

## قنوات الفضائيات الغنائية العربية بين تكريس قيم الصورة وعرض الجسد

(دراسة مسحية على القنوات الفضائية الغنائية في الفترة من 2018م-2019م)

عبدالعزیز موسى بشارة محمد أحمد

كلية الآداب قسم الإعلام- جامعة كردفان

abdelazizbushara637@gmail.com

### ملخص البحث:

ترمي هذه الدراسة إلى توضيح دور القنوات الفضائية الغنائية العربية، وبلغ حجم العينة 60 مفردة، ومن أجل بلوغ الأهداف المحددة للبحث تم تقسيمه على ثلاثة مباحث: الأول الإطار المنهجي للبحث الذي اشتمل على مشكلة البحث وفرضياته وأهميته البحث وأهمية البحث ومنهجه، أما المبحث الثاني فتناول الإطار النظري الذي تضمن القنوات الفضائية الغنائية العربية أما المبحث الثالث فأشتمل على نتائج الدراسة الميدانية وتفسير الجداول فضلا عن النتائج العامة والتوصيات وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها:

- يتعرض أكثر من نصف عينة البحث للقنوات الغنائية الفضائية العربية بشكل دائم، ويشاهد أغلب المبحوثين القنوات الغنائية الفضائية من ساعتين لاقبل من 3 ساعات يوميا، ان ارتفاع معدل ساعات المشاهدة قد يتزك ظلاله على سلوك المشاهد ولاسيما الشباب لتصبح الكثير من المشاهد جزء من شخصيتهم وسلوكهم اليومي.
- اتفق الذكور والإناث على محاكاة ما يعرض في هذه القنوات، ولا تختلف درجة محاكاة الشباب لما يعرض في هذه القنوات من حيث التخصص سواء علمي أو إنساني.
- لاتوجد فروق معنوية من حيث النوع ومدى الموافقة على فرض الرقابة على القنوات الغنائية.
- تشير نتائج الدراسة المسحية إلى أن القنوات الفضائية الغنائية العربية تسهم في إشاعة العديد من السلوكيات والقيم السلبية ومنها؛ تبني الكلمات والألفاظ والحركات الراقصة، تقليد الموضة، الميوعة وإشاعة التبرج.....الخ حيث أحرزت على نسب وتكرارات عالية.

الكلمات المفتاحية: القنوات الغنائية- قيم الصور-عرض الجسد

## Abstract

The purpose of this study is to clarify the Doralguenoat TV musical and the sample size was 60 single, in order to achieve the specific objectives of the research was divided in three sections: the first theoretical framework, which included channels, The second section deals with the methodological framework of the research, which included a research problem, research hypotheses and the importance of research method and previous studies The third topic Included of the results of the field study and interpretation of tables as well as the general findings and recommendations, The study reached a number of conclusions, including 1-exposed more than half of a sample search for channels musical TV, and watched most of the respondents SATELLITE than two hours to less than 3 hours per day, this means high rate of hours of viewing, which may leave misguidance on the behavior of the viewer especially young people to become a lot of scenes part of their personality and their daily behavior 2-Males and females agreed to simulate what displays in this channels different the degree simulate what displays in the youth of these channels in terms of specialization, whether scientific or humanistic.

3-There are no significant differences in terms of the type and extent of the respondents agreed to impose censorship on music channels.

4-The results of the field study that Satellite lyrics contribute to the rumor that many of the behaviors and values and negative ones, adopting the words and dance movements and vocalizations, imitation Alodh, fluidity and Rumor Finery..... etc. which won the ratios and high frequencies.

**Keywords:** Lyrical Channels - Photo Values - Body Width

## المحور الأول الإطار المنهجي للدراسة

### 1- المقدمة:

شهدت السنوات الحالية من هذا العصر موجة عالية من أشكال البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية بصورة واسعة من القنوات الفضائية المتخصصة في شتى المجالات منها القنوات الفضائية المتخصصة في المنوعات، والقنوات الفضائية الإخبارية، القنوات الفضائية الغنائية العربية، وغير العربية (وقد بينت دراسة بالأرقام والإحصائيات وجود 132 فضائية تمتلك موقعاً إلكترونياً على الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) ما يعني أن تأثير الفضائيات كبير جداً وخاصة مع عددها المتزايد بطريقة عشوائية حيث تشير بعض التوقعات الإعلامية إلى وصول عدد الفضائيات عام 2015م إلى 582 قناة وهذا ما يدفع إلى التساؤل ما إذا كان المجتمع العربي في حاجة إلى هذا العدد المتزايد من القنوات الفضائية<sup>(1)</sup>).

هذه الزيادة في القنوات الفضائية تمثل بداية الطريق للعمولة وفي نشر سمومها لاسيما في عرض صوراً لجسد المرأة وهي ترقص شبه عارية، والصورة في القنوات الفضائية تأخذ حيزاً كبيراً وذلك بأدراك ما يراه أو يسمعه أو يقرؤه فقط بل يكون وعيه فاعلاً في تشكيل الصورة أي استحضار المخزون التصوري السابق في رؤية الشيء الجديد<sup>(2)</sup>).

والصورة في القنوات الفضائية تروج للإعلانات التي تحمل محتوى وقيم لا تتناسب مع القيم والأخلاقيات والمعتقدات الدينية وأصبح الشباب يتلقى الثقافات الوافدة، الأمر الذي أثار مخاوف هو أن يقع المجتمع العربي تحت تأثير المسخ الثقافي الذي يعد أهم أهداف العمولة، ومن أهم آلياتها وأشدّها تأثيراً وهو البث الفضائي المباشر (وإذا كانت هناك وسيلة تصلح لتكون العالم الحقيقي لثقافة العمولة فأنها التلفزيون، فإنه يملك كل ما يذكر من صفات عن إعلام العمولة، الاحتفاء بالصورة على حساب الكلمة، وإحلال الإشباع العاطفي محل العقل والتخلي عن المعنى والتمسك باللعب والتسلية)<sup>(3)</sup>

ويرى الباحث أن التطورات الأخيرة في الإعلام الفضائي أفرزت نمطاً اتصالياً جديداً له سماته، وهو المنافسة بين القنوات الفضائية من قنوات مشفرة، ومفتوحة التي أتاحها نظام البث المباشر، الذي وفر للمشاهد (المتلقي) حرية الاختيارات المتعددة لنوع المحتوى الذي يرغب في مشاهدته، وهنالك سمة أخرى وهي تغيير ثقافة الصورة في القنوات الفضائية الغنائية إلى صورة المرأة الجميلة المقترنة بالجسد، والغرائز ووظفت في ذلك المؤثرات البصرية وأصبحت سلعة للترويج المادي وترسم في وسائل الإعلام من محتوى الأفلام السينمائية، والرسوم المتحركة أمطاً لصور متحيزة، وغير منصفة للمرأة، وتروج بشكل مباشر لحملات إعلامية يتعرض لها الملايين من الشباب فيتأثرون بها، فشهدت السنوات الحالية من هذا العصر (ثورات) وتحولات عالمية ومحلية أسهم فيها الشباب بشكل كبير لأنهم من أكثر

الفئات الاجتماعية انفتاحاً على الثقافات الأخرى وأشدها تطلعاً وطموحاً فأنتهم أكثر ميلاً إلى قيم التجديد والتغيير وأكثر تمرداً على ما يحيط بهم من قيم ومعايير<sup>(4)</sup> بالتالي الحاجة المتزايدة للمشاهد والترفيه ساعدت على وجود قنوات فضائية غنائية تبث الأغاني بهدف اشباع هذه الحاجة، مما أدى إلى انتشار القنوات الفضائية الغنائية، والأغاني المصورة (الفيديو كليب)، (لتصبح الاتجاه السائد الحالي، وتعتبر عن أحوال الحب المتعددة مثل الحنين، ولقاء المحبوب، والخيانة وغيرها من المعاني المرتبطة بالحب، بين الرجل والمرأة ولما كانت الأغاني في أغلب الأحيان لاتستطيع استخدام الكلمات للتعبير عن كل هذه المعاني فقد استعارت لغة الصورة البصرية للكلمات كي تستثير الشباب جنسياً)<sup>5</sup> وتأسيساً على ذلك الشباب هم أكثر الشرائح في المجتمعات تعرضاً وقبولاً للتغيير بما يعرض في القنوات الفضائية الغنائية من مضامين، وانقسم رأي الشباب إلى شقين الشق الأول منجذباً نحو محتوى تلك القنوات الفضائية تاركاً قيمه، أما الشق الثاني رافضاً لمحتوى لتلك القنوات الفضائية الغنائية، وتبني موقفاً أصبح اتجاهه وهو تشويش الثقافة كمصطلح وظهر في منتصف العام 1984م وهو يكرس إلى التغيير في شتى ضروب الفنون (ويلتقط تشويش ثقافة الصور والأفكار من ثقافة وسائل الإعلام الرئيسية ويفسدها كي يصنع معنى نقدياً أو كما يقول المصمم الإعلامي جونا بريتى إنها إستراتيجية تحول قوة الشركات ضد نفسها من خلال اختيار المعاني وقرصنتها والسخرية منها وإعادة وضعها في سياقها)<sup>6</sup> تأتي أهمية الدراسة وتشخص واقع محتوى القنوات الفضائية الغنائية، وتهدف إلى معرفة دوافع تأسيس هذه القنوات وإنشائها.

## 2- مشكلة الدراسة:

تنحصر مشكلة هذه الدراسة في انتشار القنوات الفضائية الغنائية العربية التي تركز بصورة متعمدة وسالبة علي عرض مشاهد لاغاني الفيديو كليب مدعمة بالتصوير واللقطات والملابس والمكياج بهدف إثارة الغرائز بصورة لاتتناسب مع العادات والقيم والأخلاق الدينية والاجتماعية والعربية، وهو دافع قوي ساعد الباحث على دراسة هذه الظاهرة وتحليلها بطريقة موضوعية وبشكل جاد، باعتبار أن الدراسات الإعلامية التي تصدت لهذه الظاهرة قليلة جدا مقارنة بمساحة البث وزمنه وما تطرحه القنوات الفضائية الغنائية العربية من قيم الكثير منها غير إيجابي.

## 3- أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة على النحو الآتي:

- 1-تشخص لواقع محتوى القنوات الفضائية الغنائية العربية.
- 2-لفت الانتباه نحو أضرار هذه القنوات على سلوك الشباب.

3-فتح المجال أمام الدراسات والبحوث الأخرى في سياق الموضوع ذاته.

#### 4- أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية وهي:

- 1-التعرف على معدل مشاهدة القنوات الفضائية الغنائية العربية.
- 2-معرفة دوافع عرض الصورة المثيرة للغرائز في القنوات الفضائية الغنائية.
- 3-التعرف على نماذج القنوات الفضائية الغنائية العربية ودراسة واقعها.

#### 5- تساؤلات الدراسة:

تطرح الدراسة عدداً من التساؤلات حول عادات مشاهدة القنوات الفضائية الغنائية العربية:

- 1-ماهي الفترة الزمانية ومعدلات مشاهدة القنوات الفضائية الغنائية العربية؟
- 2-ماهي دوافع المشاهدة للقنوات الفضائية الغنائية العربية؟
- 3-هل هنالك نماذج للقنوات الفضائية الغنائية العربية؟

#### 6- فرضيات الدراسة:

- 1-القنوات الفضائية الغنائية العربية تسئ للقيم والأخلاق.
- 2-يختلف نوع المحاكاة للصورة المعروضة في تلك القنوات طبقاً للجنس.
- 3-القنوات الفضائية الغنائية العربية تركز لعرض صور الجسد التي تثير الغرائز.

#### 7- منهج الدراسة:

يرى الباحث أن كل دراسة علمية لا بد أن ترتبط بمنهج علمي وفي هذا الدراسة اعتمد الباحث على مناهج متعددة مثل منهج تحليل المحتوى للمادة موضع الدراسة (وتحليل المحتوى يستهدف الوصف الدقيق والموضوعي والتصنيف الكمي لمضمون معين)<sup>7</sup> وتحليل المحتوى بهذا الفهم يعتبر منهج علمي واضح وأداة بحثية يمكن الباحث من التدرج في دراسته للوصول إلى النتائج المرجوة كذلك استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، ويعتبر أكثر المناهج استخداماً في البحوث الكشافية والوصفية.

#### 8-أدوات جمع البيانات:

استخدم الباحث لجمع المعلومات الخاصة بالدراسة الحالية بعض الأدوات البحثية لجمع المعلومات التي تتعلق بموضوع الدراسة مثل الملاحظة المنتظمة، والملاحظة غير المنتظمة لمحتوى المادة التي تبثها بعض القنوات الفضائية الغنائية العربية وغير العربية، كما اعتمد على الاستبيان بوصفه أداة رئيسة بهدف جمع البيانات والمعلومات التي تتعلق بموضوع الدراسة.

#### 9- الإطار المكاني والزمني

أجريت هذه الدراسة بجامعة كردفان في مجمع خورطقت الجامعي والذي يضم ثلاث كليات تابعة لجامعة كردفان وهي كلية الهندسة وكلية العلوم وكلية الآداب وخصص الباحث

مجمع خورطقت مجالاً مكانياً لهذه الدراسة، أما المجال الزماني فشمل الفترة الزمنية التي استغرقتها عملية توزيع استمارات الاستبانة، وتفريغها وتحليلها والتي امتدت من إلى 2018م- 2019م

## 10 - شرح المصطلحات والمفاهيم:

هنالك بعض المصطلحات والمفاهيم التي وردت في هذه الدراسة ويرى الباحث من الأهمية شرحها وتفسيرها وهي على النحو الآتي:

### 10-1- قناة فضائية:

يشير مصطلح قناة فضائية إلى (القنوات الفضائية المستعملة للأقمار الصناعية في كل ماتبته من برامج بصرف النظر عن المناطق التي يمسه بثها الفضائي حتى وإن كان لها في الوقت نفسه بث أرضي إضافي)<sup>8</sup>

من خلال هذا المصطلح انطلقت مسميات مختلفة للقنوات الفضائية العربية من حيث الملكية وطرق التمويل وسياسات البث فمنها، القنوات الفضائية الحكومية وهي تتبع للحكومات، والقنوات الفضائية الخاصة وهي ملك خاص للمؤسسات وللأفراد والأحزاب السياسية، والقنوات المتخصصة وهذه النوعية من القنوات تتخصص في مجال موضوعي معين مثل الأخبار أو الرياضة أو الغناء.

### 10-2- الصورة:

(في ثقافتنا هي نسخة عن مظهر من مظاهر العالم تلتقطها رهافة إحساس هي نوعاً ما فردية وعمامة ومودجية في الوقت عينه يتميز بها الوسيط الفنان أو أي شخص آخر الذي ينقل لنا معلومات ومشاعر كما يخلق آخري في دواخلنا وهي شئ جديد يضاف إلى العالم فيعيش مشهوراً أو يبقى مغموراً على الرغم من واقعيته تجذبنا وتسحرنا في اذدواجية ماتنقله كما تأسرنا في سحر شيء ما نراه)<sup>9</sup>

ويرى الباحث أن للصورة مفاهيم ودلالات ومعاني مركبة منها الصورة الضوئية الفتوغرافية، والصورة التلفزيونية وهي من أهم وأخطر أنواع الصور تأثيراً على قيم الإنسان وسلوكه لأنها تركت التأثير بشكل مباشر سواء كان بطريقة سلبية أو إيجابية والصورة الذهنية وتعرف أيضاً بمصطلح الصورة الذهنية النمطية والاجتماعية أو الأخلاقية أو السياسية وهو انطباع يكونه الشخص أو الشعب عبر فترة زمنية طويلة أو قصيرة ويتم نقله وتكوينه وتعديله عن طريق وسائل الإعلام التقليدية ومنصات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر وواتساب وتعرف بالإعلام الجديد، وأوعن طريق المناهج الدراسية والدبلوماسية الرسمية ويتم توظيف تلك الوسائل لتكوين الصورة.

## المحور الثاني القنوات الفضائية الغنائية العربية

شهدت السنوات الحالية انتشار بعض القنوات الفضائية المتخصصة في الغناء والرقص كظاهرة جديدة، تستدعي الدراسة وبدأت تأخذ منحى متصاعداً في حجم وساعات البث، وتحظى بنسبة مشاهدة عالية من قطاعات كبيرة وخاصة شباب الجامعات ولا تنحصر هذه القنوات الفضائية الغنائية العربية في نموذج واحد، بل إنها ومع توسع أنظمة البث الفضائي، وتعدد الأقمار الاصطناعية من نايل سات، وعرب سات، ظهرت بمسميات مختلفة لا حصر لها وتعمل على مدار اليوم وتمثل خارطتها البرمجية على الغناء والرقص وعرض الصور.

**أولاً: دوافع إنشاء القنوات الفضائية الغنائية العربية<sup>(10)</sup>.**

ظهرت الحاجة لإنشاء القنوات الفضائية الغنائية العربية لإشباع حاجات المشاهدين، باعتبار أن وظيفة التسلية والترفيه من ضمن الحاجات التي يبحث عنها المتلقي، ودفع ذلك المنتجين، والمستثمرين لإنشاء قنوات فضائية متخصصة في الغناء (ونجم عن ذلك جدل خصيب بغية رصد انعكاسات هذا الانقلاب إيجاباً وسلباً وارتفعت أصوات تبشر بثقافة كونية تنهار أمامها الخصوصيات وأخري لتعلن عن نهاية التاريخ أو لتأسيس قطاعات جديدة تستند إلى حتمية صراع الحضارات<sup>(11)</sup>)

ويري الباحث أنه رغم الأصوات التي كانت معارضة على فكرة إنشاء القنوات الفضائية الغنائية العربية باعتبارها سوف تقضي على الخصوصية شهدت السنوات الأخيرة ظهور عديد من القنوات الفضائية الغنائية العربية تبث برامجها على مدار الساعة عبر الأقمار الاصطناعية عرب سات، ونايل سات ويمكن حصر دوافع إنشاء القنوات الفضائية الغنائية في الآتي:

- 1- الاستجابة لإشباع حاجات المتلقي في الترفيه والغناء.
- 2- اتساع مجالات المعرفة وانتشار التعليم أدى لظهور فضائيات أكثر تعمقاً وتخصصاً.
- 3- فتح المجال للقطاع الخاص للاستثمار في مجال صناعة القنوات الفضائية.
- 4- تراكم المخزون للإنتاج البرمجي في القنوات الفضائية العامة دفع لإنشاء قنوات متخصصة.
- 5- صياغة برامج متخصصة في مضمونها تستهدف جمهور متجانس.
- 6- عجز القنوات الفضائية العامة عن إشباع حاجات المشاهدين.
- 7- التطور التكنولوجي في القنوات الفضائية في مجال البث وإنتاج الصورة وتسويقها.

### ثانياً: نماذج للقنوات الفضائية الغنائية العربية

#### 1- القنوات الفضائية الغنائية الكلاسيكية والشعبية:

وهذه النوعية من القنوات الفضائية الغنائية العربية متخصصة في بث الغناء الشعبي والشرقي وتركز على عرض جسد المرأة بصورة مثيرة ومغرية للشباب والمراهقين وتعمل هذه

النوعية من القنوات الفضائية على مدار اليوم لفترة 24 ساعة وتعرض صور الراقصات الشابات الجميلات.

## 2- القنوات الفضائية الغنائية العربية الإعلانية:

وهي متخصصة فقط في عرض الإعلانات الغنائية، ويتم دعم الإعلان بتقديم رسائل نصية (SMS) وتستهدف المشاهدين من سن 12 - 34 عام، وتبث برامجها أيضاً في شكل صور ثابتة مصحوبة بشريط إعلاني للمنتجات الغنائية من أسطوانات مدمجة، وعروض الحفلات الغنائية في المناسبات، مثل الأعياد الدينية، والوطنية وأعياد رأس السنة الميلادية، وعادة يكون الإعلان المصور لمنتجات الفنان مصحوباً بالصورة وبالآداء اللحني، وهذه النوعية من القنوات الفضائية الغنائية العربية أصبح يحكمها معايير السوق والدخل وتحولت إلى سلعة استهلاكية تحكمها قيم ومعايير عرض صورة الجسد والمنتج الإعلاني الغنائي (ولهذا الأساس توجه كثير من هذه القنوات الفضائية الغنائية وتنفق ملايين الدولارات لامتلاكها بهدف تشكيل وبناء الصور العقلية والذهنية للأفراد والتحكم في مواقفهم ومعتقداتهم)<sup>(12)</sup>

## 3- قنوات الصورة والحركة الاستعراضية:

وهي تخصصت في تكريس صورة الجسد والحركات الاستعراضية للمغنيات وتبث الأغاني مصحوبة بالموسيقى ويطلق عليها أحياناً بالقنوات الفضائية الغنائية الشبابية المصورة التي لبست الثوب الغربي شكلاً ومضموناً، وإذا بحثنا عن صفة مميزة تتسم بها هذه الأغاني الشبابية نجدها عبارة عن إيقاع صاحب وصور لرقصات استعراضية عربية وأوربية تؤديها راقصة شبه عاربه غالباً ما تكون من بلاد أجنبية لا تفهم المقصود من الكلمات ومعاني العبارات التي تردددها وهي لا تناسب الواقع الاجتماعي والأخلاقي لمجتمعنا العربي.

## ثالثاً: واقع مشكلات القنوات الفضائية الغنائية العربية

عند استقراء واقع هذه القنوات الفضائية الغنائية العربية التي اخذ الباحث نماذج لبعض أنواعها وما تقدمه من محتوى، أصبحت تمثل مشكلات للشباب والمراهقين وتبرز حقائق تلقي بظلالها على تركيبة الحياة الدينية والثقافية والاجتماعية للمجتمعات العربية التي تتميز بخصوصيتها ومعاييرها القيمية والأخلاقية عن أي مرجعية مهما كانت لما تعرضه هذه القنوات الفضائية الغنائية العربية ويؤكد الباحث أن هنالك مشكلات القت بظلالها على القنوات الفضائية الغنائية العربية ويمكن حصرها في النحو الآتي وهي:

1- **العولمة الاتصالية:** من مهددات القنوات الفضائية دخول عدد كبير من المستثمرين في مجال الإعلام الفضائي في شكل شركات إعلامية قارية عابرة للقارات والدول وتخطت السياسات الاتصالية التي تضعها الدولة وأدى ذلك إلى انتشار هذه القنوات، ومنها القنوات الغنائية المتنافسة على اكتساب المشاهد وعرض الجسد بدافع الربح المادي فهي مشاريع تبحث عن الربح وأدى إلى التنافس بين المخرجين والممولين والمغنين إلى مزيد من الاغتراب والعري.

2- **ضعف الإنتاج:** نسبة لعدم وجود برامج هادفة تعالج تاريخ الأغنية العربية والوطنية وغيرها نجد الكثير من تلك القنوات الفضائية الغنائية تبث برامجها في شكل أغاني مصورة تركز



على عرض صور للجسد على مدار اليوم، وهذا بدوره أدى إلى إدمان العديد من الشباب على مشاهدة الأغاني المصورة وانشغالهم بها وانصرافهم عن البرامج الهادفة في القنوات الأخرى.

3- **خدمة الرسائل النصية SMS:** امتدت مشاهدة القنوات الغنائية فأصبحت تستهدف مجموعة متكاملة من المملذات البصرية والسمعية بحيث تخاطب الإحساس وتثير العواطف بهدف تدمير ما تبقى من منظومة القيم والمثل الأخلاقية، فضلاً عن تلازم القنوات الفضائية الغنائية لخدمة إرسال الرسائل النصية الغرامية، فترى شريط في أسفل الشاشة يتوارد عليه رسائل التعارف وعبارات خالية من أي معنى وليس هذا فقط بل نجد على يمين الشاشة في بعض القنوات مسابقات وألعاباً تستقطب مئات المشاركات عبر الرسائل الهاتف الجوال (SMS).

4- **تصدير نماذج وأبطال:** جوهر العولمة هو عملية تنميط العالم بحيث يصبح العالم بأسره وحدات متشابهة، إذ تطرح نماذج جديدة للحياة بوصفها النموذج البديل وباستخدام أساليب الترغيب والإبهار والإعجاب بالحضارة الغربية من جانب، ومحاولة إضعاف القيم والأعراف السائدة لتشكيل نسق قيمي على غرار ما هو موجود في الثقافة الغربية من جانب آخر، وتصدير لنماذج وأبطال وقيم وأسلوب حياة مفروض بشكل فوقي يمس أساليب الحياة وقد يطغى على ملامح الثقافات الوطنية التقليدية.

6- **الإبهار بالصورة والخيال:** ويعود نجاح هذه القنوات وبهذه الكيفية المتصاعدة لتقديم هذه الأغاني عالمياً من الخيال للشباب تمنحهم ما لا يمنحهم الواقع، إذ أن معظم هذه الأغاني تتناول موضوعات عاطفية ولذا فهي مشبعة بالصور التي تنسج شبكة من الأحاسيس والخيال وأحلام اليقظة هذه الصورة بالنسبة للشباب رائعة وجذابة وعالم بديل عن عالم يزخر بسيل من اخبار الحرب والدمار والصراعات.

### المحور الثالث

#### الدراسة المسحية على عينة من طلاب جامعة كردفان (السودان)

##### مراحل الدراسة المسحية:

##### أولاً: مرحلة تحديد عينة مجتمع الدراسة

استهدفت الدراسة المسحية عينة عشوائية شملت طلاب وطالبات كليات الهندسة والعلوم والآداب بمجمع خورطقت جامعة كردفان (السودان)، تم توزيع الاستمارات على الطلاب والطالبات الذين يشاهدون القنوات الفضائية الغنائية العربية وبلغ حجم العينة (180) مفردة يمثلون مجتمع الدراسة، موزعة بالتساوي على عدد الطلاب والطالبات في الكليات الثلاث من حيث المتغيرات وهي الجنس والعمر والكلية أو التخصص العلمي.

### ثانياً: تصميم استمارة الدراسة:

قسم الباحث استمارة الدراسة إلى قسمين القسم الأول خصصه للبيانات الأساسية مثل العمر والتخصص والكلية والقسم الثاني خاص بالأسئلة واستخدم المقياس الخماسي النفسي (ليكارت) لمعرفة اتجاهات المبحوثين نحو القنوات الفضائية الغنائية من أجل الحصول على أجوبة كمية وذلك بهدف الكشف عن العلاقات الرياضية التي تربط بين المتغيرات والتابع.

### ثالثاً: مقياس الصدق والثبات في استمارة الدراسة:

من أجل التحقق من معيار الصدق والثبات للمعلومات الواردة في استمارة الدراسة والوصول إلى نتائج موضوعية عرضها الباحث على المتخصصين بهدف التحكيم \* بعد تحكيم استمارة الدراسة وإجراء بعض التعديل وفق ملاحظات هيئة التحكيم، قام الباحث بتوزيع الاستمارة على عينة اختبارية من مجتمع الدراسة نفسه بلغت نسبتها 10% كمرحلة أولية لمعرفة مدى فهم مجتمع الدراسة لأسئلة الاستمارة، وبعد التحقق من تمكن أفراد العينة الاختبارية من الإجابة على أسئلة استمارة الدراسة، وزع الباحث استمارة الدراسة المسحية بصورتها النهائية بحيث غطت كل أفراد مجتمع الدراسة في الكليات الثلاث.

### رابعاً: عرض وتحليل جداول الدراسة المسحية:

في هذه المرحلة أخضع الباحث الاستمارات بعد إجابة المبحوثين للتفريغ والتحليل بواسطة البرنامج الإحصائي SPSS لتحويل الإجابات إلى أرقام ونسب مئوية وذلك وفق توزيع الجداول التالية:

جدول رقم (1) يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع

النوع والتخصص	الذكور		الإناث		المجموع	
	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد
هندسة وعلوم	36.6	66	12.3	22	48.9	88
آداب	17.8	32	33.3	60	51.1	92
المجموع	54.4	98	45.6	82	100	180

الجدول رقم (1) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة من خلال عدد من المتغيرات وهي النوع ذكر وأنثى، والفئة العمرية، والتخصص الدراسي حسب الكليات التي يتكون منها مجمع خورطقت الجامعي لطلاب وطالبات كليات ( الهندسة والعلوم والآداب) حيث بلغ

عدد أفراد عينة كليتي الهندسة والعلوم 180 طالب وطالبة، وفيما يتعلق بمتغير النوع بلغ عدد الذكور 98 مفردة بنسبة 54.4% من مجموع عينة البحث، بينما بلغ عدد الإناث 82 مفردة بنسبة 45.6% مفردة، أما توزيع أفراد العينة حسب الكليات علي النحو الآتي 36.6% من الذكور يدرسون في كليات الهندسة والعلوم مقابل 12.3% من الإناث في نفس الكليات نفسها، أما كلية الآداب فبلغت نسبة الذكور 17.8% بينما بلغت نسبة الإناث 33.3% من مجموع عينة الدراسة . انظرالجدول (2+1) يوضح توصيف عينة البحث.

جدول رقم (2) يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
18- 23	99	55
24- 28	59	32.7
29- فأكثر	22	12.3

جدول رقم (2) يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر، نلاحظ الفئة العمرية 18- 23 سنة جاءت المرتبة الأولى وبلغت نسبتها 55% من مجموع العينة، وتأتي بعدها الفئة العمرية من 28-24 سنة في المرتبة الثانية وبلغت نسبتها 32.7%، بينما الفئة العمرية من 29 سنة فأكثر حققت المرتبة الثالثة وبلغت نسبتها 12.2%.

جدول رقم (3) يوضح طبيعة المشاهدة

المشاهدة/النوع	النسبة المئوية للذكور	النسبة المئوية للإناث	المجموع
دائماً	60 33.4%	55 30.5%	115 63.8%
أحيانا	30 16.6%	24 13.4%	54 30%
نادرا	8 4.5%	3 1.6%	11 6.2%
المجموع	98 54.5%	82 45.5%	180 100%

جدول رقم(3) يوضح إجابات أفراد العينة حول طبيعة مشاهدتهم للقنوات الفضائية الغنائية العربية حيث أوضحت النتائج أن المشاهدة على ثلاثة مستويات هي : المشاهدة الدائمة والتي جاءت بالمرتبة الاولى بنسبة 63.8 % من مجموع عينة الدراسة، بينما المشاهدة في بعض الأحيان احتلت المرتبة الثانية بنسبة 30%، والمشاهدة النادر احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 6.2 % من مجموع عينة الدراسة، من إجابات المبحوثين يري الباحث ان المشاهدة اليومية الدائمة وبصورة يومية ولساعات طويلة للقنوات الفضائية الغنائية لها تأثير سلبي على سلوك المشاهد خاصة الشباب لتصبح طبيعة المشاهد لعرض صور الجسد جزءاً من شخصيتهم.

جدول رقم (4) يوضح معدلات المشاهدة

معدلات المشاهدة/النوع	النسبة المئوية للذكور	النسبة المئوية للإناث	المجموع النسبة
أقل من ساعة	16.6%	1.1%	17.7%
أقل من ساعتين	20%	4.4%	24.4%
أقل من 3 ساعات	10.5%	19.4%	30%
أقل من 4 ساعات	3.8%	15%	18.8%
4 ساعات فأكثر	3.3%	5.5%	8.8%

الجدول رقم (4) يوضح معدلات ساعات المشاهدة للقنوات الفضائية الغنائية حيث تشير نتائج الجدول أن نسبة 17.7% يقضون أقل من ساعة واحدة لمشاهدة القنوات الفضائية الغنائية العربية، أما الذين يقضون أقل من ساعتين تمثل نسبتهم 24.4% من مجموع عينة الدراسة، وبلغت نسبة الذين يقضون أقل من 3 ساعات 30%، والذين يقضون أقل من أربع ساعات في مشاهدة القنوات الفضائية الغنائية العربية فكانت نسبتهم 18.8%، والذين يقضون أربع ساعات فأكثر تمثل نسبتهم 8.8%، كما هو موضح في بيانات الجدول وللتأكد من صحة هذه النسب قام الباحث بأجراء اختبار كاي سكوير بمعنى إذا كانت كاي المحسوبة = 60.78 أما قيمة كاي الجدولية = 9.488 وهي أصغر من القيمة المحسوبة، وهذا يعني وجود فروق معنوية بين الذكور والإناث في معدلات عدد ساعات المشاهدة.

جدول رقم (5) يوضح دوافع مشاهدة القنوات الغنائية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	دوافع المشاهدة
الاولى	38.8%	70	التسلية وتمضية وقت الفراغ
الثانية	25%	45	التعرف على الموضة
الثالثة	22.2%	40	تزيد اندماجي مع الشباب
الثالثة	22.2%	40	تعرفني على الاغاني الجديدة
الثالثة	22.2%	40	كلمات الأغاني تعجبني
الرابعة	18.3%	33	يعجبني المغني أو المغنية
الخامسة	16.1%	29	هوس الشباب في متابعة كل جديد
السادسة	9.4%	17	الهروب من الوحدة
السادسة	9.4%	17	تجاوز ضغوط الحياة اليومية
السابعة	6.6%	12	البحث عن الرومانسية
الثامنة	5.5%	10	تزيد من ثقافتي الفنية

تشير بيانات الجدول رقم(5) إلى أن أهم دوافع مشاهدة أفراد عينة الدراسة للقنوات الغنائية العربية هو التسلية وتقضية وقت الفراغ وقد احتلت المرتبة الأولى بنسبة 38.8%، بينما التعرف على الموضة احتلت المرتبة الثانية بنسبة 25%، وفي المرتبة الثالثة دافع التعرف على الأغاني الجديدة ودافع والاندماج مع الشباب وبلغت نسبة كل منهما 22.2%، بينما دافع الإعجاب بالمغني او المغنية جاء في المرتبة الرابعة بنسبة 18.3%، وتري فئة آخري ان تلك القنوات تعكس لهم كل ماهو جديد وجاءت في المرتبة الخامسة وتمثل نسبتهم 16.1%، وفي المرتبة السادسة المشاهدة بدافع الهروب من الوحدة وبدافع تخفف ضغوط الحياة اليومية بنسبة 9.4% لكل منهما، أما البحث عن الرومانسية من خلال مشاهدة القنوات الفضائية العربية فاحتل المرتبة السابعة وبلغت نسبته 6.6%، وجاء في المرتبة الثامنة دافع زيادة الثقافة الفنية بنسبة 5.5%.

جدول رقم (6) يوضح توزيع أفراد العينة ومشاهد القنوات الغنائية طبقا للنوع

النسبة المئوية	النسبة للأناث	النسبة للذكور	المحاكاة/ النوع
75.5%	32.7%	42.7%	التقليد
36.1%	15%	21.1%	الملابس والموضة
18.8%	12.2%	6.6%	المكياج وتسريحة الشعر
7.2%	2.2%	5%	لا ارغب في التقليد

تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى أن التقليد في الرقص حقق أعلى نسبة وبلغ 75.5%، بينما تقليد الملابس والموضة بلغ نسبة 36.1% موزعة بين الذكور والإناث، أما تقليد المكياج وتسريحة الشعر بلغ نسبة 18.8%، فيما بلغت نسبة الذين لا يرغبون في التقليد 7.2% وهذا يعني أن هذه القنوات تسهم بشكل مباشر في التقليد فنجدها تشبه الشباب بالمغنين والمغنيات في ملابسهم وشخصياتهم حيث أصبح ما يسمونهم بالنجوم بين الناس.

جدول رقم (7) يبين إجابات أفراد العينة طبقاً لنوع الرقابة المقترحة وأشكالها

النوع / أشكال الرقابة	النسبة المئوية للذكور	النسبة المئوية للإناث	المجموع
رقابة على كلمات الأغاني	26.6%	25.5%	52.2%
على تصوير اللقطات المقربة	17.7%	20.5%	38.3%
على الرقص والحركات	11.6%	17.2%	28.8%
الأفكار الواردة في الأغاني	11.6%	8.3%	20%
على ملابس المغنيين	11.6%	5.5%	17.2%
على خدمة الرسائل القصيرة	7.7%	2.7%	10%

تشير نتائج جدول رقم (7) عدم وجود رقابة على كلمات الأغنيات وحققت أعلى نسبة 52.2%، بينما عدم وجود رقابة على تصوير اللقطات المقربة بلغ نسبة 38.3%، وعدم وجود رقابة على الرقص والحركات بلغ نسبة 28.8%، وعدم وجود رقابة على الأفكار الواردة في الأغاني بلغ نسبة 20%، وعدم وجود رقابة على ملابس المغنيين بلغ نسبة 17.2%، وعدم وجود رقابة على خدمة الرسائل القصيرة بلغ نسبة 10%.

### النتائج والتوصيات:

خرجت الدراسة بالنتائج والتوصيات الآتية:

#### أولاً: النتائج:

- 1- تركز القنوات الغنائية لعرض الصورة والجسد وتمارس تأثيرها على المشاهد وتوجد فروقات معنوية بين الذكور والإناث في حجم التعرض وفي عدد ساعات المشاهدة اليومية .
- 2- من أهم دوافع مشاهدة القنوات الفضائية لدى الفتيات هو التعرف على الموضة والمكياج وتسريحة الشعر وتقليد الرقص المشاهدة اليومية الدائمة وهذه المشاهدة إذا كانت بصورة يومية ولساعات طويلة لها تأثير سلبي على السلوك.
- 3- تشير نتائج الدراسة إلى عدم وجود رقابة على محتوى القنوات الفضائية الغنائية العربية.
- 4- تسبب القنوات الفضائية الغنائية العربية في إشاعة العديد من القيم السلبية، مثل تقليد الموضة، مصادقة الجنس الآخر، والتعود على مشاهدة مشاهد الخلاعة والعري وتعزيزها.

#### ثانياً: التوصيات:

- 1- على القائمين بمنح رخص بث القنوات الفضائية الغنائية العربية الانتباه لخطورتها وعدم توافق الأغاني المصورة التي تبث مع قيم المجتمع وذلك لما تحمله من توجهات سياسية وفكرية هدفها تدمير ثقافة المجتمع وقيمه.

- 2-يوصي الباحث بإخضاع القنوات الفضائية الغنائية لنظم وسياسات البث الفضائي.
- 3-مراقبة محتوى القنوات الفضائية الغنائية العربية وجذب الشباب إلى القنوات والبرامج المفيدة بحيث تلبى رغبات المشاهدين وفق الضوابط الشرعية والاجتماعية.
- 4-على القنوات الفضائية الرسمية إجراء البحوث المسحية بصورة دورية لمعرفة رغبات المشاهدين وميولهم لاشباعها وذلك الحفاظ على سلامة المجتمع وصيانة مقدراته الفكرية والثقافية.

## الهوامش والمراجع

- <sup>1</sup>- ربي ناصر المصري الشعراي، نفوذ الإعلام في العالم العربي: قراءات في علم نفس الاتصال والإعلام، (بيروت: دار النهضة العربية، 2017)، ص143
- <sup>2</sup>- عزي عبد الرحمن، الإعلام والبعد الثقافي: من القيمي إلى المرئي، (ماليزيا: مجلة التجديد، السنة الأولى، العدد الأول)، ص131
- <sup>3</sup>- محمد حسام الدين اسماعيل، الصورة والجسد: دراسات نقدية في الاعلام المعاصر، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2010)، ص226.
- <sup>4</sup>- المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب الشباب وأمن المجتمع، (الرياض: المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، 1987م، ص 242.
- <sup>5</sup>- محمد حسام الدين اسماعيل، مرجع سابق، ص.20.
- <sup>6</sup>- ليا ليفرو وسائل الإعلام الجديدة والبديلة والناشطة ترجمة هبة ربيع، (القاهرة: المركز القومي للترجمة 2016)، ص88.
- <sup>7</sup>- محمد بن عمر المدخلي، منهج تحليل المحتوى: تطبيقات على مناهج البحث، (جدة: جامعة الملك عبد العزيز، كلية المعلمين، دون تاريخ)، ص3
- <sup>8</sup>- المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، (تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، رقم56)، ص10.
- <sup>9</sup>- جاك أومون، الصورة، ترجمة، ريتا الخوري، (بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2013)، ص14
- <sup>10</sup>- المنصف العياري، محمد عبد الكافي، مرجع سابق، ص14
- <sup>11</sup>- المنصف العياري، محمد عبد الكافي، المرجع نفسه، ص13-14
- <sup>12</sup>- إيلفين وهايدي تولفر، أشكال الصراعات المقبلة: حضارة المعلوماتية وما قبلها ترجمة، صلاح عبد الله، (بيروت: دار الأزمنة الحديثة، 1998)، ص304