

بسم الله الرحمن الرحيم

وزارة الرعاية الاجتماعية وشؤون المرأة والطفل
مركز ثقافة التنمية الاجتماعية

منتدى ثقافة التنمية الاجتماعية

تحت شعار

”نحو إعلام إجتماعي هادف وبناء“

برعاية:

وزيرة الرعاية الاجتماعية وشؤون المرأة والطفل

ورقة: دور القنوات الفضائية في إحداث التغيير الإجتماعي

إعداد وتقديم:

د. هاجر علي محمد بخيت

٣ مارس ٢٠١٠م

مقدمة :

لاشك في أن التقدم التكنولوجي وثورة الاتصالات أسهمت بصورة مباشرة في تحقيق الشعار ان العالم أصبح قرية صغيرة . هذا التقدم العلمي والتكنولوجي أدى إلى ظهور أعداد لا تحصى من القنوات الفضائية لدرجة جعلت من الصعب على الشخص مشاهدتها ومتابعتها جميعاً . وقد إخترفت هذه القنوات الفضائية الدول والأسر ودخلت إلى داخل غرف نومنا . هذه القنوات منها الغث والسمين وبعضها يمزج هذا بذلك مما جعلها تلعب دوراً كبيراً في إحداث التغيير الإجتماعي .

موضوع الدراسة :-

الموضوع الأساسي لهذه الورقة هو محاولة معرفة مدى إسهام القنوات الفضائية في إحداث التغيير الاجتماعي في المجتمع السوداني ، ويحاول الباحث البحث عن مدى إسهام قناتي النيل الأزرق والفضائية السودانية بإعتبارهما أداتين لإحداث التغيير بإستخدام وسائل هي البرامج التي تبث والرسائل الإعلامية التي تخاطب عقل ووجدان المشاهد .

أهداف الدراسة :-

١. تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير القنوات الفضائية في إحداث التغيير الإجتماعي في المجتمع السوداني .

٢. تحديد نوع التغيير الذي حدث

تساؤلات الدراسة :-

١. ماهو دور القنوات الفضائية في رفع مستوى الوعي بالنسبة للمشاهد فيما يتعلق بالجوانب الشرعية ،الأوضاع الاقتصادية ، الأوضاع الإجتماعية ، ثقافة المجتمع وتراثه ، الأخبار

* أستاذ مشارك بكلية الآداب - قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية - جامعة امدرمان الإسلامية

التحليل للأخبار المهمة ، إقناع المواطنين بفكرة أو موضوع محدد ، رفع مستوى الوعي الصحي والغذائي .. الخ .

٢. ماهو دور القنوات الفضائية في ربط المشاهد بالعالم الخارجي .

٣. ماهو دور القنوات الفضائية في الترويج عن المشاهدين .

٤. ماهو دور القنوات الفضائية في إقناع المواطنين بتبني توجه معين أو فكره محدد .

٥. هل أسهمت القنوات الفضائية في إحداث تغيير في سلوك المشاهد وتغيير في نظرته للأمور بصورة أكثر عقلانية .

٦. هل أسهمت القنوات الفضائية في جعل المشاهد مقلداً أكثر منه مبتكراً ومبدعاً بحيث صار الإهتمام بالمظهر أكثر من الجوهر .

نوع الدراسة :- دراسة إستطلاعية .

عينة الدراسة :-

تم إختيار ٥٠ مشاهد من طلاب وطالبات الجامعات بطريقة عشوائية والقصد من كونهم طلاباً بالجامعات لأنهم في السن التي يكون فيها التأثير كأقوى ما يكون فهم في السن الخطرة ما بين سن المراهقة والنضج كما أنهم عادة الأكثر مشاهدة للقنوات الفضائية والأكثر تأثراً بها .

تحديد المفاهيم :-

١/ مفهوم الاتصال :-

ترجع كلمة الاتصال إلى المصطلح اللاتيني Concept of Communication بمعنى تعميم وشيوع المعلومات بين أكبر قطاع ممكن من الأفراد . وبذلك يكون لفظ الإتصال يشير ويتضمن المشاركة ومحاولة التفاهم أو نقل الفهم لفكرة أو شئ ما أو التعبير عن إحساس معين أو إتجاه أو سلوك ... الخ . يرى كروفلين أن الإتصالات هي عبارته عن نقل واستقبال أفكار ومعلومات بين أكثر من مصدر، وقد يتم ذلك عن طريق الأشخاص أنفسهم أو من خلال الأجهزة والأنظمة الحديثة في الاتصال (١) .

فالالاتصال هو العملية التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق إجتماعى معين ، يختلف من حيث الحجم والعلاقات المتضمنة فيه، وتختلف طريقة الإتصال باختلاف العمر والجنس والمستوى الأخلاقي والثقافي والإجتماعى . وتعتمد وسيلة الإتصال على العلاقات الإجتماعية والتفاعل الإجتماعى (٢) .

وعموماً فالإنسان يظل يدور في حياته في سلسلة من الإتصالات بينه وبين نفسه وبين الآخرين وأحياناً يكون مشاركاً في عملية الإتصال وفى البعض الآخر يكون متلقياً للرسائل الاتصالية ويختلف تأثير وتأثر الإنسان بالرسائل الاتصالية وكذلك مدى الإستجابة بالرفض أو القبول .

فالعملية الاتصالية تتأثر بمؤثرات شتى من حيث نوع الرسالة المرسله أو ماتعنيه بالنسبة للمستقبل ، كذلك تتأثر بالجو المحيط والمؤثرات الموجودة من حيث الزمان والمكان وحتى عوامل الطقس والمناخ والحالة النفسية لحظة إستلام أو تلقى الرسائل الاتصالية .

٢/ مفهوم القيم الإجتماعية :-

هي عبارته عن تصورات ومفاهيم دينامية صريحة أو ضمنية تميز الفرد أو الجماعة وتحدد ماهو مرغوب فيه إجتماعياً وتؤثر في إختيار الطرق والأساليب والوسائل والأهداف الخاصة بالفعل وتتجسد مظاهرها في إتجاهات الأفراد والجماعات وأنماطها السلوكية ومثلهم ومعتقداتهم ومعاييرهم الاجتماعية وترتبط ببقية مكونات البناء الإجتماعى تؤثر فيها وتتأثر بها (٣) .

وتعتبر القيم هي إحدى مكونات الثقافة لأي فرد من الأفراد أو الجماعات أو المجتمعات وهي المحرك لها لقبول سلوك معين تقبله الجماعة أو عدم قبوله لأن ثقافة الجماعة ترفضه ، فهي المحرض والموجه للسلوك وفقاً للثقافة السائدة وبالتالي فهي أداة من أدوات الضبط الإجتماعي غير الرسمي .

ترى بختيه أمين إن القيم الإجتماعية تمثل في الرموز الدالة عليها وتعبّر عن المعاني المجددة ، فالقيمة الإجتماعية هي كل ما يستثير في مجتمع إنساني إهتماماً عاماً سواء كانت القيمة متمثلة في موضوع حسي ملموس أو في صفة معنوية مستحبة ومن شأن القيمة الإجتماعية أن تسد حاجة إجتماعية حيوية أو ترضى إجابات نفسية عامه في عدد كبير من الأفراد ، والشعور بالقيمة يتصف بالديمومة والإستمرار النسبي . ويتمثل هذا الإهتمام في وجود قواعد سلوكية تبين كيفية التعبير عن أهمية القيم مع وجود جزاءات ثواب وعقاب لمن يحترم القيم ولمن ينتهكها ، ووجود رموز إجتماعية يتم بها التعبير عن إحترام هذه القيمة أو إكتسابها (٤) .

القيم الإعلامية :-

أما القيم الإعلامية فهي إلى جانب كونها مزيجاً من القيم الأخلاقية السائدة في المجتمع، والأهداف التي تسعى إليها البشرية فهي قيم تسعى الحكومات والأنظمة إلى ربطها بالمصالح علماً بأن المصالح تختلف من بلد لآخر ومن مجتمع لآخر (٥) .

٣/ مفهوم التغير والتغيير :-

فالتغير حقيقة وظاهره عامه وهو ضرورة حياتية للمجتمعات البشرية ، فالتغير يهيئ لها التكيف مع واقعها ويحقق لها التوازن والإستقرار في أبنيتها وأنشطتها (٦) .

وهناك عدة نظريات حاولت تفسير ظاهرة التغير منها نظرية التطور الذاتي لهربرت سبنسر التي ركزت على التباين والتكامل والإنحلال بمعنى أن المجتمع ينتقل تدريجياً من التجانس إلى اللاتجانس لأن الحياة تميل إلى التخصص ثم يحدث تكاملاً وإعتماداً متبادلاً في الوظائف ثم يبدأ المجتمع في الفناء نتيجة عوامل داخلية أو خارجية .

أما أميل دور كايم فهو يركز على التمييز بين المجتمعات على أساس تقسيم العمل الإجتماعي والتخصص الوظيفي بينما وليم أوجبرن يرى أن التغير الإجتماعي يحدث نتيجة الإختراعات والاكتشافات العلمية ويرى أن الإستخدامات التكنولوجية تنمو بسرعة كبيرة ولا تواكبها في هذه السرعة الأنساق الإجتماعية مما يؤدي إلى وجود هوة ثقافية . بينما يرى سوروكين أن الجوانب اللامادية تسبق الجوانب المادية في حضارة المجتمع وذلك لأن الجوانب الأيدلوجية والروحية أيسر وأسرع إنتشاراً من الجوانب المادية (٧) .

أما إبن خلدون فيرى أن المجتمع يمر بثلاث مراحل هي طور النشأة والتكوين وطور النضج والإكتمال ، وطور الهرم والشيخوخة .

ويتفق معه في رؤيته هذه فيكو في كتابة " العلم الجديد " حيث يرى أن الشعوب تمر بثلاث مراحل متتابعة ثم تعود الأدوار لتبدأ من جديد . وكأن التغيير الإجتماعى يأخذ شكل دائرة مفرغة نهاية محيطها مرتبط ببدائيتها ويطلق على ذلك قانون النكوص (٨) .

والتغير في نظرية هربرت سبنسر هو شئ حتمي ويحاول إستقراء ذلك من التاريخ وفكرة التشابه بين المجتمع والكائن الحي ويخلص إلى أن المجتمعات الإنسانية تنطلق من التجانس المحدد والمستقر . يرى الخشاب (٩) . إن التغيير حقيقة تاريخية تتناول كل مقومات الحياة الإجتماعية وتصيب النظم والعلاقات الإنسانية ، التي تتفاعل وتترابط وتتكامل فيما بينهما في كل صورة من صور التغير، وان المجتمع مهما كان مستقراً وساكناً في أداء وظائفه لأجيال متعاقبة ولكنه في مرحلة حضارية معينة يبدأ في التغير النوعي بسبب وجود قوى تعمل في أعماقه لتجديد الأنساق أو لتأسيس نظم جديدة .

فالتغيير في رأى الباحثة هو عشوائي وتلقائي ويحدث حتماً سواء وافقنا على حدوثه أم إعترضنا ولاسبيل لنا لإيقافه ، لأنه يحدث نتيجة قوى لاسيطره لنا عليها وبالتالي لايمكن التحكم في نتائجه ولايمكن السيطرة عليها كلياً أو إيقافها نهائياً .

4/ مفهوم التغيير: -

أما التغيير فهو مفهوم يختلف عن مفهوم التغيير الذي يتسم بالتلقائية وعدم التحكم في نتائجه بينما التغيير الإجتماعى هو تغيير مقصود وموجه ويمكن التحكم في نتائجه عن طريق الجهد التي خططت لهذا التغيير فهو تغيير مخطط لتحقيق هدف أو أهداف محددة وهذا التغيير يمكن تنفيذه وتفسيره من خلال نظرية النسق الإجتماعى لتالكوت بارسونز فالتغيير الإجتماعى المخطط والمقصود يجب أن يتم وفقاً لما يتناسب مع ظروف المجتمع وأيديولوجيته وقيمه ومعاييره وان يأخذ في الإعتبار البناء الإجتماعى للمجتمع كله بما يحويه من نظم وقوانين وتنظيمات رسمية أو غير رسمية وكذلك يراعى المراكز والمكانات حتى لا يحدث إختلالاً فيها نتيجة السرعة في إحداث التغيير. إن هذا التغيير يحدث بالتدرج حتى نحافظ على التوازن في هذه الأنساق ولا يؤثر على أدائها لوظائفها كما أنه يحدث بهدوء مما يؤدي إلى إعادة ترتيب وتنظيم النسق الاجتماعى من جديد " فالأنساق في محاولتها للحفاظ على التوازن توجد لنفسها نوعاً من القيم السائدة التي تحكم العلاقات والسلوك بين الوحدات البنائية لها وقد يقاوم بعضها حدوث التغيير مما قد يهدد التوازن المتفق عليه ويفسره البعض على أنه الخوف من فقد المكانة أو المركز أو تعارض قيم التغيير مع القيم السائدة داخل النسق" (١٠) .

كما يعرف مفهوم التغيير بأنه تقوم من خلاله أفكار جديدة في النسق الاجتماعى بهدف تطوير وتحسين أحوال الناس وتوفير الخير الاجتماعى لهم (١١) .

لذلك تعرف التنمية بأنها العملية أو مجموعة العمليات المرسومة والمخطط لها تخطيطاً سليماً بهدف إحداث تغيير إجتماعى موجب داخل المجتمع ، كما تعرف بأنها العمليات التي تبذل بقصد ووفق سياسة عامة لإحداث تطور وتقدم إجتماعى وإقتصادى وثقافى وسياسى للناس وبيئاتهم (١٢) .

إذاً التغيير الإجتماعى هو شئ مقصود يتم الوصول إليه عبر خطط وإستراتيجيات محددة وباستخدام أدوات وأساليب معينه لذلك يمكن التحكم في نتائجه وغالباً ما يودى إلى تحقيق الأهداف المقصودة .

أدوات جمع البيانات :-

الأداة الأساسية هي إستمارة لجمع البيانات .

القنوات الفضائية ودورها في إحداث التغيير الإجتماعى " إطار نظري " :-

لاشك أن القنوات الفضائية تؤثر تأثيراً قوياً على المشاهد لأن التلفزيون يتميز على غيره من وسائل الإتصال بأنه يخاطب حاستي السمع والبصر ، كما أنه يخاطب في المشاهد عقله ووجدانه ويعرض قضايا تثير تساؤلات عدة لدى المشاهد مما يدفعه للإستزاده من متابعة البرامج للحصول على المزيد من المعلومات أو المزيد من الترويح أو المزيد من المتعة في المشاهدة .

كما أن التلفزيون يتميز على غيره بأنه يمكن مشاهدته في أي مكان لانتشاره الواسع في البيوت والأندية والمكاتب والحدائق العامة .

هذا وقد أثبتت العديد من الدراسات أهمية التلفزيون خاصة في الغرب حيث أكد غالبية المشاهدين أنهم يحصلون من التلفزيون على المعلومات من خلال النشرات الإخبارية والبرامج التحليلية وأقر عدد من كبار السن في أمريكا أنهم إكتسبوا مايسمى " بالتعلم الإجتماعى" وتعلموا كيفية معالجة المواقف الإجتماعية وكيفية الانسجام مع القضايا الشخصية وإتخاذ القرارات، ونقل كثير من الأباء اسلوب معاملاتهم مع أطفالهم من نماذج المعاملة التي شاهدوها (١٣) .

ولقد أصبحت القنوات الفضائية من الوسائل المهمة في التأثير على الأفراد من خلال تكوين توجهاتهم وتشكيل الحقائق وإسهامها في نمو القيم المختلفة ومن ثم تأثيرها على إدراكهم للعالم وإشباع حياتهم التخيلية ونتيجة لتقدمها التقني ولضعف البني الاجتماعية التقليدية (١٤) . هذا وتؤثر القنوات الفضائية على فئات المجتمع من خلال أجندة معينه فعندما نركز على هدف معين فإنها تدفع بالأفراد إلى النظر إلى هذا الحدث باعتباره مهماً . ويلاحظ أن نظم المعرفة والمعتقدات عند الناس تزداد باستمرار نتيجة لعرض القنوات الفضائية لتلك النظم التي تشمل الدين، الأسرة، السياسات ... الخ . ومن هنا يتضح خطورة الأجدنة الخفية لبعض البرامج التي تبث بطريقة تبدا فيها العفوية والتلقائية وبقصد الترويح عن المشاهد دون أن يفكر المتلقي في ما وراء هذا البث الذي قد يؤدي به إلى تشكيل قناعات محدد غير مرغوب فيها أو تقليد بعض ماشاهده مما يؤدي به إلى الإنحراف عن مساره السليم أو يجعل المشاهد يتشكك في بعض الأمور التي لاتحتمل الشك أو يتضايق من بعض الأعراف والتقاليد والقيم الإيجابية والنظر إليها نظرة دونيه أو متخلفة فبقدر ما تسهم به بعض البرامج من تدعيم الجانب الإيجابي للفرد بقدر مايمكن ان تتسبب برامج أخرى في نواحي سلبية للمشاهد .

فجهاز التلفاز يمكن أن يسهم في إحداث الكثير من التغيرات الإجتماعية والإقتصادية والثقافية والسياسية كما أنه يمكن أن يلعب دوراً تربوياً ودعويماً (١٥) .

كما أن القنوات الفضائية تؤثر تأثيراً مباشراً على سلوك كثير من المشاهدين كأن هذه القنوات تعيد عملية التنشئة الإجتماعية للمشاهدين عن طريق بث الكثير من المدخلات من ثقافة جديدة ، معارف ، قيم ، معلومات ، مع مؤثرات الإضاءة والألوان وشخصية من يقدم البرامج مما يسهم في إعادة صياغة شخصية المشاهد وتشكيل وبلورة شخصية جديدة .

إذاً يمكن إلى حد كبير أن تسهم القنوات الفضائية في إحداث التغيير الإجتماعي عن طريق البث لبرامج مخططة بهدف الوصول إلى تحقيق أهداف معينة مرغوب فيها وفقاً للإستراتيجية العامة للجبهة التي تتبع لها القناة الفضائية . ولكن تظل المشكلة الحقيقية في إستغلال القنوات الفضائية لتحقيق أجندة معينة أو تنفيذ خطط تؤدي إلى إحداث التغيير الإجتماعي بما يؤدي إلى هدم القيم والتشكيك في العقيدة والبعد عن المنهج السليم والشعور بالإحباط والدونية والإستلاب الفكري والبعد عن الغيرية ورفع قيم الذاتية والفردية وعدم الإحساس بالولاء والإنتماء للوطن ... الخ ، هنا يكون قد حدث تغيير إجتماعي وفقاً لما هو مخطط له ولكنه تغيير غير إيجابي . وتستخدم الجهة التي تبث هذه البرامج كل المؤثرات لتوصيل الفكرة وإقناع المشاهد بها . كما أن من خطورة المشاهدة المستمرة للقنوات الفضائية تحول المشاهد من مساهم ومشارك في المعرفة إلى متلقي لها فهو يتلقى المعلومة أو الخبر أو البرنامج الترفيهي والترويحي أو المسلسل وهو راقد أو جالس في غرفته أو مكتبه دون بذل أي مجهود وهو في حالة استرخاء تام وإستعداد نفسي وذهني مما يجعله مهيناً لكي يتأثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بما يشاهد ويسمع . فالعالم المعاصر لاتحكمه الأفكار العقلانية ، وإنما الأفكار العاطفية والإدراكات الزائفة ولاتتحكم في علاقات أفراد المجتمعات المختلفة التصورات والصور الواقعية الصائبة فحسب وإنما بالقدر نفسه تلك المغلوطة المشوهة (١٦) . مما يساعد في تكوين صور ذهنية للمشاهد قد لا تتفق مع واقع الحياة في مجتمعاتنا الإسلامية وقد تتناقض مع المبادئ والقيم والأعراف .

هذا وقد تؤثر القنوات الفضائية على سلوك المشاهد بتبني سلوك جديد مرغوب أو غير مرغوب فيه . ويعرف السلوك بأنه مجموعة التصرفات والتغيرات الخارجية التي يسعى عن طريقها الفرد لأن يحقق عملية الأقلمة والتوفيق بين مقومات وجوده الباطن ومقتضيات الإطار الإجتماعي الذي يعيش في داخله (١٧).

هذا وقد أثبتت بعض الدراسات أن القنوات الفضائية صارت أداة من أدوات إكساب المعلومات والمعارف للأفراد ، وأسهمت إسهاماً فاعلاً في توعيتهم وتشجيعهم على الإهتمام ببيئتهم الإجتماعية التي يعيشون فيها مما ينعكس على سلوكهم ومحاولة مشاركتهم فيها (١٨) .

ولتحديد دور القنوات الفضائية في إحداث التغيير الإجتماعي قامت الباحثة بإعداد إستماره للحصول على المعلومات من فئة المبحوثين وتحليل هذه البيانات للحصول على نتائج يمكن عن طريقها تفسير وتحديد دور هذه القنوات في إحداث التغيير الإجتماعي .

مصفوفة البيانات حسب تركيب الأسئلة :-

المجموع /النسب المئوية		لا أوافق		أوافق إلى حد ما		أوافق		أوافق بشدة		رقم الجدول
مجموع النسب المئوية	مجموع التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	
100%	50	20%	10	6%	3	26%	13	48%	24	1
100%	50	22%	11	24%	12	22%	11	32%	16	2
100%	50	22%	11	24%	12	30%	15	24%	12	3
100%	50	10%	5	14%	7	28%	14	48%	24	4
100%	50	24%	12	26%	13	34%	17	16%	8	5
100%	50	22%	11	16%	8	10%	5	52%	26	6
100%	50	16%	8	20%	10	38%	19	26%	13	7
100%	50	22%	11	14%	7	40%	20	24%	12	8
100%	50	32%	16	28%	14	16%	8	24%	12	9
100%	50	14%	7	10%	5	18%	9	58%	29	10
100%	50	4%	2	24%	12	32%	16	40%	20	11
100%	50	4%	2	20%	10	48%	24	28%	14	12
100%	50	22%	11	24%	12	24%	12	30%	15	13
100%	50	34%	17	28%	14	22%	11	16%	8	14
100%	50	48%	24	14%	7	26%	13	12%	6	15

عرض ومناقشة البيانات :

في جدول (١)

عند سؤال المبحوثين عن مساهمة القنوات الفضائية في رفع الوعي الصحي أجاب 48% بأن القنوات الفضائية أسهمت في رفع مستوى الوعي الصحي بينما وافق على ذلك بدرجة أقل 26% من المبحوثين ولم يوافق 20% منهم .

جدول (٢)

عن مدى مساهمة القنوات الفضائية في رفع مستوى الوعي الشرعي بالأمور الفقهية أجاب 32% من المبحوثين بأنهم يوافقون بشده على ذلك ن بينما 22% منهم يوافق ، وأجاب 24% أنهم يوافقون إلى حدٍ ما بينما كان رأى 22% بأنهم لا يوافقون .

جدول (٣)

عن مدى مساهمة القنوات الفضائية في تحليل الأوضاع والمشاكل الإجتماعية وإيجاد الحلول لها أجاب ٢٤% من المبحوثين بأنهم يوافقون بشدة على مساهمة القنوات الفضائية في تعريف المساهمين بالأوضاع والمشاكل الإجتماعية وكيفية إيجاد الحلول لها ، بينما ٣٠% منهم يوافقون على ذلك ، ٢٢% لا يوافقون على مساهمة القنوات الفضائية في التعريف بالأوضاع والمشاكل الإجتماعية و ٢٤% يوافقون إلى حدٍ ما .

جدول (٤)

عن إسهام القنوات الفضائية في تعريف المشاهدين بالأخبار المحلية والعالمية وتحليل الأخبار أجاب ٤٨% من المبحوثين أنهم يوافقون بشدة على ذلك ن بينما أجاب ٢٨% أنهم يوافقون ١٤% يوافقون إلى حدٍ ما ، ١٠% لا يرون أي مساهمة تذكر للقنوات الفضائية .

جدول (٥)

كان عن مدى إسهام القنوات الفضائية في تشكيل قناعات المشاهدين بأفكار معينة ومدى تأثيرها في توجهاتهم الإجتماعية والسياسية حيث كانت أعلى نسبة هي نسبة من يوافقون على ذلك وهم يمثلون نسبة ٣٤% بينما من يوافقون بشده كانت نسبتهم ١٦% من يوافقون إلى حدٍ ما ٢٦% من المبحوثين أما من يرون أنه ليس للقنوات الفضائية أي مساهمة في تشكيل القناعات أو التوجهات الإجتماعية والسياسية فكانت نسبتهم ٢٤% .

جدول (٦)

عن مدى مساهمة القنوات الفضائية في إحداث تغيير في الشكل والملابس والماكياج للمشاهدين حيث أجاب ٥٢% أنهم يوافقون بشده على أن للقنوات الفضائية مساهمة كبيره جداً في ذلك عن طريق نقل الأفكار لما يشاهدونه من ملابس ومكياج لمقدمي البرامج ، وعادة فالإنسان يبحث عن الجمال ويحاول تقليده بينما ١٠% أجابوا بأنهم أيضاً يوافقون على ذلك و ١٦% أجابوا بأنهم يوافقون إلى حدٍ ما ، بمعنى أن التأثير ليس قوياً ، و ٢٢% لا يوافقون على أن القنوات الفضائية أثرت على زيادة إهتمامهم بأشكالهم أو ملابسهم أو طريقة مكياجهم .

جدول (٧)

هذا الجدول يركز على مدى مساهمة القنوات الفضائية في غرس الروح الوطنية والإهتمام بالقضايا والتحديات التي تواجه السودان ومدى مساهمت به القنوات الفضائية في ذلك حيث أجاب ٣٨% من المبحوثين بأن القنوات الفضائية ساهمت في غرس الروح الوطنية في نفوس مشاهديها وساهمت في زيادة وتشكيل اهتماماتهم بالقضايا والمشاكل والتحديات التي تواجهه ، وأجاب ٢٦% بأنهم يوافقون على ذلك بشدة بينما ١٦% لا يوافقون وهم في رأيهم أن القنوات الفضائية لم تقم بأي دور في ذلك بينما ٢٠% يرون أنها ساهمت إلى حد ما .

جدول (٨)

عن مدى إسهام القنوات الفضائية في إحداث التغيير في طريقة تفكير المشاهدين وأن نظرتهم للأمر صارت أكثر عقلانية حيث أجاب ٤٠% من المبحوثين بأنهم يوافقون على ذلك أي أن هذه القنوات عن طريق

ما تبثه من رسائل إعلامية أسهمت في إعادة تنشئة المشاهد وأثرت في طريقة تفكيره وغيرت من نظرتة لكثير من القضايا والأمور وأصبح يحكم عقله فيها أكثر من عواطفه ويؤيدهم في ذلك ٢٤% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة . بينما ٢٢% لا يوافقون على ذلك و ١٤% يوافقون إلى حدٍ ما .

جدول (٩)

يجيب عن مدى مساهمة القنوات الفضائية في إعادة التنشئة العاطفية للمشاهدين حيث أجاب ٢٤% بأنها ساهمت بشده بالنظر للأمور بصورة أكثر عاطفية وأيدهم في ذلك ١٦% بأنهم يوافقون بينما نجد أن ٣٢% من المبحوثين يرون أن القنوات الفضائية ليس لها أي دور في تشكيل الوجدان والعواطف لدى المشاهدين ، ويرى ٢٨% من المشاهدين أنها ساهمت إلى حدٍ ما .

جدول (١٠)

حاول هذا الجدول الإجابة عن مدى مساهمة القنوات الفضائية في زيادة درجة الإلتزام الديني عن طريق إلمام المشاهدين بالكثير من المعلومات التي كانت خافية عليهم وكثير من الفتاوى والمعلومات الفقهية مما أسهم في رفع و زيادة الوعي الديني للمشاهدين حيث أجاب ٥٨% أنهم يوافقون بشدة على ذلك ، أيدهم ١٨% من المبحوثين أنهم يوافقون على ذلك ، بينما ١٤% يرون أن القنوات الفضائية لم تسهم في زيادة معدل التدخين ، ويرى ١٠% أنها ساهمت إلى حدٍ ما .

جدول (١١)

يناقش هذا الجدول مدى مساهمة البرامج السياسية في القنوات في إعادة تشكيل وصياغة المشاهدين لزيادة معدل الإحساس بالوطنية والغيرة عليه ومدى مساهمتها في بلورة فكر سياسي معين لدى المشاهد حيث أجاب ٤٠% من المبحوثين بأنهم يوافقون بشدة على ذلك وأيدهم في هذا الرأي ٣٢% أجابوا بأنهم يوافقون على ذلك و ٢٤% يوافقون إلى حدٍ ما ، بينما ٤% لا يوافقون على ذلك .

جدول (١٢)

يجيب عن مدى إسهام البرامج الإجتماعية في القنوات الفضائية في توعية وإلمام المشاهدين بالمشاكل الإجتماعية وكيفية مساهمة المشاهد في إيجاد الحلول لها حيث أجاب ٤٨% بأنهم يوافقون على ذلك ويؤيدهم بشدة ٢٨% من المبحوثين ، ٢٠% يرون أنها تساهم إلى حدٍ ما بينما ٤% ترى أنها لم تسهم في ذلك .

جدول (١٣)

يجيب عن مدى مساهمة البرامج الاقتصادية في رفع مستوى الوعي الإقتصادي للمشاهد حيث أجاب ٣٠% من المبحوثين بأنهم يوافقون بشدة وأيدهم في هذا الرأي ٢٤% حيث أجابوا بأنهم يوافقون بينما ينفى وجود هذه المساهمة ٢٢% من المبحوثين ، و ٢٤% يرون أنها ساهمت الى حدٍ ما .

جدول (١٤)

حاول هذا الجدول أن يناقش مدى مساهمة البرامج الترويجية في القنوات الفضائية في التخفيف من الضغوط التي يعانى منها المشاهدين وبيعت بشئ من المرح والبهجة في نفوسهم حيث أجاب ١٦% منهم بأنهم

يوافقون على ذلك وأيد هذا الرأي ٢٢% من المبحوثين حيث أجابوا بأنهم يوافقون على دور القنوات الفضائية في التخفيف من ضغوط الحياة عن طريق البرامج الترفيهية والترفيهية ، بينما أجاب ٣٤% من المبحوثين بأنه لا يوجد مساهمة للبرامج الترويحية في التخفيف من ضغوط الحياة . وأجاب ٢٨% من المبحوثين بأنها ساهمت إلي حد ما .

جدول (١٥)

هذا الجدول يجيب على سؤال أساسي هو مدي مساهمة القنوات الفضائية في إحداث التغيير الكامل للإنسان بمعنى إعادة تنشئته من جديد وفقاً لبرامج مخططة لتحقيق هدف محدد هو إعادة صياغة الإنسان للوصول به إلي أداء أدوار معينة في الحياة عن طريق التأثير في أفكاره وقناعاته والتأثير في عواطفه وطريقة تفكيره ونظراته للأمور والتأثير على التزامه الديني والقيمي والأخلاقي بما يؤدي به إلي تغيير سلوكه ومنهجه في الحياة بمعنى إعادة صياغة شخصيته وفقاً لما هو مخطط له ، وبما أن التغيير الاجتماعي يبدأ بالإنسان وينتهي بالإنسان وينفذه الإنسان وغايته ووسيلته والمستفيد منه هو الإنسان لذلك فتغيير الإنسان يؤدي إلي إحداث تغيير اجتماعي في المجتمع لأن التغيير الاجتماعي هو تغيير مقصود وموجه للإنسان والبيئة الاجتماعية التي يعيش فيها. فقد أجاب ٤٨% من المبحوثين بأن القنوات الفضائية لم تسهم نهائياً في ذلك ، بينما ١٢% يوافقون بشده علي مساهمتها ويؤيدهم في ذلك ٢٦% من المبحوثين أجابو بأنهم يوافقون بينما ١٤% أجابو بأنها أسهمت إلي حد ما.

نتائج الدراسة الميدانية:-

من خلال إجابة المبحوثين في الدراسة الميدانية توصلت الباحثة إلي النتائج الآتية :-

١. أسهمت القنوات الفضائية خاصة قناتي النيل الأزرق والفضائية السودانية عن طريق البرامج الصحية والدينية في رفع مستوى الوعي الصحي بصورة عامه ، وكذلك رفع مستوى الوعي الشرعي .
٢. للقنوات الفضائية إسهاماً ملموساً في عرض وتحليل الأوضاع والمشاكل الاجتماعية وإيجاد الحلول لها ، كذلك تلعب دوراً أساسياً في تعريف المشاهدين بالأخبار المحلية والعالمية وتحليل الأخبار لمزيد من الوعي والإدراك بها .
٣. قامت القنوات الفضائية بدور ملموس في تشكيل القناعات لمعظم المشاهدين لتبني أفكار وتوجهات معينة سياسية واجتماعية.
٤. ساهمت القنوات الفضائية بدرجة كبيرة في زيادة إهتمام المشاهدين بأشكالهم وملابسهم وإهتمام المرأة بالجمال والمكياج .
٥. لعبت القنوات الفضائية دوراً كبيراً في غرس روح الولاء والإنتماء للوطن وزادت من إهتمام المواطنين بمعرفة وطنهم والقضايا والتحديات التي تواجهه ودور المواطنين في المشاركة والإسهام لمواجهة هذه التحديات.

٦. ساهمت القنوات الفضائية في إحداث التغيير اللازم في طريقة تفكير المشاهدين وتبنى المنهج العقلاني في تعاملهم ونظرتهم للأمر .
٧. ساهمت القنوات الفضائية بدرجة محدودة جداً في إعادة التنشئة العاطفية للمشاهدين و في إعادة تشكيلهم وصياغة وجدانهم عاطفياً.
٨. قامت القنوات الفضائية بدور ملموس وقوي في زيادة معدل التدين والإلتزام الديني والاخلاقي .
٩. ساهمت البرامج السياسية في القنوات الفضائية بزيادة معدل الحس الوطني ، كما أنها ساهمت في بلورة فكر سياسي معين لدي المشاهد والإنتماء لتوجه سياسي محدد .
١٠. ساهمت البرامج الاقتصادية بدرجة معقولة في رفع مستوي الوعي الإقتصادي لدي المشاهدين.
١١. لم تسهم القنوات الفضائية في إحداث التغيير الشامل والكامل في شخصية المشاهد.

التوصيات :-

١. وضع إستراتيجية محددة تتبثق عنها خطط تترجم إلي برامج ورسائل إعلامية لتحقيق الأهداف الموضوعية والمحددة وهي إحداث التغيير الإجتماعي المرغوب فيه في الإنسان والبيئة الإجتماعية.
٢. التنوع في البرامج بحيث تخاطب رغبات جمع المشاهدين وتطلعاتهم .. والإهتمام بشكل خاص بالبرامج الدعوية الإجتماعية والترويحية .
٣. ضرورة إختيار مقدمي البرامج وفقاً لشروط ومواصفات معينة بحيث يكونوا أكثر قبولاً وتأثيراً .
٤. لآثر دانهام مقوله مشهوره لأخصائي تنظيم المجتمع Change by the feet not by seet the . لذلك لابد لمعدي البرامج من الخروج من الإستديوهات إلي واقع المجتمع السوداني لنقل ما يحدث فيه للمشاهدين ولمزيد من التواصل مع المشاهدين ونقل أفكارهم ومقترحاتهم .
٥. أن يكون الهدف الأساسي هو الإنسان فلو كان التغيير في الإنسان إيجابياً سيكون التغيير الإجتماعي ايجابياً أيضاً .

المصادر :-

- (١) عن محمد البدوي الصافي خليفة ، المهارات المهنية للأخصائي الإجتماعي ، المكتب الجامعي الحديث ٢٠٠٥م مصطفى غنيم ، لغة الإشارة ، مجلة ؟؟ ، سبتمبر ١٩٩٤م
- (٢) محمود عودة ، أساليب الاتصال والتغير الإجتماعي ، الكويت ، ١٩٨٩م ، ص ص (٥) (٢٣)
- (٣) Lionel Mens sche , Pitt Serices in English as asecond Language , the university of Michigan Press .p: 1480
- (٤) بخيته أمين ، أفريقيا في الصحافة العربية ، رسالة دكتوراه غير منشوره ، معهد الدراسات الأفريقية والآسيوية ، جامعة الخرطوم .
- (٥) مرتضى الغالي ، الإعلام الأفريقي القاري ، نموذج وكالة الأنباء الأفريقية ، معهد الدراسات الأفريقية والآسيوية ، جامعة الخرطوم .
- (٦) أحمد مصطفى خاطر ، طريقة الخدمة الاجتماعية في تنظيم المجتمع ، الإسكندرية المكتب الجامعي الحديث ، عام ٢٠٠٢م ، ص ٢٥٢
- (٧) أحمد مصطفى خاطر ، سبق ذكره ، ص ٢٥٢-٢٥٥
- (٨) مصطفى الخشاب ، دراسة المجتمع ، ط٢ ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٠م ، ص (١٧٥-١٧٨)
- (٩) أحمد الخشاب ، التغير الإجتماعي ، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ، ١٩٧١م ص ٦-١٨
- (١٠) أحمد مصطفى خاطر ، سبق ذكره ، ص ٢٦٧
- (١١) عبد الهادي الجوهري ، دراسات في التنمية الإجتماعية ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٨٤ ، ص (٩)
- (١٢) المرجع السابق - نفس الصفحة
- (١٣) عوض إبراهيم عوض ، ورقة بعنوان : القنوات الفضائية الإسلامية ، رؤى تقويمية - الخرطوم ، قاعة الشهيد الزبير ، مايو ٢٠٠٨م
- (١٤) إبراهيم وحمادة ، وسائل الإعلام والسياسة ، القاهرة ، دار النهضة ، ١٩٧٧م ص (٢٥٠-٢٥١)
- (١٥) الإعلام التربوي في دول الخليج ، إجتماع مسؤولي الإعلام التربوي ، مؤتمر قطر - الدوحة ، مكتب التربية العربي لدول الخليج العربي ، نوفمبر ١٩٩١م . عن عوض إبراهيم عوض
- (١٦) عبد العزيز شرف ، الإعلام الإسلامي . القاهرة ، دار قباء ، ١٩٨٨م ، ص ١٣١-١٣٢
- (١٧) Edward Elaver and other , Behavior in organization new York, McGraw Hill ,1973.p32
- (١٨) محمد على العريفي ، دراسات في الإعلام ، القاهرة ، الأنجلو المصرية ، ١٩٨٦ ، ص ٣١ .

أشـر بعلامة (✓) على الإجابة الصحيحة والتي توافق عليها
دراسة تطبيقية علي فئاتي النيل الأزرق والفضائية السودانية

الرقم	الأسئلة	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلي حد ما	لاأوافق
١	أسهمت القنوات الفضائية بدرجة عالية في رفع الوعي الصحي.				
٢	أسهمت القنوات الفضائية في رفع مستوى الوعي الشرعي بالأمور الفقهية				
٣	أسهمت القنوات الفضائية في تحليل الأوضاع والمشاكل الإجتماعية وإيجاد حلول لها.				
٤	أسهمت القنوات الفضائية في معرفتي بالأخبار المحلية والعالمية وتحليلها				
٥	أسهمت القنوات الفضائية في تشكيل قناعاتي بأفكار معينة وتوجهاتي الإجتماعية والسياسية				
٦	أسهمت القنوات الفضائية إلي حد ما في إحداث تغيير في شكلي وملابسي وطريقة مكياج				
٧	أسهمت القنوات الفضائية في إلمامي بأمور وطني ومشاكله والتحديات التي تواجهه				
٨	أسهمت القنوات الفضائية في إحداث تغيير في طريقة تفكيري ونظرتي للأمور بصورة أكثر عقلانية				
٩	أسهمت القنوات الفضائية في إحداث تغيير في نظرتي للأمور بصورة أكثر عاطفية				
١٠	أسهمت البرامج الدينية في زيادة وعي الديني وإلمامي بالكثير من المعلومات مما زاد من تديني				
١١	أسهمت البرامج السياسية في زيادة وطنيتي وغيبرتي علي بلدي وبلورة فكر سياسي معين				
١٢	أسهمت البرامج الإجتماعية في إلمامي بالمشاكل الإجتماعية وكيفية المساهمة في إيجاد حلول لها				
١٣	أسهمت البرامج الإقتصادية في رفع مستوى وعي الإقتصادية				
١٤	أسهمت البرامج الترويحية في تخفيف الضغوط التي أعان منها				
١٥	أسهمت القنوات الفضائية في إحداث تغيير كامل لشخصي وفي حياتي				

