

الإعلام المرئي وتأثيره على الشباب: رؤية تحليلية  
محمود عبد الجواد نصار  
الملخص

استهدفت الدراسة تسليط الضوء على الإعلام المرئي وتأثيره على الشباب المصري، ويعد التلفزيون أحد أهم وسائل الإعلام المرئي في العصر الحديث لما له من قدرة على نقل الأخبار والأحداث إلى الشباب، ودوره في تشكيل وعي معلوماتي بالأحداث الجارية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية. هذا وقد حاولت الدراسة تسليط الضوء على أثر الإعلام المرئي على التنمية الثقافية. كما أشارت الدراسة إلى دور الإعلام في ربط الشباب بقضايا مجتمعهم وتشكيل القيم والمفاهيم الشبابية.

## **Visual media and its impact on young people: analytical vision**

**Mahmoud Abdel Gawad Nassar**

### **Abstract**

The study aimed to highlight the visual media and its impact on young people of Egypt, and Television is one of the most important visual media in modern times because of its ability to deliver news and events to young people, and its role in shaping the consciousness of my knowledge of current events political, economic, social and cultural rights. This was a study attempted to shed light on the impact of visual media on cultural development. The study also noted the role of the media in connecting Alchaababd issues of their community and the formation of values and concepts of youth.

أولاً- مقدمة حول أهمية الإعلام في ضوء مسح التراث البحثي:

الهدف من الإعلام هو أن تكون هناك فكرة معينة نريد توصيلها إلى المرسل إليه، وهو إما فرد أو جماعة أو شعب أو عدة شعوب، فإذا نتج عن هذه الفكرة أن اتبع المرسل إليه السلوك الذي تريده الفكرة فإن رجل الإعلام يكون قد نجح في تحقيق غرضه، وإذا لم يتبع المرسل إليه السلوك الذي تريده الفكرة فإن رجل الإعلام قد فشل في تحقيق غرضه<sup>(1)</sup>.

كذلك الهدف من الإعلام أيضاً هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر عن هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها كما يقول أوتوجرت وهذا يعني أن الغاية الوحيدة من الإعلام هي توسيع مدارك الجماهير عن طريق تزويدهم بالمعارف، وإقناعهم بأن سلوكهم سلوك معين<sup>(2)</sup>.

ويرى (ولبور شرام) Wilbur Schramm أن الإعلام الذي يتزايد تداوله هو الذي يقوم بإحداث التغيير في المجتمع وهو الذي يهيئ المناخ لوحدة الأمة، فيجعل كل إقليم يلم بشئون الأقاليم الأخرى، أناسه وفنونه وعاداته وسياساته ويجعل القادة الوطنيين يحدثون الشعب، كما يجعل الشعب يحدث قاداته مثلما يحدث نفسه، ويجعل الحوار فيما يتعلق بسياسة الدولة ميسوراً على نطاق الوطن كله، ويجعل الأهداف والمنجزات الوطنية ماثلة دائماً في أذهان العامة.

ويستطيع الإعلام العصري إذن أن يساعد على توثيق عُرى البلاد بجماعاتها المتباعدة وثقافتها الفرعية المتباينة، وأفرادها وجماعاتها المنطوية على نفسها، وذلك إذا أحسن استخدامه<sup>(3)</sup>.

ومن هنا فإن مهمة وسائل الاتصال الحديثة في الدول النامية يرجى منها غرس الشعور بالانتماء إلى الأمة والوطن، وتعليم الشعب المهارات الجديدة، وغرس الرغبة في التغيير وزيادة آمال الجماهير، بحيث ترغب في اقتصاد متطور ومجتمع أكثر تحضراً<sup>(4)</sup>.

إن وسائل الاتصال الجماهيري تستطيع أن تكون عظمة العون في جميع أشكال التعليم وتعليم الكبار والتدريب على المهارات، كما أنها تستطيع أن تتحمل نصيباً من التعليم أكبر نسبياً في حالة عدم توافر المعلمين والمدربين، وأن تزيد من فرص التعليم عندما يتم تعليم المهارات الأساسية<sup>(5)</sup>.

لقد أصبح من المعروف أن وسائل الاتصال الجماهيري في المجتمعات النامية تمثل الأدوات الرئيسية المساعدة على تنفيذ برامج التنمية وتحقيق تقدمها وتطورها من خلال توصيلها وإقناعها بالأفكار المستخدمة ونشرها للقيم الإيجابية، ونقدتها للقيم السلبية التي تعوق عملية التطور والتقدم والنمو المنشود اجتماعياً ومادياً وثقافياً<sup>(6)</sup>.

ولكن من أهم المشكلات التي تجابه الدول النامية مشكلة الغزو الفكري والثقافي عن طريق البرامج والأفلام المستوردة من الدول الصناعية الكبرى، وهي مشكلة تثير القلق، وحيث إن جهاز التلفزيون يعد من أقوى وسائل الإعلام تأثيراً

تتضح خطورة الأفلام الأجنبية باتجاهاتها المختلفة وأهدافها المتغايرة لأهداف تلك الدول النامية التي تريد بناء نفسها خاصة لو علمت تلك الدول أن الدراسات التي أجريت في أمريكا نفسها حول مدى تأثير التلفزيون، قد برهنت على أن نسبة جرائم الأحداث تزداد مع زيادة عدد أجهزة التلفزيون بها، مما حدا بأحد الأطباء النفسانيين الأمريكيين إلى القول : " إذا كان السجن هو كلية لدراسة الجرائم، فالتلفزيون هو المدرسة الإعدادية للانحراف"<sup>(7)</sup>.

**وفي ضوء مسح التراث البحثي يمكننا الوقوف على أهمية موضوع الدراسة ومن هذه الدراسات**

وأولى هذه الدراسات دراسة نبيل حسن عن التلفزيون وانحرافات الشباب (1975) (نبيل حسن، 1975) ، والتي تهدف إلى معرفة دور التلفزيون في الانحراف، كما قدمت أماني فهمي دراسة عن برامج الشباب في التلفزيون المصري (1987) (أماني فهمي، 1987) وهي دراسة تحليلية على عينة من برامج الشباب، بينما جاءت دراسة بوتر واك شن تشانج (1990) عن قياسات التعرض للتلفزيون وافتراضات الغرس ( W. James Potter and Ik Chin ( Change, 1990)، أما سهير صالح فقدمت دراسة عن تأثير الأفلام المقدمة في التلفزيون على اتجاه الشباب المصري نحو العنف (1997) (سهير صالح، 1997)، استخدمت فيها منهج المسح، وفي إطاره أجرت الباحثة استبياناً على 400 مفردة من الشباب في مدينة القاهرة، بينما قدم ياسر عبد اللطيف دراسة عن التعرض للدراما التي يقدمها التلفزيون ومستوى التطلعات لدى الشباب المصري (ياسر عبد اللطيف، 1998)، أما هاني الكنيسي فقدم دراسة عن اختلاف المعرفة المكتسبة من التلفزيون بين الشباب المصري (هاني محمد أبو الفتوح الكنيسي، 2001)؛ استهدف من خلالها التوصل إلى مستوى المعرفة المكتسبة من التلفزيون بين الشباب المصري ودور الصورة أثناء عملية اكتساب المعلومات من أخبار التلفزيون، وأخيراً، جاءت دراسة نائلة عمارة بعنوان "الأغاني التلفزيونية المصورة (الفيديو كليب) ونظرية تأثير الشخص الثالث- دراسة تطبيقية على عينة من الجمهور المصري" (2005)، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 400 من الشباب المصري، وذلك لاختبار فروض نظرية الشخص الثالث.

**ثانياً مشكلة الدراسة:**

**إن** تأثير وسائل الإعلام أعظم وإمكانات البناء أو الهدم المتاحة لها أكبر وأسرع وأوسع انتشاراً وأعمق تأثيراً، الأمر الذي فرض ضرورة أن يُوظف الإعلام من أجل رفع المستوى الثقافي وتغيير العادات الضارة وبلورة نسق إيجابي للقيم الاجتماعية وتوجيه الإنسان نحو الإنتاج، وإتاحة وسائل النمو الذاتي، وربط الفرد بمشكلات مجتمعه وحماية ثقافته، وتوعيته بالمتغيرات المعاصرة، وتبصيره بالتحديات المحيطة به (ضياء زاهر، 1986: 72).

وفي ضوء ذلك، يمكننا تحديد وظائف الإعلام على النحو التالي:  
أولاً: البناء المعنوي للإنسان، وذلك بالقضاء على التقاليد والعادات السيئة والمفاهيم

والقيم التي تقف حائلاً في طريق التقدم بجانب تفجر الطاقات الخلاقة في الإنسان وشحذها للبناء<sup>(8)</sup>، فترابط النظام القيمي للمجتمع واتساقه يساعد أفراداً على النظرة المشتركة للأمور، وعلى حد أدنى وحدة السلوك والاستجابة للمنبهات كما أن تعدد الأنظمة القيمة في المجتمع وتعايشها في نفس الوقت يخلق نوعاً من التعقيد يضاعف من أهمية الدور الملقى على وسائل الإعلام ويتطلب منها فهماً لطبيعة النسق القيمي في المجتمع حتى تتمكن بفاعلية كاملة أن تربح تلك القيم والأفكار والمعتقدات غير المرغوبة.

ثانياً: إعادة تشكيل واقع المجتمع، وذلك بالعمل على وجود النظام الاجتماعي القادر على التطور والتجديد وملاحقة أساليب التطور والانجازات العلمية الحديثة ونقلها للمجتمع في شكل معلومات وأفكار<sup>(9)</sup> بأبسط وأيسر الأساليب التي تجعل المتلقى قادراً على الاستيعاب، مستعداً لتبني هذه الأفكار والمعلومات وتطبيقها بأسلوب علمي وعملي.

ثالثاً: العمل على تطوير الشخصية الإنسانية باعتبارها المحور الرئيسي في عملية التنمية والتي يمكن تطويرها من الجمود إلى الحركة، ومن التواكل إلى الإقدام ومن الخوف إلى المغامرة، ومن الفشل إلى الأمل، ومن الاستكانة إلى الإنجاز والاعتماد على النفس<sup>(10)</sup>، هذا فضلاً عن المساهمة في تشكيل وتربية وتكوين الذوق العام وتعميق الإحساس بالانتماء للوطن، وذلك بجانب تركيز الاهتمام على أهداف ومشاكل.

ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي: ما هو تأثير الإعلام المرئي على الشباب المصري؟

#### ثالثاً: أهداف الدراسة:

- 1- الكشف عن تأثير الإعلام المرئي على الشباب المصري.
- 2- الوقوف على نوعية مشاركة الشباب في برامج الشباب.
- 3- التعرف على استفادة الشباب من مشاهدة برامج الشباب.
- 4- الوقوف على مدى القصور في برامج الشباب.

#### رابعاً: تساؤلات الدراسة:

- 1- ما هو تأثير الإعلام المرئي على الشباب المصري؟
- 2- ما هي نوعية مشاركة الشباب في برامج الشباب.
- 3- ما حجم استفادة الشباب من مشاهدة برامج الشباب.
- 4- ما حجم التصور في برامج الشباب بالتلفزيون المصري.
- 5- ما هي مقترحات الشباب لتطوير برامج الشباب.

#### خامساً: الإطار النظري للدراسة.

في يوم 21 يوليو سنة 1960م بدأ الإرسال التلفزيوني في مصر في احتفالات عيد الثورة الثامن، وشاهد المصريون لأول مرة على الشاشة الصغيرة حفل افتتاح مجلس الأمة والرئيس عبد الناصر وهو يلقي خطابه بهذه المناسبة.

وهناك دراسة قام بها (روبر) Roper عن اتجاهات الجمهور نحو التلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى... وقد كشفت هذه الدراسة عن مواقف مؤيدة للتلفزيون، ويمكن تلخيص نتائج هذه الدراسة كما يلي<sup>(11)</sup>:

- 1- يستمر التلفزيون في القيام بدور المنافس الرئيسي للصحف كمصدر للأخبار.
- 2- يهتم الجمهور بالمسائل العامة أكثر من اهتمامه بالآثار السلبية المحتملة للتلفزيون.
- 3- يعتبر التلفزيون أكثر المصادر الإعلامية التي يصدق الجمهور أخبارها، بينما تعتبر الصحف أقل هذه الأوساط الإعلامية تصديقاً.
- 4- إذا خير الجمهور بالاحتفاظ بوسيلة واحدة فقط من وسائل الإعلام فإن الجمهور يختار التلفزيون بأغلبية كبيرة.

كما أن التلفزيون قد استحوذ على الجزء الأكبر من وقت الناس داخل المنازل وهو يستطيع أن يشد انتباه الكبار والصغار لساعات دون ملل وبتفرغ؛ فالصورة المتحركة تستطيع أن تجذب قدرًا من الانتباه يعادل خمسة أمثال ما يجذبه الصوت وحده<sup>(12)</sup>.

يتميز التلفزيون بأنه يجمع العناصر الثلاثة المؤثرة في خيال المشاهدين، وهي الصوت والصورة والحركة، والتلفزيون يجذب الأطفال والعوام والطبقة غير المتعلمة بوجه عام، ويتميز التلفزيون عن سائر الإعلام الأخرى بما يلي:

- 1- أنه أقرب وسيلة للاتصال المواجهي، وقد يتفوق التلفزيون على الاتصال المواجهي في قدرته على تكبير الأشياء الصغيرة وتحريك الأشياء الثابتة.
- 2- يساعد على إرساء القيم والسنن الاجتماعية والثقافية العامة، وتغيير سلوك الأفراد إلى الأفضل، فضلاً عن أنه يساعد في العملية التعليمية عن طريق ما يقدمه من برامج تعليمية.
- 3- تتطلب مشاهدة التلفزيون التفرغ الكامل لبرامجه، والتركيز الكلي لذلك من جانب مشاهديه، بعكس الراديو الذي لا يشترط هذا التفرغ وذلك التركيز لمتابعة برامجه.
- 4- ينقل المشاهد إلى مكان الأحداث وقت حدوثها، وهذا يساعد على تسهيل نقل المعلومات في مجال التعرف على خبرات الإنسان، ويصبح سبباً جديداً أمام البشرية للتفاهم والتعاون<sup>(13)</sup>.

إن وجود التلفزيون في المنازل يغني المشاهدين عن الذهاب إلى أماكن قد تكلفهم مجهوداً لا يريدونه أو لا يقدرّون عليه، فهو وسيلة تيسر الإعلام للناس دون تكبدهم عبئاً مادياً أو مشقة بدنية، وكما يكشف لنا (وليم بيلسون William Belson) في إحدى دراساته لهذا المجال بإنجلترا أن التلفزيون قد نجح في إبقاء أفراد الأسرة داخل المنزل خاصة في المساء لمشاهدة برامجه، فالأزواج والزوجات والأطفال يمكثون بالمنزل ولكن بدرجات متفاوتة<sup>(14)</sup>.

إن التلفزيون أداة تكنولوجية جبارة قادرة على نشر الخير، كما هي قادرة على نشر الشر المستطير، ذلك أن للتلفزيون سلطانه في المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتربوية والترفيهية، ومن خلاله يتم بناء الأفراد وتوجيه سلوكهم وتنمية قدراتهم فهو يخاطب أبعاد الشخصية جميعها ويحرك الشعور ويثير

ويجمع معظم الباحثين وخبراء الاتصال في دراساتهم على أن للتلفزيون سجلاً حافلاً في معالجة كثير من المشاكل والقضايا الاجتماعية. وقد ذكر Loo Bogart في دراسة له أن وسائل الاتصال ومن بينها التلفزيون كانت فعالة في تغيير ردود فعل المشاهدين إزاء كثير من المشكلات الاجتماعية، بل وغيرت من مواقفهم من موقف اللامبالاة إلى الاهتمام بتلك المشكلات باعتبارها من أمراض المجتمع والعمل على حلها<sup>(16)</sup>.

ويزيد من جاذبية التلفزيون وقدرته على التأثير في المشاهدين إحساس المشاهدين بانعدام الزمن بين بث الرسالة وتلقيه لها، الأمر الذي يحول عملية التلقي إلى نوع من المشاركة الوجدانية العميقة، ويضاف إلى ذلك أن عملية المشاركة الوجدانية تتم عادة في إطار من المودة والألفة التي تسود التجمع العائلي والخاص وتكون النفس فيه مهيئة للتقبل العقلي والعاطفي<sup>(17)</sup>.

هذا فضلاً عما يتمتع به التلفزيون من قدرات هائلة على إثارة كثير من العمليات العقلية الشعورية، واللاشعورية في الإنسان، فهو يشير فيه الخيال أو الوهم، فيعيش الإنسان مع خيالاته المستمرة مما يراه على شاشة التلفزيون، كما يثير فيه الرغبة في التوحد Identification مع من يرى من شخصيات يعجب بها أو آراء أو أفعال، كما تجعله يسقط آماله وآلامه، ومخاوفه النفسية على ما يشاهد من مناظر أو شخصيات وأحداث ويشجع فيه أحلام اليقظة Day Dreams وفيها يهرب الإنسان من الواقع المؤلم ليحقق رغباته المكبوتة التي يعجز عن تحقيقها في عالم الحقيقة وذلك فيه نوع من التصريف<sup>(18)</sup>.

ويمكن الاستفادة من التلفزيون في حل الكثير من المشكلات، حيث يتعرض المشاهد لكم هائل من المسلسلات والأفلام والمسرحيات والبرامج التي تعرض بعض المواقف الاجتماعية المختلفة وعرض المشكلات ونحوها، كل هذه المواد تعرض مواقف اجتماعية ومشكلات تتشابه من بعيد أو قريب مع المواقف العادية لحياة الفرد المشاهد. ونتيجة لذلك فإنه حينما تعرض مشكلة لدى بعض هؤلاء الأفراد فإن عملية تداعي المعلومات من ذاكرة الإنسان، يذكرهم بما يشابهها من المواقف التي حدثت لأحد أبطال مسلسل أو فيلم، ويدعوهم هذا إلى تقليدهم أو تقمص شخصياتهم<sup>(19)</sup>.

#### سادساً - الأساليب المنهجية:

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات والبحوث الوصفية التي تهتم بالوصف والتحليل لقضايا الدراسة الميدانية المرتبطة بالشباب المصري. ومن هنا اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وذلك من خلال مسح عينة من شباب الجامعات المصرية الحكومية والخاصة بالقاهرة الكبرى، حيث بلغت عينة الدراسة 427 مفردة توزعت على النحو التالي: 160 بجامعة القاهرة، و 177 من جامعة عين شمس، و 49 من جامعة الأزهر، و 41 من جامعة خاصة.

### سابعاً- دور التلفزيون في الإعلام المصري:

يعد التلفزيون أحد أهم وسائل الإعلام في العصر الحديث لما له من قدرة على نقل الأخبار والأحداث إلى أفراد الشعب في وقت سريع، وهناك بعض الأحداث يمكن نقلها في لحظة وقوعها عن طريق البث المباشر.

ويمكن للتلفزيون أن يؤثر في المجتمع بشكل مباشر وسريع، فالرسالة الإعلامية موجهة إلى كافة فئات المجتمع بكل طوائفه ومتقفيه وكذلك لغيرهم ممن لا يستطيعون القراءة والكتابة، وفي الوقت الراهن استطاع الإعلام المصري وبالأخص الإعلام المرئي أن يكلل خطواته بمشروعات عملاقين هما، القمر الصناعي المصري (نايل سات)، ومدينة الإنتاج الإعلامي، فكلتا المشروعين يحمل معه خدمات إعلامية هامة وحديثة لها مستقبل باهر وجعلت للإعلام المصري مكانة متقدمة بين وسائل الإعلام الإقليمية والدولية، حيث أصبح مؤثراً في ثورة المعلومات والإعلام والدعاية والحرب النفسية، فالتلفزيون مؤثر سلماً وحرباً فهو أحد مؤثرات الأمن القومي كما أنه بمثابة العين واللسان والأذن للرأس في الجسد، فمن خلال التلفزيون يمكن للمواطن وصانع القرار أن يشاهد معظم الأحداث التي تقع في أقصى العالم ويستمتع إلى كافة الآراء الدولية والشخصية لكافة أطراف المجتمع، وكذلك متابعة أهم الأحداث وقت وقوعها، ويمكن أن يكون هذا الجهاز لسان الأمة المعبر عن حالها وثقافتها وسياستها ويمكن أن يكون هذا اللسان مخاطباً المواطنين في الداخل أو حاملاً لرسالة إعلامية موجهة للخارج والعالم أجمع.

يختلف دور التلفزيون في المجال السياسي على حسب من يتحكم فيه ويقوم بإدارته ومدى الحرية المسموح له بممارستها وهل المسيطر عليه الحكومة أم آخرون ليس لديهم علاقة بالحكومة، كذلك يؤثر على هذه الجزئية مدى المصادقية والالتزام بأخلاقيات العمل الإعلامي، فإذا كان الإعلام مقيداً من جانب النظام السياسي للدولة، فالمتوقع أن يحدث تحكّم في المعلومات وتحيزها لنظام الحكم وإبراز محاسنه وإغفال زلاته.

ونتيجة لأهمية التلفزيون في تشكيل مفاهيم الجماهير وآرائهم مما يشكل الرأي العام في المجتمع، نجد أن أنظمة الحكم تحرص على السيطرة على هذا الجهاز الإعلامي الخطير حتى تلتف الجماهير خلف القيادة عند اتخاذ مواقف سياسية مصرية، وترجع الأهمية التي يلعبها التلفزيون في هذا المجال إلى عدة أسباب، أهمها<sup>(20)</sup>:

- 1- الحجم الكبير من المتلقين، سواء من المواطنين العاديين أو من أعضاء النخبة الذين يتعرضون لما يقدمه التلفزيون من مواد ووسائل إعلامية.
- 2- ثقة المتلقين في صحة ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات.
- 3- سعي التلفزيون من خلال قنواته المحلية والفضائية لجذب المتلقين وزيادة أعدادهم من خلال خلق أشكال متنوعة للبرامج، التي قد يبدو بعضها أنه ليس له مضمون سياسي، وإن كان في الحقيقة لا يخلو من دلالات سياسية.
- 4- الحجم الهائل من الرسائل الإعلامية التي يبثها التلفزيون يومياً، بحيث يجعل



## الإعلام المرئي وتأثيره على الشباب: رؤية تحليلية

المواطن غير قادر على إدراك حقيقة المواقف إلا من خلال الرؤية التي تقدمها له قنوات التلفزيون.

### جدول رقم (1)

توزيع آراء عينة الدراسة حول هل يفضل الشباب أن يكون ضيوف برامج الشباب من الشباب

الإجمالي	الجامعة الخاصة		جامعة الأزهر		جامعة عين شمس		جامعة القاهرة		الجامعة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
83.8	358	82.9	34	77.6	38	85.3	151	84.4	135	نعم
16.2	69	17.1	7	22.4	11	14.7	26	15.6	25	لا
100.0	427	100.0	41	100.0	49	100.0	177	100.0	160	المجموع

$$K^2 = 1.8 \times X$$

يوضح الجدول رقم (1) هل يفضل الشباب أن يكون ضيوف برامج الشباب من الشباب، حيث كانت الإجابة بـ (نعم) بنسبة بلغت 83.8% من إجمالي عينة الدراسة، بينما أجاب بالنفي نسبة 16.2% من إجمالي الدراسة. معنى ذلك أن الشباب يفضلون أن يكون ضيوف البرامج الخاصة بهم من الشباب في مثل سنهم حتى يعبروا عنهم وعن مشاكلهم ومشاعرهم. ويرى الباحث أن معنى ذلك أيضاً أن الشباب يتأثرون بنوعية الضيوف وليس فقط بشخصية مقدم البرامج أو موضوع البرنامج، وأن استضافة شباب في البرامج الخاصة بالشباب سوف يكون عنصراً من عناصر الجذب الهامة التي تدفع الشباب نحو متابعة البرامج المقدمة لهم. ويوضح  $K^2 = 1.8\%$  أنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين نوع الجامعة ودرجة تفضيل الشباب أن يكون ضيوف البرامج الخاصة بهم من الشباب. **ثامناً- دور التلفزيون في تحقيق متطلبات الشباب:**

يلعب التلفزيون دوراً هاماً في المساهمة في تحقيق متطلبات الشباب من خلال العمل على تماسك الجبهة الداخلية وخلق الشعور بالقوموية والانتماء الوطني، بالإضافة إلى إمكانية خلق روح جديدة من التعاون والمشاركة الإيجابية للتخلص من سلبيات المجتمع والعمل على تعميق الإيجابيات وتنميتها والحفاظ عليها، فالدراما التلفزيونية كفيلة بأن تشارك المواطن همومه والأعباء اليومية التي يتعرض لها.

التلفزيون له هدف قومي، هام حيث يجعل الشعب يلتفت حول الأهداف القومية للدولة من خلال ما يقدمه في رسائله العلمية ويعمل التلفزيون على مواجهة المشاكل التي يتعرض لها المجتمع من خلال مناقشة مشاكل المجتمع والتحديات التي تواجهه والعمل على تقديم حلول لهذه المشاكل.

يقوم التليفزيون بتقديم بعض البرامج التي تعرض آراء المواطنين في حل مشكلات المجتمع للدفع بالشباب نحو معرفة المشكلات المستقبلية والمشاركة في وضع تصور لحل هذه المشكلات من خلال التعرف على آرائهم وحقيقة المشكلات التي يتعرضون لها.

جدول رقم (2)

توزيع آراء عينة الدراسة ومدى مشاركتهم في برامج الشباب من قبل

الجامعة الاستجابية	جامعة القاهرة		جامعة عين شمس		جامعة الأزهر		الجامعة الخاصة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	18	11.3	30	16.9	3	6.1	5	12.2	56	13.1
لا	142	88.8	147	83.1	46	93.9	36	87.8	37	86.9
المجموع	160	100.	177	100.0	49	100.0	41	100.0	42	100.0

كا=2 4.9 x

يوضح الجدول رقم (2) توزيع آراء عينة الدراسة ومدى مشاركتهم في برامج الشباب من قبل أو تم استضافتهم فيها ليعبروا عن رأيهم، أجاب نسبة 86.9% بأنهم لم يشاركوا في برامج الشباب من قبل، وأنه لم يتم استضافتهم فيها، وكانت أعلى نسبة منهم هم شباب جامعة الأزهر، بنسبة بلغت 93.9%، لم يشاركوا في برامج الشباب، يليهم شباب جامعة القاهرة بنسبة 88.8%، ثم شباب الجامعة الخاصة، وأخيراً شباب جامعة عين شمس بنسبة 87.8%، و83.1% على التوالي. بينما أجاب بـ (نعم) نسبة 13.1% من إجمالي عينة الدراسة بأنهم سبق لهم أن شاركوا في برامج الشباب أو تم استضافتهم فيها، وكانت أعلى نسبة بين الذين أجابوا بالإيجاب هم شباب جامعة عين شمس بنسبة بلغت 16.9%، ثم شباب الجامعة الخاصة بنسبة 12.2%، يليهم شباب جامعة القاهرة بنسبة 11.3%، وأخيراً شباب جامعة الأزهر بنسبة 6.1%.

ويرى الباحث أنه ربما يكون السبب في ذلك أن القائمين على برامج الشباب في التليفزيون المصري يفضلون استضافة شباب جامعة عين شمس أو القاهرة أو الجامعة الخاصة، لكي يكون هناك تنوع في آراء ضيوف البرامج، وربما يعتقد بعض القائمين على برامج الشباب أنه لو تم استضافة جميع ضيوف الحلقة من شباب جامعة الأزهر فمن المحتمل أن تكون الإجابات والردود متشابهة؛ لتقاربهم في التوجه الديني وثقافتهم الدينية التي تغلب على طابعهم الثقافي في إجاباتهم عن العديد من التساؤلات، وتعبيرهم عن كثير من القضايا بمنظور ديني أعمق من غيرهم من الشباب.

تاسعا الشباب ونوعية المشاركة في برامج الشباب وأثرها على التنمية الثقافية: إن الثقافة والإعلام وجهان لعملة واحدة وهذه العملة هي وقود التنمية، والحفاظ على الهوية الثقافية لا يعني الاستاتيكية والجمود خوفاً من الجديد، بل يمكن للمجتمع أن يتجدد مع الحفاظ على الهوية طالما أن هذا التجديد محسوب ومعروف

اتجاهه وفوائده وبذلك يمكن الترحيب به حتى يتطور المجتمع دون أن يفقد هويته الأصلية، ويحاول التلفزيون أن يقوم برسائله الثقافية من خلال ما يلي:  
أ- سعى التلفزيون لتوعية الشباب بالتحديات التي تواجه المجتمع من خلال برامج ثقافية موجهة، وكذلك الوقوف في مواجهة الغزو الثقافي الأجنبي حفاظاً على القيم الدينية والثقافية للمجتمع.

ب- سعى التلفزيون للقضاء على المحاولات التي يقوم بها أعداء الأمة في إطار محاولات الاختراق الثقافي والحضاري وبث الدعاية والحرب النفسية بنشر الأكاذيب والشائعات وبذلك يتم إحباط الأهداف الرامية للنيل من الوطن والمواطن. ومن ثم استطاع التلفزيون أن يتغلب على كثير من وسائل الاتصال الأخرى وبذلك استطاع أن يكسر الحواجز بين الطبقات والمناطق المختلفة. أولاً أن يرضي أنواع معظم الطبقات والفئات، وكذلك عن طريق إضافة أبعاد جديدة لتوصيل المعلومات المفيدة بطريقة جذابة وسهلة، الأمر الذي جعله جزءاً أساسياً في حياة الجمهور، فالتلفزيون يعطي المشاهدين الإحساس، بأن ما يشاهدونه هو الحقيقة وهو في هذه الناحية - يسبق الإذاعة والصحافة، فالمشاهدون يرون الأحداث كما لو كانت تحدث أمام أعينهم وأقرب مثال إلى ذلك حرب الخليج الأخيرة التي شاهدها العالم وكأنه هناك، والفرق شاسع بين المشاهد الذي يتابع على الشاشة غارة جوية تقصف الجسور وتهدم المنازل وتقتل الأبرياء وبين القارئ أو المستمع الذي يتابع الحدث نفسه، من خلال الصحيفة أو جهاز الراديو، فالأثر النفسي الذي يتركه التلفزيون لدى المشاهد، أعمق وأقوى من أثر الصحيفة أو الراديو.

وتظهر أهمية التلفزيون في عملية إقناع المشاهد من خلال ما تقدمه من البث المباشر الذي يصل إلى المشاهد بصورة أكثر إقناعاً وجاذبية، وتظهر قدرة التلفزيون على التعليم من خلال ما يقدمه من برامج تعليمية وكذلك برامج محو الأمية والتشجيع المستمر على التعليم وكذلك الخدمات التي يقدمها التلفزيون لذوي الاحتياجات الخاصة ولغة الإشارة (للأفراد الصم) وبذلك يتم احتوائهم وعدم تهميشهم وإدماجهم مع المجتمع للاستفادة منهم كطاقة منتجة ومثمرة من خلال البرامج التلفزيونية المترجمة بلغة الإشارة لتوجيههم وتعليمهم.

لذلك يرى الباحث ضرورة التنسيق بين وسائل الإعلام المختلفة حتى تصب في بوتقة واحدة تؤدي إلى تنفيذ السياسة الإعلامية التي تهدف إلى تحقيق التنمية عن طريق أفراد مؤهلين في المجتمع مؤمنين بقضايا الوطن معتززين بثقافتهم وتراثهم وهويتهم و متمسكين بها مدافعين عنها.

يعد التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري لما له من ميزات وخصائص تجعله في المقدمة؛ نظراً لاستحواذه على أذهان المشاهدين وسهولة ويسر تواجده في أماكن تواجد أفراد المجتمع والمنازل والنوادي والكثير من الهيئات والمؤسسات والدور، مما أدى إلى تأثيره على عادات الناس وأرائهم وسلوكهم واتجاهاتهم بل وقيمهم مما ترتب عليه ظهور آراء وأفكار وأنماط سلوك لم تكن موجودة من قبل وإحلال سلوكيات محل أخرى وآراء محل أخرى بل وأفكار وقيم محل أخرى تتماشى مع مراحل التغيير الاجتماعي.

والتلفزيون وسيلة جماهيرية، تقوم بتزويد الجماهير بزيادة ثقافي وفني واجتماعي وتشارك بصورة واضحة في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع عن طريق تقديم المعارف، وتفسيرها والتعليق عليها، وفي تغييرها العادات السلوكية وتعديل القيم الأخلاقية غير المرغوبة، وتحقيق التكامل الثقافي، وتكوين الذوق الفني والحضاري من خلال الاختيار والمفاضلة<sup>(21)</sup>.

بل إن التلفزيون أصبح أحد أهم وسائل التغيير الاجتماعي في المجتمع لما له من خصائص، وفيما يلي نشير إلى بعض خصائص التلفزيون:

### الاستحواد :

إن تأثير التلفزيون يكمن في قدرته على نقل اللغة المرئية والصوتية من المرسل إلى المستقبل، هذا فضلاً عن كونه وسيلة إخبارية بالصوت والصورة كما أنه من الممكن أن ينقل المشاهد إلى موقع الأحداث فور وقوعها مباشرة، وذلك بالإضافة إلى أن الأخبار التي ينقلها تحيا في ذهن المشاهد فترة طويلة نوعاً ما أكثر من الأخبار في الصحف<sup>(22)</sup>.

إن التلفزيون وسيلة اتصال سمعية وبصرية يستحوذ على مشاهديه ولا يدع لهم فرصة الممارسة أو الانشغال بعمل آخر مثل الراديو؛ بمعنى أنه يسيطر على سمع وعقل المشاهد، حيث يجذب انتباهه بصورة الناطقة المتحركة والمتغيرة والمحصورة داخل نطاق ضيق، وهذه المشاهدة لا تكلف المشاهد ارتداء الملابس الكاملة أو الانتقال من المنزل إلى السينما بالإضافة إلى شراء تذكرة وما إلى ذلك<sup>(23)</sup>.  
ويعتمد التلفزيون على الإعلانات كمصدر أساسي للدخل، وهذا العامل قد وجد منذ وجود التلفزيون وحتى انتشاره الآن، فالإعلان سلاح ذو حدين، فيقدر ما يكتب من نجاح للإعلان الصادق بقدر ما يودي بحياة السلعة ويقضي عليها تماماً إذا كان الإعلان عنها كاذباً أو مبالغاً فيه، وفوق ذلك يعد التلفزيون وسيلة محددة بعدد من القنوات<sup>(24)</sup>.

### جدول رقم (3)

توزيع آراء عينة الدراسة حول نوعية المشاركة في برامج الشباب

الجامعة	جامعة القاهرة		جامعة عين شمس		جامعة الأزهر		الجامعة الخاصة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الجامعة	5	27.8	13	43.3	0	0.0	3	60.0	21	37.5
الاستجابة	9	50.0	11	36.7	2	66.7	1	20.0	23	41.1
ضعيف في لقاء خارجي	2	11.1	12	40.0	1	33.3	2	40.0	17	30.4
اتصال تليفوني	2	11.1	1	3.3	0	0.0	1	20.0	4	7.1
أخرى	18		30		3		5		56	

ك٢=

يوضح الجدول رقم (3) توزيع آراء عينة الدراسة حول نوعية المشاركة في برامج الشباب، وذلك بالنسبة لمن تم مشاركتهم، وقد تم استضافة 41.1% ممن أجابوا بـ (نعم) كضيوف في لقاءات خارجية. بينما تم استضافة 37.5% ممن أجابوا بـ (نعم) كضيوف في الاستديو، و30.4% منهم عن طريق الاتصال التليفوني. وكانت أعلى نسبة ممن تم استضافتهم في لقاءات خارجية هم شباب جامعة الأزهر بنسبة بلغت 66.7%، يليهم شباب جامعة القاهرة بنسبة 50%، ثم شباب جامعة عين شمس بنسبة 36.7%، وأخيراً شباب الجامعة الخاصة بنسبة 20%. وبالنسبة لاستضافتهم في الاستديو فكانت أعلى نسبة استضافة داخل الاستديو من نصيب شباب الجامعة الخاصة بنسبة بلغت 60%، يليهم شباب جامعة عين شمس بنسبة بلغت 43.3%، ثم شباب جامعة القاهرة بنسبة بلغت 27.8%، وأخيراً شباب جامعة الأزهر بنسبة صفر %.

#### عاشراً- الآثار الاجتماعية للتلفزيون :

- 1- التلفزيون له آثار اجتماعية بارزة على الفرد والأسرة والمجتمع، حيث إنه يدخل كل بيت حاملاً العديد من المعلومات والآراء والأفكار والتصورات والمعتقدات، مما يؤثر على آراء الأفراد وقيمهم وبالتالي يساعد على إعادة تشكيل القيم مرة أخرى وإن كان يساعد على تثبيت بعضها أو اضمحلال البعض الآخر.
- 2- أدى الانتشار الواسع لأجهزة التلفزيون إلى انتشار ما يقدمه من مضامين إعلامية ورسائل إعلانية تصل إلى المشاهد في عقر داره.
- 3- أصبح التلفزيون عنصر جذب للأسرة لما يقدمه من مواد إعلامية شيقة وأخبار ومسلسلات وسهرات وأشياء مفضلة تجذب الجماهير لمشاهدته. وهناك أحداث معينة وسهرات معينة تجتمع حولها الأسرة أمام التلفزيون لتابعة هذه الأحداث ومنها ما يبث على الهواء مباشرة فتتابعه الأسرة لاكتساب المعلومات ومتابعة الأحداث ولل قضاء على الملل داخل المنزل.
- 4- في ظل الحياة الاقتصادية الحالية وصعوبة المعيشة أتاح التلفزيون للأسرة أن تقضي السهرة داخل المنزل بعيداً عن الخروج والسهر بالخارج والتكلفة الاقتصادية التي تؤثر على دخل الأسرة، مما ساهم في إبقاء الأسرة داخل المنزل ومتابعة التلفزيون بشكل أكبر.

يساعد التلفزيون على زيادة إشراف الأبوين على أبنائهم، وذلك ببقائهم في البيت، كما أن له فائدة عظيمة في تقديم المعلومات والأخبار إلى العائلة مجاناً عكس المصادر المطبوعة وهي في برامجها يمكن أن تعلم ربان البيوت المهارات المختلفة الضرورية لإدارة المنزل وتبدير موازنة الأسرة وتقديم دروس تعليمية للأطفال في المدارس<sup>(25)</sup>، مثل برنامج (لك ولأسرتك) و(مجلة المرأة) فضلاً عن أن التلفزيون يعمل على تعديل وتغيير الاتجاهات، ويعمل على خلق قيم واتجاهات جديدة، فهو عنصر خلق وتقوية من خلال العرض المثير لردود الفعل العاطفية، ومن خلال التوازن في الأفكار والدعاية بها، وجاذبية المقدم للرسالة ونوع الرسالة

وأسلوبها، إضافة إلى قابلية المشاهد ومدى استجابته لها، فالجمهور يتأثر بما يراه ويسمعه من البرامج<sup>(26)</sup>.

والتلفزيون من ناحية الإمكانية يعتبر نافذة عظمى للإطلاع على العالم، وهو يمثل طريقة من أفضل الطرق التي نستطيع بها مد آفاقنا، ويضفي حاسة من الواقعية على الأحداث النائية، ويتيح حكماً مستتباً على الشخصيات العامة، ويشركنا في المحاضرات والندوات التي تنظمها أعظم جامعاتنا، ويطلعنا على أنواع "الأوبرات" والمسارح والمتاحف ودور الموسيقى التي لم تكن تتاح من قبل إلا لقلّة من الناس، أغلبهم من قاطني المدن الكبرى<sup>(27)</sup>.

ونظراً لما يتمتع به التلفزيون من مزايا عديدة فهو أكثر الوسائل الاتصالية قدرة على التأثير في عادات الناس وقيمهم وأرائهم واتجاهاتهم، مما يترتب عليها من تغيير نظرتهم إلى بعض أنماط السلوك غير الملائمة، وإحلال عادات وقيم جديدة تتفق مع كل مرحلة من مراحل التغيير الاجتماعي في المجتمعات الإنسانية<sup>(28)</sup>.

ويعد التلفزيون - في الوقت الحاضر - من أقوى وسائل الاتصال وأنجحها في التأثير على الناس وتوجيههم، وذلك إذا أدركنا أن الفرد - خصوصاً في مرحلة الشباب - أكثر قابلية للتشكيل - والتأثر بالتيارات والنماذج الفكرية والثقافية التي يتلقاها من برامج التلفزيون. وقد ذهب البعض إلى اعتباره مدرسة يلقي فيها كل من المربي وعالم الاجتماع والصحفي ورجل الاختراع شيئاً من تجاربه وفكره عن الحياة.

إن أي مجتمع في فترة تطوره يحتاج إلى إعادة النظر في سلم القيم الاجتماعية التي تحكم العلاقات بين الأفراد وتحدد أنماط سلوكهم ونظرة المجتمع إلى هذه الأنماط، فيعمل على القضاء على القيم التي تعوق حركته أو تعديلها إلى قيم أخرى تساعد على عملية التطور والتغيير الاجتماعي<sup>(29)</sup>.

إن وسائل الاتصال الجماهيري تحدث تأثيراً في أفراد جمهورها، فقد تجذب انتباههم، وقد تضيف معلومات جديدة على معلوماتهم، وقد تجعلهم يكونون اتجاهات جديدة ويعدلون من سلوكهم السابق، كما قد تجعلهم يتخلون كلياً أو جزئياً عن معاييرهم وقيمهم التقليدية ويتبنون معايير وقيم عصرية تساعد على التغيير وتخدمه<sup>(30)</sup>.

إن كل تغيير اجتماعي أو ثقافي يحدث في المجتمع، لا بد أن يصل إلى الناس من خلال وسائل الاتصال، إذ إن هذه القنوات هي المحور الرئيسي الذي تركز عليه عمليات التغيير الاجتماعي؛ أي إنها كأدوات أساسية تساعد وتساعد على نشر ودعم التغيير الاجتماعي... فهي تعمل على بث الطموح في الناس ومساعدتهم على اتخاذ القرارات التي تخدمهم وتخدم مجتمعهم إلى جانب قيامها بالمساهمة في تعليم المهارات<sup>(31)</sup>.

تسهم وسائل الاتصال الجماهيري في إعادة الترتيب القيمي والسلوكي للجماهير عن طريق خلق المعايير الجديدة وفرض الأوضاع والمواقف الاجتماعية

## الإعلام المرئي وتأثيره على الشباب: رؤية تحليلية

الإيجابية المرغوبة، والمعاونة في إنشاء قواعد لسلوك التنمية في أذهان الناس، وفي متابعة كل انحراف وكشفه، والعمل على تعديل المواقف والاتجاهات الضعيفة، كما تسهم في ذلك أيضاً عن طريق تدعيم الاتجاهات الراسخة والتأثير في الاتجاهات التي لا يشند التمسك بها، وإحداث تأثيرات على المسائل الجديدة التي لم يتهيا لها الوقت أو الإعلام لبناء اتجاهات مؤيدة لها، والتبشير بالقيم والمثل الإنسانية الرفيعة، هذا إلى جانب التأثير السلبي على بعض القيم والأفكار والاتجاهات التي تترك بصماتها على سلوك بعض الأفراد<sup>(32)</sup>.

### جدول رقم (4)

توزيع آراء عينة الدراسة حول استفادتهم من مشاهدة برامج الشباب

الإجمالي	الجامعة الخاصة		جامعة الأزهر		جامعة عين شمس		جامعة القاهرة		الجامعة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
51.	221	41.	17	71.4	35	50.8	90	49.4	79	نعم
48.	206	58.	24	28.6	14	49.2	87	50.6	81	لا
100	427	100	41	100.	49	100.	177	100.	160	المجموع

\* كا<sup>2</sup> = 9.8

يوضح الجدول رقم (4) توزيع آراء عينة الدراسة حول مدى استفادتهم من مشاهدة برامج الشباب.

حيث أجابت نسبة 51.8% بأنهم استفادوا من مشاهدة برامج الشباب، بينما أجاب بالنفي نسبة 48.2%، وكانت أعلى نسبة أجابت بـ (نعم) وأتهم استفادوا من برامج الشباب هم شباب جامعة الأزهر بنسبة بلغت 71.4%، يليهم شباب جامعة عين شمس بنسبة 50.8%، ثم شباب جامعة القاهرة بنسبة 49.4%، وأخيراً شباب الجامعة الخاصة بنسبة 41.5%.

بينما أعلى نسبة أجابت بالنفي هم شباب الجامعة الخاصة بنسبة 58.5%، وأقل نسبة أجابت بالنفي هم شباب جامعة الأزهر بنسبة 28.6%.

ويرى الباحث أن السبب ربما يكون في أن شباب الجامعة الخاصة أجابوا بأنهم لا يستفيدون من برامج الشباب بنسبة 58.5%، وهي أعلى نسبة عدم استفادة بين شباب الجامعات محل الدراسة، وربما يكون السبب في ذلك هو أنهم يعتمدون على مصادر متنوعة أخرى متاحة لديهم أكثر من شباب الجامعات الأخرى محل الدراسة.

وربما كان السبب في ارتفاع نسبة شباب جامعة الأزهر الذين قالوا: إنهم يستفيدون من برامج الشباب بنسبة 71.4% وهي أعلى نسبة بين شباب الجامعات محل الدراسة، هو قلة اعتمادهم على مصادر أخرى للتثقيف والحصول على المعلومات واكتساب الخبرات، أو ربما تكون المواد الإعلامية التي تقدم لهم تتناسب

مع ميولهم.  
وبوضح كما  $2 = 9.8\%$  أنه توجد علاقة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.5%) بين نوع الجامعة والاستفادة من مشاهدة برامج الشباب.

#### حادى عشر: التليفزيون وقيم الشباب ومقترحات التطوير:

إن سلوك الأفراد وتصرفاتهم تتغير بتغير الظروف المجتمعية ولكن بصور ونسب مختلفة، ولكنها تتأثر بوسائل الإعلام بشكل كبير، مما يؤثر على القيم لدى الأفراد والمجتمع.

حيث تلعب القيم دوراً هاماً في توجيه سلوك الأفراد وتحديد تصرفاتهم في مجرى الحياة اليومية، كما أن القيم قد تتغير بتغير الظروف المجتمعية، وأن وسائل الإعلام قد تلعب دوراً في تغييرها وإعادة ترتيب أولوياتها في سلم القيم<sup>(33)</sup>. ولكي يحدث تغير اجتماعي مقصود في المجتمع لا بد أن يصل من خلال وسيلة اتصال مؤثرة وقوية وواسعة الانتشار.

ويكاد يتفق علماء الاجتماع والاتصال، على أن أي تغيير اجتماعي مقصود في المجتمع، لا بد أن يصل إلى الناس عبر بوابة كبيرة، أي عبر وسائل الاتصال الجماهيري وخاصة التليفزيون، إذ إنه لا يمكن أن يتم أي تغيير في المجتمع، في معزل عن استخدام وسائل الاتصال، التي تعد الأدوات الهامة والرئيسية والمساعدة في مخاطبة الناس، وشرح ونقل تلك التغييرات الجديدة التي ستحدث في المجتمع، وفي بنيانه ووظائفه حتى يعرف كل فرد دوره ومكانته وفقاً للتغيير الذي سيطرأ<sup>(34)</sup>.

وما نود أن نشير إليه هناك أن التغيير ضرورة للمجتمعات البشرية، لأنه يضمن لها البقاء والنمو والاستمرار، فبالتغيير يتهيأ لها التكيف مع واقعها، وبالتغيير يتحقق التوازن والاستقرار في أبنيتها ونشاطاتها، وعن طريق التغيير تواجه المجتمعات متطلبات أفرادها وحاجاتهم المتجددة، وعن طريق التغيير يحاول الإنسان أن يكمل ما لديه من نقص بتحقيق الوصول إلى الكمال<sup>(35)</sup>.

ولقد أشار (روجرز شوميكور)<sup>(36)</sup> Rogers Shoemaker إلى أن الوصول بالأفراد إلى مرحلة قبول التغيير والأخذ بالأفكار الجديدة يمر بأربع مراحل رئيسية، هي:

**المعرفة:** وهي المرحلة التي يتعرض فيها الفرد لوجود الفكرة المستحدثة ويفهمها ويتعرف على جوانبها المختلفة.

**الإقناع:** وهي المرحلة التي يتكون فيها لدى الفرد اتجاه مؤيد أو معارض نحو الفكرة المستحدثة.

**اتخاذ القرار:** وهي المرحلة التي يندمج الفرد أثناءها في مجموعة من الأنشطة التي تساعد على قبول الفكرة المستحدثة أو الممارسات التجديدية أو رفضها.

**التأكيد والتثبيت أو التدعيم:** وهي المرحلة التي يسعى الفرد خلالها إلى تدعيم قراره بقبول الفكرة المستحدثة والاستمرار في تنفيذها، أو العدول عن القرار السابق ورفض الفكرة، خاصة إذا تعرض الفرد لمادة إعلامية متنافرة مع الفكرة



ومضادة لها.

إن التغيير الاجتماعي ليس مقصوراً على جانب معين من جوانب الحياة الاجتماعية بل يستوعب كل أوجه الحياة في المجتمع، فالتغيير إنما يشمل كل تحول يحدث في النظم والأنساق والأجهزة الاجتماعية، سواء كان ذلك في البناء - بناء المجتمع - أو الوظيفة - وظيفة المجتمع - خلال فترة زمنية محددة، ولما كانت النظم في المجتمع متداخلة ومتراصة ومتكاملة بنائياً ووظيفياً، فإن أي عنصر يحدث في ظاهرة لا بد وأن يؤدي إلى سلسلة من التغيرات الفرعية التي تصيب معظم جوانب الحياة بدرجات متفاوتة<sup>(37)</sup>.

ومن أهم الأدوار التي يؤديها التلفزيون في مجال التغيير الاجتماعي هو تفجير الطاقات الخلاقة داخل الإنسان وشحذها للبناء، وذلك في إطار تغيير القديم وإحلال الجديد القويم من قيم وعادات وسلوك، وفي إطار بعث القديم الأصيل ودفعه في اتجاه التقدم<sup>(38)</sup>.

فدور وسائل الإعلام كأداة مساعدة في إحداث التغيير والتطوير يأتي من تعدد أساليبها وتنوع مضامينها بما يلائم الواقع الاجتماعي والمستوى الفكري الذي تتطلبه كل مرحلة من مراحل التنمية لأي مجتمع، وإذا كان التلفزيون في الدول النامية يمارس دوره بمختلف ما يتاح من إمكانيات فهو مطالب بمشاركة فعالة في نشر الوعي والتغيير ودعمه<sup>(39)</sup>.

#### جدول رقم (5)

توزيع آراء عينة الدراسة بخصوص ما إذا كانت برامج الشباب تعاني من قصور

الإجمالي	الجامعة الخاصة		جامعة الأزهر		جامعة عين شمس		جامعة القاهرة		الجامعة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
92.5	395	87.8	36	89.8	44	94.4	167	92.5	148	نعم
7.5	32	12.2	5	10.2	5	5.6	10	7.5	12	لا
100.0	427	100.0	41	100.0	49	100.0	177	100.0	160	المجموع

$$X_{2.7} = 2$$

يوضح الجدول رقم (5) ما إذا كانت برامج الشباب تعاني من قصور؟ فأجاب بـ (نعم) 92.5% من إجمالي عينة الدراسة، بينما أجاب بالنفي نسبة 7.5%، ويوضح اختبار  $X_{2.7} = 2$  أنه لا توجد علاقة دالة إحصائية. وبمقارنة آراء الشباب بالجامعات الحكومية والأزهرية والخاصة وُجد أن أعلى نسبة هي 94.4% لشباب جامعة عين شمس، يليهم شباب جامعة القاهرة 92%، ثم شباب جامعة الأزهر بنسبة 89.8%، وأخيراً شباب الجامعة الخاصة بنسبة 87.8%؛ أي إن شباب الجامعة الخاصة كانوا أقل النسب التي ترى أن برامج الشباب تعاني من قصور.

جدول رقم (6)

توزيع آراء عينة الدراسة حول مقترحات الشباب لتطوير برامج الشباب

الإجمالي	الجامعة الخاصة		جامعة الأزهر		جامعة عين شمس		جامعة القاهرة		الجامعة	لاستجابة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
62.0	245	63.9	23	54.5	24	58.1	97	68.2	101	مناقشة الموضوعات بحرية أكثر وبدون رقابة
55.2	218	55.6	20	61.4	27	49.1	82	60.1	89	تناول قضايا تمس الشباب بشكل أكبر
41.0	162	30.6	11	29.5	13	41.3	69	46.6	69	النزول بكاميرات البرنامج إلى خارج الاستديو
9.1	36	2.8	1	25.0	11	7.2	12	8.1	12	زيادة مدة البرنامج
53.7	212	36.1	13	72.7	32	50.9	85	55.4	82	استضافة مسئولين قادرين على حل مشاكلهم
25.6	101	16.7	6	25.0	11	24.6	41	29.1	43	اختيار أوقات عرض أفضل
3.8	15	0.0	0	4.5	2	2.4	4	6.1	9	أخرى
	395		36		44		167		148	عدد المستجيبين

يعرض الجدول رقم (6) أهم مقترحات الشباب لتطوير برامج الشباب، فأجابت نسبة 62.0% من إجمالي العينة بأن أهم المقترحات هي مناقشة الموضوعات بحرية أكثر وبدون رقابة، يليها تناول قضايا تمس الشباب بشكل أكبر بنسبة 55.2% من إجمالي العينة، تلتها نسبة 53.7% من إجمالي العينة اقترحت استضافة مسئولين قادرين على حل مشاكلهم، وكان لهذا المقترح الأخير النصيب الأكبر من الاهتمام من جانب شباب جامعة الأزهر، حيث تم اختياره من بين البدائل في الجدول السابق بنسبة 72.7% من إجمالي العينة المطبق عليها استمارة الاستبيان بجامعة الأزهر، وكان هذا الاقتراح هو الاختيار الأعلى نسبة بين طلاب جامعة الأزهر، وجاء في المقام الأول لديهم. وهذا يعكس اهتمام شباب جامعة الأزهر بالحلول الملموسة السريعة التي تتمثل في قدرة المسئولين على التدخل للحل السريع الفعال والجاد.

ثاني عشر: دور الإعلام المرئي في تشكيل ثقافة الشباب:

يقوم الإعلام بدور حيوي في المجتمع، حيث يربط الأفراد بقضايا المجتمع ويحيطهم علمًا بما يدور فيه من أحداث وقضايا، فيخلق ما يسمى بالوعي الاجتماعي والثقافي والفكري؛ فوسائل الإعلام تمارس دورًا اجتماعيًا في المجتمع الحديث من إعلام وتنقيف وترفيه، كما تقوم بتقريب المفاهيم المختلفة بين الأفراد

في المجتمع فيتعرفون على كل ما يتعلق بهذا المجتمع من قضايا، ويمكن تحديد فعالية العملية الإعلامية كعملية اجتماعية من خلال علاقتها بالفرد والبناء الاجتماعي والثقافي، فهي ظاهرة اجتماعية تؤثر وتتأثر بغيرها من الظواهر الاجتماعية والثقافية والفكرية والسياسية والاقتصادية الأخرى<sup>(40)</sup>.

وتعتبر وسائل الإعلام بالنسبة لكثير من الناس النافذة التي يطلون من خلالها على العالم، كما تعد المصدر الرئيسي لتشكيل الرأي العام. ويتم تشكيل العالم الذي يعيشه كثير من الأفراد من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام التي تقوم بصياغة صورة العالم في عقولنا، وهو ما يطلق عليه ليبمان Lipmann "بيئة مزيفة"<sup>(41)</sup>.

وتساهم وسائل الإعلام مساهمة جوهرية في تعريف العالم الذي يحيط بنا، ومن ثم في تعريف أنفسنا، فالإعلام يمثل السبيل إلى فهم العالم، ويقترح الأفكار ويحدد ما هو مهم وما هو غير ذلك، وما هو خير وما هو سيئ، وما هو ممل وما هو ممتع، فتلك الوسائل تقدم لنا جوانب وأبعاداً من العالم، تلك الجوانب التي قد لا تكون لنا خبرة مباشرة بها، ومن ثم تتشكل الآراء فيما حولنا<sup>(42)</sup>. هناك تأثير متبادل بين القيم والثقافة، فالثقافة تؤثر في القيم وتتأثر بها وكذلك تتأثر الثقافة والقيم بوسائل الإعلام.

فيقصد بالثقافة مجموعة القيم والأفكار التي تشكل نسفاً رمزياً يوجه التفاعل الاجتماعي في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية، وتنتقل الثقافة من جيل إلى جيل ويستوعبها الأفراد من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأ أسرة والمدرسة ومؤسسة العمل، ووسائل الإعلام وخاصة التلفزيون<sup>(43)</sup>.

### ثالث عشر: أبرز نتائج الدراسة:

- 1- كشفت الدراسة ان 83.8% من أفراد العينة يفضلون ان يكون ضيوف برامج الشباب من الشباب وأن الشباب يتأثرون بنوعية الضيوف وليس فقط بشخص مقدم البرامج.
- 2- أوضحت الدراسة ان 86.9% من العينة لم يشاركوا في برامج الشباب من قبل وأنه لم يتم استضافتهم فيها، وكانت أعلى نسبة منهم هم شباب جامعة الأزهر.
- 3- كشفت الدراسة ان أعلى نسبة ممن تم استضافتهم في لقاءات خارجية هم شباب جامعة الأزهر بنسبة 66.7% يليهم شباب جامعة القاهرة بنسبة 50% ثم شباب جامعة عين شمس بنسبة 36.7%، وأخيراً شباب الجامعة الخاصة بنسبة 20%.
- 4- أوضحت الدراة ان 51.8% من العينة استافدوا من مشاهدة برامج الشباب.
- 5- كشفت الدراسة ان أهم مقترح للشباب فيما يتعلق بتطوير البرامج الشبابية هو مناقشة الموضوعات بحرية أكثر وبدون رقابة بنسبة 62%.

## المراجع

- (1) عبد القادر حاتم : الإعلام والدعاية – نظريات وتجارب، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1972، ص 100.
- (2) عبد اللطيف حمزة : الإعلام والدعاية، مطبعة المعارف، بغداد، 1968، ص 75.
- (3) ولبور شرام : أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية – ترجمة : محمد فتحي ويحيى أبو بكر، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، القاهرة، 1970، ص 65.
- (4) جيهان أحمد رشتي : نظم الاتصال والإعلام في الدول النامية، مرجع سابق، ص 176.
- (5) ولبور شرام : أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية، مرجع سابق، ص 191.
- (6) حسن درويش عبد الحميد : ( الإنسان المصري ودوره في التنمية )، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1984، ص 42.
- (7) شاكر إبراهيم : الإعلام ووسائله ودوره في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مؤسسة آدم للنشر والتوزيع، القاهرة، 1975، ص 106.
- (8) محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية، مرجع سابق، ص 223.
- (9) جيهان روستي : نظم الاتصال والإعلام في الدول النامية، مرجع سابق، ص 33.
- (10) سمير حسين: الإعلام والاتصال بالجمهور، مرجع سابق، ص 240.
- (11) أحمد بدر: الاتصال بالجمهور بين الإعلام والتطوع والتنمية، دار قباء، القاهرة، 1998م، ص 62.
- (12) فوزية فهيم: التلفزيون فن، دار المعارف، عدد 465، القاهرة، 1981، ص 24.
- (13) حسن الشامي: وسائل الاتصال وتكنولوجيا العصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1992، ص 142.
- (14) Halloran, J. d: The effects of mass communication with special reference to television , LEICESTER University press , 1970.
- (15) Emery, Michael C & Smythe, ted c. : (Reading in Mass Communication) U.S.A. MWC. Brown Publishers , Duluqie , Iowa , 1989 , P. 425.
- (16) Loo Bogart : The age of television , N.Y. Frederich Wanger , 1958 , p. 21.
- (17) عدلي سيد محمد رضا: البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص 29.
- (18) عبد الرحمن عيسوي: الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون العربي.
- (19) عبد الوهاب كحيل : تأثير التلفزيون والفيديو على القرية المصرية، مكتبة المدينة، القاهرة، 1987م، ص 142.
- (20) هريبرت شيللر : "الاتصال والهيمنة الثقافية"، ترجمة : وجيه سمعان، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1993، ص 43.
- (21) سهير جاد : البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1987م، ص 12.
- (22) William L. Rivers , Theodore Peterson , Jay W. Jensen : The mass media and modern society , op. cit , P.204.
- (23) فوزية فهيم : التلفزيون فن، مرجع سابق، 1981م، ص 41- 43.
- (24) John G. Merrill , and Ralph L. Lowenstein: Media , Messages , and Men; New York , David Mackay, 1979.
- (25) محمد عبد القادر أحمد : دور الإعلام في التنمية، دار الرشيد للنشر، العراق، 1982م، ص 278.

- (26) حسين أبو شنب : دور التلفزيون في خلق ثقافة عربية متوازنة، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1982م، ص 44.
- (27) Wilbur Schremm: (Responsibility in Mass Communication), Harper & Brothers , 1957 , P. 356.
- (28) إيمان محمد عبد الفتاح : دور التلفزيون في تغيير بعض القيم في منطقة متخلفة بمدينة طنطا، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة طنطا 1991، ص 149.
- (29) المرجع السابق، ص 113.
- (30) المرجع السابق .
- (31) المرجع السابق، ص 114
- (32) المرجع السابق، ص 149
- (33) المرجع السابق، ص 127.
- (34) المرجع السابق، ص 127.
- (35) محسن عبد الحميد : منهج التغيير الاجتماعي في الإسلام، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1983، ص 7.
- (36) Evertt M. Rogers : Communication and Development , Honolulu East west Center Press , 1976 , P. 115.
- (37) مصطفى الخشاب : دراسة المجتمع، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1977م.
- (38) محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية، مرجع سابق، ص 222.
- (39) جيهان أحمد رشتي: نظم الاتصال والإعلام في الدول النامية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1972، ص 179.
- (40) نسمة البطريق: الإعلام ومناهج البحث الاجتماعي، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 7 يناير، مارس 1993، ص، ص 31-57.
- (41) Chang, Tsan-Kuo, Pollick, Barry and Lee-Won, The World As Subjective Reality: U.S. Newspaper Editors" View and Its determinants, International Journal of Public Opinion Research, Vol. 4. no. 2, 1992, p. 177.
- (42) Burns, Lynette, S., Understanding Media Culture, New York, Ford University Press, Inc., 2002, pp. 3-5.
- (43) على ليلة: ثقافة الشباب، مظاهر الانهيار ونشأة الثقافات الفرعية، مرجع سابق، ص 28.