 % من مجموع المبحوثين، حيث نسجل أكبر نسبة عند الإناث بـ 67.05 % مقابل 65 عند الذكور. لتتخفف هذه النسبة في العمود الأول إلى 35.05 % من مجموع المبحوثين في صنف الذين يشاهدون القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية بصفة دائمة مع فارق ضعيف بين الذكور بنسبة 40 % و الإناث بـ 35 %.

لنخلص إلى أن مشاهدة القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية أحيانا، تكون عالية عند الإناث منها عند الذكور والعكس بالنسبة للمشاهدة الدائمة لهذه الفضائيات.

- الجدول رقم 20: الفترات المفضلة لمشاهدة القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية حسب

متغير الجنس.

السؤال رقم :	ما هي الفترات المفضلة التي تشاهد فيها القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية			الجنس
	صباحا	مساء	س متأخرة من الليل	
(02)	1	9	10	ذكر
	5	45	50	
أنثى	8	28	4	
	20	70	10	
المجموع	9	37	4	
	15	61.67	23.33	

يتضح من خلال الجدول أن الاتجاه العام يوجد في العمود الثاني في صنف الذين يفضلون مشاهدة القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية مساءً بنسبة 61.67 % من مجموع المبحوثين، حيث نسجل أكبر نسبة عند الإناث في العمود الثاني بنسبة 70 % مقابل 45 % عند الذكور.

وتتراجع هذه النسبة في العمود الثالث إلى 23.33 % من مجموع المبحوثين، في صنف الذين يفضلون مشاهدة القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية في ساعات متأخرة من الليل، مع فارق كبير بين الذكور بنسبة 50 % والإناث بنسبة 10 %.

أما في العمود الأول فتصل نسبة المشاهدة إلى 15 % في صنف الذين يفضلون مشاهدة القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية صباحاً، حيث نجد أعلى نسبة عند الإناث 20 % بينما الذكور تقدر نسبتهم بـ 5 %.

وبالتالي نخلص إلى أن الفترات المفضلة لمشاهدة القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية تكون مساءً بأكثر نسبة عند الإناث منها عند الذكور، والعكس بالنسبة لمشاهدتها في وقت متأخر من الليل، أما بالنسبة لمشاهدتها صباحاً فهي عالية عند الإناث مقارنة بالذكور ويعود ذلك لانشغال المبحوثين بالدراسة في الفترة الصباحية وهذا ما يفسر إقبالهم على المشاهدة في الفترة المسائية.

- الجدول رقم 21: الوقت المستغرق في متابعة القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية حسب متغير الجنس.

السؤال رقم :	كم من الوقت تقضيه في متابعة القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية			
	أقل من ساعة	من ساعة إلى ساعتين	من ساعتين إلى 4 ساعات	أكثر من 4 ساعات
(03) الجنس	3	11	6	1
ذكر	3	11	6	1
				30%

تأثير قنوات الفضائيات العربية على الشباب الجزائري

%100	5	30	55	15	
%50	3	9	25	3	أنثى
%100	7.5	22.5	62	7.5	
%60	4	15	36	5	المجموع
%100	6.67	25	60	3.33	

يستغرق 60% من مجموع المبحوثين من ساعة إلى ساعتين في مشاهدة القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية ويظهر ذلك في العمود الثاني حيث نسجل أكبر نسبة عند الإناث في العمود الثاني بـ 62.5% مقابل 55% عند الذكور.

لتنخفض هذه النسبة إلى 25% في العمود الثالث في صنف الذين يستغرقون من ساعتين إلى 4 ساعات في المشاهدة مع فارق صغير بين الذكور بنسبة 30% والإناث بـ 22.5%. لتصل هذه النسبة إلى 8.33% في العمود الأول بالنسبة للذين يدوم وقت مشاهدتهم للقناة الـ (MBC1) الفضائية العربية أقل من ساعة مع فارق بسيط بين الإناث بنسبة 30% والذكور بـ 15%.

أما في العمود الرابع نسجل نسبة ضئيلة تقدر بـ 3.8% في صنف الذين يستغرقون أكثر من 4 ساعات في المشاهدة مع فارق ضعيف بين الذكور بنسبة 5% و الإناث بـ 3.33%. ومن خلال هذه النتائج نستنتج أن أغلب الوقت الذي يقضيه المبحوثين في مشاهدة القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية هو من ساعة إلى ساعتين ويظهر ذلك عند الإناث بدرجة عالية والعكس بالنسبة لمدة المشاهدة من ساعتين إلى 4 ساعات، ويكون الفارق ضعيفا بين الذكور والإناث في الأوقات الأخرى.

- الجدول رقم 22: طريقة مشاهدة القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية حسب متغير الجنس.

المجموع	هل تتم مشاهدتك القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية			السؤال رقم:
	مع الأصدقاء	مع الأسرة	على أفراد	الجنس (04)

تأثير قنوات الفضائيات العربية على الشباب الجزائري

20%	2	5	13	ذكر
100%	10	25	65	
40%	00	28	12	أنثى
100%	00	70	30	
60%	2	33	25	المجموع
100%	3.33	55	41.67	

من خلال الجدول يتضح أن الاتجاه العام يوجد في العمود الثاني في صنف الذين يشاهدون القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية مع الأسرة بنسبة 55 % من مجموع المبحوثين، حيث نجد أن أكبر نسبة عند الإناث في نفس العمود بـ 70% مقابل 25 % عند الذكور.

في حين تنخفض هذه النسبة إلى 41.67 % من مجموع المبحوثين في صنف الذين يشاهدون القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية على أفراد، حيث نسجل أعلى نسبة عند الذكور بـ 65 % مقابل 30 % عند الإناث .

لتصل النسبة إلى 10 % من مجموع المبحوثين الذين يشاهدون القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية مع الأصدقاء وهم كلهم ذكور بنسبة 10% في حين لا نجد أي أنثى تشاهد القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية مع الأصدقاء.

نخلص في النهاية إلى أن مشاهدة القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية مع الأسرة تكون عالية عند الإناث منها عند الذكور، والعكس بالنسبة لمشاهدتها على أفراد أما مشاهدة مع الأصدقاء فهي منعدمة عند الإناث. وتتم مشاهدة مع الأسرة لفتح باب النقاش والتحاور حول المواضيع المتناولة، وكذلك للاستمتاع بالمشاهدة وهذا يؤدي إلى متابعة البرامج المفيدة للشباب بوجود الأسرة بدل البرامج الأخرى غير المفيدة . أما بالنسبة للمشاهدة على أفراد فذلك للتركيز أكثر في البرامج المشاهدة وربما لاختلاف أذواق الشباب عن الآخرين ، وكذلك

تأثير قنوات الفضائيات العربية على الشباب الجزائري

لاحتواء بعض البرامج على تصرفات منافية للعادات والتقاليد وإنفراد الشباب في المشاهدة يؤدي بالضرورة إلى العزلة عن المجتمع الخارجي والهروب من الواقع.

- الجدول رقم 23: نتائج القناة الـ(MBC1) الفضائية العربي حسب متغير الجنس.

المجموع	ماذا نتج عن مشاهدتك القناة الـ(MBC1) الفضائية العربي:						السؤال رقم: الجنس (08)
	الابتعاد عن العادات	زيادة التمسك بالعادات	اكتساب ذوق راقى جديد	إهمال العلاقات الاجتماعية	تغيير المظهر الخارجي	تغيير أفكارك وسلوكياتك	
20	01	04	09	00	01	05	ذكر
100	10	20	45	00	05	25	
50	05	06	14	03	02	10	أنثى
100	12.5	15	35	7.5	05	25	
60	06	15	17	05	04	15	المجموع
100	10	06	28.33	8.33	6.67	21.67	

يظهر الجدول أن معظم المبحوثين يرون بأن مشاهدة القنوات القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية ينتج عنها اكتساب ذوق راقى جديد وذلك بنسبة 28.33 % يمثل فيها الإناث أكبر نسبة 35% تليهم نسبة الذكور بـ 45% ، أما ثاني نسبة فتتمثل في المبحوثين الذين يرون أن متابعة هذه القنوات يؤدي إلى تغيير أفكارهم وسلوكياتهم وذلك بنسبة 21.67 % يمثل فيها أعلى نسبة الذكور بـ 25 % والإناث بـ 26% ، لتتخفف هذه النسبة إلى 15 % في صنف الذين يزيد تمسكهم بالعادات والتقاليد، بنفس النسبة عند الذكور والإناث وهي 25 % ، تليها نسبة 10 % ممن يبتعدون عن العادات والتقاليد بسبب مشاهدة القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية ، يمثل فيها الإناث 10% والذكور 3.4 % ، أما تغيير المظهر الخارجي وإهمال العلاقات الاجتماعية فلهما نفس النسبة وتقدر بـ 3.8 % مع فارق ضعيف بين الذكور والإناث في كلتا الحالتين.

لنخلص إلى أن معظم المبحوثين وهم إناث يرون بأن مشاهدة القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية تؤدي إلى اكتساب ذوق راقى جديد ، والعكس بالنسبة لتغيير الأفكار والسلوكيات، ويتساوى الذكور مع الإناث في زيادة التمسك بالعادات والتقاليد.

- **الجدول رقم 24:** التأثير بالشخصيات المعروضة عبر القناة الـ (MBC1) الفضائية

العربي حسب متغير الجنس

المجموع	هل تتأثر بالشخصيات المعروضة عبر القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية		السؤال رقم (09)
	لا	نعم	
20	11	9	الذكور
100	55	45	
40	23	17	أنثى
100	57.5	42.5	
60	34	26	المجموع

تأثير قنوات الفضائيات العربية على الشباب الجزائري

100	56.67	43.33	
-----	-------	-------	--

يتضح من نتائج الجدول أن الاتجاه العام يوجد في العمود الثاني في صنف الذين لا يتأثرون بالشخصيات المعروضة عبر القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية بنسبة 53% حيث سجلنا أكبر نسبة عند الإناث بنسبة 57.5% مقابل 55% عند الذكور أما في العمود الأول نلاحظ انخفاض في النسبة بـ 43.33% بالنسبة للذين يتأثرون بالشخصيات المعروضة عبر القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية إذ نجد الذكور بنسبة 45% بينما الإناث بنسبة 42.5%.

لنستنتج من خلال هذا أن اغلب المبحوثين لا يتأثرون بالشخصيات المعروضة و تكون عالية عند الإناث و العكس بالنسبة للذين يتأثرون بالشخصيات المعروضة فنجدها عالية عند الذكور.

- الجدول رقم 25: نوع تأثر المبحوثين بالشخصيات المعروضة عبر القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية حسب متغير الجنس .

المجموع	هل تتأثر بـ:				السؤال رقم الجنس (10)
	أخرى	طريقة الكلام	تسريحة الشعر	طريقة اللباس	
20	4	10	2	4	ذكر
100	20	20	10	20	
40	5	5	10	16	أنثى
100	12.5	12.5	25	40	
60	9	9	12	20	المجموع
100	15	15	20	33.33	

يتضح من خلال الجدول أن الاتجاه العام يتمحور في العمود الثالث في صنف الذين يتأثرون بالشخصيات المعروضة عبر القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية وذلك من خلال طريقة الكلام بنسبة 31.67 % من مجموع المبحوثين ، حيث أن أعلى نسبة عند الذكور بنسبة 50 % مقابل 22.5 % عند الإناث .

أما في العمود الأول والعمود الرابع فإن الذين يتأثرون عن طريق اللباس وأمور أخرى فهي نسب متقاربة نوعا ما حيث بنسبة 33.33 % مقابل 15 % ونسجل أكبر نسبة عند الذكور في العمود الأول والرابع بـ 20% بينما عند الإناث ففي العمود الأول بدرجة 40% بينما في العمود الرابع بنسبة 12.5 % ، وفيما يخص العمود الثاني فإن الذين يتأثرون بتسريحة الشعر فنسجل نسبة التأثير بـ 20% حيث نجد هذه النسبة عند الذكور أي 10 % بينما الإناث بنسبة 25% .

وفي الأخير نصل إلى أن الذين يتأثرون بالشخصيات المعروضة عبر القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية عن طريق الكلام بأكثر نسبة عند الذكور ، والعكس عند الذين يتأثرون بطريقة اللباس والأمور الأخرى ونذكر على سبيل المثال طريقة التفكير وتقديم وأداء البرامج المختلفة، بينما نجد الذكور يتأثرون من خلال تسريحة الشعر لتكون منعدمة بالنسبة للإناث.

- الجدول رقم 26: انشغال أفراد العينة بمتابعة القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية حسب متغير الجنس.

السؤال رقم: الجنس (11)	هل تشغلك متابعة هذه القناة الـ(MBC1)		
	المطالعة	مراجعة الدروس	أمور أخرى
ذكر	10	4	6
	50	15	30
أنثى	9	16	15

تأثير قنوات الفضائيات العربية على الشباب الجزائري

100	37.5	40	36	
60	21	20	19	المجموع
100	35	33.33	31	

تظهر نتائج الجدول أن الاتجاه العام يوجد في العمود الثالث في صنف الذين يرون أن متابعة القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية تشغلهم عن القيام بأمر أخرى وذلك بنسبة 35% من مجموع المبحوثين، حيث نسجل أكبر نسبة عند الذكور وذلك بنسبة 30% مقابل 37.5% عند الإناث، لتتخفف النسبة إلى العمود الأول بنسبة 31.67% من مجموع المبحوثين في صنف الذين يرون أن متابعة هذه القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية يشغلهم عن المطالعة، ونسجل أكبر نسبة عند الذكور بنسبة 50% تليها نسبة 36% عند الإناث، لتأتي في الأخير نسبة 33.33% في العمود الثاني بالنسبة للمبحوثين الذين يرون أن متابعة القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية يشغلهم عن مراجعة الدروس حيث نجد أكبر نسبة عند الإناث بـ40% أما عند الذكور فهي 15%.

من خلال هذه النتائج نخلص إلى أن متابعة هذه القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية ينجر عنه الانشغال عن أمور أخرى تختلف حسب المبحوثين فمنهم من تشغله عن الصلاة، ومنهم من تشغله عن الأعمال المنزلية وأمور أخرى قد تكون أكثر فائدة من مشاهدة البرامج التافهة.

- **الجدول رقم 27:** رأي المبحوثين في طريقة تقديم البرامج المعروضة في القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية حسب متغير الجنس.

السؤال رقم: الجنس (12)	هل تقدم البرامج المعروضة في القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية بطريقة:		
	مفيدة ومشوقة	روتينية ومملة	عادية
ذكر	8	2	10
	40	10	50

تأثير قنوات الفضائيات العربية على الشباب الجزائري

40	14	1	25	أنثى
100	35	2.5	62.5	
60	24	3	33	المجموع
100	40	5	55	

من خلال النتائج الموضحة في الجدول يتبين أن الاتجاه العام يتركز في العمود الثالث في صنف الذين يرون بأن البرامج المعروضة في القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية تقدم بطريقة عادية وذلك بنسبة 58.33% من مجموع المبحوثين، حيث نسجل أعلى نسبة عند الذكور بـ 50% مقابل 35% عند الإناث.

أما العمود الأول فتتخفف النسبة إلى 55% في صنف الذين يرون بأن البرامج المعروضة في القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية تقدم بطريقة مفيدة ومشوقة وأغلبهم إناث بنسبة 62.5% من مجموع المبحوثين، في حين تقدر نسبة الذكور بـ 40%.
لتصل هذه النسبة إلى 5% في صنف الذين يرون بأن هذه البرامج روتينية ومملة بفارق ضعيف بين الذكور بنسبة 10% والإناث بنسبة 10%.

لنخلص إلى أن أغلبية الذكور يرون بأن البرامج المعروضة في القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية تقدم بطريقة عادية، والعكس بالنسبة للذين يرون بأنها تقدم بطريقة مفيدة ومشوقة بحيث أن أغلبهم إناث، بينما هناك فارق صغير بين الذين يرون بأنها تقدم بطريقة روتينية ومملة. وهذا يرجع إلى كثرة القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية وعدم اهتمامها بالمضمون وطريقة التقديم بل أصبحت تهتم بالكم فقط وتتسارع لجذب اهتمام الشباب والجمهير بصفة عامة.

- **الجدول رقم 28:** الاستفادة من مشاهدة البرامج المعروضة في القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية حسب متغير الجنس.

المجموع	هل تستفيد من مشاهدة البرامج المعروضة في القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية:	السؤال رقم: الجنس
---------	---	----------------------

تأثير قنوات الفضائيات العربية على الشباب الجزائري

	نوعا ما	لا	نعم	(13)
20	12	0	8	ذكر
100	60	0	45	
40	22	1	17	أنثى
100	55	2.5	42.5	
60	34	1	15	المجموع
100	56.67	1.67	30	

يتركز الاتجاه العام في العمود الثالث في صنف الذين يستفيدون نوعا ما من مشاهدة البرامج المعروضة في القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية وذلك بنسبة 56.67% مع فارق ضعيف بين الذكور بنسبة 68.8% والإناث بنسبة 55%.

بينما تصل النسبة في العمود الأول إلى 3530 في صنف الذين يستفيدون من مشاهدة البرامج المعروضة في القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية حيث نجد بأن الذكور يحتلون أعلى نسبة 45% مقابل 42.5% عند الإناث.

وتكاد تنعدم النسبة في العمود الثاني حيث قدرت بـ 1.67% وذلك عند الذين لا يستفيدون من مشاهدة البرامج المعروضة في القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية وهم إناث فقط بنسبة 2.5%.

ومن خلال هذه النتائج نصل إلى أن هناك فارق ضعيف بين الإناث والذكور في الاستفادة نوعا ما من البرامج المعروضة في القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية، بينما تكون الاستفادة عالية عند الذكور منها عند الإناث، في حين نلاحظ أن أنثى واحدة لا تستفيد من البرامج المشاهدة.

- الجدول رقم 29: مقارنة القنوات القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية بقنوات البث الأرضي حسب متغير الجنس.

تأثير قنوات الفضائيات العربية على الشباب الجزائري

المجموع	في رأيك هل القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية مقارنة بقنوات البث الأرضي تعتبر:			السؤال رقم:
	إضافة قليلة	إضافة متوسطة	إضافة كبيرة	(14) الجنس
20	2	4	14	ذكر
100	5	25	70	
40	2	11	27	أنثى
100	5	27.5	67.5	
60	4	16	41	المجموع
100	3.33	26.67	41	

تظهر نتائج الجدول أن القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية تعتبر إضافة كبيرة لقنوات البث الأرضي وذلك بنسبة 41% من مجموع المبحوثين، حيث نلاحظ أن أعلى نسبة عند الذكور بـ 70% والإناث بـ 67.5%. لتتخف هذه النسبة إلى 26.67 في العمود الثاني في صنف الذين يرون أن القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية هي إضافة متوسطة للقنوات الأرضية وذلك بنسبة 27.5% عند الإناث مقابل 25% عند الذكور.

وتصل هذه النسبة إلى 3.33% في العمود الثالث في صنف الذين يرون بأن القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية أضافت إضافة قليلة للقنوات الأرضية، مع فارق ضعيف بين الإناث بنسبة 4% والذكور بنسبة 5%.

من خلال هذه النتائج نستنتج أن نسبة الذكور الذين يرون بأن القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية هي إضافة كبيرة للبث الأرضي، هي نسبة عالية مقارنة بالإناث، والعكس بالنسبة للذين يرون بأنها إضافة متوسطة، ويكون الفارق ضعيفا بين الذين يرون بأنها إضافة قليلة، ومن هنا يتبين أن أغلبية المبحوثين ليس لديهم ولاء لقنوات البث الأرضي بل يفضلون القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية وهذا ما سيؤدي إلى سهولة تأثير القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية في سلوك وعادات وتقاليدهم الشباب الجزائري.

- الجدول رقم 30: سعي القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية إلى تكريس قيم ثقافية غربية عن ثقافتنا العربية و الإسلامية.

السؤال رقم: الجنس (15)	هل تسعى القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية إلى تكريس قيم ثقافية غربية عن ثقافتنا العربية والإسلامية:	
	نعم	لا
ذكر	12	8
	60	40
أنثى	33	7
	82.5	17.5
المجموع	45	15
	75	25

تظهر نتائج الجدول أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول بنسبة 75.5% من مجموع الباحثين الذين يرون أن القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية تكرس قيم ثقافية غربية عن عاداتنا وديننا الإسلامي حيث نسجل أكبر نسبة عند الإناث بـ 82.5% تليها نسبة 60% عند الذكور.

لتنخفض هذه النسبة إلى 25% عند الباحثين الذين يرون أن القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية لا تكرس قيم غربية عن ثقافتنا العربية والإسلامية حيث نجد أعلى نسبة عند الذكور تقدر بـ 40% مقابل 17.5% عند الإناث.

من خلال النتائج المتوصل إليها يمكن القول أن القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية تكرس قيم غربية عن ثقافتنا الإسلامية وهذا حسب رأي أغلبية الإناث الباحثين، وهذا ما هو ملاحظ في قنوات اليوم من أفلام ومسلسلات لا تمت للمسلمين بصلّة نتيجة لما تبثه من قيم تتنافى والقيم الإسلامية، وبالرغم من ذلك فإن عدد معتبر من الذكور يرى العكس.

- **الجدول رقم 31:** عرض القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية للأفلام والمسلسلات التي تروج للعنف والإثارة والجنس حسب متغير الجنس.

المجموع	هل تعتمد القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية إلى عرض مسلسلات وأفلام تروج للعنف والإثارة والجنس:			السؤال رقم: الجنس (16)
	لا	أحيانا	غالبا	
30	3	12	5	ذكر
100	15	60	25	
40	2	16	22	أنثى
100	5	40	55	
60	5	28	27	المجموع
100	8.33	46.67	45	

يرى نصف المبحوثين بأن القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية غالبا ما تروج للعنف والإثارة والجنس وذلك بنسبة 45%، حيث نسجل أعلى نسبة عند الإناث بـ 55% مقابل 25.5% عند الذكور. أما النصف الآخر من مجموع المبحوثين فنجد أن 46.67% منهم يرون بأن القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية تروج للعنف والإثارة والجنس في بعض الأحيان وأعلى نسبة كانت عند الذكور 60% مقابل 40% عند الإناث. أما ما نسبته 8.33% فهو من نصيب الذين يرون بأن القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية لا تروج للعنف... وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالنسب الأخرى، يسجل فيها الذكور نسبة 15% مقابل 5% للإناث.

نستنتج أن القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية غالبا ما تبث أفلام تروج للعنف والإثارة والجنس وهذا حسب رأي نسبة عالية من الإناث، والعكس بالنسبة للذين يرون بأنها أحيانا ما

تروج لمثل ذلك ، مع وجود فارق بسيط بين الذين يرون بأنها لا تروج للعنف والإثارة والجنس.

- الجدول رقم 32: الموافقة على عرض الأفلام التي تروج للعنف والإثارة والجنس حسب متغير الجنس.

السؤال رقم: (17) الجنس	هل توافق على عرض الأفلام التي تروج للعنف:	
	نعم	لا
ذكر	6	14
	30	70
أنثى	0	40
	0	100
المجموع	6	54
	15	90

يتبين من خلال نتائج الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين لا يوافقون على عرض

الأفلام والمسلسلات المروجة للعنف والإثارة والجنس وذلك في العمود الثاني بنسبة 90% من مجموع المبحوثين، حيث نسجل أكبر نسبة عند الإناث بنسبة 100% بينما الذكور بنسبة 70% .

لتنخفض هذه النسبة بدرجة كبيرة في العمود الأول إلى 15% من مجموع المبحوثين وذلك في صنف الذين يوافقون على عرض مثل هذه الأفلام والمسلسلات حيث نجد نسبة 30% بالنسبة للذكور أما الإناث فهي منعدمة تماما.

و بالتالي نخلص إلى أن المبحوثين لا يوافقون على عرض الأفلام والمسلسلات التي تروج للعنف والجنس بأكبر نسبة عند الإناث منها عند الذكور، والعكس بالنسبة للذين يوافقون على عرض هذه الأفلام وذلك من خلال اعتبارها الوسيلة الوحيدة التي تجلب أكبر عدد مشاهدين.

- الجدول رقم 33: مشاهدة البرامج التي تتناول مواضيع خاصة بالشباب حسب متغير الجنس.

السؤال رقم:	هل تشاهد البرامج الخاصة بالشباب:		المجموع
	نعم	لا	
(18) الجنس			
ذكر	16	4	20
	80	20	100
أنثى	23	17	40
	82.5	42.5	100
المجموع	39	21	60
	65	35.5	100

تظهر نتائج الجدول أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول ممن يشاهدون البرامج التي تتناول مواضيع خاصة بالشباب وذلك بنسبة 65% حيث تتواجد أكبر نسبة عند الذكور بـ 80% مقابل 82.5% عند الإناث.

أما العمود الثاني والذي يحتوي على نسبة 35.5% ممن لا يشاهدون البرامج الخاصة بالشباب، فنجد أعلى نسبة عند الإناث بـ 42.5% مقابل 20% عند الذكور.

لنخلص إلى أن مشاهدة البرامج الخاصة بالشباب عالية عند الإناث منها عند الذكور، والعكس بالنسبة للذين لا يشاهدون هذه البرامج. وتعود هذه المشاهدة لوجود بعض البرامج في القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية والتي تناقش مواضيع تعني الشباب العربي.

• الجدول رقم 34: تأثير القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية على ثقافة المتلقي حسب متغير الجنس.

السؤال رقم (19)	هل برامج القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية تؤدي إلى:	المجموع

تأثير قنوات الفضائيات العربية على الشباب الجزائري

الجنس	التواصل بين المتلقي وثقافته	اغتراب المتلقي عن ثقافته	
ذكر	9	11	20
	60	55	100
أنثى	15	25	40
	37.5	62.5	100
المجموع	24	36	60
	40	60	100

يتضح من نتائج الجدول أن الاتجاه العام يظهر في العمود الثاني في صنف الذين يعتبرون أن برامج القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية تؤدي إلى اغتراب المتلقي عن ثقافته بنسبة 60% من مجموع المبحوثين، حيث نرى أن أعلى نسبة عند الإناث بـ 62.5% مقابل 55% عند الذكور.

لنتراجع هذه النسبة في العمود الأول إلى 40% من مجموع المبحوثين، بالنسبة للذين يعتبرون بأن برامج القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية تؤدي إلى التواصل بين المتلقي وثقافته حيث نلاحظ وجود فارق بين الذكور بنسبة 60% والإناث بنسبة 37.5%.

ومن خلال هذا يتضح أن برامج القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية تؤدي إلى اغتراب المتلقي عن ثقافته وذلك بدرجة كبيرة عند الإناث والعكس بالنسبة لتواصل المتلقي مع ثقافته وتفسيرهم لذلك هو ما تتناوله القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية اليوم من برامج لا تمد للإسلام والعرب بصلة.

- الجدول رقم 35: كيفية مشاهدة القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية وعلاقتها بالفترات المفضلة للمشاهدة.

السؤال رقم: (04)	كيفية مشاهدة القناة الفضائية العربية	السؤال رقم: (02)	المجموع

تأثير قنوات الفضائيات العربية على الشباب الجزائري

	مع الأصدقاء	مع الأسرة	على أفراد		
الفترات المفضلة لمشاهدة الفضائيات العربية	0	9	0	صباحا	9
	0	100	0		100
	2	25	10	مساء	37
	5.40	67.57	27.03		100
	1	2	11	ساعات	14
	7.14	14.28	78.58	متأخرة من الليل	100
	3	36	21	المجموع	60
	5		35		100

يتضح من خلال الجدول أن الاتجاه العام يوجد في العمود الثاني عند المبحوثين الذين يشاهدون القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية مع الأسرة وذلك بنسبة 61.67 % من مجموع المبحوثين ، أعلى نسبة فيها للفترة الصباحية بنسبة 100 % تليها نسبة 67.57 % للفترة المسائية وفي الأخير 14.3 % للفترات المتأخرة من الليل، تليها نسبة 37.5 % للأفراد الذين يتابعون القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية على أفراد تنصدرها أعلى نسبة للفترات المتأخرة من الليل بـ 78.6 % ونفس ارتفاع نسبة المشاهدة في الليل عند الأشخاص الذين يتابعون القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية على أفراد بنوم هؤلاء الأفراد في غرف منفردة وكتفسير لارتفاع نسبة المشاهدة مع الأسرة في الفترات المسائية فهو الوقت الذي يكون فيه أفراد الأسرة مجتمعين.

- **الجدول رقم 36:** مقارنة القنوات الفضائية العربية بقنوات البث الأرضي وعلاقته بالاستفادة من مشاهدة الفضائيات العربية.

السؤال رقم: (14)	القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية مقارنة
------------------	---

تأثير قنوات الفضائيات العربية على الشباب الجزائري

المجموع	بقنوات البث الأرضي			السؤال رقم: (13)	
	إضافة قليلة	إضافة متوسطة	إضافة كبيرة		
28	0	4	24	نعم	الاستفادة
%100	%0	%14.3	%85.70		من
1	1	0	0	لا	مشاهدة
%100	%100	%0	%0		الفضائيات
51	2	10	19	نوعا ما	العربية
%100	%6.45	%32.25	%61.30		
60	3	14	43	المجموع	
%100	%5	%23.33	%71.67		

تظهر نتائج الجدول أن أعلى نسبة موجودة في العمود الأول بالنسبة للأفراد الذين يرون بأن القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية مقارنة بقنوات البث الأرضي تمثل إضافة كبيرة وذلك بنسبة 71.67% أعلى نسبة فيها كانت للذين أجابوا بنعم على طبيعة الاستفادة من البرامج المعروضة وتمثل 85.7% تليها نسبة 81.67% للمبحوثين الذين يستفيدون نوعا ما من هذه البرامج في حين انعدمت نسبة الذين لا يستفيدون من هذه البرامج .

وكنتيجة لهذا الجدول تبين لنا أن معظم المبحوثين يرون أن القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية تمثل إضافة كبيرة مقارنة بقنوات البث الأرضي باعتبار أن معظمهم يستفيدون من متابعة البرامج المعروضة في القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية وهذا ما يعني أن المبحوثين يجدون في برامج القناة الـ(MBC1) الفضائية العربي مبتغاهم.

- الجدول رقم 37: الاستفادة من مشاهدة البرامج المعروضة في الفضائيات العربية وعلاقته بطريقة تقديم هذه البرامج.

المجموع	الاستفادة من مشاهدة البرامج المعروضة في القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية			السؤال رقم: (13)	
	نوعا ما	لا	نعم	السؤال رقم: (12)	
28	10	00	18	مفيدة ومشوقة	طريقة تقديم البرامج المعروضة في الفضائيات العربية
100	35.72	00	64.28		
3	01	02	0	روتينية ومملة	طريقة تقديم البرامج المعروضة في الفضائيات العربية
100	33.3	66.6	0		
39	33	0	6	عادية	طريقة تقديم البرامج المعروضة في الفضائيات العربية
100	84.61	0	15.38		
60	34	2	24	المجموع	طريقة تقديم البرامج المعروضة في الفضائيات العربية
100	56.67	3.33	40		

يتضح من خلال الجدول أن الاتجاه العام يوجد في العمود الثالث في صنف الذين يرون أن الاستفادة من مشاهدة البرامج الفضائية يكون نوعا ما وذلك بنسبة 56.67 % حيث تحتوي هذه النسبة على 84.61% ممن يرون أن البرامج المعروضة تقدم بطريقة عادية و33.3% يرون بأن هذه البرامج تقدم بطريقة روتينية ومملة وفي الأخير 35.72% منهم يرون أن البرامج تقدم بطريقة مفيدة ومشوقة، في حين تنخفض النسبة إلى 1.33 % بالنسبة للذين لا يستفيدون من مشاهدة القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية حيث أن 66.7% منهم يرون أنها تعرض بطريقة روتينية ومملة.

من خلال هذه النتائج يمكن أن نستنتج أن الاستفادة من البرامج المعروضة لا تكون بدرجة كبيرة وذلك بسبب الطريقة العادية التي تعرض بها هذه البرامج وهذا حسب آراء معظم المبحوثين، بينما يعود السبب في عدم الاستفادة من مشاهدة البرامج إلى الطريقة الروتينية والمملة التي تعرض بها.

- الجدول رقم 38: عرض القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية لأفلام ومسلسلات تروج للعنف والإثارة والجنس وعلاقته بتكريس قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا العربية والإسلامية.

السؤال رقم :	القناة الـ(MBC1) الفضائية العربي
(15)	تكرس قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا العربية و الإسلامية
	المجموع

السؤال رقم : (16)		نعم	لا
40	4	36	غالبا
%100	%10	%90	عرض الفضائيات العربية لأفلام ومسلسلات تروج للعنف والإثارة والجنس
15	04	11	أحيانا
100	26.67	73.33	
05	05	00	لا
100	33.33	00	
60	13	47	المجموع
100	21.67	78.33	

يظهر من خلال الجدول أن الاتجاه العام في هذا الجدول يوجد في العمود الأول بنسبة 73.33% في صنف الذين يرون أن القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية تكرر قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا العربية والإسلامية حيث نجد أعلى نسبة عند الذين يرون بأن القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية تعتمد إلى عرض أفلام ومسلسلات تروج للعنف والإثارة والجنس في أغلب الأحيان وتقدر بـ 90% وتليها نسبة 73.33% ممن يرون بأن هذه الفضائيات تعرض أفلام ومسلسلات تروج لمثل ذلك في بعض الأحيان وهي منعدمة عند الذين لا يرون بأنها تعرض مثل هذه الأفلام.

لنخلص إلى أن القناة الـ (MBC1) الفضائية العربية تكرر قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا الإسلامية وذلك نتيجة عرضها لأفلام ومسلسلات تروج للعنف والإثارة والجنس.

- **الجدول رقم 39:** الموافقة على عرض الأفلام التي تروج للعنف والإثارة والجنس وعلاقته بالقناة الـ (MBC1) الفضائية العربية وتكرير قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا العربية والإسلامية.

المجموع	الموافقة على عرض الأفلام التي تروج للعنف والإثارة والجنس		السؤال رقم: (17)	
	لا	نعم	السؤال رقم: (15)	
42	39	03	نعم	الفضائيات العربية تكرر قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا
100	92.86	7.15		
18	15	03	لا	الفضائيات العربية تكرر قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا
100	83.3	16.67		
60	54	06	المجموع	الفضائيات العربية تكرر قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا
100	90	10		

تظهر نتائج الجدول أن العلاقة بين السؤالين تظهر في العمود الثاني بنسبة 90 % في صنف الذين لا يوافقون على عرض أفلام تروج للعنف والإثارة حيث أعلى نسبة تظهر عند الذين يقولون بأن القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية تكرر قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا العربية و الإسلامية تليها نسبة 83.3 % بالنسبة للذين يرون بأنها لا تكرر قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا، في حين نلاحظ أن نسبة ضعيفة من المبحوثين توافق على عرض مثل تلك الأفلام وتقدر بـ 10% ويرون الأغلبية منهم أن هذه القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية لا تكرر قيم غريبة عنا.

ونخلص في الأخير إلى أن أغلبية المبحوثين لا يوافقون على عرض الأفلام التي تروج للعنف والإثارة والجنس في القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية لأنهم يرون بأنها تكرر قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا العربية والإسلامية مثل ما تبثه القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية اليوم من برامج كبرنامج ستار أكاديمي والذي يتابعه أغلبية الشباب

الجزائري، بينما هناك نسبة ضعيفة ممن يوافقون على عرض مثل هذه الأفلام وذلك لأنهم لا يرون بأنها تكرر قيم غريبة عن ثقافتنا.

- **الجدول رقم 40:** ما تؤدي إليه مشاهدة برامج القناة الـ(MBC1) الفضائية العربي وعلاقته بتكرير القناة الـ(MBC1) الفضائية العربي لقيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا الإسلامية.

المجموع	برامج القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية تؤدي إلى:		السؤال رقم:	(19)
	التواصل بين المتلقي و ثقافته	اغتراب المتلقي عن ثقافته	السؤال رقم: (15)	
42	32	18	نعم	الفضائيات العربية تكرر قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا العربية و الإسلامية
100	76.20	42.86		
18	09	09	لا	
100	50	50		
60	41	27	المجموع	
100	68.33	45		

من خلال النتائج الموضحة في الجدول يتبين أن نسبة 68.33% من مجموع الباحثين يرون بأن البرامج المعروضة في القناة الـ(MBC1) الفضائية العربي تؤدي إلى اغتراب التلقي عن ثقافته حيث أن 76.20% من الباحثين يرون بأنها تكرر قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا العربية والإسلامية مقابل 50% من مجموع الباحثين يرون بأنها لا تكرر مثل هذه القيم.

لتنخفض هذه النسبة إلى 45% في صنف الذين يرون بأن البرامج المعروضة في القناة الـ(MBC1) الفضائية العربي تؤدي إلى التواصل بين المتلقي و ثقافته بالرغم من أن

أغلبيتهم يرون بأن القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية تركز قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا الإسلامية.

من خلال ما سبق نستنتج أن أغلبية المبحوثين يرون بأن برامج القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية تساهم في اغتراب المتلقي عن ثقافته وحثهم في ذلك هي تكريس القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية لقيم غريبة عن ثقافتنا العربية و الإسلامية ويظهر ذلك من خلال ما نشاهده اليوم في القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية التي أصبحت تقلد كل ما هو غربي ولا تراعي مقومات وعادات المجمع العربي والإسلامي.

تحليل الأسئلة المفتوحة:

-السؤال رقم5: القناة الـ(MBC1) الفضائية العربية الأكثر مشاهدة من خلال النتائج المتحصل عليها من المبحوثين نلاحظ أن القناة الأكثر مشاهدة هي قناة MBC1 وذلك لتنوع برامجها من أفلام وأغاني ومسلسلات وإعلانات... الخ. وهذا يبين أن أفراد العينة يفضلون القنوات المتنوعة البرامج. وتأتي قناة الجزيرة في المرتبة الثانية وهي قناة خاصة بالأخبار وذلك لأنها تطلعهم عما يدور حولهم من أحداث وطنية ودولية ، تليها روتانا سينما و الجزيرة الرياضية .

-السؤال رقم7: أسماء أهم البرامج المشاهدة من طرف المبحوثين البرامج الرياضية: ، صدى الملاعب، البرامج الدينية : خواطر. البرامج الاجتماعية والثقافية: ، كلام نواعم ، ، التفاح الأخضر، البرامج السياسية: الرأي والرأي الآخر،الاتجاه المعاكس، أكثر من رأي. برامج التسلية والترفيه: نورت,اراب ايدل,..... الخ

عرض النتائج المتحصل عليها:

من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها لمعرفة مدى تأثير القنوات الفضائية العربية على الشباب الجزائري ، وانطلاقا من تفسير النتائج المتحصل عليها ، تمكنا من الوصول إلى النتائج الآتية :

- تبين لنا أن معظم المبحوثين يشاهدون القناة الـ (MBC1) أحيانا ، وذلك في الفترات المسائية حيث تدوم مدة المشاهدة من ساعة إلى ساعتين . مع العلم أن مشاهدة هذه القناة تكون مع الأسرة وذلك لفتح باب المناقشة والحوار مع أفراد الأسرة .
- يهتم أغلب المبحوثين بمشاهدة قناة الـ (MBC1) وذلك لطبيعة برامجها المتنوعة من أفلام وأغاني ومسلسلات ... كما تأتي في المرتبة الثانية قناة الجزيرة ، والملاحظ أن معظم المبحوثين يهتمون بمشاهدة الأفلام والمسلسلات التركية .
- ومن بين أهم البرامج التي تحظى بمتابعة كبيرة نجد : صدى الملاعب ، كلام نواعم ،... الخ
- أغلبية المبحوثين تكون درجة تأثيرهم بهذه الفضائية نسبية و يؤدي تعرضهم لها إلى اكتساب ذوق جديد بالرغم من أنهم لا يتأثرون بالشخصيات المعروضة عبر القناة الـ (MBC1) أو الأقلية التي تتأثر بهذه الشخصيات تتأثر بطريقة الكلام فقط .
- وبما أن الفئة المبحوثة هي من فئة الطلبة فإن مشاهدتهم تشغلهم في بعض الأحيان عن مراجعة دروسهم والمطالعة وبعض الأمور الأخرى .
- أغلبية المبحوثين يرون أن طريقة تقديم البرامج في القناة الـ (MBC1) هي عادية، وبالتالي فإن درجة الاستفادة تكون نسبية.
- معظم المبحوثين يعتبرون القناة الـ (MBC1) مقارنة بقنوات البث الأرضي إضافة كبيرة ، وهي حسبهم تسعى إلى تكريس قيم ثقافية غربية عن ثقافتنا العربية الإسلامية .
- أغلبية المبحوثين يرون أن هذه القناة تعمد غالبا إلى عرض مسلسلات وأفلام تروج للعنف والإثارة والجنس ، وهم لا يوافقون على عرض هذه الأفلام والمسلسلات .
- بما أن الأفراد المبحوثين من فئة الشباب فإن أغلبهم تشاهدون برامج تتناول مواضيع خاصة بالشباب
- معظمهم يرى بأن هذه القناة الـ (MBC1) تؤدي إلى اغتراب المتلقي عن ثقافته . ومن خلال ما تقدم ذكره نتوصل إلى النتائج العامة التالية :
- إن معظم المبحوثين يشاهدون البرامج الفضائية العربية في الفترة المسائية وهو الوقت الذي تكون فيه الأسرة مجتمعة .

- معظم المبحوثين يرون أن هذه الفضائية تمثل إضافة كبيرة لقنوات البث الأرضي وهذا ما يفسر استفادة المبحوثين من مشاهدة البرامج بالرغم من أن هذه البرامج تقدم بطريقة عادية.
- بما أن تقوم القناة الـ (MBC1) بعرض أفلام تروج للعنف والإثارة والجنس في أغلب الأحيان ، فإن ذلك يؤدي إلى تكريس قيم غريبة عن ثقافتنا العربية الإسلامية وبالتالي التأثير في ثقافة الشباب وسلوكياته م ، ولكن أغلبية المبحوثين لا يوافقون على عرض هذه المادة الإعلامية الغربية عنا باعتبار أنها تؤدي إلى اغترابهم عن ثقافتهم وقيمهم.

❖ النتائج المتحصل عليها:

- من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها لمعرفة مدى تأثير قناة (MBC1) على الشباب الجزائري ، وانطلاقا من تفسير النتائج المتحصل عليها ، تمكنا من الوصول إلى النتائج الآتية : القناة
- تبين لنا أن معظم المبحوثين يشاهدون القناة (MBC1) أحيانا ، وذلك في الفترات المسائية حيث تدوم مدة المشاهدة من ساعة إلى ساعتين . مع العلم أن مشاهدة هذه القناة تكون مع الأسرة وذلك لفتح باب المناقشة والحوار مع أفراد الأسرة .
- يهتم أغلب المبحوثين بمشاهدة قناة " (MBC1) وذلك لطبيعة برامجها المتنوعة من أفلام وأغاني ومسلسلات ... كما تأتي في المرتبة الثانية قناة الجزيرة ، النهار ، والملاحظ أن معظم المبحوثين يهتمون بمشاهدة الأفلام والمسلسلات وأهمها المسلسلات التركية .
- ومن بين أهم البرامج التي تحظى بمتابعة كبيرة نجد : صدى الملاعب ، ، كلام نواغم ، ... الخ
- أغلبية المبحوثين تكون درجة تأثيرهم بهذه القناة (MBC1) نسبية و يؤدي تعرضهم لها إلى اكتساب ذوق جديد بالرغم من أنهم لا يتأثرون بالشخصيات المعروضة عبر القناة والأقلية التي تتأثر بهذه الشخصيات تتأثر بطريقة الكلام فقط .
- وبما أن الفئة المبحوثة هي من فئة الطلبة فإن مشاهدتهم القناة تشغلهم في بعض الأحيان عن مراجعة دروسهم والمطالعة وبعض الأمور الأخرى .
- أغلبية المبحوثين يرون أن طريقة تقديم البرامج في (MBC1) العربية هي عادية، وبالتالي فإن درجة الاستفادة تكون نسبية.

- معظم المبحوثين يعتبرون (MBC1) العربية مقارنة بقنوات البث الأرضي إضافة كبيرة ، وهي حسبهم تسعى إلى تكريس قيم ثقافية غريبة عن ثقافتنا العربية الإسلامية .
- أغلبية المبحوثين يرون أن هذه (MBC1) تعتمد غالبا إلى عرض مسلسلات وأفلام تروج للعنف والإثارة والجنس ، وهم لا يوافقون على عرض هذه الأفلام والمسلسلات .
- بما أن الأفراد المبحوثين من فئة الشباب فإن أغلبهم تشاهدون برامج تتناول مواضيع خاصة بالشباب
- معظمهم يرى بأن هذه الفضائية تؤدي إلى اغتراب المتلقي عن ثقافته .ومن خلال ما تقدم ذكره نتوصل إلى النتائج العامة التالية :
- إن معظم المبحوثين يشاهدون برامج (MBC1) الفضائية العربية في الفترة المسائية وهو الوقت الذي تكون فيه الأسرة مجتمعة .
- معظم المبحوثين يرون أن هذه القناة الفضائية تمثل إضافة كبيرة لقنوات البث الأرضي وهذا ما يفسر استفادة المبحوثين من مشاهدة البرامج بالرغم من أن هذه البرامج تقدم بطريقة عادية .
- بما أن تقوم (MBC1) بعرض أفلام تروج للعنف والإثارة والجنس في أغلب الأحيان ، فإن ذلك يؤدي إلى تكريس قيم غريبة عن ثقافتنا العربية الإسلامية وبالتالي التأثير في ثقافة الشباب وسلوكياتهم ، ولكن أغلبية المبحوثين لا يوافقون على عرض هذه المادة الإعلامية الغربية عنا باعتبار أنها تؤدي إلى اغترابهم عن ثقافتهم وقيمهم .

❖ التوصيات:

يتضح من خلال ما سبق دراسته أننا أمام وسيلة إعلامية خطيرة في رسالتها ومسؤوليتها تجاه المجتمع بوجه عام ، وتجاه شبابه الذين مازالوا في مرحلة التكوين النفسي والاجتماعي والثقافي ، ومن ثمة يحتاج النهوض بالبرامج التلفزيونية من أجل ثقافة الشباب جهودا واسعة ومكثفة وإمكانات هائلة وتخطيط شمولي علمي ومنهجي سليم ، حيث يمكن أن تقوم هذه البرامج بدور فعال تجاه ثقافة الشباب إذا ما أحسن الاختيار واستغلال إمكاناتها في توسيع مجالات الثقافة ، ومنه تتمثل أهم ملامح الرؤية المستقبلية لهذه البرامج تجاه الشباب في التوصيات التالية :

- 1- تشجيع المواهب والهوايات المختلفة لدى جيل الشباب بملء الفراغ وتوجيههم التوجيه الملائم والسليم .
- 2- الاهتمام بقضايا التعليم التي تخص الشباب والتركيز على أن تتم العملية التعليمية على أساس العقل والمنهج العلمي وليس على أساس الحشو والتلقين.
- 3- محاربة الجهل والأمية في صفوف الشباب لأن الجهل والتخلف يتولد عنه أفكار متطرفة قد تدفع الشباب والمجتمع إلى دوامة العنف والتطرف.
- 4- دراسة المشاكل الاجتماعية السائدة بوسائل البحث الفردية والجماعية ووضع التصورات العلمية لهذه المشاكل .
- 5- غرس القيم الديمقراطية لدى الشباب من خلال تكريس تقاليد النقاش والحوار الحر والديمقراطي وتبادل الرأي بين المجموع العام، ونجاح هذا التوجه يعني تعزيز المفاهيم الديمقراطية في المجتمع ككل.
- 6- نشر الوعي السياسي والثقافي بين جيل الشباب، الذي يمكنهم من الإلمام بأزمات ومشاكل مجتمعهم.
- 7- تشجيع الشباب على الاهتمام بالقراءة والإطلاع وتنمية قدرتهم على الحوار والنقد البناء.
- 8- تحاشي الأحاديث والصور والإعلانات والماد الإعلامية التي تستهدف الإثارة بكل معانيها.
- 9- الابتعاد عن المبالغة في ارتداء الأزياء الثمينة والحلي والتزين بالنسبة للمذيعات وممثلات المسرح والسينما لأنهن عادة ما يكن محل تقليد عدد كبير من الفتيات .
- 10- عدم الإقبال على التقليد الأعمى لكل ما هو وافد من الغرب سواء في مجال الأدب أو الفن أو التقاليد والعادات وآداب السلوك .
- 11- إنشاء قنوات تلفزيونية عربية إخبارية، وحوارتي ذات طابع جاد.
- 12- إنشاء وكالة أنباء عربية تسام في تحرير وسائل الإعلام العربية من التبعية .
- 13- تأهيل القائمين بالاتصال العرب علميا، تدريبهم والعمل على زيادة قدراتهم لإنتاج برامج تشبع احتياجات المواطنين الإعلامية .

