



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة غرداية
مجلة إسهامات للبحوث والدراسات
E-ISSN.2543- 3636 / P-ISSN.2543- 3539
<http://ishamat.univ-ghardaia.dz/index>



مجلة إسهامات للبحوث والدراسات

الثقافة العربية الإسلامية على خارطة بث الفضائيات العربية

دراسة ميدانية من وجهة نظر الشباب الجامعي في الجزائر

د. سلطان بلغيث، جامعة العربي التبسي، تبسة

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع حضور الثقافة العربية الإسلامية على خارطة بث الفضائيات العربية من وجهة نظر عينة من الشباب الجامعي الجزائري، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، ومن مجموع 950 طالبا وطالبة، طبقت الدراسة على عينة من (100) مبحوث، يمثلون مختلف التخصصات في الجامعة الجزائرية. كما استخدم الباحث أدوات الملاحظة والاستمارة في جمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

70% من المبحوثين يُفضلون القنوات العربية، ويرى 82 % من المبحوثين أن الفضائيات العربية ساهمت بدرجات متفاوتة في دعم مكتسباتهم اللغوية، في حين يرى 82% أن الفضائيات العربية تُساهم في ربط المشاهد بجذوره الثقافية العربية الإسلامية، بينما 98 % من المبحوثين يرون أن الفضائيات العربية تتناول مواد تتعلق بالتاريخ العربي الإسلامي.

الكلمات المفتاحية: الفضائيات، الثقافة، الثقافة العربية الإسلامية، الشباب، الشباب الجامعي، الجامعة.

Abstract

The study aimed to know the reality of the presence of Arab Islamic culture on the map of the broadcast of Arab satellite channels from the point of view of a sample of Algerian university youth. The researcher used descriptive analytical method. Of the total of 950 students, the study was applied to a sample of 100 respondents, University of Algeria. The researcher also used the observation notes and the form in the data collection.

The study reached the following results:

Seventy-two percent of the respondents prefer Arab channels, and 82% of the respondents believe that the Arab satellite channels contributed to varying degrees in supporting their language acquisition. 82% of the respondents believe that Arab satellite channels contribute to linking the viewer to his Arab-Islamic cultural roots, while 98% It deals with articles related to Arab and Islamic history.

Keywords: Satellite TV, Culture, Arab Islamic Culture, Youth, University Youth, University.

1- خلفية الدراسة ومشكلتها:

يعيش العالم مع مطلع القرن الواحد والعشرين على وقع ثورة في مجال تكنولوجيا الاتصال، فقد حرر البث المباشر المشاهدين من الانكفاء حول البرامج المحلية، وفتح لهم بدائل واسعة لتجسيد أذواقهم وميولهم، مما جعلهم يندفعون، وبشراهة أحياناً، للإقبال على ثقافة الآخر المغاير أو المساير، والتفتح على ضروب مختلفة من المعارف والمعلومات التي أضحت تتيحها حضارة الصورة ويوفرها مجتمع المعلومة.

وعلى الرغم من أن القنوات العربية سجلت حضورها ضمن هذا الزخم من الفضائيات المتعددة المشارب الفكرية والإيديولوجية، إلا أن هذا الحضور يكاد يكون حضور وسيلة أكثر منه حضور رسالة. وتؤكد اليونسكو في دراساتها أن "التلفازات العربية تستورد من الدول الأجنبية ما بين 40% و60% من مجموع البرامج التي تروج ضمن التلفاز" (نهوند، 2008)، ذلك أن الهيئات المُنفذة في العالم العربي الإسلامي تنفق بسخاء على القنوات كوسيلة، ويتردد الكثير منهم في دعم القنوات كرسالة حضارية، بكل ما تحمله من أبعاد فكرية وثقافية، "مما جعل الإعلام العربي يبدو في أغلب ممارساته وكأنه صيد سهل المنال لأحبولة الاختراق الثقافي الأجنبي الذي يستغل كثرة القنوات وقلة المحتويات لتمرير رسالته للجمهور العربي، وتشويش آلية الإدراك والتصور والسلوك الاجتماعي... والتشويش على نظام القيم، وتوجيه الخيال، وتنميط الذوق، وقولبة السلوك، والهدف تكريس نوع معين من الاستهلاك لنوع معين من المعارف والسلع والبضائع تشكل في مجموعها ما يُمكن أن نطلق عليه ثقافة الاختراق" (الجابري، 1998، ص17).

فالمعلومات هي القوة المرنة التي باتت في الظروف الراهنة تتوب عن مناجم الذهب والفضة، وتشكل عوامل الهيمنة والتبعية على الصعيد الكوني.

إن إدخال الثقافة إلى حلبة الصراع العالمي جعلها تقفز لتكون في صدارة المواجهة ضمن المشهد السمعي-البصري العالمي. ومن ثمة فإن ضمان الحضور المُشرف لثقافتنا في عصر الثورة الرقمية، لن يتأتى إلا بالمشاركة الإيجابية الفاعلة في تصميم المجتمع الراهن؛ حتى تكون للثقافة العربية الإسلامية

بصماتها، وتحقق حضورها في تشييد وإنجاز المشهد العالمي الراهن رؤية وتصورا، ممارسة وعملاً، من خلال تجسيد ذلك في عملية الإنتاج كرهان تتسابق عليه دول العالم.

إن القنوات الفضائية الأجنبية التي تمطر المشاهدين بوابل من المعلومات، تحمل مضامين فكرية وسياسية وأيديولوجية متباينة، قد لا تتفق في أغلب الأحيان مع عادات وتقاليد مجتمعنا العربي – الإسلامي مما يجعل وجود بدائل إعلامية لامتنعاص أوقات الفراغ لدى المشاهد ولاسيما فئة الشباب أكثر من ضرورة. من خلال تبصير الشباب العربي ولاسيما الجامعي منه بحقيقة الذات الحضارية العربية- الإسلامية وتوعيته بما يجري حوله من تطورات.

ومن ثمة فإن تكريس وسائل الإعلام الثقيلة متمثلة في الإعلام المرئي للاستفادة من خدماتها وإمكاناتها المعرفية والثقافية أمر في غاية الأهمية، إذ إن استثمار الفضائيات العربية بمنهجية ممكن في التعريف بالثقافة العربية الإسلامية ونشرها على نطاق واسع بين الشباب العربي ولاسيما الجامعي منه. ولعل توجهاً كهذا من شأنه أن يُسهم في دفع عجلة الثقافة خطوات إلى الأمام، لاسيما بعد التصالح بين الفعل الثقافي والعمل الإعلامي الذي يتيح حضوراً لا بأس به للمادة الثقافية على الركب الإعلامي.

ونظراً للتزايد الملحوظ للفضائيات العربية، وعدم توفر دراسات علمية أكاديمية تهتم بمعالجة الملف الثقافي في وسائل الإعلام المرئية العربية في حدود اطلاعنا. وبالنظر إلى أن الشباب عامة والشباب الجامعي خاصة يمثل نسبة كبيرة من المجتمع الجزائري، وبناء على أهمية هذه الشريحة في المجتمع حاضراً ومستقبلاً. فإن هذا البحث يتبنى محاولة تهدف إلى استكشاف دور الفضائيات العربية في خدمة الثقافة العربية- الإسلامية من وجهة نظر الشباب الجامعي، إذ إن الدراسة تتوخى معرفة مدى اعتماد الشباب الجامعي على الثقافة التلفازية التي تتيحها الفضائيات العربية كمصدر للمعرفة والثقافة الإسلامية. وكذا مدى تفاعل الشباب الجامعي كفئة مثقفة مع تراثه وثقافته كرافد من روافد بناء هويته الثقافية، وصيانتها والاعتزاز بها في مواجهة التحديات الوافدة.

2- أسئلة الدراسة:

1- هل معدل إقبال الشباب الجامعي على التلفاز يفوق معدل تعرضه لوسائل الاتصال الأخرى (صحافة، إذاعة، فيديو، كتب، انترنت)؟

2- هل يتعرض للفضائيات العربية ينهي رصيد الشباب الجامعي في اللغة العربية؟

3- هل تُسهم الفضائيات العربية في تعريف الشباب الجامعي بتراثه العربي الإسلامي؟

4- هل متابعة القنوات الفضائية العربية له علاقة بإدراك الشباب الجامعي لأحداث التاريخ

الإسلامي؟

5- هل تعرض الشباب الجامعي للفضائيات العربية يؤدي إلى زيادة وعيه الديني؟

3- أهداف الدراسة:

- 1- معرفة مدى اعتماد الشباب الجامعي على الثقافة المرئية التلفازية كمصدر من مصادر المعرفة والثقافة الإسلامية.
- 2- الاطلاع على مستوى الثقافة العربية الإسلامية لدى طلبة الجامعة .
- 3- تجلية دور الفضائيات العربية في زيادة معلومات المشاهدين حول التاريخ العربي الإسلامي.
- 4- معرفة مدى تفاعل الشباب الجامعي مع تراثه كرافد من روافد مواجهة الاختراق الإعلامي والغزو الثقافي.
- 5- إيضاح دور الفضائيات العربية في تنمية وعي الشباب الجامعي بالدين الإسلامي.

4- التعريفات الإجرائية للبحث:

الفضائيات العربية : هي القنوات الفضائية المملوكة لدول، أو أشخاص، أو هيئات عربية، يخضع بعضها للحكومات العربية، بينما يُدار بعضها الآخر من خلال رأس المال الخاص، سواء كانت عامة أو متخصصة، تبث برامجها من داخل العالم العربي أو خارجه، وتذيع برامجها باللغة العربية، وتستقبلها الأطباق الهوائية في الجزائر.

الثقافة العربية –الإسلامية : هي تلك المعلومات والأفكار وأنماط السلوك التي حصل عليها، أو تعلمها ، أو تمثلها المبحوث من خلال مشاهدته للقنوات الفضائية العربية، والتي تسهم في تنمية معارفه ذات الصلة بمكونات هذه الثقافة (الدين الإسلامي، اللغة العربية، التراث العربي الإسلامي، التاريخ الإسلامي...).

الشباب الجامعي: فئة من الطلبة الجامعيين تتراوح أعمارهم بين 18-30 سنة، ذكورًا وإناثًا، من كل التخصصات العلمية في الجامعة الجزائرية، يزاولون تعليمهم في السنة الأخيرة من دراستهم الجامعية.

الجامعة: مؤسسة تعليمية تضم عددًا من الكليات (أو المعاهد) والأقسام، تقدم لطلابها تعليمًا عاليًا نظريًا وعمليًا، وتتولى إعدادهم للتعامل مع الحياة العملية بكل متطلباتها وتحدياتها من خلال تطوير قدراتهم وتنمية معارفهم وصقل مواهبهم، وتمنحهم درجات، وشهادات في مختلف المجالات العلمية.

5-المنهج المستخدم في البحث:

بالنظر إلى طبيعة الدراسة والأهداف التي تتوخى تحقيقها، والمتمثلة في معرفة واقع الدور الذي تضطلع به الفضائيات العربية في نشر الثقافة العربية- الإسلامية في أوساط الشباب الجامعي؛ فإن المنهج الأكثر ملاءمة في دراسة هذا النوع من الظواهر هو المنهج الوصفي التحليلي، إذا ما تعلق الأمر بالجانب النظري، أو الميداني من خلال جمع البيانات المتعلقة بآراء المبحوثين، وكذا تحليل هذه البيانات وتفسيرها والتعليق عليها والمقارنة بينها، لاستخلاص دلالاتها وأبعادها السوسولوجية، والتوصل إلى النتائج التي تدعمها.

6-العينة وطريقة اختيارها:

بعد حصر أعداد طلبة السنوات النهائية في مختلف أقسام الجامعة، والبالغ عددهم 950 طالبا وطالبة، وبالنظر لتجانس مجتمع البحث، تم سحب عينة ممثلة بطريقة عشوائية طبقية. بنسبة 10 % تتكون من 100 طالب وطالبة.

7- محددات الدراسة:

1-7- المحدد الجغرافي: جامعة الشيخ العربي التبسي، الواقعة بولاية تبسة

2-7- المحدد البشري: طلاب وطالبات جامعة تبسة

3-7- المحدد الزمني: السنة الجامعية 2015-2016 .

8- أدوات جمع البيانات :

1-8- استمارة البحث

تتكون الاستمارة من ناحية الشكل من أربعة محاور في ثلاثين سؤالاً، فضلا عن أسئلة البيانات الشخصية. وقد بدأت بأسئلة حول حجم إقبال المبحوثين على الفضائيات؛ ثم أسئلة لمعرفة دور الفضائيات العربية في تنمية معلومات المبحوثين الخاصة بلغتهم العربية.

لنخلص في النهاية إلى رصد الدور الذي لعبته هذه الفضائيات في بث الوعي الديني لدى المبحوثين ونمو معارفهم الدينية.

وقد تمت المراجعة النهائية للاستمارة من أساتذة مختصين، إذ أقر هؤلاء الخبراء بصلاحيّة الاستمارة لقياس ما وضعت لقياسه، وبالتالي فقد اعتمدنا على صدق المحكمين، ومادامت الاستمارة صادقة فهي ثابتة.

2-8- الملاحظة بالمُعاشرة:

أفادتنا هذه الأداة في التعرف عن كثر على المستوى الثقافي واللغوي، وملاحظة الكثير من الأنماط السلوكية التي تصدر عن المجتمع الطلابي الجامعي، ورصد مدى انسجامها مع روح الثقافة

الإسلامية.

9- الدراسات السابقة:

هناك العديد من الأبحاث التي تناولت الفضائيات العربية:

دراسة عبدالله بوجلال (بوجلال، 1994) بعنوان: الشباب الجزائري وبرامج التلفاز الأجنبي التي هدفت إلى معرفة عادات وأنماط تعرض الشباب الجزائري لبرامج القنوات التلفازية الأجنبية، والآثار التي تحدثها تلك البرامج على اتجاهات الشباب ومعارفهم وقيمهم وسلوكاتهم. وقد كان حجم العينة 664 شابًا ثانويًا ذكورًا وإناثًا، و استخدم الباحث منهج المسح الوصفي والمنهج السببي المقارن، كما استخدم استماراتي الاستبانة والمقابلة. وقد أظهرت النتائج ما يأتي:

أجاب (97,59 %) من المبحوثين بأنهم يشاهدون برامج القنوات الأجنبية.

جاءت الألعاب في المرتبة الأولى، تلتها الأفلام وأخذت المنوعات الموسيقية والغنائية المرتبة الموالية، ثم البرامج العلمية تلتها المسلسلات ثم الأخبار ثم البرامج الثقافية.

أما دراسة البطريق (البطريق، 1996) بعنوان القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية، فقد حاولت الإجابة عما إن كانت الفضائيات الدولية بكل محتوياتها تهدد الهوية الثقافية والذات الوطنية. وقد تكونت عينة الدراسة من 150 مفردة من مختلف الفئات الاجتماعية، واستخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي بشقيه الوصفي والتحليلي، مع صحيفة الاستقصاء؛ وخلصت الدراسة إلى أن نسبة مشاهدة الفضائيات الأوروبية (55,3 %)، كما جاء المضمون الترفيهي والترويحي في المرتبة الأولى ضمن البرامج المفضلة من عينة الدراسة بنسبة (43 %). كما لوحظ تراجع عادة القراءة لدى الإناث بنسبة أكبر من الذكور.

ومن جهتها هدفت دراسة عبد القادر بن الشيخ و محمد حمدان (ابن الشيخ وحمدان، 1997) بعنوان: الجمهور العربي والبرث التلفازي المباشر عبر القنوات الفضائية. إلى رصد الانعكاسات الثقافية والاجتماعية للبرث التلفازي المباشر. وتكونت عينة الدراسة من 400 مفردة مأخوذة من أربعة أقطار بطريقة العينة الحصصية (Quota).

واستخدم منهج المسح الاجتماعي والمنهج المقارن. ووظف صحيفة الاستبانة؛ وقد بينت النتائج: انخفاض حجم مشاهدة القنوات الوطنية مقابل القنوات العربية والأجنبية.

التعامل مع البرامج الدينية في أغلب التلفازات العربية يختلف من قطر لآخر، إذ تنخفض نسبة المتابعة لدى المبحوثين إلى ثلث المستجوبين، ولاسيما الشباب، وتقتصر متابعتها على الكهول، أما المضامين التربوية فهي أقل حظًا مقارنة بحجم المشاهدة التي تحظى بها البرامج الدينية.

في حين هدفت دراسة بلغيث (بلغيث، 1998) بعنوان: جمهور المعلمين والفضائيات إلى معرفة

عادات وأنماط مشاهدة المعلمين لبرامج الفضائيات، ومدى تأثير المشاهدة على بعض الأنشطة الأخرى التي يمارسها المعلم كالقراءة والاستماع إلى الراديو وارتياح السينما، وهل للمشاهد حصانة ثقافية إزاء ما يتعارض مع قيمه الحضارية من رسائل إعلامية أجنبية؟ وقد تكونت عينة الدراسة من 100 مفردة، واستخدم الباحث منهج السح الوصفي، وكذا أدوات الاستمارة، المقابلة، الملاحظة؛ وخلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

تصدر دافع الانفتاح على العالم الخارجي والاحتكاك الثقافي مع الحضارات الأخرى، أسباب الإقبال على مشاهدة الفضائيات بنسبة 78 % من العينة المدروسة.

تحتل القنوات العربية المرتبة الأولى ضمن تفضيلات المشاهدة، تليها القنوات الفرنسية ثم تأتي القنوات الناطقة بلغات أخرى مثل الإنجليزية والألمانية والتركية والإيطالية.

يشاهد المبحوثون الفضائيات لزيادة معلوماتهم في المقام الأول بنسبة (93 %) ويأتي دافع التسلية في الدرجة الثانية بنسبة (44 %).

التعليق على الدراسات السابقة:

الدراسات السابقة تناولت عادات وأنماط مشاهدة الجمهور للفضائيات العربية بصورة عامة دون التركيز على دور بعينه كالدور الثقافي، أو السياسي، أو التربوي...الخ.

أغلب الدراسات تتفق حول الدور الذي أدته الفضائيات العربية في تغيير عادات وأنماط المشاهدة لدى الجمهور بمختلف أطيافه. وإيقاظ جزء من وعيه الخامل من خلال لفت اهتمامه ببعض القضايا والمشكلات التي كانت مغيبة عنه ضمن أجندة الإعلام الرسمي لسنوات خلت.

اختلفت الدراسات السابقة بشكل نسبي بشأن طبيعة وحجم التحول الذي طرأ على عادات وأنماط المشاهدة التلفازية، وكذا تفضيلات المشاهدين بين القنوات العربية والقنوات الأجنبية، وتراتبية البرامج بالنسبة للمتلقين، وأثار ذلك على قيم المجتمع العربي الإسلامي.

عدم تسليط الضوء العلمي حول واقع التعامل الذي يبديه المجتمع الجامعي، ولا سيما طلبة الجامعة إزاء الرسالة التنويرية الثقافية للفضائيات العربية كمتغير إعلامي له وقعه المؤثر في المشهد السمعي – البصري العربي والعالمي.

لقد استفادت الدراسة الراهنة من الدراسات السابقة في تحديد بعض المفاهيم، والأهداف، وبلورة بعض الفرضيات. وكذا بعض الاقتراحات والتوصيات التي شكلت نقطة الانطلاق لبلورة إشكالية الدراسة الحالية. إلا أن هناك اختلافاً بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية يتمثل فيما يأتي:

الدراسة الحالية تحاول استكشاف واقع الدور الذي تضطلع به الفضائيات العربية في نشر

الثقافة العربية الإسلامية، وهو توجه نوعي في البحث يتوخى رصد دور الفضائيات العربية من زاوية طبيعة الزاد الثقافي الذي تقدمه لمشاهديها.

10- الدراسة الميدانية:

1- هل معدل إقبال الشباب الجامعي على التلفاز يفوق معدل تعرضه للوسائل الإعلامية الأخرى؟

جدول (1): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للوسيلة الإعلامية المفضلة لديهم في الحصول على المعلومات.

النوع			ذكور			إناث			المجموع		
وسائل الإعلام المفضلة	ك	%	ت	%	ك	ت	%	ك	%	ت	
التلفاز	17	19.10	1	25.17	36	1	22.84	53		1	
الإنترنت	13	14.60	6	20.97	30	2	18.53	43		2	
الكتاب	16	18	2	17.48	25	3	17.67	41		3	
الصحيفة	15	16.85	3	13.98	20	4	15.08	35		4	
الإذاعة	14	15.73	4	13.98	20	4	14.65	34		5	
الفيديو	14	15.73	4	8.39	12	6	11.20	26		6	
السينما	-	-	-	-	-	-	-	-		-	
مجموع التكرارات	89	100	-	143*	100	-	100	232		-	

*- يُلاحظ في بعض الجداول –ومنها الجدول أعلاه- زيادة عدد التكرارات على عدد المبحوثين، وذلك بسبب طبيعة الأسئلة ذات الخيارات المتعددة، أو الأسئلة المفتوحة، التي تستدعي أكثر من إجابة للسؤال الواحد أحياناً، لذلك وجب التنبيه إلى أن المجموع في بعض الجداول يُمثل عدد الإجابات وليس عدد المبحوثين.

يتضح من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم(01): أن التلفاز يحتل المركز الأول ضمن تفضيلات أفراد العينة من الجنسين(22.84%)، أما الإنترنت فقد احتلت المركز الثاني (18.53%) في حين جاء الكتاب في المرتبة الثالثة(17.67%)، تليه الصحيفة والإذاعة والفيديو والسينما على التوالي.

وتشير النتائج أعلاه إلى المكانة التي يحتلها، والحظوة الاجتماعية التي ينفرد بها ضمن اهتمامات المبحوثين، ، فمشاهدة التلفاز باتت عادة تلازم الحياة اليومية للإنسان المعاصر، وهذا ما يُرشحه لأن يقوم بدور مميز، من حيث قدرته على التأثير، والمساهمة في تشكيل الأفكار والرؤى والقيم.

وتتسق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسات أخرى على الصّعيدين العربي والعالمي من أن

"الانتشار الكبير للوسائل السمعية البصرية أدى إلى تحول مهم من ثقافة المكتوب إلى ثقافة الصورة... وأصبح المسلك الرئيسي للثقافة يمر عبر الوسائل السمعية البصرية" (عنايت، 1984، ص132)

جدول (2): يبين توزيع عينة الدراسة حسب القنوات التي يفضلون مشاهدتها.

النوع القنوات المفضلة	ذكور			إناث			المجموع		
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
قنوات عربية	20	66.66	1	50	71.42	1	70	70	1
قنوات وطنية	06	20	2	15	21.42	2	21	21	2
قنوات أجنبية	04	13.33	3	05	7.14	3	09	9	3
المجموع				30			70		100

تبين معطيات الجدول رقم(04). أن القنوات الفضائية العربية تعد أكثر القنوات التي تفضل عينة الدراسة مشاهدتها، إذ بلغت نسبة مشاهديها 70%، أما القنوات الوطنية فقد جاءت في المركز الثاني بنسبة 21 % لتحل القنوات الأجنبية في المرتبة الثالثة بنسبة 9 % . وتفسير ذلك أن الانتشار المتنامي للفضائيات العربية، ولاسيما الخاصة والمتخصصة منها، اعكس على تنوع البرامج والمضامين وتوفر البدائل الإعلامية الأمر الذي فتح أعين المشاهدين على كثير من القضايا الحساسة التي عاشت ردحًا من الزمن في طي الكتمان.

وتنسجم هذه المعطيات مع النتائج التي خلصت إليها الدراسة الميدانية التي قام بها معهد الدراسات الإستراتيجية الشاملة بالجزائر على عينة من المشاهدين الجزائريين في مطلع التسعينيات، والتي اتضح من خلالها أن "72 % من المبحوثين يتابعون برامج الفضائيات، كما ذكر 82.8 % من المبحوثين أن الفضائيات تُقدم إعلامًا أكثر من القناة الوطني (INESG,1993) ، بمعنى أن ظاهرة الانفتاح الإعلامي وتعدد بدائل المشاهدة تمثل بالنسبة للمشاهد لحظة مفصلية في الانعتاق الفكري، أنهت حقبة من الانكفاء حول قناة واحدة ورأي واحد ولون واحد حرم المشاهد من توسيع افقه الإعلامي والثقافي.

جدول(3): يبين توزيع أفراد العينة وفقًا للقنوات التي يُفضل المبحوث مشاهدتها باستمرار.

النوع القنوات المُشاهدة	ذكور			إناث			المجموع		
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت

1	29	29	1	30	21	2	26.66	08	اقرأ
2	23	23	4	15.71	11	1	40	12	الجزيرة
3	20	20	2	24.28	17	4	10	03	سورية
4	13	13	3	18.57	13	-	-	-	MBC
5	11	11	5	11.42	08	4	10	03	العربية
6	04	04	-	-	-	3	13.33	04	MBC2
	-	100	-	-	70	-	-	30	المجموع

*- تجدر الإشارة إلى أنه مع كثرة القنوات العربية و صعوبة عرض أسمائها في الاستمارة، فقد طُلب إلى المبحوث أن يذكر خمس قنوات تحظى بأفضلية المشاهدة بالنسبة إليه، تاركين له الحرية في الاختيار دون تزويده بأسماء قنوات معينة.

حسب بيانات الجدول أعلاه فقد جاءت قناة اقرأ في المركز الأول في الترتيب العام بنسبة 29 %، في حين حلت الجزيرة في المرتبة الثانية بنسبة 23 %، ويعكس هذا الإقبال الشبابي الكثيف على قناة اقرأ كقناة يغلب على برامجها الطابع الديني التوعوي، إلى حاجة ملحة لدى المبحوثين للتشبع بالكثير من المعلومات المتصلة بالقضايا الإسلامية، التي يوجد الكثير منها في الجزيرة أيضاً؛ مما يجعل مسؤولية الفضائيات العربية كبيرة في ترقية الوعي الجماهيري، والمساهمة الإيجابية في البناء الاجتماعي. ولا شك أن اعتماد المبحوثين بكثافة على قنوات إخبارية مثل: الجزيرة، والعربية وأخرى دينية مثل: اقرأ، وأخرى متنوعة مثل: MBC، سورية، يغذيه نزوع المبحوثين إلى إدكاء معارفهم، فهذه القنوات تطرح قضايا سياسية واجتماعية وثقافية ودينية متنوعة، وتتناول مسائل ذات صلة بالدين والحياة والمجتمع، مما يُسهم في إثراء معارف المشاهد.

جدول(4): يبين توزيع أفراد العينة وفقاً لطبيعة البرامج المشاهدة من الفضائيات العربية.

النوع البرامج المشاهدة	ذكور			إناث			المجموع		
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
الأخبار	18	16.36	1	22	14.66	1	40	15.38	1
الحصص الخاصة	15	13.66	2	20	13.33	3	35	13.46	2
الأفلام	14	12.72	3	20	13.33	3	34	13.07	3
المسلسلات	12	10.90	6	22	14.66	1	34	13.07	3

الموسيقى	12	10.90	6	20	13.33	3	32	12.30	5
ألعاب	13	11.81	5	18	12	6	31	11.92	6
أفلام وثائقية	12	10.90	6	16	10.66	7	28	10.76	7
الرياضة	14	12.72	3	12	8	5	26	10	8
المجموع	110	100		150	100		260	100	

من خلال قراءة بيانات الجدول رقم(4).تتكشف لنا النتائج الآتية:

حظيت الأخبار بالأفضلية الأولى في المشاهدة بالنسبة للبرامج المفضل مشاهدتها من قبل عينة الدراسة بنسبة 15.38% من العينة، بينما جاءت الحصص الخاصة في المرتبة الثانية ضمن البرامج المفضل مشاهدتها لدى المبحوثين بنسبة 13.46%، في حين حلت المسلسلات في المركز الثالث بنسبة 13.07% ؛ مع تفوق لنسبة الإناث المتابعين للمسلسلات 14.66 % مقارنة بالذكور 10.90 % .مما يؤكد أن المسلسل يعد واحداً من أكثر المواد التلفازية التي تلقى إقبالا لدى عينة الدراسة. ويتفق هذا مع ما جاء في دراسة أجريت في الكويت أظهرت "أن 97.5 % من مجمل الأفراد الذين يشاهدون التلفزيون يتابعون التمثيليات أو المسلسلات التي يقدمها التلفاز"(إمام، 137، 1975).

ومن جهتها، جاءت الأفلام في الصف الثالث بنسبة 13.07%، وفي المرتبة الرابعة جاءت الموسيقى بنسبة 12.30%، أما المركز الخامس فكان من نصيب الألعاب بنسبة 11.92 % ؛ وحصلت الأفلام الوثائقية على المرتبة السادسة بنسبة 10.76%. كما حظيت البرامج الرياضية بالترتيب السابع بنسبة 10%.

ولا يخفى علينا أن المواد البرمجية المذاعة عبر الفضائيات عبارة عن أوعية تنصهر داخلها المعاني ثم يُعاد إنتاجها اجتماعياً عبر جملة المحتويات التي يتلقاها الجمهور، مما ينعكس في بناء السلوك الثقافي ويؤثر في اتجاهات المشاهدين، هذا الإعلام يمارس فعله الاجتماعي والنفسي والسياسي، ويترك آثاره وبصماته الظاهرة والخفية على المجتمعات.

جدول(5): يُبين توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى تأثير مشاهدتهم للفضائيات على بعض الأنشطة الأخرى.

نوع	ذكور			إناث			المجموع		
التأثير	سلبي	إيجابي	لم يؤثر	سلبي	إيجابي	لم يؤثر	سلبي	إيجابي	لم يؤثر
الأنشطة المتأثرة									

المطالعة	18	12	-	46	22	02	64	34	02
%	60	40	-	65.71	31.42	2.85	64	34	2
النوم	22	08	-	55	05	10	77	13	10
%	73.33	26.66	-	78.57	7.14	14.28	77	13	10
العلاقات مع الأصدقاء	10	20	-	22	40	08	32	60	08
%	33.33	66.66	-	31.42	57.14	11.42	32	60	8
العلاقات الأسرية	08	18	04	22	38	10	30	56	14
%	26.66	60	13.33	31.42	54.28	14.28	30	56	14

توضح قراءة بيانات الجدول رقم(5): أن 64 % من المبحوثين يقرون أن مشاهدتهم للتلفاز أثرت سلبًا على المطالعة، بينما قال 34 % أنها أثرت إيجابًا، في حين ذكر 2 % أنها لم تؤثر.

أما الذين قالوا بأن مشاهدة التلفاز أثرت سلبًا على النوم، فقد بلغت نسبتهم 77% ، في مقابل 13 % قالوا إنها أثرت إيجابًا، بينما ذكر 10 % أنها لم تؤثر.

في حين ذكر 60 % من المبحوثين أن مشاهدة التلفاز أثرت إيجابًا على العلاقات مع الأصدقاء، في مقابل 32 % قالوا إنها أثرت سلبًا ، بينما ذكر 8 % أنها لم تؤثر.

أما الذين قالوا إن مشاهدة التلفاز أثرت إيجابًا على العلاقات الأسرية، فقد بلغت نسبتهم 56 %، في مقابل 30 % قالوا إنها أثرت سلبًا، في حين رأى 14 % أنها لم تؤثر.

وهكذا تكون عملية المشاهدة مدعاة لتقوية الألفة الاجتماعية، وتنمية فن التواصل والصدقة، والتعارف الاجتماعي الهادف والمفيد بين الأفراد في المجتمع، لاسيما إذا ما علمنا أن الأسرة العربية على خلاف الأسرة الغربية تمتاز بقوة الروابط العائلية بين أفرادها، وتعد صلة الرحم من القيم التي تحظى بالتبجيل في المجتمع الجزائري على الرغم من التأثيرات الوافدة التي حاولت الإضعاف من التجذر الاجتماعي لهذه القيمة، وربما هذه واحدة من الإنجازات التي تُحسب للقنوات العربية، وهي أنها أسهمت بمضامينها ولو جزئيا في تطويع سلطة المرئي لصالح تعزيز آليات انتماء الفرد لأسرته ومجتمعه والارتباط به.

2- هل التعرض للفضائيات العربية ينمي رصيد الشباب الجامعي في اللغة العربية؟

جدول(6): يبين توزيع أفراد العينة وفقًا لاستجاباتهم بشأن الأثر اللغوي لمشاهدة الفضائيات العربية.

النوع			ذكور			إناث			المجموع		
ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
الاستجابة حول الأثر اللغوي للفضائيات العربية											
إلى حد ما	20	66.66	1	30	42.85	1	50	50	1	50	50
نعم	08	26.66	2	24	34.28	2	32	32	2	32	32
لا	0	-	-	10	14.28	3	10	10	3	10	10
دون رأي	02	6.66	3	06	8.57	4	08	8	4	08	8
المجموع	30	100		70	100		100	100		100	100

يبين الجدول رقم(5): أن 50 % من المبحوثين يرون أن الفضائيات العربية وفقت إلى حد ما في دعم مكتسباتهم اللغوية، في حين قال 32 % أن الفضائيات العربية وفقت في نشر اللغة العربية، أما نسبة الذين نفوا أن يكون للفضائيات أي إسهام في نشر اللغة العربية فقد بلغت 10 %. وقد بلغت نسبة الذين امتنعوا عن الإدلاء برأيهم 8 %.

ويمكن تفسير هذه الأرقام على الشكل الآتي:

ذكر المبحوثون الذين قالوا بأن الفضائيات العربية لها أثر في مستواهم اللغوي ، بأنهم تمكنوا من خلال المشاهدة من معرفة مفردات لغوية جديدة في العربية، لاسيما من خلال مشاهدة بعض حصص المسابقات والألعاب الفكرية والمسلسلات التاريخية، ونشرت الأخبار، وبعض الحصص التي تسلط الضوء على قضايا لغوية وأدبية ، مثل "أوراق أدبية"(المجد)، "لآلي الشعر"(أبيات مختارة من عيون الشعر العربي)، "بحر اللغة"(المحور)، "برنامج افتح يا سمسم"، "مدينة القواعد" ، "لغتنا الجميلة"، "كلمات ودلالات" ، "فُرسان الشعر"...الخ. ومن ثمة فإن نسبة 82 % من المبحوثين تُقر بوجود مرودية لغوية لظاهرة الفضائيات العربية.

جدول(7): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لأسماء البرامج والقنوات التي يرون أن لها إسهاماً في نشر العربية الفصحى.

البرامج	النوع	ذكور			إناث			المجموع		
	القنوات	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
الشریعة والحیة	الجزیرة	15	33.33	1	12	12.24	4	27	18.88	1
مشكلات من الحیة	اقرأ	-	-	-	20	20.40	1	20	13.99	2

الكواسر والجوارح	سورية	-	-	-	20	20.40	1	20	13.99	2
من سيرج المليون	أبوظبي	-	-	-	20	20.40	1	20	13.99	2
نقطة نظام	العربية	08	17.78	3	10	10.20	5	18	12.58	5
بلا حدود	الجزيرة	-	-	-	10	10.20	5	10	6.99	6
الاتجاه المعكس	الجزيرة	10	22.22	2	-	-	-	10	6.99	6
حصاد اليوم	الجزيرة	08	17.78	3	-	-	-	08	5.59	8
دون رأي	-	04	8.89	5	06	6.12	7	10	6.99	
مجموع التكرارات		45			98			143		

جاء برنامج الشريعة والحياة(قناة الجزيرة) في المركز الأول ضمن قائمة البرامج التي يرى الباحثون أن لها إسهامًا في نشر العربية الفصحى بنسبة 18.88 %، يليه برنامج مشكلات من الحياة(قناة اقرأ) بنسبة 13.99 %، كما احتل برنامج من سيرج المليون(قناة أبوظبي) هو الآخر المركز الثاني بنفس النسبة، وكذا برنامج الكواسر والجوارح(قناة سورية)، في حين جاء برنامج نقطة نظام (قناة العربية) في المرتبة الخامسة بنسبة 12.58 %، بينما احتل برنامج الاتجاه المعاكس (الجزيرة) المرتبة السادسة إلى جانب برنامج بلا حدود بنسبة 6.99 %، واحتل برنامج حصاد اليوم (الجزيرة) المرتبة التاسعة بنسبة 5.59 %، في حين امتنع 6.99 % عن الإدلاء بأرائهم حول هذا السؤال.

ولاشك أن هذه القنوات وتلك البرامج أسهمت مع غيرها في إغناء لغة الباحثين بمعلومات جديدة، فهم يرون أن مسلسلات من قبيل الكواسر والجوارح فتحت مجالات خصبة لإنتاج المعاني، وفتح دوائر النقاش والحوار بشأن جوانب مهمة من تاريخ المجتمع العربي الإسلامي. والخروج من روتين مسلسلات الصالونات التي تتطرق للمسائل الاجتماعية المتعلقة بالحياة اليومية والتي تركز أكثر على اللهجات المحلية.

جدول(8): يُبين توزيع أفراد العينة وفقًا لأسماء البرامج* والقنوات التي يرون أنها تسهم في نشر اللهجات المحلية.

البرامج	النوع	ذكور			إناث			المجموع		
		ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت

السينما والناس	روتانا	15	29.41	1	25	25	2	40	26.50	1
الفهامة	الجزائر	10	19.61	3	25	25	2	35	23.17	2
جل البرامج	LBC	-	-	-	30	30	1	30	19.86	3
جل المسلسلات	مصر	12	23.52	2	10	10	4	22	14.57	4
مرايا	سورية	08	15.69	4	-	-	-	08	5.30	5
دون رأي	-	06	11.77	5	10	10	4	16	10.60	
مجموع التكرارات		51			100			151		

*- بالنظر لكثرة برامج القنوات الفضائية العربية صعوبة عرض كل أسمائها في الاستمارة، فقد طُلب إلى المبحوث أن يذكر القنوات التي يرى من وجهة نظره أنها تُسهم في نشر العامية واللهجات المحلية، تاركين له الحرية في الاختبار دون تزويده بأسماء برامج معينة.

حسب معطيات الجدول رقم(8). فقد احتل برنامج السينما والناس الذي تبثه قناة روتانا في مقدمة البرامج التي يرى المبحوثون أنها تُسهم في نشر اللهجات المحلية بنسبة 26.50 % ، يليه في الصف الثاني برنامج الفهامة القناة الجزائرية 23.17%. يليه في الصف الثالث جل البرامج في القناة اللبنانية 19.86%، وفي المرتبة الرابعة جل المسلسلات في القناة المصرية 14.57%، يليه برنامج مرايا في القناة السورية بنسبة 5.30%. في حين امتنع 10.60% من المبحوثين عن الإجابة.

فالبرامج المذكورة آنفًا تغلب اللهجة المحلية فيها على اللغة العربية، واستُغلت الفضائيات من بعض الأشخاص لتكون منابر لتسويق هذه اللهجات، رغبة في سيادة النزعة القطرية على النزعة القومية حتى يبدو للمتابع وكأن هذه الفضائيات تتنافس في توسيع نطاق انتشار العاميات على حساب اللغة العربية الفصحى!

2- هل تسهم الفضائيات العربية في تعريف الشباب الجامعي بالتراث العربي الإسلامي

جدول(9): يُبين توزيع أفراد عينة البحث وفقًا لآرائهم حول مدى إسهام الفضائيات العربية في الارتباط بالجزور الثقافية والحضارية العربية الإسلامية.

النوع			ذكور			إناث			المجموع		
ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
18	60	1	40	57.14	1	58	58	1	58	58	1
06	20	2	18	25.71	2	24	24	2	24	24	2
06	20	2	12	17.14	3	18	18	3	18	18	3
30	100		70	100		100	100		100	100	

حسب الجدول(9). يرى أغلب المبحوثين بنسبة 58 % أن الفضائيات العربية تُسهم إلى حد ما في ربط المشاهد بجذوره الثقافية العربية الإسلامية، في حين أكد نسبة 24 % بإجابة نعم أن الفضائيات العربية تُسهم إلى حد ما في ربط المشاهد بجذوره الثقافية العربية الإسلامية، بينما قال 18 % أن الفضائيات العربية لا تُسهم في ربط المشاهد بجذوره الثقافية العربية الإسلامية.

وتؤكد هذه النتائج أن الفضائيات لها دور مهم في ربط الصلة بين أبناء المجتمع العربي، وتاريخهم الثقافي والحضاري، مما يترجم أهمية النظام الإعلامي كمعلم لنقل التراث الاجتماعي من جيل إلى الجيل التالي، بما يتضمنه هذا التراث من أنماط سلوكية، ومعلومات وعادات وتقاليد معينة يكاد يكون لها قوة القانون.

جدول(10): يبين توزيع أفراد العينة وفقاً للبرامج والقنوات العربية التي يرون أنها ساهمت في إحياء التراث العربي الإسلامي.

البرامج		النوع		ذكور			إناث			المجموع		
		القنوات		ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
الشريعة والحياة	الجزيرة	20	24.09	1	30	25.86	1	50	25.12	1		
على خطى الحبيب	اقرأ	18	21.69	3	30	25.86	1	48	24.12	2		
دنيا ودين	مصر	20	24.09	1	25	21.55	3	45	22.61	3		
روائع القصص	اقرأ	-	-	-	20	17.24	4	20	10.05	4		

5	7.53	15	-	-	4	18.07	15	الشارقة	عُظماء في التاريخ
6	5.52	11	5	9.48	11	-	-	اقراً	كان يا ماكان
7	5.02	10	-	-	5	12.04	10	اليمن	سجاياء عربية
		199			116		83		مجموع التكرارات

كما توضح بيانات الجدول (10). فقد جاء برنامج الشريعة والحياة (الجزيرة) في الصف الأول بنسبة 25.12%، يليه برنامج على خطى الحبيب (اقراً) بنسبة 24.12%، ثم يأتي برنامج دنيا ودين (مصر) بنسبة 22.61%، وجاء في المرتبة الرابعة برنامج روائع القصص (اقراً) بنسبة 10.05%، وفي الصف الخامس جاء برنامج عُظماء في التاريخ (الشارقة) بنسبة 7.53%، في حين احتل برنامج كان يا ما كان (اقراً) المرتبة السادسة بنسبة 5.52% بينما جاء برنامج سجاياء عربية (اليمن) في المرتبة السابعة بنسبة 5.02%.

فكل من هذه البرامج التي ذكرها المبحوثون تقدم جرعات ثقافية، وتنفض الغبار عن جوانب من التراث العربي الإسلامي عليها تسهم في تنمية وعي الأجيال الشابة على الخصوص بأهمية الالتفات إلى تراثهم العريق والاهتمام به.

4- هل متابعة الفضائيات العربية له علاقة بإدراك الشباب الجامعي لأحداث التاريخ العربي الإسلامي

جدول (11): يبين توزيع أفراد العينة وفقاً لآرائهم حول ما إذا كانت الفضائيات العربية تتناول مواد تتعلق بالتاريخ العربي الإسلامي.

النوع الآراء	ذكور			إناث			المجموع		
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
بعضها	14	46.66	2	35	50	1	49	49	1
القليل منها	16	53.33	1	25	35.71	2	41	41	2
أغلبها	-	-	-	08	11.42	3	08	08	3
لا واحدة	-	-	-	02	2.86	4	02	02	4
المجموع	30			70			100		

جاءت نسبة الذين قالوا إن بعض من الفضائيات العربية تتناول مواد برامجية تتعلق بالتاريخ العربي الإسلامي في المركز الأول بنسبة 49%، في حين بلغت نسبة الذين قالوا إن القليل منها تتناول

مواد برامجية تتعلق بالتاريخ العربي الإسلامي 41 %، فيما قالت نسبة 8 % من المبحوثين إن أغلب الفضائيات العربية تتناول مواد برامجية تتعلق بالتاريخ العربي الإسلامي، في حين بلغت نسبة من قالوا لا واحدة من الفضائيات العربية تتناول مواد تتعلق بالتاريخ العربي الإسلامي 2 %.

وبناء على هذه المعطيات يمكن القول أن:

أغلبية المبحوثين 98 % يرون أن الفضائيات العربية تتناول مواد تتعلق بالتاريخ العربي الإسلامي، مع التفاوت حول حجم البرامج والقنوات المساهمة في ذلك.

جدول(12): يبين توزيع أفراد عينة البحث وفقاً للبرامج والقنوات العربية التي يرون أن لها إسهاماً في فهم وإدراك أحداث التاريخ الإسلامي.

البرامج	النوع	ذكور			إناث			المجموع		
		ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
فيلم الرسالة	جل القنوات العربية	30	37.5	1	60	34.28	1	90	35.29	1
قصص الأنبياء	اقرأ	25	31.25	2	50	28.57	2	75	29.41	2
الأئمة الأربعة	دي	15	18.75	3	30	17.14	3	45	17.64	3
أهل الكهف	اقرأ	-	-	-	20	11.42	4	20	7.84	4
رابعة العدوية	مصر	-	-	-	15	8.57	5	15	5.88	5
رجل الأقدار	جل القنوات	10	12.5	4	-	-	-	10	3.92	6
مجموع التكرارات		80			175			255		

جاء فيلم الرسالة الذي بثته أغلب القنوات العربية في صدارة المحتويات الدرامية التي يرى المبحوثون أن لها إسهاماً في فهم وإدراك أحداث التاريخ الإسلامي بنسبة 35.29 %. يلها قصص الأنبياء(اقرأ) بنسبة 29.41 %، ثم الأئمة الأربعة (دي) بنسبة 17.64 %، وفي المرتبة الرابعة أهل الكهف(اقرأ) بنسبة 7.84 %، يليه رابعة العدوية (مصر) بنسبة 5.88 %، وأخيراً رجل الأقدار(جل القنوات) بنسبة 3.92 %.

وفي ذلك دلالة على أن الفضائيات العربية تمكنت من خلال بعض محتوياتها على الأقل من

إشباع حاجة المشاهد إلى الاطلاع على بعض الجوانب المهمة من التاريخ الإسلامي المليء بالدروس والعبر.

5- هل تعرض الشباب الجامعي للفضائيات يؤدي إلى زيادة وعيه الديني؟

جدول(13): يبين توزيع أفراد العينة وفقاً لآرائهم حول إسهامات البرامج الدينية في الفضائيات العربية.

النوع			ذكور			إناث			المجموع		
ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
إسهامات البرامج الدينية في الفضائيات العربية											
تنمية معلومات المشاهد حول سيرة الرسول(ص)	22	37.93	1	40	41.23	1	62	40	1	40	62
تعميق الصلة بكتاب الله	20	34.48	2	30	30.92	2	50	32.25	2	32.25	50
التعرف على بعض الأحكام الفقهية المهمة	16	27.58	3	27	27.83	3	43	27.74	3	27.74	43
مجموع التكرارات	58	100		97	100		155	100		100	155

يرى 40% من المبحوثين أن البرامج الدينية التي تبثها الفضائيات العربية تسهم في تنمية معلومات المشاهد حول سيرة الرسول(ص)، بينما يرى 32.25% أنها تؤدي إلى تعميق الصلة بكتاب الله، في حين يرى 27.74% أنها تفيد التعرف على بعض الأحكام الفقهية المهمة.

ولعل كل هذه المزايا التي تتوفر عليها برامج الفضائيات العربية بإمكانها أن تسهم في تنمية معارف المشاهد حول ثقافته، وتوسيع مداركه حول عقيدته، وسيرة رسوله، وتوفر له المزيد من المعلومات حول قضايا الساعة في إطار الرؤية الشرعية حتى يتعامل مع واقعه انطلاقاً من الإطار المرجعي الثقافي الذي يحكمه.

جدول(14): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لآرائهم بشأن الفضائيات العربية التي نجحت في نشر بعض القيم الإسلامية.

القنوات		أقرأ		المجد		الفجر		الشارقة		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	القيم
التوبة وزيادة الإقبال على العبادات	67	71.27	21	22.34	2	2.12	4	4.25	94	100	
الزيادة الملحوظة لارتداء الحجاب الشرعي	56	67.46	16	19.27	2	2.40	9	10.84	83	100	
الالتزام الديني لدى الشباب	49	62.82	18	23.07	2	2.56	9	11.53	78	100	
مجموع التكرارات	172		55		6		22			255	

جاءت قناة أقرأ في مقدمة القنوات التي نجحت في نشر قيمة التوبة وزيادة الإقبال على العبادات بنسبة 71.27 %، وقيمة الزيادة الملحوظة لارتداء الحجاب الشرعي بنسبة 67.47 %، وقيمة الالتزام الديني لدى الشباب بنسبة 62.82 %. تلها قناة المجد بنسبة 22.34 % في نشر قيمة التوبة وزيادة الإقبال على العبادات، و 19.27 % بالنسبة لقيمة الزيادة الملحوظة لارتداء الحجاب الشرعي، و 23.07 % بالنسبة لقيمة الالتزام الديني لدى الشباب. فيما احتلت قناة الشارقة المركز الثالث بنسبة 11.53 % في نشر قيمة الالتزام الديني لدى الشباب و 10.84 % لقيمة الزيادة الملحوظة لارتداء الحجاب الشرعي، و 4.25 % بالنسبة لقيمة التوبة وزيادة الإقبال على العبادات، وحلت قناة الفجر في الصف الرابع بنسبة 2.12 % لقيمة التوبة وزيادة الإقبال على العبادات ونسبة 2.40 % لقيمة الزيادة الملحوظة لارتداء الحجاب الشرعي ونسبة 2.56 %، لقيمة الالتزام الديني لدى الشباب؛ والحقيقة أن هذه القيم السابقة تصب كلها في خانة الالتزام بالدين من خلال الإقبال على مختلف الطاعات

والعبادات التي تعكس التزام المبحوثين بمنهج الإسلام عبر تشبعهم بالثقافة الإسلامية، وهي من القيم الإلزامية في عموميات الثقافة التي يدل تمسك الأفراد المبحوثين بها على مدى التزامهم بالقيم الروحية والعقائدية في ثقافتهم العربية الإسلامية، وهذا يدل على أن بعض القنوات العربية وإن كانت قليلة إلا أنها أدت دورًا مهمًا في نشر التوعية الإسلامية لدى المشاهد، والتأثير الإيجابي على فكر المتلقي وبناء ثقافته الإسلامية من خلال إقناعه بضرورة العودة إلى الدين والالتزام به كمنهج حياة.

جدول(15): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة وفقًا للقيم التي يرون أن الشباب تعرفوا عليها عبر الفضائيات العربية.

المجموع			إناث			ذكور			النوع	
									القيم	
1	17.47	47	1	18.64	33	1	15.21	14	التعاون	ممارسات
6	9.66	26	6	6.77	12	1	15.21	14	الأمانة	
4	11.89	32	3	13.55	24	5	8.69	08	الإخلاص	
2	13.38	36	3	13.55	24	4	13.04	12	الصدق	
6	9.66	26	6	6.77	12	1	15.21	14	التراحم	
10	1.48	04	-	-	-	10	4.34	04	الشجاعة	
5	10.78	29	5	11.86	21	5	8.69	08	الكذب	مبادئ
9	5.57	15	8	5.08	09	7	6.52	06	الأناية	
3	12.26	33	2	15.25	27	7	6.52	06	اللامبالاة	
8	7.80	21	6	8.47	15	7	6.52	06	الظلم	
		269			177			92	مجموع التكرارات	

كما يوضح الجدول أعلاه فقد حازت قيمة التعاون على المرتبة الأولى بنسبة 17.47 %، مع تفوق نسبة الإناث 18.64 % على الذكور 15.21 %؛ ولا غرو في ذلك فالتعاون قيمة راسخة في المجتمع الجزائري المسلم، الذي يُمثل التعاون بمثابة الإسمت المسلح الذي يقوي اللحمة الاجتماعية ويوحد الأحاسيس والمشاعر، أما قيمة الصدق فقد حلت في الصف الثاني بنسبة 13.38 %، ويظهر أن نسبة الإناث 13.55 % متقدمة على نسبة الذكور 13.04 %.

وقد احتلت اللامبالاة المرتبة الثالثة ضمن قائمة القيم التي يرى المبحوثون أن الشباب تعرفوا عليها من خلال الفضائيات العربية بنسبة 12.26 %، مع تسجيل تفوق نسبة الإناث 15.25 % على الذكور 6.52 %.

وجاءت قيمة الإخلاص في المرتبة الرابعة بنسبة 11.89 %، ويلاحظ أن نسبة تأكيد الإناث لهذه

القيمة 13.55% أكبر من نسبة تأكيد الذكور 8.69% .

وفي المرتبة الخامسة جاء الكذب بنسبة 10.78%، مع تفوق نسبة الإناث 11.86% القائلات بأن الشباب تعرف على الكذب من خلال متابعته لبرامج الفضائيات العربية على نسبة الذكور 8.69%. ولاغرو في ذلك فجّل المسلسلات والأفلام تطفح بسيل من القيم السلبية، ومن بينها الكذب الذي يصور في هذه الأعمال الدرامية على أنه ذكاء وفطنة وحيل مشروعة للخروج من المأزق في كثير من الأحيان.

وحلت الأمانة والتراحم في المرتبة السادسة، يليه الظلم فالأنانية، فالشجاعة. والواقع أن مسألة التأثير الذي تحدثه الفضائيات قضية نسبية، صعبة القياس، تتباين من فرد لآخر ومن بيئة ثقافية لأخرى، ولذلك فإن الحديث عن تأثير برنامج ما على المشاهدين، مسألة تخضع لطبيعة الاختلافات الموجودة بين البشر، مما يتطلب التزام الحيطة والحذر أثناء تعميم بعض الأحكام المتصلة بتأثير برامج ومضامين التلفاز على المشاهد.

جدول(16): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمحتويات الفضائيات العربية التي أثرت في

تفكيرهم وغيرته.

البرامج	النوع	ذكور			إناث			المجموع		
		ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
قبل أن تُحاسبوا	اقرأ	10	12.5	4	33	27.5	1	43	21.5	1
صُناع الحياة	اقرأ	15	18.75	2	27	22.5	2	42	21	2
ونلقى الأحبة	اقرأ	20	25	1	09	7.5	4	29	14.5	3
الشرعية والحياة	الجزيرة	15	18.75	2	09	7.5	4	24	12	4
كلام من القلب	اقرأ	-	-	-	21	17.5	3	21	10.5	5
تجويد القرآن	المجد	10	12.5	4	09	7.5	4	19	9.6	6
دنيا ودين	مصر	10	12.5	4	03	2.5	8	13	6.5	7
صفوة الصفوة	الشارقة	-	-	-	03	2.5	8	03	1.5	9
دون رأي	-	-	-	2	06	05	7	06	03	8
مجموع التكرارات		80			120			200		

حسب الجدول(16). جاءت قناة اقرأ في المركز الأول من خلال استئثارها بجُل البرامج التي أثرت

في تفكير عينة البحث وغيرته من خلال المضامين الآتية: قبل أن تحاسبوا 21.5% ، صُناع الحياة 21% ، نلقى الأحبة 14.5% ، كلام من القلب 10.5% ، ليكون إجمالي الذين عبروا عن تأثرهم من

خلال متابعة هذه البرامج 67.5 %، وتشكل هذه النسبة الأغلبية المطلقة من المبحوثين. مما يجعل قناة اقرأ رائدة القنوات التي تحظى بأولوية المشاهدة لدى العينة المدروسة.

وتأتي برامج قناة الجزيرة في الصف الموالي، ولأسيما منها برنامج الشريعة والحياة بنسبة 12%، يلي ذلك برنامج تجويد القرآن الذي تبثه قناة المجد بنسبة 9.6 %، وفي الصف الموالي يأتي برنامج دنيا ودين الذي تبثه قناة مصر بنسبة 6.5 %، وفي المرتبة الأخيرة يأتي برنامج صفوة الصفوة الذي تبثه قناة الشارقة بنسبة 1.5 %، أما نسبة الذين امتنعوا عن الإدلاء بأرائهم فقد كانت 3 %.

وتفسير ذلك أن مشاهدة برامج الفضائيات العربية لم تكن مجرد فرجة ترفيهية عابرة هدفها ترفيهية أوقات الفراغ وحسب، بل إن تأثير هذه المشاهدة تعدى إلى حث عينة الدراسة على قراءة واقعهم في ضوء ما تلقوه من معلومات، وولد فيهم الرغبة الجامحة في تغيير هذا الواقع، وهكذا تمت ترجمة الرغبة في التغيير من فكرة إلى سلوك وممارسة لدى المبحوثين.

جدول (17): يبين توزيع عينة الدراسة وفقاً للاقتراحات التي يرونها كفيلة بتحسين الأداء الثقافي للإعلام العربي المرئي المعاصر للنهوض بالثقافة العربية الإسلامية.

النوع			ذكور			إناث			المجموع		
الاقترحات	ك	%	ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك
زيادة حجم البرامج الدينية ذات البعد التوعوي	16	45.71	1		36	1	41.37	52	42.62		1
تأهيل مُقدمي برامج الشباب متشبعين بالثقافة الإسلامية	05	14.28	3		15	2	17.24	20	16.40		2
برامج تتعلق بالتاريخ الإسلامي والحضارة الإسلامية	08	22.85	2		12	4	13.79	20	16.40		2
عدم التعامل مع الفن المبتذل وتشجيع الفن الراقي كبديل	04	11.42	4		09	5	10.34	13	10.65		5
دور رأي	02	5.71	5		15	2	17.24	17	13.93		4
مجموع التكرارات	35				87			122			

كما تعكسه بيانات الجدول أعلاه فإن نسبة مرتفعة من المبحوثين 42.62 % يقترحون زيادة

حجم البرامج ذات الطابع الديني بغرض الإسهام في توعية المشاهدين، ولإسيما الشباب منهم والتقليل من مخاطر تفشي الآفات الاجتماعية في أوساطهم.

كما اقترح 16.40 % ضرورة زيادة حجم البرامج التي تلقي الضوء على التاريخ والحضارة الإسلامية في محاولة لربط جيل الشباب بتراثهم العريق والتخفيف من آثار الإعصار الإعلامي الوافد الرامي إلى اقتلاع الأجيال من ذاتهم وتغريبهم عن أصالتهم. واقترح 16.40 % أيضا ضرورة تأهيل كوادر إعلامية شابة متشعبة بالفهم الصحيح لروح الإسلام مع فقه وفهم لمفردات الواقع المعيش، قوامه الإلمام بالثقافة العربية الإسلامية فكراً وممارسة، في حين امتنع 13.93 % من المبحوثين عن الإدلاء باقتراحاتهم حول هذه النقطة.

وإجمالاً فكثرة القنوات الفضائية لا يعني بحال بلوغ المتلقي مرحلة الإشباع الثقافي والإعلامي، وتطوير معارفه، لاسيما مع تدافع موجات الثقافة الاستهلاكية في الفضائيات العربية الساعية إلى توسيع دائرة المتعاملين معها من خلال جاذبية الشكل وسطحية المضمون.

11- نتائج الدراسة:

- جاءت الإنترنت 43% والتلفاز 41 % في مقدمة المصادر الإعلامية التي يثق المبحوثون في معلوماتها. مما يرسّحها لأن تكون أكثر تأثيراً في صناعة المعرفة الاجتماعية، وتوجيه السلوك العام، من خلال زخم المعلومات والمعارف الذي تقدمه.

- نسبة 70 % من المبحوثين الذين شملتهم الدراسة يُفضلون القنوات العربية، فيما يحرص 21 % على متابعة القنوات الوطنية (الرسمية)، ويشاهد 9 % القنوات الأجنبية. وهو ما يجعل من الفضائيات العربية جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للمشاهد العربي. وبالتالي يكون لها دورها في بناء وبرمجة وعي المتلقي.

- جاءت قناة اقرأ في المرتبة الأولى من بين القنوات التي تحرص عينة الدراسة على مشاهدتها باستمرار، بنسبة 29 % تليها قناة الجزيرة القطرية بنسبة 23 %. وحلت القناة السورية في الصف الثالث بنسبة 20 %، وقناة MBC في المركز الرابع بنسبة 13 %، وقناة العربية في المرتبة الخامسة بنسبة 11 %، وقناة MBC2 في المرتبة السادسة بنسبة 4 %.

- احتلت الأخبار صدارة البرامج المفضلة من المبحوثين بنسبة 15.38 %، تليها الحصص الخاصة بنسبة 13.46 % ثم الأفلام والمسلسلات بنسبة 13.07 %، وجاءت بعدها الموسيقى بنسبة 12.30 % ثم الألعاب بنسبة 11.92 %، فالأفلام الوثائقية بنسبة 10.76 %، وأخيراً الرياضة بنسبة 10 %.

- على قلة البرامج ذات المحتوى الثقافي الخصب في الفضائيات العربية، فإن المبحوثين يُسجلون إقبالاً على بعض البرامج الجادة ذات الزخم المعلوماتي، في بعض القنوات العربية من مثل برنامج فتاوى على الهوى، صنّاع الحياة (قناة اقرأ) 20 %، الاتجاه المعاكس (قناة الجزيرة) 15.79 %... وغيرهما.

- ترى نسبة 51% من المبحوثين أن خطاب الفضائيات يغلب عليه خليط من اللهجات، مسجلين جملة من المآخذ على لغة بعض الفضائيات العربية كتفشي الأخطاء اللغوية باستمرار، واستعمال العامية الفجة. ومع ذلك يُقر 82 % من المبحوثين أن للفضائيات العربية أثراً لغوياً على مشاهديها، بينما يرى 40% منهم أن الفضائيات مكنتهم من تعلم مهارات جديدة في اللغة العربية، مما يؤكد أن المبحوثين يوظفون مشاهدتهم للفضائيات العربية في دعم وتعزيز مكتسباتهم اللغوية والمعرفية.

ويأتي برنامج الشريعة والحياة في صدارة البرامج 18.88% التي كان لها إسهام في نشر العربية الفصحى من خلال حسن التقديم ومهارة استخدام اللغة، وحُسن اختيار الضيوف. وكذا مسلسل الكواسر والجوارح بنسبة 13.99%. وغني عن البيان أن هذه المقومات التاريخية للهوية الثقافية من لغة، وتراث... لن تكتسب حيويتها وفعاليتها بالتغني بها لفظياً فحسب، بل بإعادة استدماجها عملياً كي تُصبح مركبات أساسية ومرتكزات حية فاعلة في صياغة الواقع الاجتماعي الثقافي الراهن للمجتمع العربي الإسلامي. وتحمل الفضائيات العربية العبء الأكبر في ترجمة وصياغة هذا الواقع.

- ترى نسبة 82% من المبحوثين أن الفضائيات العربية تُسهم من خلال المحتويات التي تبثها في ربط المتلقي بتراثه الثقافي والحضاري، وذكر 66 % أن معلوماتهم حول التراث العربي الإسلامي زادت بمشاهدتهم للفضائيات العربية. وهذا مؤشر إيجابي يُحسب لصالح القنوات العربية التي شكلت -من خلال بعثها للتراث وإحياء عناصر القوة فيه وتفعيلها- الجسر الموصل لبناء لحصانة الثقافية لدى الشباب، وتأمين التعامل الرشيد مع مشروع التنميط الثقافي العالمي للأجيال الناشئة.

- ترى نسبة 98% من المبحوثين أن بعض البرامج في بعض القنوات العربية تقدم إسهاماً في تعريف المشاهد بالتاريخ الإسلامي. وتباين مستويات هذا الإسهام بين المبحوثين؛ لأن هذه الطفرات الإيجابية في عمل الفضائيات العربية يجب أن تلقي بظلالها على تلك الإفرازات السلبية في حياتنا الثقافية الناجمة عن الانفتاح غير العقلاني على الثقافة الإلكترونية (عبر الفضائية) والتي وسعت المسافة بين الثقافة والإعلام، وأذكت من حدة التعصب للثقافات المحلية في مرحلة البث الفضائي المفتوح، وهي عصبية لا تكتفي بتوسيع رقعة المسافة بين ثقافة عربية وثقافة عربية أخرى، أو بين ثقافة نخبة وثقافة نخبة أخرى وإنما زادت توتراً وصراعاً.

- بعض القنوات العربية، وإن كانت قليلة، إلا أنها أدت دوراً مهماً في نشر التوعية الإسلامية لدى المشاهد، والتأثير الإيجابي على فكر المتلقي وبناء ثقافته الإسلامية من خلال إقناعه بضرورة العودة إلى الدين، والالتزام به كمنهج حياة. وبمقارنة حصيلة القيم الإيجابية بالقيم السلبية الواردة في الجدول (15) يتضح أن المبحوثين يرون أن إيجابيات الفضائيات العربية تفوق في مجملها سلبياتها.

ويتضح ذلك من خلال تنامي تيار الوعي الديني في المجتمع، لأن مظاهر التدين الخالية من الوعي

الديني تحول دون تمكن القلب البشري من استشفاف المقدس في صفحات الكون وفي ذات الإنسان.

12-التوصيات:

- توسيع دائرة البحث والدراسة الخاصة بتأثير الفضائيات العربية على الصعيدين الإقليمي والعالمي، بهدف الرصد الدقيق لدور الفضائيات في أداء رسالتها الثقافية على تلك الأصعدة. ودعم المبادرات الإنتاجية الجادة مادياً، وترشيدها فكرياً.

- العمل على تلبية حاجات الشباب الترفيهية والثقافية بما ينسجم مع قيمه الثقافية والحضارية.

- وضع مخططات منظمة وواضحة الأهداف. تتوخى نشر الثقافة الإسلامية والدفاع عنها في ظل تفاعلات وتحديات البيئة الدولية الراهنة والمستقبلية.

- تأهيل القنوات العربية وجعلها في مستوى قادر على منافسة الفضائيات الغربية، وتطوير الوظائف التي يضطلع بها التلفاز حتى يتكامل مع غيره من وسائل الاتصال التقليدية والحديثة في القيام بدوره التثقيفي في عصر المعلومات وذلك من خلال تفعيل دوره في إحياء كل مقومات الثقافة الإسلامية من لغة وتاريخ، وزي، وأثاث، والتزام الآداب الإسلامية في مختلف علاقات الإنسان بالآخرين وجعلها تسري في حياة المجتمع.

- تهمين إيجابيات الفضائيات العربية ودعمها في نفوس الناشئة، والعمل على تحجيم السلبات والتقليل من انعكاساتها على المشاهدين.

- ضرورة ارتقاء الفضائيات العربية بذوق المشاهد العربي، من خلال التزامها بمتواضعات الأسرة العربية ذات التقاليد الإسلامية، وتعزيز القيم الإيمانية، فالتربية الراشدة لهذا الجيل هي صمام الأمان في عصر العولمة.

المراجع:

- 1- نهوند، القادري عيسى (2008). قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 2- الجابري، محمد عابد (1998). العولمة والهوية الثقافية: عشر أطروحات، مجلة المستقبل العربي، ع228، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ص17.
- 3- بوجلال، عبد الله (1994). الشباب الجزائري وبرامج التلفزيون الأجنبي، مجلة بحوث، ع3، الجزائر، معهد الإعلام والاتصال.
- 4- البطريق، نسمة احمد (1996). "القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية"، القاهرة، مجلة البحوث والدراسات العربية، ع26.

- 5-ابن الشيخ، عبد القادر و حمدان. محمد(1997) ، الجمهور العربي والبت التلفزيوني المباشر عبر القنوات الفضائية، تونس، سلسلة منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية.
- 6-بلغيث، سلطان (1998). "جمهور المعلمين والفضائيات"، (رسالة ماجستير غير منشورة) ، جامعة قسنطينة، الجزائر.

7-عنايت راجي(1984)، هذا الغد العجيب، القاهرة: دار الشروق، ص132.

8-Algérie. INESG(1993); Les enjeux de la Télévision Satellitaire en Algérie.