

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

قسم علوم الإعلام و الاتصال.

الفضائيات العربية و دورها في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي

(دراسة ميدانية لعينة من طلبة السنة الأولى ماستر علم الاجتماع)

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة

إشراف الأستاذ :

بوعزيز بوبكر

إعداد الطالبة:

نهلة بوخاري

لجنة المناقشة :

- ..الأستاذ : بلعباس عبد الحميد..... رئيسا
- ..الأستاذ : بوعزيز بوبكر مشرفا و مقرا
- ..الأستاذ : بوحيلة رضوان..... ممتحنا

السنة الجامعية 2015-2016 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

مصداقنا لقوله تعالى ﴿لئن شكرتم لأزيدنكم﴾ >> الآية

06 سورة إبراهيم << نحمد الله ونشكره علي توفيقه لنا

في إتمام هذا العمل البحثي المتواضع ، فالشكر
والتقدير موصول لكل من ساهم من قريب أو بعيد
ونخص بالذكر :

الأستاذ المشرف بوبكر بومريز على نصائحه وإرشاداته

القيمة التي أفادتنا كثيرا في تقديم هذا العمل و
الذي خصنا بكثير من العناية و صبره علينا في إتمام
هذا العمل ،

كما نتقدم ببالغ الشكر والتقدير إلي كل من قدم لنا
يد المساعدة ولو بالكلمة الطيبة ونخص بالذكر أمين
مكتبة قسم علوم الإعلام والاتصال طويل عبد الرؤوف
على مساعدته لنا .

لكم مني فائق الشكر والامتنان .

إهداء

إلى من قال فيهما : "وقل ربني ارحمهما كما ربياني صغيرا"
إلى أجل و أرقبي كلمته ينطق بها لساني موطن الحب والحنان ، إلى من كابدت حياتها وعانت الصعاب
لأصل ما أنا فيه بدعواتها علي (أمي الحبيبة)
إلى الذي أنا رلي درب النجاح ، ويا من زرع فيا الصمود مهما تبدلت الظروف ، إلى الذي أفني عمره من
أجل مراحتي (إليك أبي الغالي)
ما أطيب العيش الر غيد بإخوة سكنوا الفؤاد و بددوا أحزاني سأزدهم حفظ الوداد محبة و عطاء
إليكم إخوتي الأعزاء (عزيز ، فارس ، منير ، وزوجاتهم و إلى أخ العنقود << خليل >> .
إلى سندي في الحياة أثنى (دليلة ، نوال ، شيما)
إلى عصافير البيت الصغار الذين ملأوا البيت أهان بيج البراة (أيهم ، أكرم ، أحمد ، آدم ، آلاء ، لينا) إلى
كل العائلة .

إلى روح جدي الطاهر تين مرحمهما الله ، إلى الروح النقية الطاهرة خالتي مرحمك الله .
إلى صديقتي الغاليات أرجو لكن كل النوفيق والنجاح في مشواركن المستقبلية (حياة ، سمية ، هيبية ،
مرير ، زوليختة ، سلمى ، مونيا ، عائشة ، نوال ، خيرة ، نجاة ، دنيا ، سمية ، عير (المصرية) . . .)
إلى زملائي قسم السنة الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة ، خاصة زملائي بالفوج (02) دفعة 2015-

.2016

إلى من آثر وني علي نفسهم
إلى من أظهر واني ما هو أجل بالحياة
إلى من لم أعرفهم و لم يعر فوني
إلى من أمني أن تبقي صورهم في عيني
إلى كل من نسيت القلم و تذكرهم القلب .

لهله

خطة البحث

مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- 1- الإشكالية
- 2- التساؤلات
- 3- أسباب اختيار الموضوع (الدراسة)
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أهداف الدراسة
- 6- المدخل النظري للدراسة
- 7- نوع الدراسة و منهجها
- 8- أدوات الدراسة
- 9- مجتمع وعينة البحث
- 10- مفاهيم الدراسة
- 11- الدراسات السابقة

الفصل الثاني : البث الفضائي و الفضائيات العربية

- 1.I- البث الفضائي المباشر في العالم
- 2.II- الفضائيات العربية و تأثيرها علي الشباب
- 3.III- البث الفضائي في الجزائر

الفصل الثالث: التلفزيون و القيم الاجتماعية

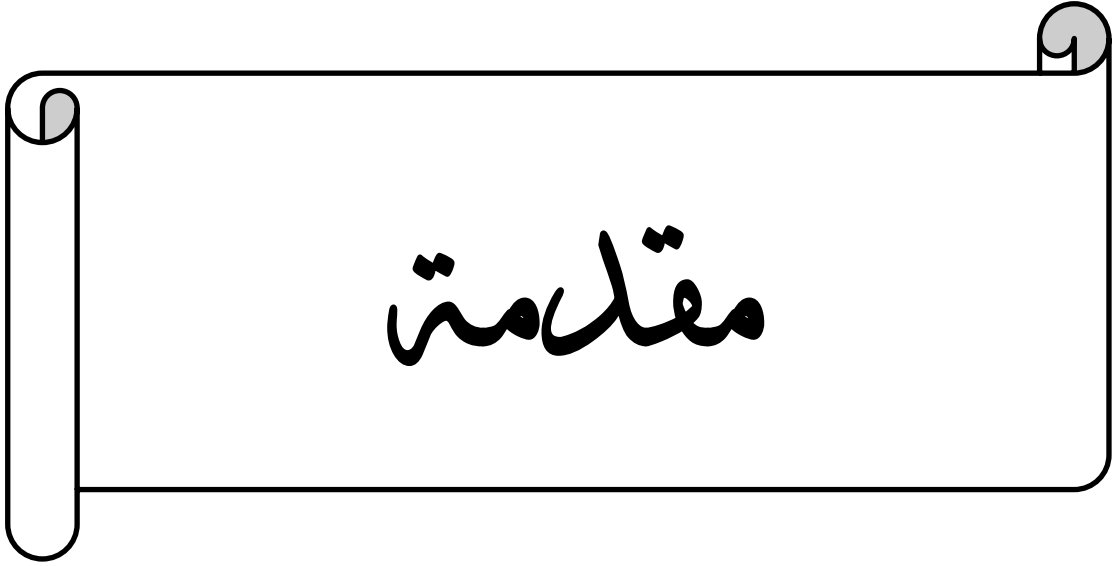
- 1.I- تعريف القيم الاجتماعية
- 2.II- خصائص و تصنيفات القيم
- 3.III- القنوات الفضائية و دورها في تغيير القيم

الفصل الرابع : الجانب التطبيقي: (التحليل الكمي والكمي لنتائج الدراسة)

- 1.I- عادات وأنماط المشاهدة
- 2.II- الفضائيات العربية و القيم الاجتماعية
- 3.III- دور الفضائيات العربية في تعزيز القيم الاجتماعية

نتائج الدراسة

خاتمة



مقدمة

كان لثورة الاتصال والمعلومات وانتشارها السريع خلال النصف الثاني من القرن العشرين والمتمثلة في تطور تقنيات الاتصال والانتشار المذهل للقنوات الفضائية تأثيرا في التواصل بين شعوب ودول العالم والتي تحول العالم بفضلها إلى قرية كونية صغيرة تربطها شبكة اتصالات واحدة عبر الأقمار الصناعية ، حيث أصبحت القنوات الفضائية من أهم الإنجازات الإعلامية في عالمنا اليوم فقد كسرت الحواجز التقليدية بين الشعوب ، وقاربت بين الثقافات ، وسهلت تداول الأخبار وتبادل وجهات النظر وساهمت في توسيع آفاق المشاهدين وفتح أبواب المعرفة والثقافة بما تقدمه من برامج علمية وثقافية وسياسية و ترفيهية علي مستوى العالمي والعربي والمحلي وبذلك أصبحت القنوات الفضائية ببرامجها ومضامينها المتعددة والمتنوعة تشكل جزءا من نسيج المجتمع و كيانه ، وأصبحت تؤثر في النسيج الاجتماعي و التكوين القيمي للمجتمعات .

لقد تحولت القنوات الفضائية إلى أداة للتأثير علي الشباب مشكلة لشخصياتهم و سلوكهم الاجتماعي ، فقد أضحت القنوات الفضائية ذو أهمية بالغة الأثر ليس علي الصعيد الإعلامي فحسب وإنما علي جميع الأنساق الاجتماعية و الاقتصادية والسياسية والأمنية تستهدف جميع شرائح المجتمع وأطيافه دون استثناء فهي تعمل بطريقة أو بأخرى في التأثير والتغيير خاصة علي الشباب سلبا أو إيجابا ونظرا لأن القنوات الفضائية منها هي الوسيلة الأقوى والأعم في التأثير علي المجتمعات الإنسانية لما تملكه من الإثارة الصوتية والصور النقية و بث البرامج الواقعية التي تحاكي حياة المجتمعات بكافة طبقاته وشرائحه خاصة الأجيال الجديدة من الشباب .

من هذا المنطلق أصبحت القنوات الفضائية متاحة بدرجة كبيرة أمام المشاهدين حيث أصبح في مقدورهم مشاهدة الأحداث المختلفة فور وقوعها سواء كانت سياسية أم ثقافية أم أدبية أم علمية

وأصبح المتلقي هو الذي يحدد درجة اعتماده علي القنوات المختلفة لديه ، خاصة مع تعدد القنوات التلفزيونية العربية ، التي استحوذت علي اهتمام جمهور المشاهدين ومن ثم لم يعد في الإمكان تجاهلها لما لها من عديد الآثار علي مشاهديها ، خاصة في ظل ازدهار خريطة البث التلفزيوني بكم هائل من القنوات التي تتنوع برامجها من حيث الشكل والمضمون وتعدد أيضا ساعات إرسالها ونوعية جمهورها ، وفي ظل ثورة الاتصالات أصبح من حق الفرد أن يعلم ويقارن ويحلل و يختار القنوات والمواد التي تشبع احتياجاته وتساهم في نشر الوعي والقيم خاصة الاجتماعية منها وتنمية المجتمع.

وتعمل الفضائيات العربية في تعزيز القيم الاجتماعية التي تعد من أهم الأنساق القيمية تساهم في الحفاظ علي المجتمع وخاصة فئة الشباب ، الأمر الذي يجعل شبابنا أمام أنماط مختلفة من السلوك وقيم ومرجعيات ، فتعرض الشباب للقيم الوافدة في برامج القنوات الفضائية قد تساهم في تطوير حياتهم توجيههم و تقويم سلوكهم وتعزيز و تدعيم القيم ، كما قد تعمل علي إضعاف هذه القيم وتغيير السلم القيمي أو تنحي القيم التقليدية الأصيلة لصالح الأفكار الحديثة والأنماط السلوكية الجديدة التي قد لا تتوافق مع عادات مجتمعا و هويتنا الثقافية و القيمية .

و نظراً لأهمية الموضوع جاءت هذه الدراسة لكشف الدور الذي تلعبه الفضائيات العربية في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي .

وللوقوف على الدور اعتمدنا الخطة التالية :

الإطار المنهجي للدراسة ، الذي يبين إشكالية الدراسة ، تساؤلاتها ثم أتبعناها بأسباب اختيار الموضوع ، وبعد ذلك تطرقنا لأهمية الدراسة و أهدافها ثم المدخل النظري للدراسة ، بالإضافة إلي نوع الدراسة ومنهجها و أدوات الدراسة ثم مجتمع وعينة البحث ، وأدرجنا مفاهيم الدراسة ثم الدراسات السابقة ، بعد ذلك ختمنا الإطار المنهجي بالصعوبات التي واجهتنا.

وفي القسم النظري للدراسة : تناولت الباحثة في الفصل الثاني والتي استرسلت بالحديث عن بداية البث الفضائي في العالم ، وظهور القنوات العربية عموماً و بعدها تطرقت بالحديث عن الفضائيات العربية وتأثيراتها علي الشباب ، وتحدثت في الأخير عن البث الفضائي في الجزائر.

وبعد هذا ، تناولنا في الفصل الثالث تمهيدا عن التلفزيون ثم تحدثنا عن القيم الاجتماعية ، مفهومها ، وخصائص و تصنيفات القيم ، وأخيرا تطرقنا لدور القنوات الفضائية في تعزيز القيم .

وبعد ذلك جاء الفصل الرابع الجانب التطبيقي للدراسة ، حيث قمنا بتصميم الاستمارة ، وتوزيعها علي عينة البحث حسب الجنس والمستوي التعليمي والسن ، وهذا بتقسيمها إلي أربع محاور :

الأول: خاص بالبيانات الشخصية لعينة الدراسة ، والمحور الثاني خاص بعادات و أنماط المشاهدة

والمحور الثالث تناولنا الفضائيات العربية والقيم الاجتماعية ، وأخيرا المحور الرابع : جاء بدور

الفضائيات العربية في تعزيز القيم الاجتماعية ، حيث قمنا بالتحليل الكمي والكيفي لنتائج الدراسة مرفقا بنتائج العامة للدراسة، مع بعض التوصيات والاقتراحات وبعدها خاتمة البحث جامعة لم تركز حوله موضوع الدراسة بالإضافة إلي ملخص البحث.

الفصل الأول

التوجه النظري والإطار

المنهجي للدراسة

1- الإشكالية

مرت وسائل الاتصال بمجموعة من الثورات و الاكتشافات أتاحت بث الصوت والصورة للأحداث و الأخبار و المعلومات بمستوي عال من الدقة و السرعة إلي كل المستخدمين ,مما نتج عنه زوال حاجز المسافات بين الدول، حيث تعد القنوات الفضائية من أهم الإنجازات الإعلامية في عالمنا اليوم حيث ساهمت في توسيع آفاق المشاهدين وفتح أبواب المعرفة والثقافة بما تقدمه من برامج في مختلف المجالات السياسية والاجتماعية والتربوية إلي غير ذلك من برامج وبذلك أصبحت الفضائيات العربية ببرامجها و مضامينها المتعددة والمتنوعة يشكل جزءاً من النسيج الاجتماعي وكيانه ،حيث تؤثر في التكوين الاجتماعي والقيمي للمجتمعات.

تعدد القنوات الفضائية و اختلاف توجهاتها و ميولاتها أدت إلي تصادمها مع القيم الاجتماعية و التي قد تؤثر علي سلوك الشباب بالقيام بسلوكيات تخالف هذه القيم ويمكن إرجاع تلك التصرفات إلي مؤثرات خارجية منقولة عبر القنوات الفضائية العربية عن مجتمعات تختلف موروثاتها في الدين و القيم و العادات و التقاليد.

فالأثار التي تتركها القنوات على سلوك الشباب هي تفاعل بين مميزات البرامج المقدمة و الخصائص الشخصية والنفسية للطالب الذي يشاهد هذه البرامج، إذ يستمد الطالب جزءاً من خبراته و ثقافته منها ، تجعله يتقبل كل ما يعرض علي الشاشات دون إدراكه بالمؤثرات المنقولة عبر هذه القنوات . و تكمن إشكالية الدراسة فيما يلي : **كيف تساهم القنوات الفضائية العربية في تعزيز القيم الاجتماعية لدي الطلبة الجامعيين؟**

2- التساؤلات :

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات:

- 1- ماهي عادات و أنماط مشاهدة طلبة السنة أولى ماستر علم الاجتماع للفضائيات العربية ؟
- 2- ما هي دوافع مشاهدة الطلبة لمضامين الفضائيات العربية ؟
- 3- ما هو الدور الذي تلعبه الفضائيات العربية في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي؟

3- أسباب اختيار الموضوع (الدراسة)

هناك أسباب ومبررات تجعلنا نتناول موضوعاً معيناً عن بقية المواضيع مبني على اعتبارات ذاتية مرتبطة بالباحث و توجه اهتماماته بحكم الميل نحو موضوعات معينة، واعتبارات موضوعية لافتراضنا بأن برامجها تساعد علي التمسك بالقيم الأمر الذي دفعنا لكشف ذلك بطريقة موضوعية.

الأسباب الذاتية:

- رغبتنا في طرح هذا الموضوع هو كشف حقيقة الفضائيات العربية فهي سلاح ذو حدين:
- النافع يكمن في توظيفه في المحافظة علي القيم الحسنة و البرامج التي تسعى إلي تثقيف و توعية الفرد ، والسلاح الضار فقد يستخدم في استبدال قيم المجتمع بقيم تخالف الشريعة و الفطرة.
- حب التطلع ومعرفة آراء الطلبة حول ما تبث الفضائيات العربية من مضامين إعلامية تمس في مجملها قضايا وقيم المجتمع.
- إيضاح الأهمية البالغة والدور الكبير الذي تلعبه الفضائيات العربية في التأثير علي المبادئ والقيم كما تعتبر من المواضيع الجديرة بالاهتمام والدراسة.

➤ الأسباب الموضوعية :

- تساعد هذه الدراسة الأفراد و المجتمع في حل المشاكل الاجتماعية و التعليمية بفاعلية في علاج القصور في سلوك الشباب، وهذا راجع إلي متابعة البرامج غير الهادفة.
- وعي الأفراد بأبنائهم لما يشاهدونه من قنوات و محاولتهم تغيير القنوات التي لا تتماشى و قيمنا الحضارية بقنوات تثري رصيدهم التثقيفي و التعليمي.
- محاولة تسليط الضوء علي مواضيع و برامج متعلقة بالقيم الاجتماعية بالنسبة للفضائيات العربية و الإعلام بصفة عامة رغم قلتها.

4- أهمية الدراسة :

- تعتبر دراسة القيم الاجتماعية في مجال الإعلام ذات أهمية كبيرة بالنسبة للشباب خاصة في ظل تعدد القنوات العربية و تنوع مضامينها , فهي الدعامة الأساسية لتطوير و تعزيز سلوكهم وقيمهم.
- يعتبر الشباب أهم شريحة تبنى عليها الدراسات المتعلقة بالقيم , لأنها الفئة المسؤولة على تنمية و النهوض بالبلاد في الحاضر و المستقبل .
- إبراز دور الفضائيات العربية في غرس القيم الاجتماعية من خلال التعاون و الترابط و التشارك و التسامح في المجتمع .

5- أهداف الدراسة :

- إيضاح دور الفضائيات العربية في إحداث التغيير الاجتماعي لدى الشباب من خلال بث برامج و أفلام بسبب قوة تأثيرها و عرض المادة بطريقة تناسب قدرات و حاجات المتلقي.
- تحديد تأثير القنوات العربية علي منظومة القيم الاجتماعية المرتبطة بقيمها العامة، من خلال المناقشة و الحوار و حل المشاكل التي قد تصاحب الشباب بممارساتهم مع الأسرة و المجتمع.
- تنفيذ الدراسة المجتمع و الأسرة علي تشخيص واقع القنوات العربية، والتعرف على القنوات الضارة علي سلوك الشباب و العمل علي التخفيف من أثارها و تشجيع الشباب علي مشاهدة برامج محددة وقيام الوالدين بالرقابة عليهم.

6- المدخل النظري للدراسة :

قبل الولوج إلي معرفة المدخل أو النظرية المعتمدة ارتأينا إلي تقديم مفهوم للمدخل:

❖ **المدخل approche** : و يسمى كذلك المقاربة أو الاقتراب ، وهو الإطار النظري لمشكلة البحث أو المرجعية العلمية التي تمكن طرح المشكلة البحثية و تفسير نتائج دراستها في إطارها.⁽¹⁾

❖ **النظرية théorie**: هي رؤية متكاملة من الأفكار المنتظمة و المترابطة تقدم تفسيراً أو تحليلاً لظاهرة ما مثل التأثير، التفاعل و التنشئة الثقافية.⁽²⁾

و في دراستنا هذه اعتمدنا علي نظرية الغرس الثقافي

نظرية الغرس الثقافي :

نظرية الغرس الثقافي أو الإنماء الثقافي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية خلال عقد السبعينات كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام ، وتظهر هذه النظرية إلي القول: " بأن مداومة التعرض للتلفزيون - ولفترات طويلة ومنتظمة - تنمي لدي المشاهد اعتقاداً بأن العالم الذي يراه علي شاشة التلفزيون، إن هو إلا صورة من العالم الواقعي الذي يحياه.

1 - محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية؛ (القاهرة: عالم الكتب، 2004) ص 73.
2 - ليلي العقاد، علم الاجتماع الإعلامي ومناهج البحث العلمي، ط1 (دمشق: د. د. ن، 1986)، ص104.

و ترتبط هذه النظرية بالجهود التي طورها الباحث الأمريكي " جورج جربنر " Gerbner من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية Cultural Indicators . و يهدف هذا المشروع إلى إقامة الدليل الإمبريقي علي تأثير وسائل الإعلام علي البنية الثقافية ، و اهتمت بحوث المؤشرات الثقافية بثلاث قضايا متداخلة هي :

1. دراسة الهياكل و الضغوط و العمليات التي تؤثر علي إنتاج الرسائل الإعلامية .

2. دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.

3. دراسة الإسهام المستقل للرسائل الجماهيرية علي إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي.

و تهدف بحوث تحليل الإنماء Cultivation Analysis إلى الإجابة علي السؤال الثالث من هذه المنظومة البحثية ، حيث تفترض نظرية الإنماء أن الأشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التلفزيونية (و يشار إليهم عادة بكثيفي المشاهدة (Heavy Viewers)) يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن أولئك الذين يشاهدون كميات قليلة من برامج التلفزيون أو لا يشاهدون (ويشار إليهم عادة بقليلي المشاهدة (Viewers Light)) ، ذلك أن كثيفي المشاهدة سيكون لديهم قدرة أكبر علي إدراك الواقع المعاش بطريقة منسقة مع الصور الذهنية التي ينقلها عالم التلفزيون.

ويري واضعو النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث آثارا قوية علي إدراك الناس للعالم الخارجي ، وخاصة هؤلاء الذين يتعرضون لتلك الوسائل لفترات طويلة ومنتظمة ، و بالتالي فإن الصور الذهنية التي تسود لدي جماعة ما ، تكون ناتجة عن تكرار تعرض أفراد هذه الجماعة لأنواع خاصة من الرسائل الجماهيرية . و يؤكد هؤلاء الباحثون علي قوة التلفزيون بصفة خاصة ، باعتبار وسيلة لتنمية الصور الذهنية these Image Cultivate لكي تلعب دورا مهما في حياة معظم الناس ، كما ينظرون إلي التلفزيون باعتبار "منمي محتمل" Potent Cultivator ، لأن الرسائل التي يعكسها تتسم بالتكامل و الاتساق Consistent ، حيث يقوم التلفزيون بتكرار نفس الصور الذهنية -تقريبا- عن الشخصيات و الأحداث و القضايا ، و بالتالي تساعد المشاهدة المكثفة علي تنمية هذه الصور الذهنية المتسقة ، و التي تجعل المشاهد يعتقد أن ما يراه علي الشاشة ، إن هو إلا صورة مطابقة للعالم الحقيقي.⁽¹⁾

¹ - حسن عماد مكاوي و ليلى حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ؛(القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 2003) ص 299-300.

➤ افتراضات نظرية الإنماء:

ترتكز نظرية الإنماء على خمسة فروض أساسية وهي⁽¹⁾ :

1- يعد التلفزيون وسيلة فريدة للإنماء بالمقارنة بين وسائل الإعلام الأخرى :

أصبح الطفل يجد نفسه مستغرقاً في بيئته التلفزيونية منذ ولادته ، ويتنافس التلفزيون - بنجاح غالباً- مع رواية الحكايات الآخرين في إمداد الطفل بالمعلومات عن العالم المحيط به ، و علي خلاف الوسائل الأخرى ، يوجد التلفزيون داخل المنزل ، يسهل استخدامه ، ولا يتطلب مهارات مسبقة للتعرض إليه ، و يمتاز التلفزيون عن الوسائل الأخرى فعلي خلاف الوسائل المطبوعة لا يتطلب التلفزيون معرفة القراءة ، و علي خلاف السينما يدار التلفزيون بصفة مستمرة بدون مغادرة المنزل ، وعلي خلاف الراديو فإن التلفزيون يجعلنا نري و نسمع.

و التلفزيون هو أكثر الوسائل الجماهيرية التي تقوم بدور "راوي القصص" فهو يقدم لنا الحكايات عن معظم الناس في معظم الأوقات . كما أن التلفزيون هو أكثر الوسائل ترويجاً للصور الذهنية و الثقافة الشعبية ، فهو يضيف إلي معلوماتنا عن الناس و الحياة والمجتمع و السلطة ، وهو يعرض الجيد و السيئ، والسعادة و الحزن، الخير والشر ، القوة والضعف ، النجاح والفشل.

و فيما يتعلق بوظائف الثقافة عموماً ، فإن الوعي الذي ينميه التلفزيون يقتصر علي الأفكار و الآراء و الاتجاهات ، وإنما يقدم لنا حقائق أساسية عن الحياة و هو أحد وسائل عديدة تساهم في معرفتنا بالواقع الاجتماعي، ولكنه وسيلة متميزة لأنه علي المستوي الاجتماعي يُكوّن الواقع لكل الطبقات والفئات و الأعمار من منظور واحد ومن نفس الوقت ، فهو وسيلة أساسية لنقل المعايير الثقافية الشائعة لكل أفراد المجتمع ، وكل هذه المزايا تجعل من التلفزيون وسيلة فريدة و مهيمنة و يصعب التغلب عليها.

2- تُكوّن رسائل التلفزيون نظاماً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد :

يعبر الاتجاه السائد في المجتمع Mainstreaming عن الأمور الأكثر عمومية و استقراراً ، فهو يمثل الأبعاد الأكثر شيوعاً للمعاني و الافتراضات المشتركة ، كما يشتمل علي الأمور المعارضة و الفرعية . وبسبب الدور الفريد الذي يقوم به التلفزيون في حياتنا ، فإنه يعكس الاتجاه السائد لثقافة المجتمع ، فهو يقدم عادات يومية وصور ذهنية يشترك فيها ملايين البشر من كل الطبقات و الاهتمامات ، كما يتيح التلفزيون قائمة محدودة من الاختيارات التي تعكسها البرامج ، وتنوع غير محدود من الاهتمامات و الشخصيات.

¹ - حسن عماد مكاي و ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 304-307

و هكذا يمكن أن نفكر في "الاتجاه السائد" كنظرة مشتركة - نسبية- و مجموعة من القيم التي يتبناها كثيفو التعرض و يتوحدون معها بصورة تراكمية ، وبالتالي فإن كثرة التعرض للتلفزيون يمكن أن تساعد علي تضيق الفروق في الاتجاهات و السلوك عن الوضع الاعتيادي الذي يحدث من العوامل و التأثيرات الأخرى . و بمعنى آخر فإن الفروق التي توجد بين المبحوثين من جماعات المشاهدة المختلفة نتيجة تنوع الظروف الثقافية و الاجتماعية و السياسية لهذه الجماعات ، يكمن أن تقل أو تختفي لدي المبحوثين من كثيفي المشاهدة من نفس الجماعات.

3- تحليل رسائل التلفزيون يقدم علامات لعملية الإنماء:

تعكس أسئلة المسح المستخدمة في بحوث الإنماء الثقافي الاتجاه السائد الذي تجسده رسائل التلفزيون لجماعات ضخمة من المشاهدين ، وعلي فترات متباعدة . أما استخدام المعلومات التي تقيس أفضليات المشاهدة ، أو مقارنة إجابات المبحوثين عن تفضيل هذا أو ذاك من البرامج بدلا من قياس حجم المشاهدة الكلية ، قد يؤدي إلي نتائج غامضة أو مضللة . ولذلك يجب أن تتجه الأسئلة نحو اعتبارات الواقع الحقيقي ، و يسمى ذلك المطلب الأول للإنماء وهو يكشف عن نتائج مهمة و مشوقة.

كذلك توجد أهمية موازية للعالم الرمزي الذي يعكسه التلفزيون و يسمى ذلك بالمطلب الثاني للإنماء - فعلي سبيل المثال : يعكس التلفزيون الأمريكي نسبة الرجل إلي النساء بواقع 3: 1، رغم أن ذلك لا يتفق مع البنية الحقيقية في الواقع ، إلا أنه يعكس الاتجاه السائد لدور الجنس ، و الصور النمطية التي يعمل التلفزيون علي ترويجها للمشاهدين من خلال تكرار الرسائل التي يقدمها.

4-يركز تحليل الإنماء علي مساهمة التلفزيون في نقل الصور الذهنية علي المدى البعيد :

تحدث عملية الإنماء ببطء من خلال نقل الرموز الشائعة علي المدى البعيد فعلي سبيل المثال: أشارت إحدى الدراسات إلي أن كثيفي المشاهدة من جماعات نوعية مختلفة ، يميلون إلي تأييد الاتجاه السائد في التلفزيون الأمريكي نحو "العلم" باعتباره مهنة متناقضة و ذات مخاطر، في حين لوحظ أن الأشخاص الذين يداومون علي قراءة المجالات العلمية يتبنون نظرية إيجابية نحو العلوم ، ولكن كثيفي التعرض للتلفزيون من بين من يداومون علي قراءة المجالات العلمية يشاركون الاتجاه السائد في التلفزيون من حيث النظرة السلبية تجاه العلوم ، ويعكس هذا التقارب في النظرية لدي كثيفي المشاهدة ما نطلق عليه "الاتجاه السائد" الذي يركز عليه التلفزيون . و يكشف تحليل الإنماء عادة عن مثل هذه المقارنات و الارتباطات بين كثيفي التعرض و قليلي التعرض للتلفزيون في إطار تجانس نسبي و مقارنة بين الجماعات . وكشفت الدراسات السابقة أن كثيفي المشاهدة من جماعات نوعية مختلفة يستنبطون معاني مشتركة بنسبة أكبر من قليلي المشاهدة ، و نظرية الإنماء لا تستخدم النموذج الخطي البسيط

الذي يعتمد علي (مثير/ استجابة) في دراسة العلاقة بين محتوى وسائل الإعلام و الجمهور ، وإنما تستخدم بدلا من ذلك نتائج تراكم التعرض علي المدى البعيد **Consequences Long-term Cumulative** لنظام من الرسائل يتسم بالثبات و التكرار، ولا يعتمد علي الاستجابة الفورية قصيرة الأمد، أو التفسيرات الفردية لمحتوي وسائل الاتصال. أي أن تحليل الإنماء يعتمد علي قياس الأثر التدريجي بدلا من التغيير الفجائي.

5- يركز تحليل الإنماء علي تدعيم استقرار المجتمع و تجانسه:

بحقق التلفزيون اتجاهها ثقافيا ثابتا و نفاذا **Pervasive Stablizing** يعمل علي تنمية المفاهيم والسلوكيات المتناسكة في المجتمع ، و هذا يعني أن مساهمة التلفزيون تبدو و كأنها تحقق التجانس **Homogenizng** داخل الفئات الاجتماعية المختلفة ، و يمكن ملاحظة هذا التماسك بوضوح عند مقارنة كثيفي المشاهدة بقليلي المشاهدة من نفس الجماعات.

كذلك تعكس أنماط التعرض للتلفزيون بناء المجتمع و هياكل استقراره النسبية ، و لهذا فإن العالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون ، ولهذا فإن العالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون يساعد علي تدعيم الاستقرار ، أو ثبات المفاهيم الخاصة بالواقع الاجتماعي . و قد تكون هذه المفاهيم الرمزية أكثر صلابة **Rigid** من الواقع الاجتماعي الحقيقي . و لا تقتصر نتائج تحليل الإنماء علي تعزيز التجانس و التكامل فقط ، و إنما تعكس أيضا مقاومة التغيير الذي قد يقع في جوانب أخرى من الحياة و الثقافة.

وقد توصل عدد من العلماء إلى أن التأثير الأساسي لوسائل الإعلام يميل إلى الحفاظ علي المعايير السائدة أو التغيير البطيء حيث تتجه عادات و أنماط التعرض لوسائل الإعلام إلى الثبات لفترات طويلة.

➤ الانتقادات الموجهة لنظرية الإنماء:

لقد تعرضت نظرية الغرس الثقافي لانتقادات حادة وأثارت نقاشات مطولة بين العلماء إذ أبدى العديد منهم تحفظاته من هذا النموذج ، كون عملية التحقق من دقته في سياقات اجتماعية لبلدان أخرى غير الولايات المتحدة الأمريكية تؤكد النتائج التي توصل إليها " جيرنبر " وهذا أن صيرورة الغرس تتحدد ضمن سياقات تلفزيونية ثقافية و اجتماعية مؤطرة بدقة. (1)

- ومن الانتقادات التي وجهت و بجدة لنموذج الغرس نجد :

1 - مني سعيد الحديدي و عماد حسن المكاوي؛ الفضائيات العربية ومتغيرات العصر ، ط1 (القاهرة: دار المصرية الفكرية ، 2005) ص 394.

● تواضع الدليل البحثي الملاحظ للغرس : حيث يمكن أن يشاهد منخفضو المشاهدة التلفزيونية أكثر من 8 ساعات أسبوعياً ، وفي ظل ثبات الرسائل و الصور المعروضة إضافة للتعرض التراكمي ، فإن كل فرد تقريباً يمكن أن يتأثر بغض النظر عن الكمية التي يشاهدها ، و بالإضافة إلى ذلك فإن الحياة في البيئة الثقافية مع كثيفي المشاهدة ، حيث يمكن أن يحصلوا على المعلومات عن طريقهم .

● التساؤل الذي أبداه الباحثين عن مدى مصداقية بحوث الغرس ، حيث أظهرت جل الدراسات معاملات ارتباط تتراوح ما بين 12 إلى 20 وهو ما يدل على ضعف العلاقة بين المشاهدة وتأثيرات الغرس أو عدم وجودها أصلاً وهو ما ذهب إليه بعض الباحثين .

● قد تعكس تأثيرات الغرس ميل الناس العام ، إلى التضحية والمبالغة ، حيث إن من يباليغ في احتمالات وقوعه ضحية لإحدى الجرائم ، وقد يباليغ أيضاً في تقدير الساعات المعرض للتلفزيون ، واجتهدت بعض الدراسات فيما بعد لمحاولة الحصول على إصابات دقيقة عن المشاهدة من خلال الأسئلة غير المباشرة أو السؤال بأكثر من طريقة بحيث يحصل الباحث على الإجابة القريبة من الصحة .⁽¹⁾

و لكن هذا لا يبني كما أشار بعضهم الشك في مصداقية بحوث الغرس ، إذ أن الضعف في معاملات الارتباط يكمن إرجاعه إلى :

- أسباب تتعلق بأوجه النقص التي يعاني منها المقياس نفسه .

- طبيعة الدراسات الاجتماعية التي تتناول إحدى الظواهر الإنسانية ، حيث تتميز هذه الظاهرة بتعدد أسبابها ، وفي الوقت نفسه فإن هناك صعوبة في السيطرة على المبحوث والتحكم فيه ، وهذه مشكلة عامة تشترك فيها كل الدراسات الإنسانية .

● والانتقاد الحاد الموجه لنظرية الغرس المتعلق باحتمالية زيف العلاقة بين التعرض وتأثيرات الغرس ، في حالة عدم توضيح المتغيرات المؤثرة في العلاقة و قد أشار Hughes إلى أهمية إدخال عديد من المتغيرات الديموغرافية و الاجتماعية كوحدة واحدة في التحليل .

● واجه أيضاً النموذج عدة انتقادات حول مدى نجاح تطبيقه في دول أخرى غير الولايات المتحدة ، فعلى سبيل المثال : لم يستطع " وبر " 1978 إثبات صحة فروض النموذج في الدراسة التي أجراها في بريطانيا ، ومن مصر أين لم تتمكن " حنان عزت " من إثبات فروض النموذج من خلال دراستها التي أجرتها على عينة من خلال

¹ - فريال مهنا ، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية؛ ط1 (دمشق ، دار الفكر ، 2002) ص267.

المدارس الثانوية فيما يتعلق بدور الدراما الأمريكية Soapopera في إدراك الطلاب للعلاقات الاجتماعية

و ما يمكن استنتاجه من هذه النظرية أن التلفزيون يؤثر في إدراكات الأفراد في رسم العالم الخارجي ، كما يمكن استعمال هذه النظرية وفروضها في دراسة مختلف الظواهر في عالمنا المعاصر ، مثل التبادل الثقافي و إلي أي مدي يشكل غزوا بتغيير الثقافات و تهديدها ، إلي جانب معرفة التطورات التي ساهمت في دعم دور التأثير مثل الأعمار الصناعية و تأثيراته علي الإنفاقات الفردية و علي تماسك المجتمع أو درجة التعرض بما يحقق الاتجاه السائد بين الجماعات علي أساس درجات التعرض وليس الخصائص المشتركة.

وعلي الرغم من كل الانتقادات التي وجهت للنظرية إلا أن "جرنبر " يؤكد قوة العلاقة بين وسائل الإعلام ونقل قيم ومفاهيم معينة للجمهور.

7-نوع الدراسة ومنهجها:

أ-نوع الدراسة:

هذه الدراسة تنتمي إلي نمط الدراسات الوصفية التي تستهدف إلي إبراز دور الفضائيات العربية علي منظومة القيم الاجتماعية لدي الطلبة.

فالدراسة الوصفية هدفها وصف المواقف أو الظواهر ، وجمع الحقائق الدقيقة ، ورسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية والدقة. (1)

وبمعني آخر : الدراسات الوصفية هي محاولة كشف الحقائق الراهنة للظاهرة المدروسة وتسجيل دلالتها و خصائصها وتصنيفها وكشف ارتباطها بمتغيرات أخرى ، فيتم وصف الظاهرة وصفا دقيقا شاملا من كافة جوانبها وصياغة هذا الوصف في تعبير كمي وكيفي. (2)

1 - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال؛ ط3 (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، 2007)، ص275.
2 - عاطف عدلي العبد ، ركي غرسى، الأسلوب الإحصائي واستخدامه في بحوث الرأي والإعلام؛ (القاهرة: دار الفكر العربي، 1993)، ص207

ب- منهج الدراسة

يُعرف محمد منير حجاب المنهج علي أنه : الطريق المؤدي إلي الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من قواعد تهيمن علي سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلي نتائج معلومة ، أو بأنه البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلي الحقيقة. (1)

والمنهج حسب موريس أنجرس: هو مجموعة العمليات المنظمة في سبيل الوصول إلي هدف الدراسة ويقصد به أيضا " الطريق الواضح في التعبير عن الشيء في عمل أي شيء أو تعليم شيء طبقا لمبادئ معينة ونظام بغية الوصول إلي غاية معينة. (2)

و يعتبر منهج المسح واحدا من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية وهو يفيد في التعرف علي الظاهرة المدروسة ، وقد اعتمدنا طريقة المسح بالعينة.

8- أدوات الدراسة:

تعرف الأداة عادة بأنها " عبارة عن وسيلة يلجأ الباحث لاستخدامها للحصول علي البيانات و المعلومات التي يتطلبها موضوع البحث. (3)

يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول علي أجوبة الأسئلة الواردة فيها ، و بواسطتها يمكن التوصل إلي حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق". (4)

تعتبر أداة الاستمارة ترجمة لأهداف البحث و محاوره ، ولتحقيق أهداف الاستمارة يعتمد بشكل كبير علي تصميم الاستمارة ووضوحها ، حيث اعتمدنا لتصميمها علي طلبة السنة أولي ماستر علم الاجتماع لمعرفة آرائهم حول موضوع الفضائيات العربية ودورها في تعزيز القيم الاجتماعية لدي الطالب الجامعي .

قمنا بتقسيم الاستمارة إلي أربع محاور :

1 - محمد حجاب ، محمد منير، المعجم الإعلامي؛ ط1 (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع،2004) ص 56.

2 - خالد حمد ، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية ؛ (الجزائر: جسر للنشر والتوزيع، 2008) ص28.

3- عمار بوحوش ،مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث؛ ط3(الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية،2001)ص66-69.

4 - رشيد طعيمة ، تحليل محتوى في العلوم الإنسانية ،مفهومه ،أسسه، استخدامه؛(القاهرة: دار الفكر العربي،1987)ص135.

المحور الأول : خاص بالبيانات الشخصية لعينة الدراسة

المحور الثاني :يتعلق بعادات و أنماط المشاهدة ، واحتوي علي ستة أسئلة كل سؤال يتكون من مجموعة من الاختيارات .

المحور الثالث : يتعلق بالفضائيات العربية و القيم الاجتماعية ، واحتوي علي ثلاث أسئلة يندرج تحتها أيضا مجموعة من الاختيارات .

المحور الرابع : يتعلق بدور الفضائيات العربية في تعزيز القيم الاجتماعية، احتوي علي ثلاث أسئلة .

وبعد تصميم الاستمارة تم عرضها علي المحكمين قصد تسجيل بعض الملاحظات بشأنها.*

9- مجتمع وعينة البحث:

أ- مجتمع البحث:

بعد جمع المعلومات اللازمة حول دراستنا يجب علينا تحديد مجتمع البحث لأن نجاح أي دراسة في البحث العلمي يتوقف أساسا علي مدى دقة اختيار الباحث للعينة التي تمثل مجتمع الدراسة فكلما كانت العينة للمجتمع الأصلي ، كانت النتيجة صادقة ودقيقة .

و هذا ما وصفه رشيد طعمية في قوله " العبرة في رأينا ليست بكبر العينة بقدر ما هي قدرتها علي تمثيل المجتمع الأصلي الذي استخلص منه⁽¹⁾ .

وهنا مجتمع بحثنا هو فئة الشباب (الطلبة) ، بحيث أنها أهم شريحة شبابية في المجتمع وأكثر الفئات الجماهيرية تتبعا و شغفا بالقنوات الفضائية و الوسائل الإعلامية بشكل عام ، وانطلاقا من هذا نريد معرفة دور الفضائيات العربية في عملية تعزيز و تدعيم القيم الاجتماعية لدي مجتمع البحث و بذلك فقد تم اختيار عينة من الشباب الجامعي بجامعة المسيلة.

*- الأساتذة الذين تم عرض الاستمارة عليهم لغرض التحكيم هم : د/ سعيداني سلامي و الأستاذ بوقرة رضوان .

¹ - رشيد طعمية ، المرجع السابق ، ص 35

ب- العينة:

وقد اعتمدنا في دراستنا علي نوع من العينات الغير احتمالية وهي نوع من المعاينة يكون فيها احتمال انتقاء عنصر من عناصر مجتمع البحث و اخترنا العينة القصدية و ذلك لتلبية أغراض الدراسة و أهدافها و لأن هذه العينة هي الأسهل من حيث توزيع الاستمارة علي المبحوثين.

و من خلال اعتمادنا علي العينة القصدية فقد قسمنا مجتمع البحث ، وهي طلبة جامعة المسيلة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، اخترنا قسم علم الاجتماع ب 60 مفردة موزعة علي طلبة السنة أولي ماستر تخصص: علم الاجتماع التربوي ، تنظيم و عمل ، و تنمية الموارد البشرية .

10- مفاهيم الدراسة:

أولا :

أ- مفهوم القناة:

هي الممر الكتروني ، أو إلكترو مغناطيسي لنقل برامج التلفزيون ، وعادة ما يشار إلى القناة برمز حتى يتسنى المشاهد معرفتها. (1)

ب- الفضائية:

هي عرض تلفزيوني مرئي ييثر عبر شبكة من الأقمار الصناعية تدور حول الأرض في مسارات محددة و معروفة و تحدد بالزاوية و الاتجاه علي البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة منها. (2)

و يعرفها انشراح الشال علي أنها : مد الحدود الاتصالية إلى ما وراء الحدود الجغرافية و السياسية بغض

النظر عن الظروف المكانية و المسافة . (3)

1 - المنجد في اللغة والإعلام ؛ ط39 (بيروت : دار المشرق ، 2002) ص663.

2 - مثنى حارث الضاري،الإعلام الإسلامي،الواقع والطموح؛ ط1 (الأردن : دار النفائس للنشر والتوزيع، 2008)ص36.

3 - انشراح الشال،قنوات التلفزيون فضائيات في العالم الثالث؛ (القاهرة: دار الفكر العربي، 1993)ص17.

ثانيا : القنوات الفضائية :

ج - التعريف الإجرائي:

هي عبارة عن ترددات تبث عن طريق الأقمار الصناعية حيث لديها خاصية السرعة و الانتشار إلى جميع أنحاء العالم والتي تصل إلى البيوت بواسطة جهاز "البارابول " أو "الصحن الهوائية" والتي يتحكم فيها بجهاز الاستقبال ، والتي تتميز بطول وقت الإرسال كما أنها تتميز بجودة الصورة و الصوت .

ثالثا: الدور :

أ- لغة :

الدور : هو عؤد الشيء إلى ما كان عليه - التوبة- الطبقة من الشيء المدار بعضه فوق بعض - ودور الممثل هو أحد المواقف التي يظهر فيها علي الرّكح - والتي تتكون منها المسرحية - وقام بدور خطير علي مسرح السياسة أي ظهر مقدرة كانت ذات أثر بارز وفعالة لها وزنها في هذا الميدان . (ج) أدوار. (1)

ب- اصطلاحا:

كلمة (دور) من الكلمات التي دخلت لغتنا عن طريق الترجمة ، ولا وجود لها في معاجم اللغة ، والدور مفهوم يشير إلي نمط من الفعل المتوقع وهو في الأصل مصطلح استعارته الكثير من العلوم ، إذ أنه عرف علي أنه " نمط السلوك المتوقع من الفرد في موقف معين ، يتحدد بما يجب أن يؤديه من نشاط في ضوء الثقافة السائدة في الكيان الاجتماعي. (2)

ج- إجرائي:

الدور :هو نمط من الدوافع والأهداف والمعتقدات والقيم والاتجاهات التي يتوقع أعضاء الجماعة أن يروه فيمن يشغل وظيفة ما أو يحتل وضع اجتماعيا معيناً، والدور الذي يصف السلوك المتوقع من شخص في موقف ما.

1 -محمود المسعدي، القاموس الجديد للطلاب، معجم عربي مدرسي ألبائبي؛ ط7(الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991)ص349.

2 - محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع؛ (الإسكندرية : الدار الجامعية، 2002)ص39.

ثالثاً: تعزيز:

التعزيز: تدعيم السلوك المرغوب به تبعاً لحدوث ذلك السلوك في بعض المواقف فيؤدي إلى تقويته و الذي يترتب زيادة احتمال حدوث ذلك في المستقبل.

وفي منظور عبد الرحمان عزي، فإن التعزيز يكون مشروطاً بتوافق العاملين الاجتماعي والإعلامي، فيكون الإعلامي داعماً للاجتماعي، أما إذا كان الإعلامي غير متكامل مع الاجتماعي فإن التأثير قد يكون عكسياً، أي يظل الجمهور متمسكاً بما تفرزه العلاقات الاجتماعية ويزيل الصدقية في تعامله مع وسائل الاتصال.⁽¹⁾

رابعاً: القيم :

أ- لغة :

إن كلمة قيمة جمعها قيم و يقابلها بالفرنسية Valeur و في اللغة الإنجليزية Values، فالقيمة مشتقة من الفعل قام بمعنى وقف، واعتدل، وانتصب، و استوي وبلغ.⁽²⁾

و يعرفها المنجد في اللغة والإعلام بأنها جمع " قيم " و تدل أصلاً على اسم النوع من الفعل قام بمعنى الاستقامة، فنقول: أمر قيم بمعنى مستقيم، ويقول تعالي: وذلك دين القيمة << (سورة البينة - الآية 05).⁽³⁾

ب- اصطلاحاً:

مجموعة من المثل والغايات والمعتقدات و التشريعات والوسائل و الضوابط والمعايير المنظمة لسلوك الفرد و الجماعة، مصدرها الله عز و جل و هذه القيم هي التي تحدد علاقة الإنسان و توجهه و تفضيلاته مع الله عز و جل و مع نفسه و البشر و مع الكون و ت1تضمن هذه القيم غايات ووسائل.⁽⁴⁾

1 - عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال (نحو فكر إعلامي مميز)؛ ط1 (لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 2002) ص112.

2 - مرتضى الزبيدي، تاج العروس؛ ج9 (بيروت: دار صادر، 1996) ص35.

3- المنجد في اللغة والإعلام؛ مرجع سابق، ص663.

4- أسامة ظافر كبارة، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية الاجتماعية للأطفال؛ ط1 (بيروت: دار النهضة، 2003) ص110.

ج- إجرائيا:

هي مجموعة الخصائص أو الصفات التي تتفق عليها الجماعة و من بين القيم : التسامح ، الحق ، التعاون والتي توجه سلوكهم و ترشدهم إلى الطريق الصحيح.

القيم الاجتماعية :

هي الخصائص المرغوب فيها التي توجه السلوك الاجتماعي علي أساس أن ما يحكم السلوك و العلاقات هي ما يتوقعه الناس طبقا لنظام القيم أو موجهاً السلوك .

خامسا: الطالب الجامعي:

هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية إلى المرحلة الجامعية ، تبعا لتخصصه الفرعي شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك ، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية و الفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي ، إذ أنه يمثل عدديا بالنسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية. (1)

إجرائيا:

هو شاب له خصائصه و مميزاته و حاجاته الخاصة به، يمتاز بنوع من الذكاء و مجموعة من العارف وله طموحات و أهداف يتطلع إليها ، حيث سمحت له شهادته العلمية بأن يتلقى تعليما عاليا في مؤسسة علمية.

1- الدراسات السابقة:

أ- الدراسات العربية:

- دراسة السعيد بومعيزة >> أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب - دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية <<

لقد تمحورت إشكالية الباحث في ما هو أثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب الجزائري؟

حيث وضع الباحث 7 فرضيات ، واعتمدت دراسته على المنهج المسحي الوصفي كما شملت 415 مفردة ، 200 من الذكور و 215 من الإناث.

¹ - فضيل دليو و آخرون، الجامعة تنظيمها وهيكلتها؛ مجلة الباحث الاجتماعي ، العدد الأول، (جامعة قسنطينة، 1995) ص125.

ولقد توصل الباحث إلى النتائج أهمها: (فيما يخص القيم)

- يوافق كل من الذكور والإناث علي أن وسائل الإعلام تساعدهم علي الارتباط بالقيم لكن الإناث أكثر اعتقادا في قدرة وسائل الإعلام علي جعلهن يرتبطن أكثر بقيم الطموح و التقوى ، وتقدير العلو و العلماء و الديمقراطية والعدل .

- كلما كان المستوي التعليمي ادني لدي الشباب ، إلا و اعتبروا وسائل الإعلام مصدرا لتعزيز القيم عندهم ، وكلما كان المستوي التعليمي للشباب أعلي إلا وكان اعتقادهم أقل وسائل الإعلام علي جعلهم يرتبطن ببعض القيم أكثر

- يعتقد كل من الذكور و الإناث بأن وسائل الإعلام تساعدهم علي الارتباط أكثر بقيم البعد النفسي .

- الذكور اقل اعتقادا من الإناث في قدرة وسائل الإعلام علي جعلهم يرتبطن بقيم البعد الاجتماعي .

- عن ذوي المستوي التعليمي الأدنى أقل اعتقادا في قدرة وسائل الإعلام علي تعزيز قيم الأبعاد النفسية و الاجتماعية ، وأن ذوي المستوي التعليمي الأعلى أقل اعتقادا في قدرة وسائل الإعلام علي تعزيز ذات البعدين الاجتماعي و الديني .

- القيم التي نالت أهمية قصوى لدي المبحوثين هي : الطموح و الأمن الوطني والتقوى ، الالتزام الديني ، والعدل ، والقيم التي كانت مهمة عند المبحوثين هي : احترام الذات ، التفتح، الالتزام بالفرائض الدينية ، وتقدير العلم والعلماء و الديمقراطية و المسؤولية .

إن ما توصلت إليه هذه الدراسة فيما يتعلق بأثر وسائل الإعلام علي قيم الشباب قد كشفت عن أهمية وسائل الإعلام في تعزيز القيم بأبعادها لدي الشباب الجزائري إلى جانب مؤسسات التنشئة الاجتماعية ، و بهذا تكون هذه الدراسة قد بينت و شرحت طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام و المنظومة القيمية في الجزائر.⁽¹⁾

● دراسة نصير بوعلي: << أثر البث الفضائي المباشر علي الشباب الجزائري >>

لقد تمحورت إشكالية الباحث في حول معرفة الأثر أو التأثيرات الذي يمكن أن يحدثه البث الفضائي المباشر

¹ -السعيد بومعيرة ، أثر وسائل الإعلام علي القيم والسلوكيات لدي الشباب -دراسة استطلاعية بمنطقة البلدة -أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال؛ جامعة الجزائر ، كلية العلوم السياسية والإعلام ،قسم علوم الإعلام والاتصال 2005-2006.

علي الشباب الجزائري وللإجابة علي هذه الإشكالية طرح عدة تساؤلات منها :

- ماهي أنواع القيم الإيجابية / أو السلبية التي تفرزها عينة من الأفلام المقدمة في الفضاءات العربية ؟

- ماهي مجالات التأثير التي تنعكس علي الأنساق القيمية وهوية المتلقي الثقافية؟

واعتمد الباحث علي استعمال أسلوب تحليل المضمون و اختيار فئة القيم كأساس لتحليل الأفلام للتعرف علي ما تعكسه لمشاهديها من قيم ثقافية إيجابية وقيم سلبية .

كما صمم لهذا التعرض استمارة حصر فيها 15 قيمة إيجابية و 15 قيمة سلبية وحدد القيم الإيجابية علي النحو التالي : الأمانة ، الشجاعة ، التسامح ، حب السلم ، حب الخير ، حب الوطن ، التضحية ، الكفاح من اجل هدف سامي هما الثقافة والعلم ، المحافظة علي النظام، احترام القانون، الإيمان بالله، احترام العمل، الانضباط، وتمثلت القيم السلبية فيما يلي : الغش، الجبن، التعصب، الميل للحرب، حب الشر، الخيانة، الكذب، الجنس والإثارة، مخالفة القانون، الجهل و التواكل ، الانتهازية .

والهدف من هذه القيم هو التعرف علي مدي ما تعكسه هذه الأفلام من قيم إيجابية وقيم سلبية و نسبة كل منها و مدي تطابقها مع ثقافة المجتمع المعني والمعاني الكامنة وراء هذه القيم.

كما استعمل الباحث طريقة المسح و أداة الاستمارة لجمع البيانات ، وغطت أسئلة الاستمارة عدة انشغالات أهمها:

- أنماط استعمال التلفزيون وعلاقة الفضاءات بالتعرض لوسائل إعلام أخرى أثر الفضاءات علي الأنساق القيمية والهوية الثقافية ، وكشفت الدراسة عن العديد من النتائج من بينها:

- فيما يتعلق بتحليل الأفلام اتضح اهتمام الأفلام و تركيزها علي عرض الموضوعات السلبية او ذات الأثر السلبي أكثر من الموضوعات الإيجابية أو ذات الأثر الإيجابي حيث بلغت نسبة القيم السلبية فيها نسبة 68.8 من إجمالي كل القيم في عينة الدراسة والباقي قيم إيجابية.

- تبين أن الذين يشاهدون يوميا برامج الفضاءات هم أكثر عرضة للآثار الاجتماعية والسلوكية السلبية و كلما ارتفع عدد الساعات التي يقضيها الشباب في اليوم مع الفضاءات كلما ازدادت الآثار و السلوكات السلبية.⁽¹⁾

¹ - نصير بوعلي، أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر علي الشباب الجزائري دراسة تحليلية وميدانية ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الدولة في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية والإعلام ، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2003.

- دراسة الدكتورة فوزية عبد الله علي و د. عاطف العبد >> دراسة استطلاعية عن عادات و أنماط مشاهدة القنوات الفضائية <<

أجريت الدكتورة فوزية عبد الله العلي، والدكتور عاطف العبد دراسة استطلاعية عن عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية، وذلك علي عينة من طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة قدرها 190 مفردة، بهدف معرفة مدى الإقبال علي مشاهدة القنوات الفضائية و العربية وعادات و أنماط التعرض لهذه القنوات .

وقد استخدم الباحث منهج المسح لجمهور وسائل الإعلام بالإضافة إلي منهج دراسة العلاقات المتبادلة، كما اعتمد الباحث علي الأسلوب الإحصائي في العد والقياس، وقد أسفرت الدراسة عن الآتي:

- تأتي الأفلام العربية في المرتبة الأولى للمشاهدة بنسبة (9.55%)، ثم المسلسلات العربية (98.5%)، ثم المباريات الرياضية (97%)، يليها الأخبار (96%).
- أهم القنوات التي حظيت بأعلى معدلات مشاهدة هي : قناة دبي (100%)، أبو ظبي (mbc) (96%)، الفضائية المصرية (80%)، سلطنة عمان (51%).
- ويرى الباحثين إلي أضرار مشاهدة البث المباشر في :
- تساعد علي انتشار الرذيلة وإظهار سهولة ارتكابها، و تعويد المشاهد علي وسائل محرمة مثل الخلوة والمغازلة والمخدرات والخمور (100%).
- كما أشار (89%) إلي أن البث المباشر يقدم فنون الجريمة والعنف وإظهار أبطالها كقدوة.⁽¹⁾

¹ -د/ فوزية العلي، وعاطف العبد، عادات و أنماط مشاهدة القنوات الفضائية، دراسة استطلاعية على طلبة و طالبات قسم الإعلام، جامعة الإمارات (القاهرة: مجلة الإعلام، جامعة الأزهر)، يوليو 1994، ص160، 161 .

ب- الدراسات الأجنبية:

● دراسة جاوونيك ما << التلفزيون وتأثيراته الاجتماعية في الصين >>

- تناولت الدراسة عرضاً شاملاً لمسيرة التطور في برامج التلفزيون الصيني عبر الـ (28) سنة الماضية والمراحل التي مرت بها البرامج التلفزيونية عبر هذه السنوات وما طرأ عليها من تغير وتطور من حيث النوع والكم ومن حيث استعمال التقنيات الحديثة ، والأهم من ذلك من حيث المحتوى بحيث يشمل الثقافات كافة والأذواق كافة وللأعمار جميعها.

ووظف منهج تحليل المضمون وقام بتحليل البرامج علي اختلاف أنواعها ومن ثم تحليل آثارها في الشعب الصيني ومعرفة الآثار العامة لها .

وأهم نتيجة توصل إليها الباحث أن التلفزيون في الصين كان له آثار مختلفة ومتنوعة في الجانب الاجتماعي بما في ذلك القيم ، ومن نتائجه علي القيم والمجال الاجتماعي الآتي:

- ففي مجال القيم الوطنية كان للأخبار الوطنية آثارها في الجمهور فقد مكنت السكان بأعدادهم الكبيرة من معرفة مجريات

الأحداث في الصين وفي تنمية الشعور الوطني لديهم.

- وكان الاهتمام الأكبر بالبرامج التثقيفية التي تهدف إلي نشر القيم المعرفية وتدعيمها وأعطيت أولوية من خلال بعض البرامج الخاصة التي كانت تقدم من خلال التلفزيونات الفرعية في الجامعات والمدارس الثانوية التي تعمل من حيث كونها مؤسسات إضافية للتعليم النظامي ، وكذلك كان الاهتمام ملحوظاً أيضاً ببرامج الأطفال التي كانت تشكل نسبة ملحوظة بالنسبة للبرامج الأخرى المقدمة خلال السنوات الأخيرة، هذه البرامج كانت موجهة بشكل رئيسي إلي أطفال المدارس وسواهم ، وهذه البرامج متنوعة من ناحية الموضوعات ومن ناحية الأسلوب والصيغة وتتميز بتأكيد علي القيم التربوية والأخلاقية بالدرجة الأولى في محاولة لزرعها وتدعيمها في الأطفال لتكون قاعدة أساسية للسلوك يستعينوا بها في حياتهم المستقبلية.

- ويضيف أن البرامج الرياضية شهدت تطوراً كبيراً من حيث شكلها ومضمونها وبذلك جلبت جمهوراً واسعاً من مُحبي الرياضة وساعدت الهواة من الرياضيين من خلال تزويدهم بالتطورات التي تشهدها الحركة الرياضية ، فضلاً عن تشجيعها لأنواع الرياضة الشعبية الموجودة في الصين ولا سيما مصارعة (السومو).

- وهكذا الحال بباقي برامج التلفزيون الصيني كبرامج التسلية والفن وغيرها من البرامج . وخلاصة نتائج الدراسة أن

التلفزيون لعب دورا كبيرا في الحياة الاجتماعية للشعب الصيني علي مدار 28 سنة الأخيرة وكان له تأثيرا بشكل مباشر وغير مباشر في تكوين وصقل القيم والمسائل الأخلاقية والحضارية فهو مصدر للقيم الوطنية والأخلاقية والاجتماعية فضلا عن إسهاماته في تدعيم القيم الأصلية للشعب الصيني.⁽¹⁾

12- صعوبات الدراسة:

كأي باحث يتعرض إلي جملة من الصعوبات والعراقيل تؤثر علي سيرورة استكمال دراسته ومن خلال بحثنا واجهتنا مجموعة من الصعوبات والتي تحدد أساسا خاصة ما تعلق بالجانب التطبيقي في صعوبة توزيع الاستمارة علي الطلبة في معاناة البحث عنهم في الأقسام بالنسبة لتخصص معين ، أيضا عدم تجاوب المبحوثين في الإجابة هناك من يجيب بصيغة جيدة و هناك من لا يبال في إجابته.

¹- chaozeng , ma , television and its social effects in china , paper presented at the international television studies coference , london , England, 1996. P24.

الفصل الثاني

البث الفضائي المباشر و الفضائيات

العريضة

تمهيد:

شهدت السنوات الأخيرة ظهور ما يعرف بالأقمار الصناعية والتي تعد وسيلة متميزة لتبادل الاتصالات بين الدول وهو ما ترتب علي إحداث ثورة حقيقية في مجال البث الفضائي المباشر والذي بإمكانه حمل إشارات تلفزيونية من أماكن البث والذي يتحول مباشرة إلى أجهزة الاستقبال التلفزيوني في المنازل، فالأقمار الصناعية تعد بمثابة المحور الرئيسي للانفتاح الإعلامي في عصرنا الحالي.

لذا فالفضائيات العربية هي من أحد مفرزات ثورة تكنولوجيا المعلومات، حيث بدأت القنوات الفضائية تأخذ شكل الظاهرة الجماهيرية، ورافق ذلك قيام العديد من القنوات الغربية والعربية وتنافسها مما أدى انتشارها وتعددتها فضلاً عن رخص ثمن الأطباق التي تسهل الحصول علي خدماتها بسهولة ويسر، وهي إن بدأت تغزو الفئات الميسورة في المجتمع، إلا أن غزوها هذا بدأ يتوسع في السنوات الأخيرة وينتشر بين الفئات المتوسطة، ومن ثم لم يعد في الإمكان تجاهل هذه الوسيلة الاتصالية الجديدة بما لها من آثار عديدة (إيجابية / سلبية) علي المشاهدين خاصة لقدرة علي الوصول مباشرة إلى المشاهد بدون محطات وسيطة، أي من القمر الصناعي إلى المشاهد مباشرة.

ومع انتشار الفضائيات العربية وتنوعها سعت إلى تلبية الاحتياجات الذاتية للمشاهد في مجالات واهتمامات خاصة، وقد أصبح بإمكان المشاهد متابعة أي قناة عربية تحصر اهتماماته التعليمية أو الاجتماعية أو الثقافية، وفي مجالات أخرى كالرياضة أو الطبخ أو الأفلام أو المنوعات، فالفضائيات العربية تعمل علي خلق خطاب تلفزيوني عربي ثري وجاد قادر علي المنافسة وتشد انتباه المشاهد بتنوع المصادر والمضامين الإعلامية.

1.1- البث الفضائي المباشر في العالم :

يعتبر البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية أكبر نجاح حققه التفكير العلمي والتكنولوجي في مجال تطوير وسائل الاتصال الجماهيري وقد ساعد هذا التطور علي ظهور عشرات القنوات التلفزيونية الفضائية فلا يكاد يمر يوم وإلا و نشهد فيه ميلاد قنوات فضائية جديدة أو إعلان عن الشروع في البث عبر الأقمار الصناعية ، وتحديد كيفية التقاط البث لهذه القنوات ومشاهدة برامجها.

وقد بدأت عملية التفكير في البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية في مطلع السبعينات ، عندما وضع الاتحاد السوفيتي (سابقا) مركبة فضائية تزن أكثر من طن شرعت في البث المباشر للبيوت والقرى المعزولة في سيبيريا ، وبعدها وضع برنامجا للبث التلفزيوني يشمل مناطق سيبيريا الشاسعة من خلال إطلاق سلسلة من الأقمار الصناعية تدعي "أيكران " أطلق الأول منها عام 1976م .⁽¹⁾

وقد شهدت سنة 1976م أيضا الانطلاقة الأولى في مشروع قمر صناعي للبث التلفزيوني المباشر بالقارة الأوروبية ، وتبعها مبادرات انفرادية أو الثنائية علي غرار الاتفاقية الموقعة بين فرنسا وألمانيا في أكتوبر 1979 والتي أنجبت فيما بعد القمر الصناعي TDFI و TV SAT الألماني في 1985م.

و في جوان سنة 1989 أطلقت وكالة الفضاء الأوروبية أول قمر صناعي أوروبي خاص بالبث المباشر بواسطة صاروخ آريان ، ويسمي هذا القمر الذي تشترك فيه مجموعة من الدول الأوروبية ، بالقمر أولمبيس Olympus، و قررت هيئة الإذاعة البريطانية استخدام قناتيه ذات القدرة العالية بموجب عقد مدته خمس سنوات.⁽²⁾

وانطلاقا من سنة 1987 دخلت العديد من الشبكات التلفزيونية الأوروبية ميدان البث التلفزيوني المباشر ، وأصبحت ساعاتها مساحة البث تمتد من إسبانيا والبرتغال إلي دول أوروبا الشرقية ومن بريطانيا والدول الإسكندنافية إلي دول الشمال الإفريقي.⁽³⁾

ومازالت العمليات التكنولوجية جارية لتسهيل وصول البث التلفزيوني المباشر إلي دول العالم بوسائل سهلة و رخيصة ، إذ تسعى الشركات لإتمام البث التلفزيوني الفضائي عن طريق الهوائيات الاعتيادية دون الاستعانة بالأطباق الهوائية ، الأمر الذي دفع إياد شاکر البكري إلي التوقع بأن العالم سيشهد أكبر صراع و تنافس بين الشبكات والقنوات التلفزيونية أكثر ما هو عليه و أن ذلك سيؤدي إلي حرب تلفزيونية في الفضاء.⁽⁴⁾

1- إياد شاکر البكري ، حرب المحطات الفضائية عام 2000؛ ط(1، دار الشروق للنشر و التوزيع 1999) ص 20.

2- المرجع نفسه ، ص. 23.

3-نصير بوعلي، البث التلفزيوني المباشر والحضارة العامة ؛ (مجلة الإذاعات العربية ، عدد04، 2000) ص11.

4- إياد شاکر البكري، مرجع سابق، ص31.

أ- نظم الأقمار الصناعية: يوجد نظامان فضائيان عربيان هما:

1- عربسات: Arab Sat

كانت الانطلاقة الأولى لعربسات في مجال التشغيل الفضائي في 22 أغسطس 1985 مستهله نشاطها ببث تلفزيوني لشعائر الحج من الأراضي المقدسة إلى كافة الدول العربية التي كانت تمتلك محطات أرضية مؤهلة للاستقبال.⁽¹⁾

2- نايل سات: Nile Sat

يتكون نظام ناسل سات من قمرين صناعيين ، أطلق الأول في أبريل 1998 ، والثاني في يوليو 2000 ، ويتكون القمرين من 12 قناة قمرية ، تتحول تكنولوجيا بالضغط الرقمي إلى 84 قناة تلفزيونية و 400 قناة إذاعية ، ويغطي القمران كل من دول الشرق الأوسط وجنوب أوروبا وجزء كبير من شمال إفريقيا.⁽²⁾

ب- الفضائيات العربية :

تعد القناة الفضائية المصرية Egyptians space channel ESC أول قناة فضائية عربية حكومية منتظمة الإرسال ، وقد بدأت في البث منتظم في 12 ديسمبر 1990 ، وأصبحت تغطية القناة الفضائية المصرية تشمل ما يعادل أربعة أخماس العالم وعلي مدي 24 ساعة يوميا.⁽³⁾

وفي عام 1991 شرع بعض المستثمرين السعوديين في بث قنوات مركز إذاعة الشرق الأوسط MBC من لندن ، والتي وفرت خدمة إخبارية وبرامج حوارية للمشاهدين العرب علي النسق الشائع في الغرب عموما ، ثم شرع مستثمرون سعوديون آخرون في إطلاق شبكات فضائية عربية ذات مضامين غربية مسلية ، راديو وتلفزيون العرب ART وشبكة Orbite ثم انطلقت بعد ذلك بقية القنوات الفضائية العربية.⁽⁴⁾

وما يلاحظ أن القنوات الفضائية العربية نشأت بلا تخطيط أو تنسيق بينهما ، إلا أنه وجدت فيما بعد لجنة تنسيق سميت "اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية" ، وهي تهدف إلى توفير إطار ملائم لتلقي فيه أسرة البث الفضائي العربي لتقييم مسيرتها بما يحقق تنامي البديل العربي في عصر الفضاء ، وتنوعه تنوعا مبدعا يؤهله لمنافسة البث الوافد ، ويُجذّر المشاهد العربي في محيطه الثقافي والحضاري.⁽⁵⁾

إلا أن ما تنادي به هذه اللجنة بقي مجرد شعارات براقة وأحلام تهاوت علي أرض الواقع فهناك آراء ترى أن هذه اللجنة عديمة الجدوى وأنها تؤدي دور التسويق بدلا من التنسيق، رغم أن العالم العربي لديه من المقومات لظهور نظام إعلامي عربي مشترك مثل اللغة والدين والأرض و الأهداف المشتركة ووحدة التاريخ والعدو المشترك،

1 - المرجع السابق ، ص 55.

2 - راسم محمد الجمال ، الاتصال والإعلام في العالم العربي في عصر العولمة ؛ ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ، 2006) ص 136.

3 - إياد شاكركري ، نفس المرجع السابق، ص 136.

4 - راسم محمد الجمال ، نفس المرجع السابق، ص 135.

5 - رؤوف الباسطي ، اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية؛ (مجلة اتحاد الإذاعات العربية ، عدد 3، 1997) ص 20.

ورغم ظهور إذاعات الدول العربية مع بداية 1980 وإنشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية عربسات 1985 و إطلاق قمر ناي سات عام 1998، إلا هناك الكثير من المشكلات التي لا تزال تواجه إقامة هذا النظام ، وذلك لعدة اعتبارات هامة أبرزها ما يتعلق بمجوية القنوات الفضائية وسياساتها ومخططاتها البرمجية ، ومدي انسياقها في منظومة التبعية الثقافية والإعلامية للدول الغربية ، بينما الولايات المتحدة الأمريكية التي تفرض سيط هيمنتها من خلال عولمة الإعلام.

2.2- الفضائيات العربية و تأثيرها علي الشباب :

لا بد من التقرير بادئ ذي بدء أنّ القنوات الفضائية ما هي إلا وسيلة ، وأن الحكم عليها مرتبط بطبيعة الاستخدام ، وأن مكانتها فيما يتعلق بالإيجابيات إنما هي في إمكاناتها الواسعة في الانتشار و الجذب باعتبار أنها اليوم أداة الاتصال الكونية الأولى فبعد مضي أكثر من ثلث قرن علي انطلاقة أول قمر صناعي في الفضاء عام 1957م تكون القنوات الفضائية بما حازته من اهتمام متزايد علي مستوي العالم قد تبوّأت مركز الصدارة من وسائل الإعلام المعاصرة. (1)

ما كان الأمر فهناك رؤى مختلفة فيما يتعلق بطبيعة الأخطار التي قد تصيب العالم الإسلامي من جراء البث المباشر حيث قال البعض من مخاطره ، وبالغ الآخرون فيها تبعا لسعة إمكانات الاستقبال سواء كان البث عبر القناة غريزة الإشعاع أو القناة الجماعية من غير حاجة إلي وسيط. (2) مما جعل الجمهور موضع استحواذ من فضائيات عدة مُسخرة لخدمة أغراض أهداف هي موضع شك وملاحظة ممن يشاهدون ما تبث من مضامين. (3) و مع ما في هذا الحكم من مبالغة فإنه لا شك أن للقنوات الفضائية قدرة كبيرة علي التأثير علي الأفراد غير أن نجاحها مرتبط بعوامل أخرى لكن ذلك لا يقلل من التأثير السلبي لها ، ولعل أبلغ شاهد علي ذلك القرار الذي اتخذته مجلس وزراء الإعلام بدول الخليج في اجتماعهم الرابع بدولة البحرين الذي جاء فيه "اتفق الوزراء علي التمسك بالقيود التي تحد من اتساع استعمال أجهزة الاستقبال الفضائية الصغرى أطباق الالتقاط نظرا لحساسية وأهمية هذا الجانب وعلاقته بالتراث والأصالة وحماية المواطنين من مخاطر البث المباشر الذي لا يتفق وتعاليم الدين الإسلامي الحنيف . (4)

1 - عاطف عدلي العبد ، دراسات في الإعلام الفضائي؛ ط1 (دار الفكر العربي، عام 1416هـ) ص 97 - 100.

2 - الإذاعات العربية؛ العدد 3، 24، 25، ص 24، 25.

3 - بدر كريم، (جمهور وسائل الإعلام والاتصالات ، كيف نحافظ عليه؛ (العدد الخامس والسادس، الإعلام والاتصال) ص75.

4 - أحمد موسي الضبيان ، المادة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية؛ (رسالة دكتوراه مقدمة لقسم الإعلام ، عام 1418هـ غير منشورة) ص98-100-101.

أ- الآثار الإيجابية:

- استطاعت الفضائيات العربية أن تثبت وجودها و أن تشكل قوة إعلامية وحققت العديد من الأهداف التي سطرتهما فأحدثت طفرة في الإعلام العربي ومن بينها :
- 1- احتلال الفضائيات العربية الخاصة قائمة القنوات الفضائية الأكثر مشاهدة بالنسبة للجمهور العربي، مما يوضح ارتفاع مستوي أدائها و قدرتها علي تحريك المياه الراكدة في مجال الإعلام الفضائي العربي نظراً لما يتمتع به من هامش واسع للحرية .
 - 2- تحقيق الفضائيات العربية نوع من التواصل الثقافي من خلال بناء ثقافة جيدة لدي المشاهد العربي ، ومما يسهل في بناء هذه الثقافة وجود قواسم مشتركة للدول العربية ولعل أهمها الجذور الموحدة للثقافة العربية ووحدة اللغة بين الشعوب العربية. (1)
 - 3- تؤكد القنوات الفضائية العربية علي أهمية الالتزام بالقيم التي يؤمن بها المجتمع العربي و توضيح الدور الحضاري والتاريخي للأمة العربية ، كما يقوم البث المباشر العربي بقضاياها الأساسية بتكوين الرأي المجتمعي العام بما يخدم الأمة العربية ويحافظ عليها.
 - 4- حاولت الفضائيات العربية الارتقاء بالمستوي المهني ، خاصة في مجال نشرات الأخبار و التقارير و الحوادث و السياسة و الفكر. (2)
 - 5- لعبت الفضائيات العربية دوراً في التأثير علي اللغة من حيث طريقة الاستعمال لها ، ومن حيث تزويد الجمهور العربي بمصطلحات جديدة تدخل في قاموس حياته خاصة من حيث اللغة المحلية ، إذ ساهمت في تقريب اللهجات العربية وصار عاملاً مساعداً في تكوين اللغة الوسطي أي لغة الإعلام ، و قدمت للشعوب بذلك ثروة لغوية ساهمت في رفع مستواه الثقافي . (3)
 - 6- تكوين نظام تعليمي علي المستوي الوطني كجزء و عملية من التنمية الاجتماعية الشاملة ، عن طريق القنوات الفضائية ، حيث يقدم و يُعد المعلمون والمتخصصون الدروس العلمية و النظرية دون حضور الدارس إلي مدرسته أو معهده.

1 - مني سعيد الحديدي ، الفضائيات العربية و متغيرات العصر ؛ (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 2005) ص 638.

2 - عبد الله بوجلل و آخرون ، القنوات الفضائية وتأثيراتها علي القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدي الشباب الجزائري ؛ (دراسة نظرية ميدانية ، جامعة الأمير عبد القادر) ، فسنطينه ، د.ط، د. ت، ص.أ

3 - عبد العزيز شرف ، وسائل الإعلام لغة الحضارة؛(القاهرة: مؤسسة مختار للنشر و التوزيع ، د. ط، د.س) ص 7

ب- الآثار السلبية:

ظهر البث الفضائي العربي بصورة لم يكن المجتمع العربي مؤهلاً لذلك ولا مهيباً ، فلم يستعد للتعامل مع آثاره الإيجابية والسلبية ، وذلك نظراً لطبيعة البرامج المقلدة لاعتمادهم علي المنتجات الغربية وولوجها إلي المجتمع دون دراسة مسبقة علي ذلك ، حيث أن مضمون هذه القنوات تدفع المشاهد لاختيار قناة أو متابعة برنامج ما ، فهذا المضمون أظهر أوجه التأثير السلبي علي المجتمع علي النحو التالي:

1- الآثار العقائدية :

هناك أثر سلبي لمضامين برامج بث القنوات الفضائية علي عقيدة المسلمين ، عن طريق التشكيك في عقيدتهم ، والترويج للقيم المادية وتحسين أنماط السلوك السائد في المجتمعات الغير مسلمة ، وإظهار المجتمعات غير الإسلامية بأنها بلاد الحرية ، وتقبل الرأي البشري المخالف للشرائع السماوية ، وفي المقابل وصف العالم الإسلامي بالرجعية و التخلف ، وربما روجت بعض قنوات البث المباشر بعض الأفكار الإلحادية وكل هذه المضامين الوافدة تُبث عبر القنوات الفضائية، وللأسف قد يستحسن بعض المسلمين تلك الأفكار وأساليب الحياة في المجتمع الغربي و يُقلدها عن جهل منه.

- إن بعض القنوات الفضائية فتة تهدد كيان الأمة الإسلامية ، فقد اجتمع (8194) منصرفاً و عقدوا اجتماعاً عالمياً في هولندا مثله أكثر من خمسين دولة وكلف 21 مليون دولار ، وكان هدفه دراسة كيفية الاستفادة من البث الفضائي للتنصير و التأثير علي المسلمين .

2- الآثار الثقافية :

و يتمثل في الغزو الثقافي الفكري و محاولة التغريب و محاربة و تهديد الهوية الثقافية للمجتمع العربي ، من خلال عرض المعايير و القيم والسلوكيات اليومية و نمط العلاقات الاجتماعية في المجتمع الغربي بوصفه المجتمع الأرقى و الأكثر تقدماً ، وعرض النماذج السائدة في المجتمع العربي ووصفها بالتخلف و هذا يفسر لنا انتشار نماذج ثقافية غربية في المجتمعات العربية .

- تحريف التراث الإسلامي : و هذا بالتشكيك في مقوماتنا الإسلامية و في تاريخ أمتنا و أصلاتها من خلال عرض برامج تدعو إلي الارتقاء و نبذ التخلف الذي سببه الدين الإسلامي.

3- الآثار الاجتماعية :

فبسبب إمكانية التلقي المباشر من القنوات الفضائية انعدمت فرض الرقابة و المنع من قبل الجهات الرسمية في الدول النامية ، وتعذر علي الجهات الرسمية فرض الانتقاء و الحذف من مضامين البرامج الوافدة الضارة بالقيم الدينية و الاجتماعية والثقافية أو بالأسرة و التربية ، وهكذا ظهرت الهمجية الأجنبية التي تمجد العنف والعداوة والقوة ، حتى في برامج الرسوم المتحركة الموجهة للشباب ، واحتوت تلك البرامج علي مضامين ربما أدت إلي تفكك الأسرة و تشجيع الانفرادية والأنانية والخروج عن سلطة الوالدين ، و الاستهزاء بالقيم الدينية ، وربما احتوت برامج البث علي مفاهيم متناقضة مع قيمنا.

4- الآثار الأمنية :

تقدم القنوات الفضائية الجرمية و العنف بأنها واقعا اجتماعيا و أحداث عادية مألوفة كل يوم ينقلها الناس بعفوية هادئة ، كقبولهم لبعض الظواهر المألوفة كبرودة الجو ، إن استمرار الشباب في مشاهدة العنف و القوة واستخدام العدوانية يترك آثار سيئة علي حياتهم وعلاقتهم مع المجتمع وتعاملهم مع أسرهم بصورة خاصة ، فقد بدأت وسائل الإعلام بتسويق برامج العنف و العدوان والجريمة و أصبحنا نعيش في عالم عدواني يقوم علي تثبيت بصماته السلبية علي شخصية الشباب. (1)

5- الآثار الاقتصادية :

يظهر من خلال الإعلانات الكثيفة والتي في معظمها لشركات عالمية من أجل تسويق منتجاتها علي حساب المنتج الوطني الذي يتم إضعافه ببيان محاسن المنتج المستورد، كما لوحظ انتشار أنماط استهلاكية ترفيهية لدي الفرد العربي المسلم ، مما أدى إلي تعميق الهوة بين الطبقات الاجتماعية ، و ظهور من يعاني من القصور في القدرة الشرائية فيحدث صراعا داخليا يؤدي إلي عدم الاستقرار الاجتماعي ، و إضعاف الروابط الاجتماعية ، فكثرة الإعلانات تعمل علي خلق رغبات جديدة لدي الأفراد الذين لا يستطيعون إشباعها ، بسبب تركيزها علي النواحي العاطفية والشعورية التي تؤدي إلي خلق أنماط مختلفة من التبذير والاستهلاك غير العقلاني ، إضافة إلي انتشار قيم جديدة بعيدة عن القيم الإسلامية كالتنافس علي تحديث أنماط جديد في الأثاث المنزلي إلي غير ذلك. (2)

3.3- البث الفضائي في الجزائر :

دخلت الجزائر ميدان البث التلفزيوني المباشر رسميا منذ منتصف الثمانينات وذلك من جراء إطلاق فرنسا لقمريها الصناعي الأول TDF1، الخاص بالبث المباشر في أكتوبر عام 1985، وقد كانت عملية استقبال البث الفضائي في الجزائر في البداية وقفا علي الأماكن العمومية مثل دور السينما وقاعات الحفلات ، وقد كان رياض الفتح بالجزائر العاصمة السباق لهذا النوع من الاتصال التلفزيوني ، حيث جُهِز بهوائي كبير مكنه من التقاط أربع قنوات تلفزيونية وهي راي الإيطالية ، ميوزيك بوكس music Box الألمانية ، TV5 الفرنسية ، وقناة أوروبا Europa.

ونظرا للتكلفة الباهظة للهوائيات المقعرة ، إذ بلغ ثمن الهوائي المقعر في فرنسا عام 1985 حوالي 15 ألف فرنك فرنسي أي ما يعادل آنذاك 12 مليون سنتيم جزائري ، بالإضافة إلي تكليف الجمركة والنقل ، فقد كان امتلاك الهوائيات المقعرة في الجزائر وقفا علي المؤسسات العامة وبعض الفئات الميسورة اجتماعيا. (3)

1 - الحمود عبد الله ، التأثير المتوقع للبث الفضائي؛ بحوث في الدعوة و الإعلام ودراسات (العدد الأول ، جامعة الإمام محمد بن سعود 1992) ص 57-67.

2 - عماد الدين الرشيد، الإعلام المعاصر رؤية نقدية - المحطات المتلفزة نموذجا - ، نحو القمة؛ ط1(حمص: للطباعة والنشر ، 2009) ص 41.

3 - مي عبد الله ، التلفزيون والخوف من المعرفة؛ (مجلة اتحاد الإذاعات العربية ، عدد 3، 2005، ص 108).

إلا أنه مع تنامي تصنيع وتطوير الأقمار الصناعية ، وتعاضم ظاهرة القنوات الفضائية فإن ذلك قد قلص تدريجيا من حجم تكلفة الهوائيات ، و ضاعف أعداد جمهورها و خاصة بعد إدخال النظام الرقمي *Systeme numérique* ، الذي أتاح للمشاهد فرصة الاختيار الواسع للبرامج التلفزيونية ضمن الباقات المتنوعة وهكذا أصبح المواطن الجزائري بإمكانه التقاط مئات القنوات الفضائية العالمية بدون رقابة أو وسيط.

خلاصة

اليوم و بفضل التطور التكنولوجي في مجال الإعلام برز اهتمام كبير بالتواصل الفضائي في مجالات عديدة ، خاصة من الدول الصناعية التي سخرت الفضاء لخدمة أهدافها ومن أهمها الأغراض العلمية بحكم أن الإعلام يمتلك مجالاً ومدياً أوسع من السبل والوسائط في ظل تطور الاتصالات الفضائية ، وانتشار القنوات الفضائية و تعددها مع تفاعل بين المضامين الإعلامية والجمهور فعن طريق استخدام الأقمار الصناعية ذات القوة العالية أمكن إرسال كم هائل من المعلومات مما تؤثر علي فهم الإنسان وقناعاته تجاه المواقف المختلفة وهذا تبعاً لذلك رغبة في توسيع نطاق التعامل بين المرسل و المتلقي أينما كان.

الفصل الثالث

التلفزيون و القيم الاجتماعية

تمهيد:

يعد التلفزيون وسيلة من أهم وسائل الاتصال بال جماهير وهو الأكثر تأثيرا والأكثر قوة، إذ استطاع أن يجعل المشاهد يتعايش في مكانين في آن واحد ويدرك أن ما يشاهده أو يسمعه هو في الحقيقة واقع، حيث لو تتبعنا البرامج المعروضة في التلفزيون لوجدنا أن معظم ما يقدم فيها يشير إلى أنماط سلوكية تخص أحد الجوانب الترفيهية أو الرياضية أو الاجتماعية، أو الدينية... وأي نمط سلوكي لا بد أن يرتبط بمجموعة من القيم التي توجهه و تتحكم فيه وتحكم عليه أيضا و هذا يعني أن كل ما يقدم في التلفزيون هو مرتبط بشكل آخر بالقيم فضلا عن أن التلفزيون يقدم في أحيان كثيرة نماذج لقيم جديدة.

والقيم هي جزء مهم وحيوي من البناء الاجتماعي، لذا فإن إدخال قيم جديدة أو تعديل قيم قديمة أو تدعيمها يجب أن يحصل بصورة منتظمة و منسقة لكي تحقق أهدافها، فالتلفزيون لا يمكن أن يقوم بالدور الخطير في تناول القيم والمفاهيم والممارسات إلا علي وفق خطة مدروسة محددة الأهداف والوسائل تنفذ خلال مراحل، فالقيم أشياء مرتبطة بعقل الإنسان ووجدانه وما حوله من ظروف اجتماعية واقتصادية و مترسبة في نفسه عبر أجيال من بقايا ثقافات قديمة ولذلك فإن العمل علي إعادة تشكيلها بمشاركة وسائل الإعلام يقتضي جهدا مستمرا ومتواصلا في مسيرة واضحة الأهداف.

أ- تعريف التلفزيون

ترجع بداية التطور للتلفاز لعام 1839م علي يد العالم الفيزيائي (الكسندر ادموند بيكيل)، وفي عام 1881 اختراع العالم الألماني (بول نكو) عملية المسح الصوري والأسطوري والمرئي والميكانيكي وطورها فدخل التلفاز عصوراً تجريبية جديدة حيث أدخلت تحسينات كبيرة وسارعت الدول في اقتنائه واستخدامه كوسيلة ذات أهمية كبرى للتأثير في الأفراد . (1)

يعد التلفزيون وسيلة إعلامية تعمل علي بث واستقبال صور ومعاني تتضمن برامج متعددة ، في مختلف المجالات لجميع شرائح المجتمع ، وخاصة شريحة الشباب التي تزودهم بأشكال وأنماط السلوك ويعطي دوراً مميزاً للتلفزيون كأحد مصادر تكوين الثقافة الخاصة culture Private ، خاصة أنه يعمل علي تكوين جزءاً كبيراً من طبيعة الثقافات.

1.1- تعريف القيم الاجتماعية:

تشير أكثر البحوث والمصادر إلي أن أول استعمال للقيم كان في كتاب (الفلاح البولندي في أوروبا وأمريكا) لمؤلفه (توماس و زنانكي) ويعدونه أول استخدام للقيم في علم الاجتماع وقد استخدمها بعض علماء الاجتماع بالفاظ أخرى مثل (الطرائف الشعبية ، العرف ، المعايير) للإشارة إلي الجوانب الثقافية التي لها صفة التقويم والتي يتطلبها أي مجتمع و يمثل لها أعضائه . (2)

وقد تناوها العديد من علماء الاجتماع البارزين في دراستهم الاجتماعية نذكر منهم مثلاً (ماكس فيبر) الذي أكد أن نسق القيم يعد متغيراً مستقلاً في عملية التغير الاجتماعي ، أما العالم _ تونيس (فقد أوغل في مجال القيم الاجتماعية عن طريق مقارنة النمط الريفي بالنمط الحضري ، أما العالم _ بارسنز) الذي وجه اهتمامه بعلاقة القيم الثقافية بنماذج الفعل الاجتماعي و آثارها في أشكال التفاعل الاجتماعي . (3)

- تعريف فوزية دياب : أن القيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وهي تمس العلاقات الإنسانية بكافة صورها لأنها ضرورة اجتماعية ، ولأنها معايير و أهداف لا بد أن نجدها في كل مجتمع منظم سواء أكان متخلفاً أو متقدماً فهي تغلغل في الأفراد في شكل اتجاهات ودوافع

¹ - انشراح الشال، بث وافد علي شاشات القنوات الفضائية؛(القاهرة : دار الفكر، 1993) ص09.

² - محمد أحمد بيومي ، علم الاجتماع القيم؛ (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 198،) ص 146.

³ - قيس النوري، آفاق التغير الاجتماعي ، (د.م.د، د.ن، د.س.ن)

وتطلعات ، وفي بعض المواقف الاجتماعية تعبر القيم عن نفسها في شكل قوانين وبرامج للتنظيم الاجتماعي والنظم الاجتماعية . (1)

- فقد عرف بارسونز القيمة في كتابه النسق الاجتماعي بأنها عنصر في نسق رمزي مشترك يعتبر معياراً أو مستوي الاختيار بين بدائل التوجيه التي توجد في الموقف. (2)

وهناك تعريف آخر : القيم بأنها مجموعة العادات والأعراف ومعايير السلوك والمبادئ المرغوبة التي تمثل ثقافة مجموعة من الناس أو جماعة أو فرد وتعتبر عناصر بنائية مشتقة من التفاعل الاجتماعي، وتعبّر عن مكونات أساسية للمجتمع الإنساني ، كما أن دراستها تعتبر مهمة للبحث الاجتماعي. (3)

2.2- خصائص وتصنيفات القيم

أ- **خصائص القيم** : من أهم خصائص القيم أنّها إنسانية ، ذاتية ، نسبية ، ترتب ترتيباً هرمياً ، تتضمن نوعاً من الرأي أو الحكم كما تتضمن الوعي بمظاهرة الإدراكية والوجدانية والنزوعية .

1 - القيم ذاتية و شخصية : (4)

ترتبط القيم بشخصية الفرد و ذاته ارتباطاً وثيقاً و تظهر لديه علي صور مختلفة من التفضيلات و الاهتمامات والاختيارات والحاجات والاتجاهات و الأحكام مما يجعلها قضية ذاتية شخصية يختلف الناس حول مدي أهميتها و تمثلها باختلاف ذواتهم و شخصياتهم ، وهي بذلك تؤثر و تتأثر بشخصية و ذاتية الفرد واهتماماته وميوله ورغباته وتأملاته وطبيعته وذوقه ، فتفاوت الناس واختلافهم في الحكم علي الأشياء إنما جاء نتيجة لاختلاف بنائهم الشخصي ولتعدداتهم حولها فالحسن والقبح والقبول والرفض لشيء ما يُبنى علي تصور الفرد هذا الشيء واعتقاده فيه ، إذ لا يوجد شيء حسن وقبيح في حد ذاته بل تصور الإنسان عنه هو الذي يعطيه هذه الصفة كما يقول أنصار الفلسفة الواقعية ، فتصوراتنا للأشياء هي التي تكسبها قيمتها عندنا ، ومن هنا تكتسب القيمة أهميتها لدي متمثلها والمتمسك بها من الناحية العلمية.

¹ - فوزية دياب ، القيم والعادات الاجتماعية ؛ مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية (القاهرة : دار الكتاب العربي، 1996) ص 16.

² - محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع؛ (الإسكندرية : مصر ،الدار الجامعية 2002) ص 145.

³ - رضوان وكيفن ، صراع القيم بين الإسلام والغرب؛ (دار الفكر ، 2010) ص 62.

⁴ - ماجد زكي الجلاد، تعلم القيم وتعليمها؛ ط2(عمان : الأردن ،دار المسيرة للنشر والتوزيع و الطباعة، 2007) ص 35.

2- القيم نسبية : (1)

تعني نسبية القيم أنها تختلف باختلاف الزمان والمكان والإنسان فتقديرها وبيان أهميتها وجدواها تختلف من إنسان لآخر ، ومن مكان إلى مكان ، ومن زمان إلى زمان ، وذلك لتصورات الأفراد للقيمة وارتباطاتها الزمنية والمكانية ، وهي بذلك تتبع معتقدات الإنسان وتصوراته كما يحددها في زمن معين ومكان معين ، ولا نقصد بذلك إنسانا بعينه لأن القيمة ثابتة عند صاحبها ، بل مطلق الإنسان ، فقيمة الأسرة مثلا تختلف عند الإنسان العربي عن تقسيمها عند الإنسان الغربي.

فالقيم ثابتة وراسخة عند معتقديها سواء من حيث مصدرها أو أهميتها و جدواها وضرورة تمثلها لأنهم اختاروها و ميزوها بالعقل والفهم العميق وجعلوها معيارا لسلوكهم ، أما من الناحية النظرية فالقيم نسبية و هي مثار جدل واختلاف بين الأشخاص والثقافات والأجيال ، فما يراه جيل بأنه قيمة إيجابية قد يراه جيل آخر قيمة سلبية و هكذا ، وذلك كله مرجعه إلى المعتقد والتصور الذي تنبع القيمة منه ، فاختلاف التصورات يورث الرؤى للقيم الحسن منها والقيبح والمقبول منها والمردود بناءا علي قاعدة " القيم نابعة للفكر و متولدة منه."

3- القيم تجريدية : (2)

القيم معاني مجردة تتسم بالموضوعية والاستقلالية ، تتضح معانيها الحقيقية في السلوك الذي تمثله والواقع الذي تعيشه ، فالعدل من حيث هو قيمة يحمل معني ذهنيا مجردا غير محسوس ، لكنه يتخذ قيمته من الواقع الحي الممارس ، فنسمي سلوك الأب الذي يعطي أبناءه حقوقهم و يساوي بينهم عادلا ، والذي يجابي أحدهم علي الآخر غير عادل، فقيمة العدل تمثلت في واقع وسلوك واضح و محدد إلا أن مفهوم العدل الكلي وطابع قيمته الكلية لا يزال قائما ، فالعدل يبقى عدلا إلا أنه لا يدرك إلا من خلال الواقع الذي يمتزج فيه القيمة المجردة بعالم الأشياء.

ولأن القيمة تلبس بالزمان والمكان لذا لا يمكن القول أنه لا مجال لفهمها إلا في السلوك الذي يمثل الإطار الثقافي الذي يعيشه الإنسان ، لكن يمكن أن يكون لها وجود ذاتي ، أي ماهية لأنها موجودة في حد ذاتها و تحدث نفعا وصلاحا للناس ، فالقيم إذن معان كلية ومطلقة و مجردة ، ورغم هذا لا يكون إلا إذا تلبست بالواقع والسلوك ، أي يؤمن بها الإنسان كموجه له وتحتضنها في سلوكه.

¹ - المرجع السابق ، ص 37.

² - ماجد زكي الجلاد ، مرجع سابق، ص 39.

4- القيم متدرجة : (1)

ومعني تدرج القيم أنها تنتظم في " سلم قيمي " متغير ومتفاعل ، حيث تترتب القيم عند الفرد ترتيبا هرميا تهيمن فيه بعض القيم علي البعض الآخر فللفرد قيم أساسية مسيطرة ، لها درجة كبيرة من الأهمية ، وهي تأتي في قمة هرمه القيمي ، كما أن لديه قيما أخرى أقل أهمية مما يتشكل عنده نسقا قيميا داخليا متدرجا للقيم ، ويظهر " السلم القيمي " واضحا في مواقف الحياة وبخاصة عندما تتعارض القيم المهمة مع تلك الأقل أهمية فيعمل علي الاختيار منها وإخضاع بعضهما لبعض إلا أنه يمكن أن تكون للقيم العديد من الخصائص التي تتصف بها علي النحو التالي و هو : (2)

-تنتمي القيم إلي عالم المثل ، فهي تعبير أخلاقي ، يستمد الإنسان من فلسفة أو تصور أو عقيدة دينية.

-تعتبر القيم قواعد عامة تُحدد وتوجه السلوك في المواقف المختلفة وتفرق بين السلوك المقبول و غير المقبول.-
ترتبط القيم بالأفكار والمبادئ والاتجاهات المقبولة في المجتمع ومن ثم فهي توضح الطرق والوسائل المختلفة التي يجب أن يسلك في ضوءها الإنسان حتى يحقق أهدافه.

-يأخذ البعض بنسبية القيم من حيث اختلافها من فرد لآخر أو من مكان لآخر أو من ثقافة إلي أخرى أو من زمان إلي زمان ، ونحن نؤمن إيمانا قويا بثبات القيم من حيث اعتقدنا في صدق المصدر الذي عن طريقته نأخذ قيمنا.

-تتمت القيم بالأهداف البعيدة التي يضعها الإنسان بنفسه لا بالأهداف الفرعية. (3)

ب - تصنيفات القيم:

-يمكن تصنيف القيم حسب مقاصدها إلي وسائلية وغائية وحسب شدتها إلي عامة وخاصة وحسب وضوحها إلي ظاهرة و ضمنية ، وتتضمن دراسة القيم عدة نواحي منها الجوانب الأساسية من حيث تصنيفها ليسهل دراستها وتحديدتها ويحدث هذا عن طريق أنماط القيم نفسها وحسب أبعادها المختلفة ، ولقد استخدم هذا

¹ - ، المرجع السابق ، ص38.

² - محمد شفيق، الإنسان و المجتمع ؛ مقدمة في علم النفس الاجتماعي (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2003) ص203.

³ -محمد السيد أبو النيل، علم النفس الاجتماعي، دراسات عربية وعالمية؛ ط3 (القاهرة:الجزء الأول ، الجهاز المركزي للكتب الجامعية، 1984)ص

التقسيم كأول تقسيم حسب ما ورد وما يقتبسه اختيار " البورت وفيرنون " 1913، والذي تطور بعد ذلك و أدخل عليه التعديلات وهذه التصنيفات هي كما يلي : (1)

أولاً : أنماط القيم حسب بُعد المحتوى:

أ - قيم دينية

ب- قيم اجتماعية

ج- قيم اقتصادية

د- قيم معرفية

هـ- قيم جمالية

و- قيم سياسية

ز- قيم النظرية

ثانياً: أنماط القيم حسب مقاصدها:

أ- قيم وسائلية : وهي وسائل لتحقيق غايات أبعد.

ب- قيم نهائية : أهداف وفضائل نهائية تضعها الجماعة لأفرادها.

ثالثاً : أنماط القيم حسب شدتها وإلزاميتها: وهي ثلاث مستويات:

أ- ما ينبغي أن يكون : وهي القيم الملزمة أو الآمرة الناهية.

ب- ما يفضل أن يكون : وهي القيم التفضيلية التي يشجع الأفراد علي الالتزام بها.

ج- ما يرحي أن يكون : أي القيم المثالية.

¹ - فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية ؛ مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، (القاهرة: دار الكتاب العربي ، 1996) ص20.

رابعا : أنماط القيم حسب شيوعها: وتنقسم حسب درجة شيوعها وانتشارها إلى:

أ- القيم العامة : وهي التي يعم انتشارها في المجتمع كله.

ب- القيم الخاصة : وهي القيم المتعلقة بمناسبات اجتماعية معينة.

خامسا : أنماط القيم حسب وضوحها: وتنقسم إلى قسمين :

أ- القيم الصريحة: وهي التي تعبر عنها بالكلام والسلوك نفسه.

ب- القيم الضمنية : وهي القيم التي تستخلص و يستدل عليها من خلال ملاحظة الاختيارات التي تتكرر في سلوك الأفراد.

سادسا : أنماط القيم حسب ديمومتها :وتصنف إلى صنفين هما: (1)

أ - القيم العابرة : وهي التي تزول بسرعة وتمتاز بعدم قدسيتها في المجتمع.

ب- القيم الدائمة : وهي التي تدوم زمنا طويلا و يمتد جذورها إلى أعماق التاريخ.

3.3-القنوات الفضائية ودورها في تغير القيم:

تعد وسائل الإعلام أبرز وسائل الاتصال في العصر الحالي ولها علاقة وثيقة بالقيم والمعايير الاجتماعية فجميع وسائل الإعلام تهدف إلى تغيير اتجاهات الأفراد والجماعات في الوقت نفسه وتنقل اتجاهات الأفراد والجماعات في الوقت نفسه، وتنقل اتجاهات و أفكار وقيم جديدة إليهم ، ولما كان تطوير القيم الاجتماعية من الأمور التي تتطلب جهدا كبيرا فضلا عن منظور تاريخي يُقيّم لأصالتها وامتدادها في جوف الكيان الاجتماعي والثقافي للجماعة فإن دور أجهزة الإعلام ولاسيما في مجال تطوير القيم العتيقة وإدخال قيم جديدة من الأدوار بالغة الأهمية ولا سيما في إطار المجتمعات الشعبية والنامية والمتحولة. (2)

-إن وسائل الإعلام أسهمت بطريقة فعالة في تغير العادات والقيم وفي ترسيخ المحمود منها ونبذ ومقاومة الضار منها، وبفضل تلك الوسائل أصبحت العادات والتقاليد والقيم متشابهة بين كثير الشعوب عن طريق التأثير والتأثر

¹ - المرجع السابق، ص21.

² أحمد النكلاوي ، المدخل السوسيولوجي للإعلام؛ القاهرة: مكتبة نضرة الشرق، 1974، ص104.

وفيما يتعلق بالقيم بالذات، فإن دور وسائل الاتصال من حيث التأثير فيها يكاد يكون مقصوراً على ترسيخ المرغوب منها وتعميمه أو تعديل المرفوض منها ليصبح مقبولاً لدى عامة الناس⁽¹⁾، والحديث عن الدور الذي يقوم به وسائل الإعلام بصورة عامة في مجتمعنا المعاصر يقود بالضرورة إلى إبراز الدور الذي يقوم به التلفزيون في هذا الخصوص لا متلاكه قدرة فريدة على توصيل الأفكار والرسائل⁽²⁾، ويعد التلفزيون من أهم وسائل الإعلام وأخطرها، ذلك الجهاز الصغير الذي احتل البيوت كلها ويتابعه أكثر الناس يومياً وتلتف حوله العائلة كلما كانت تلتف في السابق حول الجد والجددة لتروي القصص والحكايات، فهو يروي لنا كل شيء ويزودنا بالخبرات والمعلومات والأخبار عن أي مكان في الكرة الأرضية مختصراً المسافات والأزمات التي تفصلنا عن المجتمعات الأخرى.⁽³⁾

لقد أضحت القنوات الفضائية في النصف الثاني من القرن العشرين معجزة القرن، حيث بدأت التأثير على المشاهد بشكل واضح مؤثرة على تفكيره وعلى ثقافته وعلى سلوكه مشكلة لشخصيته من خلال ما يوضحه المسيطرون على شركات الإعلام من ثقافات يريدون للمتلقي التشبع بها، ويقول يور سنين " إن التلفاز أروع عدسة لها من الزاوية المشعة التي اخترعها الإنسان والتلفاز له تأثير ساحق في نطاق مفهوم الإنسان المعاصر"⁽⁴⁾، ومع انتشار القنوات الفضائية في السنوات الأخيرة تحولت إلى ظاهرة اجتماعية عامة مما دفع بالعديد من الباحثين في مجال علم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع الإعلامي إلى دراستها كظاهرة لها آثارها الاجتماعية والنفسية والثقافية وتتسع هذه الآثار في أنماط تفكير وسلوك المشاهدين، وفي مقدمتهم طلاب المدارس، ودراسة طبيعة التأثير الاجتماعي الذي تلعبه القنوات الفضائية في التنشئة الاجتماعية و ما قد تغرسه من قيم وسلوكيات تؤثر في المظهر الخارجي والتوافق الاجتماعي، فلو تركت برامج القنوات الفضائية بدون اختيار للموضوعات فسيكون لها تأثير سلبي على نفوس المشاهدين وسينعكس هذه الآثار على شخصياتهم وتكوينهم، بسبب أن عقول المراهقين شديدة الحساسية والاستعداد للتأثير بما يري ويسمع.⁽⁵⁾

¹ - بدر أحمد كريم، دور المذيع في تغير العادات والقيم في المجتمع السعودي؛ دار العلم للطباعة، 1986، ص 62.

² - مصباح الخيرو، علاقة وسائل الإعلام بانحراف الأطفال، مصدر سابق، ص 127.

³ - hahn, garolel., the effects of the school, media and family on the civic values and behaviors of youth, urbion, italy, 1998, p05.

⁴ - رضا هاني، الرأي العام والدعاية؛ ط1 (القاهرة: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 1998) ص 77.

⁵ - البوهي، فاروق، والشنو، فوزية، وسائل الإعلام المرئي وأثرها على شخصية الطفل العربي وثقافته (القاهرة: د.د.ن، 1996) ص 127.

فالتلفزيون لا يعمل في فراغ وهو كوسيلة إعلامية ذات فاعلية أكثر من غيرها بحيث يمكن أن يصبح عنصرا تكوينيا ويخلق اتجاهات جديدة وذلك للأشخاص الذين لم تتبلور قيمهم واتجاهاتهم بعد ويصدق ذلك علي الأطفال أكثر من غيرهم ،ولكن دور التلفزيون في تدعيم القيم والاتجاهات يكون أكثر من دوره في تغييرها وتعديلها ، فهو من حيث كونه أحد وسائل الإعلام إما أن ينشط القيم السائدة والاتجاهات من خلال التشجيع عليها والحث علي الالتزام بها في السلوك الاجتماعي . (1)

- فإذا استمر التلفزيون يقدم للناس البرامج التي ترضيهم وكانت هذه البرامج غير مختلفة اختلافا جذريا في أهدافها عن القيم والاتجاهات السائدة بينهم يؤدي إلي تثبيت هذه القيم ،أما إذا هدفت البرامج إلي تغيير هذه القيم فإن الهيئة المسؤولة لا تقدم القيم الجديدة دفعة واحدة وتدخلها في مقدار طفيف فيكون أثرها بطيئا معدوما. (2) وفي أثناء عمليات التدعيم والتحويل والتغيير للقيم بما تقدمه البرامج لا بد من أن يصاحب ذلك بعض الآثار والنتائج السلبية ومن أهمها وأبرزها (صراع القيم) فمن الطبيعي أن يحصل هذا الصراع لأن مشاهدي التلفزيون ينتمون إلي أكثر من جيل ومرحلة عمرية ولا يخفي تمسك كل جيل بقيمه وعاداته وتقاليده التي رسخت فيه نتيجة لعدة عوامل ،ولا بد أن يحصل في أحيان ليست بالقليلة تعارض بين هاذين الجيلين (القديم) المتمثل بالآباء والأجداد و(الجديد) المتمثل بالأبناء فلكل جيل قيمه وعاداته وتقاليده . وفي عصرنا الحالي تتلاحق المتغيرات بسرعة ومن أبرزها المخترعات العلمية والتكنولوجيا وما ينطوي عليه تلك المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية وما يتبعها كلها من تغييرات في القيم والأخلاق والعادات والتقاليد وذلك بفضل ما تنقله القنوات الفضائية.

¹ - بدر أحمد كريم، نفس المرجع السابق، ص 8،9.

² - فتح الباب عبد الحليم سيد ، الناس و التلفزيون ؛ (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، 1963) ص 17.

خلاصة

يمكننا القول أن للتلفزيون القدرة علي كسب اهتمام المشاهدين بفقراته وتأثرهم بالرسائل الإعلامية التي تقدمها في جميع المجالات ، وذلك دون تحمل المشاهد لأية تكلفة مادية أو الانتقال ، حيث يقوم التلفزيون في الوقت نفسه بتوجيه المشاهد نحو سلوكيات و منهجيات اجتماعية إيجابية ، وترسيخ مفهوم العادات الاجتماعية السليمة و القيم الحسنة علي المستوي الاجتماعي والأخلاقي والسلوكي.

و دراسة القيم وخاصة الاجتماعية ذات أهمية كبيرة كونها تهدف لمعرفة النسق القيمي السائد لدي جيل من الأجيال ، أو لدي فئة من الفئات حيث يعد بمثابة الإطار المرجعي الذي يمكن للمجتمع من تحقيق غاياته وأهدافه حيث تساهم في الحفاظ عليه ، وتعمل علي تدعيم استقراره وتماسكه .

الفصل الرابع

الجانب التطبيقي

تمهيد :

يعتبر الفصل التطبيقي المحور الجوهرى لمعرفة مدى صحة الدراسة، وعليه قمنا بدراسة ميدانية و ذلك بتوزيع استمارة استبيان علي أفراد العينة والتي تقوم أساسا حول التساؤلات التي قمنا بوضعها ، وبذلك قسمناها إلي أربع محاور كل محور يحتوي مجموعة من الأسئلة والتي نحاول من خلالها إيجاد أجوبة لها علي التساؤلات بحيث يتضمن المحور الاول البيانات الشخصية للمبحوثين ، اما المحور الثاني تعلق بعادات و أنماط المشاهدة ، في حين المحور الثالث تضمن الفضائيات العربية والقيم الاجتماعية ، اما المحور الرابع جاء بدور الفضائيات العربية في تعزيز القيم الاجتماعية ، وبعد استرجاع الاستمارة من الطلبة قمنا بتفريغها و تحليل المعطيات كمي و كيفي ، وذلك من خلال الجداول البسيطة لتسهيل قراءة البيانات و عرضها التحليلي إضافة إلي بعض الجداول المزدوجة.

1- تحليل البيانات الشخصية:

الجدول رقم 01: يوضح البيانات الشخصية للمبحوثين

المتغيرات	فئات	التكرار	النسب
الجنس	ذكر	19	31.66%
	أنثى	41	68.66%
	المجموع	60	100%
السن	من 22-26 سنة	36	60%
	من 27-30 سنة	12	20%
	من 30 - فما فوق	12	20%
	المجموع	60	100%
التخصص العلمي	علم الاجتماع التربوي	20	33.33%
	تنظيم وعمل	20	33.33%
	تنمية الموارد البشرية	20	33.33%
	المجموع	60	100%

- بناءً على ما حصلنا من معلومات، والتي تترجمها النسب الموجودة في الجدول أعلاه (رقم 01)، والمتعلق بالمتغيرات الأولية لعينة الدراسة من حيث:

- **الجنس:** نجد أن أكبر نسبة للمبحوثين حسب هذا المتغير كانت للإناث والتي قدرت بـ 41 مفردة، أي بمعدل 68.33% من المجموع الكلي لأفراد العينة، في حين قدر عدد الذكور بـ 19 مفردة بنسبة تعادل 31.66%، وترجع هذه النسب المتفاوتة بين الذكور والإناث إلى طبيعة مجتمع البحث والذي يملك هذا التنوع في تركيبته البشرية، إضافة إلى العوامل المتوفرة والتي شجعت الإناث على الصعود في الهرم الدراسي مقارنة بالذكور الذي تراجع في السنوات الأخيرة بالإضافة إلى التخصص محل الدراسة والذي يستقطب الإناث أكثر من الذكور.

- **السن:** تبين لنا المعطيات المرصودة في الجدول أن توزيع العينة حسب الفئات العمرية كانت نوعاً ما متفاوتة النسب حيث شكلت الفئة العمرية من 22 إلى 26 سنة أكبر نسبة والتي قدرت بـ 36 مفردة وهو ما يعادل

: 60 %، فيما شكلت نسبة الأفراد التي تتراوح أعمارهم بين 27 و 30 سنة ما نسبته 20% وهو ما يعادل 12 مفردة أما الفئة العمرية من 30 سنة فما فوق فقد قدرت ب 12 مفردة أي ما يعادل: 20% .

- **التخصص العلمي** : بما أننا اخترنا السنة أولى ماستر علم الاجتماع والتي يحوي التخصصات التالية : تخصص علم الاجتماع التربوي وتخصص تنظيم وعمل ، بالإضافة إلى تخصص تنمية الموارد البشرية، فإن توزيع العينة حسب التخصص العلمي جاءت بنسب متساوية بمعدل 20 طالبا لكل تخصص بنسبة تعادل 33.33%.

المبحث الأول : عادات وأنماط المشاهدة للفضائيات العربية

الجدول رقم (02) : يوضح مدى متابعة العينة المدروسة لبرامج الفضائيات العربية

الإجابة الجنس	دائما		أحيانا		نادرا		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
ذكر	8.33%	05	21.66%	13	1.66%	01	31.66%
أنثى	20%	12	40%	24	8.33%	05	68.33%
المجموع	28.33%	17	61.66%	37	9.99%	06	100%

- يتضح لنا من خلال الجدول رقم(02) مشاهدة برامج الفضائيات العربية لكلا الجنسين ، حيث نجد أن أغلبية الإناث هن أكثر مشاهدة لبرامج الفضائيات العربية ب 12 مفردة و هو ما يعادل (20%) بصفة دائمة بحكم وجودهن داخل البيت حيث يقضين أوقاتهن في مشاهدة التلفزيون ، بخلاف الذكور نجد أن مشاهدتهم قليلة ب 05 مفردات أي ما يعادل نسبة (8.33%). في حين رأينا بعض الإناث أحيانا ما يشاهدون برامج الفضائيات العربية ب 24 مفردة ما يعادل: (40%) و 13 مفردة للذكور بنسبة (21.66%) ، وهناك فئة قليلة نادرا ما يشاهدون برامج الفضائيات العربية يعادل: (1.66%) للذكور ، و (8.33%) للإناث.
- ومن خلال ما تقدم يتضح لنا أن الإجابة أحيانا ونادرا هي أغلبية المبحوثين و هذا راجع لأسباب تم إدراجها في الجدول الموالي رقم (03).

الجدول رقم (03): يوضح أسباب مشاهدة برامج الفضائيات أحيانا و نادرا حسب متغير الجنس

إناث		ذكور		الجنس السبب
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%35	21	%20	12	عدم توفر الوقت
%11.66	07	%3.33	02	الاهتمام بمتابعة قنوات أجنبية
%11.66	07	%08.33	05	لعدم تلبية احتياجات المشاهد
%10	06	%0	0	أخرى
%68.33	41	%31.66	19	المجموع

● نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) والذي يوضح أسباب مشاهدة الطلبة لبرامج الفضائيات العربية أحيانا ونادرا إلى : أن هناك 33 مفردة بنسبة (55%) منها (35%) إناث و (20%) ذكور يعود إلى عدم توفر الوقت نظرا لدراساتهم فيكون هناك ضيق للوقت يجعلهم لا يشاهدون التلفزيون بصفة دائمة ، في حين نجد 09 مفردات بنسبة (15%) منها (3.33 %) ذكور و (11.66%) إناث ممن يشاهدون قنوات أجنبية كمشاهدة برامج أجنبية أخرى أو أفلام إلى غير ذلك ، بينما نجد 12 مفردة بنسبة (20%) منها (8.33%) من الذكور و (11.66%) من الإناث يرون أن برامج الفضائيات العربية لا تلي احتياجاتهم الإعلامية للمشاهد كعرض برامج لا تهتم بقيم وعادات المجتمع ، وهناك فئة أخرى قليلة من الإناث ب 06 مفردات بنسبة (10%) يشاهدونها أحيانا ونادرا لانشغالهن بمطالعة الكتب و استعمالهن لوسيلة الانترنت كالتصفح عبر الانترنت لما رأين فيها من تلبية لحاجاتهن العلمية وهذا حسب معظم إجاباتهن

الجدول رقم: (04) يوضح أسباب مشاهدة البرامج أحيانا ونادرا حسب التخصص العلمي

التخصص		علم الاجتماع التربوي		تنظيم وعمل		تنمية الموارد البشرية	
السبب		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
عدم توفر الوقت		15%	09	16.66%	10	23.33%	14
الاهتمام بمتابعة قنوات أجنبية		8.33%	05	05%	03	1.66%	01
لعدم تلبيتها لاحتياجات المشاهد		10%	06	6.66%	04	3.33%	02
أخرى		00%	00	05%	03	05%	03
المجموع		33.33%	20	33.33%	20	33.33%	20

• نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) والذي يوضح أسباب مشاهدة البرامج أحيانا ونادرا حسب التخصص العلمي نجد طلبة تخصص علم الاجتماع التربوي يعود سببهم لعدم توفر الوقت ب 09 مفردات ما يعادل (15%)، و تخصص تنظيم وعمل يرجع السبب لعدم توفر الوقت ب 10 مفردات ما يعادل (16.66%) أما طلبة التنمية البشرية لنفس السبب ب 14 مفردة تعادل (23.33%)، وهذا لانشغالهم بأعمال أخرى مثلا نجد بعض الشباب يعملون خارج منازلهم لزيادة مصروفهم اليومي وهذا حسب وضعهم المادي .

بالنسبة لسبب الاهتمام بمتابعة قنوات أجنبية نجد طلبة علم الاجتماع التربوي ب 05 مفردات ما يعادل (8.33%)، أما لطلبة تنظيم وعمل ب 03 مفردات بنسبة تعادل (05%)، و طلبة تنمية الموارد البشرية بمفردة واحدة فقط بنسبة (1.66%) وهذا راجع لميولهم لقنوات أجنبية لعرضها لبرامج و أفلام أجنبية .

في حين يعود السبب لعدم تلبيتها لاحتياجات المشاهد نجد 6 مفردات ما تعادل (10%) بالنسبة لطلبة علم الاجتماع التربوي ، و 4 مفردات تعادل (6.66%) لطلبة تنظيم وعمل ، و مفردتين لطلبة تنمية الموارد البشرية بنسبة (3.33%) ، و ظنا منهم أن معظم الفضائيات العربية وخاصة القنوات الجزائرية العمومية لا تقوم بعرض برامج تحاكي الواقع المعاش ، وهذا راجع لسياسة القناة . بينما نجد طلبة تنظيم وعمل و طلبة تنمية الموارد البشرية فقط يرجعون السبب لاستعمالهم وسائل أخرى غير التلفزيون كوسائل التواصل الاجتماعي، بنسب متساوية (05%) .

الجدول رقم (05) : يوضح أسباب مشاهدة الفضائيات أحيانا ونادرا حسب متغير السن

من 30 - فما فوق		من 27 - 30 سنة		من 22 - 26 سنة		السن	السبب
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
6.66%	04	13.33%	08	35%	21		عدم توفر الوقت
6.66%	04	1.66%	01	6.66%	04		الاهتمام بمتابعة قنوات أجنبية
1.66%	01	1.66%	01	16.66%	10		لعدم تلبية احتياجات المشاهد
05%	03	3.33%	02	1.66%	01		أخرى
20%	12	20%	12	60%	36		المجموع

من خلال الجدول رقم (05) : والموضح لأسباب مشاهدة الطلبة للفضائيات العربية أحيانا ونادرا حسب متغير السن نلاحظ أن طلبة الفئة العمرية من 22 إلى 27 سنة يرجعون السبب لعدم توفرهم الوقت للمشاهدة ب 21 مفردة تعادل (35%) ، أما طلبة الفئة العمرية من 27 و 30 سنة لا يملكون الوقت للمشاهدة ب 08 مفردات بنسبة (13.33%)، و الفئة الأخيرة من 30 فما فوق ب 4 مفردات بمعدل (6.66%) وهذا لعدم تمكنهم من المشاهدة أكثر. أما سبب متابعة القنوات الأجنبية فيجد الطلبة بين الفئة العمرية من 22 و 30 سنة ضالتهم في مشاهدة أحدث الأفلام بنسب (6.66%)، أما سبب عدم تلبية احتياجات المشاهد بين الفئة العمرية 22 و 27 سنة وجدوا أن أغلب الفضائيات العربية تقدم برامج تؤدي إلى إفساد المجتمع لا إلى إصلاحه ما يعادل (16.66%) و (1.66%) ، و هناك من الفئة العمرية من لا يشاهد برامج الفضائيات العربية حيث أنهم ينشغلون بأشياء أخرى كهواياتهم المفضلة كالرسم و المسرح إلى غير ذلك .

الجدول رقم (06) : يوضح فترات مشاهدة الطلبة لبرامج الفضائيات العربية حسب العينة

المدرسة

العينة الفترات	التكرار	النسبة
فترة الصباح	04	%6.66
فترة المساء	19	%31.66
فترة الليل	37	%61.66
المجموع	60	%100

● نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) والذي يبين أوقات مشاهدة برامج الفضائيات العربية حسب النسب المبينة في الجدول يفضلون متابعة البرامج في الليل ب 37 مفردة بنسبة (%61.66) ، وهذا راجع لبث أغلبية البرامج في هذه الفترة ويتماشي ووقت فراغهم ، كما يفضل 19 مبحوث بنسبة (%31.66) متابعة برامجهم في المساء ، في حين نجد نسبة قليلة من المبحوثين من يشاهدون برامجهم في الفترة الصباحية ب4 مفردات بنسبة (%6.66) وهذا لطبيعة البرامج التي تبث في هذه الفترة.

الجدول رقم (07) : يوضح فترات مشاهدة الطلبة لبرامج الفضائيات العربية حسب متغير

الجنس

إناث		ذكور		العينة الفترات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
05%	03	1.66%	01	فترة الصباح
20%	12	11.66%	07	فترة المساء
43.33%	26	18.33%	11	فترة الليل
68.33%	41	31.66%	19	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) والذي يبين أوقات مشاهدة الطلبة لبرامج الفضائيات العربية بالنسبة للمبحوثين معا ، حيث نجد أن الإناث أكثرهم مشاهدة للبرامج في فترة الليل بـ 26 مفردة بنسبة (43.33%) ، برامج خاصة في هذه الفترة مقارنة بالذكور بـ 11 مفردة بنسبة (18.33%) كذلك مشاهدتهم لهاته البرامج يكون في نفس الفترة خاصة البرامج الاجتماعية منها و السياسية ، أما في الفترة المسائية دائما نجد الإناث يشاهدن البرامج بـ 12 مفردة بنسبة (20%) ، مثل برامج تخص المرأة التي تعرض في هذا الوقت ، في حين نجد الذكور أقل مشاهدة في الفترة نفسها بـ 07 مفردات بنسبة (11.66%) و هذا لتواجدهم خارج المنزل، وتبقي الفترة الأقل مشاهدة هي الفترة الصباحية بنسب تراوحت بين 05 و 1.66%، وهذا راجع لعدم بث برامج يهتمون بها في هذه الفترة .

الجدول رقم (08) : يوضح المدة التي يقضيها الطلبة في المشاهدة حسب متغير الجنس

إناث		ذكور		العينة المدة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%20	12	%05	03	أقل من ساعة
%36.66	22	%25	15	من ساعة إلى 2 ساعة
%11.66	07	%1.66	01	أكثر من 2 ساعة
%68.33	41	%31.66	19	المجموع

من خلال الجدول رقم (08) والذي يوضح ساعات مشاهدة الطلبة لبرامج الفضائيات العربية بالنسبة للمبحوثين ، حيث نجد ن 22 مفردة بالنسبة للإناث يشاهدن من 1 ساعة إلى 2 ساعة بنسبة تراوحت (36.66%)، في حين نجد الذكور يقضون نفس المدة ب 15 مفردة بنسبة (25%)، لمشاهدة ما ييث من برامج قيمة ومفيدة محاولة لإعطاء وقت محدد للاستفادة من مضامينها.

فيما يري بعض المبحوثين أغلبهم من الإناث من تخصص مدة أقل من ساعة لمتابعة برامجها ب 12 مفردة بنسبة (20%) وتراوحت نسبة الذكور ب 3 مفردات بنسبة (5%)، وذلك نظرا لضيق الوقت بالنسبة للطلبة الجامعيين وانهماكهم في الدراسة خاصة في أوقات الامتحان ،وتبقي نسبة قليلة من يشاهدون أكثر من ساعة بالنسبة للإناث ب 07 مفردات ب (11.66%) ونسبة ضئيلة للذكور ب (1.66%).

الجدول رقم : (09): يوضح فترات المشاهدة حسب متغير التخصص العلمي

المجموع		أكثر من ساعتين		من ساعة إلي ساعتين		أقل من ساعة		المدة التخصص
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%33.34	20	%08.33	05	%15	09	%10	06	علم الاجتماع التربوي
%33.33	20	%3.33	02	% 25	15	%05	03	تنظيم وعمل
%33.33	20	%1.66	01	%21.66	13	%10	06	تنمية الموارد البشرية
%100	60	%13.32	08	%61.66	37	%25	15	المجموع

من خلال الجدول رقم (09) والذي يوضح فترات مشاهدة الطلبة للفئات العربية حسب متغير التخصص العلمي حيث نلاحظ طلبة تخصص علم الاجتماع التربوي يخصصون فترة مشاهدتهم من ساعة إلي ساعتين ب 09 مفردات ما يعادل (15%) ، وتخصص تنظيم وعمل ب 15 مفردة ما تعادل (25%)، وأيضا تخصص تنمية الموارد البشرية ب 13 مفردة بنسبة (21.66%)، وهي فترة معقولة للمشاهدة خاصة أن هذا الوقت يتماشي و مدة عرض الحصة و البرامج المفيدة ، بينما نجد من يقضون مدة المشاهدة أقل من ساعة ب 6 مفردات تعادل (10%) وهذا لطلبة علم الاجتماع التربوي ، ونسبة أقل لطلبة تنظيم و عمل ب 3 مفردات بنسبة (05%) و 6 مفردات لطلبة تنمية الموارد البشرية بمعدل (10%) و هذا لشعورهم بالملل أكثر كلما زاد وقت المشاهدة ، في حين نسب قليلة في التخصصات الثلاث من تشاهد أكثر من ساعتين ب 08 مفردات ما يعادل (13.33%) .

الجدول رقم (10) : يوضح مكان المشاهدة حسب العينة المدروسة

النسبة	التكرار	العينة مكان المشاهدة
%100	60	في المنزل
%0	0	في الإقامة الجامعية
%0	0	في العمل

- من خلال الجدول رقم (10) والموضح مكان مشاهدة الطلبة لبرامجهم فإن كل الباحثين يشاهدونها في منازلهم بنسبة (60%)، وهذا علي حسب إجابات الباحثين في الاستمارة المقدمة لهم.

الجدول رقم (11): يوضح مكان المشاهدة حسب متغير الجنس

مكان المشاهدة		في المنزل		في الإقامة الجامعية		في مكان العمل	
الجنس	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
ذكور	19	%31.66	0	%0	0	%0	0
إناث	41	%68.33	0	%0	0	%0	0
المجموع	60	%100	0	%0	0	%0	0

- نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) والمبين لمكان مشاهدة الباحثين لبرامج الفضائيات العربية ، نجد أن النسبة الأكبر لمكان المشاهدة تكون في منازلهم ب 19 مفردة للذكور بنسبة (31.66%)، وللإناث ب 41 مفردة بنسبة (68.33%)، في حين نجد ولا نسبة للمشاهدة في الإقامة الجامعية و لا في مكان العمل ، وهذا راجع لعدم توفر أجهزة استقبال تخصص برامج في الأحياء الجامعية وأيضا لمكان العمل ، أو لتفضيل الباحثين مشاهدة برامجهم داخل بيوتهم.

الجدول رقم (12): يوضح الأشخاص الذي يشاهد معهم برامج الفضائيات العربية حسب العينة العامة

النسبة	التكرار	العينة النوع
40%	24	بمفردك
60%	36	مع العائلة
00%	00	مع زملاء العمل
100%	60	المجموع

- يوضح الجدول رقم (12) الأشخاص الذين يشاهد برفقتهم برامج الفضائيات العربية حيث نجد 24 مفردة بنسبة (40%) ممن يشاهدون بمفردهم وهذا لتفضيلهم المتابعة لوحدهم بعيدا عن العائلة وخاصة ممن لديهم أطفال صغار، في حين نجد أغلبية الباحثين يتابعون برامجهم رفقة أسرهم ب36 مفردة بنسبة (60%) وهذا لنوعية البرامج المقدمة التي تتابعها العائلة معا عكس المسلسلات والأفلام التي معظمها لا تراعي مبادئ البيت العربي ، ولا نجد أي نسبة متابعة البرامج رفقة زملاء العمل.

الجدول رقم (13): يوضح الأشخاص الذين يشاهد معهم البرامج حسب متغير الجنس

الجنس	بمفردك		مع العائلة		مع زملاء العمل		المجموع
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
ذكور	11	18.33%	08	13.33%	00	00%	19
إناث	13	21.70%	28	46.86%	00	00%	41
							60
							100%

- يوضح الجدول رقم (13) الأشخاص الذين يشاهدون معهم ، حيث أن نسبة الباحثين من الذكور يشاهدون بمفردهم ب11 مفردة بنسبة (18.33) ، في حين نجد الإناث يشاهدن أيضا بمفردهن ب 13 مفردة بنسبة (21.70%) و هذا لرغبتهم في المتابعة لوحدهم ، وبالنسبة لمشاهدتهم رفقة العائلة نجد نسبة قليلة من الذكور يشاهدون ب08 مفردات بنسبة (13.33) ، في حين نجد أغلبية الإناث يشاهدن البرامج رفقة عائلتهن ب 28 مفردة بنسبة (46.66%) لأن معظم البرامج المقدمة في الفضائيات العربية نجد أنها تلامس الواقع العربي المعاش .

الجدول رقم (14): يوضح البرامج المفضلة مشاهدتها عبر الفضائيات العربية حسب العينة المدروسة المرتبة

النسبة	التكرار	العينة البرامج
20%	12	اجتماعية
18.33%	11	رياضية
16.66%	10	إخبارية
15%	09	دينية
11.66%	07	ترفيهية
8.33%	05	شؤون المرأة
3.33%	02	ثقافية
3.33%	02	سياسية
1.66%	01	تعليمية
1.66%	01	أخرى
100%	60	المجموع

من خلال الجدول رقم (14) و الذي يوضح نوعية البرامج المفضلة للمبحوثين ، حيث نجد البرامج الاجتماعية في المراتب الأولى ب12 مفردة بنسبة (20%) ، تليها في المرتبة الثانية البرامج الرياضية ب 11 مفردة بنسبة (18.33%) ثم تأتي بعدها البرامج الإخبارية ب 10 مفردات بنسبة (16.66%) ، وفي المرتبة الرابعة تأتي البرامج الدينية ب 09 مفردات بنسبة (15%)، والبرامج الترفيهية في المرتبة الخامسة ب 07 مفردات بنسبة (11.66%)، تلتها في المرتبة السادسة برامج تخص المرأة ب 05 مفردات بنسبة (8.33%)، وتأتي بقية البرامج في الترتيب الأخير كالبرامج السياسية والثقافية والتعليمية من مفردة إلى مفردتين ، في حين فضل آخرون متابعة الأشرطة الوثائقية.

الجدول رقم (15): يوضح البرامج المفضلة حسب متغير الجنس

إناث		ذكور		الجنس البرامج
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
15%	09	05%	03	اجتماعية
1.66%	01	16.66%	10	رياضية
13.33%	08	3.33%	02	إخبارية
13.33%	08	1.66%	01	دينية
10%	06	1.66%	01	ترفيهية
8.33%	05	00%	00	شؤون المرأة
3.33%	02	00%	00	ثقافية
1.66%	01	1.66%	01	سياسية
1.66%	01	00%	00	تعليمية
00%	00	1.66%	01	اخرى
68.33%	41	31.66%	19	المجموع

يوضح الجدول رقم (15) البرامج المفضلة والمرتبة حسب الأولوية فيما يخص الباحثين، نجد أن البرامج الاجتماعية حظيت بمتابعة الإناث بـ 09 مفردات بنسبة (15%) فيما نجد الذكور بـ 03 مفردات بنسبة (05%) لأن حل البرامج المعروضة هي برامج اجتماعية لكونها تعالج قضايا الساعة، بينما البرامج الرياضية والتي ظفرت بالمشاهدة من قبل الذكور بـ 10 مفردات بنسبة (16.66%)، وهذا لميل شباب اليوم نحو الرياضة والكرة ، فيما يخص البرامج الإخبارية نجد 08 مفردات بنسبة (13.33%) للإناث ومفردتين للذكور، تلتها البرامج الدينية والتي أخذت حصة الأسد للإناث بـ 08 مفردات بنسبة (13.33%) نجد الإناث أكثر حرصاً على مشاهدة البرامج الدينية في حين نجد مفردة واحدة للذكور وهذا راجع إلى قلة متابعة هذا النوع المهم من البرامج في حياتنا ، تليهم البرامج الترفيهية بنسبة (10%) و برامج شؤون المرأة بنسبة (8.33%)، لتبقي البرامج السياسية والتعليمية والثقافية في آخر الترتيب ، أما فيما يخص البرامج الأخرى نجد أشرطة وثائقية. وهذا الترتيب راجع لميول كلا الباحثين النوعية هاته البرامج.

الجدول رقم (16) : يوضح أسباب تفضيل لهذا النوع من البرامج حسب العينة المدروسة

السبب / العينة	التكرار	النسبة
علي حسب ميولاتي	37	61.66%
حسب تخصصي	08	13.33%
درجة الاهتمام	15	25%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول رقم (16) والذي يبين سبب تفضيل الطلبة لهذه البرامج نجد أغلبية الباحثين تكون متابعتهم وفق ميولاتهم ي 37 مفردة بنسبة (61.66%)، بينما نجد من أجاب بسبب متابعتهم حسب تخصصه ب 08 مفردات بنسبة (13.33%)، في حين نجد درجة اهتمامهم لهذه البرامج ب 15 مفردة بنسبة (25%).

الجدول رقم (17): يوضح أسباب تفضيل لهذا النوع من البرامج حسب متغير الجنس

السبب / الجنس	ذكور		إناث	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
علي حسب ميولاتي	11	18.33%	26	43.33%
حسب تخصصي	04	6.66%	04	6.66%
درجة الاهتمام	04	6.66%	11	18.33%
المجموع	19	31.66%	41	68.33%

يبين الجدول رقم (17) أسباب تفضيل لهذا النوع من البرامج نجد الإناث تتابع هذه البرامج علي حسب ميولهن ب 26 مفردة بنسبة (43.33%)، بينما الذكور كذلك أجابوا نفس الإجابة ب 11 مفردة بنسبة (18.33%)، وهذا راجع لاتباعهم نحو هذه البرامج ، بينما نفس النسبة لكلا الباحثين أرجعوا السبب لتخصصهم الجامعي وهذا ما تبث من حصص بنفس مواد منهاجهم الدراسي ب 04 مفردات لكل منهما بنسبة (6.66%)

الجدول رقم (19): يوضح أسباب تفضيل لهذا النوع من البرامج حسب التخصص العلمي

تنمية الموارد البشرية		تنظيم وعمل		علم الاجتماع التربوي		التخصص
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	السبب
18.33%	11	13.33%	08	16.66%	10	علي حسب ميولاتي
10%	06	8.33%	05	25%	15	حسب تخصصي
5%	03	11.66%	07	8.33%	05	درجة الاهتمام
33.33%	20	33.33%	20	33.33%	20	المجموع

- من خلال الجدول رقم (19) والذي يوضح أسباب تفضيل لهذا النوع من البرامج حسب التخصص العلمي حيث لاحظنا أن طلبة تخصص علم الاجتماع التربوي هم أكثر نسبة في متابعتهم للبرامج يكون حسب تخصصهم العلمي لما رأو فيه من فائدة كبيرة ساعدتهم علي دراستهم خاصة فيما تعلق بالبرامج التربوية والاجتماعية ب 15 مفردة بمعدل (25%)، وهناك من ربطها بميوله واتجاهه لهذه البرامج ب10 مفردات ما يعادل (16.66%)، أما هناك من يهتم أكثر بهذه البرامج ب5مفردات تعادل (8.33%)، أما لطلبة تنظيم وعمل رأوا بأن برامج الفضائيات تراعي ميولاتهم بحيث يجذبون هذه البرامج ب8 مفردات بمعدل (13.33%)، أما بالنسبة لحسب تخصصهم حيث أنهم وجدوا برامج قليلة تتماشى و تخصصهم ب5 مفردات ما يعادل (8.33%)، هناك من أرجع السبب إلي لاهتمامهم الكبير بما يعرض علي الفضائيات العربية وفق نمط حياتهم ب 7 مفردات تعادل (11.66%). في حين نجد طلبة تخصص تنمية الموارد البشرية سبب مشاهدتهم راجع لميولهم و رغباتهم بما يعرض في الفضائيات العربية ، أما هناك من أجاب بأن السبب يعود لتخصصهم التعليمي لعرضها برامج تحت علي الإكثار من برامج الذات و تنمية الطاقة البشرية للطلاب لأن هو أساس المجتمع ب 6 مفردات ما يعادل (10%) ، في حين هناك من و جدوا في برامج الفضائيات العربية تعيرهم الاهتمام الكبير خاصة للطلاب الجامعي ب 3 مفردات بمعدل (5%).

المبحث الثاني : الفضائيات العربية و القيم الاجتماعية

الجدول رقم (20) : يوضح دوافع تعرض الطلبة لبرامج الفضائيات العربية حسب العينة المدروسة

النسبة	التكرار	العينة الدوافع
10%	06	سد الفراغ
18.33%	11	التفاعل مع الآخرين
20%	12	الإطلاع علي الأفكار المتناقضة
51.66%	31	تعلم بعض القيم الاجتماعية الإيجابية
100%	60	المجموع

- يبين الجدول رقم (20) دوافع التعرض لبرامج الفضائيات العربية ومن بين أهم الدوافع نجد أن الباحثين يشغلون أكثر بتعلم القيم الاجتماعية الايجابية وهذا ب 31 مفردة بنسبة (51.66%)، فيما رأي بعض الباحثين بأن ما يجذبهم لبرامج الفضائيات العربية هي الإطلاع علي الأفكار المتناقضة ب 12 مفردة بنسبة (20%)، ويعتقد الباحثين أن دوافع تعرضهم لتلك البرامج هو ملء فراغهم ب 06 مفردات بنسبة (10%)، وهناك من رأي أن تفاعلهم مع الآخرين يكون الدافع لمشاهدته لبرامج الفضائيات العربية ب 11 مفردة بنسبة (18.33%)

الجدول رقم (21): يوضح دوافع تعرض الطلبة لبرامج الفضائيات العربية حسب متغير الجنس

إناث		ذكور		الجنس الدوافع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%08.33	05	%01.66	01	سد الفراغ
%16.66	10	%01.66	01	التفاعل مع الآخرين
%08.33	05	%11.66	07	الإطلاع علي الأفكار المتناقضة
%36.66	21	%10.66	10	تعلم بعض القيم الاجتماعية الإيجابية
%68.33	41	%31.66	19	المجموع

من خلال الجدول رقم (21) والذي يبين دوافع التعرض للبرامج بالنسبة لمتغير الجنس

حيث نري أن الدافع الأول وهو تعلم بعض القيم الاجتماعية الإيجابية وهذا ب 21 مفردة للإناث بنسبة (36.66%)، فيما رأي المبحوثين من الذكور أيضا تعلمهم للقيم الاجتماعية من طرف برامج الفضائيات العربية ب 10 مفردات بنسبة (10.66%)، وهذا لاكتسابهم صفات حميدة وأخلاق راقية تساعدهم للحفاظ علي عاداتهم وتقاليدهم وثقافتهم ، فيما رأي بعض المبحوثين من الذكور دافع تعرضهم راجع لاطلاعهم علي الأفكار المتناقضة ب 07 مفردات بنسبة (11.66%)، و 05 مفردات بنسبة (08.33%) للإناث خاصة ما تعلق الأمر بالحرص والبرامج التي تُعرضها بعض الفضائيات العربية تتعارض وقيم وعادات المجتمع حيث تبث أفكار سلبية تمس بالأسر العربية وخاصة فئة الشباب الذي ينساق وراء متابعة هذا النوع من البرامج ، وعند متابعتهم يصطدمون بأفكار وسلوكيات مغايرة فيحدث هنا تناقض بين الأفكار ، وهناك فئة من الإناث من تري في هذه البرامج تجعلهن يتفاعلمن مع الآخرين ب 10 مفردات بنسبة (16.66%) من خلال المشاركة والتواصل بالحرص والبرامج فيكون هناك تجاوب بين المشاهدين فتشري رصيدهم المعرفي ، فيما رأي بعض المبحوثين من الذكور عدم أو نقص تفاعلهم مع البرامج ب (1.66%) ، في حين وجد بقية المبحوثين من كلا الجنسين أن متابعتهم لتلك البرامج هو ملء فراغهم أي للمشاهدة فقط.

الجدول رقم : (22) يوضح دوافع التعرض لبرامج القنوات الفضائية العربية حسب التخصص

العلمي

تنمية الموارد البشرية		تنظيم وعمل		علم الاجتماع التربوي		التخصص العلمي الدوافع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
3.33%	02	05%	03	1.66%	01	سد الفراغ
3.33%	02	05%	03	10%	06	التفاعل مع الآخرين
05%	03	6.66%	04	8.33%	05	الإطلاع علي الأفكار المتناقضة
21.66	13	16.66%	10	13.33%	08	تعلم بعض القيم الإيجابية
33.33%	20	33.33%	20	33.33%	20	المجموع

من خلال الجدول رقم (22) الموضح دوافع التعرض لبرامج القنوات الفضائية العربية حسب التخصص العلمي نلاحظ أن طلبة تخصص علم الاجتماع التربوي رأوا في برامج الفضائيات العربية قد زادهم أكثر بتعلمهم القيم الاجتماعية والتي تزيد من تماسك المجتمع ب 8 مفردات ما يعادل (13.33%) بالنسبة لطلبة تنظيم وعمل أن تعلمهم لبعض القيم الاجتماعية ب 10 مفردات تعادل (16.66%) و 13 مفردة تعادل (21.66%) وطلبة تنمية الموارد البشرية خلقت لهم بيئة حضارية تسمو بهم إلي أرقى معاني الاحترام و حب الخير بين أفراد المجتمع، أما دافع التفاعل مع الآخرين أكسبهم معرفة بالآخرين ب 6 مفردات بمعدل (10%) لطلبة علم الاجتماع التربوي و 3 مفردات بمعدل (5%) لطلبة تنظيم وعمل و مفردتين بمعدل (3.33%) لطلبة تنمية الموارد البشرية ، رأوا بأن درجة تفاعلهم احتكاكهم بالآخرين أكسبهم خبرات في تشكيل القيم لديه، ودافع الإطلاع علي الأفكار المتناقضة مثلا يقوم جدل حول ما تعرضه الفضائيات العربية من برامج تؤثر علي المجتمع بالسلب فهذا يؤثر علي قناعة الباحثين ب 5 مفردات ما يعادل (8.33%). لطلبة علم الاجتماع و نسب قليلة لتخصص طلبة تنظيم وعمل ب 4مفردات بمعدل (6.66%) و 3مفردات بمعدل (5%) لتخصص تنمية الموارد البشرية في حين نجد مفردة واحدة ترجع الدافع لملء الفراغ بنسبة (1.66%). لتخصص علم الاجتماع التربوي ، و 3 مفردات بمعدل (5%) ، و تخصص تنمية الموارد البشرية بمفردتين تعادل (3.33%) ، حيث أنهم لا يباليون بما يعرض علي الفضائيات فقط لملء فراغهم .

الجدول رقم (23): يوضح القيم الاجتماعية التي تحملها برامج الفضائيات العربية حسب

العينة المدروسة

النسبة	التكرار	العينة القيم
15%	09	التعاون
16.66%	10	التسامح
1.66%	01	احترام ملكية الغير
5%	03	الإخلاص في العمل
00%	00	التواضع
5%	03	حسن الجوار
1.66%	01	العدل
3.33%	02	حب العلم
48.33%	29	المشاركة الاجتماعية
1.66%	01	الصدق
1.66%	01	أخري
100%	60	المجموع

من خلال الجدول رقم (23) والذي يوضح القيم الاجتماعية التي تحملها برامج الفضائيات العربية ، نجد أن أغلبية الباحثين رأوا بأن المشاركة الاجتماعية هي من أبرز القيم المثارة داخل المجتمع ب 29 مفردة بنسبة (48.33%)، ثم تأتي بعدها قيمتا التعاون والتسامح والتي هما من السلوكيات الاجتماعية المهمة والتي يسمو بها الأفراد وتنشر المحبة وروح الأخوة داخل المجتمع ب 19 مفردة بنسبة (19%)، في حين نجد قيمة الإخلاص في العمل وهي من الأبعاد الإيمانية التي تعمل بعض برامج الفضائيات العربية علي غرس مبادئ حب العمل والتفاني في أدائه والالتزام احترام أوقات العمل والإتقان ب 03 مفردات بنسبة (5%)، كما تهتم برامج الفضائيات العربية بحسن الجوار كاحترام الجيران ب 03 مفردات بنسبة (5%) ، وتركز برامج الفضائيات العربية علي قيمة حب العلم وهو من السلوكيات التربوية فهو أساس تنمية المجتمعات فإذا صلحت التربية صلح المجتمع فبالعلم نستطيع بناء مجتمع قوي حيث جاءت النسبة (3.33%)، فيما رأي بعض أن قيم التواضع والعدل والصدق من أقل القيم الموجودة في برامج الفضائيات العربية ، بالإضافة إلي قيمة صلة الرحم .

الجدول رقم: (24) يوضح القيم الاجتماعية التي تحملها برامج الفضائيات العربية حسب

التخصص العلمي

تنمية الموارد البشرية		تنظيم وعمل		علم الاجتماع التربوي		التخصص
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	القيم الاجتماعية
%3.33	02	%8.33	05	%3.33	02	التعاون
%6.66	04	%6.66	04	%3.33	02	التسامح
%00	00	%00	00	%1.66	01	احترام ملكية الغير
%1.66	01	%1.66	01	%1.66	01	الإخلاص في العمل
%00	00	%00	00	%00	00	التواضع
%00	00	%1.66	01	%3.33	02	حسن الحوار
%00	00	%00	00	%1.66	01	العدل
%3.33	02	%1.66	01	%00	00	حب العلم
%16.66	10	%13.33	08	%16.66	10	المشاركة الاجتماعية
%1.66	01	%00	00	%00	00	الصدق
%00	00	%00	00	%1.66	01	أخرى
%33.33	20	%33.33	20	%33.33	20	المجموع

من خلال الجدول رقم (24) والذي يوضح القيم الاجتماعية التي تحملها برامج الفضائيات العربية حسب متغير التخصص العلمي نلاحظ أن طلبة التخصصات الثلاث رأوا أن قيمة المشاركة الاجتماعية من أكثر القيم الحاضرة في البرامج ب 10 تعادل (16.66%) لطلبة علم الاجتماع التربوي و طلبة تنظيم وعمل و تنمية الموارد البشري والتي تدعو من خلالها الطلبة إلى التحلي بالقيم السامية بالإضافة إلى قيم التعاون والتسامح و حسن الحوار حيث تعتبر هذه القيم بنية تثبت و تدعم وتشكل القيم في المجتمع، حيث تنمي الفضائيات العربية العلاقات المبنية علي الصدق و العدل و الإخلاص في العمل ويجدث هناك تناسق وانسجام وتحاول الفضائيات إعطاء بعد إنساني لمشاهديها من احترام ملكية الغير حيث جاءت هذه القيم بنسب متساوية في كل التخصصات.

الجدول رقم (25) : يوضح مدى تعزيز الفضائيات العربية لهذه القيم الاجتماعية حسب متغير

الجنس

الجنس		ذكور						إناث					
		موافق		غير موافق		محايد		موافق		غير موافق		محايد	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
التعاون	03	%05	00	%00	00	%00	00	%8.33	05	%00	00	%00	00
التسامح	02	%3.33	00	%00	00	%00	00	%05	03	%00	00	%00	00
احترام ملكية الغير	01	%1.66	00	%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	%1.66	01
الإخلاص في العمل	01	%1.66	00	%00	00	%00	00	%3.33	02	%00	00	%1.66	01
التواضع	00	%00	00	%00	00	%00	00	%1.66	01	%00	00	%00	00
حسن الجوار	01	%1.66	00	%00	00	%00	00	%3.33	02	%00	00	%1.66	01
العدل	0	%00	01	%1.66	01	%1.66	01	%00	00	%1.66	01	%00	00
حب العلم	01	%1.66	00	%00	00	%00	00	%3.33	02	%00	00	%1.66	01
المشاركة الاجتماعية	07	%11.66	00	%00	00	%00	00	%25	15	%00	00	%00	00
الصدق	01	%1.66	00	%00	00	%00	00	%1.66	01	%00	00	%3.33	02
المجموع												41	19

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (25) مدى تعزيز الفضائيات العربية هذه القيم وعند جمع إجابات الباحثين تبين أنّ برامج الفضائيات العربية قد عززت وبشكل كبير قيمة المشاركة الاجتماعية وكانت ب 22 مفردة بنسبة (36.33%) بدرجة موافق ، في حين جاءت قيم التعاون بنسبة (21.66%) والتسامح (8.33%) واحترام ملكية الغير (5%) بنسبة موافق لأغلبية الباحثين بنسب متساوية علي أن برامج الفضائيات العربية تُثمن وبشكل كبير هذه القيم باعتبارها قيم بناءة وتخدم المجتمع ، في حين أن بعض الباحثين رأوا بأنهم غير موافقين علي أن برامج الفضائيات العربية قد تعزز من قيمة الصدق و العدل لأن المجتمع اليوم قد كثر فيه الفساد والطغاة ولا وجود للعدل والمساواة وكثرت الوعود الكاذبة بنسب (8.33%)، أيضا هناك من وافقوا علي أن قيمة حب العلم قد عززت منها الفضائيات العربية في برامجها من خلال الاجتهاد والجدية و طلب العلم المشرع من الله تعالي بنسبة (5%) ، وأيضا الإخلاص في العمل الذي هو من أسباب النجاح والارتقاء.

المبحث الثالث: دور الفضائيات العربية في تعزيز القيم الاجتماعية
الجدول رقم (26): يوضح البرامج المبثة على الفضائيات العربية التي تحث علي تشجيع العمل
الخيرى حسب المدروسة

النسبة	التكرار	العينة الإجابة
%81.66	49	نعم
%13.33	08	أحيانا
%05	03	لا
%100	60	المجموع

- من خلال الجدول رقم (26) والذي يوضح البرامج المبثة عبر الفضائيات العربية التي تحث علي تشجيع العمل
الخيرى حيث كانت إجابة أغلب المبحوثين أن كل حصص وبرامج الفضائيات العربية تقوم بتوعية المجتمع للعمل
التطوعي والخيري فكانت 49 مفردة بنسبة (%81.66)، في حين رأي بعضهم أن أحيانا ما تعرض الفضائيات
العربية مثل هذه البرامج ب 08 مفردات بنسبة (%13.33)، لتبقي نسبة (%5) أدلوا بأن لا وجود لبرامج
العمل الخيرى.

الجدول رقم (27) : يوضح اسم البرنامج والقناة التي تحت علي العمل الخيري حسب متغير الجنس

إناث		ذكور		البرنامج والقناة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الجنس
%20	12	%11.66	07	برنامج خواطر قناة mbc
%8.33	05	%08.33	05	برنامج وافعلوا الخير قناة الشروق الجزائرية
%16.66	10	%05	03	برنامج سواعد الإخاء قناة اقرأ الفضائية
%13.33	08	%1.66	01	برنامج اليد في اليد قناة الخبر
%3.33	02	%1.66	01	برنامج دلال الخير قناة النهار الجزائرية
%6.66	04	%3.33	02	برنامج المسامح كريم قناة أبو ظبي
%68.33	41	%31.33	19	المجموع

من خلال الجدول رقم (27) يوضح اسم البرنامج والقناة التي تحت علي العمل الخيري في المجتمع نلاحظ بأن إجابات المبحوثين كانت حول مجموعة من البرامج العربية ذات هدف خيري اجتماعي نذكر منها برنامج خواطر الذي كان يعرض طيلة شهر رمضان علي مدار 11 عاما حيث عالج البرنامج قضايا في جميع المجالات إنسانية اجتماعية تربوية و دينية وكان في كل حلقة يجوب عدة بلدان غربية و يقوم بالمقارنة مع بعض البلدان العربية لأخذ العبرة والاستفادة منهم ب7 مفردات بمعدل (11.66%)، كذلك برنامج وافعلوا الخير ب5مفردات ما يعادل (8.33%)، الذي لا زال يعرض علي قناة الشروق و برنامج دلال الخير علي قناة النهار حيث تقوم هذه البرامج بعرض حالات لأشخاص محتاجة للعلاج في الخارج فقد لقي هذا البرنامج صدي كبير خاصة المغتربين في البلدان الأوربية (1.66%)، بالنسبة لبرنامج سواعد الإخاء هو برنامج حوارى عفوي منوع يعتبر الأول من نوعه في العالم العربي له صبغة اجتماعية دينية يضم دعاء من جميع الدول العربية ب3 مفردات تعادل (5%) ، بالنسبة لبرنامج اليد في اليد هو برنامج خيري نصف شهري يقوم باختيار العائلات المعوزة التي يتم ترميم منازلها ومن يدفع التكاليف الترميم و التوصيلحات جمعيات خيرية بمعدل (1.66%) . أما فيما يخص برنامج المسامح كريم هو برنامج حوارى بمفردتين بمعدل (3.33%) تتلخص فكرة البرنامج في محاولة إقامة علاقات الصلح بين أفراد متخصصين وذلك عن طريق استدعاء طرفي الخصام إلى الأستوديو وحل المشكلة عن طريق التوسط وهذا الذي يقوم به مقدم البرنامج . كل هذه البرامج هدفها ترسيخ القيم الاجتماعية و تحقيق التكافل و الإخاء بين أفراد

المجتمع.

الجدول رقم (28): يوضح الآليات التي تعزز من خلالها الفضائيات العربية القيم

الاجتماعية لدى الطالب

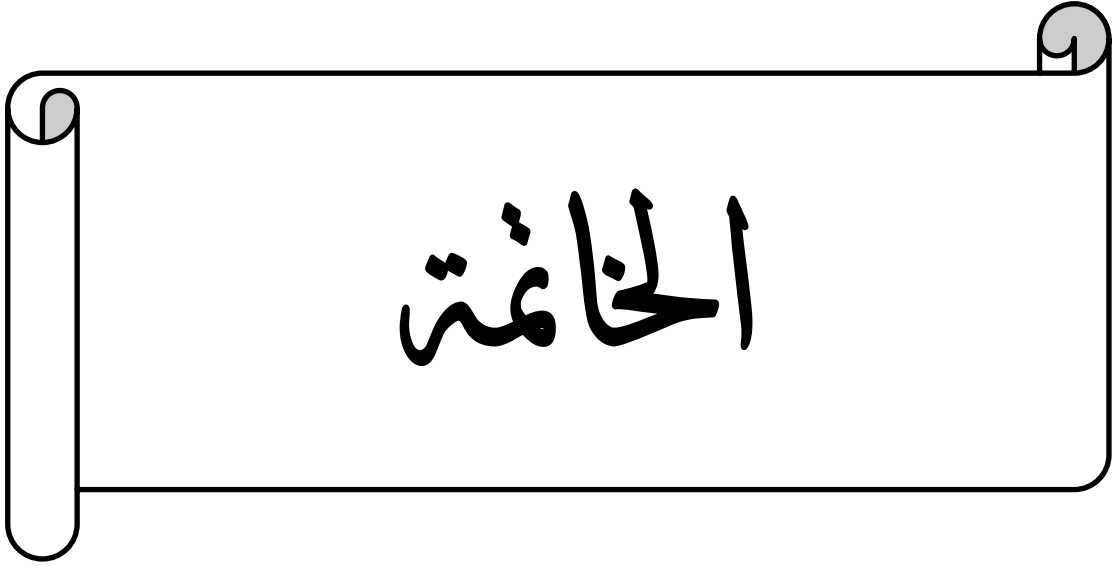
إناث		ذكور		الجنس الآليات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
13.33%	08	3.33%	02	إبراز دور الجمعيات الخيرية
10%	06	5%	03	الصدق والموضوعية في طرح البرامج
11.66%	07	6.66%	04	تقرير وترسيخ القيم الإيجابية
10%	06	5%	03	احترام خصوصية المجتمع العربي
5%	03	3.33%	02	إشراك الطالب الجامعي في الأعمال الخيرية
11.66%	07	5%	03	بث برامج تنادي بالقيم الغائبة في المجتمع
6.66%	04	3.33%	02	إعطاء نماذج عن مساعدات اجتماعية
68.66%	41	31.66%	19	المجموع

من خلال الجدول رقم (28) والمتعلق بالآليات التي تعزز من خلالها الفضائيات العربية القيم الاجتماعية لدى الطالب نلاحظ أن إجابات الطلبة تعددت بخصوص بوسائل تعزيز القيم في المجتمع والتي من بينها : إبراز دور الجمعيات الخيرية من خلال عرض البرامج الخيرية والتطوعية التي تركز علي القيم العربية والإسلامية داخل المجتمع حيث جاءت بمفردتين للذكور بمعدل (3.33%)، وبالنسبة للإناث بـ 8 مفردات ما يعادل (13.33%)، حيث رأى بعض المبحوثين أن الفضائيات العربية يجب عليها أن تتسم بالصدق والموضوعية في نقل الواقع الاجتماعي و تطلعات الأفراد وذلك بمعدل (1.66%) للذكور والإناث بـ 3 مفردات بنسبة (5%)، بالنسبة لآلية تقرير وترسيخ القيم الإيجابية من خلال طرح برامج بناءة تساعد علي تماسك القيم والمبادئ والأخلاق لدى الطالب بـ 4 مفردات بمعدل (6.66%) للذكور و 7 مفردات تعادل (11.66%) للإناث، فيما يخص احترام الغير وخصوصية المجتمع العربي المحافظ وعدم المساس بشخصيته بـ 3 مفردات بمعدل (5%) للذكور و 6 مفردات للإناث بمعدل (10%)، ورأوا بإشراك الطالب الجامعي في الأعمال الخيرية من خلال منحه فرصة في إعداد برنامج تطوعي داخل الجامعة لتحسيس الطلبة بأهمية العمل الخيري و مساعدة الآخرين بمفردتين تعادل (3.33%) للذكور والإناث 3 مفردات بمعدل (5%)، هناك آلية بث برامج تنادي بالقيم الغائبة في المجتمع كقيم التسامح والتعاون و حسن الجوار التي بدأت تندثر شيئاً فشيئاً بـ 3 مفردات بمعدل (5%) للذكور ، و 7 مفردات بمعدل (11.66%) للإناث، و الآلية الأخيرة التي تركز علي إعطاء نماذج عن مساعدات اجتماعية خيرية من طرف أشخاص ناجحين و فاعلين في المجتمع قدموا مساعدات للمحتاجين بمفردتين للذكور تعادل (3.33%) والإناث 4 مفردات بمعدل (6.66%).

النتائج العامة للدراسة :

- يتضح من خلال النتائج المحصلة عليها نجد بأن المبحوثين يُقبلون علي مشاهدة التلفزيون والتعرض إلي برامجه ، إذ يوفر التلفزيون عالما واسعا ومتنوعا من الحصص والبرامج التي تساعد المبحوث علي التعرف لقيم وعادات أصيلة للمجتمع.
- إن أغلبية المبحوثين يتابعون برامج الفضائيات العربية علي أن برامجها تعمل علي خلق صورة جيدة للمجتمع.
- تبين لنا من خلال هذه الدراسة أن الإناث الأكثر إقبالا علي مشاهدة برامج الفضائيات العربية علي عكس الذكور كانت مشاهدتهم أقل ، وترجع هذه المفارقة في نسبة الإقبال علي برامج الفضائيات العربية بين الذكور والإناث إلا أن الإناث تستهوين أكثر هذه البرامج خاصة الاجتماعية منها ، والتي تحمل قصصا وأحداث واقعية.
- نجد أن أغلبية المبحوثين يتابعون برامجهم من ساعة إلي ساعتين ، وهذا راجع لتوقيت كل برنامج خاصة الهادفة منها ، حيث كل برنامج قيم لا يتعدى وقته أكثر من ساعتين عكس البرامج الغير هادفة يتسع وقتها إلي أزيد من ساعتين.
- يفضل المبحوثين أوقات المساء والليل من أجل متابعة البرامج التي تبث علي الفضائيات العربية ففي هذه الأوقات بالذات يكون المبحوث غير مرتبط تماما من أي انشغال إذ يخصص وقت أكبر لمشاهدة ما تبثه هذه الفضائيات و هذا ما يسمح له بالاستفادة أكثر من المضامين الإعلامية القيمة لهذا البرنامج.
- بالإضافة إلي مكان مشاهدة برامج الفضائيات العربية حيث أن كل المبحوثين أقرؤا بأن مشاهدتهم تكون داخل بيوتهم.
- تبين من خلال الدراسة التي أجريناها علي عينة من الطلبة الجامعيين أن أغلبهم يفضلون أكثر مشاهدة البرامج الاجتماعية و البرامج الرياضية بالإضافة إلي البرامج الإخبارية والدينية و كذلك البرامج الترفيهية وهذا علي حسب ميولات واتجاهات كل فرد نحو هاته البرامج.
- تبين من خلال الدراسة التي أجريناها علي عينة الطلبة أن أكثرهم ينشغلون بالقيم الاجتماعية الإيجابية كأبرز الدوافع التي تجعلهم يتعرضون إلي البرامج التي تبثها الفضائيات العربية ، فهذه البرامج تنقل لهم مجموعة من القيم المتمثلة في : التعاون و التسامح والمشاركة الاجتماعية بالإضافة إلي الإخلاص في العمل، احترام ملكية الغير ، لأن المبحوث يحاول دائما من خلال التعرض لهذه البرامج أن يستمد منها الصفات والخصال التي تجعله يتعامل مع مجتمعه وهذا ما يقوي روابط المحبة بين أفراد المجتمع.
- تعمل برامج الأعمال الخيرية والتطوعية التي تبث عبر الفضائيات العربية على نشر الخير ومساعدة المحتاجين ، ومد يد العون إليهم ، والسعي لغرس روح المبادرة ومشاعر الصداقة بين الأفراد .

- من بين آراء الطلبة حول الآليات التي تعزز من خلالها الفضائيات العربية القيم الاجتماعية:
- بث برامج تعبر عن تطلعات المجتمع عوض نقل حصص غربية لا تنطبق وقيم المجتمع العربي.
- طرح برامج بناءة أكثر تساعد علي تماسك القيم والمبادئ والأخلاق لدي الطالب خاصة والمجتمع عامة.
- نشر قيم التسامح وحب الجوار عوض التحريض علي العنف والقتال.
- إعداد برامج تنادي بالقيم الغائبة في المجتمع العربي من خلال إعطاء نماذج عن مساعدات اجتماعية مثلاً.



الخاتمة

لقد حاولنا في هذه الدراسة تسليط الضوء علي دور الفضائيات العربية في تعزيز القيم الاجتماعية بعد التطور الكبير للبث الفضائي وتعدد القنوات الفضائية وخاصة العربية منها ، وبتعدد تأثيراتها علي الطلبة ساهمت في تعزيز القيم الاجتماعية لديهم سواء كانت القيم منقولة عبر هذه القنوات ، أو كان يملكها قبل التعرض لها ، فقد عملت علي ترسيخ الأفكار القيمة وجعلها أداة لصد العادات السيئة والتي كانت تهدد مجتمعنا ، وفي الأخير توصلنا إلى مجموعة من التوصيات و جاءت كالاتي :

التوصيات :

- إنشاء مجالس ولجان من الأخصائيين الاجتماعيين والنفسيين لمراقبة برامج الفضائيات العربية والسهر علي احترام ضوابط بث البرامج والابتعاد عن البرامج الغير أخلاقية التي باتت تهدد الأسر العربية من خلال نقلها لقيم منافية تماما للشريعة الإسلامية .
- العمل علي تكثيف مساحة البرامج الهادفة منها البرامج الاجتماعية والتعليمية والدينية والثقافية ، كما ينبغي أن نركز علي التعريف بعادات و تقاليد ومقومات المجتمع.
- تحصين الشباب ضد أوجه الفساد المصاحب للقنوات الفضائية عن طريق التركيز علي دور الأسرة والمدرسة باعتبارها محاور الضبط الاجتماعي في المجتمع.
- جذب الشباب إلي القنوات الفضائية و البرامج المفيدة وجعلها أكثر شيوعا وجاذبية بحيث تلي رغبات المشاهدين بالضوابط الشرعية والاجتماعية.
- مخاطبة الشباب بالأساليب المقنعة المؤثرة المناسبة مع قدراتهم الثقافية والفكرية ، إذ تعد القنوات الفضائية من أهم الوسائل التي يمكن أن تؤثر في الرأي العام وتشكله وفق خطط و أهداف المجتمع المراد تحقيقها .
- بث برامج تنادي بالقيم الغائبة في المجتمع العربي من خلال إعطاء نماذج عن مساعدات اجتماعية مثلا وتقديم برامج تحفز علي الاهتمام بالقيم الاجتماعية و التمسك بها.
- إجراء المزيد من البحوث والدراسات حول أهمية التلفزيون و دوره في التأثير علي الأجيال الصاعدة.
- دراسة مضمون و خلفية البرامج المستوردة وتحليلها و اختيار ما هو مناسب منها .
- العمل علي زيادة مساحة الأفلام الوثائقية و البرامج التعليمية والعلمية المخصصة للشباب.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

* المعاجم والقواميس

- 01- المنجد في اللغة والإعلام ، ط39؛بيروت، دار المشرق ، 2002.
- 02- المسعدي محمود،القاموس الجديد للطلاب ، معجم عربي ألفبائي؛ ط7،الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب ، 1991.
- 03- غيث عاطف محمد، قاموس علم الاجتماع؛الإسكندرية : مصر، الدار الجامعية ، 2002.
- 04- الزبيدي مرتضي، تاج العروس ؛ ج09،بيروت: دار صادر ، 1996.
- 05- حجاب محمد، منير محمد، المعجم الإعلامي ؛ القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2008 .

الكتب

- 06- البوهي ،فاروق، والشنو ، فوزية ،وسائل الإعلام المرئي و أثرها علي شخصية الطفل العربي وثقافته؛ القاهرة ، 1996.
- 07- بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال؛ ط3، الجزائر :ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية ، 2007.
- 08- النكلاوي أحمد،المدخل السوسيولوجي للإعلام؛ القاهرة : مكتبة نهضة الشرق، 1974.
- 09- كبارة ظافر أسامة ،برامج التلفزيون والتنشئة التربوية الاجتماعية للأطفال؛ ط1، بيروت: دار النهضة ، 2003.
- 10- العقاد ليلي ، علم الاجتماع الإعلامي ومناهج البحث العلمي؛ دمشق، 1986.
- 11- انشراح الشال ، قنوات التلفزيون فضائيات في العالم الثالث ؛ القاهرة : دار الفكر العربي ، 1993.
- 12- انشراح الشال ، بث وافد علي شاشات القنوات الفضائية؛ القاهرة : دار الفكر العربي، 1993.
- 13- البكري شاكر إياد،حرب المحطات الفضائية عام 2000؛ ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع ، 1999.
- 14- كريم بدر أحمد،دور المذيع في تغيير العادات والقيم في المجتمع السعودي؛ دار العلم للطباعة 1986.
- 15- المكاوي عماد حسن، السيد حسين ليلي،الاتصال ونظرياته المعاصرة؛ ط1، القاهرة: مصر، الدار المصرية اللبنانية ، 2003.
- 16- حمد خالد،منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية؛ جسر للنشر والتوزيع ، 2008.
- 17- جمال محمد راسم، الاتصال والإعلام في العالم العربي في عصر العولمة ؛ ط 1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ، 2006.

- 18- طعيمة رشيد، تحليل محتوى في العلوم الإنسانية، مفهومه، أسسه، استخدامه؛ القاهرة: دار الفكر العربي، 1987.
- 19- هاني رضا، الرأي العام والدعاية؛ ط1، القاهرة: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 1998.
- 20- رضوان و كيفن، صراع القيم بين الإسلام والغرب؛ د.م.ن، دار الفكر، 2010.
- 21- العبد عدلي عاطف، غرس زكي، الأسلوب الإحصائي واستخدامه في بحوث الرأي والإعلام؛ القاهرة: دار الفكر العربي، 1993.
- 22- العبد عدلي عاطف وزميلته، دراسات في الإعلام الفضائي؛ ط1، دار الفكر العربي، عام 1416هـ، 1997م.
- 23- بوحوش عمار، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث؛ ط3، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2001.
- 24- رشيد عماد الدين، الإعلام المعاصر رؤية نقدية – المحطات المتلفزة نموذجاً – نحو القمة ط1، حمص: سوريا، للطباعة والنشر، 2009.
- 25- عزي عبد الرحمان، دراسات في نظرية الاتصال (نحو فكر إعلامي مميز)؛ ط1، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 2002.
- 26- شرف علي عزيز، وسائل الإعلام لغة الحضارة؛ القاهرة: مؤسسة مختار للنشر والتوزيع، د.ط، د.ت.
- 27- دليو فضيل وآخرون، الجامعة تنظيمها و هيكلتها، مجلة الباحث الاجتماعي؛ جامعة قسنطينة، العدد الأول 1995.
- 28- دياب فوزية، القيم والعادات الاجتماعية، مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية؛ القاهرة: دار الكتاب العربي، 1996.
- 29- مهنا فريال، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية؛ ط1، دمشق: دار الفكر، 2002.
- 30- عبد الحليم سيد فتح الباب، الناس والتلفزيون؛ القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1963.
- 31- النوري قيس، أفاق التغيير الاجتماعي،
- 32- عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية؛ القاهرة: عالم الكتب، 2004.
- 33- حجاب محمد، منير محمد، المعجم الإعلامي؛ القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008.
- 34- غيث عاطف محمد، قاموس علم الاجتماع؛ الإسكندرية: مصر، الدار الجامعية، 2002.
- 35- بيومي أحمد محمد، علم الاجتماع القيم؛ الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1981.
- 36- الزبيدي مرتضي، تاج العروس، ج09؛ بيروت: دار صادر، 1996.
- 37- الضاري حارث مثني، الإعلام الإسلامي، الواقع والطموح؛ الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع، 2008.
- 38- الحديدي سعيد مني، الفضائيات العربية و متغيرات العصر؛ القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2005.

- 39- الحديدي سعيد مني، و المكاوي حسن عماد، الفضائيات العربية و متغيرات العصر؛ ط1، القاهرة: دار المصرية الفكرية، 2005.
- 40- الخيرو مصباح، علاقة وسائل الإعلام بانحراف الأطفال. مصدر سابق .
- 41- الأمير إبراهيم وعد، دور التلفزيون في قيم الأسرة ؛ ط1، عمان : الأردن، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2012.

الكتب الأجنبية :

- 1- chaozeng , ma , television and its social effects in china , paper presented at the international television studies coference london , England, 1996.
- 2- hahn,garolel., the effects of the school, media and family on the civic values and behaviors of youth , urbion , italy, 1998.

* المجالات

- 42- العبد الله مي، التلفزيون و الخوف من المعرفة ؛ مجلة اتحاد الإذاعات العربية ، عدد 2005 ، 03.
- 43- الباسطي رؤوف، اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية ؛ مجلة اتحاد الإذاعات العربية ، عدد 1997، 03.
- 44- الإذاعات العربية ، العدد 32425.
- 45- كريم بدر، مقال بعنوان (جمهور وسائل الإعلام والاتصالات ، كيف نحافظ عليها)؛ العدد الخامس والسادس ، الإعلام والاتصال .
- 46- بوعلي نصير، البث التلفزيوني المباشر و الحضارة العامة ؛ مجلة الإذاعات العربية ، عدد 04، 2000.
- 47- فوزية العلي ، وعاطف العبد ، عادات و أنماط مشاهدة القنوات الفضائية ،دراسة استطلاعية على طلبة و طالبات قسم الإعلام ، جامعة الإمارات (القاهرة : مجلة الإعلام ، جامعة الأزهر) ، يوليو 1994 .

الرسائل والمذكرات الجامعية :

- 48- بومعيزة السعيد، أثر وسائل الإعلام علي القيم والسلوكيات لدي الشباب – دراسة استطلاعية لمنطقة البلدية – أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، قسم علوم الإعلام والاتصال 2005-2006.
- 49- بوعلي نصير، أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر علي الشباب الجزائري ؛ دراسة تحليلية و ميدانية ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، قسم علوم الإعلام والاتصال 2003.
- 50- الضبيان موسي أحمد، المادة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية؛ رسالة دكتوراه مقدمة لقسم الإعلام عام 1418هـ ، غير منشورة.
- 51- بوجلال عبد الله وآخرون، القنوات الفضائية وتأثيراتها علي القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدي الشباب الجزائري ؛ دراسة نظرية وميدانية ، قسنطينة :جامعة الأمير عبد القادر ، د.ط، د.ت، ص.أ.
- 52- الحمود عبد الله ، التأثير المتوقع للبث الفضائي ، بحوث في الدعوة والإعلام ودراسات ؛ العدد الأول ، جامعة الإمام محمد بن سعود 1992.
- 53- أثر الفضائيات علي الأسرة العربية ، بحوث وأوراق عمل الملتقي العربي الأول ،المنعقد في القاهرة – جمهورية مصر العربية ، فبراير، 2007

الملاحق

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

الفصائيات العربية ودورها في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي
دراسة ميدانية لعينة من طلبة السنة الأولى ماستر علم الاجتماع

إشراف الأستاذ:

بوبكر بوعزيز

إعداد الطالبة:

نهله بوخاري

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة ،
بعنوان الفصائيات العربية و دورها في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، أرجو منكم قراءة هذه الاستمارة
بتأني و ملئها بكل عناية و اهتمام وفق ما يمليه الضمير العلمي ، و أحيطكم علما بأن المعلومات الواردة في هذه
الاستمارة لن تستخدم إلا لأغراض علمية .
وفي الأخير تفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير.

ملاحظة: ضع علامة X أمام الإجابة المناسبة.

السنة الجامعية 2016/2015

I. المحور الأول: البيانات الشخصية للمبحوثين

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: 22-26 27-30 30 فما فوق
- 3- التخصص العلمي: 1- علم الاجتماع التربوي
- 2- تنظيم و عمل
- 3- تنمية الموارد البشرية

II. المحور الثاني:

● 1- عادات و أنماط المشاهدة

1- هل تتابع (تشاهد) برامج الفضائيات العربية؟

- أ- نعم ب- لا

إذا كانت إجابتك أحيانا و نادرا , فهل ذلك يرجع إلي؟:

- عدم توفر الوقت
- الاهتمام بمتابعة قنوات أجنبية
- لعدم تلبية احتياجات المشاهد
- أسباب أخرى أذكرها؟:

.....
.....
.....

2- ماهي الفترات التي تفضل فيها مشاهدة برامج الفضائيات العربية؟

- فترة الصباح المساء الليل

3- ماهي المدة التي تقضيها في مشاهدة برامج الفضائيات العربية؟

- أقل من ساعة من ساعة الي 2 ساعة أكثر من 2 ساعة

4- أين تشاهد برامج الفضائيات العربية؟

- في المنزل في الإقامة الجامعية في العمل

5- مع من تشاهد القنوات الفضائية العربية؟

- بمفردك
- مع العائلة
- مع زملاء العمل
- أخرى

6- ماهي البرامج التي تفضل مشاهدتها عبر الفضائيات العربية؟ (رتبها حسب الأولوية)

- 1- إخبارية 2- ثقافية 3- اجتماعية 4- سياسية 5- دينية 6- ترفيهية
- 7- تعليمية 8- رياضة 9- شؤون المرأة

أخرى أذكرها؟:

.....

• ما هو سبب تفضيلك لهذا النوع من البرامج؟

- علي حسب ميولاتي
- حسب تخصصي
- درجة الاهتمام
- أخرى

III. المحور الثالث:

• 2- الفضائيات العربية والقيم الاجتماعية.

1- ماهي دوافع تعرضك لبرامج القنوات الفضائية العربية؟

- سد الفراغ
- التفاعل مع الآخرين
- الاطلاع علي الأفكار المتناقضة
- تعلم بعض القيم الاجتماعية الإيجابية
- أخرى

2- ماهي القيم الاجتماعية التي تحملها برامج القنوات الفضائية العربية؟

1- التعاون 2- التسامح 3- احترام ملكية الغير 4- الإخلاص في العمل 5- التواصل

6- حسن الجوار 7- العدل 8- حب العلم 9- المشاركة الاجتماعية 10- الصدق

11- قيم أخرى أذكرها؟

- 3- حسب رأيك هل عززت الفضائيات العربية هذه القيم؟

القيمة	موافق	غير موافق	محايد
التعاون			
التسامح			
احترام ملكية الغير			
الإخلاص في العمل			
التواضع			
حسن الجوار			
العدل			
حب العلم			
المشاركة الاجتماعية			
الصدق			

IV. المحور الرابع:

3- دور الفضائيات العربية في تعزيز القيم الاجتماعية

1-- هل الفضائيات العربية تبث برامج تحث علي تشجيع العمل الخيري في المجتمع؟

نعم أحيانا لا

2- إذا كانت إجابتك ب نعم . قدم مثالا عن هذه البرامج ؟ (يرجى ذكر اسم البرنامج و القناة معا)

.....

3- حسب رأيك ماهي الآليات التي تعزز من خلالها الفضائيات العربية القيم الاجتماعية لدي الطالب؟

.....

الفهرس العام

الفهرس

الصفحة	المحتوي
02	شكر وتقدير
	الإهداء
03	خطة البحث
05	المقدمة
الفصل الأول الإطار المنهجي	
08	1- الإشكالية
08	2- التساؤلات
09	3- أسباب اختيار الموضوع (الدراسة)
09	4- أهمية الدراسة
10	5- أهداف الدراسة
10	6- المدخل النظري للدراسة
16	7- نوع الدراسة ومنهجها
17	8- أدوات الدراسة
18	9- مجتمع وعينة البحث
19	10- مفاهيم الدراسة
22	11- الدراسات السابقة
27	12- صعوبات الدراسة
الفصل الثاني البث الفضائي المباشر والفضائيات العربية	
29	تمهيد
30	1- البث الفضائي المباشر في العالم
32	2-الفضائيات العربية و تأثيرها علي الشباب
35	3- البث الفضائي في الجزائر
الفصل الثالث التلفزيون و القيم الاجتماعية	
39	تمهيد
40	1- تعريف القيم الاجتماعية
41	2- خصائص و تصنيفات القيم
45	3- القنوات الفضائية و دورها في تغيير القيم
الفصل الرابع الجانب التطبيقي	
50	تمهيد
51	1- تفرغ النتائج في جداول
76	2- النتائج العامة للدراسة
79	الخاتمة
79	التوصيات و الاقتراحات
81	قائمة المصادر والمراجع
86	الملاحق
91	الفهرس
93	فهرس الجداول
95	ملخص الدراسة

فہر س الجلد اول

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح البيانات الشخصية للمبحوثين	51
02	يوضح مدى متابعة العينة المدروسة لبرامج الفضائيات العربية	52
03	يوضح أسباب مشاهدة برامج الفضائيات أحيانا ونادرا حسب متغير الجنس	53
04	يوضح أسباب مشاهدة برامج الفضائيات أحيانا ونادرا حسب التخصص العلمي	54
05	يوضح أسباب مشاهدة برامج الفضائيات أحيانا ونادرا حسب متغير السن	55
06	يوضح فترات مشاهدة الطلبة لبرامج الفضائيات العربية حسب العينة المدروسة	56
07	يوضح فترات مشاهدة الطلبة لبرامج الفضائيات العربية حسب متغير الجنس	57
08	يوضح المدة التي يقضيها الطلبة في المشاهدة حسب متغير الجنس	58
09	يوضح فترات المشاهدة حسب التخصص العلمي	59
10	يوضح مكان المشاهدة حسب العينة المدروسة	60
11	يوضح مكان المشاهدة حسب متغير الجنس	60
12	يوضح أشخاص الذي يشاهد معهم برامج الفضائيات العربية حسب العينة العامة	61
13	يوضح الأشخاص الذي يشاهد معهم برامج الفضائيات العربية حسب متغير الجنس	61
14	يوضح البرامج المفضلة مشاهدتها عبر الفضائيات العربية حسب العينة المدروسة والمرتبة	62
15	يوضح البرامج المفضلة حسب متغير الجنس	63
16	يوضح أسباب تفضيل الطلبة لهذا النوع من البرامج حسب العينة المدروسة	64
17	يوضح أسباب تفضيل الطلبة لهذا النوع من البرامج حسب متغير الجنس	64
18	يوضح أسباب تفضيل الطلبة لهذا النوع من البرامج حسب متغير السن	65
19	يوضح أسباب تفضيل الطلبة لهذا النوع من البرامج حسب التخصص العلمي	66
20	يوضح دوافع تعرض الطلبة لبرامج الفضائيات العربية حسب العينة المدروسة	67
21	يوضح دوافع تعرض الطلبة لبرامج الفضائيات العربية حسب متغير الجنس	68
22	يوضح دوافع تعرض الطلبة لبرامج القنوات الفضائيات العربية حسب التخصص العلمي	69
23	يوضح القيم الاجتماعية التي تحملها برامج الفضائيات العربية حسب العينة المدروسة	70
24	يوضح القيم الاجتماعية التي تحملها برامج الفضائيات العربية حسب التخصص العلمي	71
25	يوضح مدى تعزيز الفضائيات العربية هذه القيم حسب متغير الجنس	72
26	يوضح البرامج المبتة علي الفضائيات العربية التي تحث علي تشجيع العمل الخيري حسب العينة المدروسة	73
27	يوضح اسم البرنامج والقناة التي تحث علي العمل الخيري حسب مغير الجنس	74
28	يوضح الآليات التي تعزز من خلالها الفضائيات العربية القيم الاجتماعية لدي الطالب	75

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

سعت هذه الدراسة إلى إيضاح الدور الذي تلعبه الفضائيات العربية في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي باعتباره أهم شريحة في المجتمع وأكثر الأفراد تأثراً ببرامج ومضامين الفضائيات العربية لما تحمله من قيم وعادات تعمل على التجديد والتغيير في سلوكهم من خلال الأفكار الجديدة و الأنماط السلوكية التي قد تتوافق مع عادات مجتمعتنا وهويتنا الحضارية .

ومن الأهداف التي سطرناها في هذه الدراسة نذكر ما يلي :

- معرفة الدور الكبير للقنوات الفضائية العربية في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي .
- تفيد دراسة المجتمع و الأسرة علي تشخيص واقع القنوات العربية، والتعرف على القنوات التي تؤثر من الناحية السلبية على سلوك الشباب و العمل علي التخفيف من هذه الآثار و تشجيع الشباب على مشاهدة برامج محددة وقيام الوالدين بالرقابة عليهم.
- من أهم النتائج المتحصل عليها من قبل الباحثين في دراستنا:
 - يتضح من خلال النتائج المحصلة عليها نجد بأن الباحثين يُقبلون علي مشاهدة التلفزيون خاصة الإناث ، عكس الذكور ، والتعرض إلي برامجه ، إذ يوفر التلفزيون عالماً واسعاً ومتنوعاً من الحصص والبرامج التي تساعد الباحث علي التعرف لقيم وعادات أصيلة للمجتمع.
 - تبين من خلال الدراسة التي أجريتها علي عينة الطلبة أن أكثرهم ينشغلون بالقيم الاجتماعية الإيجابية التي تبثها الفضائيات العربية ، المتمثلة في : التعاون و التسامح والمشاركة الاجتماعية ، لأن الباحث يحاول دائماً من خلال التعرض لهذه البرامج أن يستمد منها الصفات والخصال التي تجعله يتعامل مع مجتمعه وهذا ما يقوي روابط المحبة بين أفراد المجتمع.
 - تعمل برامج الأعمال الخيرية والتطوعية التي تبث عبر الفضائيات العربية على نشر الخير ومساعدة المحتاجين.

Summery

This research tries to clarify the role of the Arabic satellite TVs in reinforcing the sociable values in what concerns the university student, who is an important member in a given society. The student is most influenced with the Arabic satellite TV programs and contents because they hold such values and mores which renew and change their behaviors through new ideas and their behavioral patterns, that complies with our mores and our civil identity.

Here are some goals of this research :

- knowing the great role of the Arabic satellite TV s (channels) in reinforcing the values to the university students.
- Studying the social and the family benefits in identifying the reality of the Arabic channels, and knowing the channels which affect negatively on the youngsters` behavior, and working on the mitigating of their negative impacts. In addition, encouraging youngsters to follow limited programs with their parent supervision, and instilling the sense of initiative and friendship between the members of a society.

The most important results got from our respondents are:

- It has been made clear through our research results that our respondents watch TV shows that girls more than boys. and its programs because it offers a diverse and vast world of shows and programs that enhance the respondent to know his/ her values and genuine mores of his/ her society. This research also shows a sample of student, which we studied, are concerned with the positive sociable values they watch programs on these Arabic channels, of values as cooperation, tolerance and social participation. her society that tightens the love links between the society.
- The volunteer charitable programs, that are broadcasted on the Arabic channels, spread charity and helping the needy.

En française:

Résumé

Cette étude est faite pour montrer le rôle que jouent les chaînes et l'espace arabisé dans le but de faire aimer les traditions sociales à l'apprenant universitaire en le voyant l'élément essentiel dans la société. Elle l'aide à prendre en considération tous ces principes traditionnels qui travaillent pour le renouvellement et les mises à jour d'après de nouvelles idées et de différents comportements qui se résument dans notre société et l'identité moderne.

Les différents buts qu'on a pu retenir sont :

- Connaître le rôle de ces chaînes traditionnelles arabisées pour pouvoir garder leurs principes.
- Elles aident la société et les familles à diagnostiquer le réel et de découvrir les mauvaises chaînes qui peuvent jouer un rôle négatif sur nos jeunes mais aussi un rôle positif en diminuant les ondes négatives et de les encourager à regarder des émissions limitées et de respecter le contrôle parental.

Les meilleurs résultats qu'on a pu obtenir sont :

- D'après ces résultats, on voit que la plupart des chercheurs acceptent que nos étudiants regardent la télévision sont de sexe féminin pas rapport le sexe masculin, et de faire face aux émissions car ces chaînes leur permettent de connaître et découvrir un vaste monde et diverses choses qui pourront les aider à apprendre qu'il existe d'autres traditions.
- D'après cette étude, on a constaté que la plupart sont occupés à suivre leurs traditions dans le sens positif malgré qu'ils suivent d'autres chaînes car elles leur apprennent à s'entraider, à se pardonner, à la participation sociale qui pour les unir.

- Les émissions sociales qu'on voit dans nos chaînes arabisées ont propagé l'union , à aider les autres, qui sont dans le besoin et de leur donner un coup de main , de planter l'amour et l'amitiés dans leurs coeurs.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ