

القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية

دراسة ميدانية على جمهور القنوات الفضائية في مصر

د. نسمة أحمد البطريق*

المقدمة :

أصبح التقدم في العلم والتكنولوجيا مظهراً من مظاهر العصر الحديث خاصة بعد الثورة الإلكترونية في دول العالم الصناعي المتقدم في الشرق والغرب وتداعت آثار تلك الثورة الهائلة بعد هذا التحول والتمايز في البناء الاجتماعي في علاقات الإنتاج والعلاقات الاجتماعية والاقتصادية .. والثقافية .. ليس فقط على المستوى الإقليمي بل على المستوى العالمي والدولي .

فلم تعد قوى الإنسان ومجهوده الجسدي هي المحرك لعملية الإنتاج ، ولكن أصبح البحث والعلم والإبداع والتنظيم والإدارة هي الأساس في عملية الإنتاج .

ومن إفرات تلك الثورة التكنولوجية الهائلة التقدم المذهل في تكنولوجيا وسائل الإعلام والثقافة . فأصبحت تلك الأدوات ووسائل في يد الدول المتقدمة ليس فقط

* أستاذة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة .

(مجلة البحوث والدراسات العربية ، العدد ٢٦ ، ديسمبر / كانون الأول ١٩٩٦ .
ص ص ٢٤١ - ٢٩٤) .

لمضاعفة قدرات الفرد على الخلق والابتكار فى المجالات الثقافية والعلوم ، بل وسائل قدرة على تقديم الحلول والإجابات على التساؤلات العديدة التى يطرحها الفرد والجماعة فى شتى المجالات .

وتزداد يوما بعد يوم ملامح حضارة جديدة قوامها الرخاء المادى والمعنوى فى تلك الدول المتقدمة تظهر آثارها فى هذا المضمون الإعلامى والثقافى التى تبثها البرامج الإذاعية المختلفة والفقرات التليفزيونية المبهرة وتنشرها صحفها ومجلاتها المصورة وكتبها المتعددة وأبحاثها المتعمقة ونظرياتها المتجددة عن الإنسان فى علم الفضاء والتكنولوجيا .

ومن هنا تظهر الهوية واسعة بين العالم النامى والعالم الصناعى المتقدم ، لقد كشفت وسائل الإعلام والثقافة للدول النامية اتساع الهوية فيما بينها وبين تلك الدول التى تمتلك كل شئ من أجل رفاهية الإنسان ورخائه . وقد يفوتها أن تلك الامكانيات الهائلة هى من صنع الفرد ونتيجة لكفاءته وقدرته على العمل والكفاح فى سبيل الاكتشاف والتقدم .

فبينما يجنى الفرد فى دول العالم الصناعى المتقدم ثمار كفاحه مع الطبيعة والعلم فيطورها لخدمته ورفاهيته وليضاعف من قدراته وكفاءته ، تقف شعوب دول العالم النامى الآخر متبهرة بهذا التطور فى التكنولوجيا محاولة اقتناءها بأسعار باهظة وساعية إليها شكلا ومضمونا دون وعى كاف إدراكا لواقع التباين بين حضارة حديثة قوامها العمل والكفاءة الذهنية والجسدية والقدرة على الابتكار ، وبين حضارة أخرى لم تصل بعد مرحلة ما قبل الثورة الصناعية الأولى بإمكانيتها وخصائصها التقليدية والاجتماعية منها والاقتصادية والثقافية .

لقد أتاحت هذه الحضارة التكنولوجية والعلمية مجالات متعددة للإعلام فتعدد وتنوع المحتوى والشكل فى الوسائل الإعلامية المختلفة . وتعددت أشكال وأنماط الدراما الفيلمية من خلال السينما والتلفزيون وازدادت إبهارا وعمقا فى التعبير عن

الواقع المادى والمعنوى وتكاثرت البرامج العلمية والثقافية والرياضية وبرزت صناعة الأغنية فلم تعد صوتا وآلات موسيقية فقط بل تدخلت التكنولوجيا والكمبيوتر طرفا فى العملية التعبيرية والإبداعية .

كما أصبحت الوسائل الإعلامية والثقافية المكتوبة تعيش أيضا هذا التطور التكنولوجى مستفيدة ليس فقط بالأحداث والتطورات والإبداعية المتعددة فى مختلف المجالات بل أيضا بالتقدم المذهل فى وسائل نقل ونشر الحدث . فأصبحت الكلمة المكتوبة والصورة الفيلمية شاهدين على هذا التقدم المذهل فى جميع المجالات الثقافية والأدبية والفنية والسياسية والرياضية^(١) .

ونتيجة لهذا التطور والتحديث والتفوق فى صناعة الثقافة « التليفزيونية » تزايدت كثافة المشاهدة التليفزيونية واتسعت دائرتها اتساعا ملحوظا منذ السبعينات والثمانينات إلى أن أصبحت فى التسعينات على رأس قائمة وسائل الاتصال الجماهيرى من حيث كثافة الانتشار . هذا التزايد الملحوظ هيا إلى تطلع الأفراد إلى مزيد من القنوات ، خاصة بعد تزايد فاعلية الأقمار الصناعية وانخفاض أسعار إنتاج الهوائيات .

وواكب انتشار فكرة التليفزيون الدولى وقنواته المتعددة تزايد حدة الصراع الدولى بين الشرق والغرب وانهيار الاتحاد السوفيتى وانكسار النظام الشيوعى والاشتراكى ، ونشوب حرب الخليج وحروب البلقان ... والمجاعات والحروب الأهلية فى إفريقيا . والأحداث المتلاحقة فى العالم العربى والدولى ... كل هذا أدى إلى مزيد من التطلع والترقب والرغبة فى مزيد من المعرفة عن طريق الصورة والصوت والحركة أى من خلال البرامج الدولية التليفزيونية . وأدى هذا إلى ظهور ما يسمى بالنظام العالمى الجديد الذى تقف الولايات المتحدة الأمريكية على قمته بفضل سيادته التكنولوجية والعلمية والإعلامية وهيمنتها على مصادر المعلومات وبفضل وكالات الأنباء^(٢) .

فأصبح العالم الغربى وعلى رأسه الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية هو العالم الأول الذى يتحكم فى مصادر الأخبار والمعلومات المقروءة والمصورة ،

والمسموعة والمرئية ، وصناعة البرامج والفيلم .

هذا التطور الهائل (فى مجالات الإعلام والتكنولوجيا وصناعة المعلومات) أدى إلى اللاتوازن بين الدول المتقدمة والمصدرة للتكنولوجيا والدول النامية الناقلة لها من الناحية العلمية والاقتصادية بل أدى إلى إحكام سيطرة المجتمعات الصناعية على اقتصاديات الدول الوسيطة والصغيرة وأصبحت تهدد أمنها الثقافى والأيدىولوجى . ولقد حققت تلك الدول المتقدمة فى مجالات تكنولوجيا الاتصال الجماهيرى والبث المباشر ونقل المعلومات بواسطة الأقمار الصناعية وتعدد قنوات الفضاء خطوة هائلة من التقدم . فالركيزة الأساسية لاستخدامات التكنولوجيا الحديثة . فى مجالات الاتصال الجماهيرى والاتصال الفضائى تتمثل فى استخدام الأقمار الصناعية للاتصال ، سواء ما كان منها أقماراً للتوزيع ، تتعامل فقط مع محطات التلفزيون ، أو أقمار البث المباشر التى يصل إرسالها إلى أجهزة الاستقبال فى المنازل .

فهذه النظم الدولية أنشئت وتطورت بالعلم والإتقان فى مجالات البحث والتكنولوجيا فى مجالات الاتصالات . والجدير إضافته فى هذا الصدد أن تلك النظم الدولية أصبحت مملوكة لشركات أكثرها خاص . تعمل على توفير القنوات القمرية على المستويات الإقليمية أو العالمية . « وكل من يريد أن يستخدمها مقابل أجر » . وبالتالي ظهرت القنوات التلفزيونية الإقليمية التى تغطى عددا من الدول يضمها إقليم واحد كما هو الحال بالنسبة لأوروبا أو جنوب شرق آسيا ، أو الدول الأمريكية . كما حدث بالنسبة للمنطقة العربية ، كما ظهرت قنوات أخرى دولية تصل إلى دول العالم كله شرقه وغربه^(٣) .

هذا الوضع - التجارى - أدى إلى قيام تنافس حاد بين القنوات لاجتذاب أكبر عدد من المشاهدين حتى تضمن القدر المناسب من الدخل عن طريق الإعلان أو رسوم الاشتراك أو منهما معا . وذلك بالنسبة للقنوات التجارية ، أما بالنسبة للقنوات التى تستهدف تحقيق أغراض سياسية أو ثقافية أو أيدىولوجية ، أى محاولة التأثير

بهدف تبني اتجاهات سياسية أو اقتصادية لتحقيق غايات بعيدة المدى ، فقد أثير العديد من المناقشات حول هذه النقطة الهامة والتي تتخذ اتجاهين : -

الأول : ويتعلق بآثار هذا التقدم التكنولوجي والعلمي المستمر في دول العالم الأولى وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية في مجالات الأقمار الصناعية للاتصال الجماهيري وتزايد هذا القدر من القنوات الفضائية المحملة بالعديد من البرامج والأفكار والمعلومات ، الإقليمية منها ، والتي تغطي منطقة جغرافية محددة غالبا ما تتفق وتتواصل من خلال عادات وتقاليد ولغة متقاربة ، أو عالمية والتي تخلق بعيدا وتفتح مجتمعات تختلف في العديد من الأوجه ، وفي التوجهات السياسية والاقتصادية والفكرية ...

ولقد أثار هذا التدفق الإعلامي والثقافي القادم من الولايات المتحدة الأمريكية قلق دولة عريقة في ثقافتها في أوروبا الغربية مثل فرنسا ، وأصبحت في موقف المدافع عن هويتها وثقافتها . فلقد علق « شارل ألبير ميشاليه » على هذه الظاهرة الإعلامية بأنها من أخطر الظواهر تهديدا للأمن الثقافي والأيديولوجي والوحدة والهوية القومية داخل الإقليم الوطني للدولة^(٤) .

فالشركات المتعددة الجنسيات الخاصة والتي تمتلك هذه القنوات الفضائية الدولية والإقليمية تتسابق وتتصارع للوصول إلى الأخبار والمعلومات المتعددة فتفوقها الاقتصادي والمادي يؤهلها لإنفاق الأموال الطائلة بهدف المنافسة والربح ومستفيدة في ذلك بالضائقة المالية والمادية التي تعاني منها بعض المخططات الوطنية الفرنسية في فرنسا وبلجيكا خاصة . فبالتالي أصبحت تلك الشركات تمتلك أدوات هائلة للتسلط والسيطرة الفكرية والسياسية ... والاقتصادية ... فتفوقها في صناعة الثقافة والخبر والمعلومة يؤهلها لمزيد من التدخل والهيمنة والتسلط وتهديد الهوية والأمن الثقافي^(٥) .

التحديات التي تواجهها الهوية الثقافية القومية

هذا المنطلق حول القضايا التي يشير بها التطور التكنولوجي الهائل في مجالات الأقمار الفضائية للاتصال وما تطرحه من تحديات متعددة أمام القومية والهوية الثقافية

يمكن اختزاله فى النقاط الأربىء التالية : -

أولاً : وكالات الأنباء العالمية وتفوقها فى جمع المعلومات وصناعة الخبر وتأكيد اللاتوازن الإعلامى والثقافى وعدم التكافؤ فى مقومات الحوار بين الثقافات :

ولما كانت وكالات الأنباء العالمية هى مصدر الأخبار والبرامج المتعددة التى تمد وتغذى القنوات الفضائية فهى إذن تعد مصدراً للقلق والتوتر . وأثارت هذه النقطة مناقشات متعددة حول مستقبل الثقافة والخصوصية القومية خاصة فى دول العالم النامى والدول الأقل تقدماً فى أوروبا فتفوق وكالات الأنباء العالمية من الناحية التكنولوجية يؤدى إلى سيطرة القنوات الفضائية على الخصوصية القومية .

وأولى الآثار المترتبة على هذا التفوق العلمى والتكنولوجى والتقنى لوكالات الأنباء هى امتلاكها لهياكل البنية الأساسية المتعددة لبناء صرح هائل للمعلومات ، قادر على إعادة الصياغة والتحليل والنشر الفورى ، وامتلاك التقنيات الحديثة والخبرات المتنوعة لإعادة إنتاج هذه المعلومات وصناعتها من خلال الأشكال المتعددة لوسائل الاتصال الجماهيرى . وتنتج البرامج والأخبار فى صورة تنافسية متعددة لمعالجة الأحداث من جميع جوانبها لجذب المتلقى أياً كانت هويته لتقنعه بالعديد من المفاهيم . ولقد هبأ لها هذا التفوق فى تجميع المعلومات وإعادة إنتاجها فى قوالب متعددة وفقاً لنظام مدروس ومنهج علمى متفق عليه لدراسة المجتمعات النامية منها والمتقدمة . فتطبق نظريات المعرفة وعلوم النفس والأنثروبولوجيا الثقافية ... لتحليل الجوانب المتعددة للإنسان ، حتى تخاطبه بالمنطق الذى يتلاءم وهويته ، وبالمثل تقوم بتحليل وتفسير الحياة السياسية للشعوب وتاريخها وأحداثها وتطورها وتجمعاتها الإقليمية والجغرافية والسياسية . كل ذلك تقوم به وكالات الأنباء العالمية . فهى تستخدم العلم والبحث العلمى للتحليل والصياغة والتعرف المستمر على قضايا الإنسان فى المجتمعات المتعددة لتحكم قبضتها على الفكر والثقافة ... ويهتئ

لها التطور التكنولوجى والتقنى والصناعى فى المجالات المتعددة تطوير الصورة والصوت « والتكنيك » ، فتقدم هذه المعلومات فى قوالب مبهرة فتفتح المجتمع لتقنعه بمنطلقاتها الفكرية دون مراعاة لشخصية وعادات وتقاليد وقيم الآخر ، فهى قنوات تنطلق من خلال أهداف دعائية وأيديولوجية خاصة بدول المصدر لترويج منتجاته وعلومه وسياسته، متباهية بتطوره وتفوقه العسكرى والصناعى والاجتماعى ...

ولقد طرحت فى أروقة اليونسكو ما يسمى بالنظام العالمى الجديد للحد من ظواهر الخلل الذى أحدثته وكالات الأنباء العالمية من تطوير لصناعة الأخبار والأحداث والمعلومات المتعددة وتوزيعها على القنوات الفضائية العالمية لتغذية برامجها . وتؤهلها لعمليات الهيمنة الفكرية ، والثقافية والسياسية ... ولتحجيم مخاطر تلك التقنيات الإعلامية ، وتوجيه سياستها الإعلامية بطريقة تراعى القيم والمبادئ والسلوكيات التى تسير عليها الأنظمة الاجتماعية فى دول العالم الثالث^(٦) .

فقوام تلك الهيمنة والسيطرة هى ثقافة الاتصال الجماهيرى التى تبثها وكالات الأنباء العالمية من خلال الأقمار الصناعية للاتصال والثوابت الفضائية إلى دول العالم المتقدم والنامى فى نفس الوقت لتعلن عن سيادتها وهيمنتها فى مجالات المعلومات والثقافة . فهى المصدر شبه الوحيد للمعلومات الذى يأخذ شكل خبر أو برنامج أو فيلم تسجيلى أو دعائى ... « إن ربع سكان الكرة الأرضية الغربيين يهيمنون بإعلامهم على ثلاثة أرباع الأجزاء الأخرى بما فى ذلك العالم العربى . ناهيك عن السيطرة التقنية عن طريق الأقمار الصناعية والبث المباشر والإذاعات الدولية والكتاب الدولى » وكلها معلومات استطاعت أن ترصدها كل يوم تلك الوكالات العالمية للأنباء^(٧) .

ولهذا التسلط والتفوق فى تدفق الأخبار والبرامج المكتوبة والمقروءة والمرئية المسموعة مظاهر متعددة يمكن حصرها من خلال عدد الكلمات التى يمكن لوكالات الأنباء العالمية رصدها وبثها فى اليوم الواحد .

فلقد أكدت الدراسات أن ٨٠٪ من تدفق المعلومات في العالم تقود مسيرتها وكالات الأنباء الأربع العالمية («أسوشيتيدبرس»، «يونيتدبرس» الأمريكيتان، ووكالة «رويتر البريطانية»، ووكالة «الصحافة الفرنسية»).

وعلى سبيل المثال نذكر أن أهم وكالتين عالميتين وهما أمريكيتان ترصدان تقريبا عشرة ملايين كلمة يوميا ف «يونيتدبرس» تنتج بمفردها أكثر من سبع ملايين كلمة يوميا وعدد المشتركين في تلك الوكالة الأمريكية العالمية سبعة آلاف مشترك في ٩٦ دولة في العالم، وبها مايقرب من عشرة آلاف صحفي ومعد برامج وكاتب سيناريو... ومراسلون في أكثر من أربع وخمسين دولة.

أما «أسوشيتيدبرس» فيعمل بها أكثر من ألفين وخمسمائة صحفي ومراسل في أكثر من ١٣٨ دولة في العالم، وتصل أعداد الاشتراكات إلى عشرة آلاف في ١٠٧ دولة.

وتلى ذلك في المرتبة وكالة «رويتر» البريطانية، حيث يعمل بها خمسمائة صحفي و ٨٠٠ مخبر (ثمانمائة) ومراسل في ثلاث وستين دولة، وعدد الاشتراكات بهذه الوكالة يصل إلى ستة آلاف وخمسمائة في أكثر من مائة وخمسين دولة، وتبث في اليوم الواحد وترصد مليون ونصف المليون كلمة.

وتأتى في المرتبة الرابعة وكالة الأنباء الفرنسية، حيث تنتشر مراكز إرسالها المتعددة في أكثر من ١٦٣ (مائة وثلاث وستين) دولة في العالم ويصل عدد الاشتراكات اثني عشر ألف وأربعمائة مشترك في مائة وسبع وأربعين دولة ويعمل بها ١٩٩٣ ألف وتسعمائة وثلاثة وتسعون من الصحفيين والمراسلين والمحققين وترصد وتبث في اليوم ما يقرب من ستمائة ألف كلمة^(٨).

هذا التفوق في المعلومات الإعلامية الصحفية منها والفيلمية والإذاعية يسبقها تفوق آخر في مجالات التأليف والنشر والإبداع في مختلف مجالات البحث العلمي بكافة مجالاته، فمن أصل ٥٠٠ ألف كتاب مصدر في العالم سنويا. وباستثناء

الولايات المتحدة الأمريكية التي تصدر نصف هذا العدد تقريبا في السنة فإن ١٨ دولة في المتوسط تصدر ١٢٥ ألف كتاب أى ما يعادل ٢٥٪ من المجموع العام . وإن أربع دول متوسطة تصدر ٨٠٪ من ١٢٥ ألف كتاب ، ، وفرنسا بمفردها ٣٥ ألف كتاب سنويا وإسبانيا ٣٠ ألف كتاب وإيطاليا ١٩ ألف كتاب ، ويوغوسلافيا سابقا ١٢ ألف كتاب ، وتأتى تركيا فى المرتبة الخامسة إذ تصدر ٧ آلاف كتاب ، أما المجموعة العربية التي تضم ٢٠٠ مليون نسمة ، فإنها لا تصدر سوى ٢٪ أى عشرة آلاف كتاب وتأخذ مصر حصة الأسد أى ما يعادل النصف من هذه الكمية...»^(٩) .

ويؤكد هذا العنصر الأخير كما يشير « بول بالطا » أن الدول النامية أصبحت لا تنتج ولا تصيغ أخبارها وثقافتها بمفردها ، بل أصبحت دول أخرى تتولى عنها هذه المهام وتقوم بصياغة جانب كبير من أخبارها بكل ما تحمله من قيم وفكر وأحداث جارية سياسية واقتصادية واجتماعية .

فأصبح الخطاب الإعلامى الغربى يدعم أفكاراً تساند سياسته ومصالحه ويروج لقيم وثقافات قد تهدد فى المدى البعيد عناصر ورموز وثقافة دول العالم النامى والدول الأقل تفوقا فى صناعة الخبر وثقافة الاتصال الجماهيرى .

فالثورة العلمية والتكنولوجية واستخداماتها فى مجالات الإعلام والاتصال الجماهيرى والمعلومات وتمركزها فى عدد قليل من الدول الصناعية المتقدمة عن طريق وكالات الأنباء العالمية أدت إلى خلق قضايا ثقافية متعددة لعل أخطرها تلك المرتبطة بعملية عدم التكافؤ فى مقومات الحوار بين الثقافات أى عدم التكافؤ فى توزيع المعلومات والمعرفة .

ثانيا : قنوات الفضاء التليفزيونية وتأكيد حدة الصراع الفكرى والأيدولوجى وإثارة قضايا الأمن القومى فى الشمال والجنوب : -

ازدادت التحديات التي تواجهها ليس فقط شعوب دول العالم النامى ، لكن أيضا

دول وشعوب العالم المتقدم فى أوربا ، نظرا للمتغيرات العالمية والإقليمية والمحلية التى حدثت بصورة مذهلة . فغيرت من موازين القوى فى الشرق والغرب ... وهذا ما أكدته العديد من الدراسات^(١٠) والتى تلقى جانبا كبيرا من المسئولية على الاعلام الأمريكى فى الولايات المتحدة الأمريكية ، وخاصة الإعلام والاتصال الجماهيرى عبر القنوات الفضائية الدولية والتى تغذيها وكالات الأنباء العالمية بالعديد من البرامج المصورة المرئية المسموعة وتغضى جوانب متعددة سياسية وثقافية واجتماعية وتاريخية واقتصادية ... فأصبحت لتلك القنوات طاقات هائلة وقدرات واسعة للهيمنة والتسلط الفكرى والثقافى والمعرفى . وأصبحت فى العقد الأخير من القرن العشرين أحد مصادر وأدوات الصراع الثقافى والأيدولوجى بين الدول المتقدمة فى أوربا فيما بينها ، وبين الدول المتقدمة ودول العالم النامى .

وحتى نتفهم حقيقة هذا الصراع يجب الإشارة إلى أن طبيعة النظام الدولى الراهن لا تزال تقوم على مبدأ الأمن القومى ، أى حماية حدود الدولة الداخلية والخارجية . ويعكس هذا المبدأ نفسه على وسائل الإعلام والثقافة المتعددة لتأكيد هذا المبدأ فى الدول المتقدمة والنامية على السواء .

ولكن تلك القدرة على حماية الحدود وحماية الأمن القومى ، ليست متكافئة لتحقيق تلك الحماية الثقافية ، أى حماية قيمها وثقافتها وأخبارها وإعلامها من الاختراق والتشويه . وكما ذكرنا من قبل أن قدرات الدول العظمى وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية ، الإعلامية والثقافية والتكنولوجية هيأت لوسائل اتصالها اختراق الحدود القومية ، وأصبح هناك إعلام عالمى يقوم على مبدأ الإتقان فى توصيل الخبر مستغلين فى ذلك تقنيات وفنون مبهرة لها قدرة على الإمتاع والتأثير فى نفس الوقت . فالصورة والصوت والخبر والمعلومة كلها وضعت فى إطار إعلامى وثقافى وفنى يوجه غالبا إلى غايات لتحقيق أهداف مستترة بعيدة المدى تخدم سياسة وأيدولوجية الدول المتقدمة^(١١) .

وتصبح شعوب الدول النامية والدول الأقل تفوقا في مجالات التكنولوجيا وصناعة الاتصال الجماهيري أمام تيار إعلامي مغرض لا يمكن تلافى تأثيره على العقبات المختلفة .

وولد هذا الوضع صراعا فكريا حادا بين الدول المتقدمة في صناعة الإعلام والثقافة والدول الأخرى الأقل تقدما ، ويمكن صياغة هذا الوضع المتصارع من خلال تحليل فكرة الحرية والمساواة وحق التعرض لبرامج القنوات الفضائية للإعلام والاتصال الجماهيري^(١٢) .

أكدت الدراسات الإعلامية على أن الاعلام والاتصال الجماهيري كانا في الماضي القريب أدوات هامة لتأكيد مبادئ حقوق الإنسان ، حول مبدأ الحرية والمساواة والحق في التعرض للثقافة والإعلام ، وإذا كان هذا المبدأ في الماضي أساسا وركيزة للتقدم الفكري والثقافي ، أصبح في الفترة الحديثة يعرض المجتمعات لمزيد من الصراع الأيديولوجي والعنصري خاصة في تلك الدول الأقل تفوقا في صناعة الثقافة والإعلام الجماهيري فتعرض تلك الدول لمضمون وثقافة الاتصال الجماهيري للدول المتقدمة ، يطرح مسألة الاستقلال الثقافي كتحد من التحديات الكبرى التي أضيفت أمام الدول والشعوب الأقل تقدما في الشمال والجنوب^(١٣) . بل أصبحت هذه المسألة مصدرا من مصادر القلق والتوتر حتى في الأقطار المتقدمة من القارة الأوروبية . ففكرة الأمن القومي ، والأمن الثقافي ، أي حماية الثقافة القومية من الاختراق والذوبان في الثقافات الأخرى ، تتعارض مع مبدأ حقوق الإنسان في التعرض لمضمون الثقافة والإعلام .

ففكرة الأمن القومي والثقافي تعنى اليوم عدم التبعية للغير ، تبعية ثقافية تنال من الهوية الوطنية والقومية . ولكن في ظل تفوق دول في العلوم والتكنولوجيا وفنون صناعة الثقافة إلى جانب تلك المقدره الفائقة في توسيع دائرة الانتشار ، والبث عن طريق الأقمار الصناعية للاتصال وتعدد القنوات الفضائية للاتصال ، أصبحت تلك

الثقافة الوافدة يمكن التقاطها من خلال « الدش » أو الهوائي ، فأصبح الوضع أكثر تعقيدا وأصبحت المطالبة بالاستقلال الثقافي تطابق تماما فكرة المطالبة بالاستقلال السياسي والاقتصادي ، فالتليفزيون الدولي لا يحقق بواسطة القنوات الفضائية الأخذ والعطاء الثقافي أى التواصل الفكرى والثقافى ، ذلك « لأن العلاقة منذ البداية غير متوازنة . « فالعلم والتكنولوجيا أو التقانة » وهما عنصران من عناصر الثقافة لا وطن لهما ، وبالتالي فهما لا يدخلان فى علاقة جوهرية مع الهوية الوطنية والقومية . وبعبارة أخرى إن عدم امتلاكها ومن ثمة الاضطرار إلى استيرادهما لا ينال مبدئيا على الأقل من الكيان الوطنى أو القومى لا على مستوى السيادة ولا على مستوى الهوية ، غير انه عندما يتحولان إلى وسيلة يوظفها اهل ثقافة معينة فى اختراق ثقافات أخرى بقصد التوسع والهيمنة فإن الأمر يختلف هنا ونكون فعلا ازاء تبعية ثقافية تفرضها الثقافة المالكة للعلم والتقانة على الثقافات التى لا تملكها أو تتوفر عليهما بمستوى ادنى ... وهذا ما هو حاصل فعلا فى عالم اليوم ... فالهيمنة الثقافية من طرف القوى المالكة ... أصبحت تخدم الهيمنة الاقتصادية والسياسية وهكذا فالاختراق الثقافى ليس خطرا على الهوية وحدها بل إنه يهدف من وراء الهيمنة الثقافية فرض التبعية الاقتصادية والسياسية « (١٤) .

وكان يجب على تلك الدول المهيمنة والمسيطرة على ثقافة الاتصال^(١٥) الجماهيرى وكما يسميها البعض « الدول التى تمارس الإمبريالية الثقافية على العالم أجمع بما فيها (دول أوروبا الغربية) . ويعنون الولايات المتحدة الأمريكية » - كان يجب إذن على تلك الدول الإمبريالية أن تحمى هذا الحق المكتسب من خلال تأكيد وترويج مبادئ متعددة كمبدأ الحق والحرية والمساواة فى الاتصال والتعرض لمضمون ثقافة الاتصال ومن بينها ثقافة التليفزيون . فمن خلال تدعيم مبادئ حرية الفرد والحق فى الاختيار فان لتلك الدول المصدرة للتكنولوجيا والإعلام والاتصال الجماهيرى فى ثنايا تطبيق حقوق الإنسان ، حماية لصناعتها الثقافية التى تبثها برامج

التلفزيون الدولي والقنوات الفضائية ، والتي تعتبر أدواته الحديثة والهامة لبث أفكار جديدة وتصديرها للعالم بهدف غزو أسواق جديدة وثقافات وكيانات تستطيع تحطيم إرادتها بالمنطق والإبهار والمعلومات والبرامج المتعددة^(١٦) .

ونؤكد هنا مع « فولتون » أن الدول الكبرى تحمي ليس فقط أفكارها بل تعميمها في إطار اوسع مستفيدة في ذلك بثورة الاتصالات والتطور المستمر في الأقمار الصناعية والقنوات الفضائية العالمية التي تضاعف من إمكانيات تعميم هذا الفكر الغربي في صور مختلفة وأشكال متعددة من البرامج والمعلومات .

ويمكن القول إذن أن الدول الكبرى تنظر الى القنوات الفضائية للاتصال الجماهيري ونشر الثقافة كأحد الإنجازات الكبرى التي تحقق استراتيجيتها الثقافية والسياسية وتدعم أفكارها الاقتصادية^(١٧) . فهي إحدى المنجزات التي حققتها بمجهود طويل وشاق من العمل والعلم والإتقان والبحث العلمي والتي يجب عليها حمايتها بكل الطرق والوسائل حتى ولو كان هذا على حساب دول وشعوب العالم الثالث . هكذا يعتقد مفكرو وكتاب الغرب للدفاع عن شرعية الدول المتقدمة وحقها في دعم أفكارها ومنطقها واستراتيجيتها التوسعية .

ثالثا : الاستثمار في صناعة الاتصال الجماهيري وتأکید الصراع بين الشرق والغرب^(١٨) .

وينظر إلى وسائل الاتصال الجماهيري كأحد المصادر الهامة للاستثمار والربح ، وتترقب نظرا لذلك الجماعات والشركات الدولية المتعددة الجنسيات الدخول كشريك لتمويل مشروعات الاتصال الجماهيري وصناعة الثقافة في معظم دول العالم . ففى أوروبا الشرقية وبعد تصفية وانهيار الاتحاد السوفيتي ، كان أمام هذه الشركات الفرصة الكبرى للانقضاض وشراء أهم الصحف الوطنية وإقامة محطات خاصة للاذاعة والتلفزيون تبث عبر القنوات الفضائية للاتصال . فابتداء من أوائل ١٩٩٠ م بدأت

هذه الجماعات فى تنفيذ مخطط واسع للهيمنة والانتشار فى أوروبا الشرقية ، أما فى أوروبا الغربية فكانت حركة الاستثمارات فى دول كإسبانيا والبرتغال واليونان مثلا أنشط كثيرا من الدول الأخرى الأوروبية الغربية فأصبحت تلك الشركات الدولية تسيطر إلى حد أكبر مساحة من المضمون الإعلامى فى وسائل الاتصال الجماهيرى ، وتبشها عن طريق القنوات الفضائية الدولية للإذاعة والتليفزيون وكان من نتائج هذا الإجراء ان أصبح الإعلام الوطنى والثقافة الوطنية فى وضع غير متوازن وغير متكافئ من حيث الجودة والتنوع والإتقان وكشافة المعلومات ... فلا بد أن تهيمن ثقافة الطرف الأقوى اقتصاديا وتقنيا على ثقافات ومضمون وسائل الاعلام الجماهيرى للدول الأقل تفوقا... هذا الوضع اذن يؤدى إلى مزيد من الصراع .

ولعل وضع بلجيكا فى أوروبا الغربية يقدم مثلا أكثر وضوحا لتلك العلاقة بين الهيمنة الإعلامية للدول الأجنبية عن طريق الشركات المتعددة الجنسيات والإعلام الوطنى ، فهى كدولة صغيرة أوربية تفتقر إلى الوحدة الثقافية والقومية بسبب انقسامها اللغوى والثقافى فهى من أكثر الدول الغربية عرضة للاختراق الإعلامى والثقافى من قبل الدول الأخرى فى أوروبا وخاصة هولندا وألمانيا وفرنسا ، هذا إلى جانب القنوات الناطقة بالإنجليزية . والتنوع يعتبر من أكبر النسب فى أوروبا الغربية .

ولعل هذه القضية تنصدر اهتمام الباحثين والدارسين هناك لاعتبارها من أهم العوائق لاستمرار هيئة الإذاعة والتلفزيون البلجيكية بشقيها «الفرانكوفون» والنيرلانديون «RTBN- RTBF» لتحقيق الوحدة والهوية القومية البلجيكية^(١٩) .

ويخلق هذا الوضع التنافسى بين القنوات الوطنية والقنوات الأخرى الدولية للاتصال ردود فعل عنيفة وصراع بين المستويين الشعبى والرسمى على السواء ، لبحث المسؤولين فى مجالات الثقافة والإعلام لوضع صيغ أكثر حزما تحقق التوازن الثقافى والحفاظة على الهوية والوحدة القومية .

ولعل هناك وجها آخر من القضية يفسر هذا الوضع المتأزم فى أوروبا الغربية .

ومساندة وسائل الإعلام والثقافة الدولية خاصة القنوات الفضائية فى تأكيدده وهو الميل الى العالمية والتكتل الاقتصادى . هذا العامل يضع الدول القومية أمام اعتبارات ضيقة للغاية . أما الترابط والتبعية المتبادلة فى مقابل التخلّى عن جزء من الهوية والسيادة الثقافية والسياسة القومية ، أو التقوقع والعزلة القومية والانغلاق الثقافى والاقتصادى . وتنعكس هذه الأوضاع على مضمون الإعلام وثقافة الاتصال الجماهيرى . وهذا ما يحدث فى الأونة الأخيرة فى أوروبا الغربية . ويخلق نوعا من الصراع الحاد ، إما تقلص فى الدور الرائد للدولة الوطنية والأمة فى صنع القرار ، وبالتالي التبعية لمراكز التكتل الأوروبى ، أو السيادة والعزلة الوطنية^(٢٠) .

ويخشى من هذا الوضع على المسألة الثقافية حيث « تؤدى الوحدة الاقتصادية والسياسية بين دول أوروبا الغربية الى إلغاء دور الدولة الوطنية فى حفظ وإحصاب الثقافة الوطنية المؤسسة لهويتها كدول من نوع الدول - الأمة ، الأمر الذى يهدد بانبعث النعرات الإثنية والطائفية على مستوى القارة الأوربية ... مما سيجعل أوروبا تتحول من مجموعة من الدول الوطنية المعتزة بثقافتها المتمسكة بهويتها إلى فسيفساء من الإثنيات والطوائف والثقافات المنفردة لا يجمعها سوى سوق اقتصادية مشتركة » فى غياب الثقافة المشتركة المؤكدة للهوية ، فلن يجمعها على الصعيد الثقافى شئ آخر غير ما تفرضه الهيمنة الإعلامية التجارية التى تمارسها الولايات المتحدة من خلال القنوات الدولية للاتصال الجماهيرى .

رابعاً : الصراع الأوروبى وتفسير المحنة والقضية التى تواجهها الثقافات القومية هناك وتخلق نوعاً آخر من الصراعات السياسية .

لقد أدى انهيار الاتحاد السوفيتى إلى انحسار أهمية الفكر الاشتراكى والأيدولوجية الماركسية لتحل محلها فلسفة الاقتصاد الحر وأيدولوجية اليمين

المتطرف المسيطر والموجه للفكر الاقتصادي والثقافي ، وتؤكد وسائل الإعلام وتقنياته المتقدمة من خلال القنوات الفضائية ، فكما كان يحدث في عهد الثورة الصناعية ، فالفكر الأوحده المسيطر كان الفكر الليبرالي المتطرف . هذا في مقابل النزعة القومية والقطرية التي كانت سائدة في أوروبا منذ بدايات العشرينات من القرن العشرين وحتى انتهاء الحرب العالمية الثانية^(٢١) .

ويظهر الآن وبشدة هذا المد الجديد الاقتصادي والثقافي الذي يريد استعادة فكرة القوميات والحفاظ عليها . وقد يشكل هذا الوضع المتصارع خطرا كبيرا على الوحدة الأوروبية ويقضى عليها تماما ، لكن سلاح مقاومة أوروبا الموحدة هو الإعلام والدعاية ونشر الثقافة الأوروبية الموحدة مستغلة في ذلك القنوات الفضائية للاتصال وتركز تلك السياسة الإعلامية الأوروبية على التليفزيون الدولي تركيزا مكثفا لتحقيق تلك الأهداف والغايات العاجلة . وهنا العديد من الأمثلة على الوسائل المستخدمة لتحقيق تلك الأهداف ، وهو تقديم تلك النزعات القومية المتعددة في صورة سلبية ، فتنافس القنوات الفضائية للاتصال في أوروبا من خلال البرامج العديدة لمعالجة تلك القضية بصورة مكثفة تلقى الأضواء على هؤلاء الذين يؤيدون الفكر القومي الوطني ، فتارة يعالجون آراءهم بموضوعية وتارة أخرى يحرضون الرأي العام الأوروبي تجاههم فيشككون في نواياهم السياسية ، ويتهمون هؤلاء بالنزعة الفاشية والنازية في ميولهم^(٢٢) .

ولا شك أن تحيز الإعلام الغربي وخاصة التليفزيون الدولي لفكرة التكتلات الدولية والوحدة الأوروبية أصبح جوهر المسألة الثقافية في أوروبا الغربية .

إذن يمكن القول أن هناك أربعة محاور أساسية تشكل وتعكس الأوجه المتعددة

للصراع الاوروبى ، وبأخذها الإعلام الدولى وقنوات الاتصال الفضائية خاصة التليفزيونية محورا لبرامجه المكثفة . وكلها تؤدى إلى عنصر واحد وهو الصراع بكل أشكاله : أما الصراع من أجل تحقيق القومية الأوروبية مقابل الانطواء على الذات الوطنية ، أو رفض أوروبا . وإما التجانس العرقى والدينى أى رفض الأقليات الدينية وتنقية أوروبا مثال «حرب البوسنة» ورفض الهجرة إلى أوروبا والاضطهاد العنصرى .

خامسا : قنوات التليفزيون الدولية والهوية العربية :

لاشك أن ما قدمنا فى النقاط السابقة يوضح ويؤكد الأهداف الثقافية والاقتصادية والسياسية للدول المسيطرة فى الغرب ولا شك أن لهذه السياسات الإعلامية والثقافية دلالتها وانعكاساتها المتعددة على الأوضاع الثقافية والإعلامية أى على الهوية والذاتية الثقافية العربية .

والقضية التى نود طرحها فى تلك النقطة تتعلق بالقضايا التى يمكن أن تثيرها قنوات الاتصال الدولية على مجتمعات وشعوب دول العالم النامى ومصر بصفة خاصة، فهى المحور والهدف الذى يشكل تحليلنا منذ البداية .

لقد أصبحت ثقافة الاتصال الجماهيرى بمفهومها الغربى أحد عناصر التسلط الفكرى والثقافى ، (وكما أوضحنا من قبل فى النقاط السابقة) ، والتى يمكن أن تؤثر تأثيرا سلبيا على الثقافة والهوية العربية برموزها المتعددة .

ولعل السؤال الملح فى هذه النقطة هو إلى أى مدى تهدد قنوات الفضاء الدولية بكل ما تحمله من برامج ثقافية ودرامية وفنية ومعلومات وأخبار الهوية الثقافية والذات الوطنية العربية خاصة فى مصر ؟

وحتى يمكن الرد الموضوعى على هذا السؤال نقوم بتحليل ما يلي :

١- الديمقراطية والحق فى الاتصال من منظور عربى .

٢- الدراسة الميدانية لجمهور القنوات الفضائية فى مصر .

هذا التحليل سيضع أمامنا مسارا لخطة مستقبلية للإعلام العربى على المستوى القطرى والمستوى الإقليمى العربى .

ولحصر هذا الإطار المتراعى نقدم تحليلا ، وكما سبق أن أشرنا ، فى النقطتين التاليتين :

١- الديمقراطية والحق فى الاتصال .

٢- الدراسة الميدانية على جمهور القنوات الفضائية فى مصر .

١- الديمقراطية والحق فى الاتصال : طالبت دول العالم النامى منذ

سنوات قليلة على صعيد المؤتمرات الدولية بالديمقراطية والحق فى الاتصال كرد فعل

على مخاوف تلك الدول المنتمية إلى العالم النامى لرد انعكاسات السيطرة الإعلامية

للدول الكبرى عن طريق ثقافة الاتصال الجماهيرى ومضمون الوسائل الإعلامية

والدولية ، للاعتراض على سياسة تصدير تلك الثقافة الاستهلاكية والمواد الإخبارية

التي تتدفق من مصدر واحد عن طريق تلك الوسائل الحديثة . والتي لا يأخذ

مضمونها اعتبارا للمنطلقات التنموية والثقافية التى يحتاجها الفرد فى دول العالم

النامى ، فتتدفق البرامج من منطلق واحد ووجهة نظر واحدة دون الأخذ فى الاعتبار

وجهات النظر المتعددة الصادرة من دول العالم النامى^(٢٣) .

هذه المطالبة كان الهدف منها يتركز فى إيجاد صيغة دولية لحماية حق الدول

النامية فى الاتصال والديموقراطية الفكرية ، أى إيجاد وتخصيص مساحة معقولة للإعلام القومى فى الدول النامية للتعبير عن قضاياها الحقيقية ، وللدفاع عن وجهات نظرها ، بدلا من تلك النظرة الأحادية .

ولكن وكما أشرنا من قبل فإن منطق القوة والسيطرة الذى يفرضه التميز والتطور المستمر العلمى والتكنولوجى والصناعى والاقتصادى يجب أن يقابله تميز آخر مقابل له حتى يمكن تحقيق هذه المبادئ كالحق فى الاتصال والديموقراطية الثقافية . فما الذى يمكن أن تفعله الدول العربية مجتمعة للدفاع عن قضايا ثقافية وأيدولوجية يروجها ويشيرها الإعلام الغربى المتفوق فى الصناعة والتكنولوجيا وعبر القنوات ، وتعبير الحواجز والحدود القومية وتبث من خلال التليفزيون فى الحدود القومية - وعبر تلك البرامج الدولية .

ماذا فعل الإعلام العربى لمواجهة هذه الدعاية الكاذبه ضد الإسلام دينا وثقافة وأيدولوجية . لقد أصبحت تلك النقطة من أهم التحديات التى تواجهها الدول الإسلامية بصفة عامة والعربية ومصر على وجه الخصوص . فبانهبهار الشيوعية العالمية... « يزداد الاتجاه المسيطر فى العقلية الغربية فى الدول المتقدمة نحو اعتبار الإسلام الخصم الذى سيحل محل الشيوعية . كعدو للغرب . فمنذ انتهاء الحرب الباردة وانهبهار الاتحاد السوفيتى يكثف الغرب الدراسات خاصة فى الولايات المتحدة الأمريكية ومؤسسات بحوثه الاستراتيجية فى مختلف المجالات ، لمحاولة التعرف على الخصم البديل الذى سيحل محل الاتحاد السوفيتى ويصبح بمثابة الآخر أى الطرف أو الأطراف المعادية للغرب ولنمط حياته الغربية الأمريكية^(٢٤) والأوربية ، ولقد كان الاتحاد السوفيتى لوقت قريب هو الشيطان الأكبر أو « الخطر الأحمر » الذى يعمل الغرب على مقاومته ، وكانت أجهزة الإعلام والدعاية وثقافة الاتصال بكل إمكاناتها الجبارة التقنية والثقافية والبحثية وبرامجها المتنوعة المبهرة من الناحية الفنية والفكرية

تتجه لترسيخ هذه الأفكار منذ فترة طويلة .

أما الآن وبعد انهيار تلك القوى المعادية للمجتمع الغربي الأوربي والأمريكى فى الولايات المتحدة كان لا بد من ملء هذا الفراغ ، « وهناك بدائل متعددة لملكه أى هناك أكثر من مرشح ، «الخطر الأصفر» والذى يرمز إلى النهضة الاقتصادية فى شرق آسيا ومثل انتشار الأسلحة النووية فى عالم « الجنوب » وانتشار « الإرهاب » الموجه ضد المصالح الأمريكية وغرب أوروبا ، فالتركيز الآن يقع على الإسلام بصورة خاصة^(٢٥) . وهم فى ذلك يجندون الجهد والمال والبحث العلمى لإيجاد الصيغ المناسبة والبراهين المنطقية التى يمكنها الإقناع وتأكيد تلك الصورة الخاطئة .

فلقد بدأوا يضعون العديد من الدلالات والرموز لهذا الخطر المزعوم « كالخطر الأخضر» فهو ضخم ومخيف ومعاد للغرب ويتغذى على الفقر والسخط وينتشر فى بقاع عديدة من العالم مما يسمح بإظهار حرائط العالم الإسلامى على شاشة التليفزيون باللون الأخضر كما كانت الدول الشيوعية تظهر باللون الأحمر^(٢٦) .

وتؤكد العديد من الدراسات الاستطلاعية فى الغرب الأوروبى ، منذ منتصف الثمانينات هذه الصورة عن العربى والإسلامى بصفة عامة ، تؤكد بموجبه أن ٥٥% من الفرنسيين الذين أجرى معهم الاستطلاع يعتبرون الإسلام « بمثابة عامل للحرب» واستطلاع ثالث أجرى عام ١٩٨٩ من قبل « وكالة أيثوب » بطلب من صحيفة لومند وراديو لوكسمبورج ، وتناول أوضاع المسلمين فى فرنسا ، وتنتمى هذه الفئة الى أبناء وشعوب العالم العربى بنسبة ٥٠% من مجموعة المسلمين فى فرنسا ، ولقد تبين بموجب هذا الاستطلاع أن كل فرنسيين اثنين من أصل ثلاثة ، لديهما صورة سلبية عن الإسلام^(٢٧) .

تلك الصورة القاتمة التى يحاول الآخر بثها فى الفكر والوعى القومى الغربى ، تضع الدول العربية والإسلامية ومصر بصفة خاصة وإعلامها أمام تحديات عديدة وقضايا يجب مواجهتها بموضوعية وطرحها على الرأى العام القومى خاصة من

خلال قنوات التليفزيون .

٢- الدراسة الميدانية على جمهور القنوات الفضائية فى مصر :

وحتى نتحقق من تلك التحديات التى تواجه الهوية والثقافة القومية نقوم بإجراء دراسة ميدانية على عينة من جمهور القنوات الفضائية فى مصر لاستكمال ما بدأناه من دراسة حول التحديات التى تطرحها قنوات التليفزيون الفضائية على الهوية والثقافة القومية وحتى يمكن وضع التدابير والبدائل اللازمة لرسم سياسة مستقبلية للمواجهة والتصدى .

جمهور القنوات الفضائية فى مصر : دراسة ميدانية :

أولا : منهجية الدراسة :

فى إطار الدراسات الوضعية استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعى بشقيه الوصفى والتحليلى للوصول إلى بيانات علمية حول الظاهرة موضع الدراسة ، هى التعرض للقنوات الفضائية فى مصر من حيث حجم التعرض وأنماطه والمضمون الأكثر جذبا للمشاهدين وآثار امتلاك الدش على التعرض للإعلام المصرى ، وتأثيره أيضا على قيم واتجاهات المشاهدين .

مجتمع الدراسة :

يشكل كل مالكى الدش مجتمع الدراسة ، وقد تم تحديد هذا المجتمع بناء على أهداف الدراسة .

اختيار العينة :

وقع اختيارنا على محافظة الجيزة لإجراء المسح على عينة مكونة من ١٥٠ مفردة تمثل أكثر من ٦٪ من مالكى الدش . ويمثل هذه العينة ذكورا وإناثا وطلبة جامعة

وموظفين وأصحاب أعمال حرة .

أداة جمع البيانات :

تم تصميم صحيفة استقصاء مكونة من ٤٢ سؤالاً لقياس حجم التعرض وآثار هذا التعرض على متغيرات مثل استخدام وسائل أخرى والقيم والإشباع التي تتحقق من خلال هذا الاستخدام .

فروض الدراسة :

الفرض الأول :

هناك علاقة ارتباطية بين التعرض للقنوات الأجنبية من ناحية وبين معرفة اللغة الأجنبية للمبحوثين من ناحية أخرى .

الفرض الثاني :

في إطار الغزو الثقافي يتوقع أن تحظى البرامج الترفيهية وينسب مشاهدة أكبر من التعرض للأخبار والبرامج الثقافية .

الفرض الثالث :

يعد التعرض للقنوات الفضائية في مصر أحد العوامل التي تهدد الأمن الثقافي والهوية الثقافية في المجتمع .

الفرض الرابع :

تحتل المعلومات الواردة عبر القنوات الفضائية بمصدقية أكبر من البرامج المحلية .

توصيف عينة الدراسة :

(أ) من حيث النوع

(أ)

النوع	ذكور		إناث		جملة	
	ك	%	ك	%	ك	%
العدد	٧٥	٥٠	٧٥	٥٠	١٥٠	١٠٠

(ب) من حيث المستوى الاقتصادي

(ب)

المستوى	منخفض		متوسط		مرتفع		جملة	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
العدد	-	-	٤٠	٢٦,٧	١١٠	٧٣,٣	١٥٠	١٠٠

(ج) من حيث العمل

(ج)

العمل	طلبة		موظف حكومي		أعمال حرة		جملة	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
العدد	٧٥	٥٠	٢٠	١٣,٣	٥٥	٣٦,٧	١٥٠	١٠٠

- (٧٥) من طلبة كلية التجارة والاقتصاد والآثار .
 (٥٥) من أصحاب الأعمال الحرة فى حى العجوزة .
 (٢٠) من الموظفين فى الحكومة وقطاع الأعمال فى العجوزة .

ثانيا نتائج الدراسة :

١ - أ - ملكية الدش

من قراءة الجدول رقم (١) يتضح أن ملكية الدش بين أفراد العينة تمتد لأكثر من سنة بين ٦٠٪ من العينة بينما تصل من لا تتجاوز ملكيتهم للدش لمدة سنة نسبة ٦٠٪ وهذا يعنى أن هذه الظاهرة مازالت فى بداية تطورها وانتشارها بين المواطنين فى مصر . أما من حيث المستوى الاقتصادى وملكية الدش فقد تبين أن ذوى المستويات الاقتصادية المرتفعة كانت أكثر استجابة لامتلاك الدش باعتبارهم مقتنين مبكرين للمستحدثات التكنولوجية انعكاسا لوضع هذه الفئة فى المجتمع .

جدول رقم (١) يبين توزيع عينة الدراسة
 وفقا للنوع ومدة امتلاك الدش

جملة ك	إناث ك	ذكور ك	النوع	
			مدة امتلاك الدش	
٩٠	٥٠	٤٠	منذ سنة	
٦٠	٧٥	٣٥	من سنتين إلى ثلاث سنوات	
١٥٠	٧٥	٧٥	إجمالي	

ويوضح جدول (٢) أن ذوى المستويات المتوسطة كانوا فى معظمهم متأخرين فى شراء الدش .

جدول رقم (٢) يبين توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى الاقتصادى ومدة امتلاك الدش

مده امتلاك الدش	المستوى	متوسط		مرتفع		جملة	
		ك	%	ك	%	ك	%
منذ سنة فأقل من سنتين إلى ثلاث سنوات	٢٥	٧٥	١٠٠	٢٥	٧٥	١٠٠	٧٥
	١٥	٣٥	٥٠	١٥	٢٥	٥٠	٢٥
جملة	٤٠	١١٠	١٥٠	٤٠	١١٠	١٥٠	١٠٠

ب - نوع الدش :

إن النوع الأكثر انتشاراً بين أفراد العينة هو الدش قطر ٢٤٠ سم وذلك بين ٤٤٪ من حجم العينة . بينما الدش قطره ٣,٥ متر والذي يعد نموذجاً قديماً نسبياً ينتشر بين ٧,٢٠٪ فى حين أن أنواعاً مثل BENJAMIN والمصانع الحربية المتحرك ، وغيرها منتشرة بين ٣,٣٥٪ من حجم عينة الدراسة .

وأياً كان النوع فإن الملاحظ اتجاه تصنيع الدش محلياً ورخص ثمنه مما يفتح الباب لتكهنات بإمكانية انتشاره فى سنوات قليلة حتى بين الفئات ذوات الدخول المتوسطة ،

وهذا المؤشر المتوقع يفرض على مخططي الاتصال مسئولية الإعداد لمواجهة الآثار الثقافية والاجتماعية المتوقعة لإتساع دائرة استقبال إرسال القنوات الفضائية الأجنبية في مصر .

ج - طريقة شراء الدش :

من بيانات جدول رقم (٣) يتبين أن شراء الدش «نقدًا» يعد هو الأسلوب الأكثر اتباعا بين أفراد العينة وكان ذوو المستوى الاقتصادي المرتفع أكثر شراء بالنقد من ذوى المستوى المتوسط وإن كانت الطريقة الثانية «بالتقسيط» أيضا قد اتبعت فى امتلاك الدش ، أى أن تيسير امتلاك الدش لم يعد يعوقه طريقة الدفع ، مما يؤكد ما ذهبنا إليه من احتمال انتشار الدش يمكن أن يحقق توزيع استقبال القنوات الفضائية على نطاق شعبى POPULAR فى وقت قريب ، فكيف يمكن تصور الآثار المحتملة على الأطفال والمراهقين وذوى المستوى الثقافى والتعليمى المحدود .

جدول رقم (٣) يبين توزيع عينة الدراسة
وفقا للمستوى الاقتصادى وطريقة شراء الدش

طريقة شراء الدش	المستوى	متوسط ك	مرتفع ك	جملة ك	جملة %
بالنقد	٢٠	٥٩	٧٩	٥٢,٧	
بالتقسيط	٢٠	٥١	٧١	٤٧,٣	
جملة	٤٠	١١٠	١٥٠	١٠٠	٪

د - مصدر شراء الدش :

توضح بيانات الدراسة أن أكثر من نصف المبحوثين قد حصلوا على الدش من مصر بنسبة ٥٢,٧% من العينة ، فى حين كان شراء الدش من الخارج بنسبة ٤٧,٣% ، وقد تركز معظم من اشتروا الدش من الخارج فى رجال الأعمال ذوى الأعمال الحرة ربما لكثرة أسفارهم وإطلاعهم على أحدث ما فى الأسواق العالمية .

هـ - دوافع امتلاك الدش :

يوضح جدول رقم (٤) أسباب ودوافع شراء الدش بين أفراد العينة وقد توزعت الأسباب أو الدوافع إلى ثلاثة دوافع رئيسية هى :

- شراء الدش من أجل الانفتاح على العالم الخارجى بنسبة ٥٠% .
- شراء الدش لأن القنوات المحلية المصرية هابطة ودون المستوى المطلوب ، وذلك بنسبة ٢٣,٣% من العينة .
- بناء على طلب الأولاد وذلك بنسبة ٦,٧% من العينة .

جدول رقم (٤) يبين توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع وأسباب شراء الدش

جملة ك %	إناث	ذكور	النوع	
			نوع الدش	
٧٥ ٥٠%	٤١	٣٤	للانفتاح على الثقافات الأخرى	
٣٥ ٢٣,٣%	٢٠	١٥	لعدم الرضا عن البرامج المحلية	
٣٠ ٢٠%	١٢	١٨	بناء على طلب الأولاد	
١١ ٧,٣%	٣	٨	أخرى	
١٥٠	٧٥	٧٥	إجمالي	

وهكذا يتصدر الدافع إلى المعرفة والاطلاع على أحداث وقضايا المجتمع الدولي ودوافع امتلاك الدش وتعد هذه النتيجة على درجة كبيرة من الأهمية ، إذ توضح البيانات أن ٣, ٢٣٪ قد اشتروا الدش لعدم رضاهم عن برامج التليفزيون المصرى ، وهناك سبب آخر أظهرته إجابات المبحوثين وهو أن إلحاح الأبناء كان وراء الدش كنوع من أنواع التقليد لزملائهم وسمة من سمات الطبقة أو الفئة الاجتماعية التى ينتمى إليها هؤلاء الأبناء ، ولعل هذه النتائج توضح أن جيل الشباب أكثر ارتباطا بهذه التكنولوجيا من حيث التعرض فهل يمكن أن نتوقع ظهور جيل تربى على هذه المضامين الوافدة ويتخلى تدريجيا عن قيمه الذاتية ؟ إن هذه النتيجة مع بقية النتائج يمكن أن تكون مؤشرات لاختبار الفرضية التى تقول : إن التعرض للقنوات الفضائية هى من أحد العوامل التى تهدد الأمن الثقافى المصرى والهوية الثقافية فى المجتمع .

و - عدد القنوات التى يستخدمها المبحوثون :

يوضح جدول رقم (٥) أعداد القنوات الأجنبية التى يتعرض لها المبحوثون عبر الدش وعدد اللغات الأجنبية التى يتقنونها ، وقد تبين أن الأكثر إلماما باللغات الأجنبية يشاهد أكثر من ٨٠ قناة أجنبية ، والذين يشاهدون ١٠ - ٢٠ قناة نسبتهم ٢٠٪ من جملة العينة ، معظمهم ممن لا يعرفون سوى لغة واحدة مع اللغة العربية .

أما الفئة الثانية التى تشاهد من ٢٠ - ٤٠ قناة أجنبية فنسبتهم تصل إلى ٣, ٣٩٪ .

جدول رقم (٥) يبين توزيع عينة الدراسة
وفقا لعدد القنوات ومعرفة اللغات الأجنبية

جملة ك %	أكثر من لغة أجنبية	لغة أجنبية واحدة	عدد اللغات الأجنبية عدد القنوات	
٢٠	٣٠	١٠	٢٠	للافتتاح على الثقافات الأخرى
٣٩,٣	٢٩	٢٩	٣٠	لعدم الرضا عن البرامج المحلية
٢٤	٢٠	٢٠	١٦	بناء على طلب الأولاد
١٣,٣	١٦	١٦	٩	أخرى
١٠٠%	١٥٠	٧٥	٧٥	إجمالي

أما من يشاهدون ٤٠ - ٦٠ قناة فتسببهم في العينة ٢٤% بينما من يشاهدون أكثر من ذلك فتصل نسبتهم إلى ١٣,٣%، هذه النتائج تفيد أن الذين يشاهدون أكثر من ٢٠ قناة أجنبية يصل إلى ٨٠% من جملة العينة، ومعنى هذا أن السيطرة الثقافية للمضمون الأجنبي الدرامي، والبرامج الترفيهية والإخبارية وغير ذلك من برامج المنوعات، قد تبعد الأفراد عن واقعهم الثقافي فتزداد إمكانيات تمييع الذات الثقافية العربية وتزداد احتمالات تهديد الأمن الثقافي والفكري. والشباب المصري يواجه قضايا متعددة على المستوى الثقافي والتعليمي والاقتصادي. فأزمة التعليم وقضايا البطالة تؤثر على معنويات الشباب، وتصيبه بالإحباط وافتقاد الهدف. فينقاد مجبرا إلى البرامج المختلفة للتلفزيون الدولي، ولعل هذه النتيجة تفيد في اختيار فرض الأمن الثقافي الذي يتسق مع نظرية الغزو الثقافي.

٢ - عادات وأنماط التعرض للقنوات الفضائية فى مصر :

أ - استمرارية التعرض EXPOSURE :

يوضح جدول رقم (٦) أن الذين يشاهدون القنوات الفضائية يوميا «دائما» نسبتهم ٥١,٣% أى أكثر من نصف عينة الدراسة يحرصون على مشاهدة القنوات الفضائية كل يوم سيما أن هناك نسبة ٢٨,٧% تشاهد هذه القنوات بعض أيام الأسبوع . وبينما الطلبة هم الأكثر تعرضا يوميا فإن رجال الأعمال والموظفين يشاهدون بعض الأيام وهناك نسبة ٢٠% من المبحوثين يشاهدون على فترات متقطعة وبشكل عام هناك ٨٠% يشاهدون بكثافة أى أكثر من ٤ ساعات يوميا .

وكما يبدو من الجدول فإن الطلبة وأصحاب الأعمال الحرة أكثر كثافة فى مشاهدة القنوات الفضائية . وهذه الكثافة سوف يكون لها تأثير على التعرض للتلفزيون المصرى ، ومن هنا فإن سيطرة المضمون الأجنبى على محصلة قيم ومعارف المبحوثين واردة ومحتملة بينما يتخلى الفرد بشكل غير واع عن قيمه الثابتة .

جدول (٦) يبين توزيع العينة وفقا لكثافة المشاهدة والوظيفة

كثافة المشاهدة	الوظيفة	طلبة	موظفون	أعمال حرة	جملة
ك	ك	ك	ك	ك	%
يومية	٣٧	٥	٣٥	٧٧	٥١,٣
بعض الأيام	٢٠	٤	١٩	٤٣	٢٨,٧
على فترات متقطعة	١٨	١١	١	٣٠	٢٠
	٧٥	٢٠	٥٥	١٥٠	١٠٠%

ب - فترات التعرض :

يوضح جدول رقم (٧) الفترات الأكثر تركيزا من حيث التعرض للقنوات الفضائية لدى المبحوثين ، ويبدو أن التركيز الأساسي يقع في فترتي المساء والسهرة وذلك بنسبة ٨٠٪ حيث يشاهد ٤٣,٣٪ من العينة في فترة المساء يليها من يشاهدون في السهرة بنسبة ٣٧,٣٪ أما من يشاهدون في فترتي الظهيرة والصباح فنسبتهم على التوالي هي ٩,٤٪ ، ١٠٪ فإذا كانت فترات المشاهدة الرئيسية هي المساء والسهرة لمالكي الدش فإن ذلك يعنى التعرض للقنوات الفضائية على حساب القنوات المحلية ، مما يؤكد سيادة نمط ثقافى أجنبى على محصلة معارف هؤلاء المبحوثين .

جدول رقم (٧) يبين توزيع عينة الدراسة
وفقا للعمل ومواعيد مشاهدة القنوات الفضائية

جملة ك %	أعمال حرة ك	موظفون ك	طلبة ك	المهنة أوقات المشاهدة	
				ك	%
١٥	٣	١	١١	الفترة الصباحية	١٠
١٤	٢	٤	٨	فترة الظهيرة	٩,٤
٦٥	٢٩	٧	٢٩	فترة المساء	٤٣,٣
٥٦	٢١	٨	٢٧	فترة السهرة	٣٧,٣
١٥٠	٥٥	٢٠	٧٥		١٠٠

ج - نمط المشاهدة :

توضح بيانات جدول (٨) أنماط تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية والنوع

نمط المشاهدة	النوع		جملة ك	جملة %
	ذكور ك	إناث ك		
مشاهدة فردية	٣٠	٢٠	٥٠	٣٣,٣
مشاهدة مع الأسرة	٣٦	٤٣	٧٩	٥٢,٧
مشاهدة مع الأصدقاء	٩	١٢	٢١	٥٢,٧
اجمالي	٧٥	٧٥	١٥٠	

كما هو مبين فإن نمط المشاهدة الأسرية هو النمط السائد بين أفراد العينة ولا توجد فروق ذات دلالة بين الذكور والإناث ولا بين المهن المختلفة في هذا الشأن ، فهناك نسبة ٣٢,٧% أي أكثر من نصف العينة يفضلون النمط الجماعي للمشاهدة بينما هناك ٣٣,٣% من العينة يشاهدون بشكل فردي ، وهو ما يعني أن ثلث العينة ومعظمهم من الطلبة يفضلون أنماطا فردية للمشاهدة ولعل هذا يرجع في جزء منه إلى المضمون الذي يفضله الشباب من الجنسين حيث تعرض هذه القنوات مواد وأفلاما وعروضاً قد لا يكون من المعتاد أن يتعرض لها الشباب في ظل رقابة أسرية، ومن هنا تأتي خطورة نمط المشاهدة الفردية الذي تتاح فيه للفرد حرية أكبر في اختيار المضامين المثيرة والجذابة وهي بكل تأكيد ليست سوى برامج استهلاكية تنمى في الأفراد سلوكاً غير سوى . وإذا نظرنا إلى نمط المشاهدة مع الأصدقاء وذلك بنسبة ١٤% فإنه يكون لدينا ما يقرب من نصف العينة يشاهدون القنوات الفضائية بطريقة منفردة .

د - حجم المشاهدة :

تفيد بيانات جدول رقم (٩) بأن حجم المشاهدة بين أفراد العينة يتراوح ما بين خمس ساعات أسبوعياً وأكثر من ٢٠ ساعة في الأسبوع ، وبشكل أكثر تفصيلاً فإن المشاهدة الكثيفة خمس ساعات يومياً في المتوسط بنسبة ٣٠٪ من العينة وهم يشاهدون أكثر من ٢٠ ساعة أسبوعياً ، في حين أفاد ٣٢٪ أنهم يشاهدون أكثر من عشر ساعات في الأسبوع ، وأخيراً هناك نسبة ٣٨٪ تشاهد مشاهدة متوسطة وبالطبع تختلف مشاهدة الطلبة عن أولئك الذين يعملون في الأعمال الحرة وأيضاً الموظفين ، حيث تتاح للطلبة العطلات وهم بعد الدراسة يكونون أكثر فراغاً من الفئتين الأخرين . وخطورة هذه النتائج سوف تتضح عند مناقشة آثار التعرض على قيم ومعارف هؤلاء الباحثين ، وعلى سلوكهم المتوقع واتجاهاتهم نحو الأشخاص والأشياء ورموز الحياة الثقافية والاجتماعية .

جدول رقم (٩) يبين توزيع عينة

الدراسة وفقاً للمهنة وحجم المشاهدة للقنوات الفضائية

حجم المشاهدة	الوظيفة	طلبة	موظفون	أعمال حرة	جملة ك %
أقل من عشر ساعات أسبوعياً	٣٠	٢	٢٥	٧٥	٣٨٪
أقل من عشرين ساعة أسبوعياً	٢٦	١	٢١	٤٨	٣٢٪
٢٠ ساعة فأكثر أسبوعياً	١٩	١٧	٩	٤٥	٣٠٪
أخرى	-	٠	-	-	-
	٧٥	٢٠	٥٥	١٥٠	١٠٠٪

هـ - جنسية القنوات الفضائية :

أوضحت نتائج التحليل أن القنوات الأوروبية قد جاءت فى الترتيب الأول من حيث كثافة استقبالها فى العينة وكما يوضح جدول رقم (١٠) ، فإن نسبة ٥٥,٣ % من جملة التكرارات حظيت بها القنوات الأوروبية ، بينما كانت القنوات الأمريكية فى الترتيب الثانى بنسبة ٣٦,٥ %، ثم جاءت القنوات الروسية فى المؤخرة بنسبة ١,٤ % ، ولعل هذا يرجع إلى ضعف الإلمام باللغة الروسية ، فى حين تتقدم القنوات الناطقة بالإنجليزية والفرنسية والألمانية والإسبانية وهى فى معظمها تدرس فى النظام التعليمى المصرى وقد وجد أن هناك ارتباطاً بين معرفة أكثر من لغة أجنبية وبين التعرض لأنواع معينة من القنوات فالذين يعرفون الفرنسية والإنجليزية يتعرضون للقنوات الأوروبية على سبيل المثال . وقد جاءت القنوات الآسيوية بما فيها القنوات الفضائية العربية فى ترتيب متأخر مما يدل على صحة الفرض الذى وضعناه والذى يقول : إن «هناك علاقة ارتباطية بين التعرض لأنواع معينة من القنوات الفضائية وبين معرفة المبحوث لأكثر من لغة أجنبية» .

جدول رقم (١٠) يبين توزيع عينة الدراسة

وفقاً لجنسية القنوات الفضائية ومعرفة اللغات الأجنبية

جملة ك %	أكثر من لغة أجنبية	لغة أجنبية واحدة	معرفة اللغات جنسية القنوات
١١٥ ٥٥,٣	٨٥	٣٠	القنوات الأوروبية
٧٦ ٣٦,٥	٣٩	٣٧	القنوات الأمريكية
٣ ١,٥	٢	١	الروسية
١٤ ٦,٧	١٠	٤	الآسيوية (والعربية)
١٣٣ تكرار ٢١٠٠ %	٤٧ تكرار	٨٦ تكرار	

- كما تؤكد هذه النتيجة الفرض الذى يقول : «إن التعرض للقنوات الأوروبية عموما يفوق التعرض للقنوات المصرية والعربية» .

وقد توزعت أسباب تفضيل القنوات الأوروبية والأمريكية على النحو التالى :

١ - لجاذبية هذه القنوات ومستواها الرفيع بنسبة ٥٩,٤ % .

٢ - لأن المبحوث يفهم لغتها ٣٩,١ % من المشاهدين .

٣ - أسباب أخرى بنسبة ١,٥ % من المشاهدين .

وترتفع نسب الطلبة الذين يشاهدون القنوات الأوروبية والأمريكية عن بقية أفراد العينة ، ولعل ذلك يرجع إلى أن القنوات الأمريكية أكثر انتشارا وأكثر تطورا وأكثر قدرة على مخاطبة الشخصية العربية ومعرفة مفاتيح التأثير عليها .

و - المضمون الذى يتعرض له المبحوثون :

« افترضت الدراسة أن المضمون الترفيهي يحظى بالتفضيل الأكبر مقارنة بالتفضيل الخاص بالمضمون السياسى والثقافى» وفى ضوء هذا الفرض يوضح الجدول التالى بعض المؤشرات التى تؤكد صحة هذا الفرض .

جدول رقم (١١) يبين توزيع عينة الدراسة

وفقا للنوع والمضمون الأجنبي

نمط المضمون الأجنبي	النوع		جملة ك %
	ذكور ك	إناث ك	
المواد السياسية والإخبارية	٣٦	١٢	٤٨ ١٦,٤
المواد الثقافية	٣٣	٢٢	٥٥ ١٨,٨
المواد الترفيهية (دراما منوعات)	٨١	٤٥	١٢٦ ٤٣,٠
برامج الرياضة والأطفال	٤٩	١٥	٦٤ ٢١,٨
إجمالي	١٩٩	٩٤	٢٩٣ تكرار ٢١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق عدة نتائج هي :

أن المضمون الترفيهي والترويحي من دراما ومسلسلات وبرامج المنوعات ومسلسلات اجتماعية SOAP OPERAS وبرامج المغامرات تحظى باهتمام ٤٣٪ من عينة الدراسة ، في حين تحظى برامج الرياضة والأطفال بنسبة ٢١,٨٪ من التفضيلات ، وتأتي البرامج الثقافية الجادة في الترتيب الثالث بنسبة ١٨,٨٪ يليها في الترتيب الأخير البرامج السياسية والإخبارية بنسبة ١٦,٤٪ هذه النتائج تؤكد الفرض الذى تقدم ذكره من أن الدش أساسا يستخدم للتسلية وقضاء وقت الفراغ بشكل لا يمثل عبئا على المشاهد وتأتي المواد الجادة المتصلة بالمعرفة والثقافة فى المؤخرة ، مع أن القنوات الفضائية تسهم فى نشر وتدقق المعرفة من الشمال إلى الجنوب بشكل فاق توقع الخبراء فى هذا المجال .

ز - مشاهدة القنوات بدون معرفة اللغة :

يفترض الإطار النظرى للدراسة أن اللغة التليفزيونية كاللغة السينمائية لها مفردات ورموز تكنولوجية وإنشائية عامة يفهمها كل الناس من كل الثقافات تقريبا ولا تمثل اللغة اللفظية عقبة كبيرة أمام فهم المضمون الأجنبي القادم عبر القنوات الفضائية . وكما يوضح جدول رقم (١٢) فهناك ٥٠,٩٪ من العينة يشاهدون القنوات التى يعرفون لغتها فقط ، وهناك ٣٣,٩٪ من العينة يشاهدون قنوات لا يعرفون لغتها ، وهناك نسبة ١٥,٢٪ يشاهدون كل القنوات دون معرفة لغتها ، أى نصف العينة تقريبا يشاهدون قنوات بدون معرفة اللغة اللفظية لهذه القنوات ، وهذا يؤكد أن اللغة اللفظية ليست معوقا رئيسيا لفهم الثقافة الأجنبية المصورة تليفزيونياً فى شكل دراما ومسلسلات اجتماعية وأفلام وعروض وبرامج مختلفة . فاللون والحركة والإبهار الفنى والتقنى ينجذب إليه المشاهد .

جدول رقم (١٢) يبين توزيع العينة
وفقا لمشاهدة القنوات ومعرفة اللغة والمهنة

الوظيفة	طلبة	موظفون	أعمال حرة	جملة ك %
يشاهد القنوات التي يعرف لغتها	٢٨	٧	٢٢	٥٧
يشاهد بعض القنوات التي يعرف لغتها	٢٩	٢	٧	٣٨
يشاهد كل القنوات بدون معرفة لغتها	١٤	-	٣	١٧
	٧١	٩	٣٢	١١٢

٣ - تأثير الدش على الأمن الثقافي المصري :

« افترضت الدراسة أن القنوات الفضائية تشكل تهديدا للأمن الإعلامي والثقافي المصري من حيث تأثيرها على حجم وعادات التعرض للأمن المصري ومن هنا يفترض أن كثافة التعرض للمضمون الأجنبي تشكل على المدى البعيد تهديدا للهوية الثقافية في مصر» .

وقد ثبت صحة هذا الافتراض من خلال النتائج التي نعرضها على النحو التالي :

أ - مشاهدة التلفزيون المصري :

يوضح جدول (١٣) أن مشاهدة التلفزيون المصري في عينة مالكي الدش تصل

إلى ٧٤٪ من العينة أى أن هناك ٢٦٪ من هؤلاء لا يشاهدون التلفيزيون المصرى ، ولعل الإناث كما هو واضح أكثر إعراضا عن مشاهدة التلفيزيون بدرجة ملحوظة عن الذكور .

جدول (١٣) يبين توزيع عينة الدراسة
وفقا لنوع ومشاهدة التلفيزيون

النوع	المشاهدة		جملة ك	%
	ذكور ك	إناث ك		
يشاهد التلفيزيون المصرى	٥٣	٥٨	١١١	٧٤
لا يشاهد	٢٢	١٧	٣٩	٢٦
إجمالى	١٩٩	٩٤	٢٩٣ تكرار	١٠٠٪

ومن الملاحظ فى بحوث الاستماع والمشاهدة أن نسب مشاهدة التلفيزيون لا تقل عادة عن ٩٠٪ ، ولكن متغير امتلاك الدش قد أثر بشكل ملحوظ على التعرض للتلفيزيون من الناحية الكمية والكيفية .

عضو اتحاد الجامعات العربية

ب - تأثير امتلاك الدش على حجم المشاهدة :

يوضح جدول (١٤) العلاقة بين امتلاك الدش وتأثير ذلك على حجم مشاهدة التلفزيون

المهنة	ك	طلبة	موظفون	أعمال حرة	جملة	
					ك	%
تأثير كامل	٣٠	٥	١١	٤٦	٣٠,٧	
تأثير متوسط	٤٠	٢	١٢	٥٤	٣٦	
لم يؤثر	٥	١٣	٣٢	٥٠	٣٣,٣	
	٧٥	٢٠	٥٥	١٥٠	١٠٠	%

من الجدول يمكن استخلاص عدة نتائج أولها أن نسبة التأثير الكامل على المشاهدة التلفزيونية يصل إلى ٣٠,٧% من إجمالي حجم العينة . ثم «التأثير إلى حد ما» أو حجم التأثير المتوسط بنسبة ٣٦% أى أن العينة قد تأثرت أحجام مشاهدتها للتلفزيون المصرى بفعل امتلاك الدش والهروب معه إلى عالم آخر وثقافة أخرى .

ج - تقويم ثقافة المبحوثين للبرامج الأجنبية :

يوضح جدول (١٥) تقويم المبحوثين للفارق بين البرامج الأجنبية والبرامج المحلية

النوع	تقويم البرامج		جملة ك	جملة %
	ذكور ك	إناث ك		
البرامج الأجنبية أفضل من الناحية الفنية	٢٣	٣٩	٦٢	٤١,٣
البرامج الأجنبية أكثر إثارة وفائدة وأكثر تحرراً من البرامج المحلية	٥٢	٣٦	٨٨	٥٨,٧
جملة	٧٥	٧٥	١٥٠	١٠٠%

وفقاً لبيانات جدول (١٥) تبين أن المبحوثين الذين يمتلكون الدش يتجهون إلى تفضيل البرامج الأجنبية لأسباب تتعلق بالتطور من ناحية الفنية العالية والإثارة . والحرية والتحرر نسبياً ، وهذه الأسباب تعكس عدم قدرة التليفزيون المصرى على إشباع حاجات وطموحات هؤلاء المبحوثين وقد كان الإناث أكثر تفضيلاً للنواحي الفنية والإبهار فى البرامج الأجنبية بينما كان الذكور أكثر تفضيلاً للإثارة والتحرر فى البرامج الأجنبية .

د - تأثير امتلاك الدش على الاستماع للإذاعة :

تأثر الاستماع للإذاعة بعد امتلاك الدش بدرجة ملحوظة فبعد أن كان الاستماع للإذاعة بنسبة ٦٩,٣% فى العينة ، فقد تراجع ليصبح بنسبة ٥٢% فى العينة ، أى أن امتلاك الدش قد أثر على الاستماع للإذاعة بنسبة ١٧,٣% .

جدول رقم (١٦) يبين توزيع العينة وفقا للاستماع للإذاعة
قبل وبعد امتلاك الدش

بعد امتلاك الدش		قبل امتلاك الدش		النوع
إناث ك %	ذكور ك %	إناث ك %	ذكور ك %	
٤٩,٣	٣٧	٥٤,٧	٤١	يستمتع للإذاعة
٥٠,٧	٣٨	٤٥,٣	٣٤	لا يستمتع للإذاعة
٪١٠٠	٧٥	٪١٠٠	٧٥	

ويوضح جدول رقم (١٦) الفارق بين نسب الاستماع للإذاعة المصرية قبل وبعد امتلاك الدش ، فبينما كان الذكور يستمعون بنسبة ٥٧,٣ ٪ للإذاعة قبل امتلاك الدش ، صارت نسبة استماعهم للإذاعة بعد شرائه بنسبة ٥٤,٧ ٪ بفارق نسبة ٢,٦ ٪، وبينما كانت نسبة استماع الإناث قبل امتلاك الدش ٨١,٣ ٪، فقد صارت بعد امتلاكه بنسبة ٤٩,٣ ٪ بفارق ذى دلالة قدره ٣٢ ٪ وهو ما يؤكد أن الإناث كن أكثر تأثرا من الذكور فى تخفيض نسبة سماعهم للإذاعة كمصدر للمعرفة والترفيه والتثقيف .

هـ - امتلاك الدش وعادة قراءة الصحف :

جدول رقم (١٧) يبين توزيع عينة الدراسة
وفقاً لقراءة الصحف قبل وبعد امتلاك الدش

بعد امتلاك الدش		قبل امتلاك الدش		النوع
إناث ك %	ذكور ك %	إناث ك %	ذكور ك %	
٣٧,٣	٢٨	٤٥	٦٠	يقرأ الصحف
٦٢,٧	٤٧	٣٥	٤٠	لا يقرأ الصحف
٧٥	٧٥	٧٥	٧٥	

تبين من تحليل بيانات هذا الجدول أن تأثير الدش على قراءة الصحف كان طفيفاً وبخاصة لدى الذكور وإن كان ذا دلالة لدى الإناث ، بينما كان الإناث يقرأ الصحف قبل امتلاك أسرهن للدش بنسبة ٦٠٪ فقد انخفضت لتصل النسبة إلى ٣٧,٣٪ بعد امتلاك الدش في حين لم تنخفض نسبة قراءة الذكور للصحف كثيراً . ويشكل عام إذا سيطر تأثير امتلاك الدش على عادات وأنماط التعرض للتليفزيون والتي تراجعت بفارق نسبي قدره ٢٠٪ بعد امتلاك الدش ، إلى نسبة تراجع عادة الاستماع للإذاعة بفارق نسبي قدره ١٧,٣٪ ، أضفنا إليها الفارق النسبي لقراءة الصحف وهو ١٥٪ فإنه يمكن تأكيد صحة الفرض الذي سبق الإشارة إليه من أن

امتلاك الدش قد أدى إلى تهديد عادات التعرض للإعلام الوطنى مما قد ينتج عنه تخل تدريجى عن التعرض للإعلام المصرى ، وبهذا يمكن القول أن التهديد الثقافى يأتى من جانب التعرض الكثيف للقنوات الفضائية الأجنبية .

(٤) ارتباط معارف المبحوثين بالتعرض للقنوات الفضائية :

تفترض الدراسة أن معارف وقيم المبحوثين ترتبط بتعرضهم للمضمون الأجنبى وقد أعد مقياس يشتمل على ٦ درجات يشمل معارف عالمية ومحلية ، وهذه المعارف تتصل بالسياسة والفن والأدب والثقافة وبعض الأمور العامة ، وكما هو مبين فى جدول رقم (١٨) فإن المعرفة عموماً بالأحداث والإعلام تعد ضعيفة مقارنة بعدم

جدول رقم (١٨) يبين معارف المبحوثين
ببعض الأمور الفنية والأدبية والثقافية الداخلية والخارجية

جملة		إناث		ذكور		
لم يعرف	عرف	لم يعرف	عرف	لم يعرف	عرف	
١٢٥	٣٥	٦٥	١٠	٦٠	١٥	الحاصل على جائزة نوبل ١٩٩٣
١١٥	٣٥	٥٩	١٦	٥٦	١٩	الفيلم الفائز بالأوسكار ١٩٩٤
١١٨	٣٢	٥٨	١٧	٦٠	١٥	الفيلم الفائز فى كان ١٩٩٤
١١٨	٣٨	٥٣	٢٢	٥٩	١٦	ملكة جمال الكون ١٩٩٤
٨١	٦١	٥٠	٢٥	٣١	٣٦	نسبة الأمية فى مصر
١٢٥	٢٥	٦٧	٧	٥٧	١٨	الحاصل على جائزة الدولة التقديرية فى الأدب ١٩٩٣
٦٨٤	٢١٦	٣٥٢	٩٧	٣٣١	١١٩	إجمالى

المعرفة وأيضاً تعدد معارف الذكور أكثر نسبياً من معارف الإناث ، فبينما معارف الذكور تصل إلى نسبة ٥٥,١% فإن معارف الإناث وصلت إلى نسبة ٤٤,٩% .

ومن حيث المعارف بالأمور الخارجية كانت جملة المعارف الخارجية بنسبة ٦٠% بينما المعرفة بالأمور الداخلية تصل ٤٥,٨% مع الأخذ في الاعتبار أن المعرفة في المحيط الداخلي تركزت على وحدتين فقط هما نسبة الأمية في مصر والحاصل على جائزة الدولة التقديرية .

وأن متوسط المعرفة بالأمور الخارجية وصل إلى ٢٧,٧% وكانت المعارف الداخلية بمتوسط ٤٠,٢% وهكذا يمكن القول أن الفرض القائل بأن الذين يتعرضون للدراس تكون معارفهم أكثر ارتباطاً بالأشخاص والأحداث العالمية لم تثبت صحته بشكل تام وأن العلاقة موجودة ولكنها علاقة ضعيفة .

(٤) التعرض للمضمون الأجنبي في التليفزيون :

أ - التعرض للدراما :

من قراءة الجدول رقم (١٩) يتضح أن التعرض للدراما الأجنبية في التليفزيون يصل إلى نسبة ٥٦,٧% وهم يفضلون هذه المواد لأسباب عديدة منها :

جدول رقم (١٩) يبين توزيع العينة وفقاً للتعرض للدراما الأجنبية والنوع

جملة ك %	النوع		التعرض للدراما الأجنبية
	إناث ك	ذكور ك	
٨٥ ٥٦,٧%	٤٢	٤٣	يتعرض
٦٥ ٤٣,٣%	٣٣	٣٢	لا يتعرض
١٥٠ ١٠٠%	٧٥	٧٥	جملة

١ - أن المادة الأجنبية من مسلسلات وأفلام مرتفعة المستوى من حيث النواحي الفنية والإخراجية بنسبة ٥٠,٦ % .

٢ - الإثارة والمتعة والجاذبية بنسبة ٤٩,٤ % .

وكانت الدراما الأجنبية ممثلة في :

- نادى السينما نسبة ٢٧,٦ %

- أوسكار ٢٩,٨ %

- اخترنالك ٢٠,٧ %

- المسلسلات الأجنبية ٢١,٩ %

ب - مشاهدة الإعلانات :

يتضح من إجابات المبحوثين أن نسبة ٤٦,٧ % من العينة تشاهد إعلانات

التليفزيون في حين لا يشاهدها ٥٣,٣ % من العينة والذين يشاهدونها يذكرون أسباب

ذلك ممثلة في :

- التسلية والاستمتاع ونمطية الوقت بنسبة ٦٨,٦ %

- بهدف معرفة السلع والخدمات المتاحة في السوق بنسبة ٣١,٤ % ولا توجد

فوارق ذات دلالة بين الذكور والإناث أو بين المهن المختلفة في العينة .

ج - التعرض للمسلسلات الأجنبية :

يوضح جدول رقم (٢٠) نسب التعرض للمسلسلات الأجنبية في التلفزيون

النوع	التعرض		جملة ك	جملة %
	ذكور ك	إناث ك		
يتعرض	٥٢	٥٨	١١٠	٪٧٣,٣
لا يتعرض	٢٣	١٧	٤٠	٪٢٦,٧
جملة	٧٥	٧٥	١٥٠	٪١٠٠

وقد تبين أن الذين يتعرضون لمشاهدة مسلسل الجريء والجميلة ٪٧٣,٣ .

د - الشخصيات الأجنبية التي تحظى بإعجاب المشاهدين :

تبين أن المبحوثين يتعلقون بأبطال المسلسل الأجنبي بدرجة كبيرة فقد أفاد المبحوثون بـ ٩٢ تفضيلاً لشخصيات مسلسل الجريء والجميلة توزعت على عائلات المسلسل وذلك على النحو التالي :

- عائلة فورستر : بنسبة ٪٤٦,٧ لعائلات العربية

- عائلة لوجان : بنسبة ٪٢١,٧

- عائلة سبكترا : بنسبة ٪٣,٣

- عائلة سينسر : بنسبة ٪٢٨,٣

أما عن سمات هذه الشخصيات التي أعجب بها المبحوثون فكانت كما يوضحها

جدول رقم (٢١) .

جدول (٢١) يبين توزيع العينة وفقا للنوع وأسباب الإعجاب بالشخصيات

النوع	الخصائص		جملة ك	جملة %
	ذكور ك	إناث ك		
الخصائص والمزايا الشخصية لأبطال المسلسل الأجنبي	٢٩	٣١	٦٠	٥٤,٥%
الدور الأجنبي الذى يقوم به الشخصيات	٨	١٤	٢٢	٢٠%
توصيفات أخرى ، الجمال / الإبهار	١٥	١٣	٢٨	٢٥,٥%
جملة	٥٢	٥٨	١١٠	١٠٠%

هى الخصائص الشخصية كالوسامة والقوة والذكاء وحسن المظهر وأيضا الدور الاجتماعى كالحرص على الأسرة والأبناء والإيثار وغير ذلك من القيم التى عكستها أحداث المسلسل .

وقد أوضحت النتائج ارتباطا بين المبحوثين والدراما حيث يرى ٢٨% أنه يجب تأجيل العمل لمشاهدة المسلسل الأجنبى ، كما يفيد ١٧,٣% أنهم يشاهدونه فى العمل أو أثناء أداء عملهم ، وأفاد ١٩,١% أنهم يسجلون حلقات المسلسل ويشاهدونها بعد ذلك .

كل هذه النتائج مؤشرات للارتباط الوثيق بين جمهور القنوات الفضائية فى مصر بالمضمون الأجنبى الذى زادت كشافته كما بعد امتلاك الدش ، وهذه النتائج تختبر عدة فروض تقدم ذكرها هى :

«إن البرامج الوافدة عبر الأقمار الصناعية تسهم في تخلي المشاهدين تدريجياً عن قيم مجتمعهم لصالح القيم الأجنبية»، وقد ثبت صحة هذا الفرض من خلال قياس معارف الأفراد نحو موضوعات عالمية فكانوا أكثر تذكراً لها بدرجة ما توازي معرفتهم ببعض الأمور الداخلية في مصر .

أما الفرضية الثانية فتقول (إن القنوات الفضائية تشكل تهديداً للأمن الثقافي المصري من حيث تأثيرها المؤكد على تراجع عادات القراءة وتقلص حجم مشاهدة التلفزيون والاستماع للإذاعة بنسب ذات دلالة سبق ذكرها . ومن هنا نبه على ضرورة طرح القضية لبحوث علمية تقدم حلولاً اجتماعية وسياسية وحتى قانونية لمواجهة التشويه الثقافي القادم ومحاولة بناء نظام إعلام عربي يقاوم التفتت الثقافي الذي يمكن أن تحدثه هذه القنوات المختلفة في مضمونها وأيديولوجياتها .

كما افترضت الدراسة أن المضمون الترفيهي يحظى بالترتيب الأكبر مقارنة بالبرامج السياسية والثقافية ، وقد تبينت صحة هذا الفرض حيث يفضل ٤٣ % من العينة كل أشكال الترفيه والتسلية من مسلسلات وأفلام وإعلانات ورياضة وفنون وعروض متنوعة .

مَعَهْدُ الْبَحْثِ الدِّينِيِّ الْعَرَبِيِّ

مركز البحوث والدراسات الإسلامية والدراسات الإنسانية

عضو اتحاد الجامعات العربية

الخاتمة

يمكن من خلال العرض التحليلي والميداني السابق التأكيد على أبعاد ثلاثة يمكن أن تقدم تصوراً لكيفية التصدي لهذه التحديات التي سبق الإشارة إليها :

أولاً : على المستوى القومى العربى :

فيمكن وضع نقاط تحصر تصورنا لمنهاجية عربية للعمل الإعلامى المرئى المسموع المشترك للتصدي لمخاطر تكنولوجيا الإعلام الغربى ، وتتلخص فى الآتى :

- ١ - وضع استراتيجية عربية موحدة للإعلام العربى من خلال معايير محددة وواضحة جديدة يكون محورها الدقة والوضوح والإتقان فى تناول سمات الشخصية الإسلامية والقيم العربية فى ضوء المتغيرات الحديثة الاجتماعية والسياسية .
- ٢ - تقديم ملامح من التاريخ الأدبى والقصى والتراث الفكرى بكل ما يحمل من إبداع ليكون محورا لبرامج متعددة تليفزيونية وإذاعية تبث عبر القنوات الفضائية العربية .

ثانياً : على المستوى المحلى :

- ١ - تشجيع الإبداع الفكرى والفنى وتوجيهه لمعالجة القضايا الحقيقية للمجتمع المصرى حتى يرى الفرد المشاهد واقعه بصورة دقيقة وواضحة - وبالتالي لا يلجأ للغير ليفسر له هذا الواقع .
- ٢ - الأخذ بعين الاعتبار نتائج البحوث والدراسات الواعدة التى تقدم فى مجالات الإعلام والاتصال الجماهيرى والثقافة . حتى تصبح محورا لاستراتيجية العمل الإعلامى فى مصر .

٣ - مراقبة الأعمال الدرامية والبرامج الثقافية التي تبثها القنوات الفضائية والعمل على وضع خطة للإعلام التليفزيونى المضاد ، يكون مهمته الرد على الادعاءات والإشاعات التي تروج من قبل أجهزة الإعلام ووسائل ثقافة الاتصال الجماهيرى الغربية ، وبصفة خاصة داخل الحدود الوطنية حتى يشعر الفرد أن هناك من يتصدى لهذه الأفكار والادعاءات الكاذبة . فيزداد ثقة فى وسائل إعلامه الوطنى .



الهوامش

- (1) GABRIEL THOVERON, M. OLYFF. LES MEDIAS A DE COUVRIR. VIE OUVRIERE. BRUX. BELEGIQUE. 1988. P 283 .
- EDGAR MORIN. SCIENCE AVEC CONSCIENCE. FAYARD. PARIS 1982. P 330.
- (٢) عبد الله الجاسر ، «الإعلام العربي والنظام الإعلامي الجديد» ندوة العالم العربي وتحدياته في ظل النظام العالمي الجديد . مركز الدراسات العربي والأوروبي ، باريس ، يناير ١٩٩٣ .
انظر أيضا ، بول بالغا ، «صورة الإعلام العربي ودور وسائل الإعلام الأوربية» ، ندوة العالم العربي وتحدياته في ظل النظام العالمي الجديد ، مركز الدراسات العربي والأوروبي ، باريس يناير ١٩٩٣ .
- (٣) سعد لبيب ، «الإعلام وتكنولوجيا المعلومات» ، مجلة الدراسات الإعلامية . المركز العربي للدراسات الإعلامية ، القاهرة ١٩٩٤ .
انظر في هذا العدد :
- A. M. MATTELART PENSER. LES MEDIAS EDT DECOUVERTE. 1986 P 393.
- (4) YVES ACHELLE, I.BUENO. LES T.V., PUBLIQUES, EN QUETE D'AVENIR. PRESSES. UNIV. DE. GRENOBLE. 1994 .
- (5) ANDRE VITALIS. MEDIAS ET. NOV. TECH. POUR UNE SCOCIO - POLI-TIQUE DES USAGES. EDT APOGEE 1994 .
- BOURDON. H. HAUTE FIDELITY. POUVOUR TELEVISION. SEUIL. 1994.
- (6) A. ET MICHELE MATTELART. PENSER LES MEDIAS .
- A. MATTEART. LA CULTURE CONTRE LA DEMOCRATIE. DECOU-VERTE. PARIS. 1984 .
- (٧) عبد الله الجاسر ، «الإعلام العربي والنظام الإعلامي الجديد» بمرجع سابق .
انظر في هذا العدد :
- MATTELART. LA CULTURE CONTRE LA DEMOCRATIE. DECOUCERTE .
- (8) ALBERT SAMUEL. COMPREDRE L'INFORMATION, COLLECTION EVEIL, PARIS 1985 .
- (٩) بول بالغا / «صورة الإعلام العربي ودور وسائل الإعلام الأوربية» مرجع سابق .
- (10) DOMINIQUE VOLTON, ELOGE DU GRAND PUBLIC, UNE THEORIE

CRITIQUE DE LA TELEVISION. PARIS, FLAMMARION. 1990. 316 P.

انظر أيضا :

مرجع سابق

- YVES ACHILLE, TELEVISIONS PUBLIQUE .

- A. ET MICHELE MATTELART. PENSER LES MEDIAS .

(١١) مرجع سابق :

- EDGAR MORIN, SCIENCE AVEC CONSCIENCE .

(١٢) انظر في هذا الصدد المرجع السابق

- A. MATTELART. LA CULTURE CONTRE LA DEMOCRATIE ..

(١٣) (١)، (٢) محمد عابد الجابري ، الثقافة العربية اليوم ، مسألة الاستقلال الثقافي . المستقبل العربي العدد (١٧٤) - ١٩٩٣ .

(١٤) انظر أيضا في هذا الصدد المراجع السابقة :

- A. MATTELART, PENSER LES MEDIAS .

- YVES. ACHILLE, LES TV. PUBLIQUES .

(١٥) المصدر نفسه .

(١٦) مرجع سابق

(١٧) دومنيك فولتون

DOMINQUE VOLTON - ELOGE DU GRAND PUBLIC .

(١٨) انظر في هذا الصدد المراجع التالية :

- BOURDON J. HAUTE FIDELITY - POUVOIR. ET TELEVISION. SEUIL. 1994.

- CHAMART M. E ET KIFFER, LA TELEVISION DIX ANS D'HISTOIRE SE-CRETE. FLAMMARION. 1992 .

- KOPP - P. HA - TV - EN CONCURRENCE. ANTHROPOS. 1990 .

(١٩) مرجع سابق

- YVES ACHELLE, LES TELEVISIONS .

(20) ACHILLEYY ET MIEGE B. " THE LIMITS OF THE ADAPTATION. STRATEGIES EUROPEAN PUBLIC SERVICE TV. " IN MEDIA. CULTURE AND SOCIETY. SAGE. LONDON. VOL. 16. 1994 .

(21) JEAN - MARIE DOMENCH. EUROPE : LE DFFICULTUREL, LA DECOU-VERTE, PARIS. 1990. P 127 .

(٢٢) انظر أيضا في هذا الصدد :

- H.P CATHALA. LE TEMPS DELA DESINFORMATION. STOCK, PARIS 1986. P 271 .
- A. MATTELART, LA CULTURE CONTRE LA DEMOCRATIE, DECOUVERTE. PARIS 1984 .

(٢٣) انظر في هذا الصدد المرجع السابق

- A. MATTELART. PENSER LES MEDIAS .

- LA CULTURE CONTRE LA DEMOCRATIE .

ولنفس المؤلف السابق .

(٢٤) محمد عابد الجابري «الاستقلال الثقافي» . مرجع سابق .

(٢٥) ذات المصدر السابق نقلا عن أحمد موصلي .

(٢٦) ذات المصدر السابق نقلا عن :

- DAVID JGNATIUS "MUSLMAN IN THE WEST SIGHTS THE WRON WASHINGTON POST CRUSADE, 8/3/1992 .

- H. P. CATHALA, LE TEMPS DE LA DESINFORMATION .

- (٢٧) بول بالطا : «صورة الإعلام العربي ودور وسائل الإعلام الأوروبية» ندوة العالم العربي مرجع سابق .

انظر أيضا

مرجع سابق

- H. P. CATHALA, LE TEMPS DE LA DESINFORMATION .

معهد البحوث والدراسات العربية

INSTITUT DE RECHERCHES & ETUDES

عصر اتحاد الجامعات العربية

