

قنوات الترفيه وأثرها على ثقافة الشباب

دراسة تطبيقية على عينة من طلاب جامعة غرب كردفان

د.أحمد إسماعيل حسين محمد

أستاذ الإعلام المشارك/جامعة غرب كردفان

عميد كلية الإعلام

المنهجي للدراسة ، واشتمل على المشكلة البحثية وأهداف البحث ومنهج البحث وأدوات البحث واستخدم منها بصورة أساسية صحيفة (Questionnaire) ، والفصل الثاني تناول التلفزيون كوسيلة إتصال جماهيري ومراحل تطوره، الفصل الثالث جاء بعنوان العرب والبت الفضائي، والفصل الرابع تحدث عن واقع الإعلام العربي، أما الفصل الخامس فكان عبارة عن الدراسة التطبيقية والتحليلية واستخدم فيها الباحث الجداول والأشكال البيانية باستخدام بعض البرامج الحاسوبية للوصول إلى نتائج حول المشكلة البحثية من نواحي عديدة ، وبناءا عليها قدم بعض التوصيات ، ثم أرفق قائمتي المصادر والمراجع والملاحق .

Abstract

Paper aims to determine the impact of entertainment channels on youth culture To achieve this, the researcher conducted a survey on a sample of students of West Kordufan University sitting for alternatives

مستخلص البحث:

تهدف الورقة إلى معرفة تأثير قنوات الترفيه على ثقافة الشباب ولتحقيق ذلك قام الباحث بإجراء دراسة مسحية على عينة من طلاب وطالبات جامعة غرب كردفان الجالسين لإمتحانات البدائل والملاحق (أغسطس ٢٠١٥م) والتي قد تكون مشاهدة قنوات الترفيه جزءاً من أسباب جلوسهم إليها ، وقام بجمع المعلومات من خلال صحيفة استبيان ، وبعد إجراء الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي خلص إلى نتائج الدراسة وقدم بناءاً عليها بعض التوصيات، أما تبويب الدراسة فكان على النحو التالي: قسم الباحث هذه الدراسة إلى خمسة فصول ، الفصل الأول عبارة عن الإطار and supplements exams (August 2015), that watching entertainment channels may be part of the reasons for sitting down to it, and has collected information through questionnaire, after conducting the study, both theoretical and applied he arrived to the results,

and based upon them presented some recommendations.

The research consists of five chapters, the first one is a methodological framework for the study, and included a research problem and research objectives and the research methodology and research tools and the researcher use mainly (Questionnaire), the second chapter is about TV as a mass media and its stages of development, the third one was

لمضامين هذه الفضائيات ؟) ، لذا عزم على دراسة هذا الموضوع بالتطبيق على شريحة نوعية ومستنيرة من الشباب ، هم عينة من طلاب وطالبات جامعة غرب كردفان لجمع المعلومات وتحليلها واستخلاص النتائج التي تعينه على تقديم بعض التوصيات .

ثانياً : منهج الدراسة :

المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي، ويعرف بأنه المنهج الذي يصف ظاهرة من الظواهر بغرض الوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها ويعمل على استخلاص النتائج، ذلك بتجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها ، ويعتمد على طرق بحث أهمها طريقتي المسح ودراسة الحالة، ويستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لمعرفة التأثير الحقيقي لقنوات الترفيه الفضائية على شريحة الشباب ، ومن أدوات البحث استخدم صحيفة الإستقصاء

entitled Arabs and satellite transmission, The fourth chapter talked about the reality of the Arab media, and the last one was an applied study, analytical and the researcher used the tables and graphics using some software programs to find results about the research problem in many ways, and according them represented some recommendations, and then attached, the references and appendices.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

أولاً : مشكلة البحث :

تعددت إستخدامات تكنولوجيا الإتصال ومنها البث المباشر عبر الأقمار الإصطناعية الذي أحدث قفزة هائلة في تطوير الخدمات التلفزيونية وانتشرت الفضائيات بصورة ضاق بها وقت المشاهد وانقسمت الفضائيات إلى حكومية وخاصة، ومشفرة ومفتوحة ، وعامة ومتخصصة ، هذا الواقع جعل فئة الشباب وهم من أهم شرائح المجتمع متجاذبة بين هذه الفضائيات ، وكل نوع منها يشد أساليبه لجذبهم لمتابعة برامجه ، والمشكلة التي أثارَت فضول الباحث صاغها في التساؤل التالي : (أي هذه الفضائيات أفيد للشباب وأيهما أقدر على الجذب والتأثير عليه وما مصير الشباب إذا ما انشغلت أجهزة المجتمع عن مراقبة ميولهم في التعرض

لعمل الراديو في نقل الأصوات، ويتعامل مع جهاز يقوم بتصوير المشاهد المطلوب تصويرها هو (الكاميرا) ثم يرسلها في الهواء بطريقة لاسلكية فتلتقطها أجهزة الاستقبال وتقوم بعكس هذه الصور على لوح من الزجاج المصنفر هو (الشاشة) Screen ، ويرجع الفضل في اختراع التلفزيون إلى بيرد Baird الإنجليزي الذي عرض اختراعه لأول مرة في عام ١٩٣٦م، وتمكنت محطة الإذاعة البريطانية من استخدام التلفزيون في قصر الكسندرا في لندن ومن ثم انتشرت محطات التلفزيون في أوروبا وأمريكا(١). واستمرت رحلة التطور عبر مراحل وصولاً إلى استخدام الأقمار الاصطناعية في البث التلفزيوني الذي يعتبر من أقوى وسائل الإعلام ويسهم في ترقية جوانب عديدة لدى الجمهور المستهدف Target Audience (2) ، ومن تلك المراحل:

مرحلة البث التلفزيوني الرقمي الأرضي:

يعد نظام البث التلفزيوني الرقمي الأرضي إحدى تقنيات البث الفضائي الحديثة الأخذة في الانتشار في كثير من بلدان العالم بشكل متسارع ويعود الفضل في تطوير هذه التقنية إلى البروفيسور أولريش رايمر Ulrich Ramer الذي كان يسعى لإيجاد نظام عالمي موحد للتلفزيون الرقمي الذي بدأه في عام ١٩٩٣م وكرتت محاولاته بالنجاح الباهر محققاً بذلك فتحاً كبيراً في مستوى العرض والمشاهدة التلفزيونية، إذ وصل عدد المستخدمين له فيما بعد إلى مئات الملايين من المستخدمين في مختلف أنحاء العالم(٣)، ويمتاز البث الرقمي Digital Transmission بالعديد من المميزات الجديدة التي يمكن تقديمها

(Questionnaire) لجمع البيانات من العينة المبحوثة .

أهداف البحث:

١- التعرف على ميول الشباب تجاه الخدمات التي تقدمها الفضائيات بنوعها العام والمتخصص.

٢- معرفة إلى أي مدى استطاعت قنوات الترفيه من إجتذاب الشباب لمتابعة برامجها.

٣- تقديم رؤى تعمل على تقليل الآثار السلبية لهذه القنوات على الشباب.

تبويب الدراسة :

قسم الباحث هذه الدراسة إلى خمسة فصول ، الفصل الأول عبارة عن الإطار المنهجي للدراسة ، واشتمل على المشكلة البحثية وأهداف البحث ومنهج البحث وأدوات البحث واستخدم منها بصورة أساسية صحيفة الإستقصاء (Questionnaire) ، والفصل الثاني تناول التلفزيون كوسيلة إتصال جماهيري ومرآح تطوره، الفصل الثالث جاء بعنوان العرب والبث الفضائي، والفصل الرابع تحدث عن واقع الإعلام العربي، أما الفصل الخامس فكان عبارة عن الدراسة التطبيقية والتحليلية واستخدم فيها الباحث الجداول والأشكال البيانية باستخدام بعض البرامج الحاسوبية للوصول إلى نتائج حول المشكلة البحثية من نواحي عديدة ، وبناءاً عليها قدم بعض التوصيات ، ثم أرفق قائمتي المصادر والمراجع والملاحق .

الفصل الثاني

التلفزيون كوسيلة إتصال جماهيري ومرآح تطوره

التلفزيون: Television جهاز يعمل على إرسال الصورة المتحركة بطريقة مشابهة

للأجهزة التليفزيونية كان ذلك عاجلاً أم أجلاً، مما يجعل البشرية على بداية حقبة جديدة من حيث الأساليب الاتصالية، لذا فإن الكثير من القنوات التليفزيونية سارعت لحجز مواقع لها على شبكة الإنترنت وأعدت التجهيزات والمعدات التي تمكنها من عرض برامجها في بث مباشر Direct على الشبكة الدولية للإنترنت وأن البطاقات التي تمكن من استقبال الإرسال التليفزيوني عن طريق الحاسبات الآلية كانت قد شهدت هي الأخرى تطوراً تقنياً كبيراً من حيث السعات التخزينية بالإضافة إلى انخفاض أسعارها (٦) .

كارت التلفزيون : TV Card

كارت التلفزيون عبارة عن تقنية تمكن من استقبال محطات التلفزيون والراديو بصورة مباشرة عن طريق هوائي التلفزيون ومن ثم عرضها على شاشة الكمبيوتر كذلك تمكن من استقبال إشارة الفيديو والصوت من أجهزة مختلفة مثل فيديو الكاميرا الرقمية ومشغلات الأقراص المدمجة Compact Disk وغيرها ، وقد ظهر هذا النوع من الكروت في تسعينيات القرن الماضي مع بداية تطور الكمبيوتر ثم تطور إلى كارت استقبال المحطات الفضائية ويسمى الآن بكارت الستالايت (Satellite Card 7) ، وعملياً عندما يعرض البث التلفزيوني بواسطة الانترنت يلاحظ أن الصورة تبدو أكثر جودةً ونقاءً ووضوحاً ، لأن الإنترنت وتقنيته الرقمية يفوق بكثير ما يتيح أحدث جهاز تلفزيوني لأنه يجمع ما بين ميزات البث التلفزيوني وتطبيقات الكمبيوتر وخدمات الإنترنت، وبعد البث التلفزيوني عبر الإنترنت المشاهدين بنمط جديد من

للمشاهدين والمستمعين وأنه أكثر كفاءة من الاتصال التناظري Analogue الأمر الذي يجعله قادراً على توفير مساحة لأربع عشرة قناة بينما يوفر الأخير قناة واحدة فقط والبث الرقمي يعطي صورة أكثر وضوحاً، وصوتاً أكثر جودةً ونقاءً، بالإضافة إلى المزيد من الخيارات، وبالتالي يمنح المستمعين قدراً أكبر من التفاعل مع قنوات البث بالإضافة إلى أنه يوفر فرص التسوق، وحجز الرحلات، والمعاملات المصرفية، والاشتراك في الألعاب وغير ذلك (٤) ، ويتم بالقوة التي تجعله ينقل الإشارة إلى مسافات أبعد مع توفير الحماية لها من العوائق والعوامل الطبيعية (٥) .

التلفزيون التفاعلي: Interactive T v :

اشتدت خلال السنوات القليلة الماضية المنافسة بين التلفزيون والإنترنت وغيرهما من وسائل الاتصال والتكنولوجيا، حتى إن بعضها أصبح في وضع تنافسي مع البعض الآخر مثل التلفزيون والإنترنت وبعضها توجه إلى الاندماج والتقارب كشركات الهواتف التي قامت بإدخال العديد من التقنيات التي تساعد على استقبال الإرسال التليفزيوني عبر الهواتف، وقد شعر مصنعو الأجهزة التليفزيونية بمزيد من الخطر الشيء الذي دفعهم إلى البحث عن إحداه

العالم لإجراء الدراسات التي تكشف تحول المستخدمين من مشاهدة التلفزيون إلى مشاهدة الإنترنت وغيره من الوسائل التكنولوجية المختلفة ، وتشير بعض الدراسات التي أجريت على المشاهدين إلى أن إمكانياته قادرة على تحويله إلى موجة تكتسح كل ما هو قائم من نظم بث تقليدي

لأن يفسح المجال للبديل القادم وهو النظام التلفزيوني فائق الجودة (High Definition) (HDTV)، وقد بدأت بعض القنوات الفضائية في العالم العربي البث بهذا النظام العالي الجودة كمجموعة قنوات دبي ومجموعة قنوات الجزيرة وغيرها وهذا يعني أنها في المستقبل القريب ستنتقل من البث بالنظام الرقمي الحالي إلى البث بالنظام الجديد الفائق الجودة ، وبالتالي سيكون البث الرقمي في طريقه لأن يكون جزءاً من الماضي كما حدث مع النظام التماثلي(٩).

الفصل الثالث

العرب والبث الفضائي

شبكات القنوات الفضائية العربية:

أسهم القمر الإصطناعي العربي عربسات في إحداث نقلة نوعية هائلة في تطوير البث الفضائي العربي أدت إلى ظهور ما يعرف بالقنوات الفضائية التلفزيونية العربية ومن أبرزها:

مركز تلفزيون الشرق الأوسط : (Middle East Broadcasting Center) MBC

هو أحد ظواهر تكنولوجيا الأقمار الاصطناعية وأحد التلفزيونات الإقليمية الرائدة التي تغطي مساحة جغرافية شاسعة تغطي ٢٢ دولة عربية تضم ٣٢٠ مليون نسمة تقريبا يضاف إليهم ما يقارب السبعة ملايين يعيشون في أوروبا والأمريكتين وبذلك يفوق بعض التجارب الأوروبية في مجال البث المباشر عبر الأقمار الاصطناعية مثل إبتلسات وأسترا وألمبيا وانطلق بث ال

MBC من قاعدته في لندن في سبتمبر من العام ١٩٩١م(١٠) واستمر البث من هناك

المشاهدة ، متاح فيه إمكانية التحكم في البرامج المطلوب مشاهدتها وتسجيلها ومعالجتها وحفظها واسترجاعها ، لأن البث الرقمي يمكن من الحصول على معلومات تفصيلية عن المشاهد وبالتالي يتيح إمكانية تغذيته بما يناسب حاجاته ورغباته من مواد تلفزيونية مختلفة من بينها الإعلان الذي يمثل أهمية كبيرة لكل القنوات التلفزيونية الفضائية فهو يجلب أرباحاً تدعم المجالات التقنية والإنتاجية وتسهم في تطويرها، وبحسب تقرير صادر عن مؤسسة بوز أند كومباني Boos and Company المتخصصة في الدراسات والأبحاث العلمية إنه يمكن لخدمة البث التلفزيوني عبر الشبكات في المستقبل أن تكون واحدة من الخدمات الأساسية لشركات الاتصالات في جميع أنحاء العالم، ويضيف التقرير أن منطقة الشرق الأوسط لا زالت تسودها خدمات التلفزيون التقليدية التي تقدمها محطات الخدمات التلفزيونية المجانية التي لا تحظى إلا بالقدر اليسير من التفاعل والتأثير على المتلقي(٨).

البث التلفزيوني فائق الجودة: H D TV (High Definition):

مر البث التلفزيوني منذ ظهوره عبر مراحل مختلفة من حيث أساليب نقل الإشارة التلفزيونية، وهي البث الأرضي Ground Transmission والبث عن طريق الكابل Cable TV والبث الفضائي Space Transmission ، أما من حيث الأنظمة فقد بدأ البث التلفزيوني بالنظام التناظري أو التماثلي Analogue System الذي حل محله النظام الرقمي Digital System وهو الآخر في طريقه

شبكة الجزيرة الرياضية بموجب اتفاق تم بينهما الشيء الذي أربك المشتركين في هذه الخدمة ووضع إستفهماً كبيراً حول الضوابط القانونية والمهنية التي تنظم العلاقة ما بين شبكات القنوات الفضائية والمشاركين في بعض خدماتها المتخصصة.

المدار: Orbit قناة المدار مقرها بالعاصمة السعودية الرياض، والجهة الممولة هي مجموعة المارد بالمملكة العربية السعودية لصاحبها الأمير خالد بن عبد الرحمن آل سعود والأمير الوليد بن طلال، وقنواتها هي الصفوة وسينما ١ وسينما ٢ وفن واليوم والمسلسلات إضافة إلى ٦ قنوات تعمل في مجالي الموسيقى والأفلام.

المجد: انطلق بث قناة المجد في العام ٢٠٠٢م من مدينة دبي للإعلام ويتم تمويلها من شركة المجد للبث الفضائي للشيخ فهد بن عبد الرحمن الشميري وقنواتها تتكون من المجد العامة والمجد للقرآن الكريم والعلمية والوثائقية والأطفال.

روتانا: Rotana قناة روتانا بدأت بثها عام ٢٠٠٣م وهو مستمر من بيروت والقاهرة ويمتلكها الأمير الوليد بن طلال وتشتمل على ٦ قنوات كلها للموسيقى والأفلام (١٤).

الجزيرة: Aljazeera تعتبر قناة الجزيرة علامة بارزة في خارطة الإعلام المرئي العربي منذ أن بدأ وحتى الآن، أسست في نوفمبر ١٩٩٦م ومقرها العاصمة القطرية الدوحة، وبدأ بثها لمدة ٦ ساعات في اليوم ثم زاد إلى ١٢ ساعة في منتصف ١٩٩٧م إلى أن استمر بثها طيلة ال ٢٤ ساعة في فبراير ١٩٩٩م (١٥) وأنشئت بدعم

حتى عام ٢٠٠٢م ثم انتقل بعد ذلك إلى دبي، والجهة الممولة للـ MBC هي مجموعة آرا الدولية لوليد بن إبراهيم وقنواتها هي العربية الإخبارية وخمسة قنوات أخرى للأخبار والأطفال والأفلام والأغاني والمنوعات ويعمل في إعداد وتقديم البرامج إعلاميون عرب (١١).

راديو وتلفزيون العرب: (Arab Radio and Television) ART هو نظام فضائي عربي يستهدف كل العرب في كل قارات العالم وهو النظام الفضائي العربي الثاني بعد نظام الـ M.B.C بدأ بثه في أكتوبر من العام ١٩٩٣م من جذر الكايمان Cayman Island بايطاليا بتكلفة قدرها ٣٠٠ مليون دولار وإضافة للقناة العامة

Open Channel اتجهت شبكة ART لبث القنوات المتخصصة أو الموضوعية Thematic Channels التي شملت القنوات الرياضية وقنوات الأفلام والأطفال والموسيقى حتى سبتمبر ١٩٩٦م بعد ذلك طبقت نظام التشفير Coding وبذلك تحولت من النظام المفتوح Open إلى النظام المدفوع Pay T V بقيمة اشتراك تبلغ ١٣ دولار في الشهر (١٢) وقد أنشأت قطاعاً متطوراً للإنتاج التلفزيوني في بلدة أفيرانو قرب العاصمة الإيطالية روما يعمل بالتكنولوجيا الرقمية Digital

Technology في إنتاج وإرسال البرامج يضم في ذلك الوقت ثمان غرف للبث وثلاثة أستديوهات إنتاج وسبعة أستديوهات للمتابعة والتقديم إضافة إلى وحدات الإنتاج (١٣) ، ويشير الباحث هنا إلى توجه شبكة الـ ART مؤخراً إلى التخلص من إحدى أهم خدماتها المتخصصة وهي القنوات الرياضية التي تنازلت عنها لصالح

الاتصال الفضائي بسبب نقص المعلومات الصحيحة حول الشأن العربي أو بسبب الاستماع للإعلام الأجنبي المتاح والذي يتناول الشأن العربي بطريقة تخدم وجهة نظره هو وتؤدي إلى تعميق الخلاف بين الأشقاء، مما أدى إلى ظهور بعض الحساسيات التي تعمقت عبر السنين ما بين بعض فئات الشعب العربي وبعض الأنظمة السياسية العربية، فالانسحاب السهل والمتواصل للمضامين الإعلامية ما بين العرب سيجعلهم في توحّد واندماج حقيقي يفوق ما هو قائم الآن بين كثير من الدول الأوروبية لأن ما يجمع بين العرب أكثر مما يجمع بين الأوروبيين، وما يفرق بينهم لم يعد أكثر من أمور هامشية صنعها أعداء العروبة وربما أسهم في تأجيحها الضعف المهني في المعالجة الخبرية للشأن العربي من قبل بعض الفضائيات العربية.

ويرى أن العرب قد أحرزوا نجاحات كبيرة باستخدامهم للبث عبر الأقمار الاصطناعية وأسوا إضافة للفضائيات الحكومية الرسمية قنوات خاصة حققت نجاحاً ليس على المستوى الإقليمي فحسب بل على المستوى العالمي، منها ما يقدم خدمات إعلامية متميزة في مختلف المجالات ومنها ما عليه بعض المآخذ المتمثلة في الانفتاح المفرط والخروج عن كثير من الضوابط القيمية والأخلاقية للمجتمع المسلم المحافظ في غياب كوابح قانونية وقيود مهنية تحد من هذا المد التحرري والحرية المطلقة لهذه الفضائيات، ليبقى الحاكم في هذه المعادلة ترفيقية ذوق المشاهد العربي بالإنتاج الراقي للقنوات المنضبطة وتوظيف فنون الإخراج وأساليب التقديم لجذب المشاهد ثم المحافظة عليه لإحداث

حكومي ثم تحولت إلى قناة استثمارية خاصة، قنواتها هي الجزيرة الإخبارية والأطفال والجزيرة مباشر والوثائقية والجزيرة الدولية وبقاعة قنوات الجزيرة الرياضية (١٦) وعكست القناة قدرة الإعلاميين العرب على الإبداع وتمكنهم من أداء إعلامي عالمي في ظل توافر الإمكانيات وغياب الرقابة السياسية (١٧) دورهم أن يصنعوا إعلاماً عربياً يكرس العقلانية وينشر الثقافة الوطنية والديمقراطية ويخاطب العمق الإنساني ويدرب الذهنية العربية على التحليل العلمي والحوار الرصين، وأن يعي التحديات التي تجابه الوطن العربي (١٨)، ويقول فيصل القاسم المذيع المعروف بقناة الجزيرة الفضائية إن قناة الجزيرة تتمتع بهامش كبير من الحرية في نقل الأحداث فاقت ما هو متاح في الدول الديمقراطية الغربية التي تدعي حرية الرأي كالولايات المتحدة الأمريكية التي طردت إحدى قنواتها مراسلاً تلفزيونياً مشهوراً لأنه خرج عن الخط المرسوم في تغطيته لحرب الخليج الثالثة (احتلال العراق)، (١٩).

ويرى الباحث أن العرب قد دخلوا بالفعل عصر الثورة الفضائية ولم يعد الأمر يحتاج إلا إلى تطوير شبكات الاتصال على الأرض العربية، لأن ذلك يجعل الإنسان العربي في أية دولة عربية جزءاً لا يتجزأ من أخيه العربي في الدول العربية الأخرى بفضل سهولة التواصل والتبادل البرمجي والعلمي والثقافي مما يسهم في تقوية الأواصر وتوحيد المشاعر، وبذلك يمكن أن يحدث نوع من إعادة الصياغة والتأهيل للوجدان العربي الذي تأثر بسبب الخلافات السياسية التي حدثت في عهود ما قبل

مراحل التخطيط الإذاعي وترتيب الخارطة البرمجية للإذاعة أو التلفزيون (٢٠) ، وتضاف إلى جهود منظمة عرب سات في تنظيم بث القنوات العربية الحكومية والتعاون الإعلامي في ما بينها جهود أخرى يقودها وزراء الإعلام العرب من حين إلى آخر مثال ذلك اجتماعهم في فبراير ٢٠٠٨م في العاصمة المصرية القاهرة وفيه صادقوا على وثيقة تتضمن ضوابط للقنوات الفضائية في العالم العربي تشمل على ١٢ بنداً تهدف إلى وضع مبادئ لتنظيم البث الفضائي العربي ومنع ما تسميه بالتحريض وتطالب بالالتزام باحترام كرامة الدول وسيادتها وتجنب تناول قادتها أو الرموز الوطنية فيها بالتجريح (٢١) ومن الكيانات الرسمية المسنولة والمهتمة بتنظيم دور الإعلام العربي (إتحاد إذاعات الدول العربية) والذي يخطط ويشرع السياسات الكلية لإدارة مهامه من خلال عقد اجتماعات جمعياته العمومية من داخل وخارج مقره الدائم بتونس، وفي العام ٢٠١٠م عقد الإتحاد اجتماعات الجمعية العمومية في دورتها الثلاثين بالعاصمة السودانية الخرطوم في الفترة من ١٤-١٦ ديسمبر وهي اجتماعات سنوية تشارك فيها كافة هيئات الإذاعة والتلفزيون والمحطات الإذاعية والقنوات الفضائية الأعضاء والخاصة الإقليمية والعالمية وسبق للسودان أن استضاف اجتماعات الجمعية العمومية الأولى للإتحاد بالخرطوم في العام ١٩٦٩م (٢٢).

أثر تراكمي ايجابي من خلال المضامين الإعلامية التي يتعرض لها من هذه الفضائيات الملتزمة.

الفصل الرابع

واقع الإعلام العربي

مراحل تطور الإعلام العربي :

مر الإعلام العربي في مسيرة تطوره بمراحل مختلفة من حيث أداء الرسالة الإعلامية ومن حيث مخاطبة الجمهور أهمها :

مرحلة الصفوة: Elite في هذه المرحلة دور وسائل الإعلام يتمثل في مخاطبة الأفراد الأكثر تعليماً وثقافةً وثراءً مالياً بحيث تصمم الرسالة الإعلامية بما يتوافق مع هذه الصفوة من حيث لغة الرسالة ومضمونها وربما توقيت البث.

مرحلة الحشد: Mass وفيها تخاطب وسائل الإعلام كافة شرائح وقطاعات المجتمع دون تمييز أو انتقاء والتي دائماً تتباين في خصائص عديدة تتعلق بالنوع والعمر والمستويات التعليمي والثقافي والاجتماعي والتواجد وغير ذلك.

مرحلة التخصص: Specialization وسائل الإعلام في هذه المرحلة تخاطب قطاعات اجتماعية بعينها ومحددة لإرضاء رغباتها وتلبية احتياجاتها انطلاقاً من الخصائص التي تتسم بها تلك القطاعات كقطاعي المرأة والطفل على سبيل المثال.

مرحلة التفاعل: Interactivity هي المرحلة التي يستطيع فيها الجمهور اختيار المضامين الإعلامية والتحكم بنوعية المادة المقدمة عبر القناة والتواصل المباشر مع البرامج والمشاركة بالرأي في الموضوع المطروح أو قضية النقاش ويستطيع أن يسهم برأيه وملاحظاته حتى في بعض

انتقلت من لندن إلى دبي وشبكة ART التي انتقلت من روما إلى عمان .
 ٨- قام بربط الجاليات العربية في الخارج وكذلك عرب إسرائيل بدول العالم العربي.
 ٩- نشر اللهجات العربية المختلفة بين العرب وتعزيز اللغة العربية الفصحى (٢٣).

سلبيات البث الفضائي العربي:

١- عدم التنسيق بين القنوات العربية المختلفة وإطلاق قنوات جديدة دون دراسة دقيقة لاحتياجات الجمهور العربي أدى إلى تكرار الكثير من المضامين الإعلامية.
 ٢- تعدد القنوات وزيادة ساعات البث اليومي والنقص في الإنتاج العربي أدى إلى الاعتماد على الإنتاج المصري والإنتاج الأجنبي مما أدى إلى التكرار والاستهلاك.
 ٣- غالبية القنوات تهتم بتوسيع انتشارها الجغرافي على حساب المحتوى وتجويده.
 ٤- القنوات الفضائية الحكومية تركز على القضايا المحلية والدعاية للأنظمة الحاكمة.
 ٥- انحياز القنوات الفضائية الحكومية إلى السلطة الحاكمة وبث أهدافها ومواقفها وتغيب مواقف المعارضة يؤدي بالمواطنين العرب إلى اللجوء إلى قنوات خارجية أخرى لمعرفة الأخبار الصحيحة المتعلقة بدولهم والغائبة عن الشاشات المحلية.
 ٦- قلة القنوات العربية الموجهة للجماهير الأجنبية الناطقة بغير اللغة العربية باستثناء بعض القنوات كالجزيرة الدولية Jazeera International في الوقت الذي يوجد فيه عدد كبير من القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية والموجهة لمواطني الدول العربية.

مميزات البث الفضائي العربي:

١- تعدد الفضائيات العربية أدى إلى تنوع المضامين الإعلامية أمام المشاهد العربي.
 ٢- القنوات الفضائية الإخبارية أدت إلى كسر هيمنة القنوات الغربية في مجال الأخبار وأصبحت أحد المصادر الأساسية للأخبار على المستويين الإقليمي والعالمي.
 ٣- التزايد في أعداد القنوات المتخصصة أدى إلى توسيع مجال الاختيار أمام المشاهد العربي وبادرت بعض الفضائيات العربية بدخول مجالات أخرى جديدة كالسياحة العربية والطهي والشعر والصقور وغيرها من المجالات الخاصة بواقع المجتمع العربي.
 ٤- تطور تكنولوجيا الأقمار الاصطناعية أدى إلى انخفاض أسعار وسائل الاستقبال وسهولة اقتنائها مما أدى إلى زيادة حجم الجمهور العربي المتلقي للبرامج.
 ٥- ما تتمتع به الفضائيات الخاصة من مساحة أوسع للحريات مكنها من طرح ومناقشة العديد من الموضوعات التي يتجنب تناولها الإعلام الحكومي العربي.
 ٦- تعدد الآراء المطروحة عبر الفضائيات العربية المختلفة حد من قدرة الحكومات العربية على احتكار الحقائق والمعلومات وحجبها عن المواطن العربي.
 ٧- انتشار وتطور البث الفضائي العربي أدى إلى تطوير مدن الإنتاج الإعلامي العربية الرئيسية في كل من القاهرة ودبي وعمان وحفز على قيام مدن إعلامية جديدة في دول أخرى وعمل على جذب مئات القنوات الفضائية العربية للبث من المدن الإعلامية العربية الثلاث بعد أن كانت تبث من خارج الوطن العربي كشبكة BBC التي

العرب مع البث الفضائي بلغت ٢٠ عاماً منذ انطلاق أولى القنوات الفضائية في المنطقة العربية عام ١٩٩١م (MBC) ، تؤكد ذلك دراسة لمجموعة المرشدين العرب (Advisors Group Arab) أوضحت أن عدد القنوات الفضائية العربية المجانية على عربسات ونابلسات قد وصل إلى ٢٦٣ قناة منذ نهاية أكتوبر ٢٠٠٦م وأن أكثر من ٧٣% من هذه القنوات يملكها القطاع الخاص وأن عدد القنوات الفضائية العربية بلغ ٦٩٦ قناة متنوعة بنهاية العام ٢٠٠٩م (٢٦) ، وتفيد دراسة أخرى أعدها طارق السويدان المدير العام لقناة الرسالة الدينية التابعة للوليد بن طلال أن عدد القنوات العربية سيصل إلى ٧٠٠٠ قناة في العام ٢٠١٢م في الوقت الذي يغيب فيه عن بال المهتمين بالمشهد الفضائي العربي مجرد مناقشة مضمون ما تبثه هذه القنوات، ويقول الدكتور ودبع العزي في كتابه (القنوات الفضائية في عصر العولمة- الثقافة الوافدة وسلطة الصورة)، إن الناظر إلى خريطة الفضاء الدولية يلمس تواجداً كبيراً وحضوراً مكثفاً للفضائيات العربية بالمقياس الكمي ولكن هل القائمين على هذه الفضائيات قاموا بتوظيفها لخدمة أهداف التنمية في المجتمع العربي ومساعدته على مواكبة حاضره وتوجيه طاقاته نحو تحقيق مستقبل أفضل يمكنه من مسايرة الركب الحضاري في القرن الحادي والعشرين وهو مسلح بالفكر والعلم والمعرفة؟ (٢٧) وظل كثير من الرأسماليين العرب يتعامل مع الإعلام العربي كمجال فقط من مجالات الاستثمار ، وأبرز المستثمرين العرب في مجال البث الفضائي ويقع على عاتقهم جزء من المسؤولية الاجتماعية لهذا

٧- تقليد بعض القنوات العربية للفضائيات الأجنبية في بعض البرامج مثل برامج الواقع والكلبيات Video Clip الفاضحة يؤثر على أخلاقيات الشباب العربي المسلم ويغرس فيه بعض القيم التي تضعف من انتماءه للحضارة العربية والإسلامية.

٨- القنوات الخاصة تتأثر بغياب الحرية الكافية للنشر والتعبير مثلها مثل القنوات الحكومية لأنها تخضع هي الأخرى لضغوطات سياسية واقتصادية من قبل الحكومة (٢٤).

٩- السعي وراء الربح المادي من قبل القنوات الفضائية العربية أدى إلى عرض مضامين هابطة من الناحية الفنية ومن حيث المحتوى المبني على الإثارة والتعامل الواسع مع الرسائل النصية SMS والاتصالات الهاتفية لاستجداء وجذب الجمهور.

١٠- استغلال مناخ المرونة والانفتاح النسبي للإعلام في الدول العربية من قبل قوى سياسية وطائفية ودينية أدى إلى إطلاقها لقنوات لا هوية لها ولا أهداف واضحة في ظل عدم المراقبة الرسمية (٢٥). وبالنظر إلى مميزات وسلبيات البث الفضائي العربي يستخلص الباحث أن المردود التنموي في مجالاته البشرية والمادية والسياسية والروحية والثقافية والقيمية وغيرها لا يتناسب مع ما ينفق في هذه الفضائيات من جهد ومال رغم أن الدول العربية التي ينطلق منها هذا البث لا زالت تصنف ضمن دول العالم الثالث التي تقع على مسافة بعيدة من التقدم والإزدهار ولا زالت شعوبها في حاجة إلى التسلح بالعلم والمعرفة والحفز على تفجير الطاقات لتحقيق التنمية ، علماً أن خبرة

الفني بنسبة ٢٥% ، وهي كانت الداعم الرئيسي لقناة الموسيقى بشبكة راديو وتلفزيون العرب.

الأمير خالد بن عبد الله بن عبد الرحمن بن عبد العزيز: هو مالك قناة أوربت المتخصصة في الخدمات التلفزيونية المشفرة Coded ، وتملك حقوق عدد من الشركات التلفزيونية الغربية، وكانت أوربت قد دخلت في شراكة مع هيئة الإذاعة البريطانية، وأطلقتنا محطة بي بي سي العربية (BBC ARABIC)، إلا أن العلاقة لم تدم طويلاً بسبب الخلافات حول إدارة الشأن التحريري للمحطة ، وانتهت العلاقة في عام ١٩٩٥م بعد عام ونصف العام تقريباً، ولمجموعة أوربت مشروع جديد يقوم على تقديم الخدمات التلفزيونية عبر الإنترنت برأس مال استثماري يصل إلى ٣٠٠ مليون دولار.

د. أحمد بهجت: أنشأ قناة دريم الفضائية في عام ٢٠٠١م برأس مال قدره ٤٠ مليون جنيه مصري وهي أول قناة فضائية مصرية خاصة وكان يدفع بهجت سنوياً ما يقارب ٣٨ مليون جنيه مصري كقيمة إعلانات تجارية للتلفزيون المصري والفضائيات الأخرى لذا قرر إنشاء هذه القناة لتؤدي الوظيفتين الإعلامية والإعلانية .

د. حسن راتب: هو صاحب الحصة الأكبر في قناة المحور التي بدأت بثها الفضائي في عام ٢٠٠٢م ولا تحظى بمشاهدة عربية كبيرة وليست لها استراتيجية أو هوية محددة تمكنها من الوصول إلى مكانة متقدمة بين الفضائيات العربية الأخرى.

ظفر صديقي: هو بريطاني من أصل باكستاني وليس عربي ولا إعلامي إلا أنه

البث تجاه المجتمع العربي كما أوردت مجلة فوربس Forbes النسخة العربية هم: **الشيخ وليد الإبراهيم آل إبراهيم:** يعتبر أحد رواد الإعلام العربي الفضائي ومن أقدم العاملين في المجال التلفزيوني، أسس شركة (آراء) للإنتاج التلفزيوني في مطلع الثمانينيات من القرن العشرين، وهو أول من بدأ الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي ذلك بإطلاق محطة مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC من لندن بمشاركة الشيخ صالح كامل ، وكانت للإبراهيم أغلبية الأسهم ثم امتلكها كاملة فيما بعد.

الشيخ صالح كامل: يعد الشيخ صالح كامل رئيس مجموعة دلة البركة، من أوائل المستثمرين السعوديين في الإعلام، وأول من أنشأ مؤسسة للإنتاج الإعلامي، هي الشركة العربية للإنتاج الإعلامي، ومن أوائل مؤسسي دار عكاظ السعودية للنشر، ومساهم في صحيفة الوطن السعودية، وكان شريكاً في فكرة مشروع محطة مركز الشرق الأوسط MBC ، بالمشاركة مع رجل الأعمال السعودي **الشيخ وليد الإبراهيم** عندما بدأ المشروع من لندن ثم باع حصته في MBC وأسس محطة راديو وتلفزيون العرب ART برأس مال قدره ١.٥ مليار دولار (٢٨)، وهنا يشير الباحث إلى الخطوة التي اتخذتها ART مؤخراً ببيع قنواتها الرياضية إلى شبكة قنوات الجزيرة الرياضية.

الأمير الوليد بن طلال: تقدر ثروته بأكثر من ٢٠ مليار دولار، وكان مسيطراً على سوق الكاسيت ثم قام فيما بعد بشراء شركة (ART) (Arab Radio And TV) راديو وتلفزيون العرب ويسهم الشيخ صالح كامل معه في شركة روتانا للإنتاج

في هذا الفصل الخاص بالدراسة التطبيقية والتحليلية صمم الباحث صحيفة استقصاء (Questionnaire) للحصول على بيانات من المبحوثين وهم عينة من طلاب جامعة غرب كردفان يمثلون خمسة كليات هي الطب والعلوم الصحية ، التربية بقسميها العام والأساس ، العلوم الإسلامية واللغة العربية ، العلوم الإدارية والإقتصادية والاجتماعية الجالسين لامتحانات البدائل والملاحق في (أغسطس ٢٠١٣م). وبعد حصوله على المعلومات قام بتفريغها في جداول وحولها إلى نسب وتكرارات وقام بتحليله للحصول على النتائج وتم ذلك على النحو التالي:

اقتحم مجال القنوات الفضائية العربية مستندا على خبرته الثرة في مجال الحسابات والتدقيق وفترة عمله الطويلة في منطقة الشرق الأوسط حيث أسس شركة ميدل إيست نيوز Middle East News في مدينة دبي للإعلام، ليتحصل بعدها على ترخيص من شركة (Consumer News and Business Channel) العالمية لتأسيس CNBC العربية وهي المحطة الاقتصادية العربية الوحيدة، بعد خروج محطة دبي الاقتصادية من الساحة بعد فشلها في منافسة المحطات العالمية في هذا المجال(٢٩).

الفصل الخامس

الدراسة التطبيقية والتحليلية

جدول رقم (١) يبين العينة المبحوثة حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	٢٦	٦٥%
أنثى	١٤	٣٥%
المجموع	٤٠	١٠٠%

من الجدول رقم (١) يتضح أن غالبية أفراد العينة من فئة الذكور وذلك بنسبة وصلت إلى ٦٥% أما فئة الإناث نسبتها تفوق نصف نسبة الذكور بقليل أي ٣٥%.

جدول رقم (٢) يبين الفئة العمرية للمبحوثين

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
١٧ - ٢٠	١٦	٤٠%
٢١ - ٢٤	٢٢	٥٥%
٢٥ - ٢٨	٢	٥%
٢٩ فأكثر	٠	٠
المجموع	٤٠	١٠٠%

من الجدول أعلاه يتبين أن غالبية المبحوثين تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية ٢١ - ٢٤ وذلك بنسبة ٥٥% يليهم من تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية ١٧ - ٢٠ بنسبة ٤٠% ، أما من تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية ٢٥ - ٢٨ جاءت نسبتهم فقط ٥% بينما لا يوجد

بينهم من يزيد عمره عن ٢٩ عاما وهذا يعود لطبيعة العينة البحوث المتجانسة الأعمار كطلاب وطالبات لا يزالون بالمرحلة الجامعية.

جدول رقم (٣) يبين للمبحوثين حسب المهنة

المهنة	التكرار	النسبة المئوية
طالب متفرغ	٣٤	%٨٥
طالب وموظف	٤	%١٠
طالب وعمل حر	٢	%٥
أخرى	٠	%٠
المجموع	٤٠	%١٠٠

من الجدول أعلاه يتضح أن الغالبية العظمى من المبحوثين هم طلاب وطالبات متفرغون للدراسة وذلك بنسبة %٨٥، يليهم بنسبة %١٠ طلاب يتقلدون بعض الوظائف وبينهم من يمارسون أعمالا حرة بنسبة قليلة فقط %٥ وهذا يتفق مع ماجاء بالجدول رقم (٢) . من الجدول أعلاه يتضح أن الغالبية العظمى من المبحوثين هم طلاب وطالبات متفرغون للدراسة وذلك بنسبة %٨٥، يليهم بنسبة %١٠ طلاب يتقلدون بعض الوظائف وبينهم من يمارسون أعمالا حرة بنسبة قليلة فقط %٥ وهذا يتفق مع ماجاء بالجدول رقم (٢) .

جدول رقم (٤) يوضح مدى مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية بصورة عامة

مدى المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
بإستمرار	١٤	%٣٥
أحيانا	٢٠	%٥٠
بالصدفة	٢	%٥
لا أشاهد	٤	%١٠
المجموع	٤٠	%١٠٠

الجدول أعلاه يبين أن نصف المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية (أحيانا) وذلك بنسبة %٥٠ وهذه النسبة كبيرة ربما كان السبب فيها أن المبحوثين هم من فئة الطلاب والطالبات والتحصيل الأكاديمي والمذاكرة يشغلان جل الوقت بالنسبة لهم ، يليهم من يشاهدون باستمرار بنسبة بلغت %٣٥ وهناك من يشاهدون بالصدفة توقفت نسبتهم عند %٥ أما من لا يشاهدون نسبتهم %١٠.

جدول رقم (٥) يوضح سبب عدم المشاهدة المستمرة لبعض المبحوثين للقنوات الفضائية

سبب عدم المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
لا أمتلك تليفزيون	٥	٢٦.٣%
عدم وجود الوقت المناسب للمشاهدة	١٢	٦٣.٢%
أخرى	٢	١٠.٥%
المجموع	١٩	١٠٠%

الجدول رقم (٥) يوضح أن غالبية المبحوثين وبنسبة ٦٣.٢% يعود سبب عدم مشاهدتهم للقنوات الفضائية إلى عدم وجود الوقت المناسب للمشاهدة وذلك يعود لإنشغالهم بالتحصيل الأكاديمي والإستذكار وهذا يتفق مع ماجاء بالجدول رقم (٤) يليهم وبنسبة بلغت ٢٦.٣% من يعود السبب لعدم إمتلاكهم لجهاز تلفزيون، أما من يعود السبب لأشياء أخرى توقفت نسبتهم عند ١٠.٥%

جدول رقم (٦) يوضح مدى متابعة المبحوثين لقنوات الترفيه

مدى المتابعة	التكرار	النسبة المئوية
باستمرار	٧	١٧.٥%
أحيانا	١٤	٣٥%
بالصدفة	٧	١٧.٥%
حسب الظروف	١٢	٣٠%
المجموع	٤٠	١٠٠%

الجدول رقم (٦) يوضح أن غالبية المبحوثين يتابعون قنوات الترفيه (أحيانا ، وحسب الظروف) وذلك بنسبة بلغت ٦٥% وهذا يتفق مع ماجاء بالجدولين (٥،٤) أما من يشاهدونها باستمرار وبالصدفة بلغت نسبتهم ١٧.٥% لكل .

جدول رقم (٧) يوضح قنوات الترفيه التي يتابعها المبحوثون

قنوات الترفيه الأكثر متابعة	التكرار	النسبة المئوية
قنوات الدراما والأفلام	١٥	٣٧.٥%
قنوات الأغاني	٧	١٧.٥%
القنوات الرياضية	٨	٢٠%
كل ما ذكر	٦	١٥%
أخرى	٤	١٠%
المجموع	٤٠	١٠٠%

الجدول رقم (٧) يوضح أن غالبية المبحوثين يتابعون قنوات الترفيه المتخصصة في الدراما والأفلام وذلك بنسبة ٣٧.٥% وهذه النسبة كبيرة تدل على أن غالبية الشباب

عرضة للتأثير السلبي الذي تحمله هذه المضامين الدرامية يليهم وبنسبة ٢٠% من يفضلون القنوات الرياضية وهذه رسالتها واضحة ولا خطورة لها على السلوك ، والذين يفضلون قنوات الأغاني جاءت نسبتهم مقاربة للنسبة السابقة أي ١٧.٥% وهذا النوع من قنوات الترفيه لا يخلو من المخاطر بسبب المشاهد الخليعة والمنافية لأخلاق المجتمعات المسلمة وهي تدفع للإنحلال الأخلاقي، وهناك من المبحوثين من يتابع كل قنوات الترفيه التي ذكرت بلغت نسبتهم ١٥% وهذه النسبة ليست بالقليلة خاصة وأن أفرادها يبدو أن همهم التجوال حول الترفيه بأشكاله المختلفة.

جدول رقم (٨) يوضح الدافع للمبحوثين لمتابعتهم قنوات الترفيه

النسبة المئوية	التكرار	دافع المبحوثين للمتابعة
٣٠%	١٢	التسلية والترفيه
٦٥%	٢٦	التثقيف
٥%	٢	ملء الفراغ
٠	٠	أخرى
١٠٠%	٤٠	المجموع

الجدول رقم (٨) يوضح أن غالبية المبحوثين وبنسبة ٦٥% يتابعون قنوات الترفيه المتخصصة بدافع تثقيف الذات وكأنهم يعنون التثقيف في مجال الترفيه الذي تخصص فيه القناة وهنا تكمن الخطورة لأن مضامين هذه القنوات محصورة في مجالات لا أهمية لها غير التسلية وإضاعة الوقت ، يليهم وبنسبة بلغت ٣٠% من يدفعهم لذلك البحث عن التسلية والترفيه، ثم جاء وبنسبة قليلة من كان دافعهم ملء الفراغ .

جدول رقم (٩) يوضح عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في متابعة قنوات الترفيه يوميا

النسبة المئوية	التكرار	عدد ساعات المتابعة
٤٠%	١٦	أقل من ساعة
٣٧.٥%	١٥	ساعة إلى ساعتين
١٠%	٤	أكثر من ساعتين
١٢.٥%	٥	غير متأكد
٠	٠	أخرى
١٠٠%	٤٠	المجموع

الجدول رقم (٩) يوضح أن غالبية المبحوثين وبنسبة ٤٠% يتابعون قنوات الترفيه لمدة (أقل من ساعة) يوميا وهذا سلوك يتسم بالإيجابية يليهم وبنسبة ٣٧.٥% من يتابعونها ما بين (ساعة إلى ساعتين) يوميا وهذا الزمن ليس بالملق وأفرادهم لو أضفناهم لما قبلهم نجد أن ٧٧.٥% مشاهدتهم لا تتعدى الساعتين في اليوم، أما من يتابعونها (لأكثر

من ساعتين) يوميا بلغت نسبتهم ١٠% و(غير المتأكدين) بلغت نسبتهم ١٢.٥% وهذا يعني أن نسبة ليست بالقليلة يهدر أفرادها وقتا طويلا في هذه القنوات لا يعود عليهم بما يعوض الوقت الثمين المهدر.

جدول رقم (١٠) يوضح مدى إهتمام المبحوثون بالقنوات الإخبارية

مدى الإهتمام بالقنوات الإخبارية	التكرار	النسبة المئوية
يهتم غالبا	١١	٢٧.٥%
يهتم أحيانا	١٣	٣٢.٥%
يهتم إلى حد ما	١٤	٣٥%
غير متأكد	٢	٥%
لا يهتم	٠	٠
المجموع	٤٠	١٠٠%

الجدول رقم (١٠) يوضح أن غالبية المبحوثين وبنسبة ٣٥% يهتمون (إلى حد ما) بمتابعة القنوات الإخبارية يليهم وبنسبة ٣٢.٥% يهتمون بالمتابعة في (بعض الأحيان) وهذا يتفق مع ماجاء بالجدولين (٦،٧)، ومانسبتهم ٢٧.٥% يهتمون (غالبا) وهذا مؤشر إيجابي يدل على أن أفراد هذه النسبة يهتمون بما يدور حولهم من أحداث في المجالات المختلفة بدلا عن الإنكفاء على الترفيه فقط ، أما (غير المتأكدين) نسبتهم فقط ٥% .

جدول رقم (١١) يوضح درجة رضى المبحوثين عن سلوكهم في مشاهدة القنوات الترفيهية

درجة الرضى عن سلوك المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
راض تماما	١٠	٢٥%
راض	٩	٢٢.٥%
غير متأكد	١٠	٢٥%
غير راض	١١	٢٧.٥%
أخرى	٤	١٠%
المجموع	٤٠	١٠٠%

الجدول رقم (١١) يوضح أن غالبية المبحوثين وبنسبة ٢٧.٥% (غير راضين) عن سلوكهم في الإهتمام الزائد بمتابعة القنوات الترفيهية وهذا مؤشر إيجابي يبشر عن إمكانية الإقلاع عن هذا السلوك، يليهم من هم (راضون تماما) ومن هم (غير متأكدين) بنسبة متساوية بلغت ٢٥% لكليهما وهذا ينبئ من جانب آخر عن أن ٥٠% من أفراد العينة لا يشعرون بأي ضرر يمكن أن يترتب عن الإستمرار في ممارسة هذا السلوك .

جدول رقم (١٢) يوضح مدى إحساس المبحوثين بالتوازن الثقافي نتيجة لممارستهم لهذا السلوك

النسبة المئوية	التكرار	مدى الإحساس بالتوازن الثقافي
٢٥%	١٠	يחס تماما
٣٧.٥%	١٥	يחס
٢٥%	١٠	غير متأكد
١٢.٥%	٥	لا يحس
١٠٠%	٤٠	المجموع

الجدول رقم (١٢) يوضح أن غالبية المبحوثين وبنسبة ٦٢.٥% يحسون وبدرجات مختلفة بأن ثقافتهم متوازنة رغم ممارستهم لهذا السلوك وهذا يتفق مع ما جاء بالجدول (رقم ١١) يليهم من هم غير متأكدين بنسبة بلغت ٢٥% ، أما من إترفوا بعدم الإحساس بالتوازن الثقافي توقفت نسبتهم عند ١٢.٥% وهذه نافذة لبارقة أمل ربما تعود بالإقلاع عن هذا السلوك أو التقليل منه .

جدول رقم (١٣) يوضح إذا كانت الرغبة تتناب للإقلاع عن هذا السلوك

النسبة المئوية	التكرار	إذا كانت تتنابه الرغبة في الإقلاع
١٠%	٤	نعم غالبا
٤٧.٥%	١٩	أحيانا
١٢.٥%	٥	غير متأكد
٣٠%	١٢	لا تتنابه
١٠٠%	٤٠	المجموع

للقيام بدور مكمل للثقافة العامة للشباب وتقليل الأثر السلبي لتلك القنوات عليهم :

- ١- عرض دراما هادفة تعالج قضايا الشباب وتعمل على تقويم سلوكهم
 - ٢- أن تقوم القنوات الوطنية بإنتاج برامج شيقة تعمل على جذب الشباب من تلك القنوات
 - ٣- على هذه القنوات أن تتأى بنفسها عن تقديم كل ما يمكن أن يضر بالشباب
 - ٤- إقلاع الشباب أنفسهم عن إدمان المشاهدة لبرامج القنوات الترفيهية
- نتائج الدراسة:

الجدول رقم (١٣) يوضح أن غالبية المبحوثين وبنسبة ٥٧.٥% تتنابهم الرغبة (غالبا وأحيانا) في الإقلاع عن هذا السلوك وهذا مؤشر يدل على أن أفراد هذه النسبة العالية مهينين للتغيير الإيجابي ، يليهم وبنسبة ليست بالقليلة بلغت ٣٠% لا تتنابهم أية رغبة في الإقلاع عن هذا السلوك وهؤلاء يحتاجون إلى مجهود أكبر في التوجيه والإرشاد لإضعاف هذه القناة ثم العمل على تغييرها إيجابا .

١٤/أهم المقترحات التي قدمها المبحوثون لتفعيل دور قنوات الترفيه

٢- تشجيع فكرة قنوات الترفيه الرسالية والتي تتبنى خطأ ملتزما ومنضبطا لصناعة الترفيه.

٣- على ملاك قنوات الترفيه العرب مراعاة النواحي التربوية والأخلاقية بدلا من التركيز فقط على الكسب المادي.

٤- على السلطات في الدول العربية والإسلامية إيقاف التصديق لتأسيس قنوات التسلية التي تشغل الشباب طيلة ساعات اليوم بأسئلة لا تجلب إلا الخواء الفكري والثقافي وإضاعة الوقت.

٥- الإهتمام بعمل دراسات لقياس رأي الشباب ومشاركتهم في التخطيط لإنتاج برامج تخصصهم.

المصادر والمراجع:

(١) محمد فريد محمود عزت، القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية (إنجليزي-عربي) ، القاهرة، العربي للنشر، ٢٠٠١م، ص ٥٦٣-٥٦٤.

(٢) عبد الرزاق محمد الدليمي ، مرجع سابق ، ص ٢٠.

(٣) Arabseyes.com

(٤) المرجع نفسه

(٥) Calhosm Gorge,digital

radio (U.S.A) Artech

house.Inc,1988,P-185-189

(٦) جريدة الجزيرة السعودية

www.al-jazirah.com

(٧) المرجع السابق ،شبكة عيون

العرب، Arabseyes.com

١- أثبتت الدراسة أن أفراد العينة المبحوثة لا يشاهدون القنوات الفضائية العامة وكذلك الترفيهية إلا في بعض الأحيان وذلك بسبب عدم توفر الوقت الكافي لهم للمشاهدة.

٢-أكدت أن القنوات الترفيهية الأكثر مشاهدة من قبل المبحوثين هي قنوات الدراما والأفلام

٣- أوضحت أن أكثر مايدفع المبحوثين لمشاهدة تلك القنوات هو التثقيف ثم التسلية والترفيه.

٤- بينت الدراسة أن أغلب أفراد العينة المبحوثة يقضون زمتنا لا يتجاوز الساعتين يوميا في مشاهدة تلك الفضائيات.

٥-أثبتت الدراسة أن أفراد العينة المبحوثة يهتمون بمشاهدة القنوات الإخبارية أحيان وإلى حد ما.

٦- أكدت الدراسة أن نصف المبحوثين راض عن سلوكه في مشاهدة قنوات الترفيه والنصف الآخر غير راض.

٧- أوضحت الدراسة أن المبحوثين يحسون بالتوازن الثقافي لديهم بمتابعتهم لقنوات الترفيه.

٨- بينت الدراسة أن المبحوثين تتنابهم الرغبة أحيانا في الإقلاع عن سلوكهم في مشاهدة القنوات الترفيهية.

توصيات الدراسة:

١- على القنوات الحكومية والجادة مراجعة برامجها حتى تلبي رغبات الشباب في المشاهدة.

الأردن، عمان ، دار جرير للنشر
والتوزيع، ٢٠٠٦م، ص ٢٣
(١٩) مركز دراسات الوحدة العربية،
سلسلة كتب المستقبل
العربي (٣٤)، العرب والإعلام
الفضائي، الطبعة
الأولى، بيروت، أغسطس ٢٠٠٤م،
ص ١١٨

(٢٠) مرجع سابق
cms.education.gov.il/NR/rdo
nlyres/C2483FB2-
9A2B.../Arabit1.docx

(٢١) مجلة
الالكترونية،
أجيال

http://www.ajeal.net/porta
(٢٢) صحيفة آخر لحظة السودانية،
العدد ١٤١٥، الخميس
٢٠١٠/٧/١٥م، ص ٣

cms.education.gov.il/NR/rdo
nlyres/C2483FB2-
9A2B.../Arabit1.docx(23 ((٢٤)
(٢٤) المرجع نفسه (٢٤)
(٢٥) المرجع السابق،

cms.education.gov.il/NR/rdo
nlyres/C2483FB2-
9A2B.../Arabit1.docx
/٢/(٢٦)٦

http://www.almokhts
ar.com/news.php?action=sh
ow&id=124553

(٨) المرجع نفسه

WWW.issue.com (9)

(١٠) عبد الرزاق محمد
الدليمي، عولمة التلفزيون، الطبعة
الأولى، الأردن ، عمان ، دار جرير
للنشر، ٢٠٠٥م، ص ١٣٨-١٣٩.

(١١) على محمد شمو، تكنولوجيا
الفضاء وأقمار الاتصالات ، القاهرة،
دار القومية العربية للثقافة والنشر،
بدون تاريخ، ص ١٤٣.

(١٢) على محمد شمو ، المرجع
نفسه، ص ١٣٠-١٣١.

cms.education.gov.il/NR/rdo
nlyres/C2483FB2-

9A2B.../Arabit1.docx (13)

(١٤) مرجع سابق،
cms.education.gov.il/NR/rdo
nlyres/C2483FB2-

9A2B.../Arabit1.docx

(١٥) راسم محمد الجمال، الاتصال
والإعلام في العالم العربي في عصر
العولمة، (القاهرة، الدار المصرية
اللبنانية)، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦م ،
ص ١٣٩

cms.education.gov.il/NR/rdo
nlyres/C2483FB2-

(9A2B.../Arabit1.docx (16

مرجع سابق
(١٧) راسم محمد الجمال ، مرجع
سابق، ص ١٣٩

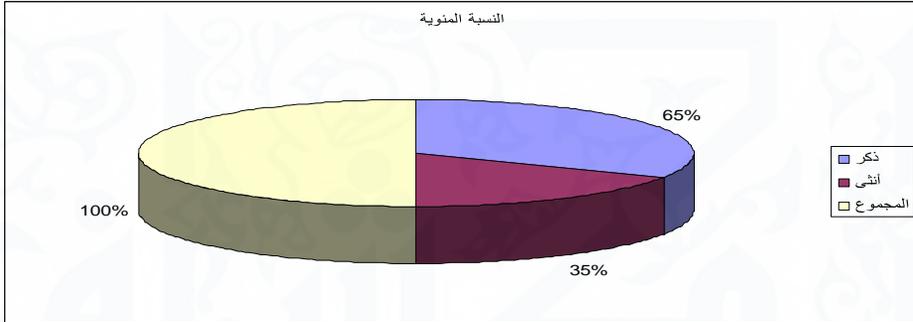
(١٨) تيسير أبوعرجة ، قضايا
ودراسات إعلامية ، الطبعة الأولى،

مصدر (٢٩) سابق ،
<http://www.aldiyarsat.net/news/129/ARTICLE/1154>

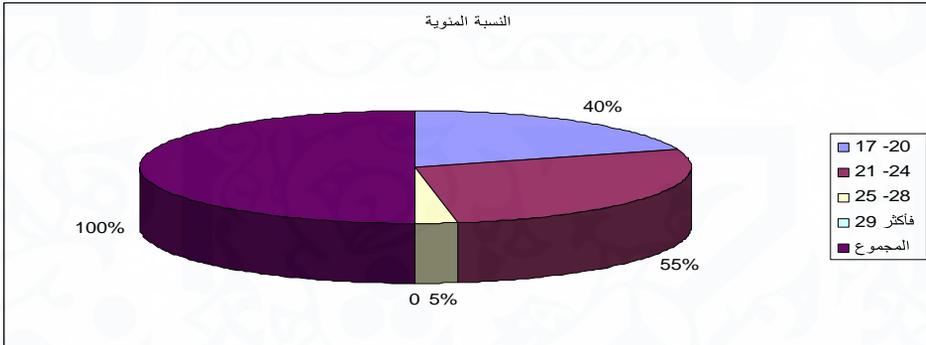
<http://www.26sep.net/news/weekarticle.php?lng=arabic&sid=41947> (27)

الملاحق:
 شكل رقم (١) يبين العينة المبحوثة
 حسب النوع

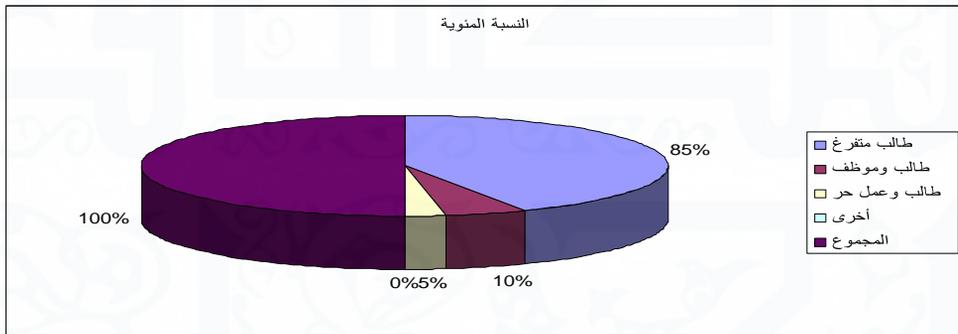
<http://www.aldiyarsat.net/news/129/ARTICLE/1154/2008-04-20.htm> (28)



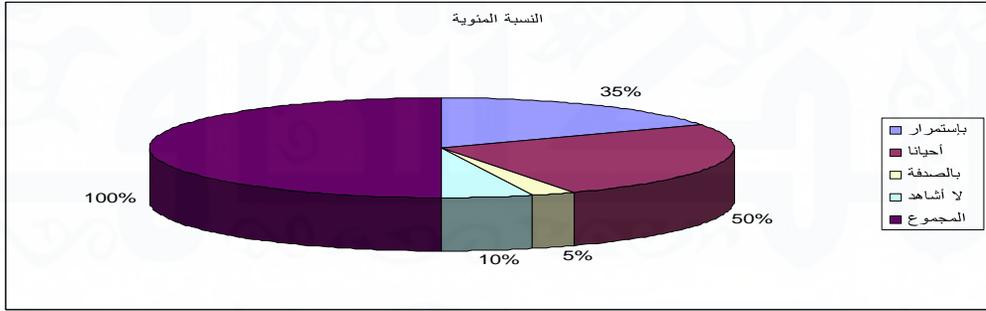
شكل رقم (٢) يبين الفئة العمرية للمبحوثين



شكل رقم (٣) يبين المبحوثين حسب المهنة



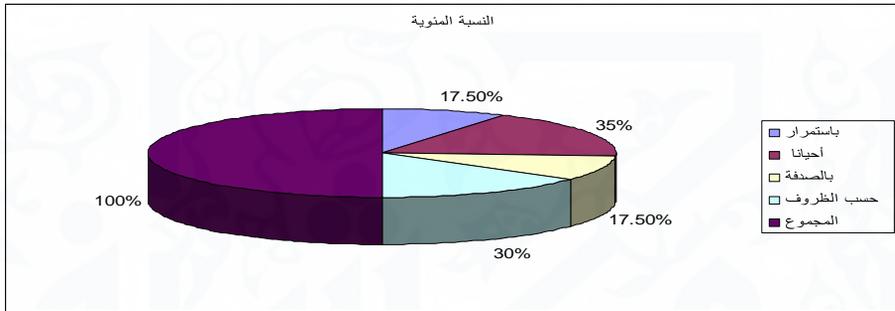
شكل رقم (٤) يوضح مدى مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية بصورة عامة



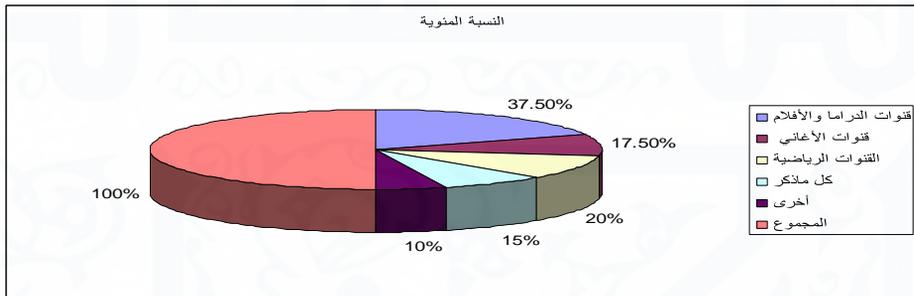
شكل رقم (٥) يوضح سبب عدم المشاهدة المستمرة لبعض الباحثين للقنوات الفضائية



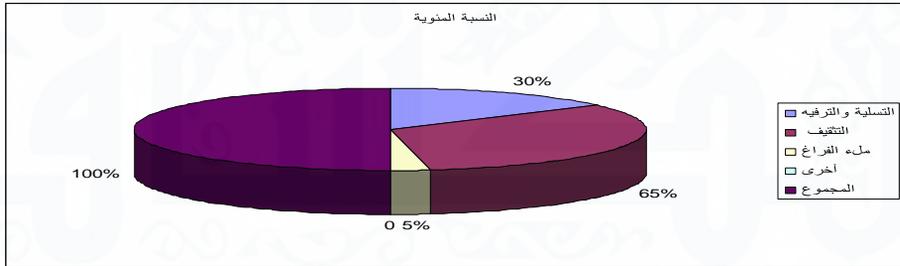
شكل رقم (٦) يوضح مدى متابعة الباحثين لقنوات الترفيه



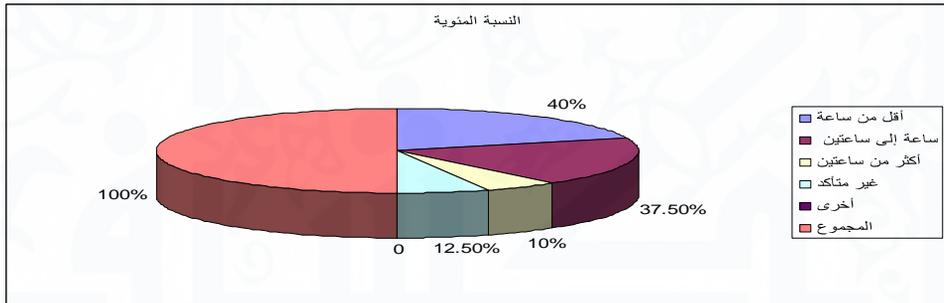
شكل رقم (٧) يوضح قنوات الترفيه التي يتابعها الباحثون



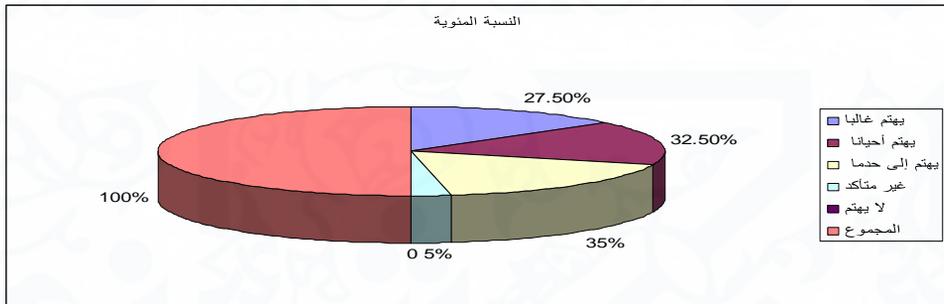
شكل رقم (٨) يوضح الدافع للباحثين لمتابعتهم قنوات الترفيه



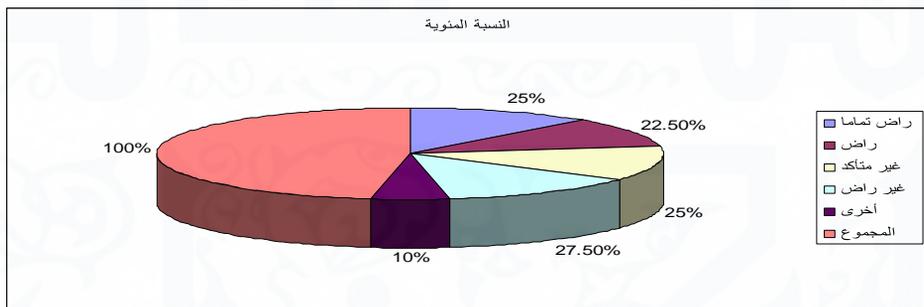
شكل رقم (٩) يوضح عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في متابعة قنوات الترفيه يوميا



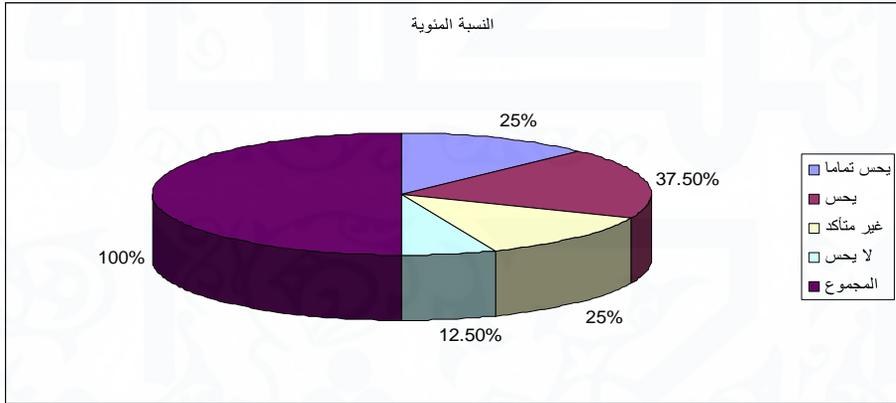
شكل رقم (١٠) يوضح مدى إهتمام المبحوثين بالقنوات الإخبارية



شكل رقم (١١) يوضح درجة رضى المبحوثين عن سلوكهم في مشاهدة القنوات الترفيهية



شكل رقم (١٢) يوضح مدى إحساس المبحوثين بالتوازن الثقافي نتيجة لممارستهم لهذا السلوك



شكل رقم (١٣) يوضح إذا كانت الرغبة تتناب المبحوثين للإقلاع عن هذا السلوك

