

القنوات الفضائية وأثرها على تفسخ بعض القيم الاجتماعية لدى الشباب الليبي

تحليل سوسيولوجي

د.علي المبروك عون عبد الجليل

أ. محمد علي الشيباني الكلابي

جامعة صبراتة، كلية الآداب الجميل

مقدمة :

يهتم هذا البحث بدراسة تأثير القنوات الفضائية على تفسخ بعض القيم الاجتماعية لدى للشباب الليبي المتلقي والمشارك، على اعتبار أنها من أكثر الوسائل المستخدمة تأثيراً في الناس وذلك من خلال دورهما في نشر المعلومات التي تلائم المستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي للمجتمع الليبي، حيث شهد العالم خلال العقد الأخير من القرن الماضي ثورة عارمة في وسائل الإعلام وشبكات المعلومات التي سهلت إمكانية التواصل الإنساني والحضاري وبخاصة بعد انتشار الفضائيات مما سهل عملية الاتصال والتواصل وتبادل المعلومات والخبرات بين أقطار العالم ، فلقد تزايد في العصر الحديث دور وسائل الإعلام تزايداً كبيراً وأصبح لأنواعها المتعددة دوراً واضحاً وملموساً في التأثير على حياة الأفراد من خلال تنمية مستوى الوعي لديهم وزيادة معلوماتهم ، بوصفها مصدراً مهماً من مصادر التوجيه والتنقيف في أي مجتمع وهي ذات تأثير كبير في اهتمامات وتوجيهات الجماهير الاجتماعية، بحيث أصبحت الوسيلة الأساسية للحصول على الثقافة لملايين البشر، ولأن وسائل الإعلام تحقق الكثير من رغبات الشباب بالإضافة إلى إشباع احتياجاتهم الخاصة فإن المجتمع الذي تؤدي فيه وسائل الإعلام دورها بفاعلية عالية يكون أكثر تقدماً من غيره ، ويشير البعض إلى أن التلفزيون يعد من أقوى وسائل الاتصال تأثيراً في الآخرين وذلك باعتباره وسيلة إعلامية اتصالية على قمة الهرم الإعلامي نظراً لما يقوم به من دور في نقل المعلومات والتأثير في أفكار الشباب وقيمه وسلوكه ، وكذلك التأثير علي بعض القيم الاجتماعية كالقيم المتعلقة بالتفكك الأسري والقيم المتعلقة بالعطف والقيم المتعلقة بالعلاقات الأسرية وغيرها من القيم الأخرى ، ولقد أصبح ذلك الجهاز شائعاً إلى حد يمكن القول معه أن كل منزل يمتلك جهازاً أو أكثر وعلى الرغم من اعتقاد الأفراد أو إيمانهم بأن التلفزيون هو الأساس للكثير من المساوئ الاجتماعية فإنهم يعتمدون عليه اعتماداً كبيراً لما

ينقله إليهم من أخبار ومعلومات في شتى المجالات ولأنه وسيلة من وسائل التسلية كما أنه أصبح جزءاً أساسياً في حياتهم الحديثة .

أولاً : مشكلة البحث :

تتمحور مشكلة الدراسة حول تأثير القنوات الفضائية على تفسخ بعض القيم الاجتماعية لدي الشباب في المجتمع الليبي وتتناول هذه الدراسة بشكل عام تأثير القنوات الفضائية على قيم الشباب من حيث ترابط العلاقات الاجتماعية، والأسرية، والتسامح والعمو الاجتماعي ، والتعاون والمشاركة الاجتماعية ، كما تقوم بدراسة درجة تأثير القنوات الفضائية على الشباب الليبي وقيمه مرتبطة بالسن ومستوى التعليم ، ومكان الإقامة ، والدخل ، والرقابة الاجتماعية .

ونظراً لقلّة الدراسات الخاصة بأنماط ودوافع مشاهدة الأسرة الليبية للقنوات الفضائية وندرة المعلومات عن المواد الإعلامية التي قد تسهم في بناء الثقافة لدى الأسرة الليبية لذلك يمكن تحديد مشكلة الدراسات في معرفة العلاقة بين التعرض للقنوات الفضائية ومدى تأثيرها على تفسخ بعض القيم الاجتماعية لدي الشباب الليبي ، وتشير الدراسات التي تناولت علاقة مضمون وسائل الإعلام بالواقع الاجتماعي إلى أن وسائل الإعلام لا تعكس ما يحدث في العالم الخارجي وإنما تغرس وتتمي عالماً يبدو حقيقياً ويتحول إلى واقع بالنسبة للمشاهدين مع كتابة المشاهدة .

وقد يتقبل المتلقي لكونه غير واع بالعمليات التي تحدث لخلق هذا العالم وإنما يشعر فقط لكونه يتعرض للتسلية و الترفيه وبعد ذلك يصبح العالم الذي صنعه وسائل الإعلام حقيقياً وقد لا يستطيع البعض أن يميز بين هذا العالم المصطنع والعالم الحقيقي والخطورة تكمن في تعرض الشباب للقنوات الفضائية وخاصة أن الشباب مازالوا في مرحلة التكوين الثقافي والفكري وخبراتهم الثقافية و الاجتماعية محدودة وغير مزودين بالثقافة الكافية والوعي اللازم لإدراك أوضاع المجتمع مما يجعلهم عرضة لسيطرة هذه القنوات والانسياق ورائها فبهذه الحالة ستصبح القنوات الفضائية هي المصدر الأساسي للثقافة والقيم السلبية والمؤثر الأول لسلوكهم وهويتهم الثقافية مما يؤدي إلى زيادة الفردية ونمو الأنانية وضعف الولاء للأسرة والانتماء للمجتمع وذلك عن طريق تقديم النماذج الهابطة وتقريبها إليهم مما يؤدي إلى محاكاتها دون وعي بذلك يؤدي إلى ضعف واهتزاز منظومة القيمة ، وللاعلام دور كبير في مساعدة المستهلك على إشباع حاجاته ورغباته على اختلافها وتنوعها كما يساعد التعرف على السلع والخدمات المختلفة ومن ثم تسهل على

المشتري عملية اتخاذ قرار الشراء أو استخدام الخدمة المعلن عنها وتستخدم وسائل الإعلام مزايًا وخصائص غير متوفر في غيره من الوسائل الإعلامية الأخرى ومن هذه المزايا سرعة وحجم الانتشار الذي يحققه المزج بين عناصر الصوت والصورة وخاصة في الإعلان من ألوان وديكور وملابس وشخصيات حقيقية وحركية واستخدام لكل عناصر التشويق والحذف والانبهار من خلال استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية والمرئية واستخدام المشاهير من الفنانين ولاعبى الكرة .

وعلى ما تقدم تتمحور مشكلة هذه الدراسة في الإجابة عن التساؤل الآتي :

ما تأثيرات مضامين القنوات الفضائية على تفسخ بعض القيم الاجتماعية لدي الشباب الليبي؟

لقد عانى الشباب الليبي على مدار السنوات السابقة الكثير من التهميش داخل مجتمعه , نتيجة عدم توافر وسائل التعبير عن ذاته وطموحاته والتي ادت الى اليأس من الاصلاح والشعور بخيبة الامل من جهود مشاركة الشباب فى رسم مستقبل المجتمع الليبي ، وترتب على ذلك شيوع اللامبالاة بين الشباب نتيجة للظروف الاقتصادية والسياسية التي ترتب عليها زيادة نسب البطالة، والانتظار الطويل للحصول على فرصة عمل او وظيفة و ضعف المشاركة فى مشروعات الدولة التنموية والخدمية ، بالإضافة الى الفساد والتخلف والاستغلال وانخفاض الاجور .

ويرتبط تحقيق السيطرة على التأثيرات السلبية للقنوات الفضائية لتغيير قيم الشباب كقيم سلبية نتيجة انغلاق النسق القيمي والثقافى للمجتمع ومن ثم اصبحت ثقافة الشباب وقيمهم الجديدة احد مظاهر التخلف فى المجتمع وبرزت تبعاً لذلك مجموعة من المشكلات الاجتماعية والثقافية متمثلة فى ضعف احساس الفرد الليبي بمجتمعه ، وضعف وعيه بحقوقه وواجباته واللامبالاة والاستهتار ، مما يؤثر سلبيًا على ثقافة وقيم المجتمع المرغوبة ، ومن هنا فان تعليم الشباب وتزويدهم بالمهارات اللازمة لمواجهة الاثار السلبية التي تحدثها القنوات الفضائية تمثل عائقًا فى توظيف قدرات الشباب ، وكيفية استغلالها فيما ينفعه وينفع مجتمعه ويجعله يقوم بدوره كمساهم أساسي فى نمو ورقى المجتمع ، لقد انتشرت فى الآونة الاخيرة الكثير من القنوات الفضائية ، مما ترتب عليه انتشار واسع لتداول المعلومات وسهولة نقلها بالرغم من عدم صدق هذه المعلومات ، فقد يكون الغرض منها نشر الاشاعات وليس نشر المعلومات الاخبارية الصحيحة وتعمل هذه القنوات علي تفسخ بعض القيم الاجتماعية ، حيث لا تخضع هذه القنوات لوسائل

الرقابة ، وقد لا يشك المشاهد او المتلقي في صحتها او مصداقيتها ، وبالتالي لا يقوم الشباب بالتأكد من مصدرها وتوثيقها ، ولذا فان مشكلة الدراسة الراهنة هي :

التعرف على مدى التغير الذى طرأ على القيم الاجتماعية للشباب الليبي فيما يتعلق بطرق وأساليب تقييمهم للأخبار والمعلومات، ومظاهر هذا التغير ، والكشف عن مدى استخدامهم لوسائل الاعلام التقني " الانترنت " في تقصى الاخبار والمعلومات ، وأثرها فى تشكيل ملامح ثقافتهم ، كما تهتم الدراسة برصد مدى مصداقية ما تبثه هذه القنوات الفضائية من معلومات وأخبار تؤدي الى توجيه الشباب وجهة خاطئة تبدو فى ظاهرها صحيحة ولكنها تؤدي الى توجهات خاطئة او افكار غير سليمة.

ثانيا : أهمية البحث :

تظهر أهمية الدراسة فى ظل المتغيرات الدولية وانعكاسات العولمة وتساعد اهتمام الدول بقضايا الشباب، ويعتبر تهميش طاقات الشباب وتركهم فريسة للقنوات الفضائية الخارجية يحولهم الى عناصر هدامة للمجتمع في الحاضر والمستقبل ، والدراسة الراهنة وهى بصدد تناول تأثير القنوات الفضائية على تفسخ بعض القيم الاجتماعية لدي الشباب الليبي وتسعي الى التركيز على عناصر ثقافية جديدة ، وقيم ايجابية مثل : قيم العمل والإنتاج ، وقيم الانجاز والإعلاء من شأن العمل الجاد والشاق فى سبيل المجتمع والاجتهاد وتقدير الذات ، وقيم الانتماء والمواطنة ، والتعرف على دور الشباب ثقافيا فى مواجهة ما تبثه هذه القنوات الفضائية الهدامة وما يتطلبه ذلك من تدريب وإعداد للتعامل مع عالم يتغير يوميا ويصبح السباق فيه حول كيفية مواكبة هذا التغير والتأثير فيه لبناء مجتمع ثقافي قيمي جديد ، وعلى هذا الاساس تبدو أهمية الدراسة فى تبيان دور القنوات الفضائية فى تغيير ثقافة الشباب لأفضل فى ظل مجتمع المعرفة القائم على تكنولوجيا المعلومات وكيفية الاستفادة من قدرات الشباب فى مجال التقنية الحديثة، والتعرف على القيم الموجة لهؤلاء الشباب نحو ثقافة ايجابية لمجتمعهم ومشاركتهم فى بناء مستقبل ليبيا.(1)

تبرز أهمية هذه الدراسة فى تحديد أبرز التأثيرات الاجتماعية التي يحتمل حدوثها من جراء الفضائيات فى المجتمع الليبي خاصة على جيل الشباب وتفسخ قيمهم ، وبيان قدرة تكنولوجيا الاتصالات المتمثلة فى القنوات الفضائية فى إحداث التغير الاجتماعي فى المجتمع من خلال

ما يبث ويعرض من برامج وأفلام وحوارات، تتمتع بقوة تأثير، وبراعة إخراج، والإثارة والدعاية، تحديد تأثير القنوات الفضائية على منظومة القيم الاجتماعية المرتبطة بقيمة التعاون والمشاركة الاجتماعية كجمع التبرعات، وتقديم المساعدة في الحالات الطارئة، وقضاء حوائج الآخرين والابتعاد عن الأثنية، تحديد تأثير القنوات الفضائية على منظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب الليبي المرتبطة بقيمة الترابط الأسري من خلال المناقشة والحوار

الإيجابي مع الأسرة، وحب المشاكل، وتقديم التضحية حفاظاً على تماسك الأسرى والبر بالوالدين، وتقديم الخدمات المجانية لأفراد الأسرة ومعاملتهم باللين، ومراعاة مشاعرهم.

ثالثاً : أهداف البحث :

وضعت البحث مجموعة من الأهداف تحاول تحقيقها لتحليل وتفسير ووصف آثار القنوات الفضائية وما تبثه من برامج على ثقافة وقيم الشباب الليبي، ومن أبرز هذه الأهداف ما يلي : .
1- وصف وتحليل تأثير ما تبثه القنوات الفضائية على منظومة قيم وثقافة الشباب من حيث التسامح والعفو الاجتماعي .

2- وصف وتبيان دور القنوات الفضائية على منظومة ثقافات التعاون والمشاركة الاجتماعية عند الشباب .

3- معرفة مدى تأثير القنوات الفضائية على الترابط الأسري وتأثيره على العلاقات بين الشباب .

ثالثاً : تساؤلات البحث:

ولتحقيق الأهداف السابقة ودراستها والوصول إلى نتائج علمية مقبولة طرح البحث مجموعة من الأهداف، تمثل الاجابة عليها تحليلاً علمياً لموضوع الدراسة، على اعتبار أن الفرض العلمي هو إجابة على مشكلة البحث، لم يتأكد الباحث من صدقه بعد، وعند التأكد من صدق الفرض يصبح قضية وحقيقة علمية من قضايا البحث الراهن، ومن أبرز التساؤلات :

1- هل تؤثر القنوات الفضائية على حياة الشباب من حيث العلاقات الاجتماعية بينهم داخل المجتمع الليبي ؟

2- ما تأثير القنوات الفضائية على منظومة قيم وثقافات التسامح والعفو الاجتماعي لدى الشباب في المجتمع الليبي ؟

3- ما تأثير القنوات الفضائية على منظومة قيمة الترابط الأسري في المجتمع الليبي وتأثيرها على جيل الشباب ؟

رابعاً : مفهومات البحث:

يرتبط هذا البحث بمجموعة من المفاهيم التي يعتمد عليها الباحث في معالجة مشكلة البحث، ومن ثم استخلاص مفاهيمه الإجرائية وتعتمد هذه الدراسة على مجموعة من المفاهيم والمصطلحات الآتية :

القنوات الفضائية :

تعرف بأنها عرض تليفزيوني مرئي يبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة ومعروفة ، وتحدد بالزوايا والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه النقاط كل مجموعة منها . (2)

عرفت القنوات الفضائية : بأنها استقبال الإرسال التليفزيوني من الأقمار الصناعية مباشرة بأجهزة الاستقبال المنزلية دون تدخل من محطات الاستقبال الأرضية ، أو هي تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها خلال طبق . (3)

ويمكن تعريف القنوات الفضائية إجرائياً بأنها احد وسائل تكنولوجيا الاتصال التي تنقل الصورة والصوت من القمر الصناعي إلى الشاشة المرئية مباشرة ، دون صعوبة من المتلقي ، مما يمكن من الأسر متابعة هذه المادة الإعلامية أو الرسائل الإعلامية.

القيم :

القيم من المنظور اللغوي : كلمة القيمة Value كلمة مشتقة من الفعل اللاتيني Valea، ومعناها في الأصل أنا قوى وأنا بصحة جيدة أى أنه يشمل معنى المقاومة والصلابة.

وكلمة القيمة فى القواميس والمعاجم تأتى بالمعاني الآتية :-

فى المعجم المحيط : القيمة الشيء ، ثمنه الذى يعادله ، الإنسان قدره هو ذو قيمة كبيرة ، هو إنسان لا قيمة له ، وفى المعجم الوجيز : القيم تعنى قيمة الشيء وقدره وقيمة المتاع أى ثمنه، وقوم الشيء أى اصلحه، وقيم الشيء بمعنى أظهر ما فيه من إيجابيات وسلبيات ؛ وفى مختار

الصاحح القيمة: واحد القيم، وقوم الشيء تقويماً فهو قويم ومستقيم وفي قاموس المورد : قيمة قدر، أهمية، ثمن، مقدار.

وفي قاموس انجلش: القيم كل ما يشير إلى ما هو مرغوب فيه من الجماعة والقيم نتاج اجتماعي حيث يحدد كل مجتمع ، الأنماط القيمية المختلفة في الحياة وتكون ملزمة للفرد والجماعة ، بل وللمؤسسات الاجتماعية أيضاً . (4)

والقيم في قاموس علم الاجتماع : تعنى أى موضوع أو حاجة أو اتجاه أو رغبة ، ويستخدم المصطلح في معظم الحالات حينما تظهر علاقة تفاعلية بين الحاجات والاتجاهات والرغبات من جهة والموضوعات من جهة أخرى . (5)

والقيم في معجم المصطلحات الاجتماعية : هي كل ما يقوم به أو يعطى قيمة لسواه أحياناً تقال القيمة على الشيء الثمين المرغوب المنشود ولأسباب ذاتية أو لاعتبارات نفسية اجتماعية أو اقتصادية . (6)

وعلى هذا يمكن القول بأن القيم الموسوعات والقواميس تعكس ما يلي :-القيم مفهوم مجرد تشير إلى ما هو مرغوب فيه أو الحسن أو ما ينبغي أن يكون عليه السلوك الإنساني ، ترتبط القيم بالبناء الداخلي للكائن البشرى ، وهي عملية تقديرية يقوم بها الإنسان لإشباع حاجاته ورغباته، ترتبط القيم بالفعل، ومن ثم تكون القيم معياراً لسلوك الأفراد.

القيم : هي مجموعة الأفكار، التمثلات، المواقف ، العادات والتوجهات التي تحدد سلوك الفرد والجماعة اتجاه المجتمع والسلطة واتجاه القضايا العامة ، والقيم تحكم وجود المجتمع وتنظيمه وسيره بما هو مجموعة علاقات ذات طابع مؤسسى تخضع لقواعد تحظى بالاتفاق النسبي للأفراد والجماعات ، وتساهم في تشكيل منظومة القيم مجموعة مؤسسات اجتماعية عبر عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية التي توفر رصيد مشترك من المعرفة يكفل مشاركة أعضاء المجتمع في الحياة العامة بوعى وتآزر والتي يخضع لها الفرد منذ بداية تفاعله مع محيطه . (7)

كما تعرف القيم: بأنها تلك المعتقدات الأخلاقية التي تتعلق بماهية السلوك المقبول أو المرفوض من الأفراد إزاء الظواهر الاجتماعية . (8)

وتتصف القيم بصفة الجماعية فى الاستخدام وتمثل الموجهات العامة للسلوك أو العمل ، ومعنى ذلك أن مجموعة القيم التي يدين بها شخص أو جماعة هي التي تحركه نحو العمل (الفعل) وتدفعه نحو السلوك بطريقة معينة ، وتتخذها مرجعه فى الحكم بأن سلوكه مرغوب فيه أو غير مرغوب فيه مستهجن من قبل الجماعة أو المجتمع ولا شك أن ذلك يعود على المجتمع خيراً أو شراً طبقاً لنمط السلوك وكيفية المرجع القيمي لهم . (9)

وكذلك تعرف القيم : بأنها اهتمام الفرد وميله إلى غيره من الناس فهو يحبهم ويميل إلى مساعدتهم ويجد فى ذلك إشباعاً له وتتمثل هذه القيم فى الخيرية وحب عمل الخير، فالفرد الذى يسلك وفق هذا النمط من القيم إنما يقدر زملاءه كهدف أى أنه ينظر إلى غيره على أنهم غايات فى حد غايات وليسوا وسائل لغايات أخرى، ولذلك فإن الأفراد الذين يتميزون بهذه القيمة يتسمون بالعطف والحنان والإيثار والمشاركة الاجتماعية وإنكار الذات وتفضيل المصلحة العامة على المصلحة الخاصة . (10)

كما تعرف القيم: على أنها عبارة عن تصورات ومفاهيم دينامية صريحة وضمنية تميز الفرد والجماعة وتحدد ما هو مرغوب منه اجتماعياً وتؤثر فى اختيار الطرق والأهداف والأساليب والوسائل الخاصة بالعقل وتتجسد مظاهرها فى اتجاهات الأفراد والجماعات وأنماطهم السلوكية ومثلهم ومعتقداتهم ومعاييرها ورموزهم الاجتماعية وترتبط ببقية مكونات البناء الاجتماعى وتؤثر فيها وتتأثر بها . (11)

فالقيم هي مفاهيم عاطفية قائمة على أسس نفسية اجتماعية مكتسبة من التراث الاجتماعى المختزن من خبرات الماضى فى زمان ومكان معينين ومن الثقافة السائدة فى الحاضر عن طريق التنشئة الاجتماعية فى مجموعات الأسرة وجماعة الأقران وزمرة الرفاق فى العمل ، وفى الجماعات الريفية والحضرية كالحى فى المدينة وفى المدرسة والنادى وفى المؤسسات الإنتاجية والهيئات الرسمية الخاصة ، وهكذا تصبح القيم أفكاراً اعتقادية قوية متعلقة بفائدة أشياء معينة فى الحياة الاجتماعية.

ومفهوم القيم يدل على مجموعة من التصورات والمفاهيم التى تكون إطاراً للمعايير والأحكام والمثل والمعتقدات والتفضيلات التى تتكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات

الفردية والاجتماعية، بحيث تمكنه من اختيار أهداف وتوجهات لحياته وبراها جديرة بتوظيف إمكانياته وتتجسد من خلال الاهتمامات أو الاتجاهات أو السلوك العملي أو اللفظي بطريقة مباشرة وغير مباشرة .⁽¹²⁾

التعريف الإجرائي للقيم : هي مجموعة من المبادئ المترابطة فيما بينها التي تشكل لدى الإنسان "رؤية لمعنى الحياة " إدراكا للذات ووفاء بالمسئوليات .

الشباب:

بذلت محاولات عديدة لتعريف مفهوم الشباب، إلا أنه لم يتفق على إيجاد تعريف معين له ، وربما مرد ذلك إلى اختلاف اتجاهات العلماء، واختلاف أهدافهم ، أو المعايير التي يستندون عليها في وضع تعريفاتهم ، ولقد حاول العديد من العلماء الاستناد إلى معيار السن ، أو العمر لتحديد هذه المرحلة إلا أنهم اختلفوا فيما بينهم حول تحديد بداية ونهاية هذه المرحلة العمرية ، فذهب بعضهم إلى أنها تتراوح ما بين 15 - 25 عاما ، وذهب البعض الآخر إلى أنها تحتل المرحلة الواقعة بين 15 - 30 عاما، وذهب فريق ثالث إلى أنها تصل إلى 35 عاما ، وقد تزيد قليلا أو تنقص قليلا .⁽¹³⁾ وإن كان التعريف المعمول به لدى الأمم المتحدة عن الشباب بأنهم الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 24 سنة .⁽¹⁴⁾

والشباب ظاهرة اجتماعية تشير إلى مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة ، وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي، والنفسي، والبيولوجي واضحة . ويعد الشباب من أكثر الشرائح الاجتماعية تفاعلا مع التغيير الحادث في المجتمع .⁽¹⁵⁾

ويحدد علماء الاجتماع شريحة الشباب استنادا على المجتمع كإطار مرجعي ، حيث يؤكدون على أن فترة الشباب تبدأ حينما يحاول بناء المجتمع تأهيل الشخص لكي يشغل مكانة اجتماعية، ويؤدي دورا أو أدوارا اجتماعية ، وتنتهي هذه المرحلة حينما يستقر الشخص في شغل مكانته ، ويؤدي الأدوار التي أهل لها ؛ وهو ما يعنى أنه أصبح جزءا من النظام المستقر والثابت .⁽¹⁶⁾

ومفهوم الشباب يتسع ليشمل العديد من الاتجاهات منها :

أ- **الاتجاه البيولوجي :** والذي يؤكد على الحتمية البيولوجية في تحديد مفهوم الشباب باعتباره مرحلة عمرية ، أو طور من أطوار نمو الإنسان الذي فيه يكتمل نضجه العضوي الفيزيقي ، وكذلك نضجه العقلي النفسي .

ب- **الاتجاه السيكولوجي** : ويرى هذا الاتجاه أن الشباب حالة عمرية تخضع لنمو بيولوجي من جهة ، ولثقافة المجتمع من جهة أخرى ، بدءاً من سن البلوغ ، وانتهاءً بدخول الفرد إلى عالم الراشدين الكبار حيث تكون قد اكتملت عملية تطبيعها الاجتماعي .

ج- **الاتجاه السوسولوجي** : وينظر إلى الشباب باعتباره حقيقة اجتماعية، وليس ظاهرة بيولوجية فقط بمعنى أن هناك مجموعة السمات، والخصائص إذا توافرت في فئة من السكان كانت هذه الفئة شباباً كالتقابلية للنمو، والتعليم ، والقدرة على الانتاج ، والابتكار ، وإحداث التغيير، والتطور في المجتمع . (17)

وبناء على ذلك ، فإن مرحلة الشباب تعرف بالمرحلة التي يحدث فيها التغيير الكمي والنوعي في ملامح الشخصية ، فتختلط فيها الرغبة في تأكيد الذات مع البحث عن دور اجتماعي، مع التمرد على ما سبق انجازه ، إلى جانب الإحساس بالمسؤولية ، والرغبة في مجتمع أكثر مثالية ، والسعي المستمر نحو التغيير. ولعل ما يمكن التأكيد عليه في هذا التعريف هو أن النقطة الجوهرية في حياة الشباب هي النظرة المستقبلية إلى الأمور ، فهم يعدون أنفسهم في هذه الفترة من حياتهم أكثر استقراراً، وتحملًا للمسؤولية ، مما يسفر عن تحقيق الاستقلال المادي ، والفكري، وتمهيد الطريق لتأكيد دوره ، ومكانته على خريطة التنمية ، والسياسة في مجتمعه . (18)

التعريف الإجرائي للشباب:

يشير مفهوم الشباب المعمول به هذا البحث إلى تلك الفئة التي تتسم ببعض السمات البيولوجية ، والاجتماعية ، والنفسية ، والفكرية ، والتي تمكنها من القيام بالأدوار المنوط بها في المجتمع ، والتي ينبغي أن يتطلع إليها المجتمع بالاعتناء ، والرعاية من أجل بناء مستقبله .

سادساً : الإطار النظري للدراسة :

النظرية والبحث بينهما علاقة اندماج وتكامل في آن واحد ، فالنظرية تدعم البحث العلمي بالأطر التي تعينه على إعطائه معنى للبيانات المستمدة من الميدان ، كما أن البحث يعطي النظرية مجالاً للاختبار والتوسع ، وأن جدية البحث السوسولوجي تأتي من قدرة الباحث على اختيار النظرية المناسبة أو النظريات المواءمة لبحثه ولمنطلقاته النظرية .

نظراً لكون هذه الدراسة تصدت لإحدى موضوعات علم اجتماع الإعلام مما يستوجب على الباحث الاسترشاد بنظريات الاتصال وموضوعات الرسائل الإعلامية وعلاقتها بجمهور

المشاهدين ، ومن خلال إطلاع الباحث على هذه النظريات اتضح أن هذه الدراسة يمكنها أن تعتمد على نظرية الاستخدامات والاشباع ، ونظرية الغرس الثقافي ، لتتعلق بجملتها من المبادئ ويجعلها إطاراً للتفسير لكافة عمليات الاتصال وفيما يلي ملخصاً لهذه النظريات .

أولاً: نظرية الاستخدامات والاشباع :-

تعد نظرية الاستخدامات والإشباع من النماذج التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية تعتمد على أن الجمهور نشط وليس سلبيًا وإنما يختار هذا الجمهور الوسيلة والرسالة التي يرغب في التعرض إليها والتي تلبي حاجاته النفسية والاجتماعية وكانت النظرية المبكرة مثل نظرية الآثار الموجودة أو الرصاصة السحرية ؛ وترى هذه النظرية الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة تتصرف بناء على نسق واحد .

وتأخذ نظرية الاستخدامات والاشباع في الاعتبار الأول المتلقي كنقطة بدء ، بدلا من الرسالة وتشرح سلوكه الاتصالي فيما يتصل بتجربة الفرد المباشر مع وسائل الإعلام لأن الأفراد يوظفون مضامين الرسائل بدلا من التصرف حيالها وتؤكد هذه النظرية على فاعلية الجمهور المتلقي .

وقد حدد (أليا هو كاتز) و (جي بلوما) اللذان يرتبط اسمهما بمدخل الاستخدامات والاشباع أكثر من غيرهما افتراضات المدخل على النحو التالي : جمهور وسائل الإعلام نشط ويقوم بخيارات لها دوافعها ، استخدام وسائل الإعلام هو احد الأساليب أو الطرق ، في عملية الاتصال الجماهيري يمكن كثير من المبادرة ، تتنافس وسائل الإعلام مع مصادرة أخرى لإشباع احتياجات الجمهور ، من الناحية المنهجية يمكن التصرف على أهداف الجمهور ، الحكم على القيم والمعايير الثقافية السائدة يكون من خلال آراء وتوجيهات الجمهور .

وقد أحظى (كاتز) دوافع التعرف فيما يلي : حاجات معرفية تتعلق باكتساب معلومات معرفة البيئة وفهمها ، حاجات عاطفية وهي احتياجات لها صلة بتعزيز الخبرة الجمالية ، حاجات التكامل الشخصي وتعلق بالهروب بتعزيز المصداقية والثقة والاستقرار ، حاجات التكامل الاجتماعي وتتصل بتعزيز العلاقات مع الأسر والأصدقاء والعالم ، حاجات هروبية وتتعلق بالهروب والرغبة في التخلص من التوتر والرغبة والتحول .⁽¹⁹⁾

ومن هذا المنطلق تؤكد هذه النظرية: على تعدد استخدامات الأسر اللببية للفضائيات وفقاً لاحتياجاتها سواء أكانت احتياجات حقيقية ترتبط بمصالح الأسر أم زائفة تخلقها الفضائيات والإشباع التي تتحقق من استخدام هذه الفضائيات كما تؤكد على أهمية مراعاة الفضائيات لحاجات المتلقي وتوجهاته وهو ما يؤدي إلى تناول الفضائيات أحياناً لصور وسمات ثقافية وثقافة الجمهور المتلقي ، فمن خلال منظور الاستخدامات والإشباع لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري وعندما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم الاجتماعية والنفسية .

ومن خلال العرض السابق لهذه النظرية سوف تتبنى الدراسة هذه النظرية : للتعرف على مدى استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام المتمثلة في التلفزيون و في تنمية وعيهم الاجتماعي وأسبابه ، وأيضاً التعرف على أكثر الحملات والبرامج والمواقع الخاصة بثقافة الشباب العربي بصفة عامة والشباب اللببي بخاصة ، والتعرف على أكثر البرامج التي يلجأ إليها المبحوثين لإشباع احتياجاتهم من معلومات ثقافية وعلمية .

ثانياً: نظرية الغرس الثقافي :-

التعريف بمؤسس النظرية:- (20)

ولد (George_Gerbner) في الثامن من أغسطس 1919 وهو أستاذ للاتصالات ومؤسس نظرية الغرس الثقافي ولد في بودابست ، هنغاريا ، وهاجر الى أميركا في أواخر 1939، حصل Gerbner على درجة البكالوريوس في الصحافة من جامعة كاليفورنيا ، بيركلي في عام 1942، وعمل لفترة قصيرة لصحيفة سان فرانسيسكو كرونيكل بوصفه كاتب عمود ومساعد رئيس التحرير المالي، وانضم الى الجيش الأميركي في 1943، وانضم الى مكتب الخدمات الاستراتيجية أثناء الخدمة ، وتلقى النجمة البرونزية وسرّح Gerbner برتبة رقيب أول، بعد الحرب عمل كاتب حر ومسؤول الدعاية ودرس الصحافة في كلية ايل كامينو في حين كسب الماجستير (1951) والدكتوراه (1955) في مجال الاتصالات في جامعة كاليفورنيا الجنوبية ، وهو صاحب أطروحة نحو نظرية عامة للاتصالات ، والتي فازت بجائزة أفضل أطروحة .

مفهوم نظرية الغرس الثقافي :

هذه النظرية تعلقت بوسيلة التلفزيون لدراسة العنف و الجريمة والمشاكل في المضامين التلفزيونية وتطورت و نتج عنها : كشفت ان الفرد الذي يتعرض للتلفزيون تنغرس فيه قيم و تصورات تجعله يتبناها و يظن انها فعلا ما يحدث بالواقع ، وبالتالي تنغرس فيه لا شعوريا فإذا سألناه عن ظاهرة ما يكون تفسيره و نظرتة حسبما يتلقاه من التلفزيون ومغايرة تماما للواقع ، والمتلقي يتقبل ما يبث له على أنه تعبير حقيقي للواقع، لكونه غير واع بعملية صنع هذا الواقع، بل إن وعيه لا يتعدى الشعور بالتسلية، وذلك بقضاء الساعات الطويلة أمام شاشة التلفاز ، ونظرية الغرس الثقافي هي نظرية اجتماعية تهدف إلى دراسة تأثير التلفزيون على الأمريكيين وكان هذا في الستينات والسبعينيات وضعها مجموعة من العلماء ولكن مؤسسها الرئيسي هو George Gerbner ويعتقد صاحب هذه النظرية أن الناس في المجتمعات الغربية إنما هم أسرى الواقع المصنوع هذا وأنهم يتصرفون ويعيشون على واقع غير الواقع الحقيقي بكل ما ينبث من تعقيدات من مثل هذا التباين .

وبذلك تعد نظرية الغرس الثقافي إحدى أكبر النظريات التي تتعامل مع أثر وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع من زاوية واسعة جداً لأنها تأخذ في حسابها (القيم الثقافية) أثناء تحليلها للأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام والمحتويات الإعلامية ؛ ويمكن تعريف عملية الغرس على أنها غرس وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرض لوسائل الإعلام وهو مصطلح يشير إلى أن النظرية تحاول تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الاتصال خاصة التلفزيون وتتطلق نظرية الغرس الثقافي من مجموعة فرضيات هي : هناك علاقة بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام واكتساب المعاني والمعتقدات والأفكار التي تقدمها ، هناك علاقة بين التعرض للرسائل الإعلامية ومعتقدات الجمهور وأنماط سلوكه ، هناك علاقة بين معدل المشاهدة لوسائل الإعلام والحصول على المعلومات . (21)

لذلك سوف تتبنى الدراسة الراهنة هذه النظرية أيضاً لتوضيح مدى تأثير القنوات الفضائية على الثقافة والقيم لدى المواطن الليبي ، وتوضح العلاقة بين مدى التعرض للقنوات الفضائية والقيم الاجتماعية السائدة في المجتمع الليبي بعد تغييره بسبب اكتشاف النفط ؛ ويمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي لوسائل الإعلام خاصة

التلفزيون حيث يتعرف مشاهد التلفزيون دون وعي على حقائق الواقع الاجتماعي لتصبح بصفة تدريجية أساساً للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي ، وعملية الغرس ليست عبارة عن تدفق موجة من تأثيرات التلفزيون إلى جمهور المتلقين، ولكنها جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات ، وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية فإن تأثير التلفزيون يكون أكثر كلما قل الوعي وقلت ثقافة الشباب.

من خلال عرضنا السابق لنظرية الغرس الثقافي يمكن ربط هذه النظرية بموضوع الدراسة تأثير القنوات الفضائية على تغير ثقافة الشباب الليبي .

إذا أردنا أن نسقط هذه النظرية على القنوات الفضائية وتأثيرها على الشباب بشكل مباشر أو غير مباشر، فإن الصور الذهنية والواقع الاجتماعي التي تقدمه وسائل الإعلام (و خصوصاً التلفزيون وتأثيرها على قيم الشباب) ، تجعل الجمهور سوف يؤمن بأن هذا هو الواقع الفعلي للشباب، فمثلاً إذا كانت الصورة التي تعرضها الدراما العربية والخليجية هي صورة سلبية ومشوهة بحيث يبدو الشاب وكأن المشاكل الاجتماعية تحد من ادائه لأدواره تجاه مجتمعه ولا يستطيع أن يفعل شيئاً وهو شخص منعزل عن الحياة، فإن مشاهدي التلفزيون عندما يشاهدون اسرة تعاني من مشاكل اجتماعية مؤثره على ابناءهم في الحياة العامة فإنهم سوف يستحضرون تلك الصور الذهنية السلبية التي شاهدوها في التلفزيون .

الدراسات السابقة :-

تمهيد :-

تمثل الدراسات السابقة جهد وثمره ما توصل إليه الباحثون في هذه النظريات من نتائج حيث سيتم الإشارة إلى مجموعة من الدراسات التي بحثت هذه الظواهر خلال سنوات مختلفة استخدم فيها الباحثون أسلوب المنهج العلمي لأنه من المعروف أن الدراسة الحالية تبني على نتائج الدراسات السابقة ومن أهم الدراسات التي تناولت موضوعات متقاربة من موضوع الدراسة. سوف يعرض الباحث أهم الدراسات التي ترتبط بموضوع دراسته ويحاول تصنيفها إلى مجموعة عناصر حتى يتمكن من الاستفادة في دراسته الراهنة.

دراسة وداد عمر الصيد ، تأثير القنوات الفضائية على ثقافة الشباب الليبي ، 2009. (22)

هدفت الدراسة : إلى دراسة تأثير القنوات الفضائية على ثقافة الشباب الليبي ، اكتشاف الجوانب الايجابية ان وجدت ومحاولة تنميتها وتطويرها ، تسعى الدراسة الى الخروج بتوصيات ومقترحات حول موضوع تأثير القنوات الفضائية على الشباب من اجل دعم ما هو ايجابي والحد مما هو سلبي.

المنهج المستخدم في الدراسة: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف الى وصف او تقرير واقع معين لمجتمع في فترة زمنية محددة .

اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة :حاجة الشباب الى وضع برامج تسهم في توعيتهم بالآثار الناتجة عن مشاهدة القنوات الفضائية ، نقص تعاون المؤسسات التنقيفية لتحقيق الأهداف الوقائية ، يمثل أهم أسباب غياب الوعي في مشاهدة الشباب للقنوات الفضائية .

دراسة محمد المنصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين " دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية نموذجا ، 2012 . (23)

هدفت الدراسة: إلى عمل مقارنة بين المواقع الالكترونية وكيف تراجعت أمام تقدم مواقع الاتصال الاجتماعي .

توصلت الدراسة : إلى تمييز موقع العربية الالكتروني عن المواقع الالكترونية الأخرى بتخصيص زاوية (التغيير) التي تضمنت صفحات خاصة تعنى بأخر أخبار وتطورات أحداث (ربيع الثورات العربية) للدول (تونس - مصر - ليبيا - اليمن - سوريا) التي يجد فيها القارئ كل ما يرغب الإطلاع عليه من أخبار ومعلومات وآراء وصور ومقاطع وفيديو ذات علاقة ، وتبين الدراسة مكانة وأهمية الإعلام الجديد مقارنة بالإعلام القديم، والدور المتميز الذي تقدمه المواقع الاجتماعية كوسيلة إعلامية متطورة ؛ كما توصلت الدراسة إلى مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين ، وإنه لم يعد بإمكان متصفحى الانترنت الاستغناء عنها لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة ، ومحادثة مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو ، إضافة إلى أنها

مجال مفتوح لتبادل الآراء ، والتعليقات على الآراء ، والردود على تلك التعليقات وخلق صداقات افتراضية جديدة واستراحة وثقافة وترفيه .

دراسة سعد مبارك ناصر الشبو، أثر القنوات الفضائية على بعض القيم الاجتماعية السائدة لدى الشباب في المجتمع الكويتي، 2012 .⁽²⁴⁾

هدفت الدراسة : إلى التعرف على تأثير القنوات الفضائية على القيم السائدة لدى طلاب جامعة الكويت ، التعرف على نمط استخدام الشباب الجامعي الكويتي للقنوات الفضائية ، الكشف عن التأثيرات الايجابية أو السلبية للقنوات الفضائية على المنظومة الاجتماعية للكويت ، رصد التغيرات الطارئة على منظومة القيم في المجتمع الكويتي .

المنهج المستخدم في الدراسة : اعتمدت هذه الدراسة على اسلوب المسح الاجتماعي باعتباره إحدى الدراسة الوصفية أما عينة الدراسة فقد استخدمت الدراسة عينة قوامها (400) مفردة من طلاب جامعة الكويت وقد تم اختيار عينة بطريقة عمدية مقصودة .

أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة : وجود ارتباط بين الثورة العلمية الهائلة للاتصالات وبين التغيير الثقافي السائد لدى افراد المجتمع ، اتضح ان القنوات الفضائية كانت أهم عامل أسهم في إحداث التغيير كونها الأكثر إقبالا من قبل أفراد العينة ، بينت نتائج الدراسة انه هنالك تشابه في مستوى استخدام الشباب للقنوات الفضائية وما تحققه من اشباعاتهم لهم .

تعقيب الدراسات السابقة:

بعد عرض الدراسات السابقة يلاحظ الباحث أن الدراسة الحالية والتي تسعى لتحقيق جملة من الأهداف والإجابة على العديد من التساؤلات التي تطرحها الدراسة الحالية ، كما أن متغيرات هذه الدراسة اختلفت عن كل الدراسات السابقة ، حيث تركز هذه الدراسة لمعرفة تأثير القنوات الفضائية على تفسخ بعض القيم الاجتماعية لدى الشباب الليبي.

حيث جاءت هذه البحث بعد حدوث ثورات الربيع العربي ، وقد مر المجتمع الليبي بتغيرات عديدة علي جميع الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وهذا احدث تغير كبير من خلال الواقع المعاش علي جميع النواحي الثقافية وتغير في منظومة القيم عند الشباب بصفة عامة ، وقد ساهم الاعلام العربي بعامة في هذا التغيير الثقافي لدي الشباب، كما ان بعض القنوات

الفضائية المحلية الخاصة والتي أصبحت تبتث برامجها عقب الثورة مباشرة استهدفت الشباب الليبي بشكل مباشر، لهد جاء البحث الراهن لتتناول موضوع من الموضوعات المهمة التي تخص فئات الشباب وهي تأثير القنوات الفضائية علي تفسخ بعض القيم الاجتماعية لدي الشباب الليبي.

القنوات الفضائية الليبية وتطورها : (25)

يعود تاريخ بداية استقبال البث الفضائي وانتشار الصحون الفضائية في المدن الليبية من نهاية الثمانيات ولكن بشكل محدد جداً واقتصرت في البداية على السفارات العربية والأجنبية والشركات الأجنبية وبعض الجهات الرسمية والمسؤولين في أجهزة الدولة فضلاً عن بعض المواطنين من ذوي الدخل المرتفع نظراً لارتفاع أسعارها التي تراوحت في تلك الفترة من 3000 دينار إلى 6000 دينار أو أكثر قليلاً ، ومع بداية التسعينات والذي شهد تطوراً ملحوظاً في مجال البث الفضائي المرئي على المستوى العالمي وانتشار القنوات الفضائية العربية والأجنبية وأصبحت أجهزة الاستقبال منتشرة وصحون الالتقاط متوفرة وبأسعار رخيصة مما جعل البث الفضائي واستقبال القنوات يدخل كل البيوت الليبية دون قيد أو شرط حيث انخفض سعر هذه الصحون وأجهزة الاستقبال بلغ في تلك الفترة أي في نهاية التسعينات مبلغ يتراوح بين 150 ديناراً ليبياً إلى 1000 دل.

ومنذ التسعينات أتاحت الفرصة للمواطن الليبي من استقبال برامج القنوات الفضائية والاستفادة من هذه المضامين الثقافية وانتهاج سياسة الانفتاح على العالم الأخر والتعرف على ثقافات الشعوب ومواكبة الأحداث العالمية وتمكين مواطنيها من الاستفادة من برامج هذه القنوات حيث تأسست شركة مساهمة الاستقبال وإعادة البث المرئي لبعض برامج هذه القنوات بما يتوافق مع قيم وثقافة المجتمع الليبي حيث عملت هذه الشركة على اقتناء البرامج من مختلف القنوات من عملية وبرامج وثائقية وترفيهية ورياضية وبرامج الأطفال وبعض المسلسلات العربية التي تعالج ظواهر الواقع الاجتماعي وغيرها وفي تلك الفترة أي في التسعينات يمكن اعتبار أن هذه الشركة تعمل على مراقبة برامج القنوات وانتقاء ما يتوافق مع ثقافة وقيم المجتمع العربي الليبي ، أما الوضع الراهن لاستقبال البث الفضائي في التلفزيون الليبي فقد حدث به تغيرات بسبب تطور تقنية الاتصالات وأجهزة الاستقبال وانخفاض أسعارها مما أصبح في متناول المواطن العادي

اقتنائها لتوفرها في السوق المحلي اللبني وعدم وجود قيود وشروط الامتلاك مما ساهم في انتشار أجهزة الاستقبال الخاصة دون الحاجة إلى شركة إعادة البث التي كانت تعمل في هذا القطاع منذ بداية التسعينات. (26)

معوقات الإعلام الفضائي العربي (27)

إن إستراتيجية تحقيق إعلام عربي متكامل أصبحت لا تلبى طموحات المشاهد العربي ، لأنها مازالت لا تستجيب لأهداف الإنماء الاجتماعي والثقافي والزراعي أو التضامن بين الدول العربية خاصة مع انخراطه في السوق الدولية للسمعيات والبصريات وخضوعه لمنطق السوق ، فإذا كان تقلص سلطة الدولة على التلفزيون حقيقة مع التكنولوجيا الحديثة وانتشار الفضائيات ، وإذا كان الجمهور المشاهد يشكل عنصراً جديداً في الفضاء الإعلامي العربي ، وإذا كانت محتويات البرامج تشكل العنصر الثالث داخل هذا الفضاء ، فإن العنصر الحاسم أصبح العنصر الاقتصادي ؛ فإمام الضعف المتعاضم لتمويل الدولة وازدياد التكاليف في القطاع التلفزيوني ، فإن المورد الإعلاني التجاري يفرض نفسه ، باختصار بدأ اقتصاد تلفازي جديد يوجه نظام التلفزة العربية بمجملها، فالتلفزيون الذي كان ينظر إليه باعتباره مؤسسة خدمة عامة للمواطنين قد ترك المجال أمام تلفزيون برامج التسلية ، ومسئولو التلفزة يبررون ذلك بحرية ومطالب المشاهدين، الأمر الذي يذكرنا بحجة الأميركيين في هذا الميدان، وبذلك أن أصحاب العلاقات التجارية أصبحوا يطبعون بطابعهم البرامج التلفزيونية وهذا من الحقيقة حيث أن كبريات الوكالات أميركية وإنجليزية، وإن هذه الشراكة تشكل نسخاً للتقنية والمعايير الثقافية الخارجية ومنطق عولمة التلفزيون العربي، أي ضبط القطاع التلفزيوني من قبل الإعلانات والسير باتجاه حركة التمركز والاحتكار، والبحث عن جمهور المشاهدين الأكبر والتوجه نحو التخصص في البرامج بغية استهداف قطاعات محددة من المستهلكين الشباب وخلق ثقافة استهلاكية ، فالنفقات الإعلانية وصلت عام 1999 إلى 2,1 مليار دولار أميركي، وازداد حجم هذه النفقات بمعدل 20% بين أغسطس عام 1998 وأغسطس عام 1999 بالنسبة للتلفزة العربية .

وهنا نجد من جديد التفاوتات الواضحة بين البلدان العربية فيما يتعلق بالموارد الإعلانية لوسائلها الإعلامية حيث توجد ثلاث مجموعات عربية ، الأولى وعلى رأسها السعودية تحظى بنصيب الأسد في هذه الموارد طبقاً لاستطلاعات 1999 والتي تشكل مع مصر ولبنان

والإمارات العربية المتحدة والكويت المجموعة التي تستأثر بمعظم النفقات الإعلانية ، والثانية هي قطر والبحرين والأردن وعمان ، والثالثة هي بقية البلدان العربية التي لا تحظى إلا بـ 25 مليون دولار أميركي من 1.2 مليار من هذه النفقات ، بتعبير آخر فإن الاقتصاد الإعلامي الجديد لا يفعل أكثر من تدعيم هذه التفاوتات وانتشار الثقافة الاستهلاكية بوجه خاص.

لقد دخلت دول عربية عدة نظام الاتصال العالمي وهذا من شأنه أن يخلق شروطا لإقامة اتصال تلفزي جديد مزدوج الاتجاه (عربي . غربي) ، إلا أن التفاوتات الحادة في النظام التلفزي العربي، تقنية، وتجهيزات، وأعدادا واقتصادا، واندماجه في السوق الدولية الجديدة يجعله عاجزا عن القيام بالمهام التي اخذت علي عاتقه منذ اطلاق الجيل الاول (عربسات) عام 1985، وإذا كان النظام التلفازي السابق للدولة قد فشل بسبب استخدامه للفرد العربي كأداة سياسية للحاكم، فهل يستطيع النظام التلفزي العربي الجديد أن ينجح ويتحول باتجاه استخدام الفرد لإحلال الحرية والديمقراطية وانماء المجتمعات العربية.

يعاني الإعلام الفضائي العربي اليوم أزمة هوية وغياب المشروع والاستراتيجية ، حيث تجاوز كلا لضوابط والمبادئ التي تحكم العمل الإعلامي النزيه والمسئول، تكاثرت الفضائيات في العالم العربي فظهر تلفزيون الواقع ، وفضائيات تعالج المرضى على الهواء وأخرى تخصصت في الشعوذة والسحر وقراءة كف اليد والأوراق ، وأخرى تخصصت في الغزل على الهواء ، وأخرى في التجارة عن طريق الرسائل القصيرة، فأسهمت إلى حد كبير في تلويث الفضاء الإعلامي العربي مبتعدة كلياً عن تقديم رسالة إعلامية هادفة ومسؤولة ، وفي ظل هذه المعطيات ، تعذر على الفضائيات العربية محاورة الآخر والمساهمة في تشكيل وعي اجتماعي وذاكرة جماعية تقوم على القيم والأخلاق والمبادئ المتعارف عليها في المجتمع، والتي تعد روح الأمة وضميرها وماضيها وحاضرها ومستقبلها، و ضاعت في ثقافة التسلية والتسطيح والتهميش حيث التركيز على البرامج الخفيفة من منوعات وسباق الأغاني ومسابقات وبرامج تهدف إلى سد الفراغ وملء أوقات البث... الخ، كل هذا على حساب البرامج الجادة التي تعالج القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية الحساسة والتي تسهم في إشراك الجماهير في الحياة الاجتماعية والسياسية. (28)

وبذلك يمكن القول إن فشل الإعلام الفضائي العربي في مساعدة النظام الإعلامي العربي في التخلص من ترسبات الرداءة والتسطيح والتهميش والخروج من دهاليز التبعية والتقليد وإعلام التجيل والمدح والتسبيح ، بل على العكس من ذلك أسهم إلى حد كبير في تكريس الوضع الراهن وفي تلوين الفضاء الإعلامي ونشر الثقافة المعلبة والقيم الدخيلة على المجتمعات العربية والإسلامية من خلال قنوات الشعوذة والإباحية وتلفزيون الواقع كما فشل في محاوره الآخر والرد على الحملات الدعائية والصور النمطية وحملات التشويه والتضليل الموجهة ضد العرب والمسلمين؛ فالشركات الكبرى تنتشر عبر وسائل الإعلام العالمية الثقافة العالمية التي تنفي الثقافات الأخرى، وتنتشر الثقافة التي تخدم أهداف ومصالح هذه الشركات، وقد جاءت الفضائيات العربية في ظل غياب خطة إنتاجية مدروسة وغياب موازنة معتبرة لتجد نفسها فرعا من فروع هذه الشركات المتعددة الجنسية تعلن عن منتجاتها وتروج لسلعها وقيمها وأفكارها، فبدلا من مواجهة الغزو والقيم الدخيلة ونشر الثقافة المحلية والقيم العربية الإسلامية ، أصبحت القنوات العربية من خلال المنتجات المعلبة وسائل تابعة تدور في فلك آلة إعلامية عالمية تروج أفكار الأقوى اقتصاديا وسياسيا على المستوى العالمي .

وهكذا لاحظنا ذوبان التراكم القيمي والمعرفي والاجتماعي للمواطن العربي في الثقافة والعالمية والمتابع للإعلانات التي تبث في القنوات الفضائية يدرك أن معظم الشركات متعددة والجنسية ومحتوى هذه الإعلانات يعمل على تكريس ونشر قيم استهلاكية عند الشباب العربي وهذه القيم قد لا تمت بأية صلة للنمط الاستهلاكي العربي وللثقافة العربية .⁽²⁹⁾

الفضائيات والشباب الليبي :-

أن اقبال الشباب علي تكنولوجيا الاتصال التي لقبت بالجديدة، هي تعتبر سنة من سنن الحياة ، فالشباب يتطلع أكثر من غيره الي كل ما هو جديد، ومن خصائص هذه التكنولوجيا هي السرعة، فهم غير صابرين ويمقتون الانتظار لكي يقرر الكبار، ولهذا أصبح الشباب اليوم ينعت بعدة نعوت تعكس علاقتهم بكل وسيلة اتصالية جديدة ، بالأمس كانوا يسمون بجيل التلفزيون واليوم يقال عنهم جيل الهاتف النقال ، او الجيل الرقمي تلميحاً الي الانترنت.

وإذا كان الشباب في العالم الغربي يعتبرون من مبتكري هذه التكنولوجيا الجديدة وصناعها كمالك شركة الفيس بوك مارك زوكربيرغ (mark zuckerberg) فإن بعض الشباب في المجتمع

الليلبي ييقون مستهلكين لها وحسب ، لانعدام فرص اختيار مهاراتهم وقدرتهم الإبداعية ، علي العكس من ذلك ما يلاحظ هو جهد تفرغهم من المحتوي والدفع بهم الي الانغماس في ثقافة التسطيح وبهذا الشكل وعن طريق ما تبثه هذه القنوات يتعرض الشباب الي الانحلال القيمي و الأخلاقي وتصبح القيم الاجتماعية داخل المجتمع غائبة كقيمة التعاون والاحترام والتسامح والعفو وغير من القيم الاجتماعية التي تفقد هويتها في ضل هذا البث المشوه.

القنوات الفضائية وتفسخ القيم والاجتماعية

لقد أصبحت القنوات الفضائية قادرة علي البناء كما قدرتها علي الهدم، وكذلك قادرة علي ترسيخ القيم الاجتماعية كما قدرتها علي تفسخها وانحلالها أو زعزعتها ، بناء عل مضمون الرسالة التي تحملها هذه القنوات نحو المشاهد.

وبذلك فإن الفضائيات تشكل موقف المتلقي من الجمهور وأهمها الشباب ، وكذلك تركز علي تغيير المواقف الي القيم وأنماط السلوك فمن القيم الاجتماعية التي كانت مرفوضة في السابق فلا عجب ان نجدها مقبولة بالحاضر بسبب ماتبثه هذه الفضائيات أو ترفض قيم كانت سائدة ومقبولة مستبدلاً بها قيماً جديدة من هذه الفضائيات بإدمان المجتمعات والأسر لها وتتأثر بما تقدمه صادقاً كان ام كاذباً ، وتقوم القنوات الفضائية بدور الاب والأم والمعلم فقد يري المشاهد مثلاً مشاهد تضحكه وتسليه ولكنها تحمل السخرية ولكنها تحمل السخرية من قيم غير اخلاقية قائمة تتسلل الي الشعور مثل السخرية من تعدد الزوجات نجد بعض القنوات الفضائية لتعرضها بصورة مباشرة قد تجد معارضة من المشاهد لكنها عندما تأتي في سياق الترفيه والتسلية الضاحكة فقد تكون اسهل الي قلب المتلقي من أن تكون مباشرة ، وينتج من هذه السخرية عدم احترام الشاب المشاهد لهذه القنوات القيم الاجتماعية داخل المجتمع ، وكذلك السخرية من الحجاب بالنسبة للمرأة أو غير ذلك من القيم الاجتماعية التي يراد استبدالها ويحاول الأعداء تشويهها وتغييرها ، هذا ويحظى التلفزيون باهتمام بالغ علي جميع الأصعدة ولا يوجد فرد أو أسرة الا ويستقطب أجهزة التلفزيون وتستهدفه برامجه المتنوعة.

ويتضح من ذلك أن الفضائيات بكل م اتحملة لنشر الخير والشر في أن واحد يمكن تطويعها حسب الامكانيات ، ولقد انجب هذا العصر الوليد الفضائيات وما تطور بعدها التأثير في سرعة بث المعلومة ، وتقديم الاخبار ، والبرامج الثقافية ، وتوجيه قيم الشباب حسب الطلب، وتعمل هذه

القنوات علي مداعبة خيال الشباب ، وشد الانتباه لبرامج معينة يصوغ فيها فكر العامة والخاصة، وتوجيهها لمصلحة المستثمر الغرض منها تشويه قيم التعاون والاحترام والتسامح والعفو وغيرها من القيم الاجتماعية الأخرى، وتعمل هذه القنوات علي تشجيع المستهلك للإقبال علي شراء السلع بطرق جذابة في حين تخفي ثناياها دساً غير منضبط يحاكي الشهوات ويوقظ النزوات ويدمر الشباب المسلم، بخبث اعلامي ليس من السهل اكتشافه فهي تستهدف نظرة ثنائية ظاهرها الترفيه وترويج السلعة، وباطنها الاستحواذ علي الجيوب وتفسخ القيم الاخلاقية والاجتماعية ، والميل بالشباب الي هاوية الملذات والشهوات والبعد القيمي وتقدير النماذج الغربية واكتساب مساوئها.

وبذلك يمكن القول ان بعض القيم الاجتماعية أصبحت تتجه نحو الانحلال والتفسخ شيا فشيئاً الي ان أصبح شي اعتيادي بالنسبة للشباب ، نتيجة ما تزرعه هذه القنوات المظلمة من سموم إعلامية لا يستطيع الشباب اكتشافها الا بعد فوات الوقت الي ان يجد نفسه في مأزق من هذه الأفعال والتصرفات ويجد غيره من أقرانه يتبع نفس الخطوات التي سلكها وبهذا يصبح المجتمع هش ولا يقاوم الهجمات الإعلامية التي تأتي من المجتمع الغربي ، الغرض منها فساد الأخلاق لدي الشباب وتشوه الدين وكسر القيم الأخلاقية والعادات والتقاليد الاجتماعية.

أهم النتائج والتوصيات

أولاً : نتائج البحث :-

- 1- أشارت نتائج الدراسة إلي أن أهم تأثيرات القنوات الفضائية علي منظومة القيم الاجتماعية عند الشباب ، تتمثل في تأثير برامج القنوات الفضائية علي المظهر الخارجي للشباب ، كما تجعل الشباب يعيش بعيداً عن الواقع في عالم خيال واللاواقع ، كما تشجع علي الانحراف الأخلاقي والسلوكي لدي الشباب ،ومتابعة شخصيات سيئة يعتبرونها قدوة ، وتغير النظرة التقليدية في العلاقة بين الجنسين بشكل أكثر حرية وإيجابية ، تؤثر في تغير القيم الاجتماعية في مرحلة الشباب ، وتخرق منظومة العادات والتقاليد بشكل سلبي .
- 2- أظهرت نتائج الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية تولد العنف والتعصب لدي الشباب
- 3- كشفت نتائج الدراسة عن أن أهم تأثيرات القنوات الفضائية علي منظومة الترابط الأسري في المجتمع الليبي ، تتمثل في نقل قيم سلبية إلي الأسرة مثل عدم احترام الوقت والقيم

الاستهلاكية ، يليها المشاركة والتفاعل الأسري عند مشاهدتها ، كما تضعف دور الأسرة التربوي ، حيث تؤثر علي الشباب كيفية القيام بالوجبات اتجاه الأسرة ، وتضعف الانتماء الأسري لديهم.

4- أشارت نتائج الدراسة إلي أن أهم تأثيرات القنوات الفضائية علي منظومة قيمة وثقافة التسامح والعفو الاجتماعي لدي الشباب في المجتمع الليبي تتمثل في مشاهدة القنوات الفضائية تقلل من تعاطف الشباب مع الآخرين ، وتزيد من العنصرية بين الشباب ، كما تشارك في الخلافات بين الشباب ، تساعد الشباب علي الانحراف .

التوصيات :-

- 1- أن تقوم الأسرة وخاصة الأم بدورها في توجيه أبنائها وانتقاء البرامج الهادفة التي تدعم القيم الاجتماعية والدينية بما يساهم في تنمية الشخصية الواعية لأبنائها.
- 2- دراسة احتياجات الشباب والمراهقين وأخذ رغباتهم في الاعتبار عند وضع خطط البرامج بالقنوات الفضائية فلا مانع من بث البرامج الترفيهية بشكل لا يخرج عن إطار القيم والعادات والتقاليد.
- 3- ضرورة الاهتمام باختيار مكان الجهاز في المنزل ويفضل وضعه في مكان اجتماع العائلة ، وضرورة التأكيد على دور الآباء والأمهات في رعاية ووقاية الأبناء من مخاطر وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة من خلال التوجيه والمتابعة والرقابة والتنظيم ، بمعنى أنه يجب أن يكون هناك تواصل بين الوالدين والأبناء وتقنين استخدام تلك الوسائل .
- 4- إقامة دورات تدريبية في مجال التواصل الاجتماعي والترابط الأسري ، ينبغي الالتحاق بها خاصة لمن يعاني من العزلة والانطواء بسبب أجهزة التكنولوجيا ، وكذلك أولياء الأمور كي يتغلبوا على ضعف العلاقات الاجتماعية في الأسرة .
- 5- إجراء دراسات مستقبلية تتناول تأثير تكنولوجيا الاتصال على الفئات العمرية المختلفة لوضع السياسات الصحيحة لطرق استخدامها .

المراجع:-

- 1- تيسير ابو عرجه ، الاعلام والثقافة العربية ، الموقف والرسالة ، دار مجدلاوى للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، 2003 ، ص 107 .
- 2- عاطف غيث وآخرون ، دراسات في التنمية والتخطيط الاجتماعي ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 1990 ، ص 39.
- 3- عاطف غيث ، نفس المرجع السابق ، ص 41.
- 4- صلاح الدين بسيونى، القيم فى الإسلام بين الذاتية والموضوعية، القاهرة، دار الثقافة للنشر، 1990، ص 8-9.
- 5- عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1995، ص 505.
- 6- عاطف غيث ، نفس المرجع السابق، ص 505.
- 7- سلامة بو شامة ، دور منظومة القيم فى التنمية السياسية ، الحوارل المتمدن ، الحوار المتمدن- العدد:1،33،10/3/2011.
- 8- حنان قنديل ، القيم والتنمية فى آسيا ، حالة الصين ، الأهرام الرقى ، 2007/1/1 .
- 9- <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?serial+221824&eid+515>
- 10- جمال اسماعيل الطحاوى ، التحولات المجتمعية وتغير منظومة القيم فى المجتمع ، بحث مقدم فى مؤتمر " التحديث والتغيير فى مجتمعاتنا تقييم للتجارى واستكشاف الآفاق ، 7 - 8 أبريل 2008 ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس ، 2008 ، ص 361 .
- 11- نبيل سفيان، فهم الناس من خلال قيمهم <http://www.Khayma.com/dr-2002> nabil/makalat/h4,htm
- 12- نبيل سفيان ، نفس المرجع السابق 2002.
- 13- أحمد زايد وآخرون ، الأطر الثقافية الحاكمة لسلوك المصريين واختياراتهم دراسة لقيم النزاهة والشفافية والفساد ، وزارة الدولة للتنمية الادارية ، لجنة الشفافية والنزاهة ، القاهرة ، 2009 ، ص 23 .
- 14- سامية على حسنين ، الشباب فى الاعلام بين الصورة والرؤية ، بحث ألقى فى مؤتمر فيلادلفيا الدولى الثامن عشر ، كلية الآداب والفنون ، جامعة فيلادلفيا ، فى الفترة الواقعة بين 30 اكتوبر إلى 1 نوفمبر 2007 ، منشور فى مجلة كلية الآداب ، جامعة بنها ، العدد الثانى والعشرون ، يناير 2010 ، ص : 426 - 425 .
- 15- (1)United Nations (2008) , Youth and the united nations , frequently asked questions.
- 16- Website : <http://www.un.org/esa/socdev/unyin/qanda.htm>

- 17- سامية حسن الساعاتي ، الشباب العربي والتغير الاجتماعي ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2002 ، ص: 15.
- 18- على ليلة ، الثقافة العربية والشباب ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2002 ، ص : 13 - 14 .
- 19- محمد علاء الدين عبد القادر ، دور الشباب في التنمية ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1998 ، ص : 25-26 .
- 20- عزة شرارة ببيضون وآخرون ، الشباب العربي ورؤى المستقبل ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 2006 ، ص : 19 . 12
- 21- عدلى ابوطاحون ، النظريات الاجتماعية المعاصرة ، الاسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 2003 ، ص323.
- 22- www. Mahdyelkassas. Name.eg / books / family – doc.
- 23- نادية احمد محمد, اتخاذ القرار في الاسرة (دراسة في انثروبولوجيا الاسرة والقرابة) , دار المعرفة الجامعية, الاسكندرية , 2014, ص 38.
- 24- وداد عمر الصيد ، تأثير القنوات الفضائية على ثقافة الشباب الليبي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، اكااديمية الدراسات العليا بليبيا ، 2009 .
- 25- محمد المنصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين " دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية نموذجا ، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال ، كلية الآداب والتربية بالأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ، 2012 .
- 26- سعد مبارك ناصر الشبو ، اثر القنوات الفضائية على بعض القيم الاجتماعية السائدة لدى الشباب في المجتمع الكويتي ، رسالة دكتوراه غير منشوره ، جامعة عين شمس ، 2012.
- 27- أشرف أبو زيد ، القيم الفنية في شعارات القنوات الفضائية العربية ، دراسة مقدمة للمؤتمر العالمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام تحت عنوان الفضائيات العربية ومتغيرات العصر القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية 2004 ، ص : 578.
- 28- محمد علي الأصفر ، دخول القنوات الفضائية واستعمالها في ليبيا ، مجلة البحوث الإعلامية الجمهورية ، العدد 32 ، 2005 ، ص : 33.
- 29- تاريخ الدخول 2020-12-22 <http://www.ahewar.org/debat/add.art.asp?cid=228>