

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

الموسومة بـ:

تأثير القنوات الفضائية "مجمع MBC" على التنشئة الاجتماعية لدى المراهق الجزائري

دراسة ميدانية على تلاميذ ثانوية الاخوين حيدرة الجيلالي - يبل - غليزان

الأستاذ المشرف:

د. بلحضري بلوفة



إعداد الطالبين:

- كرايفة خيرة
- يوسف كريمة

لجنة المناقشة:

اسم الاستاذ ولقبه	الجامعة المنتسب اليها	صفته
أسعد زرهوني فايزة	جامعة مستغانم	رئيسا
بلحضري بلوفة	جامعة مستغانم	مشرفا ومقررا
حيرش بغداد ليلي آمال	جامعة مستغانم	مناقشا

السنة الجامعية: 2017 - 2018

# شكر و تقدير

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون"

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك و لا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك و

لا تطيب الأخوة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برويتك الله جل جلالك.

في مثل هذه اللحظات يتوقف القلم ليفكر قبل أن يخط الحروف ليجمعها في كلمات..... تتبعثر

الأحرف وعبثًا نحاول أن نجعلها في سطور.

سطور كثيرة تمر في الخيال و لا يبقى لنا في نهاية المطاف إلا القليل من الذكريات والصور

تجمعنا برفاق كانوا إلى جانبنا.

فواجب علينا شكرهم ووداعهم ونحن نخطو خطواتنا الأولى في غمار الحياة.

و نخص بجزيل الشكر و العرفان إلى كل من أشعل شمعة في دروب علمنا و إلى من وقف على

المنابر وأعطى من حصيلة فكره لينير دربنا.

إلى الأستاذ بلحضري بولوفة الذي نتوجه له بالشكر الجزيل الذي خاذ معنا رحلة هذه الدراسة،

كما نتوجه بالشكر والعرفان إلى بن كحلة ياسين الذي ساعدنا كثيرا في انجاز هذه المذكرة.

# إهداء

قال تعالى: "وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا"

## صدق الله العظيم

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من حبي لها لا يزول إلى من رضاها من رضى ربي  
والرسول إلى من سهرة الليالي في سبيل نجاحي إلى من لا تمل عيني من رؤياها ولا  
لساني من نطق باسمها إلى أعز إنسانة في الوجود أمي أطال الله في عمرها.  
إلى الذي احمل اسمه بكل فخر إلى من علمني معنى العطاء إلى من علمني أن  
الدنيا صمود أبي أطال الله في عمره.

إلى من ترعرعت وكبرت معهم إخوتي محمد، مريم، وأزواجهم.

إلى من فتح لي قلبه واخترتة شريكا لي ياسين وعائلته الكريمة.

إلى زينة حياة الدنيا: مريم، محمد، محمد، كريم، أسية فاطمة الزهراء.

إلى رفيقات العمرو أعز صديقاتي: خديجة، خيرة، صديقة، كلثوم، فاطمة، إيمان،  
أمينة، سليمة.

إلى الأخوات التي لم تلهنهم أمي: كريمة، محجوبة.

إلى كل عائلة يوسفى ومن لم تحملهم المذكرة وتحملهم الذاكرة.

## كريمة

# إهداء

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام.

إلى من كلفه الله بالهبة والوقار إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار أرجو ان يطيل الله في عمره أبي العزيز.

إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني إلى بسمه الروح وسر الوجود إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جروحي إلى أعلى الحبايب أُمي الحبيبة.

إلى من بهما أكبر وعليهما أعتد إلى شمعة موقدة تنير ظلمة حياتي إلى من بوجودهما أكتسب قوة و محبة لا حدود لها إلى من عرفت معهما معنى الحياة أختاي جميلة وصابرينة وإلى الكتاكيت الصغار مختار و أمينة فاطمة الزهراء.

من أرى التفاؤل بعينيها والسعادة في ضحكتها إلى شعلة الذكاء وبمحبتهما أزهرت أيامي وتفتحت براعم الغد أخي محمد و أحمد.

إلى الأخوات اللواتي لم تلدهم أُمي إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء إلى ينباع الصدق الصافي إلى من معهم سعدت برفقتهم في دروب الحياة الحلوة والحزينة إلى سرت إلى من كانوا معي على طريق النجاح والخير.

إلى من عرفت كيف أجدهم وعلموني ألا أضيعهم صديقاتي كريمة، صديقة، كلتوم، عائشة.

خيرة



❖ مقدمة.....أ

❖ الاطار المنهجي للدراسة

- اشكالية الدراسة و تساؤلاتها.....4
- تحديد الفرضيات.....5
- أسباب اختيار الموضوع.....6
- أهمية الدراسة.....7
- أهداف الدراسة.....7
- منهج الدراسة.....8
- عينة الدراسة.....9
- تقنيات البحث.....10
- تحديد المفاهيم إجرائيا.....11
- الخلفية النظرية.....13
- الدراسات السابقة.....18

❖ الإطار النظري:

- تمهيد.....21  
الفصل الأول: ماهية القنوات الفضائية.

- تعريف القنوات الفضائية.....21
  - تاريخ و نشأة القنوات الفضائية (مجمع MBC).....23
  - ايجابيات القنوات الفضائية.....29
  - سلبيات القنوات الفضائية.....31
- الفصل الثاني: ماهية التنشئة الاجتماعية:

- تمهيد.....34
- مفهوم التنشئة الاجتماعية.....34
- الاعلام الفضائي و قضايا الشباب.....36
- أثر الفضائيات العربية على التنشئة الاجتماعية.....39
- الخلاصة.....47

❖ الإطار التطبيقي:

- تحليل نتائج الدراسة.....49
- السمات العامة

- عادات وأنماط المشاهدة.

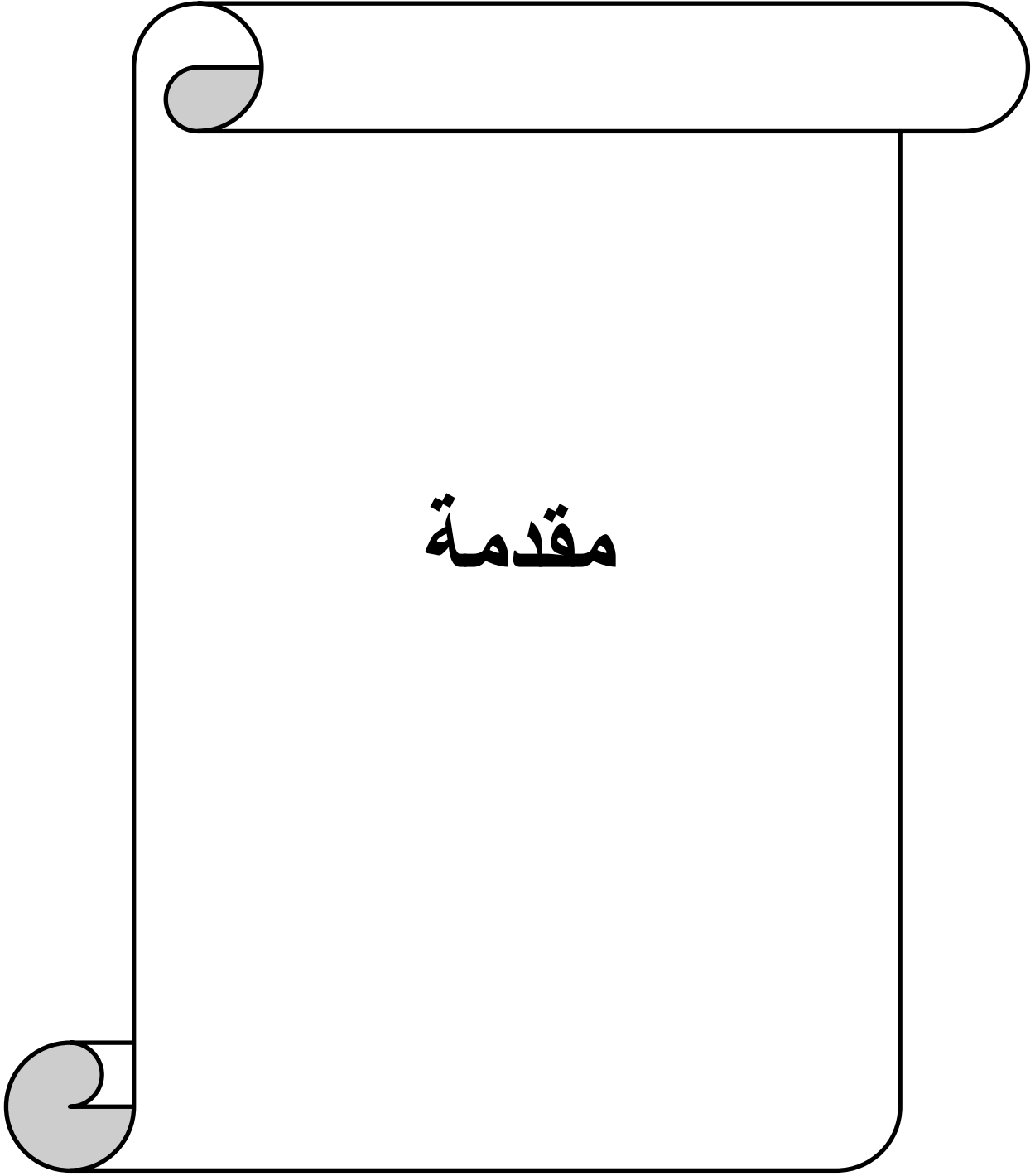
- التأثيرات والتغيرات.

❖ نتائج وخاتمة.....73

❖ قائمة المراجع.....75

❖ ملاحق.....79

فهرس المحتويات..



مقدمة



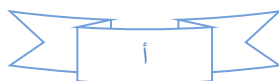
لقد تطورت وسائل الاتصال في السنوات الأخيرة تطورا هائلا بفضل التقدم العلمي و الثورة التكنولوجية التي شهدها القرن العشرين، وشمل هذا التطور القنوات الفضائية التي فرضت نفسها؛ مكتسحة البيوت، مهندسة نمطا جديدا من الأدوار الاسرية لاسيما على مستوى الدور المنوط بها في عملية التنشئة الاجتماعية.

لقد أصبحت الفضائيات التلفزيونية في خضم بيئتنا الثقافية؛ مصدرا جديدا مشاركا في عملية التنشئة الاجتماعية، فبنظرة بسيطة على هذا الوجود الطاعي لوسائل الاتصال في حياة الشباب ندرك أنها أصبحت إحدى المؤسسات القوية للتنشئة الاجتماعية في هذا العصر.

لقد تحولت القنوات الفضائية الى أداة للتأثير على كثير من الحزازات، حيث أصبحت بالغة الأثر ليس فقط على سلوك الفرد وشخصيته، وإنما على عدد من الأنساق، لاسيما الاجتماعية والأمنية من خلال تفشي ظاهرة العنف، السرقة، جنوح الأحداث... الخ. تعمل القنوات الفضائية بطريقة أو بأخرى على التأثير سلبا أو إيجابا، حيث قمنا بدراستها كظاهرة لها أثارها.

مما سبق ذكره، تركز هذه الدراسة على تأثير القنوات الفضائية العربية (مجمع MBC) على التنشئة الاجتماعية للشباب الجزائري، للخروج في آخر المطاف باستنتاجات للدراسة، وللإجابة عن هذا قسمنا الدراسة إلى ثلاث اطر

▪ **الإطار المنهجي:** تحديد الاشكالية مع ذكر التساؤل الجوهرى الذي تنطلق منه المذكرة، تحديد الفرضيات التي تعبر عن محور الدراسة، أسباب اختيار الموضوع منها (الذاتية والموضوعية)، أهمية وأهداف الدراسة، المنهج والعينة المستعملة في الدراسة، تحديد المفاهيم إجرائيا، و أخيرا ذكر الدراسات السابقة والنظرية المستخدمة.



- أما الإطار النظري: يتضمن فصلين، الأول تحت عنوان ماهية القنوات الفضائية، قسم الى أربعة مباحث وهي على النحو التالي: تعريف القنوات الفضائية، تاريخ القنوات الفضائية العربية (مجمع MBC)، إيجابيات ثم سلبيات القنوات الفضائية، أما فيما يخص الفصل الثاني عرضنا فيه ماهية التنشئة الاجتماعية، قسم هذا الأخير الى ثلاث مباحث، مفهوم التنشئة الاجتماعية، الاعلام الفضائي وقضايا الشباب، أثر الفضائيات العربية على التنشئة الاجتماعية.
- الإطار الميداني للدراسة: ويتمثل في الفصل الثالث، الذي يتعلق بالتحليل الكمي والكيفي للدراسة، ثم خاتمة.

## 1. الإشكالية:

دخلت الدول العربية مجال الاتصال الفضائي بشكل واسع منذ عقد التسعينات من القرن الماضي، ولقد تسابقت الحكومات العربية إلى إنشاء قنوات فضائية حتى تتمكن من تنويع أوعيتها الإعلامية، فسعت في هذا المجال وأصبحت تبث برامجها داخل الوطن العربي وخارجه، هذه القنوات متعددة الأهداف والغايات ذات برامج متنوعة، متخصصة وعامة، هكذا أصبح الوطن العربي مغطى بعدد كبير من الأقمار الصناعية، اما هذه الأخيرة فقد ظهرت معها معطيات ومفاهيم جديدة، أخذت تتشكل عبر شاشات التلفزيون في ملايين المنازل العربية. أصبحت تكنولوجيا الاتصال متاحة اليوم بشكل كبير، وأضحى المواطن العربي قادرا على مشاهدة محطات تلفزيونية باسم قنوات فضائية عربية حاملة جملة من القيم الاجتماعية سواء كانت قيما ذات طابع إيجابي أو حتى سلبي، و تتمثل هذه القيم في مجموعة العادات، الأعراف، السلوك، و المبادئ المرغوبة التي تمثل ثقافة مجموعة من الناس أو جماعة أو أفراد، وهذا كله يمثل عملية التنشئة الاجتماعية التي تقتصر على مرحلة الطفولة كما يعتقد البعض، بل هي عملية مستمرة ترافق الفرد طيلة مراحل حياته العمرية من بداياته الأولى ككائن عضوي الى غاية وصوله لكونه كائن اجتماعي.

إذا، الشباب من بين الفئات العمرية التي تخصها عملية التنشئة الاجتماعية، فهذه المرحلة تتميز بحساسية كبيرة لأنها في مرحلة انتقالية من فترة المراهقة وما تتضمنه من تحولات على المستوى الفيزيولوجي ونفسية واجتماعي، الى غاية الوصول الى مرحلة الاتزان العقلي و النفسي و حتى الجسمي فان الفرد يسعى إلى تكوين شخصية مستقلة عن الآخرين، تكون له

قراراته، وأهداف يعمل على تحقيقها معتمداً في ذلك على نفسه، وبحكم خصوصية هذه المرحلة التي تتميز بحب التطلع فهم هنا يقعون في حيرة بين التمسك بقيمهم وعاداتهم التي تلقوها في مجتمعهم، وبين ما ينبهرون به من قيم و ثقافات مختلفة تأتي عن طريق وسائل الإعلام من بينها الفضائيات العربية التي ساهمت بشكل كبير في موضوع التنشئة الاجتماعية.

ضمن هذا السياق تدرج دراستنا التي تحاول أن تتناول إشكالية تأثير القنوات الفضائية العربية مجمع MBC على التنشئة الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، من هنا نطرح التساؤل الجوهري الذي مفاده:

ما مدى تأثير القنوات الفضائية العربية مجمع MBC على التنشئة الاجتماعية للشباب الجزائري؟

## II. تحديد الفرضيات:

إن أي دراسة إعلامية يقوم بها الباحث للتوصل إلى حقائق معينة تفرض عليه الانطلاق من فرضيات يضعها طبقاً لإشكالية بحثه.

### تعريف الفرضية:

الفرضية بشكل عام عبارة عن تخمين ذكي وتفسير محتمل يتم بواسطته ربط الأسباب بالمسببات كتفسير مؤقت للمشكلة أو الظاهرة المدروسة، وبالتالي الفرضية عبارة عن حدس أو تكهن يضعه الباحث كحل ممكن ومحتمل لمشكلة الدراسة والفروض وتأخذ غالباً صيغة

التعليمات أو المقترحات التي تصاغ بأسلوب منسق ومنظم يظهر العلاقات التي يحاول الباحث من خلالها حل الإشكالية<sup>1</sup>.

ومن هنا يمكننا صياغة الفروض على النحو التالي:

- القنوات الفضائية العربية مجمع MBC هي الأكثر مشاهدة من قبل الشباب الجزائري.
- أثرت القنوات الفضائية العربية مجمع MBC على التنشئة الاجتماعية للشباب الجزائري بشكل سلبي من السلوك.
- أثرت القنوات الفضائية العربية مجمع MBC على التنشئة الاجتماعية للشباب الجزائري بشكل إيجابي من حيث تعزيز منظومة المعرفة.

### III. أسباب اختيار الموضوع:

لكل باحث أسباب ودوافع وراء اختيار الموضوع، منها الذاتية والموضوعية ونحن بدونا

كباحثين لدينا أسبابنا في اختيار موضوع بحثنا تتخلص فيما يلي:

#### الأسباب الذاتية:

- اهتمامنا وميولنا الشخصي للموضوع.
- تخصصنا في وسائل الإعلام والمجتمع، بحيث أن لوسائل الإعلام دور كبير وفعال في تنميط التنشئة الاجتماعية للفرد.

#### الأسباب الموضوعية:

<sup>1</sup> ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيقية، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع، البلقان، 2001، ص ص69، 70.

- معرفة الأثر الذي تحدثه القنوات الفضائية العربية على مستوى التنشئة الاجتماعية للشباب الجزائري.
- الرغبة في توعية الشباب الجزائري، و تنمية الحس النقدي لديه مقابل ما يشاهده.

#### IV. أهمية الدراسة:

أهمية البحث على عينة من تلاميذ الطور الثانوي، حيث تعد هذه الفئة العمرية هي المستهدفة بالدرجة الأولى من العولمة الاعلامية، بحكم رغبته وفضوله في الحصول على المعرفة، دون أن يكون مسلحا بالمعرفة الصحيحة بقيم مجتمعه واحتياجاته وتراثه الثقافي. القنوات الفضائية باتت تغير من عادات تقاليد وحتى سلوك وتصرفات التلاميذ وذلك من خلال ما يتعرض إليه من برامج وحصص التي يرى فيها ما يشبع حاجاته ورغباته وميولته الشخصية.

#### V. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة على الحديث عن أثر القنوات الفضائية العربية ( مجمع MBC ) على التنشئة الاجتماعية لدي الشباب الجزائري فقط، إنما اقتراح بادرة عملية وخطوات اجرائية لمواجهة هذا الأثر على الشباب، الذي هو ركيزة أي مجتمع، ويساهم في بنائه حتى يصبوا إلى السمو، فبعد انتشار البث الفضائي العربي(مجمع MBC) و ما يقدمه من مضامين متنوعة التي يجب دراستها لمعرفة نوعية التأثير الذي تحدثه، ونوعية رد فعل الشباب أو المتلقي إذا ما كانت

سلبية أو ايجابية، وإذا كانت تساهم في تغير تنشئتهم الاجتماعية، وبالتالي الكشف عن جميع الجوانب الخفية لهذا الموضوع.

## VI. منهج الدراسة:

يلجأ الباحث على استخدام المنهج الذي يناسب دراسته و على هذا الأساس فقد اخترنا المنهج الوصفي.

وقع اختيارنا على هذا المنهج للخصائص و الاعتبارات التالية:

- توفير البحوث والمراجع والدراسات التي تمس جوانب معينة من بحثنا، وذلك أن المنهج الوصفي يتطلب الإحاطة بأبعاد وجوانب الظاهرة المدروسة من بحوث استطلاعية ووصفية التي أجريت حول الظاهرة.
- يساعد المنهج الوصفي على رصد أي شيء كالخصائص المادية أو المعنوية أو أي نشاط إنساني، وكذا أنماط التفاعل بين البشر، ويكون هذا الصد كيفيا أو كميًا.
- يقوم المنهج الوصفي على رصد الظاهرة المراد دراستها وجمع أوصاف ومعلومات دقيقة عنها ويعتمد على دراسة الواقعة أو الظاهرة كما توجد في الواقع ثم التعبير عنها كيفيا بوصفها وتوضيح خصائصها ليأتي التعبير الكمي لإعطائها وصفا رقميا مقدرا لحجم الظاهرة، ودرجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى والمنهج الوصفي مرتبط بدراسة المشكلات الإنسانية، ويعتبر الأكثر استخداما في العلوم الإنسانية و يمكن تعريفه بأنه "طريقة من طرق التحليل و التفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية أو مشكلة اجتماعية، ويتضمن ذلك عدة عمليات كتحديد الغرض منه و تعريف مشكلة البحث وتحليلها وتحديد نطاق

ومجال المسح وفحص جميع الوثائق المتعلقة بها وتفسير النتائج للوصول إلى استنتاجات واستخدامات لأغراض معينة(1).

■ يركز المنهج الوصفي على عدة أسس منها الاستعانة بتقنيات جمع البيانات كالمقابلة والاستمارة والملاحظة وكذا وصف الظاهرة كميًا وكيفيًا، ودراسة أسبابها وشروطها، واصطناع التجريد لتمييز خصائص الظاهرة المدروسة، وأخيرًا تعميم نتائج الدراسة على مجتمع البحث الذي يعتبر مطلبًا أساسًا للدراسة الوصفية<sup>1</sup>.

## VII. عينة الدراسة:

العينة هي اختيار مجموعة من المفردات من مجموع من مجتمع البحث، وهؤلاء الوحدات يكونون المجتمع الأصلي للبحث يعتمد عليه الباحث ليتخذ أدوات لمعالجة بحثه<sup>2</sup>.  
وعليه تظهر عينة البحث التي سنقوم باتخاذها في مجموع الشباب الذين يبدو أنهم متأثرين ببعض الثقافات المصدرة من خلال القنوات الفضائية (MBC) يتجلى ذلك أكثر من خلال سلوكياتهم (ممارساتهم السلوكية).

وعينة هذه الدراسة من النوع غير الاحتمالي، ولقد اتبعنا بعض الإجراءات حتى تكون ممثلة لمجتمع البحث قدر الإمكان و تتمثل:

<sup>1</sup> عمار بوحوش ومحمد محمود الذبيان، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، م، د، ج، الجزائر، 1995، صص 128، 130.

<sup>2</sup> محمد حسن إحسان، الأسس العلمية لمناهج الاجتماعية، ط1، دار الطليعة للبحث للطبع والنشر، بيروت، 1982، صص 112.



- أولاً: على مستوى التمثيل الجغرافي في اعتمادنا على منطقة واحدة وهي ولاية غليزان بلدية يلل، قمنا بتوزيع الاستمارة على 100 مفردة من تلاميذ الثانوية.
- ثانياً: حرصنا على تواجد جميع الأطوار الثلاث في العينة.
- ثالثاً: قمنا باختيار العينة القصدية حيث نختار عمداً بما يتناسب مع تحقيق هدف بحث معين، حيث يقوم الباحث باختيار مفردات العينة المبحثن في ضوء انطباق سمات وخصائص معينة عليهم وتستبعد المفردات التي لا تتوفر فيها هذه السمات، إذا فالعينة القصدية هي الاختيار المقصود من طرف الباحث لعدد من وحدات المعاينة بما يتناسب وهدف الدراسة.
- وتمثل هذه العينة في الشباب الذي يتراوح عمره ما بين 15 - 20 عاماً، حيث تعد هذه الفئة هي الأكثر والأسرع تأثيراً بما تأتي به القنوات الفضائية من مضامين، وهي تعد أهم شريحة في المجتمع لمساهمته في بنائه وتطوره.
- وتمت هذه الدراسة في نطاق جغرافي محدد والمتمثل في منطقة ولاية غليزان بلدية يلل، إذن الدراسة هي حول شباب الطور الثانوي.
- واقترنت هذه الدراسة على الوسيلة الإعلامية المتمثلة في التلفزيون لأنه لا يوجد بيت خال منها، كما نحاول معرفة ما إذا كان التلفزيون وبالخصوص القنوات الفضائية العربية مجمع MBC، تعزز قيم التنشئة الاجتماعية للشباب.

### VIII. تقنيات البحث:

اعتمدنا في دراستنا هذه على أداة الملاحظة والاستبيان وذلك بالنظر إلى أهداف الدراسة والمنهج الموظف، تعرف الاستمارة على أنها "تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد،

وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية بمقارنة رقمية"، وهي أداة تساعد على الاتصال بعدد كبير من الأفراد بوقت قصير للحصول على معلومات دقيقة وبسيطة، كما أن الباحثين لا يصلون إلى الأجوبة المزيفة ويتمتعون بالقدرات اللازمة للإجابة<sup>1</sup>.

أما بالنسبة للملاحظة هي "مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب وفق ظروفها الطبيعية ميدانيا، تمكن الباحث من مراقبة تصرفات الباحثين".

فقد قمنا بتصميم استمارة لدراستنا تغطي ثلاث محاور، لكل محور أسئلة متعلقة به.

سلمنا هذه الاستمارة إلى مجموعة من الأساتذة المحكمين للتقييم، وعلى ضوء ملاحظات الأساتذة المحكمين واقتراحاتهم قمنا بالتعديلات اللازمة لتخذ الاستمارة شكلها النهائي.

يشمل الاستبيان ثلاثة محاور تتكون من ثمانية عشر سؤالاً، تدور استعمال القنوات الفضائية العربية (مجمع MBC)، وسؤال الثاني حول عادات وأنماط مشاهدة هذه القنوات (MBC)، بالإضافة إلى أسئلة البيانات الشخصية.

## IX. تحديد المفاهيم إجرائياً:

إن تحديد مفاهيم التي يبني عليها البحث من أهم الخطوات العلمية والمنهجية التي ينبغي أن يخطوها أي باحث، لأنها تحدد المجال العلمي النظري والتطبيقي للدراسة، كما أنها تساعد على الفهم الجيد لما يريد الباحث أن يصل إليه، وكذا حصر المتغيرات التي مكنها أن

<sup>1</sup> مريس أنجريس، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص204.

تؤثر في الدراسة وتحديدها، لتجنب الاستنتاجات الخاطئة، ومن أهم المفاهيم التي بنيت عليها دراستنا هي المفاهيم الإجرائية التالية:

**التأثير:** هي مجموعة من التغيرات و السلوكات التي يتخذها الشباب من خلال تعرضهم لمجموعة القنوات الفضائية العربية.

**القنوات الفضائية العربية:** هي قنوات تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية، كما أنها قنوات حديثة النشأة، تتميز بالتنوع في برامجها ومضامينها (السياسية، الاقتصادية، الثقافية، الترفيهية، الاجتماعية...)، وذلك لإشباع حاجات ورغبات الشباب أو المشاهد، ومن أهمها تلفزيون الشرق الأوسط، أول قناة عربية تبث باقة متنوعة من البرامج.

**التنشئة الاجتماعية:** هي عبارة عن سلوكيات وتصرفات التي يكتسبها او يتعلمها الفرد من محيطه بداية بالأسرة، ثم المسجد، ثم المدرسة، انتقالا الى القنوات القضائية، وذلك من أجل بناء شخصيته، وتعزيز قدراته.

**الشباب:** وهي فئة عمرية أكثر يفاعلة ونشاط، معتمد عليها أكثر من غيرها في بناء المجتمع، تتراوح أعمارهم ما بين 15 الى 30 سنة، ويمر هؤلاء بمرحلة حساسة وهي المراهقة.

**المراهقة:** هي عملية انتقال من مرحلة الطفولة الى مرحلة الشباب، تتميز هذه المرحلة بتعقيد، لما تحمله من تغيرات عضوية نفسية وذهنية، تجعل من الطفل كامل النمو.

**السلوك:** هي تصرفات وردود الفعل التي يتخذها الشباب اتجاه أمر معين، وهذه السلوكيات إما تكون بالإيجاب أو بالسلب.

## الخلفية النظرية الاستخدامات و الإشباعات:

مدخل الاستخدامات والإشباعات في الاصطلاح الإعلامي مثار اختلاف بين الباحثين، ويعني مدخل أو النظرية باختصار، تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية، وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة<sup>1</sup>.

كما تعتبر نظرية الاستخدامات و الإشباعات من أهم نظريات الاتصال الحديثة التي تفسر الدور الذي يلعبه الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الإعلام، حيث تعتبر الحاجات والدوافع من العوامل المحركة للاتصال، وبصفة خاصة تلك الحاجات والدوافع التي يتوقع الفرد أن يشبعها أو يلبيها له الآخرون، لتحقيق التكيف مع البيئة، بحيث تحقق له الاتزان النفسي الذي يساعد على استقرار التواصل مع الغير.

وتعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال حيث يرغب المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار، و قد ركت هذه النظرية على الأسباب الخاصة، باستخدام وسائل الإعلام، والتعرض إليها من مختلف الفئات، في المحاولة للربط بين الأسباب والاستخدام، حيث تمت صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات، كان أهمها إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين.

<sup>1</sup> منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص297.

## التعريف اللغوي لنظرية الاستخدامات و الإشباعات:

الاستخدام في اللغة: من استخدم، استخداما، أي اتخذ الشخص خادما، ومنه يخدمه فهو خادم و خدام.

أما الإشباعات في اللغة: فهي مأخوذة من (الشبع) بفتح الشين وفتح الباء (والشبع) بكسر الشين وتدل على امتلاء أكل وغيره، وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمتها، وثوب شبع الغزل أي كثير، وشبيع العقل أي وافر، والتشبع من يرى أنه شبعان<sup>1</sup>.

### أهم الفروض التي تركز عليها نظرية الاستخدامات والإشباعات:

يرى "كاثر وزملاؤه" أن منظور الاستخدامات والإشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وتتضمن فروض النموذج ما يلي:

- 1- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- 2- يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- 3- التأكيد على الجمهور وهو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- 4- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ومواقعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم كتب، 2004، ص271.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال و ليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

**ويحقق منظور الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية:**

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال و التفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري<sup>11</sup>.

**الإيجابيات المحققة للنظرية فهي كما يلي:**

إن النظرية تمثل مرحلة فقط بحثية متطورة لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور في إطار الاجتماعي، وهي تهتم أيضا في تحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي للجمهور حيث أن دوافع مشاهدة الجمهور للمادة الإعلامية تختلف وفقا لخصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة.

إن استخدام نظرية الاستخدامات والإشباعات لها أهمية واضحة في دراسة الجمهور الذي يتعامل مع البث المباشر والقنوات الفضائية، حيث يتيح هذا التعامل فرص مشاهدة أوسع، وبالتالي تحفز هذه المشاهدة على إيجابية الانتقاء للمضامين الإعلامية المختلفة، كما أن التناقض بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور والإشباعات التي تتحقق بالفعل عند

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، المرجع نفسه، ص ص 299، 300.

التعرض للوسيلة الاتصالية، يمكن أن يؤدي إلى تغيير في اختيارات الجمهور للوسيلة القادرة على توفير مضمون اتصالي يوفر إشباعا لاحتياجاته.

إن اختلاف نتائج الدراسات في هذا المجال يجب أن تحسب نقطة إيجابية للنظرية وليس نقطة سلبية عليها، حيث أن المجتمعات تختلف نظرا لخصوصية كل مجتمع، واختلاف ظروف أفرادها النفسية والاجتماعية والمادية والثقافية، ولهذا فغنه يمكن تقييم نتائج الدراسات التي طبقت على المجتمع نفسه وليس على مجتمعات مختلفة<sup>1</sup>

### الانتقادات الموجهة للنظرية:

1-الانتقاد الموجه إلى مفهوم الوظيفة، فهو كما يرى "دينيس ما كويل" يستخدم بمعنى الهدف أول النتيجة أو المطلب، أو التوقع، ومرة هذا الاختلاف إلى الخلط بين الهدف والنتيجة، فالأخبار مثلا قد يفسر على أنه هدف تسعى وسائل الإعلام إلى تحقيقه، قد يكون مطلبا وظيفيا تؤديه الوسيلة،

و قد يكون رغبة الجمهور من الوسيلة فيصبح بمعنى التوقع أو النتيجة.

2-يرى بعض الباحثين أن النظرية لا تعدوا كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاء، خاصة مع الخلاف في تحديد مفهوم الحاجة، والأمر في هذه الحالة يحتاج إلى وضع الفئات الاجتماعية بجانب الدوافع، والحاجات، وفئات المحتوى، حتى يصل الباحث إلى نتائج مفيدة.

<sup>1</sup> منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص203.

3-يركز "دينيس ما كويل" على أن نتائج هذه البحوث يمكن أن تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط، لأنه تلبية لحاجات الجمهور في مجالات التسلية والترفيه.

4-يرى "بلمر" عدم تحديد مفهوم النشاط الذي يوصف به المتلقون، هل هو العمد، أو المنفعة، أو الانتقاء.

5-عدم الاتفاق على مصطلحات النظرية، و من ثم توظيفها، وربطها بالنماذج المختلفة للإشباع.

6-دخول وسائل جديدة مثل الانترنت، و هذه تتطلب مفاهيم جديدة حتى يمكن فهم العلاقة بين الوسيلة وجمهورها.

7-تتظر بحوث النظرية على الفرد بعيدا عن البيئة التي يعيش فيها، وتأثير كل منها في الآخر<sup>1</sup>.

### علاقة النظرية بالدراسة:

هناك عدة اسباب تربط بين التنشئة الاجتماعية وطرق استخدام القنوات الفضائية العربية

نذكر منها ما يلي:

تنمي القنوات الفضائية العربية بعض القيم، وفي هذه الحالة يمكن استخدامها لتأكيدا ودعمها.

هناك ظروف اجتماعية معينة تجعل الافراد يتوجهون للقنوات الفضائية لتقوم بالدور المكمل

والمحقق لخدمات بديلة للأفراد من بينهم الشباب سوف تكون لديهم الحاجة اكثر من غيرهم،

والتي قد يشجعونها من خلال استخدام هذه القنوات.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، مرجع السابق، ص ص300، 301.



## الدراسات المشابهة:

نصير بوعلي:

رسالة دكتوراه لنصير بوعلي بعنوان " أثر البث الفضائي التلفزيوني المباشر على الشباب

الجزائري"

سعت الدراسة إي معرفة نشأة وتطور البث الفضائي المباشر وتم التعرض إلى أنواع الأقمار الصناعية الخاصة بالاتصالات وصولا إلى البث التلفزيوني الرقمي و تضمن محتويات هذا البث من خلال عينة من الأفلام في القنوات الفضائية الفرنسية لمعرفة ما تفرزه على المشاهد من قيم إيجابية وسلبية و كذا الأبعاد غير المباشرة لأفلام التي يرغب المشاهد مع معرفة المحتويات التي تشد الانتباه، فقد قدم صورة واضحة عن الأثر و التأثير الذي يتركه البث الفضائي المباشر لشريحة مهمة من الشعب الجزائري من القيم الثقافية و العادات و التقاليد واعتمد على المنهج المسحي الوصفي، في تحليل محتوى 36 فيلم درامي من فضائيات أجنبية أهمها الفرنسية.

وقد توصل إلى نتائج حيث اتضح أن الجمهور لا يهتم بالقنوات الفضائية بقدر ما يهتم

بالبرامج

والمحتويات، ويولي أهمية معتبرة للبرامج أو المضامين التي تقترن بقيمه وتقاليد وثقافته.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> نصير بوعلي، أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري، دراسة ميدانية أطروحة الدكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2002، 2003،

محمد الفاتح حمدي:

تمحورت حول استخدام تكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة وانعكاسه على الشباب الجزائري، وتتعلق هذه الدراسة من الإشكالية التالية: ما مدى تأثير استخدام تكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة على سلوكيات الشباب الجامعي الجزائري؟ ومن بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- الشباب الجامعي يقل كثيرا على مشاهدة القنوات الفضائية العربية.
- أغلبية المبحوثين يرون أن ما يعرض عبر القنوات الفضائية العربية من برامج وحصص يتنافى أحيانا مع قيمنا داخل المجتمع.
- من بين التأثيرات التي أحدثتها وسائل الاتصال والإعلام الحديثة على حياة الشباب الجزائري أنها ساهمت بدور كبير في تعريفهم بالمجتمعات العالمية وثقافتها المتنوعة.<sup>1</sup>

نقاط الإستفادة من هذه الدراسات :

- الإستفادة من بعض المعلومات النظرية فيما يخص قنوات الفضائية و التنشئة الاجتماعية
- الإستفادة من الإجراءات المنهجية للدراسة .

<sup>1</sup> محمد الفاتح الحمدي، مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، العدد الأول، دار وسيم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص 37.

## تمهيد:

يتسم هذا العصر بالسموات المفتوحة وما نتج عنه من قنوات فضائية ذات قدرة فائقة على تخطي حدود المكان الزمان، تساهم بدور رئيسي في بناء ثقافة المجتمع، وتشكيل أفكاره وتعديل وتغيير اتجاهاته وقيمه بل تحديد سلوكياته وتصرفاته، وتستطيع القنوات الفضائية التي انتشرت وازدادت في الوطن العربي بشكل كبير وملفت للنظر في تزود الجمهور، وخاصة الشباب بالمعلومات والمعارف والعلوم من بينها تلفزيون الشرق الأوسط MBC وقدرة هذه الأخيرة على تكوين المفاهيم والمعتقدات بما يساعد في تحقيق الوعي والفكر.

### 1. تعريف القنوات الفضائية:

لفظة حديثة هي في الواقع إختصار القنوات التلفزيونية الرقمية التي تبث خلال الأقمار الصناعية.

القنوات الفضائية هي قنوات تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة ومعروفة، تحدد عموماً بالزاوية والإتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على قمر من الأقمار<sup>1</sup>.

و عرفت القنوات الفضائية بأنها استقبال الارسال التلفزيوني من الأقمار الصناعية، مباشرة بأجهزة الاستقبال التلفزيوني دون تدخل من محطات الاستقبال الارضية الكبيرة، أو هي تلك

<sup>1</sup> سليم عبد النبي، الاعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص25.

الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد و تبث من مراكز البث الخاصة بها لكل من يستقبلها من خلال طبق خاص.<sup>1</sup>

القناة الفضائية تعكس الوسيلة بالصوت و الصورة و بدقة كل ما يجري في عالم يضج بثورة معلوماتية كما تعتبر مرحلة هامة من مراحل التطور العلمي و التقني الذي وصلت إليه البشرية فهي تختزن خبرات متراكمة من المعارف الانسانية.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> عبد الكريم بن عبد الله الحربي، الانترنت والقنوات الفضائية ودورها في الانحراف والجروح، د ط، مكتبة كنعان، الرياض، 2003، ص65.

<sup>2</sup> هبة شاهين، التلفزيون العربي الفضائي، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص139.

## II. تاريخ و نشأة القنوات الفضائية (مجمع MBC):

بدأ مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC : MIDDLE EAST BROADCASTING

CENTRE كأول قناة (فضائية) عربية خاصة بتمويل سعودي، تبث من أستديوهاتها المجهزة

بأحدث التقنيات من منطقة فلهام (FALHAM) ببريطانيا من 18 سبتمبر 1991 و تم الانتقال

إلى المقر الكائن في غرب لندن بعد حصولها على ترخيص من هيئة التلفزيون المستقل

البريطانية BRITISH INDEPENDENT TELEVISION COMMISSION في شهر

مارس 1995 وبدأت إرسالها على مدى 6 ساعات يوميا وبأرسمال قدره 300 مليون دولار

وبميزانية سنوية قدرها 60 مليون دولار.

وقد ساهم كل من صالح كامل ووليد إبراهيم في إنشاء مركز تلفزيون الشرق الأوسط

بنسبة 50% من الأسهم لكل منهما، وفيما بعد أصبح المالك الوحيد له إبراهيم البراهيم.

وقد حققت المحطة الجديدة نجاحا سريعا فاحتلت المرتبة الأولى كمصدر لا منازع له للأخبار

في العالم العربي حتى أنها وصفت نفسها آنذاك بـ CNN الشرق الأوسط لكن هذه المحطة التي

لا تزال من المحطات القيادية في العالم العربي (مع جمهور سعودي بشكل أساسي) قد شهدت

بعدها تغيرات كبيرة.

ففي عام 2002 قررت MBC نقل مقرها الرئيسي إلى مدينة دبي للإعلام لتصبح أكثر

قربا من المشاهدين في العالم العربي في ظل صناعة الإتصال في الشرق الأوسط، بالإضافة

إلى ما تمتاز به مدينة دبي للإعلام من بنية تحتية وتقنيات إنتاجية متطورة وموقع إقليمي وعالمي متميز.<sup>1</sup>

### التبعية السياسية والإدارية:

تعتبر قناة تلفزيون الشرق الأوسط قناة تلفزيونية عربية فضائية مملوكة للقطاع الخاص أنشئت القناة بتمويل سعودي من قبل مجموعة آر الدولية وصاحبها الشيخ وليد بن إبراهيم الابراهيم والشيخ صالح كامل صاحب مجموعة دله البركة ومركزها جدة، ثم قامت مجموعة دله ببيع نصيبها في MBC ويقدر بـ 30% من رأسمال المؤسسة وقامت بإنشاء ART، بدأ بث إرسال القناة من لندن، وتم الترخيص لها من قبل الهيئة البريطانية الأهلية المختصة بشؤون التلفزيون المستقل.

تمول المحطة بصفة أساسية من خلال الدخل الإعلاني باعتبار أن المحطة MBC تتيح للمنتج العربي الوصول إلى المستهلك بكثافة و تشير سجلات المحطة إلى أن المساحة الإعلانية في برامج محطة MBC تمثل إحدى عشرة دقيقة من كل ساعة إرسال قنوات مؤسسة آر لوسائل الإعلان ASM و مركزها جدة مهمة التسويق الإعلاني لمركز تلفزيون الشرق الأوسط خلفا لمؤسسة تهامة التي كانت تتولى مسؤولية التسويق الإعلاني لمحطة MBC سابقا، كما تعتبر البرامج المكفولة إحدى وسائل التمويل الهامة بينما يبحث بعض الخبراء الإعلاميين فكرة

<sup>1</sup> الأسد صالح علي الأسد، انفجار الفضائيات العربية، الإبعاد، الأهداف، التأثيرات الثقافية، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص ص60، 61.

إستغلال المحطة الكامل و يؤيدون إحتمال قيام إحدى الحكومات العربية بالمساهمة في تمويل المحطة .

### الخدمة البرمجية:

يمتد إرسال MBC على مدار الساعة، تقدم محطة تلفزيون الشرق الأوسط مجموعة متنوعة من البرامج يأتي في مقدمتها الفقرات الإخبارية، تولي المحطة اهتماما خاصا لنقل الحدث و أبعاده و وجهات النظر حوله، بالإضافة إلى تقديم العون للقضايا العربية والإسلامية، من خلال تخصيص أيام لعرض هذه القضايا وجمع التبرعات لها. ومثل ذلك الحملات الإعلامية لمساعدة أهالي البوسنة وضحايا مذبحه قانا اللبنانية، ودعم القدس.

يتميز قسم الأخبار بوجود عدد كبير من المراسلين والمندوبين، بالإضافة الى المكاتب التي تغطي أنشطتها غالبية العواصم العربية، لتقديم خبر بأقصى سرعة وإلحاقه بالتحليل، كما يقدم مركز تلفزيون الشرق الأوسط العديد من النشرات الإخبارية، الإقتصادية، الرياضية، النشرات الجوية، بالإضافة الى عرض سريع لأهم العناوين الإخبارية بصفة مستمرة.<sup>1</sup>

تتميز خدمات MBC الإخبارية باعتبارها مصدر شهرتها، حيث تتناول الأخبار والبرامج الإخبارية بمنظور الاتزان و عرض وجهات النظر المختلفة حول الأحداث وتغطية الأحداث الحساسة التي تمس صميم الإهتمامات العربية مثل: حرب اليمن، أحداث البوسنة، المفاوضات الفلسطينية الاسرائيلية، مؤتمر السلام واللقاءات التي إنفردت بها المحطة مثل لقاءها الرئيس الأمريكي كلينتون كأول لقاء تجريه محطة تلفزيونية عربية مع رئيس أمريكي على الاطلاق،

<sup>1</sup> هبة شاهين، المرجع السابق، ص ص233، 235.

وتعتمد محطة MBC في تغطيتها الإخبارية على النمط الغربي السريع في تقديم الأخبار والتحليلات الإخبارية ومناقشات المائدة المستديرة و تتناول الموضوعات السياسية المختلفة التي تتردد الخدمات التلفزيونية التي تخضع للسيطرة في العالم العربي في تناولها وأدى وجود الخدمة في لندن إلى تمتعها بحرية أكبر في الحركة الإعلامية.

كما تتميز البرامج المقدمة عبر القناة ب: جودة الإعداد، حداثة الموضوع، تحقيق رغبات المشاهدين، حسن إختيار المقدمين، أناقة تقديم البرامج من حيث المقدمين والديكور والإخراج وفنون الإنتقال بين القنوات.

ولكن بعض الخبراء يرون أن القناة ليست على درجة حياد تامة حيال بعض الموضوعات بحكم مصادر تمويلها<sup>1</sup>.

يطلق على مركز التلفزيون الشرق الأوسط الآن MBC1 وذلك بعد إطلاق المجموعة التلفزيونية العربية الخاصة لمجموعة من القنوات الفضائية المتخصصة:

▪ **MBC2**: أطلقت MBC قناة MBC2 في عام 2003 والتي تعد قناة ترفيهية تبث إرسالها

بصورة مفتوحة باللغة الإنجليزية على مدار اليوم وتقدم أحدث الأفلام الأجنبية، تقدم

إرسالها من البحرين، تعتبر قناة متخصصة في مجال السينما والأفلام الأجنبية خاصة

الأمريكية، يدخل ضمن ملكية القناة إضافة لمالكي مركز تلفزيون الشرق الأوسط شركاء

من البحرين ومن منتجي الأفلام تقدم قناة MBC2 ما يزيد عن 300 فيلم في الشهر يغلب

عليها الإنتاج السينمائي الأمريكي الحديث وتقدم القناة إرسالها بين الأقمار الصناعية

<sup>1</sup> هبة شاهين، المرجع السابق، ص236.



بصورة مفتوحة، كما أنها مفتوحة بصورة مشفرة ضمن باقات: Awael Pehla Firstnet  
تعد MBC2 أشهر المحطات المتخصصة المجانية التي تجذب نسبة كبيرة من الجمهور  
العربي.

■ **قناة MBC3:** أطلقت MB قناتها MBC3 في عام 2004 وتعد قناة MBC3  
متخصصة في البرامج والمسلسلات الكرتونية للأطفال، تستهدف القناة الجيل الجديد من  
المشاهدين الصغار بحيث تقدم لهم برامج الكارتون والمغامرات العلمية وبرامج الأطفال  
المختلفة.

■ **قناة MBC4:** أطلقت MBC قناتها MBC4 في عام 2005 قناة مفتوحة متخصصة  
للترفيه العربي وتعرض البرامج والمسلسلات الأجنبية بصفة عامة والأمريكية بصفة  
خاصة من خلال ترجمة عربية مرافقة للبرامج والمسلسلات.

تقدم قناة MBC4 البرامج المتنوعة، الحوارية، الدراما، الأخبار، تلفزيون الواقع والكوميديا باللغة  
الإنجليزية والترجمة إلى العربية، كما تقدم عدة برامج شهيرة مثل: OPRAH و DR.PHIL  
بالإضافة إلى المسلسلات والبرامج الإخبارية الحصرية المنقولة من الشبكات الأمريكية وبرامج  
المسابقات وحفلات توزيع الجوائز الموسيقية السنيمائية<sup>1</sup>.

■ **قناة MBC ACTION:** أطلقت مجموعة MBC قناتها MBC ACTION في 05 مارس  
2007 تقدم القناة المسلسلات والأفلام الحافلة بالحركة، والتشويق والإثارة بالإضافة إلى  
برامج الواقع والبرامج الشبابية ذات الإيقاع السريع على مدار الساعة، تهدف القناة إلى

<sup>1</sup> هبة شاهين، المرجع السابق، ص ص 241، 242.

مخاطبة الجمهور المهتم بمتابعة الأفلام المليئة بالتشويق والإثارة ولا سيما الذكور تستخدم مجموعة قنوات MBC المختلفة الحروف والأرقام اللاتينية في تصميم شعارها كما نجحت مجموعة MBC في استخدام شعار رئيسي تتبثق منه مجموعة الشعارات الفرعية لقنواتها المختلفة.<sup>1</sup>

### أهداف انشاء تلفزيون الشرق الأوسط MBC:

يطلق البعض على قناة MBC اسم القناة العربية أو القناة السعودية أو القناة الخليجية وتعد MBC شركة تجارية تسعى للإسهام في نشر الثقافة والحضارة العربية والإسلامية وغرس التقاهم والتعاون في أنحاء الوطن العربي.

إتخذت محطة MBC سياسة شعارها العالم بعيون عربية وذلك عن طريق نقل الأحداث العالمية الهامة بعيون عربية، المحافظة على عادات وتقاليد المنطقة وتوثيق الروابط الفكرية والإنسانية بين المواطنين العرب، تقديم باقة متنوعة من المواد الإخبارية والتنقيفية والترفيهية للمواطن العربي داخل الوطن العربي خارجه بالإضافة الى نقل صورة الوطن العربي للمشاهدين الأجانب بهدف إيجاد صلة بين المشاهد العربي والأجنبي وتقديم خدمة إعلامية للمشاهد داخل الوطن العربي و في المغتربات.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> هبة شاهين، المرجع السابق، ص243.

<sup>2</sup> الأسد علي صالح الأسد، المرجع السابق، ص62.

### III. إيجابيات القنوات الفضائية:

يتمثل الدور الإيجابي الذي تلعبه القنوات الفضائية العربية حيث أن هذه الأخيرة تتمتع ببعض المميزات أهمها:

- تعتبر القنوات الفضائية العربية أحدث وسائل الإعلام الحضارية في الدول العربية التي تمتلكها وتعتبر عن سياستها، كما تعتبر لسان حالها خارج حدودها إلى عالم مفتوح وبلا حواجز، تنشر أخبارها وتعلم عن أنشطتها المختلفة وتركز على كل أحداثها ومناسباتها إيجابية كانت أو سلبية، تبرز سلوكياتها، تدافع عن شرعيتها كما تهاجم خصومها، وتعرض وجهة نظر دولها في الكثير من القضايا والمشكلات الإقليمية والعالمية.
- أوجدت هذه الفضائيات نوعا من المعرفة المتبادلة بين الدول العربية، وهي بذلك تسهم في ترسيخ ما أسماه منها ب: المشروع الثقافي العربي من خلال تعزيز التعبير باللغة العربية الفصيحة، وبالصياغة التي تضمن سلامة التركيب وجودة الأداء.
- الحصول على المعلومات عن الأقطار العربية مباشرة ومدعومة بالصورة وبالمشهد الحقيقي المائل أمام المشاهد، والقضاء على دور الوسيط والفاعل غير الأمين، وهذا ما أتاحته الطبيعة التعددية الإعلامية التي تتسم بها هذه القنوات الفضائية.
- البرامج السياسية الفكرية القائمة على الحوار المباشر بين الأطراف الموجودة في البلد الواحد.
- توحيد نقل المناسبات العامة وتقليل التكلفة مع هيئات التلفزيون في البلاد العربية كالأولمبياد الدولية و الإقليمية، كأس العالم وفوق كل ذلك نقل الشعائر الدينية من مكة المكرمة أثناء شهر رمضان ومواسم الحج إلى بيت الله الحرام.

- أضافت إلى لهجات بعض الشعوب العربية كلمات وتعبيرات ومصطلحات مقتبسة من لهجات دول عربية أخرى إعتاد المشاهد على سماعها من خلال متابعته للمسلسلات والبرامج الدرامية التي بدأت تنتشر في القنوات العربية ويتابعها المواطنون العرب.<sup>1</sup>
- تعد القنوات العربية بمثابة التراث المنطقي للأجداد العربية التاريخية الغابرة فهي تعمل على دعم التلاحم وتعزيز التضامن بين المجتمعات العربية في الخارج، كما استطاعت ان تحافظ على اللغة العربية لدى الجيل الثاني والثالث وكذلك الأول من المهاجرين.
- إثراء شخصية الإنسان العربي والإسهام في الحفاظ على هويته الوطنية والقومية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> لمياء طاله، الاعلام الفضائي والتغريب الثقافي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص259.

<sup>2</sup> لمياء طاله، المرجع نفسه، ص261.

#### IV. سلبيات القنوات الفضائية:

- انتشار الشعوذة والسحر عبر الفضائيات.
- عملت بعض الفضائيات على التدهور في المستوى الأخلاقي.
- شيوع الثقافة الاستهلاكية.
- نشر الحرام وترويجه من العري والتفسخ والتفنن في تصوير العلاقات المحرمة و هدم القيم و الحياء و العفاف و الطهر، و لا تكاد تسلم فتاة من ذلك.
- تقديمها للجريمة والعنف والإجرام في صورة مثيرة ومحفزة للإقتناء، ومغرية للصغار وضعاف العقول بمحاكاتها.
- الإضرار وخصوصا على الأطفال كضعف البصر والإنحناء وكذلك مع طول الجلوس.
- البرامج الإلكترونية تؤدي إلى سلوك إجرامي وموجات التلفاز الكهرومغناطيسية تتسبب في القلق.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ماجدة عبد الفتاح الهلباوي، الاعلام و دوره في حل مشكلات المجتمع العربي، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2014، ص81.

## خلاصة:

تعد القنوات الفضائية مجمع MBC من أهم وسائل الإتصال الجماهيرية التي لآقت ولازالت تحظى بإهتمام كبير من طرف المشاهدين نظرا لما تتميز به هذه الأخيرة من مميزات تجعلها تفضل عن غيرها من القنوات الفضائية الأخرى، كتقديم محتوى ومضمون متنوع، لكن الرغم الجانب الإيجابي لها إلا أن لها شق سلبي.

# الفصل الثاني

ماهية التنشئة

الاجتماعية

**تمهيد:**

يعتبر موضوع التنشئة الاجتماعية من المواضيع الهامة التي تناولها الباحثون في مجال علم النفس و الاجتماع سواء من الناحية المضامين أو الأساليب، نظرا لأهمية هذا الموضوع في إعداد الأجيال القادمة التي ستحافظ على استمرارية وجود المجتمع ماديا معنويا فالتنشئة الاجتماعية بعدما كانت مستمدة من الأسرة والمدرسة والمسجد، الرفاق وغيرها، إلا أنها دخلت عليها بما يسمى بالثورة التكنولوجية من بينها القنوات الفضائية وبالخصوص العربية، فبدى تأثيرها بارزا على التنشئة الاجتماعية، دخلت كل البيوت واقتحمت الميادين فغيرت القيم وبدلت السلوك الجمعي.

**1. مفهوم التنشئة الاجتماعية:**

ورد في معجم مصطلحات العلوم أن التنشئة الاجتماعية SOCIQLISQTION هي العملية التي يتم بها انتقال الثقافة من جيل إلى جيل، والطريق التي يتم بها تشكيل الأفراد منذ طفولتهم حتى يمكنهم المعيشة في مجتمع ذي ثقافة معنية ويدخل في ذلك ما يلقنه الآباء والمدرسة والمجتمع للأفراد، من لغة ودين، تقاليد، قيم، ومعلومات ومهارات...الخ.

ورد في معجم غرافيت GRQFITX بأنها العملية التي من خلالها يتم ادماج الأفراد في مجتمع معين، فيستوعبون القيم والمعايير والقيم الرمزية، ويعملون على تعلم الثقافة بشكل عام، بفضل العائلة والمدرسة وكذلك اللغة والبيئة فهي تمثل التعلم والتوافق وقد استخدمت بمعنى تحويل الملكية الفردية الى ملكية اجتماعية.



التنشئة الاجتماعية عملية تعلم هدفها إعداد الطفل في مختلف أطواره، للاندماج في النسق الاجتماعي والتوافق مع المعايير الاجتماعية و القيم السائدة، و اكتساب لغة اتصال و اتجاهات الأسرة التي ينتمي إليها، ثم التوافق مع الجماعات المحيطة به، كما يستوعب الحقوق والواجبات المرتبطة بالمركز التي يشغلها وما يتناسب معها من أدوار، من خلال ذلك يفهم أدوار الآخرين، وطرق التعامل معهم في المواقف الاجتماعية المختلفة.<sup>1</sup>

يرتبط مصطلح التنشئة الاجتماعية THE SOCIALIZATION بالنمو الاجتماعي للفرد منذ ولادته، ويتعلق هذا الأمر بعلاقة الفرد بالمجتمع الذي يعيش فيه، والقيم التي تحكم هذا المجتمع تتضمن معنى نقل للقيم الثقافية والحضارية من المجتمع إلى الفرد أو نمط نقل حياة المجتمع إلى كيان الفرد ليمتزج بنفسيته ومزاجه، وينبثق منه النموذج الذي يتوقعه المجتمع من التنشئة الاجتماعية.

التنشئة الاجتماعية هي حسب ما جريت ميد MARGARET MED بأنها العملية الثقافية، والطريقة التي يتحول بها كل طفل حديث الولادة الى عضو كامل، في مجتمع بشري معين. ويرى ولاس WALLACE أن التنشئة الاجتماعية، هي همزة وصل بين الثقافة والشخصية. ويرى حامد مصطفى عمار 1965 أن عملية التنشئة الاجتماعية، هي عملية نقل للقوى الحضارية، الخارجية، الموضوعية للفرد، لتصبح قوى فردية يتبناها في ذاته وفي سلوكه الخارجي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> خواجه عبد العزيز، مبادئ التنشئة الاجتماعية، د ط، دار الغرب لنشر والتوزيع، وهران، د سنة، ص ص13، 14.

<sup>2</sup> عامر مصباح، التنشئة الاجتماعية والانحراف الاجتماعي، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2010، ص 27.

## II. الإعلام الفضائي و قضايا الشباب:

يشكل الإعلام في واقعنا المعاصر عصب الحياة، ولا ينكر أحد مدى الانتشار الواسع للبحث الإعلامي وتجاوزه لجميع الحدود وتخطيه أقصى المسافات حتى أصبح أثره واضحا على كافة الأصعدة، وأكثرها وضوحا للواقع الاجتماعي والقيمي الذي يشكل ثقافة المجتمع وعقائده. ومع أن القنوات النافذة تشكل لقاء الجمهور العربي بالفكر الغربي والحضارة والثقافة الغربيتين و لا يشكل هذا اللقاء حوارا بين الطرفين، إذ يتحدث طرف واحد فقط بينما يعد الجمهور العربي مجرد طرف مستقبل بل أخذ يقوم بدور كبير في تشويه صورة العرب.

وتقول دراسات لليونيسف أن الشباب المراهق يقبل على المسلسلات الأجنبية والبرامج

الرياضية وتقول إن الشباب أكثر البرامج التي تلاقي استحسان المراهقين هي الأفلام

والمسلسلات وبرامج المنوعات والفيديو كليب، تليها بعض البرامج الأخرى وهم كثيرا ما

يشاهدون النشرات الثقافية أو أي برنامج ثقافية جادة.

ويشاهد معظم مراهقو بلادنا العربية عددا من الأفلام أسبوعيا يتراوح بين ثلاثة وستة أفلام،

وقال التقرير أن 80% من المراهقين الذين شملتهم الدراسة أنهم يستقبلون جانبا كبيرا من

معلوماتهم عن الجنس من تلك الأفلام، بل قال إن 64% يشاهدون الأفلام بغرض مشاهدة

لقطات الجنس.

إن النظرة الفاحصة إلى الفضائيات العربية ومدى الحيز الذي تحتله قضايا الشباب فيها

يصيبنا بخيبة أمل.

فنظرة هذه المحطات لقضايا الشباب نظرة استهلاكية وسطحية لا تتصور قضايا الشباب، في أغلب طروحاتها خارج الموسيقى و الرقص و الفن والرياضة و ما شابه ذلك و برامج تلفزيون تشهد بذلك، و ليس ستار أكاديمي وحده يغرد ناشدا في هذا المضمار و إنما هي حلقة في سلسلة يمكن أن تكون مفرغة أي لا نهاية لها تتعامل مع الشباب و عقولهم و تنظر إليهم تلك النظرة الاستهلاكية ... بينما الحقيقة أن للشباب قضايا حقيقية غائبة عن اهتمامات تلك الفضائيات، ففي الوقت الذي تصر فيه هذه الفضائيات على تصفية عقول الشباب بما تقدمه لهم من برامج تافهة و أثبت كثير من الشباب نضجه و أنه على درجة كبيرة من الوعي المعرفي و الثقافي و أنه على درجة عالية من النضج و المسؤولية<sup>1</sup>

يجب أن تعطي الفضائيات قضايا الشباب اهتماما حقيقيا، و من الإجحاف أن تكون نظرة القضايا لفتياتنا هي نفس نظرة الغرب لبناته و نسائه، فالتعامل مع المرأة على أنها سلعة أو جسد أو كمادة ملازمة للإعلان، كما هو الواقع في فضائياتنا، إنما هي نظرة مستوردة من الغرب البعيدة عن تراثنا كل البعد، فالمرأة عندنا محترمة مكرمة ومصانة، وإن تعامل إعلامنا معها بالنظرة الغربية هو إهانة لها قبل أن يكون خرقا للقيم، وقبل أن يكون مسخا للعقل المتلقي من شبابنا وفتياتنا، بحيث يصبح النموذج المقتدي لدى فتياتنا فقط نموذجا لموديل مشهور ومثير، أوسخا لراقصة تكاد أن تجمع الآراء على تجاهل الفضائيات للقضايا الأساسية للشباب و التضخم الذي يؤدي إلى تأخير سن الزواج في الوقت الذي يعرض أمامه مغريات الحياة، ويطالب في الوقت ذاته بالصبر أمامها والبعد عنها وعدم الوصول إليها، وكذلك معالجة

<sup>1</sup> فاطمة حسين عواد، الاعلام الفضائي، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 99، 100.

القصور في الظهور الشبابي في كافة الأصعدة السياسية المؤثرة وهذا القصور يزيد عامة في معاناته وسخطه وتمرده وشعوره بأن الواقع ظلمة وحال بينة وبين حقوقه في المتع الحياة، فيولد هذا الشعور الاضطراب النفسي والقلق والتوتر والإحباط وقد يعيش الشباب حالة من التناقض الصارخ والصراع الداخلي والانفصام في محاولته الفاشلة في التوفيق بين شهواته ومتعه و بين قيمه الدينية و الأخلاقية، وقد يعمد إلى التلفيق لتبرير تصرفاته المسيئة للمجتمع، وينزلق أكثر فأكثر في طريق الخطيئة ويغرق في عواطف الحياة التي قد تؤدي به إلى المهالك.

نشير هنا الى الجوانب سلبية هامة، أبرزها الفضائيات خاصة غير الإخبارية ومنها نشر ثقافة التطلعات عبر تركيزها على الإعلانات والبرامج الترفيهية والجذابة، وتشويه القيم عبر إستيراد أشكال ومضامين بعض البرامج والدراما ونشر رسائل سيئة بنظام (SMS) مباشرة، وظهور المذيعات بملابس عارية أمركة الثقافة العربية بتأثير الشركات متعددة الجنسيات، حتى أنه يصل لنا في العالم العربي 50 قناة إباحية، منها قنوات ممولة بالكامل من جهات تهدف لإثارة غرائز الشباب العربي وإلهائه عن قضايا وتثويته.

كما أن بعض القنوات العربية تعمل على فصل الشعوب تماما عن أولوياتها، فلا ننسى أنه في الوقت الذي كان فيه يتساقط الشهداء في فلسطين والعراق كانت إحدى القنوات تذيع بشكل متواصل الغناء والبرامج الترفيهية<sup>1</sup>

<sup>1</sup> فاطمة حسين عواد، المرجع نفسه، ص ص101، 102.

### III. أثر الفضائيات العربية على التنشئة الاجتماعية:

ظل الاتصال المباشر يلعب دورا رئيسا في عملية التنشئة الاجتماعية منذ حياة الإنسان على الأرض وحتى العصر الحديث سواء داخل الأسرة أو المؤسسات التعليمية أو الاجتماعية لكن تطور وسائل الاتصال الجماهيري في هذا العصر أدى إلى أن يصبح الاتصال الجماهيري أهم مصادر التنشئة الاجتماعية، ويبدأ الطفل للتعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية (الفضائيات بشكل رئيسي) قبل أن يتعرض للمؤسسات التعليمية ويستمر تعرضه لوسائل الاتصال الجماهيرية بعد أن يتخرج من الجامعة وحتى نهاية عمره.<sup>1</sup>

ومن هنا فإن الدور الذي تلعبه هذه الوسائل أصبح يفوق دور الأسرة والمؤسسات التعليمية و الاجتماعية في تشكيل شخصية الانسان وصنع اتجاهاته ومواقفه ولا شك في أن الفضائيات يمكن أن تقوم بأدوار إعلامية وتعليمية وثقافية غير محدودة اي أنها يمكن أن تمد الإنسان بكم من المعلومات لم يتوفر له إمكانية الحصول عليها بكل هذا التنوع الا خلال هذا العصر، ففي الماضي كان الحديث يتردد عن مؤتمرات الإعلام الأجنبي على الأسرة المسلمة، والشباب على وجه الخصوص لإلهائهم، وليت الأمر توقف على هذا الحد لكان من السهل التصدي للأعلام الأجنبي بالوسائل المتاحة، لكننا اليوم نشهد نفس السهام، وذات البرامج تقدم في أطباق ذهبية مغرية لشبابا وشباتنا، وبدعوات صريحة، لكن هذه المرة من منابر إعلامية محبوبة على البيت العربي ، والأسرة الإسلامية، وهذا لا يعني بالطبع ان الأعداء توقفوا عن استهدافنا، بل

<sup>1</sup> حسين النيازي الصيفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة، الفرص والتحديات الواقع والطموحات، ط1، دار ابتراك، القاهرة، 2010، ص ص82، 83.

وجدوا من يعينهم على أداء تلك المهمة من أبناء جادتنا الذين هم أدرى بنفسيات شبابنا، وظروفهم الاقتصادية والاجتماعية، بحيث يدركون اهتماماتهم ويقروون تفكيرهم، ورغم ذلك يستغل الشباب هذا الأمر لصالحهم أي لهم وليس عليهم، فأصبحوا ينتقون الإيجابي منها بدل كل ما هو سلبي، من أجل ادراجها في تنشئتهم الاجتماعية، ومن هنا نبرز أهم التأثيرات.<sup>1</sup>

### التأثيرات الإيجابية للتنشئة الاجتماعية:

من بين الإيجابيات ما يلي:

#### تعزيز القيم:

يرتبط تعزيز بتثبيت مواقف الفرد السابقة، ويلعب تعبير التعزيز دورا أساسيا في فهم تأثيرات وسائل الإعلام من بينا الفضائيات العربية في المجتمع، وقد عاج لازار سفيد هذا الموضوع في دراسته الميدانية، وأشار في مقولته المعروفة "ان وسائل الاعلام لا تغير اراء الناس ومواقفهم بقدر ما تعمل تدعيم هذه الأخيرة، وارتبط هذا الطرح بافتراض ان العامل الاجتماعي (العلاقات الاجتماعية) أساس تكوين الآراء والمواقف وان الاعلام يبني على ذلك ويعزز ما انتجته العلاقات الاجتماعية.

#### التنشئة الاجتماعية:

يقصد بالتنشئة الاجتماعية الصيرورة التي من خلالها يتم اكتساب قيم المجتمع وثقافته، وتعتبر وسائل الإعلام من بينها الفضائيات العربية مؤسسات اجتماعية تقدم أحزمة ثقافية محلية

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الفضائيات العربية وأثرها على المجتمع، ط1، دار المعتر لنشر والتوزيع، أردن، 2014، صص134، 135.

أو وافدة، فهذا الناقل أو المحول يساهم في جمع الفرد و أحداث الفة مع محيطه، ويعتبر علماء الإجتماع أن وسائل الإعلام هي أدوات التنشئة الاجتماعية.

### تحقيق الانسجام وتعزيز الترابط الاجتماعي:

تحدث وسائل الإعلام من بينما الفضائيات العربية، الإحساس بالانتماء الى المجتمع

الذي تربطه صفات مشتركة، كالقيم، اللغة، التاريخ،

التجربة و الحيز الجغرافي، ويزداد هنا الدور في مجتمعات متعددة الأجناس واللغات

والمعتقدات، فيكون دور وسائل الإعلام لم الشمل تعزيز العلاقات الاجتماعية، فأفراد الجمهور

لا يكتفون عادة بما يقرؤون أو يسمعون أو يشاهدون في وسائل الإعلام، بل يتحدثون عن

تجاربهم الإعلامية مع ذويهم وأقاربهم.

### توسيع دائرة الإستفادة من الثقافة:

ساهمت وسائل الإعلام من بينها الفضائيات العربية، في نشر المعرفة والثقافة في أوساط

واسعة من المجتمع، بإضافة الى ذلك ان الثقافة المعاشية في الواقع تتسع عندما تنتقل الى

وسائل الإعلام والاتصال فعدد قراء رواية ما يكون محددًا ولكن دائرة الإستفادة من الرواية تتسع

إذا تحولت الى فلم.

**الوعي بالعالم الخارجي او توسع دائرة المحيط:** ارتبطت وسائل الإعلام "الفضائيات العربية"

في نشأتها بالحاجة الى معرفة الأحداث في المحيط القريب أو البعيد، وساهمت هذه الوسائل

في تحقيق الربط بين أفراد المجتمع داخليا وأحداث الاهتمام خارجيا، وأصبح جمهور مختلف الثقافات بفضل وسائل الإعلام من بينها الفضائيات العربية يهتم بما يجري في الخارج.<sup>1</sup>

### النظر الى الذات والمجتمع من زاوية خارجية:

توفير وسائل من بينها الفضائيات تجربة إضافية، قد لا تتوفر محليا كان ينتقل الفرد من ثقافة الى أخرى بمجرد تغيير القناة، وذلك ما يجعل الفرد ينظر الى ذاته ومحيطه من بعد أو أبعاد، تنقل الفرد من عالمه المحدود ويجعله يفلت جزئيا من تلك المسلمات التي تمثل جل ما يعرفه ويدركه عن ذاته ومجتمعه، فالفرد يعرف بوعي ذاته ومجتمعه من الآخر والأخرين.

### معايشة عوامل متعددة تحمل الانسان عبر الزمان والمكان:

تقدم وسائل الإعلام إمكانية تجربة عوامل قد لا تكون حاضرة في واقع الفرد، فهي تنقل الفرد الى عدة عوامل رمزية وخيالية، تجعل هذا الأخير يبتعد ولو الى حين عن هموم الواقع، ويجد التعويض في هذه المنظومة الرمزية الخيالية.

### الإشباع، التحويل والترفيه:

أظهرت نظرية الإشباع والاستخدامات، ان ما يجعل شديد الارتباط بالقنوات الفضائية بالخصوص العربية يتمثل بعملية الإشباع التي توفرها هذه البرامج من أفلام ومسلسلات، منوعات حتى الأغاني التي يجد فيها الفرد متنفسا للترفيه.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عزي عبد الرحمان، عولمة المكان المركزي وتفكك العلاقات القيمية والتاريخية مع الأرض في المنطقة العربية، مجلة المستقبل العربي، عدد352، مركز دراسات الوحدة العربية، 2008، ص ص112، 113.

<sup>1</sup> عزي عبد الرحمان، المرجع نفسه، ص 114.



### التأثيرات السلبية للقنوات الفضائية العربية على التنشئة الإيجابية:

للأسف الكثير من القنوات الفضائية اليوم تشترك في مؤتمرات هدم شباب وفتيات الإسلام، بعضها يدرك ذلك، ويدرك دوره بعناية والبعض لا يدرك عن سذاجة، لكن يؤدي نفس الدور من باب التقليد الاعمى، لقضية ليست سهلة لا يمكن تجاهلها بحال من الأحوال، لأنها تستهدف مجتمعنا في تفاصيله، بل في عموده الفقري و نقطة ارتكاز قوته اي شريحة الشباب التي مثلت على مر الدهور والأجيال عنصر الإنتاج و الإبداع و القوة و التغيير والتطور وأمل المستقبل الواعد، فكيف نسكت ونحن نرى بأعينا قوتنا تتآكل وخيراتنا تتناثر نعم الكثير من برامج الفضائيات يقدم السم لشبابنا ليس من الدسم هذه المرة ، بل من قذح سم بائن واضح وضوح الشمس في رابعة النهار، لم تعد البرامج الفاسدة تقدم مغلفة في جوف المسلسلات والأفلام، كما كان يحدث في الماضي، بل ضلت تقدم عارية خالية من كل غلاف أو دثار، إنما تقدم على طبيعتها بواحا طالما أصبح الفضاء مشاعا دون رقيب أو حسيب و طالما دخلت المواد الإعلامية كل البيوت دون استاذان و دون توقيت ،إن هناك برامج توجه الشباب و تدعوهم إلى الفساد والفجور والاختلاط وخلق الحياء تحت مسميات عديدة تارة بحجة اختيار نجوم الطرب الواعدين وتارة تحت مسمى تدريب الشباب والشابات على بناء علاقات عاطفية وكسر الحواجز بين الجنسين، فيجتمع عدد من الفتيات والفتيان عدة أسابيع في مقرات خاصة بعيد خاضعة للتلفزة يتبادلون طقوس العشق وبروتوكولات الرومانسية اليتيمة في حيرة لا تجد لها مثيل، وذلك باسم برنامج تلفزيوني يعتقد القائمون عليه أو يتوهمون أنهم يقدمون عملا إعلاميا رفيعا أو يحاولون إهام المشاهدين أنهم يقومون بشيء من ذلك القبيل، كيف تستقيم كلمة 'إعلام' مع

المظاهر المفسدة الواضحة التي تفوح رائحتها من تلك البرامج المشبوهة وأي فائدة يقدمها برنامج يدعو الى ترك القيم الأخلاقية والعادات والتقاليد والتمسك بعادات و مظاهر مجتمعات لا تعرف الحلال والحرام بل ليست لديها ما يعرف بالعيب الاجتماعي الذي هو أقل رادع للضمير إذ يجنيها الشباب من الجنس يختلفون في مظهرتها مع كل القيم والعادات والتقاليد العربية وكيف يسمح الآباء لأبنائهم و بناتهم بالمشاركة في مثل تلك البرامج التي تخدش الحياء بل تجرح الشعور وتسيء إلى كل طرف فيها.<sup>1</sup>

و هناك نوع آخر من البرامج يدعو الشباب و الشابات للمشاركة في مثل ما يسمى بـ ستار أكاديمي وسوبر ستار والأخ الأكبر من أجل الحصول على ترشيح المشاهدين وتلميع القناة الفضائية ليصبحوا نجوم الطرب الواعدين و كأننا نعاني من نقص في هذا الجانب الانصرافي السطحي الذي أهلك أوقات شبابنا وشباتنا وأضاع تحصيلهم العلمي و جنح بتفكيرهم واهتماماتهم وأفسد مفاهيمهم وأعاق ترتيب أولوياتهم ، تخيلوا قناة فضائية عربية تفترض أنها حريصة وغيورة على الشباب العربي المسلم تقوم هي بدور المفسد لهذا الشباب أين نجومنا العرب في مجال الطب و الهندسة و العلوم و في مجال عالم الحاسوب و تقنيات الأسلحة والاختراعات وغيرها بتقديم البرامج التي تبحث عن نجوم المستقبل في مجال العلوم المختلفة أوسعت إلى ذلك من قبل؟ من يقف وراء هذه البرامج الهدامة ويمولها ويدعمها بتلك التكاليف الباهظة وماذا تجني القنوات صاحبة البرامج المشبوهة من وراء شطب هذه الفتنة عن ثقافتنا واقعها وجعلها تعيش في وهم النجومية و الشهرة و الاختلاط حتى تقف في أرذل العمر وتجد

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح كنعان، المرجع السابق، ص135.

نفسها بلا هوية و بلا بصيرة هل نحن حقا بحاجة إلى نجوم غناء وطرب، ورومانسية حتى نسمح لهذا المسخ الشائن أن يعرض مثل تلك المظاهر على لهواء بحجة تثقيفية وتلميع وتدريب الفتيات والشباب على الغناء والتمثيل وهو الفساد جهارا نهارا، فيمكن القول بأن الفضائيات العربية التي يتزايد قدرتها على التأثير لم تتجح في مواجهة البث الفضائي العولمي وإنما جاءت في إطاره،<sup>1</sup>

بالإجمال يمكن القول بأن هذه التأثيرات كالتالي:

#### -التأثير على الهوية:

تعمل بعض القنوات الفضائية العربية تمثل رسالة تتمسك بالهوية العربية الإسلامية في المنطقة، في موادها الإعلامية وهو ما تحرص عليه بعض القنوات الاخبارية والعامية، غير أن القنوات التجارية تلعب دورا مؤثرا في طمس الهوية العولمة لا ترتبط لا بالقيم ولا بالمفاهيم في المنطقة.<sup>1</sup>

#### - التأثير على السلوك الاجتماعي:

تعددت مجالات التأثير على السلوك الاجتماعي حيث هذه القنوات والمشاهد التي تبث فيها قد توافق مع ظهور حالات من الخلل الاجتماعي لم يكن معروف وجودها في المجتمعات العربية كما هو الحال في ظاهرة عبدة الشيطان والشاذين جنسيا أي ظهرت بشكل مفاجئ في بعض المجتمعات العربية، كما أشارت دراسات أجريت على عينات من الشباب بأن هذه

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح كنعان، المرجع السابق، ص ص136، 137.

<sup>1</sup> محمد مسفر أستاذ محاضر بجامعة قطر، تحليل الرسالة الإعلامية، تأثير الفضائيات العربية على الشباب العربي، مجلة المفكر، العدد الثالث، كلية الحقوق والعلوم السياسية، بسكرة، ص 54.

القنوات الفضائية العربية ساهمت في انتشار الرذيلة اظهر سهولة ارتكابها وتعويد المشاهد على وسائل محترمة كالحلوة ، إظهار المخدرات والخمور وكأنها أمور عادية غير محترمة، وإثارة الرغبة الجنسية وتعليم فنون التقبيل وغيرها وتقديم الجريمة والعنف واظهار أبطالها قدوة، وزعزعة عقيدة الإسلام في نفوس المشاهدين والتشكيك فيها والإعلانات الخليعة التي تستخدم المرأة والطفل بصورة غير لائقة وتزيد من الاستهلاك، وتقديم العواطف بشكلها الشهواني، وإقبال النساء على الأزياء العصرية والواردة في برامج الموضة التي لا تتناسب مع المجتمع العربي مثالي، لقد أثارت برامج تلفزيون الواقع الكثير من المشاكل والاستياء بين الأسر والمسؤولين في المدارس لأنها تتسبب في تدني المستوى التحصيلي بشكل ملحوظ لدى بعض الطلبة وخاصة الطالبات اللاتي يهتمن بكل صغيرة وكبيرة من تفاصيل البرامج التي تدعو وبصورة علنية إلى الخروج من التقاليد العربية المحتشمة والعادات المألوفة فهو جزء من ظاهرة تبيين القنوات الفضائية العربية لأفكار المجتمعات الغربية وتطبيقات على أرض الواقع بهدف تدمير الشباب العربي سواء بقصد أو بدون قصد وغرس قيم وسلوكيات لا معنى لها ليصبح فردا غير مبال سوى بالأمور التافهة ويفقده التوازن والوعي، فمثل هذه البرامج وغيرها تعتمد الريح فقط.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد مسفر، المرجع نفسه، ص 56، 57.

**خلاصة:**

نستخلص مما سبق النظر إليه، أن موضوع التنشئة الاجتماعية يلعب دورا كبيرا في حياة الفرد فهو يختلف اختلافا من مجتمع لأخر فلكل مجتمع من المجتمعات أسلوبا ومنهجها في التنشئة، وهذا يرجع في اختلاف العادات، التقاليد، الثقافة، المحيط الاجتماعي، فكثير من المعايير الاجتماعية التي تكون مرغوب فيها من قبل مجتمع معين قد تستهجن في أخر خاصة بعدما ارتبط مفهوم التنشئة الاجتماعية بوسائل الإعلام من بينها الفضائيات العربية.

## السمات العامة:

## الجدول رقم 01 : يمثل الجنس .

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
49.4%	43	ذكر
50.6%	44	أنثى
100%	87	المجموع

من خلال الجدول رقم (01)، نلاحظ أن عدد المبحوثين الذكور يتمثل بـ 43، وعدد الإناث بـ 44 أنثى، أما مجموع عينة الدراسة فهي 87 مفردة.

## الجدول رقم 02 : يمثل السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
4.59%	04	15
31.03%	27	16
31.03%	27	17
14.94%	13	18
10.34%	09	19
4.59%	04	20
3.4%	03	21
100%	87	المجموع

من خلال الجدول رقم (02)، نلاحظ أن سن المبحوثين يتراوح بين 15 سنة كأقل عمر للمبحوثين وبين 21 سنة كأكثر عمر لهم، المبحوثين الذين أعمارهم ما بين 16 و17 حظوا على أكبر نسبة قدرت بـ 31.3% لتليها نسبة 14.94% متمثلة

في المبحوثين الذين أعمارهم 18 سنة في حين كانت نسبة المبحوثين الذين أعمارهم 19 أقل من سابقتها وقدرت بـ 10.34%، لتأتي باقي الأعمار متقاربة للمبحوثين الذين أعمارهم 15، 20-21 بت 3.4 إلى 4.59%، وهذه الفئات تدخل ضمن فترة الشباب، إذ تعتبر هذه المرحلة من أهم المراحل التي يمر بها الإنسان طيلة حياته، ويعود سبب متابعة هذه الفئة العمرية بالذات لمثل هذه القنوات (الفضائيات العربية مجمع MBC)، كونها تملك حب الاطلاع والتجربة والفضول الزائد أكثر من غيرها.

#### الجدول رقم 04 : يمثل المستوى التعليمي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
38 %	33	السنة الأولى
26 %	23	السنة الثانية
36 %	31	السنة الثالثة
100 %	87	المجموع

من خلال الجدول رقم (03)، نلاحظ أن المستوى التعليمي للمبحوثين ينقسم إلى ثلاث مستويات، تتمثل نسبة المبحوثين لسنة الأولى بـ 38%، ثم تليها السنة الثالثة بنسبة 36%، ثم تأتي نسبة المبحوثين للسنة الثانية بـ 26%، ويعود سبب ارتفاع الأولى لدرجة حب هذه الفئة لمجمع (MBC) أكثر من المستويين التي بعدها.

## الجدول رقم 04 : يمثل مكان الإقامة .

النسبة المئوية	التكرار	مكان الإقامة
% 46	40	المدينة
% 54	47	الريف
% 100	87	المجموع

من خلال الجدول رقم (04)، نلاحظ أن مكان إقامة المبحوثين انقسم إلى قسمين ريف ومدينة، حيث بلغت نسبة المبحوثين المقيمين بالريف بـ 54%، أما نسبة المبحوثين المقيمين بالمدينة فهي 46%، ويعود سبب ارتفاع المبحوثين بالريف في مشاهدتهم لمجمع (MBC) إلى طبيعة البيئة ونقص في إمكانيات الاتصال الأخرى وبالنسبة إلى الظروف المعيشية لهم.



## المحور الثاني: عادات وأنماط المشاهدة:

الجدول رقم 05 : يمثل نسبة المشاهدة تلفزيون الشرق الأوسط .

النسبة المئوية	التكرار	المشاهدة
30 %	26	دائما
59 %	51	أحيانا
11 %	10	نادرا
100 %	87	المجموع

من خلال الجدول رقم (05)، نلاحظ أن المبحوثين الذين يشاهدون تلفزيون الشرق الأوسط (MBC) من حين إلى آخر، حيث بلغت هذه الأخيرة نسبة 59% وهي نسبة مرتفعة جدا عن غيرها، وهذا السبب يعود إلى عدم تلبية حاجات ورغبات هذه القنوات للمبحوثين، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يشاهدون قنوات MBC بصفة دائمة 30% وهي نسبة متوسطة مقارنة بنادرا التي كانت أصغر نسبة قدرت بـ 11%.

الجدول رقم 06 : يمثل فترات التعرض لهذه المجموعة.

النسبة المئوية	التكرار	فترات التعرض
00 %	00	الفترة الصباحية
13 %	11	فترة الظهيرة
87 %	76	فترة المساء
100 %	87	المجموع

من خلال الجدول رقم (06)، نلاحظ أن فترة المساء هي أفضل الأوقات متابعة للقنوات الفضائية العربية (مجمع MBC) بالنسبة للمبحوثين و ذلك بنسبة 87 %، تليها فترة الظهيرة بنسبة 13%، أما فترة الصباح فلا تعتبر أبدا من اوقات متابعة هذه القنوات، لأن كل المبحوثين لم يختاروا هذا الوقت كوقت مفضل للمتابعة حيث كانت نسبتهم 00%، وهذا يعود لكون المبحوثين خلال هذه الفترات أي فترة الظهيرة وفترة المساء يكونون قد ارتاحوا من الظروف المحيطة بهم كالمدرسة، والضغط، فتجدهم يخصصون هذه الفترات لكي يزيلوا تعب الفترة الصباحية ولكي يروحوا على أنفسهم، كما تعتبر هذه الفترات من أهم الفترات التي تبث فيها أهم البرامج، وتكون الإعادة فقط خلال فترة الصباح.

**الجدول رقم 07: يمثل عدد الساعات التي تقضى في مشاهدة هذه القنوات .**

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	05	06%
ساعة	23	26%
ساعتين	31	36%
أكثر	28	32%
<b>المجموع</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

من خلال الجدول رقم (07)، نلاحظ أن المبحوثين الذين يشاهدون تلفزيون الشرق الأوسط MBC ساعتين هم أكبر نسبة حيث بلغت 36%، في حين بلغ عدد المشاهدين الذين يمكنون ساعة بـ 26%، ليحتل المبحوثين لأقل من ساعة نسبة

6%، ويعود سبب ارتفاع الأولى إلى وجود برامج أو مسلسلات التي يتابعونها لا تتجاوز ساعتين، في حين الذين يقضون أكثر من ذلك نستطيع القول إن هؤلاء تعدوا مرحلة إشباع الحاجات إلى الإدمان عليها، في حين أن المبحوثين الذي يتعرضون لهذه القنوات مدة ساعة أول أقل بغرض تصفح القنوات وأملاً الفراغ.

#### الجدول رقم 08 : يمثل تعرض القنوات.

التعرض	التكرار	النسبة المئوية
بمفردك	30	34%
مع العائلة	51	59%
مع الأصدقاء	06	07%
المجموع	87	100%

من خلال الجدول رقم 8، نلاحظ أن أكبر نسبة كانت للمبحوثين الذين يفضلون أن يكونوا مع العائلة أثناء التعرض لهذه القنوات الفضائية (MBC) وقدرت نسبتهم بـ 59%، و عليه يتبين أن المبحوثين لا زالوا يحافظون على النمط التقليدي في مشاهدة التلفزيون، لتليها رغبة المبحوثين لتعرض هذه المجموعة بمفردهم بنسبة 34%، وهذا يعود إلى مشاهدة بعض المشاهد المحلّة بالحياة والمدرجة ضمن ما يعرض من مسلسلات وأفلام وبرامج أجنبية سواء كانت أجنبية بحتة أو بنسخ عربية، في حين يفضل البعض التعرض لها مع الأصدقاء وقدرت نسبتهم بـ 7% وذلك لوجود برامج مشتركة بينهم يفضلون التعرض لها و مناقشتها.

## الجدول رقم 09 : يمثل القناة المفضلة في المجموعة

النسبة المئوية	التكرار	القناة
8.04%	07	MBC 1
24.13%	21	MBC 2
2.29%	02	MBC 3
16.09%	14	MBC 4
6.89%	06	MBC Drama
9.19%	08	MBC Action
9.19%	08	MBC Max
24.13%	21	MBC Hollywood
100%	87	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (09)، أن نسبة المبحوثين الذين يفضلون كل من قناة MBC 2 و MBC Hollywood قدرت بـ 24.13% و هذه القنوات تعرض أهم البرامج و المسلسلات التي يرغب فيها الشباب، ثم تليها في الترتيب قناة MBC 4 بنسبة 16.09%، أما كل من MBC Max و MBC Action حظيت بنسبة 9.19%، في حين كانت نسبة التفضيل فيما يخص قناة MBC 1 بـ 8.4%، تحتل كل من قناة MBC Drama بنسبة 6.98% و قناة MBC 3 بنسبة 2.29% المراكز الأخيرة من المجموعة لأن الأولى من المجموعة الأخيرة تقوم بعرض مسلسلات وأفلام سبق عرضها في القنوات السابقة (MBC4 و MBC1)، أما قناة MBC 3 فهي مخصصة فقط للأطفال.

الجدول رقم 10 : يمثل الأيام التي تزداد مشاهدتها .

النسبة المئوية	التكرار	الايام
29%	73	السبت
6%	14	الأحد
5%	12	الاثنين
9%	24	الثلاثاء
6%	14	الأربعاء
19%	48	الخميس
27%	68	الجمعة
100%	253	المجموع

من خلال الجدول رقم (10)، نلاحظ أن السبت حظي على أكبر نسبة مشاهدة كونه اليوم المفضل لمتابعة تلفزيون الشرق الأوسط (MBC) إذ قدرت نسبة المبحوثين الذين يفضلونه عن باقي الأيام لمتابعة ما يعرض بـ 29%، يليه مباشرة يوم الجمعة بنسبة 27%، أما يوم الخميس هو ثالث الأيام المفضلة بالنسبة للمبحوثين بحيث قدر بـ 19%، ثم بالترتيب يأتي يوم الثلاثاء ويعتبر أوسط أيام الأسبوع فقدت نسبة المشاهدة والتفضيل بالنسبة له بـ 9%، أما بالنسبة ليومي الأحد والأربعاء حظوا على نفس النسبة وقدرت بـ 6% ليأتي آخر الأيام نسبة وهو يوم الاثنين بحيث قدر بـ 5%، ويعود تفضيل المبحوثين لأيام العطل ونهاية الأسبوع بسبب ارتباط هؤلاء بالدراسة في سائر أيام الأسبوع، نظرا لكونهم تلاميذ الطور الثانوي لهم دروس

وامتحانات مصيرية، لذلك يفضلون نهاية الأسبوع و يعود قلة المبحوثين الذين يفضلون الأيام الأولى للأسبوع كونها أيام تثبت فيها برامج وحصص مفضلة لديهم.

### الجدول رقم 11 : يمثل مناقشة ما يبيث في المجموعة .

النسبة المئوية	التكرار	المناقشة
17%	15	دائماً
38%	33	أحيانا
22%	19	نادرا
23%	20	لا يهم
100%	87	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11)، ان نسبة مناقشة ما يبيث في مجموعة MBC مع الاصدقاء والعائلة من حين إلى آخر أي أحيانا حظيت بنسبة أكبر قدرت بـ 38%، و يعود سبب المناقشة إلى أن هناك بعض البرامج في هذه القنوات تثير الجدل وتستحق النقاش من طرف المبحوثين لتليها مباشرة لا يهم بحيث قدرت نسبة هذه الفئة بـ 23% إذ تعتبر هذه النسبة من المبحوثين لا يبالون بمناقشة ما يعرض من حصص وبرامج حتى لو كانت مثيرة للجدل لا مع العائلة ولا حتى مع الاصدقاء لأن هناك أمور وأشياء أخرى مهمة، لتحل بعد ذلك نسبة المبحوثين الذين يناقشون المضامين بصفة نادرة أي بفترات متباعدة و قدرت بـ 22% في حين كانت المرتبة الأخيرة من نصيب بصفة دائمة و قدرت بـ 17%.

## الجدول رقم 12 : يمثل المواد والبرامج التي تحرص على مشاهدتها في مجمع

المجموع	النسبة المئوية	التكرار	الطبيعة	البرامج
%100	%15	13	دائما	الأخبار والبرامج السياسية
	%30	26	أحيانا	
	%55	48	لا	
%100	%37	32	دائما	المسلسلات والأفلام العربية
	%52	45	أحيانا	
	%11	10	لا	
%100	%48	42	دائما	المسلسلات والأفلام الغربية (المترجمة والمبدلجة)
	%39	34	أحيانا	
	%13	11	لا	
%100	%15	13	دائما	البرامج الرياضية
	%25	22	أحيانا	
	%60	51	لا	
%100	%35.6	31	دائما	البرامج الغنائية والموسيقية
	%27.5	24	أحيانا	
	%36.7	32	لا	
%100	%35.6	31	دائما	البرامج الاجتماعية
	%35.6	31	أحيانا	
	%28.8	25	لا	
%100	%36	31	دائما	البرامج الثقافية العلمية والبرامج التعليمية
	%41	36	أحيانا	
	%23	20	لا	

نلاحظ من خلال الجدول رقم(12) الذي يخص البرامج التي يحرص المبحوثين على مشاهدتها في مجمع MBC هي المسلسلات والأفلام الغربية المدبلجة والمترجمة بنسبة 48% بصفة دائمة وترجع هذه النسبة إلى الرغبة في تعلم اللغة، توفرها على مشاهد مثيرة.

أما نسبة المبحوثين الذين يفضلون المسلسلات والأفلام العربية قدرت نسبتهم 52% بصفة ليست دائمة وهذا راجع إلى رغبة هذه الفئة من المبحوثين إلى اكتشاف ثقافة المجتمعات العربية و ما تتميز من عادات وتقاليد، العمران. في حين احتلت البرامج الرياضية على أعلى نسبة في عدم المشاهدة وقدرت بـ 60% ويرجح المبحوثين لقلة البرامج الرياضية الموجودة في المجمع ووجود قنوات أخرى متخصصة في الرياضة.



## المحور الثالث: التأثيرات والتغيرات:

الجدول رقم 13 : يمثل تراعي مجموعة MBC في مضامينها حاجاتك ورغباتك:

النسبة المئوية	التكرار	الاجابات
55%	48	نعم
45%	39	لا
100%	87	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13) أن مجمع MBC يراعي في مضامينه حاجات ورغبات المبحوثين ويظهر ذلك جليا من خلال إجاباتهم التي قدرت نسبتها بـ 55% ويرجع هذا الارتفاع في كون المجمع يلبي ويشبع رغباتهم من خلال تنوع البرامج واختلافها، بالإضافة إلى تميزه عن باقي القنوات الفضائية العربية الأخرى، أما نسبة المبحوثين الذين يرون أن المجمع لا يراعي في مضامينه حاجاتهم ورغباتهم فقد قدرت بـ 45% وذلك رابع إلى كون ما يعرض يتنافى ومحيطهم الخارجي.

## الجدول رقم 14 : يمثل مجموعة MBC تؤثر تأثيرا إيجابيا على:

المجموع	النسبة المئوية	التكرار	الشدة	العبارات
%100	%13.7	12	موافق بشدة	العادات والتقاليد
	%28.7	25	موافق	
	%22.9	20	محايد	
	%28.7	25	معارض	
	%5.7	05	معرض بشدة	
%100	%2.2	02	موافق بشدة	الأراء السياسية
	%18.3	16	موافق	
	%29.8	26	محايد	
	%37.9	33	معارض	
	%11.4	10	معرض بشدة	
%100	%25.2	22	موافق بشدة	العلاقات الاجتماعية مع لعائلة والاصدقاء
	%33.3	29	موافق	
	%9.19	08	محايد	
	%28.7	25	مارض	
	%3.4	03	معرض بشدة	
%100	%10.3	09	موافق بشدة	فكرتك عن مجتمعك
	%39	34	موافق	
	%19.5	17	محايد	
	%26.4	23	معارض	
	%4.5	04	معرض بشدة	
%100	%12.6	11	موافق بشدة	فكرتك عن المجتمعات الغربية
	%28.7	25	موافق	

	31%	27	محيّد	
	17.8%	15	معارض	
	9.1%	08	معرض بشدة	
%100	20.6%	18	موافق بشدة	طريقة التفكير وأسلوب العيش والأولويات
	25.2%	22	موافق	
	13.7%	12	محيّد	
	28.7%	25	معارض	
	11.4%	10	معرض بشدة	
%100	33.3%	31	موافق بشدة	ثقافتك العامة
	36.7%	32	موافق	
	10.3%	09	محيّد	
	13.7%	12	معارض	
	05.7%	05	معرض بشدة	

يتجلى لنا من خلال الجدول رقم (14)، أن أغلب تلاميذ الطور الثانوي موافقون وموافقون بشدة على أن الفضائيات العربية والخصوص الشرق الأوسط بأنه يؤثر تأثير إيجابي على ثقافتهم العامة بحيث قدرت هذه النسبة بـ 36.7% و 33.3% وتمثل أعلى النسب تقديراً من غيرها وهذا راجع إلى أنهم استفادوا من الحصص والبرامج المقدمة بشكل جيد في توسيع معارفهم وتنمية تفكيرهم وثقافتهم.

وقدرت نسبة المبحوثين من أفراد العينة الذين كانوا محايدين خاصة فيما يخص فكرتهم عن المجتمعات العربية وعن مجتمعهم بـ 31% ولم يحسموا القرار في التأثير الإيجابي بالنسبة لهم، فهم مترددين في الإفصاح عن مدى تأثيرها فيهم.

أما نسبة المبحوثين الذين يعارضون ويعارضون بشدة أن مجموعة MBC تؤثر تأثيراً إيجابياً على الآراء السياسية، وطريقة التفكير وأسلوب العيش والأولويات بـ 37.9% و 11.4% وتفسر هذه النتائج بأن القنوات لا يمكن أن تظهر كل ما يخص السياسة بحيث لا تنمي الوعي السياسي للمتلقين والسياسة أمر يمس الدولة بحد ذاتها، أما طريقة العيش فقط جعلت هؤلاء المراهقين طامعين في العيش مثل الإعلاميين والشخصيات التي تظهر خلال البرامج والحصص.

الجدول رقم 15 : يمثل السلوكات السلبية التي تقدمها أو تبثها MBC من خلال بعض البرامج:

النسبة المئوية			التكرار			السلوك
لا	أحياناً	دائماً	لا	أحياناً	دائماً	
20.6%	62%	17.2%	18	54	15	تضييع الوقت
39%	36.7%	24.1%	34	32	21	إهمال الفرائض الدينية
28.7%	42.5%	28.7%	25	37	25	عدم الاهتمام بالدراسة
44.8%	42.5%	12.6%	39	37	11	عدم تقدير العلم والعلماء
44.8%	29.8%	25.2%	39	26	22	العنف
42.5%	32.1%	25.2%	37	28	22	الفسق والانحراف
44.8%	37.9%	17.2%	39	33	15	الاسراف والتبذير
41.3%	39%	19.5%	36	34	17	الكذب
54%	27.58%	18.3%	47	24	16	الطمع
45.9%	39%	14.9%	40	34	13	الكره والحسد
52.8%	26.4%	20.6%	46	23	18	مصاحبة رفقاء السوء

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15)، أن السلوكات السلبية التي تقدمها أو تبثها MBC من خلال بعض البرامج تتمثل أولاً في عدم الاهتمام بالدراسة حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بـ (دائماً) بـ 28.7%، ونسبة 25.2% لكل من العنف، الفسق والانحراف، ليأتي بعدها السلوك السلبي المتمثل في إهمال الفرائض الدينية بنسبة قدرت بـ 24.1%، لتتوالى درجة كل من السلوكات السلبية التالية في النزول بتدرج، حيث بلغت نسبة مصاحبة رفقاء السوء بت 20.6%، الكذب بـ 19.5%، الطمع 18.3%، الإسراف والتبذير وهي نسب متقاربة مع التي قبلها، الكره والحسد قدرت نسبته بـ 14.9%، ليأتي سلوك عدم تقدير العلم والعلماء في آخر النسب بـ 12%، ويعود سبب إلى أن هذه المجموعة لها سلبيات وذلك حسب المبحوثين من خلال تأويلهم لما يعرض ويبث على أنه منافي لبيئتهم ومجتمعهم بصفتهم ينتمون إلى مجتمع عربي مسلم و مقيد بالشرعية الاسلامية.

يرى المبحوثين أن ما يقدم ويبث من خلال مجموعة MBC من سلوكات سلبية بصفة ليست دائمة نسبة 62% بالنسبة لسلوك تضييع الوقت، لتليها كل من فعل عدم الاهتمام بالدراسة، عدم تقدير العلم والعلماء بنفس النسبة والتي قدرت بـ 42.5%، لتحتل نسبة المبحوثين التي قدرت ما بين 30% و 40% والمتمثلة في اهمال الفرائض الدينية، الفسق والانحراف، الإسراف والتبذير، الكذب،

الكره والحسد، لتحتل كل من السلوكات التالية: مصاحبة رفقاء السوء، العنف والطمع  
المراتب الأخيرة بنسبة تتراوح ما بين 20% إلى 29%، ويعود السبب إلى وجود  
برامج، حصص وافلام تولد هذه السلوكات ويتعود عليها المشاهد دون أن يشعر  
بذلك. أما نسبة المبحوثين الذين أجابوا بـ لا، فتمثلت أكبر نسبة بـ 54% ناتجة عن  
سلوك الطمع، لتليها فعل مصاحبة رفقاء السوء بنسبة متقاربة جدا وقدرت بـ  
52.8%، لتحتل كل من السلوكات التالية نسب متقاربة والتي تتراوح ما بين 40%  
و50% وهي الكره والحسد، الكذب، الاسراف والتبذير، الفسق والانحراف، العنف،  
عدم تقدير العلم والعلماء، ثم يليها سلوك اهمال الفرائض الدينية بنسبة 39% ويحتل  
كل من سلوك تضييع الوقت، عدم الاهتمام بالدراسة، المراكز الأخيرة نسبة تتراوح ما  
بين 20% إلى 30% ويعود سبب إجابتهم إلى معارضتهم فكرة أن ما يبث ويعرض  
من خلال هذه البرامج يؤدي بنا إلى هذه السلوكات السلبية.

الجدول رقم 16 : يمثل سلوكات الايجابية التي تقدمها أو تبثها MBC من خلال

بعض البرامج:

النسبة المئوية			التكرار			السلوكات الإيجابية
لا	أحيانا	دائما	لا	أحيانا	دائما	
31%	51.7%	17.2%	27	45	15	الحياء
25.2%	42.5%	32.1%	22	37	28	التقوى والالتزام الديني
11.4%	44.8%	43.6%	10	39	38	طاعة الوالدين وصلة الرحم
14.9%	47.1%	37.9%	13	41	33	الوفاء بالعهد
8%	42.5%	49.4%	07	37	43	العطف
11.4%	44.8%	43.6%	10	39	38	التواضع
5.7%	25.2%	68.9%	05	22	60	الحب والحنان
5.7%	51.7%	42.5%	05	45	37	الاحسان والاكرام
11.4%	45.9%	42.5%	10	40	37	الصدق
4.5%	29.8%	65.5%	04	26	57	الطموح
4.5%	36.7%	58.6%	04	32	51	احترام الذات

نلاحظ من خلال رقم (16) أن السلوكات الايجابية التي تقدمها أو تبثها

مجموعة MBC من خلال بعض برامجها بصفة دائمة بالنسبة للمبحوثين تتمثل في

الحب و الحنا، الطموح، احترام الذات، العطف، طاعة الوالدين، الاحسان والكرم،

الصدق، هذه الصفات الحميدة قدرت نسبتها ما بين 40% و 60% يرجع المبحوثين

هذا السبب إلى أن هناك برامج تأخذ بعين الاعتبار المجتمع العربي، في حين كانت

نسبة كل من السلوكات التالية: الحياء، الالتزام الديني، الوفاء بالعهد بالنسبة

للمبحوثين من 17% إلى 38% في حين يرى المبحوثين أن الحياء، الوفاء بالعهد ، طاعة الوالدين، صلة الرحم، الصدق، التقوى و الالتزام الديني، التواضع سلوكات إيجابية لا تحملها معظم البرامج و لكن ليس بصفة دائمة حيث قدرت نسبتها ما بين 42% إلى 51%، لتأتي بعدها باقي السلوكات بنسب تتراوح ما بين 25% إلى 36% و ذلك راجع إلى كون المجموعة تحاول الحفاظ على طابعها العربي في أغلب برامجها مع جزء من التحضر.

أما نسبة المبحوثين الذين كان جوابهم بأن تلفزيون الشرق الأوسط MBC من خلال ما يعرض لا يعمل اي سلوكات ايجابية حيث يمثلون أقل النسب على سابقتها، يرى أغلب المبحوثين أن البرامج اختفت منها صفة الحياء وذلك نسبة قدرت بـ 31% لتليها باقي السلوكات أو الصفات، وهذا رابع إلى كون ما يبث من برامج وافلام مستوردة من دول أجنبية تسوق لثقافات غريبة.



الجدول رقم 17 : يمثل مجموعة MBC من خلال برامجها في حياتك الشخصية.

التغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	41	47%
لا	46	53%
المجموع	87	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم(17) أن نسبة المبحوثين الذين لم يتأثروا بما يعرض من برامج في مجموعة MBC بحيث قدرت هذه النسبة بـ 53% ويعود هذا إلى كون المبحوثين متمسكين بشخصيتهم وما يعرض عبارة عن تمثيل فقط وغير مطابق للواقع، أما نسبة المبحوثين الذين أثرت فيهم مجموعة MBC من خلال برامجها على حياتهم الشخصية ساء للأحسن أو للأسوء فبلغت 47%، ذلك راجع لكونهم في فترة مراهقة وحبهم للتقليد واضح بحيث تزداد في هذه المرحلة العمرية الرغبة في تجربة كل ما هو جديد.

الجدول رقم 18 : يمثل تقلد الشخصيات التي تظهر في البرامج التي تبث في

مجموعة MBC.

التغيرات	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	16	18%
أحياناً	38	44%
مطلقاً	33	38%
المجموع	87	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم(18)، أن رغبة المبحوثين في تقليد الشخصيات التي تظهر على شاشة MBC بصفة ليست دائمة قدرت نسبتها 44%، ويرجع المبحوثين سبب ذلك إلى الانبهار بالشخصية وحبهم الزائد لها سواء في اللباس، الجمال، الأخلاق وغيرها من مميزات الشخصية، لتأتي في المرتبة الثانية نسبة المبحوثين الذين لا يفضلون تقليد الشخصيات بصفة مطلقة بنسبة 38% وذلك راجع لكونهم يعارضون هذه الفكرة، لتحتل في المرتبة الأخيرة نسبة المبحوثين الذين نسبة شغفهم بالشخصيات بصفة دائمة حيث قدرت بـ 18%، وذلك التقليد راجع إلى حبهم وميولهم لشخصياتهم المفضلة رغبة في الوصول إلى ما وصلوا إليه.

الجدول رقم 19 : يمثل مشاهدة هذه القنوات يؤدي إلى:

المجموع	النسبة المئوية	التكرار	الشدة	العبارات
%100	18.3%	16	موافق بشدة	زيادة العزلة والانفرادية
	21.8%	19	موافق	
	24.1%	21	محايد	
	25.2%	22	معارض	
	10.3%	09	معارض بشدة	
%100	17.2%	15	موافق بشدة	التقليل من الصلة بالله
	22.9%	20	موافق	
	20.6%	18	محايد	
	19.5%	17	معارض	
	19.5%	17	معارض بشدة	

%100	%12.6	11	موافق بشدة	التقليل من احترام العائلة
	%20.6	18	موافق	
	%20.6	18	محايد	
	%24.1	21	معارض	
	%21.8	19	معارض بشدة	
%100	%14.9	13	موافق بشدة	التقليل من الوعي السياسي
	%20.6	18	موافق	
	%27.5	24	محايد	
	%19.5	17	معارض	
	%17.2	15	معارض بشدة	

يتجلى من خلال الجدول رقم (19)، أن المبحوثين الذين يوافقون ويوافقون بشدة أن مشاهدة هذه القنوات يؤدي إلى التقليل من الصلة بالله والدين وزيادة العزلة والانفرادية بحيث قدرا بـ 22% و 21% ويرجع ذلك إلى قضاء وقت طويل أمام شاشة التلفزيون.

كما أننا نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين محايدين من أفراد العينة خاصة فيما يخص التقليل من الوعي السياسي بحيث قدرت نسبة بـ 27.5% لأن هذه المجموعة تعطي وعي زائد ولا تستطيع إظهار كل الأمور السياسية بمصادقية وموضوعية.

كما تجدر الإشارة إلى أن المبحوثين الذين يعارضون ويعارضون بشدة بشأن مساعدة هذه القنوات تؤدي إلى زيادة العزلة والانفرادية والتقليل من احترام العائلة ويرجعه المبحوثين إلى أن هذه المجموعة وسيلة لتسليية والترفيه لا غير.

على خلفية معطيات الإطار التطبيقي، فقد تبين بأن القنوات الفضائية مجمع MBC تحمل في طياتها وثنائها جوانب إيجابية في مقابل أخرى سلبية، فخير هذه الوسائل يماثل شرها و مما تمخضت عنه الدراسة و ما يخمله تلفزيون الشرق الأوسط من جوانب مضيئة و إيجابية ما يلي:

- تساهم مجموعة تلفزيون الشرق الأوسط في إثراء الرصيد اللغوي للطالب.
- مجموعة MBC تساهم في ترقية الثقافة العامة للطالب.
- غرس الطموح في نفوس التلاميذ من خلال تشجيعهم وتعزيز روح المثابرة من أجل الوصول الى غاياتهم.
- إلغاء الحدود الزمانية والمكانية.
- تعطي الطالب فكرة عن المجتمعات الغربية من خلال التنوع في برامجها.
- إثراء شخصية الطالب في الحفاظ على هويته الوطنية والقومية.
- تحافظ على النمط التقليدي للمشاهدة من خلال ما تبثه.

#### الجوانب المظلمة و السلبية:

- إهمال الدراسة، والانشغال عن أداء الواجبات الدينية.
- تتسبب في بعض الاضرار كضعف البصر وذلك نتيجة الاطالة في الجلوس امامها،
- تضييع الوقت.

▪ تروج من خلال ما تبثه من برامج الى تدهور المستوى الأخلاقي نتيجة تصوير العلاقات المحرمة في إطار شرعي وهدم قيم الحياء و العفاف، دون مراعاة البيئة الاجتماعية للمشاهد العربي.

- ساهمت في شيوع الثقافة الاستهلاكية لدى الطالب من خلال كثرة الإعلانات.
  - تضخم في رسم صور المجتمعات العربية والغربية.
- و بناء على ما توصلنا اليه من نتائج و رغبة في توضيح بعض الأمور نقترح ما يلي:

- الإكثار من متابعة البرامج التي لها صلة بالقيم الحميدة ذات مضمون راقى.

■ يجب أن يكون هناك اعلام هادف بغرض التوعية والرفع من المستوى الثقافي العربي.

■ الحرص على تجنب برامج العنف والاثارة وكل ما يدعو إلى تدني المستوى الخلقى.

يجب على كل مكلف بصناعة البرامج التلفزيونية الخيالية دراسة سلبياتها على المجتمع بصفة عامة و الشباب بصفة خاصة لأنه العمود الفقري لأي مجتمع تتلائم مع سلوكه وعاداته قبل البث.

أ- مراجع :

1. أنجرس موريس، ترجمه صحراوي بوزيد و آخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط2، دار القصبية، الجزائر، 2006.
2. بن عبد الله الحري عبد الكريم، الأنترنت و القنوات الفضائية و دورها في الانحراف و الجنوح، ب ط، مكتبة العبكان، الرياض، 2003.
3. بوحوش عمار و محمود الذبيان محمد، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد ابحوث، د م ج، الجزائر، 1995.
4. حسن احسان محمد، الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي، ط1، دار الطليعة، بيروت، 1992.
5. حسين عواد فاطمة، الإعلام الفضائي، ط1، دار اسامة للنشر و التوزيع، الاردن 2010.
6. شاهين هبة، التلفزيون العربي الفضائي، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
7. صالح علي الأسد، انفجار القنوات العربية، الابعاد، الأهداف، التأثيرات الثقافية، ط1، دار غيداء، عمان، 2012.
8. طالة لمياء، الإعلام الفضائي و التعريب الثقافي، ط1، دار اسامة، عمان، 2014.

9. عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
10. عبد الرحمان عزي، عولمة المكان المركزي و تفكيك العلاقات القيمة و التاريخية مع الأرض في المنطقة العربية، بيروت، 2018.
11. عبد العزيز خواجه، مبادئ التنشئة الاجتماعية، د ط، دار الغرب، و هران، د سنة.
12. عبد الفتاح الهلباوي محمد، الاعلام ودوره في حل مشكلات المجتمع العربي، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2014.
13. عبد الفتاح كنعان علي، الاعلام والتنشئة الاجتماعية، ط1، دار الأيام، عمان، 2014.
14. عبد الفتاح كنعان علي، الفضائيات العربية و أثرها على المجتمع، ط1، دار المعتز، الأردن، 2014.
15. عبد النبي سليم، الاعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة، عمان، 2010.
16. الفاتح حمدي محمد، مجلة الدراسات الإعلامية القيمة المعاصرة، العدد الأول، دار وسيم، الجزائر، 2012.
17. مصباح عمار، التنشئة الاجتماعية و الانحراف الاجتماعي، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2010.



18. مصطفى عليان ربحي و محمد غنيم عثمان، مناهج و اساليب البحث العلمي النظرية، ط1، دار صفاء، جامعة البلقان التطبيقية، 2001.
19. منير حجاب محمد، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2010.
20. النيازي الصيفي حسن، الفضائيات العربية في عصر العولمة، الفرص و التعيينات، الواقع و الطموحات، ط1، دار إيتراك، القاهرة، 2008.
21. هلال مزاهر منال، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة، عمان، 2012.
22. حسن احسان محمد، الأسس العلمية لمناهج البحث العلمي، ط1، دار الطليعة، بيروت، 1992.

ب - مجلات :

23. المسفر محمد، أستاذ محاضر بجامعة قطر، تحليل الرسالة الإعلامية، تأثير الفضائيات العربية على الشباب العربي، مجلة المفكر، العدد الثالث، كلية الحقوق و العلوم السياسية، بسكرة.

ج- أطروحات و مذكرات :

24. بوعلي نصير، أثر البحث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري، دراسة ميدانية أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2002-2003.



جامعة مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الانسانية -

شعبة علوم الاعلام و الاتصال

تحية تقدير و احترام:

في إطار إعداد بحث أكاديمي حول تأثير القنوات الفضائية العربية مجتمع MBC، على التنشئة الاجتماعية لدى الشباب الجزائري نتقدم إليكم بهذا الاستبيان راجين منكم الاجابة عن الأسئلة التالية، علما بأن المعلومات المصرح بها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

يرجى قراءة العبارات بتمعن، و الإجابة عنها بصدق و عفوية، من خلال الإجابة المفتوحة أو وضع الإشارة في المكان المناسب.

السمات العامة.

1- الجنس :  ذكر  أنثى

2- السن : .....

3- المستوى التعليمي:

السنة الأولى ثانوي  السنة الثانية ثانوي  السنة الثالثة ثانوي

4- مكان الإقامة:  المدينة  الريف

## عادات و أنماط المشاهدة.

5- تشاهد تلفزيون الشرق الأوسط (MBC):

دائما  أحيانا  نادرا

6- فترات التعرض لهذه المجموعة:

الفترة الصباحية  فترة الظهر  فترة المساء

7- عدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة هذه القنوات (مجموعة MBC)

أقل من ساعة  ساعة  ساعتين  أكثر

8- تتعرض لهذه القنوات:

بمفردك  مع العائلة  مع الأصدقاء

9- القناة المفضلة لديك في مجموعة MBC :

.....

10- الأيام التي تزداد مشاهدتك لهذه المجموعة:

الأيام	الأكثر مشاهدة
السبت	
الأحد	
الاثنين	
الثلاثاء	

	الأربعاء
	الخميس
	الجمعة

11- هل تناقش ما يبث في مجموعة MBC مع الأصدقاء و العائلة ؟

دائماً  أحيانا  نادرا  لا يهم

12- المواد و البرامج التي تحرص على مشاهدتها في مجموعة MBC :

الإجابات	دائماً	أحيانا	لا
الأخبار و البرامج السياسية			
المسلسلات و الأفلام العربية			
المسلسلات و الأفلام الغربية ( المترجمة و المدبلجة)			
البرامج الرياضية			
البرامج الغذائية و الموسيقية			
البرامج الاجتماعية			
البرامج الثقافية العلمية و البرامج التعليمية			

المحور الثاني: التأثيرات والتغيرات.

13- هل تزاعي مجموعة MBC في مضامينها حاجاتك و رغباتك ؟

لا

نعم

14- في رأيك مشاهدة مجموعة MBC تؤثر تأثير إيجابي على:

معارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	موافق بشدة	الإجابات
					العادات والتقاليد
					الآراء السياسية
					العلاقات الاجتماعية مع العائلة و الاصدقاء
					فكرتك عن مجتمعك
					فكرتك عن المجتمعات العربية
					طريقة التفكير و أسلوب العيش و الأولويات
					ثقافتك العامة

15 - ما السلوكات السلبية التي تقدمها أو تبثها MBC من خلال بعض البرامج:

الإجابات	دائماً	أحياناً	لا
تضييع الوقت			
إهمال الفرائض الدينية			
عدم الاهتمام بالدراسة			
عدم تقدير العلم و العلماء			
العنف			
الفسق و الانحراف			
الإسراف و التبذير			
الكذب			
الطمع			
الكره و الحسد			
مصاحبة رفاق السوء			

16- ما السلوكيات الإيجابية التي تقدمها أو تبثها MBC من خلال بعض البرامج:

الإجابات	دائماً	أحياناً	لا
الحياء			
التقوى و الالتزام الديني			
طاعة الوالدين و صلة الرحم			
الوفاء بالعهد			
العطف			
التواضع			
الحب و الحنان			
الاحسان و الكرم			
الصدق			
الطموح			
احترام الذات			

17- هل غيرت مجموعة MBC من خلال برامجها في حياتك الشخصية ؟

لا

نعم



18- هل تحب أن تقلد الشخصيات التي تظهر في البرامج التي تبث في مجموعة

؟MBC

دائما  أحيانا  مطلقا

19- في رأيك إن مشاهدة هذه القنوات يؤدي إلى:

معارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	موافق بشدة	الإجابات
					زيادة الانفرادية و العزلة
					التقليل من الصلة بالله و الدين
					التقليل من احترام العائلة
					التقليل من الوعي السياسي