

الرأسمال الأخلاقي في وسائل الإعلام العربية
دراسة تحليلية وميدانية لعينة من البرامج الترفيهية وتأثيراتها من منظور قيمي

أ. يحيى تقي الدين.

جامعة محمد بوضياف، المسيلة،

تاريخ النشر: 01 ديسمبر 2018	تاريخ القبول: 13 جوان 2018	تاريخ الارسال: 13 ماي 2018
ملخص:		
<p>أوجدت القنوات التلفزيونية الفضائية منذ أوائل التسعينيات في المنطقة العربية مشهدا ثقافيا و سياسيا مثيرا من الناحية التاريخية، إذ سحبت هذه الأخيرة الكثير من النفوذ الذي كان يمارس في الواقع الاجتماعي والثقافي المتصور إلى هذا المجال الرمزي الأوسع، و أدخل أنماطا من الرؤى و البنيات الثقافية التي أصبحت تشكل باستمرار بعيدا عن المورثات و المحددات التاريخية الحضارية الأخرى، وتحول هذا الفضاء الجديد إلى مجال استقطاب تنافس عليه أطراف عدة إن في مجال تأسيس بنى وصور ذهنية جديدة و كسب عقول الأفراد و تسويق رؤى ذات أهداف ثقافية و سياسية معينة، أو في نطاق الدعاية خاصة في زمن الحرب و الصراعات الإقليمية الدولية. وقد يكون من المبرر في الوضع الحالي اعتبار الفضائيات المتغير المستقل الذي يولد انعكاسات حاسمة في مجال البناء الثقافي الجماهيري و التأثير على الوعي الجماعي تجاه قضايا المجتمع و الأمة لذا وجب ربطها بالجانب الأخلاقي وهو ما سنتعرض إليه في هذه الدراسة، من خلال معرفة تجليات الرأسمال الأخلاقي في هذه الفضائيات انطلاقا من دراسة تحليلية وميدانية للبرامج الترفيهية.</p>		
الكلمات المفتاحية: الرأسمال، الأخلاق، البرامج الترفيهية، الفضائيات.		
Abstract:		
<p>Since the early 1990s, satellite television channels in the Arab region have created a historically exciting cultural and political scene. The latter withdrew much of the influence that was exercised in the social and cultural reality envisaged in this broader symbolic area, and introduced patterns of cultural visions and structures that Has become a constant away from the genes and other historical and cultural determinants, and this new space has become a field of polarization with several parties in the field of establishing new mental structures and images, gaining the minds of individuals and marketing visions with specific cultural and political goals, Especially in time of war and international regional conflicts. It may be justified in the current situation to consider the independent variable satellite which generates critical repercussions in the field of cultural construction of the mass and influence on the collective awareness towards society and the nation so it must be linked to the moral aspect, This study, through knowledge of the manifestations of moral capital in these satellite channels from an analytical and field study of entertainment programs.</p>		
key words: Capital, Moral, Entertainment programs, Satellite TV.		

مقدمة:

أوجدت القنوات التلفزيونية الفضائية منذ أوائل التسعينيات في المنطقة العربية مشهدا ثقافيا و سياسيا مثيرا من الناحية التاريخية ، إذ سحب هذه الأخير الكثير من النفوذ الذي كان يمارس في الواقع الاجتماعي و الثقافي المتصور إلى هذا المجال الرمزي الأوسع ، و أدخل أنماطا من الرؤى و البنيات الثقافية التي أصبحت تشكل باستمرار بعيدا عن المورثات و المحددات التاريخية الحضارية الأخرى ، و تحول هذا الفضاء الجديد إلى مجال استقطاب تنافس عليه أطراف عدة إن في مجال تأسيس بنى وصور ذهنية جديدة و كسب عقول الأفراد و تسويق رؤى ذات أهداف ثقافية و سياسية معينة ، أو في نطاق الدعاية خاصة في زمن الحرب و الصراعات الإقليمية الدولية .وقد يكون من المبرر في الوضع الحالي اعتبار الفضائيات المتغير المستقل الذي يولد انعكاسات حاسمة في مجال البناء الثقافي الجماهيري و التأثير على الوعي الجماعي تجاه قضايا المجتمع و الأمة .

وسنعمد في هذه الدراسة على رأى الدكتور عزي عبد الرحمن وضع اصطلاح "الرأسمال الرمزي الجديد" الذي نصطاح عليه هنا بالرأسمال الأخلاقي معتمدين في ذلك على عنصرين :

أ/ توسيع مجال النظرية القيمية الإعلامية و الاستعانة بأدواتها المفاهيمية كالبنية القيمية و المخيال الاجتماعي و الإعلامي .

ب/ الاستعانة ببعض عناصر نظرية الحقل (théorie du champ) التي طورها بيار بورديو في دراسة الإنتاج الثقافي في المجتمعات الغربية و خاصة مفاهيم الرأسمال الاقتصادي و الرأسمال الثقافي .وقد جعل من مفهوم الرأسمال المحور الأساس في هذا التناول و صنف هذا الأخير إلى :

- ❖ رأسمال مادي : أي رؤوس الأموال يوصفها بنية الإعلام الاقتصادي .
- ❖ رأسمال رمزي : أي الفضائيات على اعتبار أنها بنية فوقية تقترب أو تبتعد عن الواقع المعاش إن ثقافيا أو اجتماعيا أو تاريخيا .
- ❖ رأسمال أخلاقي أو قيمي: أي المعاني التي تشكل نظريا أساس الحراك الثقافي و الاجتماعي والتي تستمد أصولها المرجعية و المعرفية من المعتقد و الممارسات التاريخية المترتبة عن ذلك .

الإعلام بوصفه رأسمال رمزي :

ينتمي الإعلام إلى المجال الرمزي ، إذ يعبر عن الواقع باللغة و الصورة و الفيديو فالإعلام ليس الواقع ذاته و إنما تعبير عنه ، و يعتبر بيار يورديو من أوائل من سعى إلى إعطاء الرأسمال الرمزي بعدا سوسيولوجيا في سياق نظريته المسماة بنظرية الحقل ، و التي عنيت بظاهرة الإنتاج الثقافي في المجتمعات الرأسمالية الغربية وقد استخدم بورديو مفهوم الرأسمال الرمزي جزئيا و اعتبره فرعا من الرأسمال الثقافي و أنه يكمل في معظم الأحيان الرأسمال الاقتصادي و السياسي ، و قد ميز بورديو في نظريته الحقل الثقافي بين الرأسمال الاقتصادي و الرأسمال الثقافي فمجال السلطة يتسم بمستوى عال من الرأسمال الاقتصادي (+ capital économie) و مستوى محدودة من الرأسمال الثقافي (capital caltera)، و بالمقابل فإن مجال الإنتاج الثقافي يتصف بمستوى محدود من الرأسمال الاقتصادي (CE) و مستوى عال من الرأسمال الثقافي (+CC) و يكون التنافس أو قاعدة المجالين السلطة أو الإنتاج الثقافية الفضاء الاجتماعي العام و قد اعتبر أن الإنتاج الثقافي يكون إما جماعيا (mass production) و هو السائد نظرا لأن الثقافة في المجتمع المعاصر إنتاج مؤسسات اقتصادية كبرى إن على مستوى الإنتاج أو التسويق أو التوزيع ، أو "فرديا" مقيدا ينتمي إلى بعض النخب التي مازالت تحافظ على الاستقلالية و الحضور ورغم إمكاناتها المتراجعة و التي يصف إنتاجها بأنه "إنتاج للمنتجين" و في الإنتاج الفردي ما يخص الفن من أجل الفن و ما يتعلق بالإبداع و في نظره فإن الاستقلالية في الإنتاج الثقافي تكون حاضرة في الإنتاج الفردي الذي يمثل قوة إبداعية في مواجهة ما سماه بالعنف الرمزي الذي يمارسه الإنتاج الجماهيري ، و يعتبر بورديو أن الإنتاج الثقافي يحمل بعدا اجتماعيا أو طبقيًا إذ تمتلك الفئات الاجتماعية الرأسمال الاقتصادي و أخرى الرأسمال الثقافي الذي قد يتحول بدوره إلى جزء من الرأسمال الاقتصادي و يبدو أن هذا الطرح رغم تميزه لا يخرج كثيرا عن النظرية النقدية الغربية التي تشكك في أداء النظام الرأسمالي إن على المستوى الاجتماعي أو البنية الفوقية التي تمثلها ما يسمى بالثقافة الجماهيرية.¹

وقد عالج بورديو مفهوم الرأسمال الرمزي في المستوى الأول بوصفه ظاهرة اجتماعية ترتبط بالسمعة أو الشرف في سياق ثقافي معين ، و عادة ما ل يتم استبعاد الجانب المادي الاقتصادي في هذا الرأسمال و إن كان قد يكون من التبعات ، فالفرد في المجتمع القروي المتسم بالتضامن الآلي ، قد يقيم حفل عشاء مفتوحا على سكان القرية ، فيكون ذلك عملا رمزيا بالأساس ولكنه يتحول إلى رصيد رمزي للفاعل ودين رمزي للمتلقي ، و قد ترتب عن هذا الدين تبعات اقتصادية ، و نلاحظ أن بورديو

¹ - Pierre Bourdieu : Raisons pratiques- sur la théorie de l'action- édition : Seuil –1996-p96.

يتوقف على التحليل الاجتماعي فحسب ومن زاوية تبادل المصالح ، والحاصل إن المعنى المقترن بهذا السلوك مقرون أيضا بالقيم المنسوبة إليه ثقافيا ، فلا يكون جانب المصلحة المقابلة واردة في قيم مجتمعات أخرى حيث أن هذا العمل قد يكون لوجه الله مثلا ؛ و أيا كان التباين الثقافي ، فإن في العمل ذاته رأسمال رمزي وله تبعات و الأهم في نظر بورديو أن الرأسمال الرمزي يمكن صرفه ماديا إن صح هذا التعبير، و بمعنى آخر يمكن تحويل الاستثمار الرمزي إلى رأسمال مادي ، إن هذه الآلية حاضرة في حال وسائل الإعلام و خاصة الغربية عندما تكتسب الشخصية الإعلامية رأسمالا رمزيا فيتحول ذلك إلى رأسمال آخر عندما تتنافس عليه وسائل الإعلام باللجوء إلى الرأسمال المادي .

معادلة الرأسمال الجديد : المادي و الرمزي و الأخلاقي

لقد جعل الدكتور عبد الرحمن عزي الرأسمال الرمزي الجديد أداة في مقارنة الفضائيات الترفيهية في المنطقة العربية بالتحديد² ، و قد تم استنباط هذه الأداة من نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ، فتم إدراج الرأسمال القيمي بوصفه الجزء الذي دونه تصعب قراءة الرأسمال الرمزي ، و قد استعان بتقدميات بيار بورديو في ربط الرأسمال الثقافي بالرأسمال الاقتصادي و علاقة هذه الأطراف بالبعد الاجتماعي على اعتبار أن الرمزي جزء من الثقافي³.

يقصد بالرأسمال في الأدبيات عامة التراكم و النفوذ و تكون المادة الأساس في ذلك ، و قد اشتقت "الرأسمالية" من ذلك كصفة في القول : المجتمعات الرأسمالية ووسائل الإعلام الرأسمالية ... ، و كان كتاب "الرأسمال" قد وضع مسألة فائض القيمة الأساس في فهم الصراع الاجتماعي و التطور التاريخي ، بينما اتخذ هذا المفهوم في كتاب "ثروة الأمم" صيغة أخرى إذ ورد أن الرأسمال ينمو بفعالية في ظل الحرية الطبيعية ، وقوانين السوق ، و المنافسة... الخ. و أيا كانت النظرة فلم تتضمن هذه الأخيرة بنية قيمية جليلة تحكم الرأسمال، و تم اللجوء إلى الأرضية الاجتماعية في حل تداعيات "سوء" استخدام الرأسمال ؛ إن تأجيج الصراع الاجتماعي أو الارتكان إلى مبدأ البقاء للأفضل وذلك على الرغم من بعض الاعتبارات الفلسفية أو الأخلاقية ، التي قيل أنها نظريا تحكم المال و السلطة من جهة و الرعية من جهة أخرى على النحو الذي نقرأه بشكل غير مباشر في "روح القانون" عند "مونتيسكيو" و "العقد

² - Abderrahmane azzi, development : ethical competence in the information age , Islamic studies , vol 7, no 1, 1998. p21.

³ - عبد الرحمان عزي ، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز ، ط01 ، (لبنان : مركز دراسات الوحدة العربية 2003) ، ص 149 .

الاجتماعي "عند "روسو" و "التضامن العضوي" عند "دوركايم" أو بشكل مباشر في "روح الرأسمالية" عند "فيبر".4

ونجد في التراث عندنا ذكرا قليلا للرأسمال، إذ يتم التركيز على المال كونه أداة وليس هدفا بذاته ، أي لا يراد لنفسه بل للمصالح . وذكر تعبير رؤوس أموالكم مرة واحدة في القرآن الكريم في قوله تعالى : (فإن لم تفعلوا فأذنوا بحرب من الله ورسوله وإن تبتم فلكم رؤوس أموالكم لا تظلمون ولا تظلمون) وقد ورد ذلك في سياق النهي عن الربا في الآية السابقة (يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله وذروا ما بقي من الربا إن كنتم مؤمنين) أما المال بالمفرد فقد ورد في 25 آية و الجمع في 62 آية . وقد قدم النص القرآني وصفا دقيقا عن قرب المال إلى نفس البشرية فتسبب إليه الحب و الجم و الزينة (و تحبون المال حبا جما) و قيد الشرع كسب المال بجملة من الضوابط التي تجعل القيمة الأساس في التصرف مع المال ، و يركز النص القرآني على أولوية الاتفاق و يحذر من الإكثار (التراكم الرأسمال) و مرد ذلك من الناحية الاقتصادية أن المال المتحرك يفيد المجتمع على مختلف المستويات بينما المال الراكد يمنع ذلك و يفقد قيمته مع الزمن ، وجاء هذا المعنى في قوله تعالى (ويل لكل همزة لمزة ، الذي جمع مالا وعدده) وقد أورد الدكتور عزي عبد الرحمن أدوات نظرية في استخدام مفهوم الرأسمال في دراسة هوية الفضائيات و أبعادها الاجتماعية و يدخل في ذلك تقسيم الرأسمال إلى ثلاثة أنواع و لكل مجال خاص به، مضيفا مجالا آخر خارج نطاق الرأسمال بحكم أنه المستهدف في نهاية المطاف وذلك على النحو التالي :

❖ **الرأسمال المادي (أي المال ذاته) :** يمثل الرأسمال المادي البنية الاقتصادية التي يقوم عليها الرأسمال الرمزي ويكون شرطا ضروريا في تأسيسه لما تتطلبه وسائل الإعلام الحديثة من إمكانيات تقنية و بشرية ضخمة وقد يتحول هذا الرأسمال إلى محرك مادي آخر حين تسعى هذه الوسائل إلى استقطاب المعلنين و توسع جهودها للحصول على مزيد من الرأسمال ، بوصفها مؤسسات تجارية أيضا ، يكون الرأسمال الاقتصادي الداعم الأساس في جل هذه القنوات التي يصعب عليها الاستقلال عند مصادر هذا التمويل . و بمعنى آخر فهي قائمة حتى و إن كانت ليست مريحة تجاريا بالمعنى المحض و يكن سر وجودها و استمرارها في تمتين النظام الاقتصادي و السياسي و تسويق صورة موجبة عن

طبيعته و أهدافه و ينتهي الرأسمال المادي إلى مجال النفوذ أي السلطة ، و بحكم ارتباطه بالمجال السياسي فإن نفوذه يصبح عملية بنوية تمتد إلى عدة مجالات تنفيذية و تشريعية و قانونية .

و يتواجد الرأسمال المادي أكثر في المناطق العربية الثرية ، أي البلدان الخليجية مما يفسر لنا انتماء الجزء الأساس من الفضائيات إلى الرأسمال و القيمة ، أي ينظر إلى الرأسمال بوصفه رأسمال و ليس أداة تعكس القيمة ، و يكون هذا الأمر الأساس في توجه هذا الرأسمال إلى الاستثمار في القنوات الترفيهية و التي أصبحت تسمى بالقنوات الهابطة ، وحينئذ فإن التحكم في الرأسمال المادي البحت غير كاف في الزمن المعاصر على اعتبار أن بقاءه و ديمومته تحتاج إلى رأسمال آخر هو الرأسمال الرمزي الذي تنتهي إليه الفضائيات 5.

❖ **الرأسمال الرمزي** : يتعلق الرأسمال الرمزي بالإعلام عامة و بالفضائيات على وجه التحديد لرمزيتها (أي الحديث عن الواقع) و نفوذها (المؤثر الأساس في حال تفك البنية الاجتماعية) و ينتهي الرأسمال الرمزي إلى مجال الاستقطاب ، أي أنه فضاء واسع برموزه و تتداخل فيه الكثير من المصالح و الاعتبارات و يصعب تثبيته بدون البناء المستمر و المعاودة ، كما أنه عرضة للتشويش الدلالي و الدعائي مما يجعله أكثر أنواع الرأسمال جدليه و حساسية ، و يستمد الرأسمال الرمزي قوته من رمزيته من جهة و قدرته على النفوذ إلى عقول الأفراد و بنيتهم الذهنية و الثقافية من جهة أخرى ، و تكون تقدميات بيار بورديو على الحالة الغربية في هذا المجال مفيدة، على اعتبار أنه يرى أن الرأسمال الاقتصادي ذاته يتصف بضرورة بضعف الرأسمال الرمزي بينما يتميز الرأسمال الرمزي بمحدودية الرأسمال الاقتصادي مما ترتب عن ذلك استحواذ الأول على الآخر. والحاصل أنه وفي المنطقة العربية فإن هذه الحالة ليست طبيعية على النحو الذي تطور به النظام الرأسمالي الغربي منذ بداية ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية خاصة بعد الحرب العالمية الأولى، فقد كان الإعلام في التجربة الغربية امتدادا للبنية الاقتصادية و الاجتماعية ، أي أن النشاط الاقتصادي و بروز الشركات الكبرى ولد الحاجة إلى وسائل إعلان و دعاية قصد تسويق السلع و الخدمات إلى جانب الوظائف الأخرى للإعلام كالأخبار و الترفيه ، و هذا ما يفسر لنا غياب الإعلام الحكومي بأمريكا مثلا إذا اعتبرت وسائل الإعلام مؤسسات اقتصادية تجارية بالدرجة الأولى و إن كان بالإمكان استخدامها بأشكال مختلفة للدعاية في الانتخابات أو زمن الحرب . فالحالة في المنطقة العربية ارتبطت أكثر بالعامل السياسي الذي اعتبر

الإعلام ظاهرة تابعة ولم يتم النظر إلى مؤسسات الإعلامية بوصفها رأسمال مادي إلا في العهد القريب عندما تحولت هذه الوسائل إلى استثمارات كبرى كما زجت فيها الاعتبارات المحلية والدولية .

إن الرأسمال الرمزي في المنطقة العربية عامة حاضر بشكل بارز في الحقل الإعلامي على أكثر من مستوى:

✓ الفضائيات الترفيمية .

✓ الفضائيات الإخبارية شبه "المستقلة" .

✓ المحطات التلفزيونية الأرضية الحكومية ...

وقد يبدو هذا المشهد تنوعا في الظاهر ، إلا أنه يعكس خطابا تتوزع فيه الأدوار حسب الهدف والفئة المستهدفة ، فالفضائيات الترفيمية من نوع واحد وإن تعددت أسماء القنوات ، وخطابها يؤدي أدوارا اجتماعية غير وظيفية ، ومنها تحييد القيمة وإزالة صفة الممنوعات الثقافية وعدم إنكار المنكر حتى لا يظل منكرا ، إضافة إلى مهمة الإلهاء ولا تبدو ظاهرة الإلهاء منفصلة عن تلك القضايا التي تتعلق بالتنفيس عن الواقع الذي يتم بدوره بضعف أو غياب القيمة وبالخوف من الاتجاهات نحو المغالاة أو المثارة خارجيا عن "الديمقراطية" و "حقوق الإنسان" أو تأثير القضايا الإقليمية في فلسطين والعراق و التي قد تغرس في نفوس الكثير من الفئات الاجتماعية الشابة المحافظة الإحساس بالغضب والمهانة و يلاحظ أن هذه الظاهرة قد تحمل إخلال اجتماعيا من نوع آخر إذ يتم الهروب من واقع طارد إلى واقع رمزي لا يشد صاحبه إلى الواقع يقدر ما يحوله إلى حالة تتعايش فيها الأشياء الغريزية و الأوهام المرتقبة، و يكمن الإخلال في منع هذه الفئات من التعامل مع واقعها و تحويل طاقتها إلى هذا المجال الرمزي الواسع ، أما الفضائيات الإخبارية شبه المستقلة فتمثل استقطابا من نوع آخر ، فالخطاب الإخباري المعروف رغم جاذبيته و حرفيته يحمل أيديولوجية محايدة أي موضوعية لا تشكل إزعاجا حقيقيا للخطاب السياسي السائد وذلك بفعل أن العملية الإخبارية تتحرك أكثر في دائرة القضايا العربية العامة البعيدة نسبيا عن الواقع المحلي المعاش ، و يبدو أن اللغة الإخبارية و بحكم تكرارها و النبرة التي يحملها قد تم تحييدها ، و لم يعد المتلقي يحس كثيرا بوقع هذه اللغة عليه ، وقد لا تستشير به بالقدر الذي تدفعه إلى الحركة ، وذلك ما قد يفسر جزئيا سكون المجتمع في المنطقة العربية اتجاه القضايا المصيرية كالعراق مثلا و معروف إعلاميا أن كثرة التعرض لنفس الشيء يؤدي إلى

فقدان الإحساس عبر الزمن فيما يعرف بعملية فقدان التحسس، يضاف إلى ذلك أن إضفاء الطابع الدرامي على القضايا الجدلية قد يضعف هيبتها و يحولها إلى وضعية ترفيهية على النحو الملاحظ في عدد من البرامج المسماة بالساخنة 6.

وقد أضحى الرأسمال الرمزي في المنطقة العربية ساحة استقطاب و تنافس بشكل لم يسبق له مثيل وقلما نجد له مثيلا في المناطق الأخرى من العالم ، و يكون مرد هذا الاستهداف محاولة تغيير ثقافة المجتمع و بالأساس قيمه أملا في النفوذ إلى المجالات الأخرى الاقتصادية و السياسية الثقافية بما يخدم أهداف و مصالح إستراتيجية بعيدة بما في ذلك إخراج المنطقة من دائرة الفعالية الحضارية المستقلة إلى دائرة التبعية و الهامشية ، و يكون هذا التراحم في الفضائيات مؤشرا على انتقال الصراع الحقيقي إلى مجال الإعلام الذي أصبح سلطة رمزية في وزن الأنواع الأخرى من السلطات ؛ إن وسائل الإعلام في المنطقة العربية أنواع و مستويات وفق الوسيلة (صحافة مكتوبة أو مسموعة أو فضائيات) و الجهة التي تنتمي إليها الوسيلة (حكومة ، حزب ، جهة شبه مستقلة ، جهة خارجية) و واضح أن فروقا بنيوية قائمة بين قناة العربية (السعودية) و الجزيرة (قطر) المنار (حزب الله لبنان) الحرة (أمريكا).العالم (إيران) روسيا اليوم (روسيا) و يؤشر هذا التشويش الرمزي على بروز سلطة الرأسمال الرمزي من جهة استهداف جمهور المنطقة العربية و الإسلامية لاعتبارات سياسية و أخرى أكثر أهمية ، أي الثقافة القيمية رغم ارتباط هذه الأبعاد المذكورة و قد قدم الدكتور عزي عبد الرحمن الترفيهية على الإخبارية نظرا الاستهداف القيمة في الأولى و التنشئة السياسية في الثانية و بتعبير آخر فالأولى تؤثر في الثوابت و الثانية في المتغيرات .

و كتحليل عام ، يخرج عزي عبد الرحمن بأن الرأسمال الاقتصادي الرمزي في المنطقة العربية يتحرك بدون الرأسمال القيمي و ذلك مرد أزمته إلى غياب القيمة في الفضائيات المسماة "الترفيهية" و غياب الإيديولوجية في "الفضائيات العامة و الإخبارية" و بتعبير آخر ، فإن هذه التركيبة الاقتصادية الرمزية تتحرك بدون هوية دالة من الناحية الحضارية الشيء الذي يجد صداه في تآكل البنية القيمية و الهوية الثقافية على مستوى الواقع الاجتماعي 7.

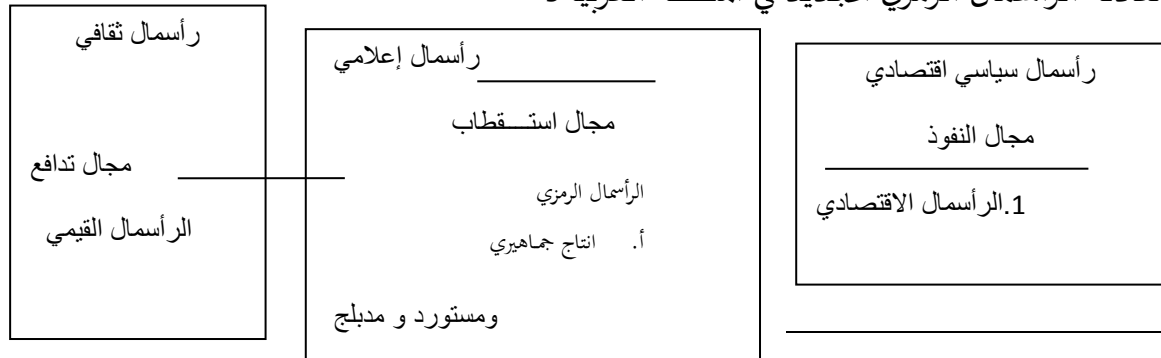
6 - المرجع نفسه ، ص 145-156.

7 - المرجع نفسه ، ص 157.

❖ **الرأسمال الأخلاقي** : يتعلق الرأسمال الأخلاقي بقيم المجتمع و معاينة الثقافية التي تشكل هويته و انتماءه إلى بيئة حضارية ذات أبعاد إنسانية عالمية و ينتهي الرأسمال القيمي إلى مجال التدافع الذي يتضمن الحراك الاجتماعي التاريخي في العلاقة القيمية و التضاد بين الخير و الشر على مستوى القول الرمزي أو الفعل السلوك الفردي و الاجتماعي ونظريا ، يكون الرأسمال القيمي المرجع في أداء كل من الرأسمال المادي و الرمزي فالترابط بين العناصر الثلاثة المكونة الرأسمال، أساس البناء الحضاري و الحاصل أن هناك تمزق في العلاقة بين هذه العناصر في التجربة المعاصرة بالمنطقة العربية ، وقد ساهمت عوامل تاريخية و أخرى سياسية ودولية في هذا الشرخ مما يجعل الرأسمال الرمزي يتحرك بدون المرجعية و تحوّل إلى مجال له حياة خاصة به دون أن يكون له إسهام حضاري يذكر خاصة و أن مشروع بناء الإنسان و الحضارة بالمنطقة مازال في إطار المشروع ، و يعمل هذا المجال الرمزي ممثلا فيها يسمى بالفضائيات الترفهية إلى الدفع بالفرد و المجتمع إلى هامش الحضارة و الإنتاج و الاكتفاء بدور المستهلك لمنتجات الآخرين في الثقافة أو الماديات على النحو الذي بينه مالك بن نبي عندما أشار إلى أن الحضارة لا تقوم بتكديس منتجات الآخرين بل بإنتاج احتياجاتها في شتى المجالات و إذا كان هناك فائض في الرأسمال المادي و الرمزي من خلال عدد و حجم الفضايات فإن هناك عجزا قيميا بارزا في هذه الأخيرة، و هو المتغير الأساس في تفسير هزيمة هذا الفضاء الرمزي أمام تحديات هذه المرحلة التاريخية و تطلعات الأمة في مجال البناء القيمي و العمراني للحضارة .

و يستهدف الرأسمال بأنواعه المذكورة الفضاء العام ، أي المخيال الاجتماعي الإعلامي الذي يتحرك بدوره إما في علاقة موجبة أو سالبة مع الرأسمال و بالأخص الرأسمال القيمي و ينتهي هذا الفضاء إلى مجال الاستحواذ إذ يتم التنافس عليه بفعل سلطته الكامنة و مكانته في إضفاء الشرعية و الديمومة على الرأسمال المادي و الرمزي . 8

معادلة الرأسمال الرمزي الجديد في المنطقة العربية⁹



⁸ - المرجع نفسه ، ص 158.

⁹ - المرجع نفسه ، ص 158.

الشكل متأثر في الجانب السوسيولوجي بتقديرات بيار بورديو، الذي له الفضل في نقد مؤسسة الإنتاج الإعلامي في الغرب ، إلا أن الشكل يختلف عنه في ثلاثة محاور:10

❖ اعتبارا ما أسماه البروفيسور عزي عبد الرحمن الرأسمال قيميا الأساس النظري في هذه العلاقة وليس المادة (الرأسمال الاقتصادي) ذاته .

❖ أن العلاقة بين العوالم المذكورة ليست كما هو واضح في التصميم متكافئة في الواقع بالمنطقة العربية.

❖ أن المتلقي ينتمي إلى المخيال الإعلامي إذ تندرج فيه العادات و الطقوس و الكثير من التشوهات بفعل عصور الانحطاط و الاستعمار ، و ما تبثه هذه الوسائل من صور ذهنية .

الرأسمال الأخلاقي على المستوى الامبريقي:

سنحاول في هذه الدراسة بعد افتراض هذه الخلفية النظرية الأخلاقية القيمية ، أن نجعل لها تطبيقا امبريقيا من خلال تحليل مضمون بعض البرامج الترفيهية في إحدى القنوات الفضائية العربية* و تبين مدى أخلقة مضامينها ، ولن نقف عند هذا الحد بل سنعرف تأثير هذه البرامج على الجمهور العريض خاصة الشباب منهم** ، لنصل في الأخير لإيجاد بعض الحلول التي يجب على وسائل الإعلام العربية أن تحقق فيها معادلة الرأسمال المادي والرمزي والأخلاقي.

مفهوم الأخلاق ذات المصدر الديني :

الأخلاق أو القيم هي ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية ، ويكون مصدر القيم في الأساس الدين ، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم ، فالقيمة ما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين¹¹ . وتنقسم على هذا الأساس إلى قيم إيمانية مصدرها الدين دائما ، وقيم عقلية مصدرها العقل وتنقسم إلى قيم ترابطية وأخرى غير ترابطية بالقيمة وأخيرا القيم

¹⁰ - المرجع نفسه ، ص 159.

* - اخترنا في هذا المجال قناة نسمة الفضائية باعتبارها احد النماذج الرأسمالية الرمزية .

** - اخترنا عينة من الشباب الجزائري الذي يتعرض لمضامين هذه البرامج الترفيهية في قناة نسمة الفضائية بمجموع 300 مفردة موزعة على أهم ولايات الجزائر ومناطقها.

¹¹ - المرجع نفسه ، ص 106-108.

السلوكية التي مصدرها الفعل الاجتماعي وتنقسم بدورها إلى قيم ترابطية وأخرى غير ترابطية بالقيمة¹².

ولأهمية هذا التقسيم فسنتناوله بشيء من التفصيل*:

■ الأخلاق الإيمانية : هي مجموع القيم التي تحقق الإيمان وتعززه وتجعل الإنسان على علاقة صحيحة بربه بالانقياد له واجتناب نواهيه ، وهي أساس القيم العقلية والسلوكية ، لقوله تعالى : (إلا الذين آمنوا وعملوا الصالحات وتواصوا بالحق وتواصوا بالصبر)¹³ .
وتنقسم إلى :

✓ الإيمان بالله واحترام الكتب السماوية : اشتملت هذه الفئة على ركنين هامين من أركان الإيمان والتي هما أساس العقيدة الصحيحة للمؤمن فالإيمان بالله هو الركن الأول من العقيدة الإسلامية ، وهو الإيمان بالله سبحانه وتعالى الواحد الأحد ، الفرد الصمد ، خالق هذا الكون ورازقه ومدبره – وحده – لا إله إلا هو رب العالمين ، قوله تعالى : (قل هو الله أحد ، الله الصمد ، لم يلد ولم يولد ، ولم يكن له كفواً أحد)¹⁴ ، أما احترام الكتب السماوية

* - إن تقسيم القيم (إيمانية ، عقلية ، سلوكية – ترابطية وغير ترابطية -) مرده إلى الأستاذ عبد الرحمان عزي كما أشرنا إلى ذلك سابقا ، أما مجموع القيم الفرعية الأخرى فهي عبارة عن اجتهاد خاص اضطررنا للقيام به في ظل غياب مقياس يحصر القيم الخاصة بهذا المنظور كما أشار لنا الدكتور عبد الرحمان عزي ، وللتكلم على هذا الاجتهاد أكثر نود بداية تبين مقاييس اختيار هذه القيم:

- ✓ كل القيم يجب أن يكون لها تأصيل شرعي من أحد مصادر التشريع .
- ✓ إعطاء الأولوية لمقاييس القيم العالمية .
- ✓ جمع مختلف المراجع والكتابات العربية حول القيم الدينية ، واختيار القيم أكثر اشتراكا في نظر الباحثين
- ✓ إعطاء الأولوية للقيم المختارة ملائمة مع السياق الجزائري.
- ✓ اختيار القيم التي تكون بارزة أكثر في فترة الشباب.
- ✓ محاولة التوازن بين مختلف القيم (بمعدل 04 قيم) لكل مستوى من القيم .
- ✓ محاولة مس أكبر عدد ممكن من القيم والقيم الضرورية في منظومة التشريع الديني.

وللإشارة فإن التعريفات المعطاة لهذه القيم هي تعاريف إجرائية بدون الخوض في التعاريف الاصطلاحية واللغوية .

¹³ - سورة العصر، الآية رقم 3.

14 - سورة الإخلاص.

المجلد العاشر/ العدد الثاني/ 01 ديسمبر 2018 ISSN: 1112-8518, EISSN: 2600-6200

فمعناها احترام الكتب التي أنزلها الله على الأنبياء والرسل عليهم الصلاة والسلام ، وهذه القيمة من قائمة : بوعلي نصير.¹⁵

✓ **التقوى** : هي الحث على مخافة الله تعالى ، لقوله تعالى : (اتقوا الله حق تقاته ولا تموتن إلا وأنتم مسلمون)¹⁶ ، وهي من قائمة : sapana.¹⁷

✓ **التوكل على الله** : هو صدق اعتماد القلب على الله عز وجل في استجلاب المصالح ، ودفع المضار في أمور الدنيا والآخرة ، لقوله تعالى : (فأعرض عنهم وتوكل على الله وكفى بالله وكيل)¹⁸ ، وهي من قائمة : محمد كامل حنة.¹⁹

✓ **الالتزام الديني** : مجموع العبادات التي يقوم بها المسلم ، واجتنابه لمختلف النواهي ، لقوله تعالى: (رب السماوات والأرض وما بينهما فاعبده واصطبر لعبادته هل تعلم له سميا)²⁰ وهي من قائمة : BRAITHWAIT & LAW.²¹

■ **الأخلاق العقلية** : وتنقسم إلى قسمين :

أخلاق ترابطية : هي مجموع الأخلاق المرتبطة بالعمليات العقلية والتي تعمل على تفعيل العقل وزيادة نشاطه سواء من الجانب الفكري التأملي أو النفسي* ؛ وتكون مرتبطة بالدين .

وهذه الأخلاق هي :

✓ **الطموح** : هو مجموعة التصورات والأهداف التي يريد الإنسان الوصول إليها ، وتظهر في تعزيز الإرادة والقصد والعزيمة على العمل ،فهو تطلع النفس إلى ما هو أكمل وأحسن وأسمى ، لقول

¹⁵ - نصير بوعلي ، أثر البث التلفزيوني " الفضائي " المباشر على الشباب الجزائري ، دراسة تحليلية وميدانية ، أطروحة لنيل درجة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر ، 2003-2000 ، ص 22.

¹⁶ - سورة آل عمران ، الآية رقم 102.

¹⁷ - السعيد بومعيزة ، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر ، 2005-2006 ، ص 27 .

¹⁸ - سورة النساء ، الآية رقم 81.

¹⁹ - محمد كامل حنة ، القيم الدينية والمجتمع ، (مصر: دار المعارف للنشر والتوزيع ، 1983) ، ص 79.

²⁰ - سورة مريم ، الآية رقم 65.

²¹ - السعيد بومعيزة ، مرجع سبق ذكره ، ص 27.

* - لقد تم إضافة العامل النفسي لاعتقادنا أن العقل والنفس من الأمور الداخلية للإنسان وللعلاقة الوطيدة بينهم وعلاقة التأثر والتأثير التي تحكمهما.

النبي ع (إن الله تعالى يحب معالي الأمور وأشرفها ، ويكره سفا سفها)²² - رواه الحاكم - ،
وهي من قائمة rockeach.²³

✓ احترام الذات : هي كل ما يعزز في الإنسان ثقته بنفسه ، واعترافه بذاته ، وتقديره لمكانته
بتواضع وهذا ما نلاحظه من تعظيم في قسم المولى عز وجل بالنفس (ونفس وما سواها)²⁴
، وهي من قائمة rockeach.²⁵

✓ تقدير العلم والعلماء: هي مجمل مشاعر الاحترام والتعظيم للعلم وللعلماء من دراسة ،
ومجالسة ، وتقدير . وهذا ما يظهر في قوله تعالى : (إنما يخشى الله من عباده العلماء إن الله
عزيز غفور)²⁶ ، وهي من قائمة : بدر أحمد كريم.²⁷

✓ التفتح: هي القيمة التي تسمح ، بالتعرف على مختلف الثقافات وأنماط العيش الأخرى لكن
بالحفاظ دائما على الهوية ، لقوله تعالى : (إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوب
وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم)²⁸ ، وهي من قائمة : rockeach.²⁹

أخلاق غير ترابطية : هي مجموع الأخلاق التي تعمل على تجميد العمليات العقلية وتشجيع السطحية
في الجانب الفكري التأملي والتوتر في الجانب النفسي ، وهي غير مرتبطة بالدين .

وهذه القيم هي :

✓ الكسل الفكري: ونقصد هنا بالكسل الفكري ، إهمال دور العقل في التأمل والقيام بالعمليات
العقلية وتشجيع السطحية واستقبال مختلف المضامين بسلبية ، وفي هذا الصدد يقول الله
تعالى مبينا لدور العقل : (وإذا قيل لهم اتبعوا ما أنزل الله قالوا بل نتبع ما ألفينا عليه آباءنا

22 - محمد ناصر الألباني ، صحيح الجامع الصغير ، المكتب الإسلامي ، ص 23.

23 - السعيد بومعيزة ، مرجع سبق ذكره ، ص 27.

24 - سورة الشمس ، الآية رقم 07.

25 - السعيد بومعيزة ، مرجع سبق ذكره ، ص 27.

26 - سورة فاطر ، الآية رقم 28.

27 - السعيد بومعيزة ، مرجع سبق ذكره ، ص 27.

28 - سورة الحجرات ، الآية رقم 13.

29 - السعيد بومعيزة ، مرجع سبق ذكره ، ص 27.

أولو كان أبأؤهم لا يعقلون شيئاً ولا يهتدون³⁰ ، وهي مستخلصة من اجتهادات عبد الرحمان عزي.³¹

✓ التوتر الداخلي: هي الحالة التي تتكون عندما نلاحظ بعض المضامين الإعلامية التي لا تمت بصلة لقيمنا الدينية ، فتجعل النفس في حالة توتر عكس الطمأنينة التي هي فطرة الخالق فيها ، قال تعالى : (يا أيها النفس المطمئنة)³² ، وهي من قائمة : السعيد بومعيزة.³³

✓ عدم الاهتمام بالدراسة وإهمال العمل: هي اللامبالاة التي يتم تشجيعها في مضامين وسائل الإعلام نحو الدراسة والعمل وبث الأفكار السلبية في ذلك ، قال تعالى : (قل اعملوا فسيرى الله عملكم واملأهون واستردون إلى عالم الغيب والشهادة فينبئكم بما كنتم تعلمون)³⁴ ، وهي من قائمة : السعيد بومعيزة.³⁵

✓ تضييع الوقت: هي تشجيع ثقافة قتل الوقت وإهداره دون فائدة ترحى ، والقيام بأعمال غير مفيدة قال الله تعالى : (والعصر إن الإنسان لفي خسر)³⁶ ، وهي من قائمة : السعيد بومعيزة.³⁷

■ الأخلاق السلوكية : وتنقسم إلى قسمين :

أخلاق ترابطية : هي مجموع الأخلاق التعاملية والتي يتصرف فيها الفرد مع بيئته الاجتماعية وفقا لما حدده الدين . وهي:

✓ احترام العلاقات الأسرية وبر الوالدين : هي القيمة التي تسمح للعلاقات الأسرية أن تكون مبنية على الأخوة وصلة الرحم ، وأسى هذه العلاقة الأسرية هي العلاقة مع الوالدين التي

³⁰ - سورة البقرة ، الآية رقم 170.

³¹ - عبد الرحمان عزي ، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز. مرجع سبق ذكره ، ص 107-111.

³² - سورة الفجر ، الآية رقم 27.

³³ - السعيد بومعيزة ، مرجع سبق ذكره ، ص 28.

³⁴ - سورة التوبة ، الآية رقم 105.

³⁵ - السعيد بومعيزة ، مرجع سبق ذكره ، ص 28.

³⁶ - سورة العصر ، الآية رقم 1-2.

³⁷ - السعيد بومعيزة ، مرجع سبق ذكره ، ص 28.

تحكمها الطاعة بالدرجة الأولى ، قال تعالى: (واعبدوا الله ولا تشركوا به شيئا وبالوالدين إحسانا)³⁸ ، وهي من قائمة : نصير بوعلي .³⁹

✓ التعاون : هي قيمة اجتماعي ، تفضي إلى نزع الفردانية ونشر الأخوة والتكافل إذا كان الأمر المتعاون عليه فيه خير ، قال تعالى (وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان)⁴⁰ وهي من قائمة : عبد الحفيظ مقدم.⁴¹

✓ علاقات شخصية مرضية مع الآخرين : هي قيمة اجتماعية ، تدل على حسن الخلق وحسن التصرف مع الناس في المجتمع ، قال تعالى : (وقل لعبادي يقولوا التي هي أحسن إن الشيطان ينزغ بينهم إن الشيطان كان للإنسان عدوا مبينا)⁴² وهي من قائمة : kahl .⁴³

✓ العدل : هي قيمة مناقضة للظلم ، والتي تعني إعطاء كل ذي حق حقه ، وتظهر أكثر في مضامين وسائل الإعلام في ترسيخ قيم المساواة و... ، قال تعالى : (وإذا حكمتم بين الناس أن تحكموا بالعدل) ، وهي من قائمة : sapna .⁴⁴

أخلاق غير ترابطية : هي مجموع القيم التعاملية والتي يتصرف فيها الفرد مع بيئته الاجتماعية بغير ما حدده الدين وهي :

✓ الكذب : وهي كل قول أو فعل يخالف الحقيقة ، قال تعالى : (إن الله لا يهدي من هو مسرف كذاب) ، وهي من قائمة : نصير بوعلي.⁴⁵

✓ الإيحاء بالإثارة والجنس : هي كل السلوكيات التي تزيد من الإثارة الجنسية وتشجع على ممارسة الرذيلة ، قال تعالى : (قل للمؤمنين يغضوا من أبصارهم ويحفظوا فروجهم)⁴⁶ ، وهي من قائمة : نصير بوعلي.⁴⁷

38 - سورة النساء ، الآية رقم 36.

39 - نصير بوعلي ، مرجع سبق ذكره ، ص 22.

40 - سورة المائدة ، الآية رقم 02.

41 - فايذة يخلف ، خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الإنفتاح الاقتصادي ، رسالة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر ، 2004-2005 ، ص 155.

42 - سورة الإسراء ، الآية رقم 53.

43 - السعيد بومعيزة ، مرجع سبق ذكره ، ص 27.

44 - السعيد بومعيزة ، مرجع سبق ذكره ، ص 27.

45 - نصير بوعلي ، مرجع سبق ذكره ، ص 23.

46 - سورة النور ، الآية رقم 30.

✓ عدم التقيد بالعبادات العربية : لعموم لفظ العادات العربية ، فإننا نقصد به هنا العادات الشكلية كاللباس ، ونمط المعيشة بالطريقة التي حددها الشرع ، فمثلا قال الله تعالى في اللباس : (يا بني آدم قد أنزلنا عليكم لباسا يواري سوءاتكم وريشا)⁴⁸ ، وهي من موسوعة القيم العربية الإسلامية.⁴⁹

✓ مصاحبة رفقاء السوء : هي مرافقة جماعات السوء والتشجيع على صحبتهم للاشتراك في الأعمال السيئة التي يقومون بها ، والعمل على جمعة الفرد داخل هذه المجموعة ، قال النبي ﷺ : (لا تصاحب إلا

مؤمنا ، ولا يأكل طعامك إلا تقي)⁵⁰ ، وهي من قائمة : السعيد بومعيزة .⁵¹

منهج وأدوات الدراسة :

لقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج المسحي الذي يعرف على أنه : " أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم " ⁵² ، فالمسح ينصب على دراسة أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة وفي مكان معين وزمان معين ، ويتجه إلى توضيح الطبيعة الحقيقية للأشياء أو المشكلات أو الأوضاع الاجتماعية وتحليل تلك الأوضاع للوقوف على الظروف المحيطة بها أو الأسباب الدافعة إلى ظهورها ، وعموما يظل المسح ذا هدف محدد هو فحص الظواهر المعاشة للحصول على الحقائق والمعلومات المتصلة بها ، بما يساعد في فهمها وإصدار أحكام بشأنها⁵³ .

ويعتبر منهج المسح من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية كما يجب الاعتماد عليها - خاصة في المرحلة الحالية - لأسباب متعددة من أهمها⁵⁴ :

47 - السعيد بومعيزة ، مرجع سبق ذكره ، ص 28.

48 - سورة الأعراف ، الآية رقم 26.

49 - أحمد علي العيسى وآخرون ، موسوعة القيم العربية والإسلامية ، ط01 ، (السعودية : دار المعارف ، 2003) ، ص 258.

50 - محمد ناصر الألباني، مرجع سبق ذكره ، ص 27.

51 - السعيد بومعيزة ، مرجع سبق ذكره ، ص 28.

52 - محمد عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره ، ص 158 .

53 - السيد أحمد مصطفى عمر ، البحث الإعلامي مفهومه ، إجراءاته ، ومناهجه ، ط 03 ، (الكويت : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، 2008) ، ص 217 .

54 - سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام ، ط 02 ، (مصر : عالم الكتب ، 1995) ، ص 148 .

01. النقص الواضح في البيانات والمعلومات التفصيلية الشاملة عن العوامل والمتغيرات والمكونات الأساسية للإعلام كالجُمهور ، والوسائل الإعلامية ، والرأي العام ، وفعالية المواد الإعلامية .
02. أهمية إجراء مثل هذه الدراسات المسحية بصفة مستمرة نظرا للتغيرات السريعة التي تحدث في المجال الإعلامي ، والتي تتطلب ضرورة ملاحقتها وتسجيلها باستمرار ، وعدم الاستناد إلى بيانات ومعلومات وصفية مضت عليها فترة طويلة نسبيا .
03. تعدد الجماهير المستهدف الوصول إليها وتنوعها مما يقتضي ضرورة دراستها دراسة وصفية كاملة ، مع الأخذ في الاعتبار بتعدد الأهداف الإعلامية في الداخل والخارج .
- وحسب التصنيفات الفرعية الخاصة بمنهج المسح في مجال الدراسات الإعلامية التي قدمها الباحث سمير محمد حسين في كتابه بحوث الإعلام والتي أوردها على النحو التالي :⁵⁵

01. مسح الرأي العام
 02. مسح (تحليل) المضمون
 03. مسح جمهور وسائل الإعلام
 04. مسح وسائل الإعلام
 05. مسح أساليب الممارسة
- ونظرا لأهداف الدراسة فقد اعتمدنا في إطار المنهج المسحي على تحليل المضمون وكذلك مسح جمهور وسائل الإعلام .

ولقد جاء اعتمادنا على مسح أو تحليل المضمون نظرا لما يفيد في التعرف على وجود القيم الدينية في مضمون البرامج الترفيهية في قناة نسمة الفضائية من عدمها، وهذا ما يجيب عن التساؤلات الثلاثة الأولى .

أما مسح جمهور وسائل الإعلام فقد اعتمدنا عليه لـ :

01. مسح أنماط التعرض والتفضيل وتقييم الشباب الجزائري فيما يشاهدونه من برامج ترفيهية في قناة نسمة الفضائية وهو ما له علاقة بالتساؤل الرابع والخامس والسادس .
02. مسح آراء الجمهور المتلقين من عينة الدراسة - الشباب الجزائري - نحو ما تبثه البرامج الترفيهية في قناة نسمة الفضائية من زاوية القيم الدينية (الارتباط وعدم الارتباط) ، وهو ما يجيب على التساؤلات الثلاثة الأخيرة للدراسة.

وقد تم الاعتماد على أداة تحليل المضمون ، وكذلك استمارة الاستبيان مع عرضهما للتحكيم من طرف مجموعة من المحكمين ، وإجراء اختبارات الصدق والثبات عليهما.

عينة الدراسة :

على الرغم من الاتجاه إلى التخصص في محتوى وسائل الإعلام بما يتفق مع حاجات فئات الجمهور إلا أن الكشف عن الأهداف الخاصة بدراسة هذا المحتوى في وسائل الإعلام المختلفة يحتاج إلى التعامل مع أعداد كبيرة من الوثائق المطبوعة أو المسجلة خلال فترات زمنية طويلة تفرضها الأهداف الخاصة بدراسة المحتوى المنشور أو المذاع خلالها ، وعلى الرغم من الاتجاه إلى تجزئة جمهور وسائل الإعلام إلى فئات ذات خصائص معينة يسهل التوجه إليها ومخاطبتها إلا أن ضخامة حجم هذا الجمهور أو حجم هذه الفئات ، مازالت من أهم المحددات الأساسية لتعريف هذا الجمهور أو فئاته.⁵⁶

ولذلك فإن من أهم الخصائص المميزة للدراسات الإعلامية أنها تتعامل مع قاعدة معرفية عريضة أساسها الجمهور الكبير الحجم أو المحتوى المنشور أو المذاع خلال ساعات أو أيام أو فترات زمنية طويلة ، وهذا ما يحول دون التعامل مع هذه القاعدة المعرفية بأسلوب الحصر أو الرصد الشامل لكل مفرداتها ، ويصبح التعامل بنظام العينات هو الأساس في الدراسات الإعلامية ، فيلجأ الباحث إلى اختيار عدد محدود من المفردات يكون ممثلا في خصائصه وسماته للمجموع من أفراد الجمهور أو الوثائق المطبوعة أو المسجلة ، بما يتفق مع أهداف الدراسة في حدود الوقت والإمكانات المتاحة.⁵⁷

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه الدراسة على العينة العمدية أو القصدية (العينات غير الاحتمالية) التي تعرف على أنها : " العينة التي يختارها الباحث بطريقة عمدية ، طبقا لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث ".⁵⁸

ورغم السلبية التي يتميز بها هذا النوع من العينات إلا أننا لجأنا إلى ذلك بسبب :

❖ ضيق وقت الدراسة الأمر الذي جعلنا نتعمد اختيار فترة شهر واحد.

56 - المرجع نفسه ، ص 129.

57 - المرجع نفسه ، ص 129.

58 - المرجع نفسه ، ص 141.

❖ التوجه مباشرة إلى الأفراد (في غالب الأحيان) الذين يشاهدون هذه البرامج الترفيهية ، أما البقية القليلة فكانت لمعرفة سبب عدم المشاهدة ، وهذا القصد خدمة لأهداف البحث.

❖ عدم توفر قاعدة بيانات واضحة المعالم يمكن اللجوء إليها هنا في الجزائر.

ولطبيعة الدراسة التي تهدف الكشف عن قيمة المضمون في البرامج الترفيهية فقد كانت العينة في هذا المجال كل البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية وتم الاختصار على فترة شهر واحد فقط نظرا لضيق وقت الدراسة

وبالنسبة للبرامج الترفيهية فهي :

ناس نسمة ، ناس سبور ، جاك المرسول ، ناس كاب ، كوزينتنا هكا ، ممنوع على الرجال .

ولتحقيق أهداف الدراسة التي اتخذت من الشباب الجزائري كعينة يجدر بنا أن نشير في ذلك إلى بعض النقاط :

❖ التعريف :

الشباب هو مرحلة من مراحل العمر تقع بين الطفولة والشيخوخة وهي تتميز من الناحية البيولوجية بالاكتمال العضوي ونضوج القوة ، كما تتميز من الناحية الاجتماعية بأنها المرحلة التي يتحدد فيها مستقبل الإنسان سواء مستقبلة المهني أو العائلي⁵⁹ ، وهم يمثلون الغالبية العظمى من المجتمع⁶⁰ ، فالشباب دائما هم أمل المستقبل وعدة المجتمع⁶¹ .

و هناك اختلاف واضح بين مختلف الباحثين في تحديد مرحلة الشباب ، فتفضل بعض الكتابات أن تحصر فئة الشباب في الفترة الممتدة من سن 15 إلى 25 سنة ، لأن هذه السن التي تحدث عندها تحولات هامة في حياة الفرد ، وقد حدد مؤتمر وزراء الشباب الأول بجامعة الدول العربية عام 1969 من خلال الاتجاهات المتفق عليها في العالم ، حدد تلك المرحلة بمن تتراوح أعمارهم ما بين 15 و 25 سنة انسجاما مع المفهوم الدولي المتفق عليه⁶²

⁵⁹ - فرد ميلسون ، الشباب في مجتمع متغير ، تر: يحي مرسلي عيد بدر، ط01،(مصر: دارالوفاء لدنيا للطباعة والنشر، 2007) ، ص

05.

⁶⁰ - محمد علي محمد ، الشباب العربي والتغير الاجتماعي ، ط01، (لبنان : دار النهضة العربية ، 1985) ، ص 16.

⁶¹ - عبد الرحمان محمد العيسوي ، الشباب والجنوح ، ط01، (لبنان : دارالراتب الجامعية ، 2004) ، ص 29.

⁶² - المرجع نفسه ، ص 06.

ودراسة الدكتور السعيد بومعيزة كانت قد حددت فترة الشباب من سن 19 إلى سن 29.⁶³

أما في هذه الدراسة فإنه من منطلق اختلاف سن البلوغ من بيئة لأخرى ، ومن فرد لآخر ، ومن منطلق أن الشباب يحدد دخوله إلى تلك المرحلة بمقدار تخلصه من لوازم الطفولة وتحوله من فرد مستهلك إلى فرد منتج ، ومن فرد يتعلم إلى فرد عامل ومن فرد معول إلى فرد عائل ، ونتيجة للظروف الخاصة التي يمر بها مجتمعنا وما يستتبع ذلك من تغير القيم ناحية التعليم والعمل وغيره ، واتساع الفترة التي يقضيها الشباب في التعليم مع عدم توفر العمل بسهولة ومن ثم الزواج بعد ذلك ، نرى أن الشباب هم تلك الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين سن 18 و 30 سنة .

❖ الموقع الجغرافي :

لقد تم اختيار 06 ولايات من القطر الجزائري مراعين في ذلك :

أ. الاختلافات الطبيعية والمناخية بين هذه المناطق.

ب. الاختلافات اللغوية والثقافية بين هذه المناطق.

ج. الاختلافات في نمط المعيشة وكذلك أسلوب الحياة.

د. الاختلافات في المحافظة على القيم (فهناك ولايات محافظة ...).

ومثل هذا الاتجاه في مثل هذه الدراسات ، أي النزول إلى عدة ولايات لم يكن جديدا ، فقد اعتمدنا على دراسة " عبد الله بوجلال وآخرون " ، فقد مست عينته ولايات : قسنطينة ، وهران ، تيزي وزو ، مسيلة ، ورقلة .

ولقد تم في بحثنا هذا إضافة ولاية الجزائر العاصمة ، وذلك لاعتقادنا بضرورة دخول مجتمع هذه الولاية (شبابها) ضمن عينة البحث باعتبارها عاصمة للبلاد ، وكذلك لخصوصية شبابها . وقد تم استبدال ولاية ورقلة بولاية بسكرة نظرا لصعوبات التنقل إلى هذه الولاية وقد راعينا في عملية الاستبدال الاشتراك في نفس الخصائص وعليه كانت الولايات هي :

الجزائر العاصمة ، قسنطينة ، وهران ، تيزي وزو ، المسيلة ، بسكرة .

❖ عدد أفراد العينة :

⁶³ - السعيد بومعيزة ، مرجع سبق ذكره ، 24-25.

مجموع عدد أفراد عينة البحث هو: 300 مفردة ، وقد تم تقسيمها على طريقة تساوي الحصص على النحو التالي :

- الجزائر العاصمة 50 مفردة
- قسنطينة 50 مفردة
- وهران 50 مفردة
- تيزي وزو 50 مفردة
- المسيلة 50 مفردة
- بسكرة 50 مفردة

ولقد جاء اختيار عدد 300 مفردة ، كنتيجة لتجانس أفراد البحث ، حيث أن أفراد عينة البحث ينتمون إلى شريحة واحدة (الشباب) فدرجة التجانس مرتفعة نوعا ما ، وكذلك لاعتقادنا بأن هذا العدد رغم تشتته الجغرافي إلا أنه سيمكننا من الإجابة على إشكالية البحث .

النتائج الخاصة بواقع الأخلاق في البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية :

❖ الأخلاق الإيمانية:

القيمة الإيمانية الغالبة في محتوى البرامج الترفيهية هي قيمة الالتزام الديني بنسبة 50 % تلي في ذلك قيمة التوكل على الله بنسبة 42.85 % أما قيمة الإيمان بالله و احترام الكتب السماوية فلم ترد إلا مرة واحدة بنسبة 7.15 % و أخيرا تنعدم قيمة التقوى في محتوى هذه البرامج الترفيهية .

❖ الأخلاق العقلية (الترابطية):

نسبة أكثر من نصف القيم العقلية الترابطية كانت من نصيب قيمة الطموح بنسبة 52.08 % ، تلي في ذلك قيمة تقدير العلم العلماء بنسبة 25 % أما قيمة احترام الذات فقد كانت بنسبة 12.5 % ، و أخيرا قيمة التفتح كانت نسبة 10.41 %.

❖ الأخلاق العقلية (غير ترابطية):

أن أكبر نسبة كانت لقيمة "التوتر الداخلي" ب 28.75 % أما قيمة الكسل الفكري فقد كانت بنسبة 26.25 % في حين أن قيمة تضييع الوقت فقد كانت بنسبة 23.75 % و أخيرا كانت قيمة عدم الاهتمام بالدراسة و إهمال العمل بنسبة 21.25 % .

❖ الأخلاق السلوكية (الترابطية):

أن القيمة السلوكية الترابطية " علاقات شخصية مرضية مع الآخرين " كان لها أكبر نسبة 48.64 % تلي في ذلك قيمة التعاون بنسبة 27.02 % أما قيمة احترام العلاقات الأسرية و بر الوالدين فقد كانت بنسبة 18.92 % في حين أن قيمة العدل كانت بنسبة 5.40 % .

❖ الأخلاق السلوكية (غير ترابطية):

أن القيمة الغالبة على مستوى القيم السلوكية غير الترابطية هي قيمة "الإيحاء بالإثارة و الجنس " بنسبة 65.03 % تلي في ذلك قيمة " عدم التقيد بالعادات العربية" بنسبة 25.76 % أما قيمة "الكذب" فقد كانت بنسبة 4.90 % و أخيرا قيمة" مصاحبة رفقاء السوء "فقد كانت بنسبة 4.29 % .

النتائج الخاصة بأنماط المشاهدة و تفضيلات الشباب الجزائري للبرامج الترفيهية في قناة نسمة الفضائية ورأيه فيها:

❖ أن غالبية المبحوثين هم من متبعي قناة نسمة الفضائية بنسبة 87 % أما الذين لا يتابعون هذه القناة كانوا بنسبة 13 %.

❖ أن معظم أفراد العينة يتابعون قناة نسمة الفضائية بنسبة متوسطة بنسبة 59.77 % وتليه في المرتبة الثانية المشاهدين الأوفياء لهذه القناة بنسبة 28.35 % ليقل في المرتبة الأخيرة الذين تندر مشاهدتهم لهذه القناة بنسبة 11.88 % .

❖ أن النسب العامة لتبريرات عينة البحث من الذين لا يشاهدون قناة نسمة الفضائية كانت متقاربة فالذين أكدوا على أن عدم مشاهدتهم لهذه القناة كان بسبب الطبيعة الترفيهية لبرامج القناة و عدم جديتها كانوا بنسبة 30.76 % أما الذين أكدوا على أنهم لا يتابعون القنوات الفضائية مطلقا كانوا بنسبة 25.64 % في حين أن هناك من أرجع سبب عدم مشاهدته للقناة إلى أنهم يتابعون قنوات أخرى وكانوا بنسبة 23.08 % ليأتي في المرتبة الأخيرة الذين

المجلد العاشر/ العدد الثاني/ 01 ديسمبر 2018 ISSN: 1112-8518, EISSN: 2600-6200

عبروا عن وجهة نظرهم في سبب عدم مشاهدتهم لقناة نسمة الفضائية و التي أجمع غالبيتها على أنها قناة لا تحترم الأخلاق وبأنها لا تمثل المغرب العربي وكان ذلك بنسبة 20.51%.

❖ أن الذين يشاهدون البرامج الترفيهية لقناة نسمة فضائية لسنة فأكثر كانوا هم أكبر نسبة بنسبة 37.55% ليتساوى الذين يشاهدون هذه البرامج منذ أقل من سنة ، و الذين يشاهدون منذ سنتين فأكثر بنسبة 23.75% لكل منهما ، أما الذين يشاهدون منذ ثلاثة سنوات فأكثر كانوا في المرتبة الأخيرة بنسبة 14.94%.

❖ أن أكبر نسبة كانت للذين يشاهدون البرامج الترفيهية مرتين أسبوعيا بنسبة 37.55% في حين أن الذين يشاهدون هذه البرامج مرة واحدة في الأسبوع كانوا بنسبة 26.82% و يقل عدد الذين يشاهدونها بصفة يومية بنسبة 6.51%.

❖ أن النسب كانت متقاربة بين الذين يتابعون البرامج الترفيهية لساعة و أقل من ذلك فقد كان الذين يتابعون البرامج الترفيهية للقناة لمدة ساعة بنسبة 38.31% أما الذين يتابعون لمدة أقل من ساعة فقد كانت نسبتهم 34.10% ليقل عدد أفراد العينة الذين يتابعون هذه البرامج لمدة ساعتين بنسبة 18.77% و تنخفض النسبة أكثر عند الذين يشاهدونها لأكثر من ساعتين بنسبة 8.81%.

❖ أن هناك علاقة دالة إحصائيا بين المستوى التعليمي وعدد ساعات المشاهدة فكلما زاد المستوى التعليمي قلت عدد ساعات المشاهدة.

❖ أن فترات المتابعة لدى أفراد عينة البحث كانت نسبتها مرتفعة عند الذين يشاهدون البرامج الترفيهية بطريقة غير منتظمة و منظمة ، أي يعني كلما سمحت الفرصة لذلك ، فقد كانت نسبتهم 54.02% أما الذين يشاهدون البرامج في الفترة المسائية فقد كانوا بنسبة 41.76% لتقل أخيرا نسبة الذين يشاهدون البرامج الترفيهية في الفترة الصباحية بنسبة 4.21%.

❖ أن تقريبا نصف أفراد عينة البحث يتابعون البرامج الترفيهية مع أسرهم بنسبة 44.83% لتتخفف النسبة انخفاضا قليلا عند الذين يتابعون البرامج الترفيهية بمفردهم بنسبة 38.31% لتتخفف أكثر عند الذين يتابعون البرامج الترفيهية مع مجموعة الأصدقاء بنسبة 16.86%.

المجلد العاشر/ العدد الثاني/ 01 ديسمبر 2018 ISSN: 1112-8518, EISSN: 2600-6200

❖ بالنسبة لعدد البرامج التي يشاهدها أفراد عينة البحث كانت أكبر نسبة للذين يشاهدون برنامجين بنسبة 28.74 % أما الذين يشاهدون أكثر من ثلاثة برامج فقد كانوا بنسبة 26.44 % في حين أن الذين يشاهدون برنامجا واحدا كانت نسبتهم 25.29 % و أخيرا كانت أقل نسبة للذين يشاهدون ثلاثة برامج بنسبة 19.54 %.

❖ تشكل اللغة عائقا في فهم الرسالة الإعلامية للبرامج الترفيهية حيث أن أكثر من نصف الباحثين كانت نسبتهم بـ " نعم " و " نوعا ما " فنسبة 7.66 % للذين أكدوا على هذا العائق أما الذين لم يؤكدوا على هذا العائق ولكن في نفس الوقت لم ينفوه بنسبة 45.98 % لاختيار " نوعا ما " في حين أن بقية أفراد عينة البحث نفوا في أن تكون اللغة عائقا في فهم الرسالة الإعلامية للبرامج الترفيهية بنسبة 46.36 % .

❖ ترتفع نسبة الذين تشكل اللغة الفرنسية عائقا في فهم البرامج الترفيهية التي تعرضها القناة بنسبة 65 % في حين تقل نسبة الذين تشكل اللهجة العامية عائقا عندهم في فهم البرامج الترفيهية بنسبة 22.86 % لتقل عند الذين يعتبرون أن اللغة العربية تشكل عائقا لهم بنسبة 12.14 %.

❖ أن برنامج "ناس سبور" احتل المرتبة الأولى فيما يخص ترتيب البرامج بنسبة 20.65 % ، أما المرتبة الثانية فكانت لبرنامج " ناس نسمة " بنسبة 19.48 % ، في حين أن المرتبة الثالثة كانت لبرنامج " جاك المرسل" بنسبة 18.39 % ، أما المرتبة الرابعة فكانت لبرنامج " كوزينتتا هكا " بنسبة 15.58 %، أما برنامج "ممنوع على الرجال" فقد كان في المرتبة الخامسة بنسبة 13.29 % ، في حين عادت المرتبة الأخيرة لبرنامج " نسمة كاب" بنسبة 12.61 %.

❖ أغلب أفراد عينة البحث كانت دوافع ترتيبهم للبرامج الترفيهية نابعة من إعجابهم بالموضوعات المعالجة في هذه البرامج بنسبة 65.90 % في حين كانت طريقة التقديم بنسبة 32.95 % ، أما الذين اختاروا الإجابة المفتوحة فكانت مجمل إجابتهم إلى أن المقدم الجزائري في برنامج " جاك المرسل" بنسبة 1.15 %.

المجلد العاشر/ العدد الثاني/ 01 ديسمبر 2018 ISSN: 1112-8518, EISSN: 2600-6200

❖ أن المعارضين لغياب المواد الإخبارية عن الشبكة البرمجية لقناة نسمة الفضائية شكلوا نسبة 33.33 % أما المحايدون فقد كانوا بنسبة 26.82 % في حين أن الموافقين على ذلك كانوا بنسبة 21.84 % و المعارضين بشدة بنسبة 10.37 % .

❖ لقد كان كثير من أفراد عينة البحث موافقين على أن غياب البرامج الإخبارية لا يقلل من أهمية المواضيع التي تطرحها قناة نسمة الفضائية في شبكتها البرمجية بنسبة 44.83 % في الوقت نفسه شكل المحايدون و المعارضين نفس النسبة بـ 22.61 % ليقبل عدد المعارضين بشدة بنسبة 7.84 % أما الموافقين بشدة فقد كانوا في آخر الترتيب بنسبة 4.60 % .

❖ يُرى ما يقارب نصف أفراد عينة البحث موافقون على أن البرامج الترفيهية في قناة الفضائية تساهم في التعريف بالخصوصيات الثقافية المغربية بنسبة 44.44 % أما نسبة المعارضين فقد كانت 21.07 % لتكون نسبة المحايدون 15.33 % و تقل النسبة عند الموافقين بشدة بنسبة 11.49 % و أخيرا تنخفض عند المعارضين بشدة بنسبة 7.66 % .

❖ أن الذين وافقوا بأن البرامج الترفيهية في قناة نسمة الفضائية تضيي الصبغة المغربية على الاهتمامات العربية لسكان المغرب العربي كانت نسبتهم 38.31 % أما المحايدون فقد كانت نسبتهم 16.40 % في حين ارتفعت نسبة الموافقة بشدة مقارنة بالقضايا الأخرى بنسبة 16.09 % ليتساوى نسب المعارضة و المعارضة بشدة بنسبة 14.56 % لكل منهما .

❖ أن أكبر مجموعة من أفراد عينة البحث كانت موافقة على أن برنامج "ناس نسمة" ينجح في تسليط الضوء على الاهتمامات الفنية للجمهور المغربي بنسبة 34.87 % في حين كان المعارضون بنسبة 18.77 % أما الموافقون بشدة فقد كانت نسبتهم 16.86 % لتنخفض النسبة عند المحايدون بنسبة 16.48 % لتقل النسبة في الأخير عند المعارضين بشدة بنسبة 13.03 % .

❖ أن الذين وافقوا بأن برنامج "ناس سبور" ينجح في تلبية احتياجات الجمهور الرياضي المغربي كانوا أعلى نسبة بنسبة تصل إلى نصف أفراد عينة البحث 49.79 % في حين أن المحايدون كانوا بنسبة 24.05 % أما الموافقين بشدة فقد كانوا بنسبة 13.50 % لتنخفض انخفاضاً

المجلد العاشر/ العدد الثاني/ 01 ديسمبر 2018 ISSN: 1112-8518, EISSN: 2600-6200

شديدا نسبة المعارضين بنسبة 10.90 % لتصل المعارضة بشدة بنسبة منخفضة جدا بـ 1.69 % .

❖ أن الموافقين على نجاح برنامج "جاك المرسل" في تكريس الترابط الاجتماعي لدى الجمهور المغربي كانوا بنسبة 41.76 % أما المحايدون فقد كانوا بنسبة 23.37 % في حين أن الموافقين بشدة زاد ارتفاع نسبتهم عن القضايا السابقة بنسبة 21.07 % لتتخفف نسب المعارضة فقد كانت نسبة المعارضين 12.26 % و المعارضين بشدة بنسبة 1.53 % .

❖ أن الموافقين على نجاح برنامج "كوزينتنا هكا" في التعريف بالأطباق التقليدية للجمهور المغربي يشكلون أعلى نسبة تقدر بـ 42.91 % أما المحايدون فقد كانوا بنسبة 22.61 % و الموافقين بشدة بنسبة 19.92 % لتقل دائما درجة المعارضة فالمعارضون كانوا بنسبة 13.79 % أما المعارضون بشدة فقد كادت نسبتهم تصل إلى درجة الانعدام بنسبة 0.77 % .

❖ أن المحايدون في آرائهم نحو نجاح برنامج "ممنوع على الرجال" في مناقشة المواضيع المهمة و الحيوية للمرأة المغربية كانوا أعلى نسبة بـ 35.63 % أما الموافقون فقد كانوا بنسبة 23.37 % لترتفع درجة المعارضة عكس البرامج الأخرى بنسبة 21.84 % أما الموافقون بشدة فقد كانت نسبتهم 10.73 % لتتخفف النسبة عند المعارضين بشدة بنسبة 8.43 % .

❖ أن نسبة الموافقة على نجاح برنامج "ناس كاب" في تلبية احتياجات الجمهور الرياضي المغربي بنسبة 44.06 % أما المحايدون فقد كانوا بنسبة 23.75 % و المعارضين بنسبة 14.56 % في حين أن الموافقين بشدة كانوا بنسبة 11.49 % وأخيرا كانت نسبة المعارضين بشدة 6.13 % .

النتائج الخاصة بالأخلاق :

❖ الإيمان بالله واحترام الكتب السماوية :

أن المعارضين بشدة كانوا يشكلون أعلى نسبة 39.46 % لتلهم في ذلك المعارضين بنسبة 29.89 % أما المحايدون فقد كانوا بنسبة 18.01 % لتكون نسبة الموافقين 8.81 % ، أما الموافقون بشدة فقد كانت نسبتهم 3.83 % .

❖ التقوى:

ارتفاع في نسبة المعارضة بشدة بنسبة 42.91 % أما المعارضون فقد كانوا بنسبة 34.10 % في حين أن المحايدون كانوا بنسبة 15.71 % و الموافقون بشدة كانت نسبتهم 4.21 % أما الموافقون فقد كانت نسبتهم 3.07 % .

❖ التوكل على الله:

لقد كان المعارضون بشدة يكونون أعلى نسبة تقدر بـ 41 % يلي في ذلك المعارضون بنسبة 27.97 % أما المحايدون فقد كانوا بنسبة 19.54 % ، في حين تساوى الموافقون بشدة و الموافقون بنسبة 5.75 % .

❖ الالتزام الديني :

كانت نسبة المعارضة الشديدة للارتباط بها من البرامج الترفيهية للقناة بنسبة 38.70 % ويلمها في ذلك المعارضون بنسبة 29.89 % في حين المحايدون كانوا بنسبة 14.94 % أما الموافقين فقد كانوا بنسبة 9.58 % و الموافقين بشدة بنسبة 6,90 % .

❖ الطموح :

أن المعارضين بشدة يشكلون أعلى نسبة 38.3 % يلهم في ذلك المعارضون بنسبة 24.14 % في حين أن المحايدون كانوا بنسبة 16.48 % أما الموافقون فقد كانوا بنسبة 16.48 % و أخيرا الموافقون بشدة كانوا بنسبة 4.98 % .

❖ احترام الذات:

ارتفاع نسبة المعارضة بشدة 31.80 % يلي بعد ذلك المعارضون بنسبة 30.65 % أما المحايدون فقد كانوا بنسبة 18.39 % في حين أن الموافقون كانوا بنسبة 14.18 % و الموافقون بشدة بنسبة 4.18 % .

❖ تقدير العلم والعلماء :

المجلد العاشر/ العدد الثاني / 01 ديسمبر 2018 ISSN: 1112-8518, EISSN: 2600-6200

أن أعلى نسبة كانت المحايدون بـ 29.89 % يليه في ذلك المعارضون بنسبة 25.29 % أما الموافقون فقد شكلوا بنسبة 20.89 % في حين أن المعارضة بشدة شكلوا نسبة 19.54 % و الموافقون بشدة بنسبة 4.60 %.

❖ التفتح :

أن المحايدة هي الاتجاه الأكثر بروزا لهذه القيمة بنسبة 36.02 % يليها في ذلك الموافقون بنسبة 23.75 % و بعدها المعارضون بشدة 19.92 % في حين أن الموافقون بشدة كانوا بنسبة 12.64 % أما المعارضون بشدة فقد كانوا بنسبة 7.66 % .

❖ الكسل الفكري :

أن أكبر نسبة كانت للمحايدون بنسبة 35.25 % و يليها في ذلك الموافقون بنسبة 32.57 % أما المعارضون فقد كانوا بنسبة 14.94 % و أما الموافقون بشدة فقد كانوا بنسبة 11.11 % في حين أن المعارضون بشدة كانوا بنسبة 6.13 %.

❖ التوتر الداخلي :

أن الاتجاه المحايد كان يمثل أكبر نسبة 39.46 % يلي في ذلك الموافقون بنسبة 29.50 % في حين أن المعارضين كانوا بنسبة 17.24 % أما الموافقون بشدة فقد كانت نسبتهم 9.58 % و أخيرا المعارضون بشدة بنسبة 4.21 % .

❖ عدم الاهتمام بالدراسة وإهمال العمل :

أن الحياد يبقى هو الاتجاه السائد بنسبة 35.63 % يلي في ذلك الموافقون بنسبة 31.42 % بينما كان المعارضون بنسبة 16.48 % في حين كان المعارضون بشدة بنسبة 11.11 % و أخيرا الموافقون بشدة بنسبة 5.36 % .

❖ تضييع الوقت :

المجلد العاشر/ العدد الثاني/ 01 ديسمبر 2018 ISSN: 1112-8518, EISSN: 2600-6200

أن المحايدين شكلوا أكبر نسبة بـ 32.95 % يلي في ذلك الموافقون بنسبة 29.12 % ، أما الموافقون بشدة فقد كانوا بنسبة 18.01 % في حين أن المعارضين قد كانوا بنسبة 12.64 % و المعارضون بشدة بنسبة 7.28 % .

❖ احترام العلاقات الأسرية وبر الوالدين :

أن أكبر نسبة للموافقين على أن البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية تساعدهم على الارتباط بقيمة احترام العلاقات الأسرية وبر الوالدين وذلك بنسبة 30.27 % يلي في ذلك المحايدة بنسبة 27.97 % في حين أن المعارضين بشدة كانوا بنسبة 15.33 % أما المعارضون فقد كانوا بنسبة 13.79 % و أخيرا الموافقون بشدة كانوا بنسبة 12.64 %.

❖ التعاون :

أن هناك تساوي للنسب بين كل من المحايدين و الموافقين بنسبة 36.02 % في حين أن المعارضين كانوا بنسبة 11.49 % و أخيرا المعارضون بشدة كانوا بنسبة 5.36 % .

❖ علاقات شخصية مرضية مع الآخرين :

أن أكبر نسبة كانت موافقة بـ 34.48 % أما المحايدون فقد كانوا بنسبة 30.65 % في حين أن الموافقين بشدة كانوا بنسبة 18.39 % أما المعارضون فقد كانوا بنسبة 11.11 % و يبقى المعارضون بشدة بنسبة 5.36 % .

❖ العدل :

نسبة الموافقة أكبر نسبة بـ 25.29 % أما المحايدون فقد كانوا بنسبة 24.14 % في حين أن الموافقين بشدة فقد كانوا بنسبة 23.37 % أما المعارضون فقد كانوا بنسبة 14.94 % و أخيرا المعارضون بشدة بنسبة 12.26 % .

❖ الكذب :

المجلد العاشر/ العدد الثاني/ 01 ديسمبر 2018 ISSN: 1112-8518, EISSN: 2600-6200

أن اتجاه الموافقة بشدة كان له نصيب أكبر بنسبة ب 38.70 % يلي في ذلك المحايدون بنسبة 26.05 % أما الموافقون فقد كانوا بنسبة 23.57 % بينما المعارضون بنسبة 6.51 % و أخيرا المعارضون بشدة بنسبة 4.98 % .

❖ الإيحاء بالإثارة والجنس :

أن أكبر نسبة للموافقين بشدة بنسبة 44.83 % أما الموافقون فقد كانوا بنسبة 36.02 % في حين أن المحايدون كانوا بنسبة 11.11 % بينما المعارضون بشدة كانوا بنسبة 5.36 % و يبقى المعارضون بنسبة 2.68 % .

❖ عدم التقيد بالعادات العربية :

أن الموافقون بشدة يشكلون أكبر نسبة ب 47.89 % يلي في ذلك الموافقون بنسبة 28.74 % بينما كان المحايدون بنسبة 14.18 % في حين أن المعارضين بشدة و المعارضين قد شارح بينهم ب4.60 % لكل منهما .

❖ مصاحبة رفقاء السوء:

أن أكبر نسبة من المبحوثين يوافقون بشدة على أن البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية تساعدهم على الارتباط بقيمة مصاحبة رفقاء السوء وذلك بنسبتهم 44.8 % يلي ذلك الموافقون بنسبة 23.75%، أما المحايدون فقد كانوا بنسبة 20.69 %

❖ أن هناك ارتباطا وثيقا بين السن والمستوى التعليمي ومنطقة الإقامة والارتباط بالقيم ، فكلما زاد السن زاد الارتباط بالقيم الترابطية والمعارضة للقيم غير الترابطية وهو الأمر نفسه بالنسبة للمستوى التعليمي ، أما فيما يخص المنطقة الجغرافية فإن مناطق : ولاية المسيلة ، بسكرة ، تيزي وزو شبابها أشد ارتباطا بالقيم الترابطية ومعارضة للقيم غير الترابطية ، على عكس ولايات : الجزائر العاصمة ، وهران ، وقسنطينة بدرجة أقل.

❖ أن هناك ارتباط مع بعض القيم بين السن والمستوى والتعليمي وكثافة المشاهدة .

مناقشة النتائج:

إذا جئنا إلى مناقشة النتائج العامة التي توصلت لها هذه الدراسة يمكن أن نناقشها على المستويات التالية:

أ. على مستوى التأثير: تبقى البرامج الترفيهية للقناة وبشكل عام مضامين وسائل الإعلام ، أحد أطراف عملية التأثير على المنظومة الأخلاقية الدينية على الشباب في الجزائر ، إضافة إلى أطراف أخرى. وكذلك إن معظم النتائج تؤكد على معارضة الشباب الجزائري للقيم الترابطية ، وموافقته للقيم غير الترابطية ، وبذلك نؤكد الافتراض الذي فرضناه بتفاعلية العلاقة بين الشباب وبين ما يتلقونه من محتويات في البرامج الترفيهية ، أي إيجابية الشباب وليس بسلبته كما هو شائع.

ب. الرأسمال الرمزي والمحتوى الترفيهي : إن النتائج المتوصل إليها تثبت ما ذهب إليه البروفيسور عبد الرحمان عزي ، بأن المحتوى الترفيهي يعاني من خسوف في القيمة وتسطيح لها ، وهذا ما قرأناه في نتائج هذه الدراسة .

ج. الأخلاق : وهنا نلمس الاتفاق الحاصل بين نتائج تحليل المحتوى وأجوبة المبحوثين.

الخاتمة:

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة معالجة إحدى الظواهر الرئيسية في جل المجتمعات ولكن في الوقت نفسه نجد نوعا من الإهمال في كتابات الباحثين مقارنة بالظواهر الأخرى ولعلنا قصدنا هنا العلاقة بين وسائل الإعلام والأخلاق .

وإن كانت مقارنة الرأسمال الرمزي الجديد المفقود في الساحة العربية الذي يضم في تعقيداته البنى المادية والرمزية والأخلاقية بشكل مقارنة تحتاج إلى الكثير من الدراسات حتى نتمكن الوصول من نقطة بداية التلاحق الفكري إلى العملية المبنية على التجسيد الواقعي المفهوم لدى ذهن الفاعل العربي.

إن غياب الرأسمال الأخلاقي على الساحة الإعلامية العربية يشكل في اعتقانا ، أحد المعطلات الحضارية التي تساهم في الركود الحضاري الذي يولد هذه الرخويات والطفيليات من الفاعلين

الاجتماعيين ، مع انه بالإمكان تفعيله في إطار المخزون القيمي والأخلاقي الذي نملكه لتجسيد الفاعلية الحضارية.

و لقد توصلت الدراسة إلى نتائج أخرى ذات علاقة بالموضوع التي تأمل في أن تكون بداية لصياغة إشكاليات من أجل القيام بدراسات أخرى في سبيل التأسيس لهذا المجال من البحث الذي مازال يعاني من نقص شديد من حيث تحث المفاهيم والتقنيات المنهجية مع توفر الغطاء النظري الذي نعتقد في صلاحيته لتفسير مثل هذا النوع من الإشكاليات المعرفية و إننا نقصد هنا بالطبع نظرية الحتمية القيمة في الإعلام .