

# أثر سوسولوجيا الفضائيات على الأنساق القيمية والهوية الوطنية للمتلقي - دراسة حالة -

د. نصير صالح بوعلي  
كلية الاتصال

## Résumé

Les sociétés humaines élaborent dans leurs citoyens des modèles de cultures, reflètent sa tendance, ses orientations et ses modes de vie et son propre régime social et la nature de sa civilisation, soit ces communautés avancée ou en voie de développement. Si nous sommes de retour aux modèles de valeurs humaines, nous trouvons des modèles positifs et négatifs, ce qui est normal et ne pas attendre. La plupart de ces modèles est le produit de la conjoncture de la société. Ce qui est important dans cette intervention est que les Chaines de télévision chercherait à renforcer certains types de cultures et de valeurs et d'affaiblir d'autres.

Sur la base de ce qui suppose que le contenu des média , en particulier, a du mal à atteindre leurs objectifs avec le récepteur. Il existe des chaînes de télévision s'emploie à renforcer une culture de la religiosité et des chaînes de télévision, s'emploie à renforcer le modèle d'une culture de citoyenneté et d'autres canaux travaillent à renforcer un modèle de culture de l'appartenance nationale et d'autres veut développer un citoyen modèle sont ceux qui mettent l'accent sur les innovations dans le contenu des jeunes, etc...

Le chevauchement et la concurrence entre les chaînes de télévision avec le manque d'expérience chez le récepteur au niveau de son utilisation de TV, ceci a créé des modèles de citoyen négatifs : L Exemple de citoyens

expatriés de leur société, citoyens opprimés et victime de ce qu' on appelle Images stéréotypes négatifs sur sa société, le modèle de citoyens consommateurs Gaper l'autre dans son style de vie etc...

Malheureusement, de nombreuses chaînes de télévision, en particulier chaînes étrangères, aujourd'hui, fonctionne sur la marginalisation du rôle de L'état a contrôlé ses citoyens et de réduire, jour après jour, de son rôle de premier plan pour exhorter le maintien de l'identité nationale. Si maintenant nous nous tournons vers les média locaux pour savoir leur rôle dans la plantation d'identité et de citoyenneté, nous constatons qu'ils ne sont pas mieux lotis que d'autres voies de socialisation (famille, mosquée, école, université) qui trouvent des difficultés a façonner le comportement de ses membres.

### الملخص :

تنمي المجتمعات البشرية لدى أفرادها نماذج معينة من الثقافات، وهي أنساق قيمية تعكس توجهاتها وتصوراتها الحياتية ونظامها الاجتماعي وطبيعة الحضارة السائدة فيها ، سواء كانت هذه المجتمعات متقدمة أو نامية ( انتقالية). وإذا نحن عدنا إلى سلوكيات البشر لوجدنا نماذج سلبية وأخرى ايجابية ( انعكاس لمدى الالتزام بالقيم المعنوية ) وهو أمر طبيعي ولا غرابة فيه. وأغلب هذه النماذج هي أيضا نتاج الظروف المجتمعية السائدة. وما يهم في هذه الدراسة هو أن الفضائيات ستعمد إلى تقوية نماذج معينة من الثقافات والقيم وإضعاف نماذج أخرى.

استنادا إلى ذلك يفترض بأن مضامين وسائل الإعلام والفضائيات على الأخص تتصارع من أجل تحقيق أهدافها لدى المتلقي. فهناك قنوات تلفزيونية فضائية تعمل على تقوية نموذج ثقافة التدين وقنوات فضائية تعمل على تقوية نموذج ثقافة المواطنة وقنوات أخرى تعمل على تقوية نموذج ثقافة الانتماء القومي وأخرى تريد تنمية نموذج المواطن المنحز وهي تلك التي تركز في محتواها على ابتكارات الشباب الخ.

إن التداخل والتشابك والتنافس بين القنوات الفضائية مع غياب الخبرة لدى المتلقي عند المشاهدة التلفزيونية أحدث هذا مع مرور الأيام نماذج سلبية من البشر ونعني بها هنا حصرا : نموذج الإنسان المغترب عن مجتمعه نتيجة الاحتكاك الشديد بمحتويات الآخر من خلال قنواته التلفازية، نموذج الإنسان المقهور والمهزوم ضحية الصورة النمطية السلبية عن

بمجتمعه، نموذج الإنسان الاستهلاكي المنبهر بالآخر في غمط عيشه ومعيشته، نموذج الإنسان الاستعراضى المرتبط بقنوات الغريزة أو الإثارة، نموذج الإنسان المنحرف المتأثر سلبيًا ببرامج أو قنوات الأكشن (Action) إلخ .

وستكون عاقبة ذلك أن المجتمع الذي ننتمي إليه (العربي الإسلامي) سيعاني مستقبلًا من فقدان المعايير الثقافية والوطنية وسنجد أنفسنا أمام تفكك اجتماعي يصعب السيطرة عليه... فمع الأسف كثير من القنوات الفضائية وخاصة الأجنبية تعمل اليوم على تمهيش دور الدولة القطرية في السيطرة على مواطنيها وتقليل، يوما بعد يوم، من دورها الريادي في الحث على التمسك بالهوية الوطنية. وإذا اتجهنا صوب وسائل الإعلام المحلية والتقليدية لمعرفة دورها الآن في غرس الهوية والمواطنة لوجدنا أن حالها ليس بأفضل من حال قنوات التشيئة الأخرى (الأسرة، المسجد، المدرسة والجامعة) التي هي الأخرى أصبحت تعاني ضعفًا في تشكيل سلوك أفرادها من خلال نسقه القيمي... والخلاصة أن الميديا أو وسائل الاتصال والإعلام هي التي أصبحت تشكل الكثير من المفاهيم المرتبطة بالهوية والمواطنة وذلك نتيجة للحجم الزمني المعبر الذي أصبح يخصص لمشاهدتها عكس الأزمنة الأخرى ومنها القيمة التي تصدعت بالمقارنة مع زمن استخدام التلفاز. وفي كثير من الأحيان تكون هذه المفاهيم غير صحيحة وتعارض مع المفاهيم الحقيقية للمواطنة والهوية.

## المقدمة

يعد البث التلفزيوني "الفضائي" من المجالات الهامة والمؤثرة التي تحتاج دوماً إلى مزيد من الفهم والدراسة. فمع تطور تكنولوجيا الاتصال خلال النصف الثاني من القرن العشرين وانتشار وسائل الإعلام الإلكترونية وابتداء مرحلة البث الفضائي المفتوح فعلياً منذ سنة 1985 سقطت معظم الحواجز الثقافية والاتصالية بين شعوب العالم وتحول العالم إلى ما سماه ماك لوهان (Luhan-Mc) قرية قبلية أو قرية واحدة، وزاد الإقبال على اقتناء هذه الوسائل واختيار التعرض لها ولرسائلها المختلفة مما دفع الباحثون إلى دراسة هذه الوسائل وتحليل محتوياتها والتعرف على أساليبها وتحديد العوامل الرئيسية والفرعية التي تشجع المتلقي للتعرض لها ولاستقبالها.

لقد دخلت وسائل الاتصال الحديثة اليوم كل بيت وأخذت تلعب دوراً هاماً في وعي المتلقي والتأثير في مفاهيمه وقيمه وهويته وعاداته وتقاليده وطفعت على مكونات الوعي الأخرى كالأُسرة والمدرسة والمجتمع وغدت — في أيامنا هذه — الوسيلة الأهم في تكوين الفرد ومزاج المجتمع والمشارك الرئيسي في تحديد ملامح سلوك الناس وحياتهم اليومية. لعل هذا الانفجار في وسائل الاتصال لم يكن يمثل هذا الاتساع والشمول وقدرة التأثير والمشاركة في أية مرحلة من مراحل التاريخ الإنساني كما هو اليوم، والمحصلة أن القنوات التلفزيونية الفضائية بمضامينها المتعددة والمتنوعة أصبحت تشكل جزءاً من نسيج المجتمع وحياته في كل مكان في عالمنا وذات تأثير مباشر في التكوين الثقافي والإعلامي للمجتمعات فضلاً عن تشكيل الوعي وتحديد مسار سلوك الأفراد والمجتمعات.

ولا شك أن الجزائر التي دخلت ميدان البث التلفزيوني "الفضائي" عبر الأقمار الصناعية منذ سنة 1986 أصبحت مع بداية الألفية الثالثة عرضة لعدد كبير ومتنوع من البرامج تحمل مضامين متباينة عبر عدد هائل من القنوات التلفزيونية الفضائية. يأتي هذا — طبعاً — مع تبلور أنظمة جديدة للاتصال الفضائي والاتجاه إلى إنتاج الأطباق الصغيرة ذات الاستعمال الفردي والأسعار الميسرة في ظل تنافس شركات صناعة التلفزيون وملاحقه. ولم يعد "القلق" متعلقاً بالبرامج التلفزيونية التي ينبغي على القناة التلفزيونية الوطنية (الداعية والخارجية) تقديمها لجمهور مستقبلها وإنما أضحي — القلق — مبعثه أن الفضائيات انتشرت في الأحياء الوطنية كما أن الهوائيات المقعرة "الأطباق" أمست في معظم البيوت لا فقط في المدن الكبيرة بل حتى في القرى والأرياف.

وتشير الكثير من الدراسات الإعلامية إلى أن العالم لم يشهد انتشاراً مكثفاً وسريعاً لوسيلة إعلامية مثل ما تحقق لأنظمة الاتصالات الفضائية خاصة قنوات البث التلفزيوني

"الفضائي" المباشر التي استطاعت في مدة قصيرة أن تغزو بوسائلها الأسواق وأن تنبؤاً — هذه الوسائل — مركزاً مميزاً بين مثيلاتها من الوسائل الأخرى، وعلى الرغم من تشابه البث "الفضائي" المباشر في كثير من خصائصه مع الوسائل الأخرى إلا أنه قد أتى بخواص انفرد بها من أهمها : إمكانية متابعة الأحداث في أماكن وأوقات حدوثها والحرية الكاملة في تقديم المضامين المختلفة مما تحمله من إثارة وجرأة قد تصل إلى حد الإباحية من قبل بعض القنوات. وتعتبر هذه الخواص أحد أهم أسباب سرعة انتشار وشعبية هذه القنوات، ذلك لأن وسائل الإعلام التقليدية كانت عادة ما تدار بواسطة مؤسسات ذات صبغة رسمية تسيطر على محتوى المادة المقدمة تبعاً لسياساتها العليا، ومن ثم جاءت هذه القنوات "منقذاً" و"محرراً" للجماهير من اعتمادهم على الوسائل التقليدية ومخففاً لحدة سيطرتها عليهم. وبهذا نقلت القنوات التلفزيونية الفضائية مسؤولية التحكم في الوسيلة من المجتمع إلى الفرد. ويتوقع الكثير من الخبراء أن المتلقي لن يتحول إلى مركز للمعلومات فحسب، وإنما المزيد من المعلومات التي يحبسها الفرد ويختار التعرض إليها في الوقت الذي يناسبه. كما تشير الدلائل إلى أن رؤية مارشال ماك لوهان الخاصة بوحدة العالم والحياة في "قرية عالمية" التي حققتها فضة وسائل الاتصال الجماهيري خلال عقد الستينيات، قد أصبحت في حاجة إلى إعادة نظر في عقد التسعينيات والقرن الحادي والعشرين، حيث تتجه وسائل التكنولوجيا الحديثة للاتصال إلى جعل خبرات القراءة والاستماع والمشاهدة عبارة عن خبرات معزولة بدلاً من كونها خبرات مشتركة كما يفترض ماك لوهان، ذلك لأن جماهير وسائل الاتصال تتجه في المستقبل نحو المزيد من التشتت والتناثر<sup>(1)</sup> بمعنى تقديم رسائل متعددة تلائم الأفراد أو الجماعات الصغيرة المتخصصة، ويتخذ هذا التفتت (démassification) للرسائل الإعلامية مظهرين :

المظهر الأول يتحكم فيه المرسل، والمظهر الثاني يتحكم فيه المستقبل. ويبرز تحكم المرسل في تفتت الاتصال من خلال توجيه الرسائل التي تخاطب الميول والحاجات الفردية.

إن طبيعة التحكم في ميولات الأفراد والجماعات تثير تساؤلات عدة عن مدى تأثير التعرض لهذه الوسيلة "الفضائية" على معارف واتجاهات وسلوكيات شرائح مختلفة من المجتمع وكذا تساؤلات تتعدى إلى البنية الثقافية انسجامها أو تفتتها في ظل المناقسة المعتبرة لهذا النوع من الاتصال التلفزيوني الذي ينحو منحى التوجه الفردي الآن بدل التوجه الجماهيري كما كان في السابق.

(1) حسن مكايوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998 ص : 242.

إن التزايد المستمر والملاحظ لانتشار الفضائيات بمناحيها السوسولوجية المتعددة في مجتمعاتنا بصفة خاصة وتزايد الإقبال الجماهيري عليها بشكل معتبر وكذا تنوع الأذواق والميولات وتفتت الرؤى والتصورات والتصدع في القيم والتأثير في الهويات هو الذي بلور فكرة هذه الدراسة.

### أولاً- الإشكالية ودلالات الدراسة :

يطرح البحث في سوسولوجيا الفضائيات العديد من القضايا المعقدة والمتشابكة في المجالات الثقافية خاصة. وقد ازدادت هذه القضايا حدة مع تنامي هذه الظاهرة الاتصالية خلال السنوات الأخيرة، حيث أدت إلى طرح بعض الانشغالات فيما يرتبط بتواجد هذه الفضائيات وأثرها على ثقافة المجتمع وتقاليد وأعرافه ونظراته إلى محيطه والعالم الخارجي خاصة بعد التوجه الجديد من اتصال جماهيري يعتمد على المشاهدة الجماعية إلى اتصال شخصي يعتمد على المشاهدة الفردية. هذه الانشغالات من جانب آخر لم تحتل الصدارة في السياسات التنموية والثقافية المطروحة وفي اهتمامات الباحثين القلائل باستثناء بعض الدراسات التي تناولت ردود أفعال الشرائح الاجتماعية المدروسة تجاه برامج القنوات التلفزيونية الأجنبية. هذه الدراسات تتمحور في معرفة ما يسمى في علوم الإعلام والاتصال بعادات المشاهدة وأنماطها والتأثيرات المحتملة في حجم المشاهدة ومتوسط الإقبال وأفضلية القنوات والأوقات المناسبة بالإضافة إلى التغير الذي سيطرأ في المواقف والاتجاهات الخ.

إن التأثير في عادات المشاهدة وأنماطها قد يتعدى تدريجياً (حسب نظرية التأثير المتعددي — Transition) إلى التأثير في القيم الثقافية ككل والمشكلة من العادات والتقاليد والأعراف وعوائد القراءة والمطالعة وعادات المشاهدة والاستماع وكذا عادات الأكل والمشرب واللباس وكل المقومات الأخرى التي أكتسبها الفرد من قبل كعضو في المجتمع، وهو ما كان يشكل هويته ونسقه القيمي.

وما يهمنا في هذه الدراسة هو محاولة معرفة الأثر (أو التأثيرات) الذي يمكن أن تحدثها سوسولوجيا الفضائيات على الأنساق القيمية والهوية الوطنية للمتلقين. وستعرض الدراسة لعلاقة حجم التعرض لهذه القنوات الفضائية ونوعية البرامج المتعرض لها ومدى الاختيار بينها وكذا معرفة مجالات التأثير المتعددة التي قد تطفو إلى السطح من جراء المشاهدة المتعددة والمتنوعة لهذا الكم الهائل من البرامج الفضائية. فمعرفة الأصيل من الدخيل في هذه الأنساق القيمية لا يتم إلا بدراسة مدخل العادات والأنماط الخاصة بالتعرض أو المشاهدة.

## ثانيا - مفاهيم الدراسة

تتضمن هذه الدراسة بعض المفاهيم ضمن الأطر النظرية والتطبيقية ينبغي تحديد مضمونها فيما يأتي :

### 1- الأثر الإعلامي والنسق القيمي :

#### أ- الأثر الإعلامي :

الأثر هو ما يمكن أن يحدث من تغيير في المواقف والسلوكيات والآراء والمعلومات والمعتقدات من جراء انتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي. فالرسالة الإعلامية قد تلفت انتباه المتلقي فيدركها وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل من اتجاهاته السابقة وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق<sup>(2)</sup>. ويمكن أن يكون الأثر آتيا وهو ما يؤكد نموذج الحقنة تحت الجلد (Needle hypodermique) أقدم نماذج التأثير على الإطلاق، وكان أصحاب هذا النموذج يرون أن لوسائل الإعلام القدرة على التأثير المباشر والآني والقوي في كل من يتعرض للرسالة الإعلامية<sup>(3)</sup>.

ويتضح هذا النموذج أكثر في التأثير على القيم المادية التي تدعمها الروح التجارية للأفراد، مما يؤثر على أسلوب الحياة والأنماط الشرائية، ويمكن وضع هذه الظاهرة تحت عنوان "نقل الذوق" وهناك شكلان للتأثير وفق هذا النموذج. أولهما : التأثير المادي التجاري نفسه، والثاني: تأثير الملابس والماديات وأسلوب الحياة العام الذي يتضح من خلال البرامج التلفزيونية. كما يمكن للأثر أن يتجسد بصفة تدريجية عبر الزمن وهو ما يتأكد في نموذج التأثير المحدود (Effets limités) والتأثير المعتدل (Effets modérés) وفي نظرية الفجوة المعرفية (Knowledge gap media)<sup>(4)</sup>. وهذه النماذج كما يؤكد جوزيف كلابر (J. Klapper) تحقق التأثير في الأفراد بطرق وأشكال غير مباشرة ومن خلال عوامل أخرى كثيرة. فالتلفزيون - كما يقول - لا يخلق آراء جديدة واتجاهات متغيرة في السلوك إلا من خلال عوامل اجتماعية وسياسية واقتصادية كثيرة. ولقد استعرض جوزيف كلابر أغلب الأبحاث التي أجريت عن تأثير الاتصال بالجمهير وخرج بعدة تعميمات منها<sup>(5)</sup> :

(2) عبد الله بوجلال، آثار التلفزيون على الأطفال، مجلة بحوث، العدد "1" جامعة الجزائر، 92-1993، ص : 64.

(3) Judith Lazar, la science de la communication. Ed. que sais je Dahleb H . Dey Algérie, Mai 1993 p: 115-117.

(4) Judith Lazar, Ibid. p: 117

(5) جيهان أحمد رشدي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1975، ص: 538-539.

أ- إن وسائل الإعلام ليست عادة السبب الكافي أو الضروري لإحداث التأثير على الجماهير ولكنها تعمل مع، ومن خلال، بعض العناصر والمؤثرات الوسيطة.

ب- إن طبيعة العناصر الوسيطة تجعلها تعمل على جعل وسائل الاتصال عنصرا مساعدا وليست السبب الوحيد في تدعيم أو تقوية الاتجاهات الموجودة.

ج- في الأحوال الخاصة التي تساعد وسائل الاتصال فيها على إحداث التغيير تسود حالة من حالتين :

- إن وسائل الإعلام لا تعمل، وبذا يصبح تأثير وسائل الإعلام مباشرا، أو :

- إن العوامل الوسيطة التي تميل عادة إلى تدعيم وتقوية الاتجاهات الموجودة تساعد هي نفسها على إحداث التغيير.

وتشير الباحثة هملاويت إلى أن التلفزيون يستطيع التأثير على أفكار المشاهدين إذا توفرت العوامل الآتية<sup>(6)</sup> :

أ- يستطيع التلفزيون تعديل سلوك وقيم وآراء الأفراد إذا كانت جميع برامج متكاملة ومقررة لنوع واحد من القيم والمقاييس.

ب- تعرض القيم والمقاييس المطلوب نشرها وترسيخها في عقول الأفراد بصورة تثير انفعالاتهم النفسية تجاه هذه القيم.

ج- يجب أن تتصل القيم والمقاييس الجديدة المطلوب ترسيخها في عقول الأفراد مع حاجاتهم ومصالحهم الشخصية والآنية.

د- ينبغي أن تكون برامج التلفزيون منسجمة مع رغبات ومصالح الأفراد المشاهدين.

وجهل المشاهد للمعلومات والخبرات والتجارب التي تبث في شاشة التلفزيون تجعله يتقبل هذه المعلومات والخبرات لأن ليس لديه معلومات تتعارض وتتضارب مع ما شاهده أو سمعه من جهاز التلفزيون.

فالتلفزيون يستطيع التأثير على أذهان جميع هؤلاء الأفراد الذين يفتقرون إلى الخبر أو المعلومات المتعلقة بالموضوعات التي تظهر على شاشة التلفزيون. فالأطفال أو المراهقون مثلا لا يعرفون أسباب وظروف نتائج الجرائم على المجتمع وليس لديهم أي نوع من الخبرة والتجارب

<sup>(6)</sup> عبد الله بوجلال، آثار التلفزيون على المشاهدين، بحوث، العدد 2، جامعة الجزائر، 1994، ص: 82-83.



حول الحرائم أو القضايا الجنسية. وهم والحالة هذه يتعلمون ويعتقدون بجميع القصص والمسلسلات الإحرامية والجنسية التي تعرض بشكل أفلام صابغية<sup>(7)</sup>. وهو الشيء الذي أدى ببعض الباحثين إلى تقسيم التأثير إلى تأثيرات ظاهرة وأخرى كامنة في النفس البشرية.

وفي هذه الدراسة قيدنا استعمال مفهوم الأثر بما يجعلنا نعالج العلاقة بين البث الفضائي التلفزيوني والبنية القيمية والثقافية للجمهور المتلقي آخذين بعين الاعتبار أن عملية الأثر هذه، كما سلف الذكر، تتدخل فيها عوامل كثيرة متشابكة ومتداخلة، اجتماعية، ثقافية، حضارية (قيمية) وتاريخية الشيء الذي يؤدي إلى صعوبة عزل هذه الظاهرة الإعلامية، أي الفضائيات عن بقية العوامل الأخرى مع التركيز على نظرية التأثير المتعدي (Transitive). بمعنى أن التأثير لا يحدث في العادات والأنماط فحسب بل يتعداها إلى القيم والاتجاهات والأشياء الثمينة التي ألفها الفرد من قبل. وهو ما يسمى بالمساحة الحضارية والهوية (Identity) للمجتمع قبل انتشار الفضائيات على النحو الذي هي عليه الآن.

#### ب- النسق القيمي :

أما ما يرتبط من أثر إعلامي على النسق القيمي فيمكن الاستعانة هنا بمحور دراسة الأثر في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام<sup>(8)</sup>، حيث يرى أصحاب هذه النظرية ( أتباع مدرسة القيمة في الإعلام ) أن التأثير الإعلامي يكون إيجابيا على المجتمع كلما ارتبط هذا المحتوى الإعلامي بقيم المجتمع وثقافته وهويته ومساحته الحضارية، ويكون تأثير وسائل الإعلام سلبيا على المجتمع كلما ابتعد المحتوى الإعلامي أو تناقض مع قيم المجتمع وثقافته وهويته. فدراسة الأثر سلبا أو إيجابا، من هذه الزاوية، يكون اقترابا أو ابتعادا من القيمة المشكلة أساسا لهوية المتلقي أو المشاهد.

#### 2- البث التلفزيوني الفضائي :

إن هذا النوع من الاتصال قد أفرز مشهدا اتصاليا عالميا لا يعترف بالحدود القطرية وفتح المجال كبيرا لوصول الصورة من وإلى جميع دول العالم وبالتالي أصبحت الجزائر وباقي الأقطار العربية منذ الثمانينيات من القرن الفارط مجالا مفتوحا لاستقبال العديد من القنوات التلفزيونية الدولية الحكومية وغير الحكومية بشتى الوسائط والتي تحمل في طياتها نماذج ثقافية وحضارية مختلفة عن النماذج المحلية أو القطرية في مقوماتها وقناعاتها وأهدافها.

<sup>(7)</sup> عبد الله بوجلال، نفس المرجع السابق، ص: 83.

<sup>(8)</sup> أنظر موقع نظرية الحتمية القيمية في الإعلام . [www.valuemediadeterminismtheory.com](http://www.valuemediadeterminismtheory.com)

إن البث التلفزيوني "الفضائي" لا ننظر إليه في هذه الدراسة على أساس أنه بث وافد في اتجاه واحد، بل لقد مكن هذا النوع من الاتصال الإعلام العربي عموماً من الدخول في "العالمية" والخروج من نطاق القطرية من خلال ظهور العديد من القنوات الفضائية العربية التي سجلت حضورها في بعض المناطق من القارتين الأمريكية والآسيوية وعمّقت بشكل معتبر في أوروبا.

وبتطبيق نموذج الصراع يمكن أن نفهم أوضاع البث التلفزيوني "الفضائي" في الجزائر، إذ يبين النموذج وجود خلافات في الرأي بين الأفراد والسياسات الثقافية المنتهجة من جهة والمخططات التلفزيونية الفضائية والمشاهدين من جهة أخرى. والثاني أن محطات البث التلفزيوني الفضائي قد تلجأ إلى استخدام وسائل أخرى للوصول إلى جمهورها وهو ما تحقق بالفعل مع دخول النظام الرقمي الذي يتأسس على الاندماج وتكامل المحتوى الإعلامي، ويعتمد أيضاً على الاتصال عن بعد، ويتضمن التلفزيون الأرضي الرقمي (Digital terrestrial television) وإذاعة الراديو الرقمية (Digital radio broadcasting) بثاً مباشراً إلى المترل عبر القمر الصناعي. إذ تعرض خيارات كثيرة أمام المستهلك، ويتميز هذا النظام بالقدرة على استدعاء المعلومات المساعدة وإحداث التفاعلية لدى المتلقي. وعلاوة على ذلك تتميز الأشكال الجديدة للتكنولوجيات الرقمية بمجموعة من المميزات أهمها<sup>(9)</sup>:

- 1 - اختيار أحسن البرامج التي تتضمن المقدرة على إدخال برامج من وإلى العالم.
- 2 - التفاعل الكبير بين الجمهور والوسيلة مع القدرة على التزويد الآني والتغذية المرتدة في البرامج.
- 3 - وصول أحسن إلى المعلومات.
- 4 - فيديو تحت الطلب.
- 5 - تلفزيون ذو مقدرة عالية (High Définition TV).

إن هذا التطور التكنولوجي الدقيق أقع السلطات في الجزائر بتخفيف السيطرة المفروضة على التلفزيون المحلي بإدخال قناتين فضائيتين تابعتين للقناة الأصلية (الأم) وإعداد برامج تحاول أن تجتذب عدداً أكبر من جمهور المشاهدين وتحسين تقنيات الإنتاج والعرض التلفزيوني بما يناسب مع ما تقدمه القناتين الخارجيتين.

<sup>(9)</sup> توفيق يعقوب، حول الهوياتيات، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 1، 1998، ص: 25.

### 3- الهوية الوطنية :

ركزت بعض الآراء في تعريفها لمفهوم "الهوية" باعتبارها مجموعة قيم تنسب إلى جماعة معينة، وفي بعض التعريفات هي " مجموعة من الخصائص تميز مجموعة معينة أو جماعة فرعية تتمثل في القيم والافتراضات الأساسية بالإضافة إلى سلوك يظهر منهم. " ولما كانت الوطنية تمثل الأشياء الموروثة والمكتسبة والإحساس بالانتماء جاءت الهوية لتمثل نموذجاً وطنياً مكتسباً وموروثاً نابعا من الثوابت والمتغيرات التاريخية والطبيعية والبشرية والثقافية التي تتميز بالثبات النسبي، ولكن في الوقت نفسه تتميز بالتغير والتطور عبر القرون والعصور ، وإن كانت تغيراً تدريجياً وعلى جرعات وليس بالتغيرات الجذرية الحادة<sup>(10)</sup>.

ويمكن أن توصف الهوية بأنها النواة الحية للشخصية الفردية والجماعية والعنصر المحرك الذي يسمح للأمة بمتابعة التطور والإبداع مع الاحتفاظ بمكوناتها وميزاتها الجماعية التي تحدت بفعل التاريخ الطويل واللغة القومية والسيكولوجية المشتركة وطموحات الغد. فالهوية في واقع الأمر جزء عضوي من فكرة الثقافة، لأنها مهما اختلفت أنواعها فإن التعبير عنها يظل ذاتياً بصورة من الصور.<sup>(11)</sup> ويعتقد بايارا أن الهوية في أقصى أحوالها لا تخرج عن الإطار السياسي، فهناك علاقة معقدة بين التصورات الثقافية والممارسات السياسية والأساليب الشعبية في التحرك السياسي. ويبرهن بايارا كلامه بالحرب التي شهدتها الجزائر ( 1945 - 1961) فقد اندلعت هذه الحرب حول مفهوم الهوية وهي تستمد قوتها المهلكة من افتراض يزعم بأن الهوية الثقافية تقابلها بالضرورة هوية سياسية.<sup>(12)</sup>

وتميزت الهوية الوطنية الجزائرية بأنها نشأت منذ آلاف السنين وامتدت متنامية عبر الزمان والمكان معبرة عن نفسها في كثير من الحضارات حتى استقرت في أحضان الحضارة العربية الإسلامية وانصهرت مع تراثها الأمازيغي واحتكت بأبعاد ثقافة المتوسط (الاجتمعات التي تطل على حوض البحر المتوسط). حيث تميزت بصفة الشمول، ولم تنجل في الآداب والفنون دون التقاليد ولا في دنيا المادة دون آفاق الروح، بل شملت نواحي الحياة جميعاً وظهرت في الفنون والرقص والأغاني الفلكلورية واللباس والطقوس الدينية... وتميزت الثقافة الجزائرية

<sup>(10)</sup> محمد سكران، العولمة والهوية الثقافية، رؤية نقدية، ندوة العولمة والخصوصية الثقافية ، جامعة سلطان قابوس وجامعة الزيتونة التونسية، مسقط، 1999، ص: 4 .

<sup>(11)</sup> طه عبد العاطي مصطفى نجم، البث المباشر والهوية الثقافية العربية، ندوة العلاقات العربية الأمريكية، نحو مستقبل مشرق، الجامعة الأردنية، 2000، ص: 160 .

<sup>(12)</sup> حيدر إبراهيم: العولمة وجدل الهوية الثقافية، عالم الفكر، المجلد الثامن والعشرون، العدد 2، أكتوبر-ديسمبر، 1999 ، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ص : 103

بقدرتها على استيعاب الثقافات الأخرى دون أن تفقد شخصيتها وخصوصيتها. علاوة على ذلك لم تبق الثقافة الوطنية جامعة على شكل واحد وكانت على مر العصور قابلة للنمو والإبداع والتطور المتحدد.

#### 4 - الشباب :

لغة يعني الفتوة والحدائق، نقيض الشيب والهرم، ومن حيث المرحلة العمرية فالشباب هم من تتراوح أعمارهم ما بين 15 و24 سنة، وهم يشكلون 21% من مجموع سكان الوطن العربي<sup>(13)</sup> و70% من مجموع سكان الجزائر. ويتم في الغالب تحديد هذه الفترة (15 إلى 24 سنة) لأن الشباب فيها يكون ناضجا وتكبر طموحاته نحو التطوع والتفتح على العالم الخارجي وفيها أيضا قد يتأثر بعوامل كثيرة داخلية وخارجية. هذا بخلاف فترة ما دون 15 سنة التي يكون فيها الشباب في سن المراهقة أو أكثر من 24 سنة أين يكون الفرد بدأ تدريجيا يتعد عن ديناميكية وحركية الشباب بفعل عوامل أخرى اقتصادية واجتماعية بدأت تتحكم فيه وبالتالي قد تقلل من نشاطه وحيويته.

والشباب في هذه الدراسة هم شريحة مهمة من شرائح المجتمع الجزائري تمثل في طلبة وبطالين وموظفين يمثلون المدينة والريف ومختلف الفئات الاجتماعية والاقتصادية ومن كلا الجنسين.

#### ثالثا - أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها :

- معرفة مجالات التأثير المختلفة التي تحدثها هذه الفضائيات على الأنساق القيمية والهوية الثقافية والوطنية للمتلقين.
- معرفة العلاقة الارتباطية بين آثار مشاهدة الفضائيات على القيم لدى الشباب والمتغيرات الذاتية والاجتماعية (النوع، الإقامة، المهنة والمستوى التعليمي).

#### رابعا - تساؤلات البحث

تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية :

- 1- ما هي عادات المشاهدة بالنسبة للفضائيات من حيث الكثافة : الأيام المفضلة للمشاهدة، متوسط حجم المشاهدة في اليوم، ظروف المشاهدة ثم القنوات الفضائية المفضلة لدي المتلقي ؟

(13) أحمد كنعان، الشباب ومشكلات النمو السكاني، بناء الأجيال، السنة الرابعة، الهيئة المصرية للكتاب، العدد 25 القاهرة 1998، ص : 65 .

- 2- ما هي نوعية البرامج أو المحتويات التي تشد إليها المشاهد والعوامل المؤدية إلى ذلك ؟
- 3- ما هي مجالات التأثير التي تنعكس على الأنساق القيمية وهوية المتلقي الثقافية والوطنية ؟

#### خامسا - منهج البحث وأدواته :

تعتمد هذه الدراسة في تفصي الحقائق على أسلوب المسح من خلال دراسة الحالة. وقد يستفاد من أدوات دراسة الحالة في الدراسات الميدانية الإعلامية لقياس اتجاهات الجمهور وسلوكياتهم نحو مختلف الموضوعات وذلك قصد وضع برامج جديدة لوسائل الإعلام أو تعديل بعض البرامج الأخرى. وتجرى دراسة الجمهور في هذا السياق بقصد استكشاف ومعرفة اهتماماته تجاه البرامج الإعلامية وميولاته اتجاه المضامين وكذلك لجمع بيانات عن عدد المشاهدين وعادات مشاهداتهم وأذواقهم المتباينة وأنسب أوقات العرض بالنسبة لكل برنامج وكذا لمعرفة الأثر (أو التأثيرات) الذي قد تحدثه هذه الوسائل على قيم المجتمع وبنية ثقافته وهويته وعاداته وتقاليدته وبكل ما يرتبط بالموثوثات<sup>(14)</sup>.

#### 1 - مجتمع الدراسة الميدانية وعينته

يعتبر المراهقون والشباب أكثر الفئات الجماهيرية شغفا بالقنوات التلفزيونية والوسائل الدرامية بشكل عام، كما أثبتت ذلك الكثير من الدراسات الميدانية. كما أن هذه الفئة من المجتمع أكثر تقبلا وتأثرا وانبهارا بالمحتويات التلفزيونية، فتقليد ما يشاهد عبر هذه البرامج يعد أمرا طبيعيا إذا ما عرفنا الخبرات الحياتية والجموح المستقبلي لهذه الفئة وقدرتها على التمرد على عادات المجتمع وتقاليدته. ولأن الدراسة تهتم بآثار سوسيولوجيا الفضائيات في البنية الثقافية الهوياتية للمشاهدين، تم اختيار هذه الفئة الأكثر تعرضا وتأثرا به، وذلك في منطقتين مختلفتين هما مدينة قسنطينة ومدينة أم البواقي.

وقد تم اختيار هاتين المنطقتين لاعتبارات تتعلق بخصوصية كل منطقة من الناحية الاجتماعية واللغوية وغيرها. فمنطقة قسنطينة تمثل بالإضافة إلى أنها مركز عبور في الشرق الجزائري تجمعا حضاريا واسعا يختلف في بعض السمات الثقافية عن منطقة أم البواقي والتي تعد تجمعا ريفيا (أوريفيا - حضاريا) بالإضافة إلى أنها منطقة تلاقح بين اللسان العربي والأمازيغي وأهمية ذلك ثقافيا. وقد اختير هذا المنعرج (المنطقة) إيمانا بأن الظروف المعيشية قد تثير لدى أصحابها بصفة عامة اتجاهات مختلفة وآراء متميزة إزاء محتويات القنوات الفضائية.

(14) محمد زيان عمر، مرجع سابق، ص 117.

وتتمثل عينة البحث في عينة عشوائية بسيطة لفئة الشباب بهاتين المنطقتين وضمت 500 مبحوثاً (250 لكل منطقة). وقد تم تحديد هذا الرقم بناء على جملة من العوامل كدرجة التجانس في المجتمع الأصلي، وهذا الرقم يؤدي هذه الوظيفة على حد قول محمود طلعت عيسى بأنه إذا زاد العدد في الدراسات الميدانية عن 800 مبحوثاً لا يؤدي إلى نتائج إضافية في البحث<sup>(15)</sup>.

#### ب - أداة الدراسة الميدانية :

لغرض التحقق من أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، فقد تم اعتماد الاستبانة (الاستمارة) أداة رئيسية لجمع المعلومات من أفراد العينة، وهذه الأداة تنسجم مع طبيعة البحث الحالي، حيث أكد هيلس (Hills) أن الاستبانة غالباً ما تستخدم في قياس الآثار<sup>(16)</sup>.

وعلى هذا الأساس فقد قام الباحث بتطوير الاستبانة بعد أن اطلع على عدد من الدراسات والبحوث والنظريات المتعلقة باستخدامات الشباب لوسائل الإعلام والآثار المترتبة عليهم من تلك الاستخدامات.

وقد تكونت الاستبانة من خمسة أجزاء، حيث خصص الجزء الأول لاستخدام الفضائيات واحتوى على متغيرات خاصة بالاستخدامات اليومية للفضائيات وعدد ساعات المشاهدة وأكثر الفترات التي يشاهد بها الشباب وظروف المشاهدة وأفضلية القنوات.

واهتم الجزء الثاني بعلاقة الفضائيات الأجنبية والعربية بالتلفزيون الوطني على مستوى المشاهدة. واختص الجزء الثالث بمجالات التأثير التي تحدثها هذه الفضائيات على قيم المجتمع ومصادر ثقافته وهويته الوطنية. أما الجزء الرابع فقد خصص لقياس الآثار التي يعتقد الشباب أنها تنتج من جراء استخدامهم للفضائيات وبلغ عدد الآثار 20 أثراً مختلفاً صيغت بشكل فقرات ايجابية وسلبية على مقياس ليكارت الثلاثي التدرج (Likert - type scale) أي الذي يتكون من ثلاث درجات تتراوح بين كبيرة ومتوسطة وقليلة والتي تمثل رقمياً بالعلامات التالية على الترتيب 3، 2، 1 في حال العبارات الايجابية والعكس في حال العبارات السلبية وأخيراً تضمنت الاستبانة البيانات الشخصية للمبحوث.

<sup>(15)</sup> محمود طلعت عيسى، التحليل الإحصائي وتطبيقه في البحوث الاجتماعية، ط 2، القاهرة، 1985، ص: 114.

<sup>(16)</sup> Hills P. Dictionnaire de l'éducation, Collection dirigée par Rémy Martel, Librairie Larousse, Paris, 1982, p:75.

## ملخص لنتائج الدراسة :

يشمل هذا الجزء عرضاً يحمل لأهم النتائج التي خلص إليها البحث الميداني الذي عالجنا من خلاله أثر الفضائيات الغربية على الأنساق القيمية والهوية الوطنية للمتلقي من خلال الحقائق التي توصلت إليها هذه الدراسة في فصولها التطبيقية المختلفة. ويتركز هذا العرض في نقطتين :

### 1. عادات المشاهدة وأنماطها.

2. علاقة الفضائيات بالأنساق القيمية وهوية المتلقي.

### أولاً- عادات المشاهدة وأنماطها

1 - اتضح أن معظم أفراد العينة في مجتمع البحث (منطقتي قسنطينة وأم البواقي في الجزائر) يعتمدون في التقاط برامج الفضائيات على النظام الكلاسيكي الجماعي وأن قلة قليلة منهم فقط (6%) اندمجت في النظامين الفردي التماثلي (analogique) والرقمي (numérique) وتفسر هذه النتيجة تقارب المستوى المعيشي لدى الأغلبية العظمى من عينة الدراسة وفي منطقتي مجتمع البحث.

2 - اتضح من خلال العينة المدروسة أن ظاهرة انتشار الفضائيات لديها بدأ بشكل ملفت للانتباه مع بداية سنة 1992. حيث يعود تاريخ حيازة نسبة أكبر من عينة الدراسة لجهاز استقبال الفضائيات منذ أكثر من عشر سنوات وذلك بنسبة 39%، 6 وتنخفض النسبة إلى 16% للمالكين لهذا الجهاز منذ أكثر من تسع سنوات. مما يعني أن ظاهرة التقاط القنوات الفضائية لم تعد ظاهرة جديدة بل أصبحت ظاهرة قديمة وتمتد إلى السنوات الأولى من عقد التسعينيات من القرن الفارط. وتتراوح بقية النسب الأخرى بين 1%، 4 بالنسبة للذين يلتقطون هذه الفضائيات منذ أربع سنوات و 6% منذ سنة أو سنتين فقط.

3 - يظهر البحث أن دافع مشاهدة مادة تلفزيونية موضوعية ومتوازنة ومتطورة هي الدافع المنفرد الأقوى لاقتناء هذه الأجهزة واستقبال البث الفضائي، حيث احتل هذا الدافع المرتبة الأولى بنسبة 34%، 6. يليه دافع التسلية في المرتبة الثانية بنسبة 24%، 5 ويشغل دافع الهروب من واقع التلفزيون المحلي المرتبة الثالثة بنسبة 20%، 9 ثم الدوافع الاجتماعية مجتمعة : المظهر الاجتماعي، المعرفة والاطلاع، التفتح على العالم الخارجي ونسبتها على التوالي 7%، 3، 6%، 3، 6%، 1.

ونلاحظ من خلال هذه الأرقام قوة الدافع الإعلامي والمعرفي (دافع مشاهدة مادة موضوعية، ودافع المعرفة والاطلاع ويشكلان نسبة 40%، 9) بحيث يتقدم على دافع التسلية أكثر.

4 - اتضح من الدراسة أن مشاهدة برامج الفضائيات تترسخ لتصبح تجربة يومية ومنتظمة حيث أثبتت النتائج أن 80%، 4 من أفراد العينة يشاهدون برامج الفضائيات كل أيام الأسبوع (يومياً) في حين أجاب 10% أنهم يشاهدون هذه الفضائيات على مدى ستة أيام في الأسبوع والبقية 5% يشاهدون حسب الظروف وهي مشاهدة قلقة وغير مستقرة.

5 - احتل يوم الخميس المرتبة الأولى بين أيام الأسبوع جميعها من حيث كثافة الإقبال الجماهيري على برامج الفضائيات. ثم جاء يوم الجمعة في المرتبة الثانية. وهذان اليومان للراحة الإيجابية وطبيعي يتمركز أغلب الناس أمام شاشة التلفزيون، فلا يجد هؤلاء أفضل من التلفزيون وسيلة إعلام وترفيه لهم في أوقات فراغهم. ويأتي يوم الأربعاء في المرتبة الثالثة ويوم الاثنين في المرتبة الرابعة من حيث كثافة المشاهدة.

أما الأيام التي تقل أو تنخفض فيها كثيرا المشاهدة فهي السبت ثم الأحد ثم الثلاثاء على التوالي. فقد أحرزت هذه الأيام أدنى المعدلات.

6 - وأسفرت النتائج عن عدم وجود علاقة بين عدد أيام مشاهدة برامج الفضائيات والنوع (ذكور/إناث)، حيث تقاربت نسبة المشاهدة يوميا بين الذكور والإناث فتبين أن نسبة الذكور الذين يشاهدون برامج الفضائيات يوميا قد بلغت 80% في حين كانت النسبة المناظرة بين الإناث 80%، 8 كما اتفق الذكور والإناث في أولوية الأيام المفضلة للمشاهدة وهي الخميس والجمعة، ولم تشد منطقة عن أخرى في أولوية الأيام المفضلة، ومعنى آخر أن هناك نزعة مركزية فيما يخص المشاهدة اليومية وأفضلية الأيام تقدر بـ 80%، 4 في كلا المنطقتين (قسنطينة وأم البواقي).

7- يزداد معدل الإقبال الجماهيري حسب عينة الدراسة على مشاهدة برامج الفضائيات خلال فترة المساء والسهرة بنسبة 90%. وتبدو هذه النتيجة منطقية إذ أن الشباب خلال الفترة الصباحية وفترة بعد الظهر يكونون مشغولين بالدراسة أو العمل وبالتالي فإن النسبة المتبقية (10%) هي نسبة بسيطة ولا تحظى باهتمام الشباب كما تحظى فترتي المساء والسهرة اللتين تكثر فيهما البرامج والمسلسلات والموعات المختلفة. كما كشفت هذه الدراسة عن وجود علاقة طردية بين فترات المشاهدة والكثافة إذ إن المشاهدة تقل في الفترة الصباحية وتزداد الكثافة في الفترة المسائية.

ولا يختلف الذكور والإناث في تفضيل فترات المشاهدة الواقعة بين الساعة السادسة مساء إلى منتصف الليل حيث بلغ معدل الكثافة خلال هذه الفترة لدى الذكور والإناث



ارتفاعاً معتبراً قدر به 95%. كما حازت الفترة الصباحية وفترة بعد الظهر أقل معدلات الإقبال لدى الجنسين معاً. كما اتضح أيضاً أن مجتمع البحث على اختلاف بيئته تزداد الكثافة به في الفترة المسائية وفترة السهرة وتقل قبل ذلك طبعاً.

8 - أوضحت الدراسة فيما يتعلق بعدد ساعات المشاهدة في اليوم. فبين أن 41%، 4 من أفراد العينة يقضون ثلاث ساعات يومياً في مشاهدة برامج الفضائيات وأن 25% يشاهدون بمتوسط ساعتين في اليوم و 10% يشاهدون بمتوسط ساعة في اليوم. ثم تنخفض نسبة الذين يشاهدون برامج الفضائيات إلى أقل من ساعة لتصل إلى 0%، 4.

وتدل هذه النتائج على ارتفاع عدد الساعات التي يقضيها الشباب في مشاهدة برامج الفضائيات لتصل في مجموعها إلى 79%، 4 إذا ما تم جمع من يشاهد الفضائيات أكثر من ساعتين في اليوم.

وعند حساب المتوسط الحسابي (moyenne arithmétique) لعدد ساعات المشاهدة في اليوم وجد أنه يتراوح بين ساعتين وثلاث ساعات حسب ثقة 89%، من العينة الإجمالية.

9- اتضح أن الوضع التقليدي هو السائد في تجربة المشاهدة للفضائيات، إذ إن نسبة قليلة (14%) تشاهد برامج الفضائيات بشكل منفرد مقابل 55% من أفراد العينة تشاهد برامج هذه الفضائيات مع أفراد الأسرة وهي مجتمعة. ولكن اللافت للانتباه أن فئة "حسب الظروف" مرتفعة وتقدر نسبتها بـ 24%، وهذا ما يمكننا من توقع ميل قد يكون بطيئاً الآن ولكنه سوف يتسارع باتجاه فردية المشاهدة بسبب ارتفاع فرص وإمكانيات امتلاك أكثر من جهاز لدى بعض الشرائح، ورغبة عدد متزايد من أفراد الأسرة للانفراد في المشاهدة.

وبدراسة العلاقة بين ظروف المشاهدة والمنطقة أسفرت البيانات عن وجود فروق جوهرية بين منطقتي قسنطينة وأم البواقي، إذ أن المشاهدة التلفزيونية وفق النمط التقليدي (مع أفراد الأسرة) لا زالت هي السائدة أكثر بمنطقة أم البواقي (80%، 4) على العكس أن هذا النمط بدأ يتقلص (أو يتصدع) بمنطقة قسنطينة (29%، 6)، حيث تتسارع التجربة باتجاه فردية المشاهدة.

10- اتضح أن 53%، 3 من أفراد العينة يفضلون القنوات الفضائية العربية مقابل 46%، 6 يفضلون القنوات الفضائية الأجنبية. وترى نسبة 37%، 2 من العينة أن تفضيل القنوات الفضائية العربية يعود إلى عائق اللغة (غير الفرنسية) الذي يحد من مشاهدة الفضائيات الأجنبية. ولكن اللافت للانتباه أن نسبة 34%، 8 ترى أن الدافع إلى تفضيل الفضائيات

العربية يعود إلى القيم والأفكار والثقافة المشتركة والعادات والتقاليد. في حين أن عوامل أخرى هامة مثل نوعية الموضوعات التي تعالج وطرق وأساليب هذه المعالجة والتقدم تقوم بدور أقل أهمية. كما أظهر البحث وجود نوع من الاستقطاب لبعض الفضائيات العربية الخاصة والمتخصصة من منطلق ارتفاع نسبة تكرارها لدى عينة الدراسة. فاحتلت باقات قنوات الجزيرة المرتبة الأولى من بين اهتمامات الجمهور، ثم قناة المنار وجاءت في المرتبة الثانية، ثم باقات قنوات MBC وجاءت في المرتبة الثالثة ثم باقات القنوات الدينية : اقرأ والرسالة وغيرهما من القنوات الدينية في المرتبة الرابعة الخ.

وأما ما يتعلق بأهمية هذه الفضائيات العربية وعلاقتها بمجتمع البحث فاتضح بأن لا علاقة بخصوصيات المنطقة بعملية تفضيل القنوات، حيث تبقى الفضائيات العربية الخاصة والمتخصصة في الصدارة في منطقتي مجتمع البحث.

11- وأما ما يتعلق بالفضائيات الأجنبية، اتضح بأن المشاهد يميل إلى القنوات الفضائية الفرنسية مقارنة بميله إلى القنوات الأخرى الأجنبية والتي لم تحظ إلا بنسب قليلة جدا. وتلعب اللغة الفرنسية (كمتغير سببي) عاملا أساسيا في انتفاء العلاقات الارتباطية سواء على مستوى النوع (ذكور/إناث) أو على مستوى المنطقة، يضاف إلى ذلك عامل الإرث الاستعماري.

12- تستأثر البرامج الإعلامية في الفضائيات العربية باهتمام نسبة معتبرة من جمهور عينة الدراسة. يليها مباشرة الأفلام العربية في المرتبة الثانية ثم المسلسلات التاريخية في المرتبة الثالثة. كما تحظى البرامج الدينية بمرتبة مشرفة محتلة المرتبة الرابعة من ضمن اهتمامات جمهور الدراسة كما اتضح أن البرامج الترفيهية (الألعاب، المنوعات الغريبة، الرياضة) في الفضائيات الأجنبية من البرامج التي يقبل عليها الجمهور بشكل معتبر.

أما البرامج الثقافية والعلمية والاجتماعية فتستأثر بمجموعة باهتمام نسبة قليلة من أفراد العينة سواء في الفضائيات العربية أو في الفضائيات الأجنبية.

### ثانيا- علاقة الفضائيات بالأنساق القيمية وهوية المتلقي الثقافية :

1 - تبين من نتائج تحليل ليكارت للعشرين أثرا<sup>(17)</sup> على الأنساق القيمية على أن هناك عدة عوامل أساسية تشرح 61% من الأثر الكلي لاستخدامات أفراد العينة للفضائيات.

(17) الآثار التي أجريت عليها الدراسة الميدانية باستخدام مقياس ليكارت الثلاثي هي على التوالي : الفضائيات تسبب الإدمان على المشاهدة ، تساعد على نمو ظاهرة التقليد الأعمى ، تشجع على زيادة العنف، تعمل على زرع عادات وتقاليد دحيلة، ترفع مستوى الذوق العام ، تساعد في تعميق حرية الاختيار، تضعف الوازع الديني، تقلل من الروابط الأسرية، تنمي روح الولاء والانتماء، تساعد على تضييق الفروق بين المجتمعات الخ... ويلاحظ الدارس أنها آثارا إيجابية وأخرى سلبية وأخرى مختلطة إيجابية وسلبية معا.

وبالنظر إلى الآثار الواردة في العامل الأول نجد أنها تدور حول إدمان الأفراد على المشاهدة بتسبع 74%، ونمو ظاهرة التقليد الأعمى بتسبع 73% وعلى زيادة العنف بتسبع 69% وعلى إثارة الغرائز بتسبع 65% وتساعد على تفكك قيم المجتمع بتسبع 42%. وهي كلها آثارا اجتماعية وسلوكية سلبية.

2 - نستنتج مما سبق أن التحليل العاملي قد قلص عدد الآثار إلى ثلاثة عوامل ساهمت في تفسير المعلومات التي اشتملت على الآثار المستخدمة في الدراسة. وأن هناك ثلاثة أنواع من الآثار المترتبة على قيم الشباب وهذه الآثار مرتبة حسب أولوية حدوثها :

أ - الفضائيات الأجنبية تحدث آثارا اجتماعية وسلوكية سلبية.

ب - الفضائيات الأجنبية تحدث آثارا معرفية إيجابية.

ج - الفضائيات الأجنبية تحدث آثارا مختلطة إيجابية وسلبية.

3 - أظهرت نتائج تحليل التباين المتعدد ما يلي :

أ - وجود علاقة بين الآثار الاجتماعية والسلوكية السلبية، واستخدام الشباب للفضائيات من حيث كيفية عدد أيام وساعات المشاهدة. فتبين أن الذين يشاهدون يوميا برامج الفضائيات هم أكثر عرضة للآثار الاجتماعية والسلوكية السلبية. وكلما ارتفع عدد الساعات التي يقضيها الشباب في اليوم مع الفضائيات ازدادت الآثار والسلوكيات السلبية عليهم.

ب - بوجود علاقة بين الآثار المعرفية الإيجابية واستخدام الشباب للفضائيات من حيث عدد أيام وساعات المشاهدة. فتبين أن الذين يشاهدون الفضائيات حسب الظروف هم أكثر تأثرا من الناحية المعرفية من الذين هم مدمنون على المشاهدة يوميا أو عبر أيام الأسبوع.

ج - عدم وجود علاقة بين الآثار المختلطة واستخدام الشباب للفضائيات.

أ - قياس الهوية بين الثابت والمتحول :

توضح النتائج أن غالبية أفراد العينة يميلون نسبيا إلى الثقافة الغربية في أغلب المتغيرات الثقافية الموضوعية للاختبار والقياس، لكن اتضح أن هناك تشكلا بين خيارات مقياس لكارث المستخدم في الدراسة.

ولقد أثبتت نتيجة تحليل العوامل (Factor Analysis) نجاح المقياس الثقافي الخاص بدراسة الهوية والمتغيرات التي حدثت عليها من جراء المشاهدة المدمنة لبرامج الفضائيات أو

نتيجة لعوامل أخرى سياسية وثقافية واجتماعية. وأبرزت نتيجة تحليل الإثنى عشر متغيراً<sup>(18)</sup> عاملين أساسيين هما : عامل الاتجاه نحو الثقافة الغربية وعامل الاتجاه نحو الثقافة المحلية. وتم استخدام الأسس التالية عند تحديد العوامل وتفسيرها.

\* نسب أعلى من 50% توجهات ذات دلالة إحصائية قصوى.

\* نسب أعلى من 40% توجهات ذات دلالة إحصائية أكثر أهمية.

\* نسب أعلى من 30% توجهات ذات دلالة إحصائية مهمة.

يشرح العامل الأول الخاص بالاتجاه نحو الثقافة الغربية 50% من الأثر الكلي ويتكون من خمسة متغيرات أساسية وهي تدور نحو تفضيل الحياة والمعيشة في الدول الغربية (71% موافق)، تفضيل ارتداء الملابس الغربية (91% موافقاً دائماً)، مراعاة الموضة الغربية (51% موافق نوعاً ما)، تفضيل سماع الأغنية الغربية (59% موافق نوعاً ما)، توجد عادات جيدة في المجتمع الغربي (61% موافق دائماً). ويشمل هذا العامل متغيرات أخرى ذات دلالة إحصائية أكثر أهمية وهي : قص الشعر كما في إعلانات التلفزيون (34% موافق نوعاً ما)، تفضيل الهجرة إلى الغرب (41% موافق دائماً).

يمثل العامل الثاني الاتجاه نحو الثقافة المحلية والهوية الوطنية، ويشمل أربعة متغيرات تشرح 50% هي أيضاً من الأثر الكلي. جميع هذه المتغيرات ايجابية وذات دلالة إحصائية تتراوح بين القصوى والمهمة، وتتكون هذه المتغيرات من أن عاداتنا وتقاليدنا أحسن من عادات وتقاليد الغرب (49% موافق)، ومن عدم تحييد العيش خارج أرض الوطن (51% موافق)، واعتبار الأزياء الجزائرية أفضل أنواع الأزياء (62% موافق دائماً) بالإضافة إلى تفضيل سماع الأغنية المحلية والعربية واستساغتهما بدرجة تشبع 60% موافق دائماً.

(18) المتغيرات المستخدمة في الدراسة للقياس هي : أحب نوع الحياة والمعيشة في الدول الغربية، أحب إرداء الملابس الغربية، أقص شعر رأسي كما أشاهد في التلفاز، أراعي الموضة الغربية عند اختيار ملابس، عاداتنا وتقاليدنا أحسن من عادات وتقاليد الغرب، لا أحب أن أعيش خارج بلدي، أعتبر الأزياء الجزائرية أفضل الأزياء، أحب سماع الأغنية الجزائرية، أفضل سماع الأغنية الغربية، توجد عادات جيدة في الدول الغربية، أشعر بأنني لا أنتمي إلى هذا المجتمع. وضعت هذه المتغيرات في الاستبيان بدون ترتيب للضرورة العلمية.

## الخاتمة

نخلص في الأخير إلى القول إلى أن الدراسة تفيد بقدرة القنوات الفضائية الغربية على رسم تأثير إيجابي لدى المتلقي عندنا نحو ثقافتها، لكن أثبتت الدراسة أن الفضائيات لا تستطيع التغيير في جوهر الهوية الوطنية، وفي النسق القيمي للمتلقي عموماً. إلا أن تأثير الفضائيات في السلوكيات يبدو واضحاً وجلياً وهو يرتبط بنوعية البرامج التي تقدم لا بعدد الساعات التي تصرف في مشاهدة هذه القنوات. وقد لوحظ في كثير من الدراسات والنظريات الإعلامية، حيث يسهل تكوين الاتجاهات كما يمكن تغييرها مؤقتاً ويسهل تغيير السلوكيات المادية في الشباب كمعاداة الأكل والملبس وقص الشعر والتصرفات، ولكن يصعب تغيير العادات والتقاليد والقيم المعنوية لأن هذه مترسبة في الأعماق وتشكل من الأصل وجود الإنسان، فهو يحيا بها ويموت بها.

## المراجع

- \* الدراسة في مجموعها تحتوي أزيد من 60 جدول عام ومركب، وقد وردت في حدود 40 ألف كلمة. تم اختصارها إلى 6 آلاف كلمة لنشرها في المجلة.
- 1- أحمد كنعان (2009) الشباب ومشكلات النمو السكاني، بناء الأجيال، السنة الرابعة، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب.
  - 2- حسن مكاوي (1998) تكنولوجيا الاتصال الحديثة، القاهرة، أدار المصرية اللبنانية.
  - 3- حيدر إبراهيم (1999) العولمة وحذل الهوية الثقافية، عالم الفكر، المجلد الثامن والعشرون، العدد 2، أكتوبر ديسمبر، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
  - 4- جيهان أحمد رشدي (1975) الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي.
  - 5- عبد الله بوجلال، آثار التلفزيون على الأطفال، مجلة بحوث، العدد "1" جامعة الجزائر، 92-1993.
  - 6- عبد الله بوجلال، آثار التلفزيون على المشاهدين، مجلة بحوث، العدد "2"، جامعة الجزائر، 1994 .
  - 7- توفيق يعقوب حول الهويات، مجلة الإذاعات العربية، عدد 1، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 1998
  - 8- محمد سكران (1999) العولمة والهوية الثقافية، رؤية نقدية، ندوة العولمة والخصوصية الثقافية، جامعة سلطان قابوس وجامعة الزيتونة التونسية، مسقط.
  - 9- طه عبد العاطي مصطفى نجم (2000) البث المباشر والهوية الثقافية العربية، الجامعة الأردنية، ندوة العلاقات العربية الأمريكية، نحو مستقبل مشرق.
  - 10- محمد زيان عمر (2000) البحث العلمي مناهجه وتقنياته، القاهرة، دار الشروق
  - 11- محمود طلعت عيسى (1985) التحليل الإحصائي وتطبيقه في البحوث الاجتماعية القاهرة، دار الشروق، ط 2.

12- أنظر [www.valuemediadeterminismtheory.com](http://www.valuemediadeterminismtheory.com)

1-Hills P, Dictionnaire de l'éducation, (1998) Collection dirigée par Rémy Martel Paris, Librairie Larousse.

2-Judith Lazar (1993) la science de la communication, Algérie Ed. que sais je Dableb.