

## البرامج الترفيهية عبر القنوات الفضائية والإسفاف الثقافى دراسة فى علم الاجتماع الإعلامى

سلطان د. إيناس محمد فتحى غزال

سلطان أستاذ علم الاجتماع المساعد - كلية الآداب - جامعة المنوفية

مقدمة:

منذ أن وعت الإنسانية بذاتها ظل مفهوم الثقافة هو المفهوم الذى يحظى بأكبر قدر من الاختلافات بين المفكرين فى العالم أجمع، ويمكن القول أن التحولات الثقافية فى عصر العولمة قد نتج عنها تغيير عالمى شامل بدأت موجاته تتصاعد مع بداية القرن الحادى والعشرين، وتتمثل السمة الأساسية لهذا التغيير فى سرعته ليصاحب الإيقاع السريع للتطور التكنولوجى. وأدى ذلك إلى استحداث وسائل اتصال كونية جعلت العالم قرية واحدة تسيطر عليه قوى رأسمالية حديثة من خلال المؤسسات المالية الدولية، ومن ثم اختزال دور الدولة فى مجال الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، فى مقابل قوى السوق العالمية، ولقد كان لتطور شبكات الاتصال كقوة مؤثرة لم تعرفها الإنسانية من قبل الأثر الواضح على منظومة القيم الاجتماعية والثقافية للمجتمعات الحديثة، وهكذا فإنه فى ظل نموذج المجتمع المعلوماتى أعيدت صياغة كاملة للبناء الاجتماعى للدول المتقدمة فى هذا المجال<sup>(١)</sup>.

كذلك أدت الثورة المعلوماتية وتغلغل استخدام التكنولوجيا الحديثة فى كل المجتمعات إلى بروز فروق اجتماعية وثقافية واسعة بين الطبقات، حيث نشأت فئات اجتماعية متميزة وقادرة على التعامل والاستفادة من هذه التكنولوجيا الحديثة، فى مقابل فئات اجتماعية أخرى محدودة الثقافة وعاجزة عن الاستفادة الحقيقية من التقدم التكنولوجى، ومع ذلك فهى تصر على استخدام وسائل الاتصال الحديثة كمظهر من مظاهر التباهى الاجتماعى، والقفز إلى الطبقات ذات المستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع، ويكون استخدامها لهذه الوسائل استخدام غير هادف<sup>(٢)</sup>. وفى هذا الصدد يؤكد فيليب لى p.lee على حقيقة رئيسية تشكل إطارا عاما لمناقشة تأثير وسائل الاتصال والإعلام الحديثة وهى المتعلقة بالجانب

الاجتماعى, حيث يرى "لى" أن الاتصال مهما كان محتواه سيظل ذات طبيعة اجتماعية ثقافية, ومن هنا فإن الاتصال يعد في جانب أساسى منه اجتماعياً ثقافياً<sup>(٣)</sup>.  
ومن الفعاليات التى قامت بها العديد من الدول العربية من أجل اللحاق بالتقدم المتسارع فى تكنولوجيا الاتصال والمعلومات هو إطلاق الأقمار الصناعية، ولكن ليس للأغراض العلمية والعسكرية ولكن لنشر ثقافة السوق الجديدة التى لا تقوم على توجيه ثقافة المجتمع وتأصيل هويته الرئيسية، ولكن بهدف تقديم الترفيه لكسب مزيد من الأموال، وأحياناً لنشر التوجهات السياسية لبعض هذه الدول، لذلك أصبحنا أمام فيض جارف من المواد الإعلامية المصورة التى تعرض أنماطاً فكرية وقيمية وترفيهية متعددة الأصول الحضارية واللغوية، ومن ثم تراجع "ثقافة القراءة" والرجوع إلى الكتب الرصينة فى مقابل "ثقافة الصورة" السريعة، كما تنامت المنافسة بين تلك القنوات الفضائية لاستقطاب المشاهدين من خلال برامجها السياسية والاجتماعية والترفيهية (وأحياناً الثقافية)، وغلبت على مضمون تلك القنوات الفضائية الترفيه لاسيما القائم على السخرية والاستهزاء وخدش الحياء واستخدام الألفاظ غير اللائقة والمناقشات السطحية، وعدم قبول الرأى الآخر، بحيث أصبحت تلك البرامج نموذجاً لما يسمى "بالإسفاف الثقافى" والذى انتشر فى المجتمعات العربية خاصة بين الشباب والأطفال، حيث تشير الإحصائيات أن ٦٠% من تعداد السكان فى مصر تتمثل أعمارهم فى أقل من ٣٥ عاماً<sup>(٤)</sup>.

وبما أن ثقافة المجتمع هى عملية دائمة التغير والتطور خاصة فى ظل عصر العولمة وتحدياتها، لذا ينبغى استشراف المسار المستقبلى الممكن للثقافة فى المجتمع فى ظل التأثيرات الممتدة لتلك البرامج الترفيهية على التكوين الثقافى للمجتمع وهو ما نحاول أن نبحث فيه فى هذه الدراسة.

مشكلة الدراسة:

على الرغم من أن مختلف القنوات الفضائية تلعب دوراً حيوياً فى المنظومة الإعلامية، حيث تقدم مختلف ألوان الثقافة من علوم وفنون وقيم وآداب وأفلام سينمائية ومسرحيات وبرامج ذات فكر سياسى وبرامج ترفيهية.... وغيرها وتبث معظم المقومات الاجتماعية

والثقافية إلى المواطنين، كما تتميز بالشيوع والكونية والفاعلية، ولكن ما تبثه هذه القنوات يؤدي في رأى انتونى جيدنز **A. Giddens** إلى فصل المكان عن الهوية، والقفز فوق الحدود الثقافية للمجتمعات، والتقليل من مشاعر الانتماء والخصوصية<sup>(٥)</sup>.

ومما يزيد من خطورة البرامج التى تبث عبر مختلف القنوات الفضائية ما ذهب إليه دانييل بل **D. Bell** فى القول بأن وصول البث الفضائى المباشر إلى البيوت سيؤدى إلى حدوث تغييرات عميقة فى الثقافة وفى القيم وفى وسائل الترفيه، لأن الثقافة المسيطرة هى ثقافة الدول المحتكرة للمواد الإعلامية، وهى تختلف عن الثقافة والقيم السائدة فى المجتمعات المصدر إليها هذه المواد الإعلامية، مما يعمق من خطورة التأثير بعد أن أصبح انتقال الثقافة من مجتمع لآخر أمراً ميسوراً فى ظل العصر التقنى الراهن<sup>(٦)</sup>.

إلا أن هذا التقدم التقنى فى البرامج التى تبث عبر الفضائيات قد حمل معه العديد من السلبيات من بينها تفتيت العلاقات الأسرية والاجتماعية والإسفاف؛ من خلال الغزو الثقافى وزيادة ظواهر العنف والفساد الاجتماعى؛ فقد عملت بعض هذه البرامج عبر مختلف الفضائيات على توصيل رسائل هامشية وتافهة وذات مضمون يكرس الإسفاف الثقافى، حيث يعمل على التسطيح والاستخفاف بوعى المشاهد وخاصة من الأطفال والشباب وشغلهم بأمور ثانوية تافهة.

فلقد عملت الحداثة فى وسائل الاتصال من وجهة نظر أحمد زايد فى أحد مؤلفاته بعنوان: "تناقضات الحداثة فى مصر" الصادر عام ٢٠٠٥ والتي أطلق عليها على حد تعبيره "بالحداثة البرانية" وتعنى البرانية هنا الحداثة غير الأصيلة أو الحداثة القشرية التى تلحق بالمظهر أو بالشكل الخارجى دون المساس بالجوهر أو المضمون وتبنى الأطر المادية دون الأطر العقلية وتعبر عن تجليتها فى صور استهلاكية هائلة<sup>(٧)</sup>.

لذا فلقد أفسحت معظم البرامج التى تبث عبر القنوات الفضائية العربية المجال للعديد من الثقافات أن تغزو المجتمع المصرى، ويحمل هذا الغزو ثقافة سلبية تغاير خصوصية ثقافة المجتمع المصرى السائدة لدى المشاهد، مما ينذر بأن تترك هذه البرامج التى تبث عبر القنوات تأثيراً على الثقافة العامة السائدة فى المجتمع، حيث توجد حوالى ١٣٢٠ قناة تليفزيونية

تقريباً<sup>(٨)</sup>، ولقد تنافست الشركات الإعلامية وكبار السماسرة وأصحاب رؤوس الأموال في افتتاح العديد من هذه القنوات التي تحولت إلى تجارة وأداة إعلانية لترويج مختلف السلع والمنتجات بعد أن ابتعدت عن مهامها الرئيسية وأهدافها السامية وعن المسئولية والمصلحة العامة؛ من خلال ما تبثه من برامج متعددة ومتنوعة؛ فكانت النتيجة قنوات فضائية معظمها تجارية تسعى إلى الربح والمنافسة وتتاجر بالغناء والرقص والمجون والأفلام الهابطة، وقنوات أخرى تنشر الرذيلة والفسوق وسوء الأخلاق، وهناك القنوات الدينية التي تبث الفتاوى العشوائية، وتأتي جميعها في إطار ما يسمى بالانفلات الديني، وهناك قنوات السحر والشعوذة وقنوات الطب الشعبي وتفسير الأحلام، بل أصبح هناك قنوات متخصصة لتقديم برامج للترفيه فقط في مجالات مثل الأفلام والمسلسلات والشعوذة والرقص. وهناك قنوات أخرى لا يتراز المال من خلال المسابقات الوهمية تلك القنوات التي تعمل على التلاعب بعقول الساذجين مستغلة أميتهم التعليمية والثقافية والفكرية، حيث تنقاد معظم الجماهير الأمية إلى المعلومات والأنماط الثقافية المقدمة عبر الفضائيات دون مناقشة، وعلى المستوى الآخر هناك قنوات سياسية وحوارية ولكنها تتسم بالجزبية والطائفية والمذهبية<sup>(٩)</sup>. ولقد بثت معظم البرامج المقدمة عبر مختلف هذه القنوات إعلامها في كل بيت محترقة بذلك كل الحدود والحواجر حتى الصغير منا قد لا ينجو منها بمجرد الضغط على زر جهاز التحكم، ومن هنا كثر الجدل والنقاش حول تأثير مختلف البرامج التي تبث عبر هذه القنوات الفضائية وخاصة في ظل تداعيات العولمة ولاسيما بعد وصف المجتمع المعاصر وخاصة في الدول المتقدمة بأنه "مجتمع الفرجة"<sup>(١٠)</sup> ويعني ذلك أن الصورة التي تنقل عبر شاشة التلفزيون بقنواته الفضائية المتعددة حلت محل الكلمة وأصبحت هي التي تشكل الثقافة وتوجه السلوك للملايين المتفرجين، ومن ثم تسود ثقافة الصورة على غيرها من الثقافات، وما قد تتضمنه هذه القنوات من محتوى سطحي يمثل إسفافاً ثقافياً يتمثل في الأفعال والألفاظ والإيحاءات والحركات والإيماءات والإشارات وفي هذا استخفاف بالثقافة الأصيلة السائدة في المجتمع.

ويمكننا القول بعد هذا الطرح أنه قد كثرت في الآونة الأخيرة البرامج الترفيهية التي تقدم إسفافاً ثقافياً أو مضامين لا قيمة لها، في حين أصبح من الصعب أن نجد برنامجاً ثقافياً

أو اجتماعياً أو حتى ترفيهياً واحداً ملتزماً بقيم محددة، ويؤكد على مبدأ الفن فى سبيل الحياة بدلاً من الفن من أجل الإسفاف والربح السريع، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة الجمهور المتعطش إلى برامج تخرجه من ضغوط الحياة اليومية وهمومها، بعد أن كنا نتوقع من هذه البرامج التى تبث عبر مختلف الفضائيات أن تقدم كل ما هو هادف ومفيد ولاسيما بعد أن قام الشعب المصرى بثورتين كبيرتين فى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو بدلاً من أن تستمر فى تقديم كل ما هو هابط ورخيص ومبتذل.

لذا تحاول الدراسة أن تجيب على تساؤل رئيسى مؤداه:

ما هى نوعية المضامين المتعلقة بالمغزى والشكل التى تقدمها البرامج (الترفيهية) التى تبث عبر القنوات الفضائية؟ وهل تعكس هذه البرامج إسفافاً واستخفافاً بثقافة وعقلية المشاهد؟  
أهمية الدراسة:

تتلخص الأهمية العلمية للدراسة الراهنة فيما يلى:

- ١- تقديم تصور سوسيو إعلامى حول تأثير القنوات الفضائية وخاصة البرامج الترفيهية على ثقافة المجتمع وخاصة لدى الأجيال الناشئة.
- ٢- تطرح الدراسة قضية هامة لم يتناولها الباحثون بالدراسة والتحليل من قبل وهى المتعلقة بالإسفاف الثقافى ودراستها من وجهة نظر علمية جديدة.
- ٣- لم يكن علماء الاجتماع الإعلامى بمعزل عن المستجدات التى تمخضت عن التغير السريع فى تكنولوجيا الاتصال خلال نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادى والعشرين، حيث اتجهت معظم البحوث والدراسات إلى تحليل هذه المستجدات على المسارين النظرى والتطبيقى، وعلى الرغم من ذلك لم تكن معظم الإسهامات فى دراسة الوسائل الحديثة للقنوات الفضائية عبر شاشة التلفزيون بنفس القدر الذى حظيت به الوسائل التقليدية للاتصال، مما يجعلنا نسلط الضوء على دراسة بعض البرامج الترفيهية المقدمة عبر أحد هذه القنوات، والتعرف على ما تتضمنه فى المضمون والشكل.

٤- تعد البرامج التليفزيونية التي تبث عبر مختلف الفضائيات المتعددة في معظم الدول المتقدمة من أكثر المصادر مصداقية ربما بسبب الاعتقاد الراسخ في أن "الرؤية هي الصدق"<sup>(١)</sup>، أما في الدول النامية ومنها المجتمع المصرى فيمكن القول أن برامج التليفزيون قد شهدت تقدماً تقنياً ملموساً وبالتحديد منذ الستينيات وحتى وقتنا الراهن ويتضح ذلك في تعدد وتنوع تلك البرامج التي تحاول أن تقابل مختلف الأذواق والميول والاتجاهات من خلال تزايد عدد القنوات الفضائية وتزايد ساعات الإرسال اليومي حيث أصبحت مشاهدة مختلف البرامج عبر القنوات الفضائية أحد ممارسات حياتنا اليومية.

٥- تتمثل أهم التحديات الفعلية التي تواجه التليفزيون بقنواته الفضائية المتعددة والمتنوعة في التأكيد على حقيقة رئيسية وهي أننا نعيش في مجتمع ترتفع فيه نسبة الأمية التي تمثل ٢٩,٢%<sup>(٢)</sup>؛ ففي مجتمع كهذا من الطبيعي أن تنخفض نسبة الاهتمام بالثقافة، ولذلك ينبغي أن تتحمل القنوات الفضائية المتعددة عبر شاشة التليفزيون مسئوليتها الجسيمة في نقل الثقافة الهادفة إلى الجمهور المتلقى.

الدراسات السابقة:

هناك العديد من البحوث والدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية من بينها وأكثرها قرباً إلى حد ما من القضية البحثية المطروحة ما يلي:  
أولاً: الدراسات العربية:

١- دراسة صابر سليمان عمران (١٩٩٧)<sup>(٣)</sup> بعنوان: "تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصرى"، حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير مضمون القنوات الفضائية على إدراك المشاهدين في إحدى القرى بصعيد مصر للنسق القيمي الذى تقدمه البرامج، اعتمدت الدراسة على طريقة المسح الاجتماعى وأداة الاستبيان لجمع البيانات، وقد أسفرت النتائج عن أن هناك علاقة بين مضمون البرامج والنسق القيمي المقدم من خلالها.

٢- دراسة نسمة أحمد البطريق (١٩٩٩)<sup>(١٤)</sup> بعنوان: "التليفزيون والمجتمع والهوية الثقافية"، تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة على تساؤل رئيسى مؤداه: إلى أى مدى تهدد القنوات الفضائية الدولية بكل ما تحمله من برامج ثقافية ودرامية وفنية ومعلومات وأخبار الهوية الثقافية، والذات الوطنية العربية وخاصة فى المجتمع المصرى؟ وقد اعتمدت الدراسة فى الإجابة على هذا التساؤل على طريقة المسح الاجتماعى وذلك على عينة مكونة من (١٥٠) مفردة تمثل أكثر من ٦٠% من مالكي أطباق استقبال (الدش) من شرائح اجتماعية متباينة باستخدام استمارة الاستبيان، وقد كشفت النتائج عن أن القنوات الفضائية تشكل تهديداً للأمن الثقافى المصرى من حيث تأثيرها المؤكد على تراجع عادات القراءة.

٣- دراسة ياس خضير البياتى (٢٠٠١)<sup>(١٥)</sup> بعنوان: "الفضائيات - الثقافة الوافدة وسلطة الصورة - دراسة حالة مدينة الزاوية الغربية فى ليبيا"، تهدف الدراسة إلى الكشف عن تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على سلوك الشباب فى مدينة الزاوية بالمجتمع الليبى، وقد اعتمدت الدراسة على طريقة المسح من خلال استخدام استمارة الاستبيان والمقابلة الشخصية، وقد أسفرت أهم النتائج عن أن الشباب يفضل مشاهدة أفلام العنف والجريمة يليها الأفلام الاجتماعية، يليها أفلام الخيال العلمى والأفلام التى تثير الرعب النفسى.

٤- دراسة عبير مختار شاكر (٢٠٠٢)<sup>(١٦)</sup> بعنوان: "تأثير الفضائيات على ثقافة المجتمع المصرى"، تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين القنوات الفضائية والثقافة المصرية وذلك من خلال التعرف على نوعية الثقافة المقدمة عبر الفضائيات، وقد اعتمدت الدراسة فى ذلك على طريقة المسح الاجتماعى بالعينة من خلال استخدام الملاحظة والمقابلة، ومن بين أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة أن القيم تعد من أكثر جوانب الثقافة تأثراً بالفضائيات، حيث أدت المشاهدة إلى ظهور قيم جديدة مثل الاستهلاك الترفى، وتحول القيمة الاجتماعية للتعليم إلى قيمة مادية.

٥- دراسة منى سعيد الحديدى وآخرون (٢٠٠٦)<sup>(١٧)</sup> بعنوان: "استخدامات الشباب العربى للقنوات الفضائية وتأثيراتها فيهم - دراسة حالة لطلاب معهد البحوث والدراسات العربية"، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أنماط وكذلك دوافع تعرض الشباب العربى للقنوات الفضائية وعاداته أثناء المشاهدة، استخدمت الدراسة فى ذلك طريقة المسح الاجتماعى وذلك على عينة قدرها (٤٠٠) مفردة من أحد مراكز التجمعات العربية التى يلتقى فيها الشباب العربى بالاعتماد على استمارة الاستبيان، وقد أسفرت النتائج عن ارتفاع نسبة الشباب العربى للقنوات الفضائية بصفة عامة والقنوات العربية بصفة خاصة، كذلك ارتفاع نسبة الانبهار بالقنوات الفضائية مقارنة بالقنوات الأرضية.

٦- دراسة أيمن طه البارودى (٢٠١٤)<sup>(١٨)</sup> بعنوان: "القنوات الفضائية ونسق القيم فى المجتمع المحلى"، تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية والأجنبية على بعض القيم الاجتماعية مثل قيمة الانتماء الأسرى، وقيمة الفردية أو بعض القيم السياسية، اعتمدت الدراسة على طريقة المسح الاجتماعى بالعينة وذلك من خلال استخدام الملاحظة واستمارة المقابلة، وقد كشفت النتائج عن أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية يترتب عليها نتائج سلبية متمثلة فى ضعف الثقة والفردية، بالإضافة إلى ارتفاع قيمة الانتماء الأسرى لدى قليلى المشاهدة بالقنوات الفضائية.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

١- دراسة فارما أرشيتا F. Archita (٢٠٠٠)<sup>(١٩)</sup> بعنوان: "تأثير مشاهدة البرامج التليفزيونية الدولية فى المراهقين بالهند"، حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير التعرض للبرامج ذات الطابع الدولى فى المراهقين بالهند، وقد اعتمدت الدراسة على طريقة المسح الاجتماعى، وذلك على عينة حجمها (١٦١) طالباً ممن تتراوح أعمارهم بين (١٥-١٨) سنة سألوا عن اتجاهاتهم ومواقفهم نحو عدة موضوعات فى البرامج التليفزيونية التى تبث عبر الفضائيات، وقد كشفت النتائج عن تغيرات فى المواقف عقب المشاهدة مع نقلة تباعدية عن المعايير الاجتماعية الهندية.



٢- دراسة لرس ولنت R. Willant وآخرين (٢٠٠١)<sup>(٢٠)</sup> بعنوان: "إدراك الآسيويين والأوروبيين لتأثير الإعلام الأجنبي"، تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة على تساؤل رئيسى مؤداه: كيف يرى الشباب الآسيوى والأوروبى تأثير الإعلام الأمريكى على مجتمعاتهم؟ اعتمدت الدراسة على طريقة المسح الاجتماعى وذلك على عينة حجمها (١٩٤٥) مفردة من الشباب فى عدة دول، وقد أسفرت النتائج عن أن الشباب الآسيوى يرى أن الإعلام الأمريكى والقيم التى ينشرها يحمل العديد من الإيجابيات فى مجتمعاتهم، فى حين يرى الشباب الأوروبى أن لهذا الإعلام (الأمريكى) تأثيراً سلبياً على مجتمعاتهم.

٣- دراسة نايو روسو N. Roussou (٢٠٠٢)<sup>(٢١)</sup> بعنوان: "التلفزيون والهوية الثقافية وأساليب حياة الشباب فى قبرص"، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير التلفزيون على الهوية الثقافية فى حياة الشباب فى قبرص، اعتمدت الدراسة فى ذلك على طريقة المسح الاجتماعى بالعينة، وطبقت على المراهقين ممن تتراوح أعمارهم بين (١٣-١٨) سنة.

وقد أظهرت النتائج أن اتجاهات ومنظورات وسلوكيات ومواقف الشباب القبرصى تتأثر إلى حد كبير بمختلف المضامين التى يبثها التلفزيون عبر قنواته الفضائية المتعددة. تعقيب:

لقد اهتمت معظم البحوث والدراسات السابقة بمدى تأثير برامج التلفزيون على قيم وثقافة الشباب من الناحية الميدانية فقط، حيث لم تتناول تلك البحوث والدراسات تحليل مضمون البرامج التلفزيونية لبيان المحتوى الثقافى المقدم، والتوجه الاجتماعى لتلك البرامج خاصة فى ظل الإعلام المصرى الحالى، حيث لا يوجد ميثاق شرف إعلامى ملزم للجميع؛ لذا فمجال الدراسة فى علم الاجتماع الإعلامى مازال فى حاجة إلى مزيد من البحوث والدراسات المتعلقة بالقضية البحثية المطروحة "الإسفاف الثقافى"، حيث أن الثقافة هى عملية تراكمية معقدة تنتج من تأثيرات مختلفة، وبالتالي لا يمكن عزل تأثير البرامج التلفزيونية عن التكوين الثقافى، ولذلك كان من الأهمية القيام بدراسة المحتوى المقدم فى

تلك القنوات الفضائية، وكذا توضيح مدى خطورة ما تقدمه على النسق الاجتماعي والثقافي للمجتمع وهو ما ستهتم به الدراسة الحالية. أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

تهدف الدراسة الحالية إلى هدفين رئيسيين:

يتمثل الأول في التعرف على نوعية المضمون الثقافي المقدم في البرامج الترفيهية "ماذا قيل"؟ ومدى تأثير ذلك على الإسفاف الثقافي.

أما الثاني فيتمثل في الكشف عن الجوانب الشكلية المقدمة في البرامج الترفيهية "كيف قيل"؟ ومدى انعكاس ذلك على الإسفاف الثقافي.

ويتم التوصل إلى الهدف الأول وهو المتعلق بمضمون البرامج الترفيهية من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

١- ما نوعية الترفيه المقدم في البرامج؟

٢- ما الإثارة المستخدمة في البرامج؟

٣- ما الاتجاه المخاطب في البرامج؟

٤- ما الفئة العمرية الأكثر مشاهدة للبرامج؟

٥- ما هي الأهداف التي تركز عليها البرامج؟

أما بالنسبة للهدف الثاني وهو المتعلق بالجوانب أو الأساليب الشكلية المستخدمة في البرامج الترفيهية فيتم التحقق منها من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

١- ما نوعية اللغة المستخدمة في البرامج؟

٢- ما هي القوالب الفنية المستخدمة في البرامج؟

٣- ما نوعية الضيوف المعتمد عليهم في البرامج؟

٤- ما تأثير الأماكن التي يتم فيها تصوير البرامج؟

مفاهيم الدراسة:

١- البرامج الترفيهية:

هناك العديد من التعريفات الخاصة بالبرامج الترفيهية Entertainment Programmes نذكر من بينها أنها برامج تهدف إلى التسلية أو الإضحاك، وماعدا ذلك في حالة وجوده بالبرنامج يكون بطريقة عرضية وغير مقصودة<sup>(٢٢)</sup>.

كما يقصد بها أنها برامج يدخل في بنائها الكلمة والموسيقى والغناء حيث يتشكل منها مادة لتسلية المشاهد والترفيه عنه، وهذا لا يمنع من أن تحمل إلى المشاهد بعض المعلومات والفوائد العامة المزوجة بالتسلية والترفيه<sup>(٢٣)</sup>.

ويقصد بها أيضاً أنها برامج تركز على الجانب الإنسانى والمواقف الاجتماعية؛ فهى مواقف إنسانية ضاحكة تحمل في طياتها مضامين اجتماعية وثقافية بهدف إمتاع المشاهدين حسياً وذهنياً<sup>(٢٤)</sup>.

نستخلص من الطرح السابق تعريفاً إجرائياً للبرامج الترفيهية بأنها برامج تهدف إلى تسلية المشاهد والترويح عنه، ويدخل في بنائها غالباً الموسيقى والغناء والمعلومات العامة والمواقف الضاحكة وتتسم بأنها خفيفة المضمون، إلا أنها تحمل مضامين اجتماعية وثقافية بشرط تبسيط المضمون الجاد وتقديمه بأسلوب خفيف.

## ٢- القنوات الفضائية:

أحدث بث القنوات الفضائية Satellite Channels المتعددة والمتنوعة عبر شاشة التلفزيون تغيرات جوهرية هائلة في دور الإعلام، وجعل منه محوراً أساسياً في منظومة القيم<sup>(٢٥)</sup>، وقد تحول ذلك - وخاصة في السنوات الأخيرة مع تزايد عدد القنوات الفضائية، وتزايد عدد البرامج التي تحاول أن تقابل مختلف الأذواق والميول والاتجاهات وتزايد عدد ساعات الإرسال اليومي - إلى ظاهرة اجتماعية عامة لها آثارها الاجتماعية والثقافية والنفسية، كما أصبحت مشاهدة التلفزيون عبر قنواته الفضائية المتعددة أحد ممارسات الحياة اليومية لدى قطاعات واسعة من الجماهير مما يؤثر إلى حد كبير على مستوى ثقافة المتلقى من كافة الشرائح والفئات الاجتماعية.

ولقد أجريت العديد من البحوث والدراسات - في بداية الألفية الجديدة - حول تأثير القنوات الفضائية، حيث ركزت في معظمها على الجمهور العام والشباب الجامعى

بوجه خاص، والمتأمل في واقع نسيج القنوات الفضائية العربية يجدها متنوعة منها الحكومي والخاص والمفتوح والمشفر<sup>(٢٦)</sup>.

والمتأمل على مدى بضع سنوات يلحظ أن الهيئات الحكومية الإذاعية والتلفزيونية فقدت موقع الصدارة الذي كانت تعتليه ضمن الفضاء السمعي البصري العربي، ويتضح ذلك بصورة ملحوظة عند النظر إلى مدى سيطرة القطاع الخاص على مجال البث الفضائي العربي وتجاوزه على مدار عدة سنوات القطاع الحكومي ذلك القطاع الذي حافظ على تفرد في مجال البث الإذاعي والتلفزيوني على مدار عدة عقود ماضية، وعلى الرغم من تعدد الفضائيات الحكومية خلال النصف الأول من التسعينيات فإن القطاع الخاص يواصل نموه المتسارع بشكل أكبر في مواقع متعددة من المشهد الاتصالي العربي<sup>(٢٧)</sup>.

ويمكن القول أن ظاهرة الحوار المحكم في سوق الإعلام الثقافي من أهم ملامح القنوات الفضائية أو ثقافة الصورة وهذه الظاهرة نتجت جراء علاقة صريحة بين الترويج لهذا النوع من الثقافة ومردودها الاقتصادي الذي نشأ عنه استبدال مفهوم المواطن بمفهوم المستهلك، وهذه الرؤية التي تشكلها الثقافة الجديدة تدفع الإنسان نحو عالم يتعد به عن حاجته الحقيقية ليعيش في عالم الأوهام وذلك بدخول عصر الفضائيات منذ منتصف الثمانينيات، تلك الفضائيات التي أصبحت أهم وسائل الاتصال التي تعمل على عوامة الثقافة والإعلام، وبالتالي توجيه الأنماط الثقافية والترويج لهذه القيم الاستهلاكية الخاصة بالمجتمعات الغربية وذلك في محاولة لإضعاف اقتصاديات بعض الأمم من أجل تفزيم ثقافتها وحضارتها ولغتها<sup>(٢٨)</sup>.

وعلى الرغم من أن الثقافة لا تتطور بانغلاقها على نفسها، وإنما تتطور من خلال التبادل الحر مع الثقافات الأخرى، إلا أن هذا التبادل الحر لا بد أن يكون أيضاً على قدم المساواة وقائماً على أساس الاحترام المتبادل؛ فعلى الرغم أيضاً من أن تعدد القنوات الفضائية أدى إلى تنوع الأحداث والمشاهدين والمستمعين، إلا أنه من خلال اشتداد المنافسة بين الفضائيات فقد أدى ذلك إلى توحيد نمط المحتوى، كذلك أدى على الصعيد الدولي إلى زيادة حد التبعية الثقافية بزيادة البرامج المستوردة<sup>(٢٩)</sup>، وعلى الرغم من أن ثقافة عصر

القنوات الفضائية لا تعترف بالحواجز لأن البعد الثقافى لعولمة البث وفعاليتها الخاصة قد ألغت المسافات عن طريق الأقمار الصناعية، إلا أن هذه الثقافة تستهدف تمييط الذوق وتكريس نوع معين من الاستهلاك لأنواع معينة من الثقافة والمعرفة والترفيه<sup>(٣٠)</sup>، هذا فضلاً عن أن هذه المعلبات الثقافية جاهزة للاستهلاك وتضخها مئات القنوات الفضائية فى إخراج مثير يضع الجمهور المشاهد تحت وطأة إغراء مستمر ولا يقاوم<sup>(٣١)</sup>.

وفيما يتعلق بالتعريفات المتعددة للقنوات الفضائية فنذكر من بينها: "أنها عرض تليفزيونى مرئى ييثر عبر شبكة من الأقمار الصناعية تدور حول الأرض فى مسارات محددة ومعروفة، وتحدد بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة منها"<sup>(٣٢)</sup>. وكذلك عرفت القنوات الفضائية: "بأنها استقبال الإرسال التليفزيونى من الأقمار الصناعية مباشرة بأجهزة الاستقبال المنزلية دون تدخل من محطات الاستقبال الأرضية الكبيرة"<sup>(٣٣)</sup>.

"أو هى تلك الترددات التى تلتقط من قبل قمر محدد، وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها خلال طبق خاص"<sup>(٣٤)</sup>.

وعرفت القنوات الفضائية أيضاً بأفها: "جميع القنوات التى تستقبل من الفضاء الخارجى عبر الأطباق أو الشبكة العنكبوتية أو الهاتف أو وسائل الاتصال الأخرى، وتبث بطريقة رسمية أو غير رسمية مفتوحة أو ممنوعة مشفرة أو غير مشفرة"<sup>(٣٥)</sup>.

كما عرفت القنوات الفضائية عبر شاشة التليفزيون بأفها: "ممر اليكترونى لنقل البرامج، ويشار إليها عادة برقم معين على جهاز الاستقبال حتى يتسنى للمشاهد معرفة رقم القناة التى يرغب فى مشاهدتها"<sup>(٣٦)</sup>، وكذلك تعرف القناة الفضائية بأفها: "السبيل الذى تسلكه الرسالة الإعلامية عبر شاشة التليفزيون من المرسل إلى المستقبل، ويشار إلى القناة التليفزيونية أيضاً بوسيط يتم من خلاله تبادل الرسائل"<sup>(٣٧)</sup>.

ويلاحظ من معظم التعريفات السابقة أفها تركز على المفهوم التقنى للقنوات التليفزيونية، ولكنها لم تهتم على الإطلاق بالأبعاد الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والنفسية وهذا هو الأهم.

وعلى الرغم من أن البرامج التي تبث عبر القنوات الفضائية المتعددة والمتنوعة تقدم شتى ألوان الثقافة من فنون وآداب ومعرفة ودراما وأفلام ومسلسلات وترفيه ... الخ وسواء قدمت هذه المضامين أو تلك إلا إنها تستنبط الأحداث والمواقف من البيئة الثقافية والاجتماعية، وكذلك من الأوضاع الاقتصادية والسياسية السائدة حيث يرتبط نظام الإعلام بنائياً ووظيفياً بهذه البيئة.

وبناء على الطرح السابق نستخلص تعريفاً إجرائياً للقنوات الفضائية العربية بأنها محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية ليتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية، حيث أتاحت هذه الأقمار أمام المشاهد مشاهدة هائلة لرؤية العالم الرحب وما يحدث به، والتعرف على ثقافات مختلف المجتمعات الأخرى وهي التي تعمل على نقل الفنون والآداب والترفيه والأفلام والمسلسلات والبرامج واللقاءات والتحقيقات .... الخ والتي تؤدي إلى تدعيم بعض القيم والسلوكيات والأذواق والاتجاهات مما يؤثر على مستوى ثقافة المتلقي من كافة الشرائح والفئات الاجتماعية في المجتمع.

### ٣- الإسفاف الثقافي **Cultural Impudence**:

للتعرف على مفهوم الإسفاف الثقافي لا بد لنا أولاً من أن نوضح المقصود بالثقافة حيث يعد مفهوم الثقافة أحد المفاهيم المحورية في علم الاجتماع بصفة عامة والأنثروبولوجيا الثقافية بصفة خاصة، وهي ليست وليدة عقد أو عدة عقود، بل هي ميراث اجتماعي لكافة منجزات البشرية، ولذلك فإن محاولة تعريف هذا المفهوم محاولة ليست باليسيرة.

ومن المعروف أنه من بين معظم التعريفات التي احتلت مكان الصدارة في تعريف الثقافة هو تعريف ادوارد تايلور **E. Tylor** الذي نشر في كتابه الكلاسيكي بعنوان: " الثقافة البدائية" بوصفها ذلك الكل الديناميكي المعقد الذي يشتمل على المعارف والفنون والمعتقدات والقوانين والأخلاق والقيم والعادات التي اكتسبها الإنسان من مجتمعه بوصفه عضواً فيه،<sup>(٣٨)</sup> ويلاحظ أن معظم التعريفات الأخرى للثقافة مستلهم ومقتبس من التعريف السابق ولا داعي لذكرها.

والإسفاف له معان كثيرة ومتعددة منها الإكثار من الشئ من دون لزوم، والابتدال فى القول أو عمل شئ ما بتجاوز ما هو مألوف بالقول أو العمل والإسفاف مذموم ومعاب فاعله، كما يقصد بالإسفاف الاستهانة أو السخرية أو الإستخفاف أو الازدراء أو الحط من القدر، ويرتبط الإسفاف بالسفه فى علاقات تبادلية، فالإسفاف يقود إلى السفه أو الانحطاط والسفه بدوره يقود إلى الإسفاف فى الحياة العامة، وخاصة فى مجالى السياسة والإعلام فكلاهما يعرئ بالإسفاف وأحياناً بالسفاهة.<sup>(٣٩)</sup>

ويعد عالم الاجتماع الين تورين **A. Touraine** وخاصة فى كتابه بعنوان "نقد الحداثة" الصادر عام ١٩٩٧ أحد الذين تحدثوا عن الإسفاف أو التضليل من خلال وسائل الإعلام ودورها فى غسيل العقول وصناعة الآراء وتشكيل الاتجاهات؛ فالثقافة من وجهة نظره أصبحت فى ظل التقدم التقنى تسبح فى الفراغ، كما أصبحت سلعة تصنع والترفيه أصبح له رموز معينة.<sup>(٤٠)</sup>

ويرى تورين أن إعلامنا يفتقر إلى أبسط مهارات قيادة العقول وخاصة فى وقت الأزمات، ولذلك فإعلامنا يسفه ويضلل نفسه قبل كل شئ، وهناك فى وسائل الإعلام من احترفوا الكذب والتلفيق والتهيج وذلك نتيجة الإفراط فى الحداثة؛ فالحضارة التقنية من وجهة نظر تورين قامت بنزعنا من ذاتنا وجعلتنا حبيسى الترويح، كما تحولت الرسالة الإعلامية فى ظل الحداثة إلى أطروحات مسمومة تبث الشر للمتلقى أضعاف ما تبث له الخير، وأن رؤوس الأموال التى تقف وراء الكثير من الوسائل والرسائل لم تعد حكرأ على استثمارات تجارية أو اتجاهات سياسية بل تحاول أن تلجأ إلى الأموال من أجل نزع الإعلام عن سياقه الثقافى والمعلوماتى الهادف واستخدامه كسلاح فعال وكفخ محكم للاصطياد مستخدمة فى ذلك الدعاية والإسفاف والتضليل والتقزيم والتضخيم والتلاعب بالصورة وكلها أدوات لتحقيق مآربها ودس سمومها فى عقلية ونفسية المتلقى.<sup>(٤١)</sup>

ويمكننا القول بعد هذا الطرح السابق أن المجتمع المصرى تعرض لموجة عارمة من الإسفاف والتلاعب بثقافته نتيجة عدة عوامل ساهمت فى تفشى ظاهرة الإسفاف حتى أصبحت ظاهرة خطيرة تؤثر على الأذواق والسلوك والقيم والميول وثقافة المجتمع بوجه

عام، كما أصبح المجتمع في وقتنا الراهن يتقبل أنماطاً من الأداء الإعلامي لم يكن يتقبلها في أوقات سابقة ويتعامل معها باعتبارها أمراً طبيعياً، وهذه الأنماط أصبحت تقتحم البيوت ويشاهدها الصغار قبل الكبار مما يمثل تهديداً حقيقياً لثقافة المجتمع. ومن أهم العوامل التي ساعدت على تفشى موجة الإسفاف في مجتمعنا المصرى التركيبة الاجتماعية والاقتصادية بسبب نمط الحياة العشوائى وافتقاد القدوة وتحجيم دور الطبقة الوسطى "الثقفة" في مناهضة الإسفاف والعبث بثقافة المجتمع ... وغيرها من العوامل.

لذا تعد القنوات الفضائية أحد الوسائل التي تساعد على الإسفاف بثقافة الإنسان، حيث أصبحت الخدمات التي تؤديها نظم الأقمار الصناعية التليفزيونية في ظل سياسات الانفتاح الاقتصادي والتجارى. وتعد القنوات العربية الخاصة تدعم وتعزز وجهات نظر تجارية هدفها الأول والأخير الربح المادى فقط وذلك على حساب العديد من الأهداف الثقافية الهادفة.

نستخلص من الطرح السابق تعريفاً إجرائياً للإسفاف الثقافى بأنه عملية معقدة ومقصودة هدفها الأساسى هو الاستخفاف أو الاستهزاء بثقافة الآخرين والتقليل من شأنها أو هو عملية غسيل حقيقية للأدمغة من خلال التلاعب بالعقول وذلك عن طريق معظم البرامج الترفيهية التي تبث عبر القنوات الفضائية العربية؛ إذ تعمل هذه القنوات في معظم ما تبثه من مقالب وخدع مفبركة وتضليل على إبقاء المشاهد في مستوى مترد من الفكر والمعلومات والوعى الزائف والتجهيل المتعمد وتجعله غريق في حالة من الغفلة عن الوقائع والأحداث والحقائق وتبث له ثقافة وقيما وترفيها وذوقاً هابطاً ويتضح ذلك من خلال الفكرة المقدمة واللغة المستخدمة والألفاظ غير اللائقة ونوعية الضيوف المعتمد عليهم ... وغيرها من مظاهر الإسفاف.

المدخل النظرى للدراسة:

تنطلق الدراسة من اتجاهين رئيسيين أولهما الاتجاه النقدى ويمثله عالم الاجتماع الفرنسى بيير بورديو P. Bourdieu وخاصة فى مؤلعة بعنوان: "التليفزيون وآليات التلاعب



بالعقول" الصادر عام ١٩٩٩ حيث تعد سوسولوجيا بورديو هي سوسولوجيا للكشف عن المستور على حد تعبيره<sup>(٤٢)</sup>.

وفي هذا الصدد انتقد بورديو ظاهرة العولمة التي عملت من وجهة نظره على تآكل المجتمعات ومعظم أنظمة ومؤسسات المجتمع بحيث أصبحت الشاشة في كل مكان اليوم، وتبرز هذه الشاشة في وسائل الإعلام وفي مقدمتها التلفزيون بقنواته الفضائية المتعددة تلك الشاشة التي تدعو كل من يظهر فيها بأن يقدم تنازلات وتجبره على أن يكون أداة في يدها، وقد انتقد بورديو وسائل الإعلام الفرنسية وتبعية المثقفين نقدا حادا للدرجة التي وصلت إلى أن أطلق عليهم "كلاب الحراسة الجدد لوسائل الإعلام" وخاصة التلفزيون<sup>(٤٣)</sup>، ويرى بورديو أن لكل مجتمع مهيمنون ومهيمن عليهم، وأن المبدأ الأساسي للتنظيم الاجتماعي يبنى على أساس هذا الاختلاف غير أن هذه الهيمنة تتوقف على وضعية الموارد وإستراتيجية الفاعلين، فقد تحدث بورديو عن النواحي التقنية التي شهدتها التلفزيون الفرنسي، والتي تركز على الربحية في المشاهدة أو النواحي التجارية، بغض النظر عن ما إذا كان هذا المضمون الذي يبث عبر شاشة التلفزيون ذو قيمة أم لا، فهذه المضامين تركز على الأخبار الخاطئة الزائفة التي تقدم بصورة مثيرة دون الاهتمام بالكلمة الملقاة، فهناك تناقضا بين الواقع الفكرى والواقع الإعلامى المقدم؛ فالأول يحتاج إلى قدر كبير من التأني والتدقيق والملاحظة، أما الثاني فيحتاج إلى السرعة وهذا التناقض لا يعنى انفصال الصلة بينهما<sup>(٤٤)</sup>؛ فعلى الرغم من أن التلفزيون بكل ما شهدته من تقنية يحتاج إلى السرعة في نقل المعلومة وأنه فضاء غير لائق للتفكير المتأن، إلا أنه خلق فكرة المفكر السريع، وتتضح هذه النظرة في الأشخاص الضيوف الذين يتم استضافتهم من قبل مقدمى البرامج للتعليق على القضية المطروحة للنقاش، ويكون حاملا أفكار مسبقة حول هذه القضية، ويحاول الجمهور المشاهد أن يتلقى هذه الأحكام بشكل مباشر ويعتبرها "وجبة ثقافية"، ويتضح ذلك في ضيوف ندوات المناظرات الزائفة على حد الوصف البوردوي، حيث أنه وصفهم بأنهم شركاء في اللعبة لأن كل ما يدور من جدال من جانب الأطراف المتحاورة متفق عليه من قبل الحلقة أو البرنامج، وكل منهم يحمل سيناريو معين مقصود يعبر عن وجهة نظر معادية ومناهضة

للآخر، وقد يكونوا أصدقاء حميمين على أرض الواقع، ويبرز ذلك بالنظرات والإشارات واللغة المستخدمة خلال النقاش بينهم وهو ما يريده مقدم البرنامج غير المحايد في معظم الأحيان، ويدعم وجهة نظر فريق على حساب الفريق الآخر ليحتل توازن النقاش، وبالتالي يحقق هدف القناة في التعبير عن رؤيتها وهو الرفع من قيمة من لا قيمة له على حد تعبير بورديو لبت أفكار القوى المهيمنة التي تقف خلف هذه النوعية من البرامج المتعمدة، ويجاولون أن يتلاعبوا بالمضمون التليفزيوني المقدم، ولا شك أن هذه القوى المهيمنة هي التي جذبت الفقراء والبسطاء من المشاهدين<sup>(٤٥)</sup>.

أما الاتجاه الآخر الذي تنطلق منه الدراسة الراهنة فهو اتجاه ما بعد الحداثة حيث تبرز هنا أفكار الين تورين وغيره من أنصار هذا الاتجاه الذين يتخوفون من مخاطر العولمة أو الحداثة على الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، ويرى أنصار هذا الاتجاه أن الحداثة وخاصة في مجال الاتصال والإعلام أدت من وجهة نظرهم إلى تدفق الثقافة والمفاهيم والقيم والأفكار والسلوكيات السلبية إلى دول العالم بلا حواجز أو ضوابط في إطار تنافس تجارى بين الشركات متعددة الجنسيات، وبذلك يفقد الإعلام في ظل التطور التقنى مصداقيته وثقته من قبل المتلقى ويكون المتلقى قد اكتشف أن هذا الإعلام لا يقيم له وزناً ولا يحترم ثقافته وعقليته ولا يعتبره سوى أداة أو بالأصح سلعة رخيصة<sup>(٤٦)</sup>.

ولقد عبر عالم الاجتماع الألماني أولريش بيك **U. Beck** عن ذلك بما أسماه "مجتمع المخاطر" وقصد بذلك المجتمع الذى تعمل فيه وسائل الاتصال الحديثة على خلق حالة من عدم اليقين فى حياتنا، وأن الأمر لم يعد يقتصر على المخاطر المادية أو الطبيعية الناشئة عن استخدام هذه التكنولوجيا، وإنما يشمل علاوة على ذلك الآثار المترتبة على الأنشطة التنظيمية والعلاقات الاجتماعية المعقدة بالمخاطر<sup>(٤٧)</sup>.

وفى هذا الاتجاه يؤكد جاك الـ **J. Hol** أن التقنية فى وسائل الاتصال ستؤدى إلى مجتمع مسيطر عليه، حيث يرى أن هذه الوسائل الحديثة ومنها الأقمار الصناعية تعمل كسلطة فى يد الشركات المتعددة الجنسيات لتحويل العالم إلى مجرد مركز تجارى لتسويق منتجاتها<sup>(٤٨)</sup>.

كما عبر جوليان سيمون **J. Simon** في أحد مؤلفاته بعنوان: " الملاذ الأخير " عن هذا الانتشار السريع للتقنية الحديثة في وسائل الاتصال التي تمثل من وجهة نظره نوعاً من الاستعمار الذى يهدد التكامل الاجتماعى ويشمل التوترات الاجتماعية<sup>(٤٩)</sup>.

وفى هذا الصدد يتساءل جليك **Gleick** عما إذا كانت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على وشك أن تحررنا أم تغرقنا محذراً من هذا التنامى المتزايد الذى تحدته هذه التكنولوجيا على حساب الثقافة والقيم<sup>(٥٠)</sup>.

نستخلص من الطرح النظرى السابق أهم النقاط التالية:

١- يتمثل التطور التقنى الذى شهدته البرامج الترفيهية عبر القنوات الفضائية ولاسيما الخاصة فى تخصيص الأرباح للشركات متعددة الجنسيات التى تعمل فى إنتاج مضامين إعلامية مختلفة، فضلاً عن صناعة الإعلام والإعلان والترويج والدعاية.

٢- يعد الإعلام - فى ظل الطرح السابق من المدخل النظرى للدراسة الحالية - منتجات حيث يتم التعامل مع الإعلام ومنتجات الثقافة فى مجتمعاتنا على أساس كونها سلعة يجرى تداولها فى سوق موحدة لا توجد فيها خصوصيات ثقافية أو سياسية؛ فالأفضلية للسلعة أو الخدمة الأجود والأرخص بغض النظر عن القيمة والمضمون.

٣- تقليص دور الحكومات والمنظمات الدولية فى تنظيم بيئة الإعلام وخاصة المرئى والاتصالات المحلية والدولية لصالح الشركات الاحتكارية متعددة الجنسية، حيث تملك هذه الشركات ولاسيما الأمريكية حوالى ٣٥% لوسائل إعلامنا ووكالات أنبائنا المحلية<sup>(٥٤)</sup>، وهذا ما دفع التلفزيون المصرى لشراء أو استئجار مضامين إعلامية ومنتجات ثقافية رخيصة وهابطة لتغطية ساعات الإرسال اليومى.

الإطار المنهجى للدراسة:

تعد الدراسة الحالية من الدراسات التحليلية التقييمية، حيث تستهدف تقويم للحاضر واستشراف للمستقبل وذلك من خلال تحليل ما إذا كان مضمون بعض البرامج الترفيهية التى تبث عبر بعض القنوات الفضائية العربية تعكس الإسفاف الثقافى والاستخفاف بعقلية

وثقافة المشاهد في مجتمعنا المصرى، وكذا الكشف عن المضامين المقدمة وما تبثه هذه البرامج.

ومن خلال متابعة المواقع الخاصة بالبرامج الترفيهية التي قدمت عبر معظم القنوات الفضائية العربية خلال شهر رمضان الماضى عام ١٤٣٦هـ - ٢٠١٥م حيث تم إحصاء أكثر البرامج التي تم التعليق عليها خلال العشرة أيام الأولى من الشهر، وقد اتضح أن من أكثر البرامج التي حظيت بنسبة مشاهدة مرتفعة على مدار الشهر بأكمله هى البرامج الموضحة بالجدول التالى على وجه الترتيب.

#### جدول رقم (١)

أهم البرامج الترفيهية التي تبث عبر بعض القنوات الفضائية العربية الخاصة(\*)

اسم البرامج	القناة	مالك القناة
رامز واكل الجوى	mbc مصر	سعودى
هبوط اضطرارى	الحياة	مصرى
التجربة الخفية	النهار	مصرى
المشاعب	المحور	مصرى
الزفة (٢)	النهار	مصرى
١٠٠ ريختر	mbc مصر	سعودى
محدث بياكلها بالساهل	المحور	مصرى

وقد اكتفت الدراسة بتحليل مضمون الثلاث برامج الأولى وهى:

١- رامز واكل الجوى.

٢- هبوط اضطرارى.

٣- التجربة الخفية.

(\*) معظم هذه البرامج التي تبث عبر القنوات الفضائية العربية الخاصة هى نسخة كربونية متشابهة وإن اختلفت فى أسمائها.

● وقد قمنا بإعداد صحيفة تحليل المضمون للتعرف على محتوى البرامج سألقة الذكر (محل الدراسة) وذلك على مدار (٣٠) حلقة كاملة لكل برنامج وذلك استنادا إلى تساؤلات الدراسة, كما اعتمدنا على موقع اليوتيوب من خلال متابعة الحلقات وتسجيلها ثم الكتابة لاستخلاص النتائج.

● وقد تم اختيار ثلاث قنوات فضائية عربية خاصة تبث عبر قمر النيل سات والتي تمثل البرامج محل الدراسة, وهذه القنوات هي: قناة mbc مصر وهى قناة سعودية تابعة لمركز تليفزيون الشرق الأوسط, وقناة الحياة, وقناة النهار وهى قنوات تحظى بنسبة عالية من المشاهدة من قبل الجمهور من كافة شرائح المجتمع, وهذه القنوات تخصص فى عرض البرامج المصرية والفنية والدراما والأفلام والأغاني والترفيه, كما تخصص فى عرض بعض البرامج النسائية والاجتماعية وبرامج التوك شو, وقد جاءت هذه القنوات فى المركز الثانى بعد مجموعة قنوات mbc السعودية الأخرى.<sup>(٥١)</sup>

التعريف ببرامج الدراسة والتي تذاع جميعها فى الفترة المسائية من شهر رمضان الماضى وهى:

● "رامز واكل الجو": هذا البرنامج التليفزيونى عبارة عن مقال ومقالب وخدع إعداد وتقديم الفنان رامز جلال أعد للعرض اليومى خلال شهر رمضان الماضى, حيث يستضيف الفنان فى كل حلقة أحد النجوم الذى يركب طائرة, ويتم إيهامه بوجود عطل فيها, ثم يوهم الضيوف بأن الطائرة توشك على السقوط وذلك فى كل حلقة<sup>(٥٢)</sup>.

● "هبوط اضطرارى": برنامج يقدمه الفنان هانى رمزى ويقوم فيه بمقابلة الضيف فى المطار قبل الصعود للطائرة ويقنعه أنه حصل على دعوة ماثلة للظهور معه بنفس البرنامج, وبعد تحقيق الطائرة الخاصة التى استأجرتها قناة الحياة من أحد رجال الأعمال يبدأ المقلب, حيث تتعرض الطائرة لبعض المشكلات الفنية والمطبات الهوائية من أجل إيهام الضيف أنها على وشك السقوط فى البحر.<sup>(٥٣)</sup>

● "التجربة الخفية": تدور فكرة هذا البرنامج حول مقلب يقوم به كل من شادى الفونس وخالد منصور, حيث يتم تصوير لقاء مع الضيف بطريقة عادية فى أسبانيا, ولكن فى

نهاية البرنامج يطلب من النجم القفز بالمظلة مع خبير قفز، ويفاجئ الضيف بعدم عمل الباراشوت بعد قفزه ليبدأ فى الصراخ والخوف واعتقاده بنهاية حياته، ويعتمد البرنامج على تصوير حالة الضيف أثناء سقوطه وحالة الرعب والخوف التى تواجهه.<sup>(٥٤)</sup>

— تحديد فئات التحليل:

يقصد بفئات التحليل فى دراسات تحليل المضمون مجموعة من التصنيفات يتم إعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه وهدف التحليل بغرض وصف مضمون البرامج المراد تحليلها بأكبر قدر من الموضوعية والدقة، وبما يُمكن من استخلاص النتائج بأسلوب ميسر<sup>(٥٥)</sup>، وقد قمنا بتحديد هذه الفئات فى الإجابة على كل تساؤل من تساؤلات الدراسة كما سيتضح من الصفحات القادمة.

— تحديد وحدات التحليل:

للتوصل إلى التقدير الكلى لظواهر التحليل لابد من وجود وحدات يستند إليها الباحث فى عد هذه الظاهرة.

وقد اعتمدت الدراسة على وحدة الموضوع، وتمثل أكبر وأهم وحدات تحليل المضمون وأكثرها إفادة، كما تعتبر إحدى الدعائم الأساسية فى تحليل المواد الإعلامية، وهى عبارة عن جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التى يدور حولها موضوع التحليل، وقد أطلق بعض الباحثين والخبراء عليها عدة مسميات كالجملية والافتراض والتصريح والفكرة والقضية، وموضوع النقاش.

ويقصد بوحدة الموضوع فى دراستنا الراهنة الفكرة التى تدور حولها البرامج محل الدراسة بحيث يبرز الموضوع قضية معينة يمكن تقييم المحتوى بناء عليها ومعرفة تأثيرها.

● تم إجراء اختبارى صدق وثبات التحليل ونقصد بالصدق فى هذه الدراسة الصدق الهيكلى. بمعنى أن التأكد من التعريفات وفئات التحليل ووحداته وتعريف كل وحدة معرف تعريف واضح ويتفق مع الدراسات السابقة.

● وقد قمنا بعرض فئات التحليل على عدد من الخبراء من أساتذة علم الاجتماع وعلم الإعلام(\*) لتحديد ما إذا كانت هذه الفئات أقرب وأدق وأشمل للمفاهيم المطلوب دراستها.

ثم تم إجراء بعض التعديلات اللازمة وفقاً لآراء المحكمين الذين كانت لهم بعض الملاحظات وخاصة فيما يتعلق ببعض الفئات.

ونظراً لأن الدراسة تنتمي إلى علم الاجتماع الإعلامى الذى يصعب معه توقع أو تفسير السلوك الإنسانى وبالتالي قياسه، لذلك يقوم الباحثون بالتأكد من أن المقياس - بصفة عامة - يتسم بالثبات. بمعنى تحقيق اتفاق نسبي بين المحكمين على تقييم الأسئلة موضوع الدراسة وهو ما يسمى بالثبات بين المحكمين Inter - Rater Reliability، وبالتالي فإن تحقق نسبة عالية للثبات يعنى اتساق النتائج عند إعادة تطبيقها<sup>(٥٦)</sup>.

وباستخدام معامل كرونباخ ألفا Cronbach's alpha كانت قيمة هذا المعامل المحسوبة ٥٩٦,٣% وهى تعتبر نسبة عالية تدل على وضوح المقياس وصلاحيته للصحيفة للتطبيق(\*).  
تم الاعتماد على الملاحظة من خلال متابعة حلقات البرامج الثلاث يوميا وبانتظام، وتم إعداد برنامج للتنفيذ اليومي على مدى شهر الدراسة، ثم التسجيل وتبويب التكرارات تمهيدا لمناقشة النتائج وتفسيرها.

— نتائج الدراسة:

أولاً: الإجابة على التساؤلات الخاصة بتحليل مضمون ماذا قيل؟

---

(\*) أ. د/ مصطفى خلف عبد الجواد: أستاذ علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة بنى سويف.

أ. د/ على عبد المنعم مراد: أستاذ علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة المنوفية.

أ. د/ محمد أنور محروس: أستاذ علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة حلوان.

أ. د/ عبد الجواد سعيد: أستاذ علم الإعلام (صحافة)، كلية الآداب، جامعة المنوفية.

د/ أحمد صدقى: مدرس علم الإحصاء والرياضيات، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية.

(\*) أنظر ملاحق الدراسة (صحيفة تحليل المضمون المستخدمة).

وهي التي تتعلق بتحليل النواحي المتصلة بالمضمون الثقافي المقدم في البرامج محل الدراسة، وتأثير ذلك على الإسفاف بعقلية وثقافة المشاهد.

١- التعرف على نوعية الترفيه المقدم:

يلاحظ أن البرامج الترفيهية المقدمة عبر القنوات الفضائية العربية خاصة خلال شهر رمضان الماضي تركز على المضمون الخفيف كغاية وليس كوسيلة، كما تبرز قيم وسلوكيات هابطة وتركز على مساوئ بعض الشخصيات، وبذلك تصبح مظهراً من مظاهر الإسفاف الثقافي الذي يؤدي إلى الانحدار الشديد والمتسارع في قيم وسلوكيات المشاهد من خلال مشاهدة تلك النوعية من البرامج خاصة لدى الأجيال الناشئة في ظل تآكل القيم الأصيلة للمجتمع وضعف هويته الثقافية في ظل هجمات عصر العولمة.

ووفقاً للتعريف السابق للترفيه تم تقسيم أنواع الترفيه المستخدمة في البرامج محل

الدراسة إلى التصنيفات التالية:

- مواقف فكاهية.
- مواقف إنسانية مسلية.
- معلومات خفيفة.
- الضحك على الضيوف.
- مقال وخدع.

ويوضح الجدول رقم (٢) نوعية الترفيه المقدم في برامج الدراسة الثلاث.

جدول رقم (٢)



نوعية الترفيه المقدم في برامج الدراسة(\*)

التجربة الخفية		هبوط اضطرارى		رامز واكل الجوع		برامج الدراسة
%	ك	%	ك	%	ك	
٦,٧	٢	٣,٣	١	٦,٧	٢	نوعية الترفيه المقدم
١٠	٣	١٠	٣	٣,٣	١	مواقف فكاهية
١٠	٣	١٠	٣	٣,٣	١	مواقف إنسانية مسلية
-	-	-	-	-	-	معلومات خفيفة
٤٣,٣	١٣	٥٠	١٥	٥٦,٧	١٧	الضحك على الضيوف
٤٠	١٢	٣٦,٧	١١	٣٣,٣	١٠	مقالب وخدع
١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	إجمالى حلقات البرامج

يتضح من الجدول السابق أن كل الحلقات المقدمة في البرامج الثلاث تعتمد على الإسفاف لإضحاك المشاهد كغاية وليس كوسيلة، حيث أنها لا تقدم أى معلومات خفيفة أو مواقف إنسانية مسلية هادفة، وإنما يغلب عليها الاستخفاف بالضيوف وترويعهم من خلال استخدام الخدع والمقالب المصطنعة، أى أن هذه البرامج لا تكتفى بأن تكون غير هادفة فقط، وإنما تؤدي إلى آثار سلبية في سلوكيات المشاهد.

وتتفق هذه النتيجة مع المدخل النظرى للدراسة حيث انتقد بورديو التليفزيون في معظم ما يبثه من مضامين، حيث تركز هذه المضامين على الأخبار الكاذبة، كما تحمل أهدافاً خادعة تتلاعب بعقول المشاهدين، وهذا هو الذى جذب اهتمام الفقراء والبسطاء من المشاهدين نحو هذه النوعية من المضامين التى تستخف بثقافة وعقلية المشاهدين.<sup>(٥٧)</sup>

كذلك تتفق نتيجة الدراسة الراهنة مع وجهة نظر الين تورين في كتابه "نقد الحداثة" - الذى سبق الإشارة إليه - في أن الحضارة التقنية قامت بنزع ذواتنا وجعلتنا حبيسى الترويح نتيجة الإفراط في الحداثة، كما تحولت الرسالة الإعلامية في ظل الحداثة إلى أطروحات مسمومة تبث الشر للمتلقى أضعاف ما تبث له الخير.<sup>(٥٨)</sup>

(\*) يلاحظ من جدول (٢) أن كل حلقة في البرامج الثلاث (محل الدراسة) تتضمن أكثر من نوع من أنواع الترفيه، ويوضح الجدول تكرار النوع الغالب في كل حلقة.

وتختلف نتيجة الدراسة مع نتائج الدراسة التي قام بها ثايو روسو بعنوان: التليفزيون والهوية الثقافية وأساليب حياة الشباب في قبرص عام (٢٠٠٢) والتي أسفرت عن أن الشباب القبرصي يتأثر إيجابياً بمختلف المضامين التي يبثها التليفزيون عبر قنواته الفضائية المتعددة.<sup>(٥٩)</sup>

بينما تتفق نتيجة الدراسة مع وجهة نظر ريتشارد بلاك **R. Black** الذى يرى أن التطور التكنولوجى الذى شهدته وسائل الاتصال أدى إلى تحطيم القرية العالمية وتجزئة الجماهير وجعلها أكثر تفتيتاً، حيث أتاحت التكنولوجيا الحديثة، وتعدد القنوات الفضائية إلى سيادة الغزو الثقافى من خلال تدهور مستوى الذوق العام وترسيخ الشعور باللامبالاة، وتشجيع الجماهير على تسطيح القضايا الحيوية، والاهتمام بتوافه الأمور<sup>(٦٠)</sup>.

## ٢- الكشف عن أهم أنواع الإثارة المستخدمة:

يمكننا القول فى هذا الصدد أن الرسالة المقدمة فى معظم البرامج التليفزيونية التى تبث عبر الفضائيات وخاصة خلال شهر رمضان تعمل على إرضاء الحاجات المتعددة للجمهور، وهى فى ذلك تعتمد فى صياغة مضمونها على ما يسمى بالإثارة أو الدوافع التى تجذب المشاهد والتى يخاطب أو يستميل من خلالها مقدم البرنامج الجمهور المستهدف ليؤدى هدفه.

والإثارة هى الدوافع وتعنى موقف أو واقعة أو قوة داخلية تثير السلوك وتدفعه نحو إشباع غاية معينة، والإثارة لا يمكن أن تلاحظ مباشرة وإنما يمكن استنباطها من خلال السلوك الملحوظ<sup>(٦١)</sup>.

وقد استعانت الباحثة فى تحليل البرامج محل الدراسة على نوعية الإثارة المستخدمة فى مخاطبة الجمهور المشاهد، وبيان مدى الإسفاف الثقافى المتضمن فيها وذلك من خلال التصنيف التالى:

- الترويع.
- مكاسب مادية.
- الاستخفاف.

- الشهرة.
- محاكاة الغير.
- المنافسة.

ويوضح الجدول التالى عدد مرات استخدام كل نوع من أنواع الإثارة فى البرامج الثلاث مع ملاحظة أن الحلقة الواحدة فى كل برنامج قد تتضمن أكثر من نوع واحد من أنواع الإثارة.

### جدول رقم (٣)

نوعية الإثارة المستخدمة فى برامج الدراسة

الترتيب	التجربة الخفية		هبوط اضطرارى		رامز واكل الجو		برامج الدراسة نوعية الإثارة المستخدمة
	%	ك	%	ك	%	ك	
١	٩٦,٧	٢٩	٣٠	٣٠	٣٠	٣٠	الترويع
٢	٩٠	٢٧	٩٠	٢٧	٨٦,٧	٢٦	مكاسب مادية
٣	٨٣,٣	٢٥	٨٣,٣	٢٥	٨٠	٢٤	الاستخفاف
٤	٧٦,٧	٢٣	٧٣,٣	٢٢	٦٦,٧	٢٠	الشهرة
٥	٦٦,٧	٢٠	٦٣,٣	١٩	٦٠	١٨	محاكاة الغير
٦	٥٦,٧	١٧	٤٦,٧	١٤	٥٠	١٥	المنافسة

تسفر بيانات الجدول السابق عن أن برنامج "التجربة الخفية" يعتمد أساساً على الترويع أما بالنسبة لبرنامج "رامز واكل الجو" وكذلك برنامج هبوط اضطرارى فترتيب نوعية الإثارة المستخدمة فيهما هو نفس الترتيب وبجذف الترويع من برنامج التجربة الخفية تكون نوعية الإثارة المستخدمة هي تقريباً نفس ترتيبها فى البرنامجين الأول والثالث، ويتضح ذلك من خلال تنكر مقدم البرنامج كبرنامج "رامز واكل الجو" على سبيل المثال بماسك قبيح للوجه وذلك فى معظم الحلقات، كما اعتمدت هذه البرامج على مواد مزيفة ومشوهة تستخف بعقول وثقافة المشاهدين، حيث التركيز على التمثيل والخداع والكذب لا على المصدقية، وعلى الاشمزاز لا على الضحك، ويتضح ذلك من خلال التقيؤ ومضايقة

الضيوف المشاركين بعد ركوب الطائرة بأى حركات غريبة كأن يدعى مقدم البرنامج إصابته بأزمة قلبية أو وعكة صحية أو زكام، بالإضافة إلى بخاخ الروائح الكريهة التي يستخدمها ليثير اشمزاز ونفور الضيوف مما يؤدي إلى الصراخ والضجيج، ثم جاءت المكاسب المادية في الترتيب الثاني في البرامج محل الدراسة. حيث نشرت بعض المصادر عن الأجرور التي تقاضاها بعض الفنانين للظهور في هذه البرامج مقابل التصنع أو التظاهر بالخوف والرعب مثل الفنانة زينة التي تقاضت ٢٥٠ ألف جنيهها في حلقة من برنامج "رامز واكل الجو"، أما الفنانة العالمية باريس هيلتون فقد تقاضت ٢٥٠ ألف جنيهها أيضا، والإعلامى اللبنانى نيشان ١٥٠ ألف جنيهها، أما الفنان محمد هنيدي فقد تقاضى ١٠٠ ألف جنيهها، وكذلك غيرهم من الشخصيات المشهورة، أما مقدم البرنامج الفنان رامز جلال فقد تقاضى ٦٠٠ ألف جنيهها في معظم الحلقات تقريبا، وهذا يعد إهداراً للمال على حساب القيم والأخلاق والمثل والثقافة.<sup>(٦٢)</sup>

وتتفق هذه النتيجة مع المدخل النظرى للدراسة حيث يرى الين تورين أن التطور التقني في مجال الإعلام - وخاصة عبر التلفزيون بقنواته الفضائية المتعددة - أدى إلى تدفق الثقافة والمفاهيم والقيم المادية إلى دول العالم بلا حواجز أو ضوابط في إطار تنافسى تجارى بين الشركات متعددة الجنسيات، وأن الأفضلية في التعامل مع الإعلام ومنتجات الثقافة للسلعة أو الخدمة الأجرور والأرخص بغض النظر عن القيمة والمعزى.<sup>(٦٣)</sup>

وتتفق هذه النتيجة أيضا مع نتائج الدراسة التي قامت بها عبير مختار شاكر بعنوان: تأثير الفضائيات على ثقافة المجتمع المصرى عام (٢٠٠٢) والتي كشفت عن أن مشاهدة التلفزيون عبر قنواته الفضائية المتعددة أدى إلى ظهور قيم مادية جديدة مثل الاستهلاك الترفى، كما تحولت القيم في المجتمع إلى قيم مادية.<sup>(٦٤)</sup>

### ٣- الاتجاه المخاطب في برامج الدراسة:

ويقصد بالاتجاه المخاطب المضمون الذى تخاطب به الرسالة المتضمنة في البرامج جمهورها، أو بمعنى آخر الفكرة الرئيسية أو خط التفكير الرئيسى الذى يريد مقدم البرنامج أن يوصله إلى الجمهور، وتنقسم هذه الفئة إلى ما يلى:

أ- اتجاه يخاطب العقل أو المنطق حيث يهدف هذا الاتجاه إلى توضيح الحقائق المادية الخاصة بالبرنامج، ويطلق على هذه النوعية من البرامج بالبرامج التي تستخدم الإثارة أو الاستمالات العقلية أو المنطقية بأسلوب تقديم المبررات.

ب- اتجاه يخاطب العاطفة: والعاطفة هي حالة نفسية قائمة تشتمل على مركب من المشاعر والأحاسيس، وتتميز بأن مصدرها داخلي وذات صلة بغرض أو دافع معين، أو بمعنى آخر تتضمن العاطفة إثارة استجابات فسيولوجية أو سيكولوجية مفرحة أو غير ذلك، وتتميز بالمشاعر القوية أو التوتر أو الغضب أو الخوف أو السرور .. الخ (٦٥).

ج- اتجاه يجمع ما بين العقل والعاطفة معا.

ولذلك يوضح الجدول التالى توزيع عينة الدراسة وفقا للاتجاه المخاطب فيها.

#### جدول رقم (٤)

توزيع عينة الدراسة وفقا للاتجاه المخاطب في البرامج

الترتيب	التجربة الخفية		هبوط اضطرارى		رامز واكل الجوى		برامج الدراسة الاتجاه المخاطب
	%	ك	%	ك	%	ك	
١	٦٠	١٨	٨٣,٣	٢٥	٧٠	٢١	العاطفة
٢	٢٣,٣	٧	١٠	٣	١٦,٧	٥	العقل
٣	١٦,٧	٥	٦,٧	٢	١٣,٣	٤	الجمع بين الاتجاهين (العقل والعاطفة)
	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	إجمالى عدد الحلقات

تكشف بيانات الجدول السابق عن أن الاتجاه الذى يخاطب العاطفة يمثل المرتبة الأولى في برامج الدراسة؛ فعلى الرغم من أن فكرة هذه النوعية من البرامج نمطية، حيث تعتمد على المقالب والخدع المصطنعة المتفق عليها مسبقاً بين مقدمى هذه البرامج والضيوف، وتتم في إطار كوميدى ومع كل هذا التمثيل وهذه الحركات التى يتعرض فيها ضيوف البرامج للخطر من خلال إيهامهم بوجود عطل فني في الطائرة، وسوف يؤدي هذا العطل إلى النهاية بجياتهم من خلال التلاعب بمشاعرهم وردود أفعالهم، إلا أنهم يظلوا بنفس حركات وجوههم التعبيرية بعد المقلب الذى تدور حوله معظم الحلقات في تلك البرامج، وقد اكتفى الضيوف بالصراخ

والضحيج والسب والقذف والضرب، مما يدل على انفصال الفن عن الأخلاق والقيم، وهذا هو قمة الإسفاف والتلاعب بعقلية وثقافة المشاهد.

وتتفق هذه النتيجة مع المدخل النظرى للدراسة الراهنة - الذى أشرنا إليه فى الصفحات السابقة - حيث يرى بورديو أن هذه البرامج المتعمدة التى تقدم عبر شاشة التلفزيون والمتفق عليها مسبقاً من قبل الطرفين مقدم البرنامج والضيوف، كما أن الضيوف المستضافة فى هذه البرامج هم شركاء فى اللعبة والخداع على حد وصفه، ويحاول الطرفين أن يخدع الجمهور المشاهد من خلال النظرات والإشارات واللغة المستخدمة، وكذا من خلال التطور التقنى وبراعة الصنعة وحرفية الشكل بغض النظر عن المضمون المقدم.<sup>(٦٦)</sup>

٤- الفئة العمرية الأكثر مشاهدة للبرامج الترفيهية:

تعد مقاييس مشاهدة برامج التلفزيون T.V Programm Rating معياراً هاماً بالنسبة للوكالات الإعلانية لاختيار القنوات الفضائية التى تبث إعلاناتها من خلالها، كما تعد مؤشراً يمكن من خلاله تحليل اتجاهات المشاهدين للبرامج التى يفضلون مشاهدتها<sup>(٦٧)</sup>، وبذلك لم تعد استطلاعات قياس نسب المشاهدة نوعاً من الترف أو الرفاهية، ولكنها ضرورة ملحة ليس فقط لتوجيه الميزانيات الهائلة للإعلانات، وإنما أيضاً لتوجيه صناعة الدراما التى ينفق عليها المليارات سنوياً، والتى تعكس أيضاً تغييرات فى قيم واتجاهات وسلوكيات المشاهدين، وهذا يتطلب وجود جهات موثوقة تستطيع توفير بيانات شفافة وموضوعية حول نسب المشاهدة وفهلاً لدلائل وأرقام واقعية تعبر عنها، ورغم تعاقب بعض القنوات الفضائية العربية مع شركات أجنبية متخصصة لاستطلاعات نسب المشاهدة مثل شركة أيسوس IPSOS إلا أن هذه البيانات غير متاحة، كما يقوم موقع اليوتيوب بحساب نسب المشاهدة، ولكنها بيانات غير موثوق فيها بشكل كاف لأنها تعتمد فقط على من يشارك فى موقع اليوتيوب.

لذلك قمنا بدراسة ميدانية مصغرة لتحديد نسب المشاهدة للبرامج الثلاث (محل الدراسة) وذلك للإجابة على تساؤل هام يتمثل فى: ما هى الفئات العمرية الأكثر مشاهدة لتلك البرامج الثلاث؟

وللإجابة على هذا التساؤل تم سحب ثلاث عينات عشوائية عنقودية من خلال سؤالهم عما إذا كانوا قد شاهدوا البرامج محل الدراسة وإذا كانوا قد شاهدوها يسأل عن عدد الحلقات التي شاهدوها، وقد تم استمرار سحب العينة بحيث تحقق النسبة المتقاربة لنسبة كل فئة عمرية وفقاً لتعداد السكان، ثم تم تقسيم هذه الفئات العمرية إلى ما يلي:

- أقل من ١٥ عام.
- ١٥ - ٢٥.
- ٢٥ - ٣٥.
- ٣٥ فأكثر.

ويوضح الجدول التالى حجم العينة وفقاً للفئات العمرية الأكثر مشاهدة لبرامج الدراسة.

#### جدول رقم (٥)

حجم العينة للفئات الأكثر مشاهدة لبرامج الدراسة

التجربة الخفية	هبوط اضطرارى	رامز واكل الجوى	برامج الدراسة
ك	ك	ك	الفئة العمرية الأكثر مشاهدة
٦١	٦٧	٦٥	أقل من ١٥
٨٢	٨٦	٨٥	١٥ - ٢٥
٢٧	٣١	٢٠	٢٥ - ٣٥
١٥	١٦	١٠	٣٥ فأكثر
١٨٥	٢٠٠	١٨٠	حجم العينة

تكشف بيانات الجدول السابق عن أن الفئة العمرية من ١٥ - ٢٥ والتي تقع في سن المراهقة والشباب هي الأكثر مشاهدة لبرامج الدراسة، يليها الفئة العمرية الأقل من ١٥ عاماً، والتي تمثل مرحلة الطفولة فهذه الفئات العمرية هي الأكثر انجذاباً وتفضيلاً لهذه النوعية من البرامج التي تعتمد على الحيل المفبركة والتضليل والمقالب والخدع.

وبسؤال الأفراد عن عدد الحلقات التي شاهدوها في البرامج محل الدراسة تم حساب متوسط نسب عدد الحلقات التي شاهدتها كل فئة عمرية وذلك وفقاً للجدول التالي:

جدول رقم (٦)

متوسط نسب المشاهدة لكل برنامج وفقاً للفئات العمرية

التجربة الخفية		هبوط اضطرارى		رامز واكل الجوز		برامج الدراسة الفئات العمرية
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٣,٣	١٣	٥٠	١٥	٦٣,٣	١٩	أقل من ١٥
٥٣,٣	١٦	٦٠	١٨	٨,٣	٢٥	٢٥ - ١٥
٢٣,٣	٧	٣,٣	١٠	٤٦,٧	١٤	٣٥ - ٢٥
٦,٧	٢	١٠	٣	١٦,٧	٥	٣٥ فأكثر

تسفر بيانات الجدول السابق عن أن الفئة العمرية أقل من ١٥ عاماً، وكذلك الفئة العمرية (٢٥ - ١٥) استحوذتا على أعلى نسب مشاهدة للبرامج الثلاث، بينما انخفضت هذه النسب في الفئات العمرية الأخرى؛ مما يدل على أن الترفيه المقدم من خلال هذه النوعية من البرامج يعتمد على الانبهار بالصورة والفكرة المقدمة، حيث تعتمد هذه البرامج في جانب كبير منها على تصنيع المواقف الكوميديّة المتعلّقة من خلال الحيل والخدع المفبركة والتضليل، وهذا ما يجذب إليه قطاع الطفولة وكذلك الشباب مستغلة هذه البرامج أوقات فراغهم على حساب القيم الأصيلة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ياس خضير البياتي بعنوان: الفضائيات - الثقافة الوافدة وسلطة الصورة - دراسة حالة مدينة الزاوية الغربية في ليبيا عام ٢٠٠١ والتي أسفرت نتائجها عن أن الشباب يفضل مشاهدة البرامج التي تثير الرعب النفسى وبرامج الخيال العلمى. (٦٨)

كما تتفق هذه النتيجة مع رأى جان جبران كرم في أحد مؤلفاته بعنوان: "التليفزيون والأطفال" الصادر عام ١٩٨٨ أن الجيل الحالى هو جيل وسائل الإعلام وفي مقدمتها التليفزيون الذى أفسد الأسرة إفساداً كبيراً ودمر كل مفاهيمها وآدابها وترفيهها من خلال



تقديمه مجموعة من القصص والروايات الخيالية والكوميديّة التي تخاطب الأطفال والمراهقين وتحدّهم بما تبثه من أكاذيب ويتضح ذلك في شخصية بطل طائر غير طبيعيّ يسمونه "بطائر العنقاء العجيب" ومنذ سنوات حاول أحد الأطفال أن يقلد هذا المخلوق العجيب عندما طار من شرفة المنزل محاولاً تقليد هذا المخلوق العجيب فكان فيها هلاكه، لذا يؤثّر التليفزيون ببرامجه الترفيحية المتنوعة على إشاعة الفساد والإسفاف وزيادة معدلات الجريمة،<sup>(٦٩)</sup> وهذا يشكل خطورة كبيرة على الأطفال، ويؤثّر على وعيهم سلباً وخاصة في ظل فوضى الفضائيات وما تبثه من برامج متعددة ومتنوعة في ظل المرحلة التي نعيشها في واقعنا الراهن، وهذا يعدّ غزواً ثقافياً تمارسه القوى الأكبر لمسخ خصوصية مجتمعاتنا الشرقية، وكذا هدماً للبنان الاجتماعي والثقافي والفكري والحضاري، بل هو سلاح خطير يستهدف هدم تقاليده وعاداته وقيمه، وجنى ملايين الدولارات على حساب تدني أخلاق المجتمع، ولا شك أن هذا الغزو الثقافي هو الذي جذب اهتمام البسطاء من الأطفال وكذلك الشباب المشاهدين لهذه النوعية من البرامج.

وتتفق هذه النتيجة أيضاً مع وجهة نظر عالم الاتصال الأمريكي هيربرت شيللر H.Schiller في أحد مؤلفاته بعنوان: "المتلاعبون بالعقول" الصادر عام ١٩٨٦ والذي أكد فيه على أن وسائل الإعلام الأمريكي وخاصة التليفزيون تعمل على الضغط على الجمهور بحيث لا يجد هذا الجمهور فسحة للتأمل والتفكير والتحليل، ويقدم إليه الوعي جاهزاً، ولكن وعياً مبرمجاً ومعداً مسبقاً في اتجاه واحد مرسوم هدفه الأساسي هو التلاعب بالعقول وتضليل الأفكار وخاصة من الأطفال والشباب من خلال كثرة البرامج التي تبدو مسلية وممتعة وترفيحية، ولكنها في الحقيقة تلعب دوراً خطيراً حيث يتمثل هدفها الرئيسي في الإسفاف الاعلامي، حيث تعمل هذه البرامج على إلهاء الجمهور عن الواقع المعاش مستغلة بذلك فقره وهمومه وضغوط الحياة وتتركه في غيبوبة دون تدخل<sup>(٧٠)</sup>.

٥- الأهداف التي تسعى إليها البرامج محل الدراسة:

يقصد بأهداف البرامج في الدراسة الراهنة النتائج المترتبة على البرامج أو الإسهام الذي تحقّقه هذه النوعية من البرامج بالنسبة للجمهور المشاهد بوجه عام.

ويمكن القول أن هناك اختلافات واضحة في وجهات النظر حول الأهداف التي تركز عليها هذه البرامج، وعلى الرغم من أن لهذه البرامج أهداف مباشرة وهى تجارية، إلا أن لها أهداف أخرى غير مباشرة، وقد قمنا بتقسيم هذه الأهداف إلى:  
تثقيفية، ترفيهية، تعليمية، تجارية، مشتركة أى تجمع بين أكثر من هدف.  
ويوضح الجدول التالى توزيع عينة الدراسة وفقاً للأهداف التي تسعى إليها البرامج محل الدراسة.

جدول رقم (٧)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للأهداف التي تسعى إليها البرامج

الترتيب	التجربة الخفية		هبوط اضطرارى		رامز واكل الجو		برامج الدراسة الأهداف التي تسعى إليها
	%	ك	%	ك	%	ك	
١	٤٦,٧	١٤	٥٠	١٥	٤٠	١٢	ترفيهية
٢	٤٠	١٢	٤٠	١٢	٤١,٧	١٤	تجارية
-	-	-	-	-	-	-	تثقيفية
-	-	-	-	-	-	-	تعليمية
٣	١٣,٣	٤	١٠	٣	١٣,٣	٤	مشتركة
	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	إجمالي الحلقات

تكشف بيانات الجدول السابق عن أن الأهداف الترفيهية تمثل المرتبة الأولى في برامج الدراسة الثلاث، يليها الأهداف التجارية التي احتلت الترتيب الثانى، بينما يلاحظ انخفاض نسبة الأهداف الأخرى كالأهداف المشتركة أى التي تجمع بين أكثر من هدف، فى حين انتفت الأهداف الأخرى التعليمية والتثقيفية.

فضلاً عن أن هذه البرامج تبث عبر قنوات فضائية خاصة يملكها رجال أعمال يحاولون الإكثار من هذه النوعية من البرامج للبحث عن الربح وتحقيق أعلى عائد ممكن للقناة مقابل الضحك على المشاهدين بغض النظر عن الأخلاق والقيم والثقافة، ويتضح ذلك فى الطائرات المستخدمة والفنادق الفاخرة التي يتم فيها تصوير هذه النوعية من

البرامج، كما يتضح فى ملابس الفنانين باهظة الثمن التى يظهرون بها فى معظم حلقات هذه البرامج.

وتتفق هذه النتيجة مع المدخل النظرى للدراسة حيث أشار بورديو إلى أن وسائل الإعلام وفى مقدمتها التلفزيون وما يبيته من مضامين متنوعة ومتعددة التى تسعى فى كثير من الأحيان إلى التركيز على الربحية فى المشاهدة أو النواحي التجارية كالمنافسة والمظهرية والتفرد بغض النظر عن ما إذا كانت هذه المضامين المقدمة ذات قيمة أم لا. (٧١)

فهذه المضامين تعتمد بصفة أساسية على الإسفاف بثقافة المشاهد والاستخفاف بها، ويتضح ذلك من خلال التركيز على المعلومات الخاطئة الزائفة التى تقدم بصورة مثيرة دون الاهتمام بالكلمة الملقاة، وهذا ما يريده مقدم هذه النوعية من البرامج فى معظم الأحيان، كما تعتمد على تحقيق الهدف الرئيسى للقناة فى التعبير عن رؤيتها وهو الرفع من قيمة من لا قيمة له على حد تعبير بورديو لبت أفكار القوى المهيمنة التى تقف خلف هذه البرامج المتعمدة، ويحاولون أن يتلاعبوا بالعقول من خلال المضمون التلفزيونى المقدم.

كذلك تتفق هذه النتيجة مع رأى ألين تورين فى أن رؤوس الأموال لم تعد حكراً على استثمارات تجارية أو اتجاهات سياسية، بل تقف وراء الوسائل والرسائل من أجل نزع الإعلام عن سياقه الثقافى والإخبارى الهادف واستخدامه كسلاح فعال وكفخ محكم للاصطياد. (٧٢)

لذا فهذه القنوات الفضائية - لاسيما الخاصة - من خلال ما تبثه من هذه النوعية من البرامج مثل البرامج محل الدراسة تجنى أموالاً طائلة مقابل الاستخفاف بعقلية المشاهدين والاتجار ببؤسهم وهموم حياتهم وحالاتهم النفسية والمزاجية السيئة، ولذا فهذه النوعية من البرامج التى تدخل فى إطار الترفيه والترويح عن النفس تبحث عن العائد المادى بالدرجة الأولى أيا كان محتوى هذه البرامج.

ثانياً: الإجابة على التساؤلات الخاصة بتحليل مضمون كيف قيل؟

تتوقف فاعلية الرسالة المقدمة عبر البرنامج التلفزيونى فى إحداث الأثر المطلوب الذى يستهدفه معد البرنامج من وراء برنامجه على مدى جودة وملائمة العناصر الأخرى التى

يتضمنها، والتي تتضح في لغة الحوار المستخدمة، والقوالب الفنية المعتمد عليها، وأماكن تصوير البرامج وذلك على أساس أن الرسالة المقدمة عبر أى برنامج تتفاعل فيها مجموعة من العناصر المتنوعة في تحديد الأثر الذى تحدثه في الجمهور المشاهد.

ومن هنا ينبغي على معد البرنامج أن يدرك أن الرسالة الجيدة لا تكفى وحدها، بل ينبغي أن يكملها تنسيق وتفاعل العناصر الأخرى كاللغة المتداولة، والقوالب الفنية المستخدمة ونوعية الضيوف .... وغيرها من العناصر<sup>(٧٣)</sup>. وبيان مدى تأثير ذلك على الإسفاف بعقلية وثقافة المشاهد.

#### ١- لغة الحوار المستخدمة:

ويقصد هنا المستويات اللغوية التي تقدم في البرامج محل الدراسة، واللغة ليست مجرد أداة اتصال وتفاهم ولكنها تعبير عن واقع اجتماعى، وهى أيضا وسيلة تعبير وهذا هو الجانب الأهم.

واللغة هى النظام المكون من الأصوات اللفظية التي تستخدم أو يمكن استخدامها في الاتصال المتبادل بين جماعة من الناس، والتي يمكن أن تصف بشكل عام الأشياء والأحداث والعمليات في الحياة الإنسانية<sup>(٧٤)</sup>.

ولقد قمنا بتصنيف لغة الحوار المقدمة إلى أربع فئات هى: الفصحى، الدارجة، الإنجليزية، الجمع بين أكثر من لغة.

ويوضح الجدول التالى توزيع عينة الدراسة وفقا للغة الحوار الأكثر تداولاً في برامج الدراسة.

#### جدول رقم (٨)

توزيع عينة الدراسة وفقا للغة الحوار المستخدمة في البرامج

الترتيب	التجربة الخفية		هبوط اضطرارى		رامز واكل الجو		برامج الدراسة
	%	ك	%	ك	%	ك	

لغة الحوار المستخدمة							
١	٨٠	٢٤	٨٣,٣	٢٥	٩٠	٢٧	الدارجة(*)
٢	١٣,٣	٤	١٠	٣	٦,٧	٢	الجمع بين أكثر من لغة
٣	٦,٧	٢	٣,٣	١	٣,٣	١	الإنجليزية
-	-	-	-	-	-	-	الفصحى
	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	إجمالي الحلقات

تكشف بيانات الجدول السابق عن أن اللغة الدارجة هي اللغة السائدة في البرامج محل الدراسة حيث احتلت الترتيب الأول، يليها الجمع بين اللغة الدارجة والإنجليزية؛ ثم جاء استخدام اللغة الإنجليزية في الترتيب الأخير، في حين انعدم استخدام اللغة الفصحى وهذا هو المتوقع من هذه النوعية من البرامج، فضلاً عن اعتماد هذه البرامج وهذا هو الأهم والأخطر على سبيل الشئام والسب والقذف واستخدام عبارات وإيحاءات جنسية واضحة وصریحة مثل الشتم بأصابع اليد وخاصة من قبل ضيوف البرنامجين "رامز واكل الجو" وكذلك برنامج "هبوط اضطرارى"، ومن أمثلة الألفاظ الخادشة للحياء: يا حمار، يا وسخ، يا كلب، يا متخلف، الله يجرب بيتك، مش حسيب أمك.... وغيرها من التهديدات التي يعاقب عليها القانون، تلك الألفاظ والعبارات الخادشة للحياء التي تكررت في كل حلقة من حلقات هذه البرامج الثلاث على مدار شهر رمضان بأكمله، مما أدى إلى استخدام "صفارة قطع الصوت" في معظم حلقات هذه البرامج، وهذا يدل على الاختراق اليومي للقيم والتقاليد على مدار ٣٠ يوماً، مما لا يليق بفضائل شهر رمضان الكريم، ودون مراعاة الجمهور المشاهد وخاصة من الأطفال والشباب واستغلالاً لحالة الفوضى الإعلامية التي أصبحنا نعيشها في وقتنا الراهن.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة نسمة البطريق بعنوان: "التلفزيون والمجتمع والهوية الثقافية" عام ١٩٩٩ والتي أسفرت عن أن القنوات الفضائية بما تحمله من برامج

(\*) اللغة الدارجة هي اللغة السوقية التي يستخدمها عامة الناس، وهي تختلف عن اللغة العامية التي كان يستخدمها بعض الشعراء في كتابة أشعارهم مثل بيرم التونسي وصلاح جاهين.

متنوعة تشكل تهديدا للأمن الثقافي المصري من حيث تأثيرها المؤكد على تراجع اللغة وعادات القراءة<sup>(٧٥)</sup>.

كذلك تتفق نتيجة الدراسة مع رأى عالم اللغة الأمريكى إدوارد ساير **E.Sapir** الذى أكد عام ١٩٢٩ على أن الناس يتبعون فى تفكيرهم وإحساسهم ومشاعرهم ونظرتهم إلى الكون العادات التى اكتسبوها من خلال ممارستهم للغة، ويتضح من ذلك أن المعركة فى المجال الثقافى الذى نعيشه فى وقتنا الراهن يعد نوعا من الغزو الثقافى والاستعمار الطوعى الذى يمارس على كل أمه بفضل برامج فضائية معده خصيصا ومسبقا لهذا الغرض من أجل إضعاف المقومات الحضارية للأمم وفى مقدمتها اللغة وجعلها قابلة للاستتباع<sup>(٧٦)</sup>؛ إذ تؤكد الشواهد التاريخية على أن فناء الأمم والحضارات نادرا ما يكون بسبب الإبادة الجسدية عسكريا أو بسبب الانتماء السياسى أو اختلاف الأجناس، وإنما بسبب اختفاء الثقافة واللغة الأصلية<sup>(٧٧)</sup>.

## ٢- القوالب الفنية المستخدمة:

ونقصد بالقوالب الفنية المستخدمة شكل أو نمط البرنامج المقدم، لأن هذا القالب المستخدم هو الذى يقرب الفكرة المطروحة فى البرنامج من المشاهدين، وبيان مدى الإسفاف بثقافة وعقلية المشاهد من خلال هذه القوالب، وتنوع القوالب الفنية التى تقدم من خلالها الرسالة فى البرامج، وقد قمنا بتقسيمها إلى ما يلى:

● الحديث المباشر، ● التحقيق، ● الحوار والمقابلة، ● الموسيقى، ● الجمع بين أكثر من قالب.

ويوضح الجدول التالى توزيع عينة الدراسة وفقا للقوالب الفنية الأكثر استخداما.

### جدول رقم (٩)

توزيع عينة الدراسة وفقا للقوالب المستخدمة فى البرامج

الترتيب	التجربة الخفية		هبوط اضطرارى		رامز واكل الجوز		برامج الدراسة القوالب الفنية المستخدمة
	%	ك	%	ك	%	ك	

١	٧٦,٧	٢٣	٧٣,٣	٢٢	٨٠	٢٤	الحوار والمقابلة
٢	١٣,٣	٤	١٦,٧	٥	١٣,٣	٤	الجمع بين أكثر من قالب
٣	١٠	٣	١٠	٣	٦,٧	٢	الموسيقى
	-	-	-	-	-	-	الحديث المباشر
	-	-	-	-	-	-	التحقيق
	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	١٠٠	٣٠	إجمالي الحلقات

تسفر بيانات الجدول السابق من الدراسة التحليلية عن أن الحوار والمقابلة هو القالب السائد في البرامج محل الدراسة، حيث احتل الترتيب الأول، يليه الجمع بين أكثر من قالب والذى تضمن قوالب الحوار والمقابلة وقالب الموسيقى معا، ثم احتل قالب الموسيقى المرتبة الثالثة، وهذا يدل على أن الرسالة المقدمة في هذه البرامج تعتمد على الحوار والمقابلة أى استضافة الضيوف، ثم التحدث معهم ويكون الحوار هادئاً قبل اكتشاف الكذب والمقلب، ثم يتحول رد الفعل إلى العنف وبصورة هائلة بعد اكتشاف الضيوف أنهم كانوا مستهدفين في المقالب، وفي التمثيل والكذب والخداع والإيهام لدرجة أن رد فعل معظم الضيوف وصل إلى درجة ضرب مقدم البرنامج، وواضح أن مقدمى هذه البرامج كانوا يعلمون جيداً برد فعل الضيوف، ولكن الضيوف لم يستجيبوا لهم وقاموا بالضرب والسب والركل والتنكيل والقذف، وهناك قلة من الضيوف في هذه البرامج نجح مقدميها في تهدئتهم واحتواء غضبهم وكانوا يعلمون مسبقاً بأنهم مستهدفين في هذا التمثيل.

### ٣- نوعية الضيوف المعتمد عليهم في البرامج:

ونقصد بهذه الفئة نوعية الضيوف الذين يتم استضافتهم في برامج الدراسة، والتعرف على مدى الإسفاف المتضمن فيها، وقد قمنا بتقسيم هذه الفئة إلى: ● مشاهير من أهل الفن والغناء والرياضة، ● وجمهور غير معروف، ● أو الجمع بين الاثنين. بمعنى الاستعانة بأشخاص مشهورين وآخرين غير ذلك.

وقد أظهرت النتائج أن البرامج محل الدراسة اعتمدت وبصورة مقصودة على المشاهير من أهل الفن والغناء والرياضة والرقص من أمثال: محمد هنيدى، محمد رمضان،

ادوارد، صوفينار، دينا، باريس هيلتون (فنانة عالمية)، إبراهيم سعيد، مجدى عبد الغنى، مصطفى يونس، إلهام شاهين ... وغيرهم.

وهذا يدل على أن هذه النوعية من البرامج تعتمد في تقديمها على الترفيه التجارى غير الهادف مستعينة في ذلك بالمشاهير ممن يسموهم نجوماً في عالم السينما والمسرح والغناء والرقص مقابل أموال طائلة يتقاضونها في الحلقة الواحدة، ويرتضون فيها بالإسفاف والاستهزاء بعقلية وثقافة المشاهدين (كما أشرنا في الصفحات السابقة) ويتضح ذلك في الملابس الفاضحة أو الخادشة للحياء من جانب معظم الفنانات المشاركات وغيرها من ألوان الانبهار، مما يثير غرائز المراهقين والشباب باعتبارهم أكثر القطاعات مشاهدة وتفضيلاً لهذه النوعية من البرامج ويرسخ في أذهانهم أن هذه المشاهير تمثل قدوة وصفوة المجتمع وخاصة في ظل فوضى الفضائيات التي نشهدها في وقتنا الراهن.

كما يلاحظ من خلال الدراسة التحليلية العلاقات الوطيدة بين مقدمى هذه البرامج الثلاث وهؤلاء المشاهير، وردود أفعال هؤلاء المشاهير المليئة بالاستخفاف والسخرية من خلال كثرة الشتائم والسب والقذف والضرب من جانبهم لمقدمى هذه البرامج بعد اكتشافهم الخديعة والكذب والحيل المفبركة التي وقعوا فيها، مما يؤدي إلى الإسفاف والاستهزاء بثقافة وعقلية المشاهد.

#### ٤- أماكن تصوير البرامج:

تعد أماكن تصوير البرامج أحد العناصر الهامة في جذب انتباه الجمهور المشاهد وذلك على حد تعبير عالم الاتصال دانيال ستارش **D. Starch** ، كما تعد أحد الأركان الهامة التي ينبغي أن تحظى باهتمام مصممي ومنفذي فكرة البرامج<sup>(٧٨)</sup>.

ولذا يقصد بأماكن التصوير المحيط العام الذى تصور فيه البرامج، ذلك المحيط الذى يلعب دوراً رئيسياً في الإقناع. بمضمون البرامج وإن كان ذلك يرتبط بالخداع والتضليل.

ولذلك قمنا بتقسيم أماكن التصوير إلى ما يلي:

- تصوير داخلي: أى داخل الاستوديو، ويتم ذلك من خلال الديكورات والخدع التصويرية التي تجذب انتباه الجمهور المشاهد.



- تصوير خارجى: حيث يتم تصوير البرامج فى أماكن خارجية فى الأماكن العامة مثل الحدائق والمصانع، والمناطق السياحية، والنوادرى أو فى دول أخرى ... وغيرها من الأماكن التى تجذب انتباه الجمهور.
- الجمع بين الاثنين: حيث يمكن أن تصور البرامج من خلال الجمع بين التصوير الداخلى والخارجى.

لذا تكشف نتائج الدراسة التحليلية أن البرامج الثلاث محل الدراسة متشابهة فى الفكرة التى تتمركز حولها إلى حد كبير - كما سبق أن أوضحنا - حيث تم تصوير برنامجى "رامز واكل الجوى" وكذلك برنامج "هبوط اضطرارى" داخل "الطائرة"، أما برنامج "التجربة الخفية" فقد تم تصويره فى أسبانيا وكانت الوسيلة الرئيسية المستخدمة لإيهام المشاركين فيه هى البارشوت، وإيهام وخداع المشاركين فى هذه البرامج وخاصة برنامجى رامز واكل الجوى وهبوط اضطرارى بأن الطائرة بها عطل وعلى وشك السقوط فمكان التصوير مغلق وهو داخل الطائرة وهناك خوف من بعض المشاركين من الفنانين من ركوب الطائرة ومحاولة إيهامهم بأنهم معلقون بين السماء والأرض، لذا تتعالى أصوات الصراخ والشتم والضرب والسب واللعن والقذف.

هذا فضلاً عن ارتفاع تكلفة التصوير فى أماكن خارجية غير معتادة وخاصة خلال شهر رمضان الكريم ذلك الشهر الذى تكثر فيه نسبة المشاهدة ولجذب انتباه الجمهور المشاهد لهذه البرامج وفى هذا إسفاف وتضليل بعقلية وثقافة المشاهدين.

وتدل هذه النتيجة على حقيقة هامة تتمثل فى غلبة ثقافة الاستهلاك على هذه البرامج مما يؤدي إلى كثافة مشاهدتها والانبهار بها، وبالمرغبات التى تتضمنها هذه الأماكن، حيث أن مكان التصوير نفسه يعتمد على الإبهام والخداع فى آن واحد، بالإضافة إلى الاعتماد على الصور المفبركة من خلال استخدام الطائرة والبارشوت، وعلى الرغم من الكم الهائل من الإسفاف والتضليل والإيهام والخداع التى تتضمنها إلا أن الأطفال والشباب ينجذبون إليها بصورة كبيرة.

خاتمة:

على الرغم من أن من ينظر لوسائل الإعلام الراهن يجد العديد من التقدم التقني، إلا أنه يجد في نفس الوقت أيضا الكثير من التزييف للحقائق والتلاعب بالصور وشحن المشاهدين بشحنات سلبية من خلال المبالغة في الوصف والنقل غير الدقيق وغير المهني، وبالتالي فعند فرز وتحليل هذا الكم الهائل من البرامج المقدمة طوال شهر رمضان الماضي عبر معظم الفضائيات حيث نجد أن القليل فقط هو الحقيقة مضاف إليه الكثير من الإسفاف من خلال الهراء والتهويل الذي يستخف بعقلية المشاهد، ويجعل منه كائنا ساذجا لا يدرك الواقع ولا يستطيع تحليل ما يراه، بل يتم استدراجه وتوجيهه بشكل مستمر لتحقيق مزيد من الإعلانات والأرباح لأصحاب رؤوس الأموال الذين يمتلكون هذه القنوات الخاصة وأصحاب الإعلانات وأصحاب المعتقدات والأفكار الخاصة أيضا.

ولا يقتصر الدور الذي تلعبه بعض الفضائيات حاليا على هدم أركان المجتمع ومؤسساتها فقط بدعوى الحرية ونشر المعلومة (بعد إضافة ما يلزم إليها وتقديمها بطرح معين) ولكن يمتد لتدمير الثقافة أيضا من خلال نشر ثقافة محددة تشجع على الهبوط والإسفاف والإفلاس في كل شئ.

وهنا يمكننا القول أن معظم الفضائيات تحولت خلال شهر رمضان بفعل سطوة الإعلام إلى وحش كاسر يلتهم الجمهور، وأصبحت معظم البرامج المقدمة - كما رأينا في الجانب التحليلي من القضية البحثية المطروحة - تتسابق في تقديم الترفيه غير الهادف.

ولقد أسفرت نتائج الدراسة التحليلية لبرامج الدراسة الثلاث بالنسبة للنواحي الخاصة بالمضمون (ماذا قيل؟) عن ما يلي:

١- يمثل الترفيه غير الهادف المرتبة الأولى في هذه البرامج والتي تزداد خلال شهر رمضان بأكمله ذلك الشهر الذي يتميز بخصوصية معينة تجعله يتميز عن أي شهر آخر من شهور السنة؛ فعلى الرغم من أن البرامج محل الدراسة تدخل في إطار التسلية والترفيه والترويح عن النفس، إلا أنها مليئة بالإسفاف والابتذال، وذلك من خلال الترويح والسخرية والأهانات والاستهزاء بعقلية الجمهور المشاهد مما يمثل خطورة كبيرة على قطاع الأطفال وكذلك الشباب بصفة خاصة باعتبارهم الأكثر مشاهدة لها.

٢- وفيما يتعلق بنوعية الإثارة أو الدوافع المستخدمة في البرامج محل الدراسة، فقد كشفت النتائج عن أن الترويج يعد من أهم الدوافع المتضمنة، يليه المكاسب المادية، ثم الاستخفاف بعقلية المشاهدين.

٣- أما بالنسبة للاتجاه المخاطب في برامج الدراسة فقد أظهرت النتائج أن الاتجاه نحو العاطفة هو الاتجاه الأكثر شيوعاً وذلك في كل حلقات البرامج على مدار شهر رمضان الكريم، حيث أثارت هذه البرامج العديد من مشاعر الرعب والخوف، ثم تأتي الرسالة التي تخاطب العقل في المرتبة الثانية وذلك لأن معظم ضيوف هذه البرامج كانوا يعلمون مسبقاً بأن هذه البرامج تعتمد على الخدع والمقالب المفزعة المفبركة المتضمنة فيها.

٤- وفيما يتعلق بالفئة العمرية الأكثر مشاهدة لهذه البرامج فقد أسفرت النتائج عن أن الطفولة والشباب هم أكثر الفئات العمرية مشاهدة لهذه البرامج، مما يشكل خطورة كبيرة على هذين القطاعين، ويؤثر سلباً على وعيهم ويدفعهم إلى تعلم الخدع والمقالب والكذب والتضليل والعادات والسلوكيات السيئة لمضايقة الآخرين.

٥- أما بالنسبة لأهم الأهداف المتضمنة في البرامج فقد أوضحت النتائج أن الهدف الترفيهي يعد من أهم الأهداف التي احتلت المرتبة الأولى، يليها الأهداف التجارية، في مقابل انعدام الأهداف الإيجابية من التثقيف والتعليم.

أما فيما يتعلق بالتساؤلات الخاصة بالشكل (كيف قيل؟) والتي تستهدف التعرف على النواحي المتصلة بالشكل الثقافي الذي تتضمنه برامج الدراسة والذي يجذب الجمهور المشاهد ومدى الإسفاف الثقافي فيها والذي أسفر عن النتائج التالية:

٦- ففيما يتعلق بنوعية اللغة المستخدمة في برامج الدراسة فقد كشفت النتائج أن اللغة الدارجة احتلت المرتبة الأولى، يليها الجمع بين اللغتين الدارجة والانجليزية معاً، حيث اعتمدت هذه البرامج على استضافة بعض المشاهير من الشخصيات العربية وكذلك الأجنبية، وقد تضمنت لغة الحوار بعض العبارات الإنجليزية، ولم يراعى مقدمو هذه البرامج قواعد اللغة العربية السليمة على الإطلاق ولا الاختيار الدقيق للألفاظ والنطق

السليم للحروف، كما تضمنت هذه البرامج العديد من الألفاظ الخارجة مثل "يا حمار، يا كلب، يا متخلف وغيرها من الألفاظ، وقد استخدمت "صفارة قطع الصوت" في معظم حلقات هذه البرامج، مما يدل على استخدام الألفاظ البذيئة الخادشة للحياء، وهذا ما يشكل خطورة كبيرة على مسمع ومرئي الجمهور المشاهد وخاصة من الأطفال، وكذا الشباب الذين يكتسبون معظم ما يشاهدونه ويحاولون تقليد بعض ما يشاهدونه مع أصدقائهم.

٧- أما بالنسبة للقوالب الفنية المستخدمة فقد أظهرت النتائج أن قالب الحوار والمقابلة يعد من أهم القوالب الفنية المستخدمة حيث احتل المرتبة الأولى، حيث اعتمدت هذه البرامج على مقابلات مع الشخصيات المستضافة فيها.

٨- وفيما يتعلق بنوعية الضيوف المستضافة في البرامج فقد كشفت النتائج اعتماد معظم حلقات البرامج على مدار الثلاثون يوم أى على مدار شهر رمضان بأكمله على شخصيات مشهورة من أهل التمثيل والرياضة والغناء والرقص، سواء كانت شخصيات مصرية أو عربية أو أجنبية وذلك لجذب انتباه المشاهدين لهذه الشخصيات المتنوعة، حيث تعتمد هذه البرامج على أموال طائلة تدفع مقابل المشاركة فيها، وأن بعض الفنانين المستضافين توجه لهم بعض الأهانات من جانب مقدمى هذه البرامج لا يمكن أن يقبلها الإنسان العادى، ولكن الأموال الطائلة التي يتقاضاها الفنان تجعله يتغاضى عن أهانتة والسخرية منه.

٩- أما بالنسبة لأماكن تصوير هذه البرامج فقد كشفت النتائج أن البرامج محل الدراسة قد تم تصويرها في أماكن خارجية (في كل حلقات البرامج) مما يؤدي إلى كثافة المشاهدة والانبهار بهذه الأماكن الترفيية بكل مغرباتها التي تتضمنها، وبما يؤدي إلى انجذاب الأطفال وكذلك الشباب لهذه الأماكن غير المعتادة بصورة كبيرة.

يتضح من الطرح السابق لنتائج الدراسة التحليلية عدم تضمين البرامج محل الدراسة للثقافة والترفيه الهادف والسلوكيات المطلوب ترسيخها وخاصة في ظل تحديات الفترة الحالية والتي يحاول فيها المجتمع المصرى تحقيق التنمية الشاملة في كافة المجالات والتعجيل في

تنفيذ برامجها، حيث أتضح أن هذا النوع من البرامج رغم أنها تدخل فى نطاق التسلية والترفيه، إلا أنها لا تحمل أفكاراً أو معلومات أو رسالة إعلامية أو مواقف كوميدية مقبولة أو أفكار جديدة تفيد الجمهور، بل أنها تمثل التافه والمفلس من البرامج التى تقدم الإسفاف والتضليل، وكذا التى تستخف بعقلية وثقافة الجمهور المشاهد، والتى يجب أن تتلاشى وتختفى لأنها ضارة بالمجتمع، وتعلم الأطفال وكذلك الشباب الرذيلة والعادات والسلوكيات السيئة لمضايقة الآخرين.

توصيات ورؤية مستقبلية:

وبناء على الطرح السابق فنحن أمام وسيلة إعلامية خطيرة فى رسالتها ومسئوليتها تجاه المجتمع بوجه عام وتجاه الجمهور المشاهد بوجه خاص ولاسيما من الأطفال والشباب، ولذا يحتاج النهوض بالبرامج الترفيهية المقدمة عبر معظم الفضائيات جهوداً واسعة ومكثفة وإمكانات هائلة وتخطيط شمولى علمى ومنهجي سليم حتى يمكن أن تقوم هذه البرامج بدور فعال فى المجتمع إذا ما أحسن الاختيار والتكامل بين شكلها ومضمونها الترفيهى الهادف واستغلال إمكاناتها فى توسيع مجالات الثقافة.

وفى ضوء النتائج السابقة توصى الدراسة بما يلى:

- ١- وضع ميثاق شرف إعلامى ملزم يتضمن ما يلى: أخلاقيات المهنة - أهداف الإعلام - إنشاء نقابة للإعلاميين تضع شروط مهنية للقائمين على الإعلام.
- ٢- تشجيع وتدعيم القنوات الثقافية وليس إلغائها.
- ٣- تغيير القانون الذى يصرح بإنشاء قنوات فضائية وفقاً لقانون الاستثمار وخضوعها لرقابة موجهة مثل وزارة الثقافة لوضع إطار واضح لتلك القنوات.
- ٤- الاهتمام بتعليم الأطفال والشباب وفق خطة قوية طموحة واضحة المعالم كوسيلة أساسية وحتمية للنهوض بمجتمعنا المصرى مثل العديد من الدول التى قامت ببناء نهضتها الاقتصادية على أساس النهضة العلمية أولاً مثل اليابان والصين وماليزيا ... وغيرها من الدول.

٥- في السنوات القليلة القادمة سيتضاءل دور القنوات الفضائية في مقابل التأثير الواسع المدى لوسائل الاتصال الحديثة عبر الانترنت، حيث سيختار المشاهد ما يريد مشاهدته، وقد ينتج البرامج التي يفضلها بنفسه وينشرها مما يؤثر على الكثيرين وخاصة الأطفال والشباب، وهذا يتطلب دراسة للاستفادة من هذه التكنولوجيا سريعة التطور وتوجيهها وفقاً لهوية وثقافة المجتمع ولا سبيل لمخارتها.

#### ملخص

في ظل التأثير المتسارع والمتنامي لثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أصبح للقنوات الفضائية تأثير هائل في تشكيل الثقافة الكونية الحديثة خاصة لدى الأجيال الناشئة، ولأن القنوات الفضائية الخاصة تهدف أساساً إلى تحقيق الربح، فإنها تركز على تقديم البرامج الترفيهية دون أن يكون لها مضمون ثقافي هادف، لذا تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مضمون بعض البرامج الترفيهية التي حظيت بنسب مشاهدة مرتفعة خلال شهر رمضان الماضي ١٤٣٦ هـ - ٢٠١٥ م وذلك للتعرف على نوعية الترفيه المقدم، والكشف عن الإثارة أو الدوافع المستخدمة، وكذا التعرف على الفئات العمرية الأكثر مشاهدة لتلك البرامج، وقد أسفرت النتائج عن غلبة الإسفاف والابتذال على نوعية الترفيه المقدم ونوعية الإثارة المستخدمة، فضلاً عن ترويع الضيوف والسخرية والاستهزاء بهم، بالإضافة إلى استخدام ألفاظ وعبارات خادشة للحياء مما يؤثر سلباً على الثقافة الحالية للمشاهدين ويمثل خطورة مستقبلية كبيرة على قيم المجتمع وهويته الثقافية.

لذا توصى الدراسة بمجموعة من التوصيات من بينها تكوين ميثاق شرف إعلامي يشارك في وضعه المجتمع المدني.

### **Abstract**

As a result of the fast revolution in communication and information technology space channels have a great and influence on forming the new modern media culture especially for the young generations because these channels aim at achieving profit, consequently they concentrate on producing entertainment programmes without having a meaning full cultural content or a moral.

So this study aims at analysing the content of some entertainment programmes which gained high rate of viewing through last Ramadan 1436/2015 to show the kind of entertainment used and to find out the suspense and the motives used in these types of programmes. Moreover to know which group of viewers are the most to watch these kinds of programmes.

These results concluded that impudence is the main quality used in this kind of entertainment. Besides horrifying the guests by using insults and embarrassing shameful expressions which affect negatively the recent culture of the viewers.

They also can cause future seriousness on the viewers and the values of society and its culture as well.

This study gives some recommendations one of these recommendations is to form an honest media charter, which the civil society take part in putting it.

## المراجع

١. السيد يسن: التحولات الثقافية في عصر العولمة في مؤتمر التحولات الثقافية، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، سبتمبر - أكتوبر، ٢٠١٥، ص ٤١-٤٢.
٢. المرجع السابق، ص ٤٩.
٣. حاك الول: خدعة التكنولوجيا، ترجمة فاطمة نصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ٢٧.
٤. الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الكتاب الإحصائي السنوي، سبتمبر، ٢٠١٥.
٥. محمد شومان: عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي، في: العولمة ظاهرة العصر، عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، المجلد ٢٨، العدد (٢) الكويت، أكتوبر - ديسمبر، ١٩٩٩، ص ١٥٠.
٦. محمد شومان، مرجع سابق، ص ١٦١.
٧. أحمد زايد: تناقضات الحدائث في مصر، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، ٢٠٠٥، ص ٤٥.
٨. منى سعيد الحديدي وآخرون: استخدامات الشباب العربي للقنوات الفضائية وتأثيراتها فيهم - دراسة حالة لطلاب معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، ايسيسكو، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ١٦.
٩. زياد فايد: الفضائيات - الإشكالية بين الإعلام والمهينة - دراسة نقدية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠١٤، ص ١٣.
١٠. عبد الفتاح عبد النبي: تكنولوجيا الاتصال والثقافة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٠، ص ٥.
١١. محمد شومان، مرجع سابق، ص ١٦٣.
١٢. الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الكتاب الإحصائي السنوي، ٢٠١٣.
١٣. صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري - مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، العدد (١٨٤)، ١٩٩٧.
١٤. نسمة أحمد البطريق: الإعلام والمجتمع في عصر العولمة - دراسة في المدخل الاجتماعي، دار غريب، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ٢٧٦.
١٥. ياس خضير البياتي: الفضائيات - الثقافة الوافدة وسلطة الصورة - دراسة حالة مدينة الزاوية الغربية في ليبيا، المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، القاهرة، العدد (٢٦٧)، مايو، ٢٠٠١.
١٦. عبير مختار شاكر: تأثير الفضائيات على ثقافة المجتمع العربي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب - جامعة عين شمس، ٢٠٠٢، ص ٤٦٤-٤٨٦.
١٧. منى سعيد الحديدي وآخرون: مرجع سابق، ص ٣٥.
١٨. أيمن طه البارودي: القنوات الفضائية ونسق القيم في المجتمع المحلي، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٤، ص ٨.



19. Archita, V. : Impact of watching international television programs on Adolescents in India, journal of comparative family studies, vol. 31, no. 1, 2000, pp. 117-126.
20. Lars, w. et al. Perceptions of foreign media influence in Asia and Europe: the third-person effect and media imperialism-international journal of public opinion research. Vol. 14, no. 2, 2001, pp 176-196.
21. Roussou, N. : Television, cultural identity and youth lifestyle in Cyprus: secure moorings in A shiftin world. European journal of communication vol. 17, no. 3, sep., 2001, pp. 355-367.
٢٢. محمد عوض إبراهيم وبركات عبد العزيز: إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، ذات السلاسل، الكويت، ٢٠٠٠، ص ٣٩٨.
23. Paul M. Dennis, Chills and Thrills: does radio harm our children? The controversssry over program violence during the age of radio, journal of the history of the behavioural science. Vol. 34(1) 1997. P. 52.
24. Patti, M. (et. al.) Children's creative imagination in response to radio and television stories, journal of communication. Vol. 47(2) 1997. P. 42.
٢٥. نسمة أحمد البطريق: القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية- دراسة ميدانية على جمهور القنوات الفضائية في مصر، بحث منشور في : التلفزيون والمجتمع والهوية الثقافية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٩٩، ص ٣٠٨-٣٢٤.
٢٦. سامى الشريف: الفضائيات العربية- رؤية نقدية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ٣٠٦.
٢٧. منى سعيد الحديدي وآخرون: مرجع سابق، ص ٣٠.
٢٨. رانيا أحمد: تأثير الدراما العربية والأجنبية المقدمة في القنوات الفضائية العربية على قيم واتجاهات الشباب العربي- دراسة مقارنة، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، المجلد (٢٤)، ٢٠٠٧، ص ٣٥.
29. Mcquail, Denis: Mc quails' Mass Communication Theory 4<sup>th</sup> edition, Saga Publication, London, 2000, P.79.
30. Patricia, Moy of Dietram, Scheufele, A.: Media Effects on Political and Social Turst, Journalis Mass Communication Quarterly Vol, 77, No 4, Winter 2000, pp 744- 748.
31. Dominic, Joseph R: The Dynamics of Mass Communicating, 5<sup>th</sup> edition, N.Y: The McGraw- Hill Company, Inc., 1996. P. 466.
٣٢. أيمن طه البارودي، مرجع سابق، ص ١٩.
٣٣. صابر سليمان عسران: مرجع سابق، ص ٢٦١.
٣٤. سامية جابر ونعمات عثمان: الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٣، ص ٧.
٣٥. غريب سيد أحمد: علم اجتماع الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٩٩، ص ١١.
36. Neulip, James, Intercultural Communication: Acontextual Approach, Houghton, Mifftin Company, N.Y. 2000, P. 32.
37. Lull, James: Media, Communication, Culture: Aglobal approach, Polity Press, Great Britain, 1995, p.90.
٣٨. أحمد أبو زيد: هوية الثقافة العربية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠١٣، ص ١٥.

٣٩. إبراهيم مذكور: المعجم الوجيز، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٩٦.
٤٠. ألين تورين: نقد الحداثة، ترجمة أنور مغيث، المجلس الأعلى للثقافة، مصر، ١٩٩٧، ص ١٤١.
٤١. المرجع السابق، ص ٢٠٢.
٤٢. بيير بورديو: التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة درويش الحلوجي، دار كنعان للدراسات والنشر والخدمات الإعلامية، دمشق، ٢٠٠٤، ص ١٥.
٤٣. المرجع السابق، ص ١٦.
٤٤. بيير بورديو: قواعد الفن، ترجمة إبراهيم فتحى، دار الفكر للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٢، ص ٤١.
45. Seidman, S. Wagner, D: Post Modernism & Social Theory Debat over General Theory, UK (ed.) Cambridge MA & Oxford, Blackwell, 1992, P. 44.
٤٦. ألين تورين: مرجع سابق، ص ٣٠٢.
٤٧. فرانك كيلش: ثورة الأنفوميديا- الوسائط المعلوماتية وكيف تغير عالمنا وحياتنا؟ ترجمة حسام الدين زكريا، عالم المعرفة، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد (٢٥٣)، ٢٠٠٠، ص ٤٢.
٤٨. جاك أول: مرجع سابق، ص ٢٧.
٤٩. نبيل على: تحديات عصر المعلومات، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ١٥.
٥٠. فرانك كيلش: مرجع سابق، ص ٤٣١.
٥١. قناة mbc مصر أنظر الموقع التالى:
- [www.mbc.net/ar/mbc-maser/live-matches.html](http://www.mbc.net/ar/mbc-maser/live-matches.html).
٥٢. برنامج رامز واكل الجوا أنظر الموقع التالى:
- [www.mbc.net/ar/programs/ramez.wakl.al\\_gaw.html](http://www.mbc.net/ar/programs/ramez.wakl.al_gaw.html).
٥٣. برنامج هبوط اضطرارى أنظر الموقع التالى:
- <https://www.Facebook.com/Hboot.Etrary/>
٥٤. برنامج التجربة الخفية أنظر الموقع التالى:
- [https://www.facebook.com/AI\\_tagrobah\\_Al\\_khafeya](https://www.facebook.com/AI_tagrobah_Al_khafeya).
٥٥. غريب سيد أحمد: تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعى، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٨٩، ص ١٥٤.
٥٦. المرجع السابق، ص ١٥٥.
٥٧. بيير بورديو: التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، مرجع سابق، ص ٩٣.
٥٨. ألين تورين: مرجع سابق، ص ٣٠٢.
59. Black, A. Richard: Communication In The Global Village, In Hiebert, Rag El don, and Reuss, Caral, Impact of Mass Media, NY. Longman Inc. 2<sup>nd</sup>, 1980. Pp. 492-495.
60. Roussou, N. : op. cit., p. 360.
٦١. منى سعيد الحديدي وسلوى أمام على: الإعلان فى التلفزيون المصرى، دار الفكر العربى، القاهرة، ١٩٨٧، ص ٢٠.

٦٢. برنامج رامز واكل الجو أنظر الموقع التالي:  
[www.mbc.net/ar/programs/ramez.wakl.al\\_gaw.html](http://www.mbc.net/ar/programs/ramez.wakl.al_gaw.html).
٦٣. ألين تورين: مرجع سابق، ص ٣٠٢.
٦٤. عبير مختار شاكر: مرجع سابق، ص ٤٧٠.
٦٥. سهير سيد جاد: البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافى، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٧، ص ١٣٢.
٦٦. بيبرورديو: التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، مرجع سابق، ص ٩٣.
67. IPSOS online Audience Measurement in the Arab world.
٦٨. ياس خضير البياتى: مرجع سابق، ص ١١٩-١٢٦.
٦٩. حان جبران كرم: التلفزيون والأطفال، دار الجليل، بيروت، ١٩٨٨، ص ١٣.
٧٠. هربرت شيللر: الاتصال والهيمنة الثقافية، ترجمة وجيه سمعان عبد المسيح. الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، العدد (١٣٥)، ص ١١٢.
٧١. بيبرورديو: التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، مرجع سابق، ص ٤٥.
٧٢. ألين تورين: مرجع سابق، ص ٢٠٢.
٧٣. ديفيد انغليز وجون هغسون: سوسيولوجيا الفن - طرق للرؤية، ترجمة ليلى الموسوى، عالم المعرفة، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد (٣٤١)، ٢٠٠٧، ص ٥١.
٧٤. أحمد محمد المتوق: الحصيلة اللغوية، عالم المعرفة، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ١٩٩٦، ص ٣٤.
٧٥. نسمة أحمد البطريق: القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية - دراسة
٧٦. سهير سيد جاد: مرجع سابق، ص ١٣٠.
٧٧. هربرت شيللر: مرجع سابق، ص ١١٢.
٧٨. صفوت العالم: عملية الاتصال الاعلان: دار الطباعة للجامعات، القاهرة، ١٩٨٩، ص ١٤.

الملاحق

صحيفة تحليل المضمون المستخدمة في موضوع الدراسة  
البرامج الترفيهية عبر القنوات الفضائية والإسفاف الثقافي  
دراسة في علم الاجتماع الإعلامي

أولاً: الجوانب المتعلقة بالمغزى (ماذا قيل؟)

٤- الأهداف التي تسعى إليها البرامج					٣- الاتجاه المخاطب			٢- نوعية الإثارة المستخدمة					١- نوعية الترفيه المقدم					
مشاركة (الجمع بين أكثر من هدف)	تشقيقية	تعليمية	تجارية	ترفيهية	الجمع بين الاتجاهين	العاطفة	العقل	المنافسة	محاكاة الغير	الشهرة	الاستخفاف	مكاسب ب مادية	الترويع	مقالب وخدع	الضحك على الضيق ف	معلومات خفيفة	مواقف إنسانية مسلية	مواقف فكاهية

ثانياً: الجوانب الخاصة بالشكل (كيف قيل؟)

١- لغة الحوار الأكثر استخداماً في	٢- القوالب الفنية المستخدمة	٣- نوعية الضيوف المعتمد	٤- أماكن تصوير البرامج
-----------------------------------	-----------------------------	-------------------------	------------------------

