

آثار البرامج التلفزيونية الأجنبية على الشباب العربي

دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بدولة الامارات 2018

د. مصطفى حميد الطائي*

المقدمة:

يتناول البحث موضوع على درجة عالية من الأهمية، يتمثل بتأثير البرامج التلفزيونية الأجنبية الوافدة على الشباب الجامعي العربي. وتتأتى هذه الأهمية من شيوع العديد من الظواهر والممارسات السلوكية الضارة بين الشباب الجامعي العربي، في العديد من الجامعات العربية، وان قسم من هذه الظواهر غريبة عن النظام القيمي العربي، وشاملة لم تقتصر على مجال معين، وانما شملت مختلف المجالات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، مما دفع العديد من الباحثين والمؤسسات البحثية إلى تسليط الأضواء على هذه الظواهر المعبرة عن المشكلات التي يتعرض لها الشباب العربي.

كما سيركز البحث على أنواع التعرض وحجمه وطبيعته، سيما وان معظم القنوات البرمجية الأجنبية التي يتعرض لها الشباب العربي، هي قنوات دولية وإقليمية موجهة، تعمل بموجب خطط استراتيجية، لها أهداف وضعت بدقة ووجهت نحو أهداف ومقاصد محددة، ورصدت لها ميزانيات مالية كبيرة، وخصصت لها تقنيات متقدمة وخبرات فنية عالية المستوى. ومن لا يدرك هذه المخاطر عليه أن يجيب عن التساؤلات الآتية: لماذا تخصص بعض الدول ميزانيات مالية كبيرة لقنوات موجهة إلى خارج مجتمعاتها؟ ولماذا تجند لهذه القنوات أفضل خبراتها الفنية والتقنية؟ وهل ان هذه الدول هي جمعيات خيرية لتقديم مثل هذه الخدمات إلى مجتمعات هي ليست مجتمعاتها؟ بل قد تكون على عداها، وان كل ذي بصر وبصيرة لا يدرك ان هناك مصالح ومطامح ومطامح للدول عندما تستهدف المجتمعات أخرى، قد تعدها من الخصوم، أو لها مصالح استراتيجية معها، أو تعتبرها مجال حيوي لمصالحها الاستراتيجية، التي قد تكون اقتصادية أو سياسية أو ثقافية..

تجدر الإشارة إلى أن معظم الإعلام الدولي والإقليمي الموجه إلى مجتمعاتنا العربية يستهدف الشباب، لأهمية هذه الشريحة لكل المجتمعات، باعتبارها الشريحة الأكبر والأقوى بكل مجتمع. يخرج منها رواد البناء والقادة والمفكرين، الذين بهم تقرر مصائر الأوطان وعليهم يعتمد مقدار تقدمها. وتأسيساً على ما تقدم سنبحث هذا الموضوع من خلال ثلاثة إطارات وكالاتي:

*الأستاذ المشارك بكلية الإعلام والعلوم الإنسانية جامعة عجمان

أولاً/ الإطار المنهجي للبحث، وقد تضمن النقاط الآتية:

1. **مشكلة البحث** : تتعلق مشكلة البحث بدراسة كيفية تعرض الشباب العربي بدولة الامارات العربية المتحدة إلى البرامج الأجنبية " المترجمة والمبدلجة " إلى اللغة العربية، وطبيعة الآثار التي يمكن أن تتركها هذه البرامج في الشباب ، سيما وان تعدد القنوات الفضائية العربية والأجنبية وازدحام الفضاء العربي بالبرامج الأجنبية الوافدة، استقطب شرائح اجتماعية واسعة ، وأخذ يجذب أعداد كبيرة من الشباب، الامر الذي أثار انتباه عدد من الباحثين ومؤسسات البحث لدراسة واقع هذه البرامج ، والظواهر والمؤشرات السلوكية الناتجة عنها ، في محاولة لقياس حجم الآثار التي يمكن أن تتركها في الشباب العربي.

2. **أهمية المشكلة**: تتأتى أهمية مشكلة البحث من تزايد محطات البث وتنوع مصادرها، واختلاف توجهاتها، والأهداف المعلنة والمخفية لها وضخامة الأعداد التي تستهدفها. سيما ان الفضاء العربي المرئي والمسموع، أضحي مجالاً اقتصادياً جاذباً، تستثمر فيه أموال ضخمة عربية وأجنبية دون مراعاة للأخطار والعواقب التي سوف يتركها على الشباب العربي.

3. أهداف البحث: يهدف البحث التوصل إلى:

أ. أهم مصادر البث الأجنبي الوافد إلى المنطقة العربية.

ب. مدى تأثير الشباب العربي بالبرامج الأجنبية.

ت. أساليب الترجمة للبرامج الأجنبية التي تبث الى الشباب العربي.

ث. معرفة أنواع الترجمة التي يفضلها المشاهد العربي للبرامج الأجنبية.

ج. أسباب تفضيل الشباب العربي للبرامج الأجنبية.

ح. حجم ونوع التأثيرات التي تسببها البرامج الأجنبية للشباب العربي.

4. تساؤلات البحث: يهدف البحث الإجابة عن التساؤلات الآتية:

أ. ما هي أهم مصادر البرامج الأجنبية الوافدة إلى المنطقة العربية؟

ب. ما هي طبيعة الآثار التي تتركها البرامج الأجنبية على الشباب العربي؟

ت. ما هي أنواع الترجمة التي يفضلها المستمع والمشاهد العربي؟

ث. ما هي أنواع التأثيرات التي يمكن أن تتركها البرامج الأجنبية على الشباب العربي؟

ج. أي البرامج الأجنبية أكثر تأثيراً في المشاهد والمستمع العربي؟

5. **منهجية البحث:** يعد البحث في التأثيرات الإنسانية من الدراسات التي تحتاج إلى الاطلاع على تجارب وأدلة وبيانات تساعد في تشخيص طبيعة التأثيرات، التي يمكن أن تحدثها البرامج الأجنبية في الشباب العربي، كما تحتاج إلى استخدام مسوحات المنهج الوصفي لتشخيص مشكلة البحث والظواهر المتعلقة بها، وتتطلب من الباحث استخدام المنهج التحليلي لتحليل بيانات الدراسة الميدانية والمعلومات الهادفة إلى التوصل إلى نتائج واستنتاجات تجيب على تساؤلات البحث وتحقق أهدافه.

6. **أدوات جمع المعلومات:** أعتد الباحث على المطالعة والاستقراء والاستنباط والاستنتاج أدوات لتشخيص مشكلة البحث والظواهر المتصلة بها والدالة عليها، إضافة إلى جمع المعلومات النظرية التي تجيب عن تساؤلات البحث وتحقق أهدافه.

وإستخدم الباحث الاستبانة أداة لجمع المعلومات الميدانية، كونها أصلح وسيلة تستخدم في الدراسات المسحية. كما استخدم الملاحظة العلمية أداة لتشخيص بعض الآثار الناتجة عن البرامج الأجنبية الموجهة إلى الشباب العربي، من خلال التعامل مع عينات من الشباب العربي ومناقشتهم في بعض الظواهر السلوكية المتعلقة بأسباب تقليدهم لمشاهد غير مألوفة في بيئتنا العربية في مجالات مختلفة من حياتهم.

7. **حدود البحث:** تنقسم حدود البحث إلى ثلاثة مجالات هي:

أ. **المجال الموضوعي:** يتحدد بموضوع البحث الموسوم: (آثار البرامج التلفزيونية الأجنبية على الشباب العربي) (دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بدولة الامارات 2018)

ب. **المجال الزمني:** ان المجال الزمني للبحث محدد بالعام: 2018-2019

ت. **المجال الجغرافي:** هو الحيز المكاني الذي أجريت فيه الدراسة الميدانية، وسحبت منه العينة الممثلة لمجتمع الشباب بدولة الإمارات العربية المتحدة.

8. **الإجراءات الميدانية وتقسيم إلى:**

أ. **تصميم استبانة الاستبانة:** تم تصميم استبانة للدراسة الميدانية وفقاً لما يحقق أهداف البحث والاجابة عن تساؤلاته.

ب. **اختبار الصدق:** تم اختبار صدق الاستبانة من خلال عرضها على عشرة محكمين من ذوي الخبرة والتخصص في البحث العلمي وبحوث الاعلام، وقد حققت الاستبانة نسبة صدق مقدارها 80%، وهي نسبة يعتد بها، لبيان صلاحية فقرات استبانة الدراسة (*).

ت. اختبار الثبات: تم تطبيق أسلوب التجزئة النصفية لاختبار صلاحية تطبيق الاستبانة على عينة الدراسة، وقد حقق الاختبار نسبة تطابق مقدارها 75%، وهذه النسبة تسمح بتطبيق الاستبانة على العينة، والحصول على نتائج علمية تصلح للتعميم على المجتمع الكلي.

ثانياً / الإطار النظري للبحث / ويتناول الموضوعات الآتية:

1. الدراسات السابقة:

ان الدراسات المتعلقة بتأثير وسائل الاتصال الجماهيري، بدأت متزامنة مع نشأة وسائل الاتصال وتطورها في البلدان المتقدمة صناعياً، وكانت دراسة هملوبت حول تأثير التلفزيون على الأطفال قد بدأت سنة 1958. لذلك يصعب على الباحثين حصر الدراسات المتعلقة بآثار وسائل الاتصال على الجماهير في المجتمعات الحديثة، إلا أن ذلك لا يمنع من الاستشهاد بنماذج من تلك الدراسات وبخاصة الحديثة منها، وكان من بين تلك الدراسات التي قام بها أو اطلع عليها الباحث:

(*) د. عبدو محمد داوود، د. نصر الدين محمد عبد القادر، د. سعيد ناصف د. محمد طبيشات، د. محمد فياض، د. عبد الملك الدنانير، د. عصام محمد، د. عبودي جواد، د. حياة محمد، خضير محمد الدليمي.

أ. دراسة د. محمد القضاة، أثر مشاهدة المحطات الفضائية الأجنبية على السلوك للشباب الخليجي، الذي طبق دراسته الميدانية على عينة من (700) مبحوث وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها:

أقر أفراد العينة بوجود تأثيرات مرتفعة لمشاهدة برامج المحطات الفضائية الأجنبية على عدد من النواحي السلوكية كان أهمها: السهر إلى أوقات متأخرة، حيث تتصف هذه البرامج بتأثيراتها لاحتياجات أفراد العينة من أمور جنسية وعنيفة وبما نسبته (50%) تحت متغير كبيرة جداً، وبأنها تعمل على إثارة الغرائز بما نسبته (44%) تحت نفس المتغير. كما خلصت نتائج هذه الدراسة ان مشاهدة المحطات الفضائية الأجنبية تؤثر في النواحي السلوكية، وقد ظهر تأثيرها على أفراد العينة، وبالتالي فان هذا التأثير أحدث أثراً واضحاً على سلوكهم الاجتماعي في المجتمع الذي يعيشون فيه وأثر في أنماط تفكيرهم وثقافتهم (1).

ب. دراسة راشد المعدي التي كانت تحت عنوان: " تأثير وسائل الاتصال والتواصل على المجتمع السعودي." وقد طبق الباحث دراسته الميدانية على عينة من (200) مبحوث في المجتمع السعودي، وتوصلت الدراسة الى عدداً من النتائج من كان أهمها (2):

- ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يرون أن الإنترنت ذات تأثير سلبي على المجتمع السعودي دينياً وأخلاقياً.
- توجد فروق ذات دلالة معنوية بين جنس الزوجين وبين تأثير استخدام الإنترنت على العلاقة بينهما.
- توجد فروق ذات دلالة معنوية بين مدة استخدام الزوج للإنترنت وبين تأثير ذلك الاستخدام على العلاقة فيما بينه وبين زوجته.
- اتضح وجود علاقة ارتباطية طردية معنوية بين مدة استخدام الأبناء للإنترنت وبين تأثير ذلك الاستخدام على العلاقة بين الوالدين والأبناء من وجهة نظر الوالدين.
- ت. دراسة د. مصطفى حميد الطائي التي كانت بعنوان: " الإعلام الجديد وأثاره التربوية والاجتماعية على الشباب العربي" حيث طبق الباحث دراسته الميدانية على عينة من الشباب العربي بدولة الامارات مكونة من (300) مبحوث تم اختيارهم بطريقة عشوائية وتوصلت الدراسة إلى عدداً من النتائج نذكر أهمها بما يلي⁽ⁱⁱⁱ⁾:
- أن لغة الصورة كانت أكثر تأثيراً على المتلقين من اللغات الوظيفية الأخرى، حيث بلغت نسبتها 44.5% تليها اللغة الصوتية بنسبة 29.5% وبلغ أقل تأثير 4% في لغة الإشارة الدلالية.
- أشارت النتائج إلى أن 72.0% من العينة يعتقدون أن الإعلام الجديد يعاني من أزمة في المضامين، مقابل 28.0% لا يعتقدون بذلك، وكان معظم من يعتقدون بأزمة المضمون في الإعلام الجديد من طلبة الجامعات.
- أظهرت النتائج ان 90% من العينة يؤكدون حاجة الإعلام الجديد إلى ضوابط قانونية مقابل 10% لا يعتقدون بضرورة وجود هذه الضوابط.

2. النظرية التي اعتمد عليها البحث:

استند البحث إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات باعتبارها من النظريات التي تهتم بدوافع تعرض الجمهور إلى وسائل الإعلام. وتعرف النظرية على أنها: رؤية فلسفية تقوم على منظومة من الأفكار والافتراضات والمبادئ، تربط الصورة الذهنية بالواقع، وتحاكي المستقبل.

أما نظرية الاستخدامات والإشباع فتعرف على أنها: " دراسة جمهور وسائل الإعلام الذي يتعرض إلى هذه الوسائل لدوافع مختلفة لإشباع حاجات فردية معينة (iv) .

تؤكد هذه النظرية على فاعلية الجمهور المتلقي إذ أنه دائم التغير ودائم التقرير لما يريد أن يأخذ من وسائل الإعلام، فالجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام ليبي حاجاته ويحصل على ما يحتاجه، وبذلك تصبح استعمالات الفرد للإعلام المحرك الرئيسي، الذي يمكن أن يقاس بموجبه تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، الذي يتعرض إلى مضامين هذه الوسائل (v) .

وقد وضع دانيال كاتز وزملاؤه من علماء الاتصال خمسة فروض رئيسة تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباع التي يحاولون تحقيقها من هذا الاستخدام. وهذه الافتراضات هي:

- الجمهور أعضاء مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، يستخدمونها لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم.
- يعبر استخدام الأفراد لوسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء هذا الجمهور، ويتحكم في ذلك الفروق الفردية فيما بينهم.
- ان أعضاء الجمهور، هم الذين يختارون الرسائل والمضامين، التي تشبع احتياجاتهم، وان وسائل الإعلام تتنافس فيما بينها ومع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.
- ان أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم، التي يسعون إلى إشباعها. ومن ثم فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال مضامين هذه الوسائل فقط.

مدخل إلى التعريف بالشباب العربي:

الشباب هم الطليعة الفاعلة في المجتمع، وتشكل فئة الشباب في المجتمع العربي أكبر فئة من فئات المجتمع، وتشير أرقام بعض الإحصائيات إلى أن العالم العربي من بين المناطق الأكثر شباباً في العالم، إذ أن حوالي 60% من سكان العالم العربي هم دون سن الـ 29 مقارنة بـ 30% من سكان الاتحاد الأوروبي و49% من سكان تركيا و50% من سكان إيران (vi) .

وعندما تكون نسبة الشباب بين السكان عالية تعد من المؤشرات الإيجابية، عندما يتم توظيفها في خطط وبرامج التنمية الشاملة. إلا أنه عندما يتم إهمال عمليات التخطيط

التنموي لاستثمار هذه الفئة وتوظيفها في البرامج والخطط التنموية، تتحول إلى مشكلات تهدد الأمن في المجتمع وتقوده نحو الفقر والتخلف. ومن وجهة ثانية أضحت طلائع الشباب من الأهداف الاستراتيجية التي يستهدفها الأعداء لإضعاف المجتمعات واحتوائها واستثمار طاقاتها الإيجابية وقدراتها الفاعلة في المصالح الوطنية للخصوم.

لهذه الأسباب فإن إعداد الشباب وتحسينهم وتأهيلهم واستثمار طاقاتهم في برامج التنمية والتقدم الاجتماعي، يعتبر من المهام الوطنية الملحة لأي مجتمع ينشد التطور والرفاهية، وأن أولى مهام الإعداد والتأهيل هو التوعية والتثقيف وتكوين الحصانة لحماية هذه الفئة من التأثيرات الضارة للإعلام الأجنبي الوافد وتقوية مشاعر الانتماء للمجتمع والاعتزاز بهويته الحضارية وقيمه الدينية والأخلاقية.

سمات الشباب العربي وخصائصه القومية:

الشباب العربي فئة من جمهور وسائل الاتصال في المجتمع العربي، وعلى الرغم من احتفاظ هذا المجتمع بخصوصيته التي تميزه عن المجتمعات الأخرى، وهويته المشتركة التي يغلب عليها طابع اللغة والثقافة والدين والشعور المشترك بوحدة الانتماء للتراث الحضاري والتاريخي للأمة العربية، والمصالح المشتركة ووحدة المصير. إلا أنه يشترك بالعديد من الخصائص الإنسانية العامة مع الشعوب الأخرى كوحدة الجنس البشري والارث العالمي المشترك والشعور الإنساني والمصالح الإنسانية المشتركة...

أما جمهور وسائل الإعلام في المجتمع العربي هم كل من يشاهد البرامج المرئية والمسموعة بصورة مستمرة ومنظمة. سواء كان داخل الوطن العربي أو خارجه، ذلك ان خارطة جمهور وسائل الإعلام تتجاوز حدود المجتمع العربي إلى مجتمعات أخرى يمكن أن تتابع القنوات العربية.

إلا أننا عندما نبحث في الشباب العربي باعتباره فئة من جمهور وسائل الاتصال، أضحي يتعرض إلى بث متعدد الأهداف والتوجهات يتطلب منا تحليل سماته الشخصية والنفسية والاجتماعية والبيئية لمعرفة مداخل التأثير فيه من خلال النقاط الآتية:

أ. شدة العاطفة والتعاطف:

يتميز المشاهد العربي بأنه شديد العاطفة والتعاطف مع مختلف القضايا والموضوعات الغريزية والإنسانية، كما أنه يهتم بمختلف القضايا العالمية، التي تخصه وتؤثر في مصالحه، أو التي ليست لها تأثير في مصالحه وقضايا الشخصية، وإنما تؤثر في مشاعره الإنسانية، وقد تعود أسباب ذلك إلى عوامل تاريخية حضارية وجغرافية وبيئية، فالوطن العربي كان وما يزال ممراً عالمياً يربط أوروبا بآسيا وأفريقيا، ولكونه مركزاً حضارياً تعود جذوره إلى آلاف السنين، ومركزاً اقتصادياً

نشيطاً تلتقي فيه المصالح والاستراتيجيات العالمية، فضلاً عن أنه مركزاً حضارياً للعقائد والديانات السماوية ، التي الفت على عاتق هذا الانسان مسؤلية تاريخية ووظيفة حضارية تمثلت بتبليغ الرسالات السماوية ، التي انزلها الله سبحانه وتعالى جميعها على هذه الأرض المباركة ، وخص بها هذا الانسان ليكون مبشراً ونذيراً ومعلماً ورسولاً إلى الإنسانية جميعاً. وهذه الوظيفة الإنسانية والحضارية، غرست في الانسان العربي منذ القدم، عواطف إنسانية جياشة وتعاطف وتعاون مع الآخر لنشر القيم الإنسانية السامية، التي تدعو إلى نشر العدل والمساواة والسلام بين البشرية جمعاء.

ب. التنوع:

تتسم فئة الشباب العربي بأنها تتسم: بتنوع الانتماء واختلاف الخصائص وتعدد المستويات الثقافية والعلمية والاقتصادية والاجتماعية، وأنها تختلف من حيث: السن والجنس ومستوى التعليم والدين والانتماء الوطني والخبرة والثقافة والوعي. وتعود أسباب هذا التنوع إلى عوامل: جغرافية واقتصادية وحضارية وبيئية.

حيث ان موقع الوطن العربي في قلب العالم جعل منه ممراً للعديد من الأقوام التي تنتقل من المشرق الى المغرب وبالعكس، وان قسم من هذه الاقوام تستقر فيه وتتعايش مع أهله وتحفظ ببعض خصائصها القومية، كما ان الثروات الاقتصادية الهائلة التي تمتلكها شعوب المنطقة: الزراعية والمعدنية والطاقة البترولية وممراتها من هذه المنطقة والتجارة العالمية بين الشرق والغرب دفع الكثير من الايدي العاملة إلى الهجرة اليها والاستقرار فيها للعمل إضافة إلى تنوع الظروف البيئية التي تخلق نوعاً آخر من التنوع ...

ت. سرعة التغير:

تتسم الجماهير العربية بأنها من أكثر الشعوب التي تحب التغيير، لذلك نجدها تتأثر أكثر من غيرها بالمتغيرات والتطورات الاقتصادية والثقافية والسياسية، وتغير أنماط حياتها، وفقاً لطبيعة تلك المؤثرات المتدخلة في مظاهر حياتها الثقافية وسلوكها الاجتماعي. لذلك نجد العربي يستجيب لعروض الموضة في الملابس والمأكل والمسكن ... أكثر من الانسان في المجتمعات الأخرى.

ولتلك الأسباب أيضاً نجد العديد من المجتمعات مازالت متمسكة بتراثها وزيبها الذي يجسد شخصيتها، أما العرب نجدهم سريعي التأثير يقلدون كل جديد أكثر من غيرهم من الأمم الأخرى. باستثناء المجتمع الخليجي الذي مازال محافظاً على زيه وحريص على تراثه الأصيل.

ذلك ان موقع العرب على طرق الاتصال والتواصل وملتقى الأقوام وتفاعل الثقافات والحضارات،

وكثرة اختلاط الشباب العربي بالأوروبيين من الغرب وشمال البحر المتوسط وبالأسيويين والأعاجم في الشرق والأفارقة في الجنوب، أوجد لديهم خاصية الميل إلى سرعة التأثر والتغيير وحب التجديد وخاصية التنوع.

ث. التنظيم:

يتسم جمهور وسائل الاتصال من الشباب في كل مكان من العالم بأنه: مفكك غير مؤطر بتنظيم اجتماعي أو مؤسستي، على الرغم من وجود المؤسسات والمنظمات الجماهيرية المحلية والإقليمية والدولية. وذلك لأن الاستماع والمشاهدة من الخصائص النفسية التي تتعلق بالأمزجة والاذواق فضلاً عن انها من الحريات الفردية، التي تتيح لكل فرد حرية اختيار القنوات التي يرغب بمتابعتها، ويستقي منها اخباره ومعلوماته واشباعاته الترفيهية والعاطفية الأخرى. مما يجعل أفراد الأسرة الواحدة لا ينتمون إلى جمهور واحد، فقد يتابع الزوج قناة عربية والزوجة من جمهور قناة أجنبية. لهذه الأسباب وغيرها نجد ان جمهور وسائل الاتصال لا يتصف بالتنظيم، ولا يمتلك تسلسل هرمي، فضلاً عن أنه يتصف بالانفعال يصعب تقدير قوته، قد يقوده ويوجهه أفراد متهورون، لا يمتلكون الحكمة والخبرة اللازمة لتوجيهه الوجهة الصحيحة في ذروة تحشده، مما يبرر أهميته والتحسب لردود أفعاله (viii).

ومن وجهة ثنائية فان عدم انتظام جمهور وسائل الاتصال بإطار اجتماعي محدد أو تنظيم مؤسسي، يمكّن القائم بالاتصال من التأثير فيه أكثر من المصادر الإعلامية الدولية والإقليمية الموجهة يجعل عملية التأثير والتأثر في غاية الخطورة والتعقيد.

ج. الهوية:

جمهور الوسيلة الإعلامية في كل مكان من العالم لا يمتلك هوية معينة تحدد طبيعته، لأنه يتكون من أناس كثيرون مختلفون في خصائصهم العرقية والعقيدية والحضارية، ينتمون إلى أمم ومجتمعات مختلفة. لذلك فان الضبابية التي تحيط بجمهور وسائل الاتصال، قد تجعله أداة خطيرة بأيدي من يمتلكون القدرة والقوة على التأثير فيه، وتفعله وتوجيهه لخدمة مصالحهم، سواء كانوا شخصيات فردية أو أحزاب أو مؤسسات أو دول، فعلى الرغم من امتلاك الشباب العربي هوية حضارية ضمن تنظيمه الاجتماعي، تميزه عن الشباب في المجتمعات الأخرى. إلا أنه عندما ينظر اليه على أنه جمهور لوسائل الاتصال، فانه يخرج من هذه الهوية والتنظيم الاجتماعي، الذي ينتمي اليه، ويشترك في عملية المتابعة لقناة معينة مع جمهور متعدد الهويات، وان تفاعله مع هذا التعدد يعرضه إلى تأثيرات قيمية وثقافية، تهدد هويته الاجتماعية والحضارية.

ان الحديث عن جمهور وسائل الاتصال يقودنا إلى الحديث عن أنواع مضامين الاتصال، فهناك برامج جماهيرية عامة، توجه إلى كافة أفراد المجتمع بغض النظر عن خصائصهم الشخصية، وهناك برامج إعلامية متخصصة توجه إلى جمهور نوعي، مثل: البرامج التي توجه إلى الأطفال والمرأة والشباب ... وبما ان الجمهور له

خصائص مختلفة، ينبغي أن تخاطبه وسائل الاتصال وفقاً لهذه الخصائص. ومن هذا المنطلق فإن التأثير في جمهور وسائل الاتصال، يتطلب ترشيد الخطاب الإعلامي وتقنيته وتوجيهه، وفقاً للأهداف والغايات التي تتضمنها برامج التأثير الاتصالية.

وتأسيساً على ما تقدم يجب على وسائل الإعلام العربية أن تركز اهتمامها على الشباب باعتبارهم الفئة الأكبر والأكثر أهمية في المجتمع، ومن ثم الانتقال إلى مرحلة أكثر شمولية تخاطب فيها بقية الجماهير، الذين يمثلون خليط غير متجانس متعدد المستويات من حيث درجة النضج والثقافة والوعي ومستوى الإدراك والعقيدة الدينية والانتماء السياسي، ومخاطبة كل فئة وفقاً لخصائصها واهتماماتها (viii).

مصادر البرامج الأجنبية:

ان التطور التقني السريع، الذي تعيشه البشرية اليوم، أتاح العديد من المصادر الإعلامية المغربية، التي تمكن الشباب العربي من مشاهدة البرامج الأجنبية بمختلف اللغات. سيما وان البرامج المترجمة والمبدلجة أضحت تنافس البرامج المحلية، وتصل إلى المستمع والمشاهد ببسر وسهولة أكثر من أي وقت مضى، ونشير هنا إلى أهم هذه المصادر بما يلي:

أ. المواقع والبرامج والتطبيقات على شبكة الانترنت:

انتشرت في الآونة الأخيرة مواقع وبرامج وتطبيقات على شبكة الانترنت تتيح للمتلقي مشاهدة وتحميل الأفلام والبرامج الدرامية والمسلسلات والألعاب الأجنبية المترجمة والمبدلجة مجاناً على الأجهزة المختلفة وحتى أجهزة النقال الشخصي، وقد أضحت مخرجات هذا المصدر لها آثار كبيرة على الشباب العربي، ونشير هنا إلى بعض هذه المواقع والتطبيقات بما يلي (ix):

- My Download Tube : موقع أجنبي للأفلام والمسلسلات الأجنبية يسمح بمشاهدة البرامج أون لاين وتحميلها مجاناً بجودة عالية.

- Egy Best: موقع عربي لمشاهدة وتحميل الأفلام والبرامج الأجنبية ، ويتميز هذا الموقع بدعمه لخدمات الهاتف المحمول، وتحديث البرامج بصورة دورية.

- My Egy : موقع مجاني منوع يتيح إمكانية تحميل قائمة طويلة من البرامج وخاصة أفلام هوليوود ، فضلاً عن المسلسلات والألعاب الالكترونية.

- Movizland : موقع عربي يقدم تشكيلة متنوعة من البرامج العربية والأجنبية، ويسمح بتحميلها مجاناً من دون معوقات ، وهو موقع متخصص بالأفلام والمسلسلات.

- Mazika2day: وهو موقع يسمح بمشاهدة أفلام وبرامج غنائية متنوعة أجنبية مجانية من دون مشكلات.

- Movie Watcher: موقع أجنبي لنشر الأفلام والاعلانات على مدار الساعة، ويسمح بتحميلها مجاناً.

Zona: تطبيق على شبكة الانترنت يقدم الأفلام والمسلسلات والبرامج التلفزيونية الجديدة باستمرار، كما يقدم خدمة البث المباشر لقنوات الكابل والقنوات المشفرة التي يمكن استخدامها للمشاهدة المباشرة.

ب. قنوات اليوتيوب – YouTube:

أضحت شبكة الانترنت تزدهم بمئات قنوات يوتيوب، التي تبث الأفلام والمسلسلات والبرامج الأجنبية المتنوعة إلى الشباب العربي، وتستقطب هذه القنوات قطاعات واسعة من الشباب العربي وتؤثر فيهم بصور مباشرة وغير مباشرة (X).

وتعد قنوات اليوتيوب من المصادر الإعلامية المغربية للشباب لادحامها ببرامج الفيديو وما يمثله من جاذبية وتشويق وتنوع، بسبب سهولة انتاجه.

ت. القنوات التلفزيونية:

تعتبر القنوات التلفزيونية من أهم المصادر وأقدمها كونها قنوات عامة تبث برامجها إلى الملايين من المستمعين والمشاهدين، وممكن الخطورة فيها ان معظمها موجه وموظف ضمن الاستراتيجيات الدولية الكبرى، ولكونها امتلكت خبرات ومهارات فنية متقدمة، ولأن معظمها يمول من دول ومؤسسات كبرى، تمتلك إمكانيات ضخمة، أصبحت من المؤثرات بالغة الأهمية.

وتنقسم القنوات التلفزيونية التي تبث البرامج الأجنبية والمترجمة والمبدلجة إلى الأقسام الآتية:

ث. القنوات الدولية والخاصة التي تبث برامج أجنبية مترجمة ومدبلجة:

القنوات الخاصة عديدة تكاد لا تخلو دولة عربية منها وهي القنوات الأقل ضرراً، لأن معظمها يعمل وفقاً للقوانين والأنظمة التي تعمل بها القنوات الوطنية الرسمية، وان قسماً منها تخضع برامجها للرقابة من قبل الدول التي تبث فيها.

وهي القنوات التي تعمل بشكل مستقل أو شبه مستقل عن الدول التي تبث منها، والتي غالباً ما ترتبط معها بعقود تنظم العلاقة بين تلك القنوات والبلدان العاملة فيها، وتكون توجهاتها وفقاً لسياسات الجهات الممولة والموجهة، سواء كانت دول أو مؤسسات أو شخصيات ومن أمثلتها: تلفزيون (الشرق الأوسط MBC). بدأ مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC بث برامج من لندن في 18 سبتمبر 1991م. وتعود ملكية (مركز

تلفزيون الشرق الأوسط (MBC) إلى (مجموعة آرا الدولية)، التي تمتلك: وكالة أنباء يوناييتد برس.. (xi).

ان الدعم الذي حصلت عليه " MBC " أدى الى تحولها إلى شبكة تميزت بسعة انتشارها بين المشاهدين العرب، وتبث MBC العديد من البرامج الدرامية والوثائقية والحوارية والأفلام ومسلسلات التشويق والمغامرة الأجنبية الأمريكية (xii).

وتتسع القائمة وتطول لتشمل عدداً كبيراً من القنوات التي يملكها القطاع الخاص. أما القنوات الدولية فتعد الأكثر خطراً لأن معظمها يعمل بأجندات واستراتيجيات الدول الكبرى الممولة والموجهة لهذه القنوات ومن أمثلتها: قنوات بي بي سي عربية والحررة من العراق وسي أن أن العربية الأمريكية، وروسيا اليوم والقناة 24 الفرنسية ودويتشه فيلة الألمانية ويورونيوز الأوروبية وأن أتش كيه اليابانية وسحر 1 تي الإيرانية والعالمية الإيرانية وسحر 2 الإيرانية وتي أر تي التركية وهنا أمستردام تشاد تي في وكوثر الإيرانية والقناة الصينية وتي في 5 أورينت الفرنسية... (xiii)

وكان من أسباب الاهتمام الإعلامي الدولي بالوطن العربي، الموقع استراتيجي وما يمثله من أهمية للمصالح الحيوية لمعظم دول العالم، باعتباره مصدراً رئيسياً للطاقة العالمية، فضلاً عن اعتبارات أخرى، لا يتسع المجال للخوض في تفاصيلها. أصبح الفضاء العربي مجالاً حيويًا تتنافس عليه المؤسسات الإعلامية الدولية الكبرى، وأصبحت القنوات الموجهة الى المجتمع العربي تتضاعف عام بعد آخر، ولم تبقى دولة كبرى أو متوسطة الحجم في العالم إلا وأنشأت قناة موجهة إلى المجتمع العربي.

وقد أوضح هذه الظاهرة التقرير السنوي حول البث الفضائي، الذي تصدره اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية، التابعة إلى اتحاد إذاعات الدول العربية. حيث أكد التقرير على وجود أكثر من 1320 قناة تلفزيونية فضائية موجهة إلى المنطقة العربية (xiv).

أنواع البرامج الأجنبية المترجمة والمدبلجة الموجهة إلى المجتمعات العربية:

هناك أشكال عدة للبرامج الأجنبية المترجمة والمدبلجة نوجز أهمها بالآتي:

- 1- الأفلام: تعد من البرامج المغربية للعديد من جمهور وسائل الإعلام على اختلاف مستوياتهم العمرية وتنوعهم الثقافي والعرقي، لأنها من البرامج القديمة، التي ارسى تقاليد عمل احترافية تمكنت من خلالها تجسيد القصص والروايات الواقعية وغير الواقعية مثل أفلام الخيال العلمي والسردي القصصي، الذي يتم عرضه بأساليب فنية مبتكرة وتقنيات عالية الدقة، وان المضار التي تحملها الخدع السينمائية وأساليب عرضها وطرق معالجتها المغربية، أنها تحرّم بعض المباحات وتبيح بعض المحرمات،

وتستثير العواطف والغرائز الشبابية ، وتظهر الجرائم بأشكال وصور مروعة ، تضعف منظومة القيم الاجتماعية وقواعد السلوك السوي في المجتمع .

2- التمثيلة: هي ببساطة قصة يتم معالجتها تلفزيونياً، ولا تختلف التمثيلة

التلفزيونية عن المسرحية إلا في بعض الجوانب الفنية، وان طول التمثيلة عادة ما يتراوح بين نصف ساعة إلى ساعة ونصف.

3- المسلسل: يعتمد قلبه الفني على مجموعة من المواقف الخطيرة التي تقوم أساساً على تتابع وتوالي الحلقات، إذ لا يختلف المسلسل في جوهره عن التمثيلية كعمل درامي من حيث البناء والحبكة، وغالباً ما يتألف من سبع أو ثلاث عشر حلقة. تجدر الإشارة إلى أن أهم ما يميز المسلسلات الأجنبية، أعداد الحلقات التي تصل إلى حد المبالغة، والتي قد تستمر لأكثر من خمسة سنوات.

4- السلسلة، هي خيط أو سلسلة مفاتيح تنظم فيها مجموعة من الأشياء والأحداث كل حدث منها قائم بذاته وتربطها جميعاً فكرة واحدة، ففي كل حلقة من حلقات السلسلة تبدو الأحداث فيها كأنها تعبر عن واقعة متكاملة، بحيث تصلح كل حلقة منها لأن تكون تمثيلية قائمة بذاتها، لها بداية وعقدة ونهاية.

5- البرامج الوثائقية: تعد البرامج الوثائقية من البرامج الشائعة في القنوات الأجنبية، كما تتسم البرامج الوثائقية بأنها متنوعة تتراوح بين التاريخية والترويجية والثقافية.

6- البرامج المنوعة: وهي من أكثر البرامج شعبية، ولها جمهور واسع كونها من البرامج التي تتسم بالتغيير والتجديد والتشويق والجاذبية ويغلب عليها طابع الفكاهة.

7- " الإعلان " المدفوع الأجر -الومضات Spots: ومنه التجاري الهادف ترويج السلع والخدمات، وهناك إعلانات تهدف إلى الترويج الاجتماعي والسياسي الهادف إلى تسويق فكرة أو تمرير رسالة خدمة لهدف محدد... الخ

8- الأخبار والبرامج السياسية: هناك أشكال أساسية لبث الأخبار والمعلومات في الإذاعة والتلفزيون، قد تتغير في الشكل والتسمية ولكنها تكون ثابتة من حيث المضامين ويمكن تصنيفها الى أشكال ثلاثة أنواع هي:

أ- الأخبار: تختلف أساليب إعداد نشرات الأخبار وتنفيذها وتكرارها وزمن عرضها بين قناة وأخرى، تبعاً لمدى اهتمام تلك القناة بالأخبار وطبيعة

تصنيفها لها، وأهم ما تمتاز به القنوات الإخبارية الأجنبية حداثة الأخبار وتنوعها وسعة تغطيتها ومساحة الحرية التي تتمتع بها في العرض والتحليل.

ب- القصص الإخبارية: أهم ما يميز القنوات الإخبارية الأجنبية تخصصها بعرض القصص الخبرية، حول الأحداث المهمة في العالم والجرائم والمطاردات البوليسية والغرائب، وتعد القصص الخبرية من أهم البرامج وأوسعها انتشاراً وأكثرها شعبية في الغرب، لما تتميز به من إثارة وطرافة وتشويق.

ت- البرامج الحوارية: وتهتم بمختلف القضايا التي تراها إدارة أو هيئة تحرير المحطة على أنها جديرة بالاهتمام ولها أشكال متعددة: مسجلة، مفتوحة على الهواء لمشاركة جمهور المشاهدين، وقد تكون المشاركة محصورة بجمهور يدعى مسبقاً إلى الاستوديو للمشاركة، وقد تكون أحادية أو متعددة الضيوف والآراء الخ.

أهمية البرامج التلفزيونية وأثارها على الشباب.

حازت برامج التلفزيون أهمية كبيرة في تجسيد السلوك الواقعي لمختلف الشرائح الاجتماعية، عند عرضها بأشكال وصور درامية جذابة، لأن التلفزيون يمتلك خصائص جامعة، لا توجد في وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى، فقد ورث الحوار والحدث والتمثيل عن المسرح، وورث عن السينما شاشتها وطريقة عرضها، حيث يقدم الواقع بصور وأشكال مثيرة، كما ورث عن الإذاعة إمكانية الوصول إلى كل بيت، وفيه كثيراً من الصحافة، فهو يقدم الأخبار، ويكفي الصحفي عناء الوصف. فضلاً عن ذلك فإن التطورات التقنية التي حصلت في البث المرئي وتطور حرفية القائمين على إعداد برامجه جعل من التلفزيون وسيلة غاية في الأهمية وقوة التأثير، لذلك سعت معظم الدول إلى توظيفه في عرض البرامج الموجه لتحقيق أهداف وغايات متعددة تصب في مصالحها الحيوية.

وفضلاً عن ذلك يتصف التلفزيون بالحضور المتزامن: إن أجهزة التصوير التلفزيوني حاضرة في زمان الحدث ومكانه، وعلى مدار أربع وعشرين ساعة، إذ نجده حاضراً في قاعة المؤتمر وساحة الحرب والمسرح، وفي كل مكان يُراد تصويره (XV).

وهناك آثار مركبة للبرامج الأجنبية المترجمة والمبدجة على الشباب يمكن حصرها باتجاهين:

الاتجاه الأول: تجسيدها لطبيعة مضامين البرامج الأجنبية، وما تحمله من قيم ونماذج سلوكية تهدد بنى التنشئة الاجتماعية للشباب العربي من حيث طبيعة الموضوعات التي تتناولها والأهداف التي تقصدها.

والاتجاه الثاني: تجسيدها للأساليب الفنية في المعالجة والممارسة والعرض للبرامج الأجنبية مقارنة بالبرامج العربية، لذلك نجد البرامج الأجنبية المترجمة والمُدبلجة تمتاز بالجاذبية والتشويق.

تجدد الإشارة إلى أن حجم التأثيرات وقوتها التأثيرية وسعة انتشارها يعتمد على نوع الوسيلة الإعلامية، ومستوى المعالجات الفنية التي تعد بها برامجها ومدى اهتمام الجماهير بها.

ونتيجة لذلك أصبح التلفزيون من الوسائل الإعلامية شديدة التأثير وفقاً لنتائج العديد من البحوث والدراسات العربية والأجنبية، ففي أحدث استطلاع أجراه مركز القدس للإعلام والاتصال JMCC أظهرت نتائج ما يلي (xvi):

(76.2%) من المستطلعين يعتمدون على التلفزيون كمصدر أول للأخبار والمعلومات لديهم، فيما اعتبر (10%) أن الإذاعة هي مصدر الأخبار الأول، فيما كانت الجرائد مصدر الأخبار الأول لـ (6%) من المواطنين فقط....

وبناءً على نتائج العديد من الدراسات ينبغي التركيز على التلفزيون أكثر من غيره لنشر الأخبار والرسائل الإعلامية المتعلقة بتنمية الشباب، دون أن يعني ذلك إهمال الوسائل الإعلامية الأخرى، فنحن بالنهاية معنيون بالوصول إلى الجمهور بمختلف شرائحه عبر مختلف الوسائل.

ومما يزيد من قوة تأثير البرامج التلفزيونية الأجنبية المترجمة والمُدبلجة أنها اضحت من أبرز الأدوات لانتقال الثقافات وتبادل الخبرات بين مواطني مختلف الدول في شتى بقاع المعمورة.

فضلاً عن أنها من أهم وسائل التربية وتنمية المشاعر والأحاسيس الإنسانية. وان للبرامج الأجنبية دور لا يشك أحد بأهميته وحجم تأثيراته من خلال تقديمه الواقع بأشكال وصور جذابة.

لذلك فإن معظم الذين يستخدمون التلفزيون بكثافة، يؤمنون بواقعية المضامين التلفزيونية التي يتابعونها. وبخاصة الشباب والمراهقين الذين يصدقون ما يرون ويسمعون بكل ما يبث، ويميلون إلى تقليد ما يشاهدون دون تمييز. وتعود أسباب ذلك إلى ضعف خبراتهم الحياتية، وعدم احتكاكهم بالعالم الخارجي بما يكفي، وعدم امتلاكهم الوعي الذي يمكنهم من التمييز بين النافع والضار في الممارسات السلوكية والأفكار والمعتقدات.

ونظر لأهمية الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام المرئي في تغيير أساليب الحياة في المجتمعات الحديثة، سعت العديد من الدول إلى تكثيف البث الفضائي لتحقيق أهداف استراتيجية على كافة المستويات، وكان ذلك استجابة لضرورة نابعة من أهمية القنوات الفضائية، في التواصل والتفاعل الإنساني على النطاقين المحلي والعالمي .

الا ان شيوع ظاهرة التنافس الاتصالي على المستوى العالمي، واحتدام المنافسة بين المجتمعات في مجالات التسويق: السياسي والثقافي والتجاري، مما أدى الى تحمل المجتمعات النامية تأثيرات ضارة. لذلك تعالت الأصوات المطالبة بإقامة نظام إعلامي عالمي جديد لوسائل الإعلام أكثر عدلاً لتحقيق التكافؤ في المنافع وتجنب المضار (xvii).

وتأسيساً على ما تقدم تعالت الدعوات من الباحثين والعديد من المؤسسات الداعية إلى حماية الشباب من التلوث الفكري والثقافي والقيمي، الذي يؤثر في سلوك الشباب، خاصة بعد ضعف الحواضن الاجتماعية التي تعنى بتنشئة الشباب، ابتداءً من الأسرة الى المؤسسات التعليمية والاجتماعية التي تعنى بالتربية، مما جعل الشباب يتعرضون إلى مختلف المؤثرات المهددة لمستقبلهم، خاصةً وان شبابنا أضحى يعيش في عالم مفتوح، يجعله عرضةً لمختلف المؤثرات، التي تجعله بأمس الحاجة إلى الحماية، حتى يشتد عوده وتتضح أمامه أبعاد مستقبله (xviii).

ولتأكيد قوة التأثيرات التي يمكن أن تحدثها بعض البرامج التلفزيونية غير البناءة، أثبتت نتائج بعض الدراسات الاكاديمية التي أجريت في العراق على عينة من الشباب: أن 66.8% من الشباب يقلدون الأدوار التي يشاهدونها في التلفزيون، وان 13.46% من الشباب في عينة البحث ينكاسلون في الذهاب إلى مدارسهم وجامعاتهم، وتبين من نتائج الدراسة ان الذين يكتسبون عادات وتقاليدهم لا تلائم عادات وتقاليدهم أسره بلغت 10.58% من عينة الدراسة، وكان 23.6% من العينة يتعرضون إلى حالات من الخوف والقلق من أشياء يجهلون، وكان هناك 46.3% رسبوا في الامتحانات لانشغالهم في متابعة البرامج التلفزيونية (xix).

الدراسة الميدانية: لآثار البرامج الأجنبية والمترجمة على الشباب العربي

أولاً / مجتمع الدراسة والعينة:

1. **مجتمع الدراسة:** يتكوّن مجتمع الدراسة من الشباب الجامعي العربي بدولة الامارات، الذين يتعرضون إلى البرامج الأجنبية المترجمة والمُدبلجة، ويوصف المجتمع بأنه: الإطار الجغرافي والبشري والاجتماعي والمهني والقانوني الذي تجرى الدراسة فيه، ووفقاً لهذا الوصف فان مجتمع الدراسة يشمل جميع الشباب الجامعي بدولة الامارات العربية المتحدة. سيما وان دولة الامارات تمثل مجتمعاً عربياً وعالمياً مصغراً، كونها تمثل مركزاً عالمياً للنشاط الاقتصادي والعلمي والثقافي... حيث يوجد أكثر من عشرين جامعة حكومية وخاصة، وأكثر من ثلاثة وسبعين مؤسسة علمية مرخصة، تشتمل على مختلف التخصصات العلمية، يدرس بها حوالي (107.424) طالب وطالبة، وان هؤلاء الطلبة مختلفون من حيث: النوع والتخصص العلمي والجنسية والسن والحالة الاجتماعية... (xx)

ان تنوع الخصائص في المجتمع الاماراتي يجعله مؤهلاً للبحث في مثل هذه الموضوعات، التي تعتمد على تنوع الخبرات والتخصصات، وعلى الرغم من تعدد الخصائص العامة والخاصة لمجتمع الدراسة، إلا أننا سنركز على الخصائص العامة، التي نعتقد انها تمثل متغيرات تؤثر في نتائج هذه الدراسة.

2. عينة الدراسة: تقسم عينة الدراسة إلى الأقسام الآتية:

أ- **نوع العينة:** توصف عينة الدراسة على أنها من العينات العشوائية المستخدمة على نطاق واسع في المنهج الوصفي وأبحاثه المسحية، وذلك لخصوصية هذا الموضوع، الذي يحتاج إلى عينة عشوائية تكون أكثر صلاحية لتمثيل المجتمع الكلي لإخضاعها للدراسة.

ب- **حجم العينة:** تشير العديد من المصادر والمراجع المتعلقة بالعينات وأحجامها وأساليب سحبها إلى: أن اختيار العينة وتحديد حجمها قرار يتخذه الباحث، أما بتطبيق القوانين الإحصائية أو بالاعتماد على الدراسات السابقة، لتحديد حجم العينة وفقاً لها. أو وفقاً لمعايير: خبرة الباحث وطبيعة موضوع الدراسة وحجم المجتمع ومستوى تجانسه وإمكانات الباحث...

وبالاستناد إلى ما سبق تم تحديد حجم عينة الدراسة بـ (200) مبحوث وفقاً للدراسات السابقة وطبيعة موضوع الدراسة، الذي يعتمد على عينة متنوعة الخصائص من المجتمع الكلي.

ت- **طريقة سحب العينة:** بما ان العينة عشوائية يسحبها الباحث من المجتمع الكلي، إلا أن سحبها تم بطريقة عشوائية غير منتظمة من ثلاث جامعات، اختيرت بطريقة عشوائية هي: جامعة الشارقة، والكلية الإماراتية الكندية الجامعة - وجامعة عجمان، حيث تم سحب 150 مبحوث من كل من جامعتي الشارقة وعجمان وخمسين مبحوث من الكلية الإماراتية الكندية الجامعة بطريقة عشوائية.

ث- **خصائص العينة:** سيتم وصف خصائص العينة وفقاً للجدول رقم (1) أدناه

الجدول رقم (1) يبين الخصائص العامة لعينة الدراسة

النوع	العدد	النسبة	الجنسية	العدد	النسبة	الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة	التخصص	العدد	النسبة
ذكر	116	%58	مواطن	112	%56	أعزب	128	%64	علوم إنسانية	86	%43
انثى	84	%42	وافد عربي	82	%41	متزوج	62	%31	علوم طبية	30	%15
-	-	-	وافد أجنبي	6	%3	مطلق	8	%4	علوم هندسية	56	%28
-	-	-	-	-	-	أرمل	2	%1	علوم طبيعية	28	%14
المجموع	200	%100	-	200	%100	-	200	%100	-	200	%100

يوضح الجدول رقم (1) الخصائص العامة للمبحوثين في عينة الدراية.

يظهر من جدول خصائص عينة الدراسة ان المبحوثين يختلفون في خصائصهم العامة، من حيث النوع والجنسية والحالة الاجتماعية ومستوى التعليم والتخصص العلمي، كما يبين تفاوت النسب بين كل خاصية وأخرى وهذا التنوع والتفاوت يقتضيه البحث العلمي، من أجل قياس مدى تأثير هذه المتغيرات في عمليات التأثير والتأثر في البرامج الأجنبية المترجمة والمبدلجة

ثانياً / تحليل بيانات الدراسة الميدانية: سيتم معالجة البيانات إحصائياً وتحليلها واستخلاص النتائج وفقاً للجدول المبينة أدناه:

الجدول رقم (2) يوضح مدى انتظام مشاهدة المبحوثين للبرامج الأجنبية المترجمة والمبدلجة حسب الحالة الاجتماعية

ت	انتظام المشاهدة الحالة الاجتماعية	نعم اتابع بانتظام		اتابع بين الحين والآخر		لا اتابع		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
1	متزوج	18	%9	35	%17.5	9	%4.5	62	%31
2	أعزب	28	%14	92	%46	8	%4	128	%64
3	مطلق	3	%1.5	4	%2	1	%0.5	8	%4
4	أرمل	0	%0	2	%1	0	%0	2	%1
	المجموع	49	%24.5	133	%66.5	18	%9	200	%100

$$\text{Chi-Sq} = 5.156, \text{DF} = 2, \text{P-Value} = 0.076$$

ان مقارنة قيمة $\text{P-Value} = 0.076$ مع مستوى الدلالة 0.05 يظهر لنا عدم وجود علاقة بين الحالة الاجتماعية للمبحوث و انتظام مشاهدته للبرامج الأجنبية المترجمة والمبدلجة، وتدل هذه النتيجة على أن:

H_0 = متغير الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة ، مستقل عن انتظام مشاهدة البرامج الأجنبية حيث لا توجد علاقة تأثير وتأثر.

كما تبين من الجدول رقم (2) ، الذي يظهر مديات انتظام المشاهدة للبرامج الأجنبية ، ان 24.5% من عينة الدراسة يتابعون البرامج الأجنبية بانتظام ، وكانت غالبيتهم من العزاب الذين بلغت نسبتهم 64% من مجموع العينة - أما الذين يتابعون هذه البرامج بين الحين والآخر فكانت نسبتهم 66.5% مقابل 9% لا يتابعون هذه البرامج. مما يؤشر ارتفاع نسب المشاهدة للبرامج الأجنبية.

الجدول رقم (3) يوضح اللغة الأكثر تأثيراً في البرامج الأجنبية وفقاً لتخصص المبحوث.

ت	اللغة المؤثرة	لغة البرنامج الاصلية		مترجم إلى العربية		مدبلج		المجموع	
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
1	إنسانية واجتماعية	6%	12	29%	58	8%	16	43%	86
2	طبية	7%	14	6%	12	2%	4	15%	30
3	هندسية	13%	26	10.5%	21	4.5%	9	28%	56
4	طبيعية	3.5%	7	7.5%	15	3%	6	14%	28
	المجموع	29.5%	59	53%	106	17.5%	35	100%	200

$$\text{Chi-Sq} = 23.226, \text{DF} = 6, \text{P-Value} = 0.001$$

يتبين من نتيجة اختبار كاي تربيع: ان قيمة $\text{P-Value} = 0.001$ عند مستوى الدلالة 0.05، تؤكد وجود علاقة بين تخصص المبحوث ولغة البرنامج الأجنبي الذي يفضله وهذا يعني أن:

$H_1 =$ التخصص غير مستقل عن لغة البرنامج الأجنبي الأكثر تأثيراً في المتلقين.

كما أظهر الجدول ان 53% من العينة يفضلون ترجمة البرامج الأجنبية باللغة العربية مقارنة بـ 29.5% يفضلون ترجمة البرامج بلغاتها الأصلية، وكان هنالك 17.5% يفضلون البرامج المدبلجة.

نستنتج مما سبق ان غالبية أفراد العينة يفضلون ترجمة البرامج الأجنبية إلى العربية وأن 43% من هؤلاء متخصصين في العلوم الإنسانية والاجتماعية، وهي نسب طبيعية لأن العينة هم من الشباب الجامعي، وان الذين يتخصصون في العلوم الإنسانية والاجتماعية في الجامعات العربية أكثر من الذين يتخصصون في العلوم الأخرى.

الجدول رقم (4) يبين أنواع البرامج الأجنبية التي يفضلها المبحوثين وفقاً لمتغير النوع.

ت	النوع	البرامج المفضلة		البرامج الاغاثي والبرامج		البرامج الاخبارية		البرامج الوثائقية		المجموع	
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
1	ذكر	28%	56	21%	42	3%	6	6%	12	58%	116
2	انثى	20.5%	41	14%	28	2.5%	5	5%	10	42%	84
	المجموع	48.5%	97	35%	70	5.5%	11	11%	22	100%	200

$$\text{Chi-Sq} = 0.279, \text{DF} = 3, \text{P-Value} = 0.964$$

أظهرت نتائج اختبار كاي تربيع ان قيمة $\text{P-Value} = 0.964$ المحسوبة عند مستوى دلالة 0.05% تبين عدم وجود علاقة بين نوع المبحوث وأنواع البرامج التي يفضلونها وهذا يعني:

ان $H_0 =$ حيث ان متغير تفضيل المبحوث لأنواع البرامج الأجنبية مستقل عن نوع الجنس للمبحوث في العينة.

كما أظهرت النسب المئوية للجدول ان 48.5% من المبحوثين يفضلون متابعة الأفلام والمسلسلات الأجنبية، مقارنة بـ 35% يفضلون متابعة الأغاني والبرامج المنوعة، أما الذين يتابعون البرامج الوثائقية فكانت نسبتهم 11% ولم يتابع البرامج الإخبارية سوى 5.5%.

وتشير خلاصة جدول (4) ان غالبية المبحوثين من كلا الجنسين يفضلون الأفلام والمسلسلات الأجنبية حيث بلغت نسبة التفضيل 48.5% تليها الأغاني والبرامج المنوعة بنسبة 35% وان لهذه البرامج ذات الطابع الدرامي تأثيرات على الشباب أكثر من البرامج الإخبارية والوثائقية التي بلغت نسبتها 3.5% و 11% على التوالي.

الجدول رقم (5) يوضح أي البرامج أكثر تفضيلاً لأفراد العينة حسب متغير جنسية المبحوث.

ت	البرامج المفضلة الجنسية	البرامج العربية		البرامج الأجنبية المترجمة الى العربية		البرامج المدبلجة		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
1	مواطن	53	26.5%	36	18%	23	11.5%	112	56%
2	وافد عربي	32	16%	38	19%	12	6%	82	41%
3	وافد أجنبي	1	0.5%	3	1.5%	2	1%	6	3%
	المجموع	89	44.5%	76	38%	35	17.5%	200	100%

$$P\text{-Value} = 0.0 \text{ Chi-Sq} = 6.074, DF = 4, P\text{-Value} = 0.194$$

ان مقارنة قيمة $P\text{-Value} = 0.194$ مع مستوى الدلالة 0.05 يشير إلى عدم وجود علاقة تأثير بين جنسية المبحوث ونوع البرنامج الذي يفضل متابعته، وهذا يعني أن:

$H_0 =$ متغير جنسية المبحوث مستقلاً عن نوع البرنامج الذي يرغب المبحوث متابعته. حيث لا توجد علاقة تأثير وتأثر.

كما أظهرت الدراسة الميدانية ان 44.5% من العينة يفضلون البرامج العربية، بينما 38% منهم يفضلون البرامج الأجنبية المترجمة إلى العربية، وكان 19% يفضلون البرامج الأجنبية المدبلجة على البرامج العربية. وتشير جنسية من فضلوا هذه الخيارات إلى 56% من المواطنين و 41% من الوافدين العرب.

نستنتج مما سبق إلى وجود تقارب بين نسبة من فضلوا متابعة البرامج العربية ومن فضلوا البرامج الأجنبية المترجمة، كما تشير النتائج إلى ان الذين يتابعون البرامج الأجنبية المترجمة والمدبلجة إلى العربية بلغت 55.5% وهي نسبة تفوق نسبة من تابعوا البرامج العربية، مما يؤكد ميل أغلب الشباب العربي إلى البرامج الأجنبية، وهذا الميل لا يخلو من التأثير والتأثر.

الجدول رقم (6) يوضح أنواع التأثيرات التي تسببها البرامج الأجنبية للشباب العربي وفقاً للحالة الاجتماعية.

ت	أنواع التأثيرات الحالة الاجتماعية	تأثيرات اجتماعية		تأثيرات ثقافية		تأثيرات نفسية		تأثيرات اقتصادية		المجموع	
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
1	أعزب	10%	20	29.5%	59	16%	32	8.5%	17	64%	128
2	متزوج	8%	16	15%	30	4.5%	9	3.5%	7	31%	62
3	مطلق	1.5%	3	2%	4	0.5%	1	0	0	4%	8
4	أرمل	0.5%	1	0	0	0.5%	1	0	0	1%	2
	المجموع	20%	40	46.5%	93	21.5%	43	12%	24	100%	200

$$\text{Chi-Sq} = 7.960, \text{DF} = 6, \text{P-Value} = 0.241$$

ان مقارنة قيمة $\text{P-Value} = 0.241$ عند مستوى الدلالة 0.05 يؤكد عدم وجود علاقة بين الحالة الاجتماعية للمبحوث في العينة، وأنواع التأثيرات التي تسببها البرامج الأجنبية، وهذا يعني ان $H_0 =$ متغير الحالة الاجتماعية مستقل عن أنواع التأثيرات التي تسببها البرامج الأجنبية للشباب العربي.

أما النسب المئوية لأنواع التأثيرات في البرامج الأجنبية، فقد أظهرت الدراسة ان 20% من عينة الدراسة يرجحون التأثيرات الاجتماعية، و 46.5% يرجحون التأثيرات الثقافية، مقابل 21.5% يرجحون التأثيرات النفسية، وكان هناك 12% يرجحون التأثيرات الاقتصادية، مما يدل على ان أغلب المبحوثين يرجحون التأثيرات الثقافية التي كانت بنسبة 46.5% وهو ما يشكل حوالي نصف العينة، وهو ما يؤكد الظواهر السلوكية الماثلة في سلوك الجيل الجديد من الشباب الجامعي العربي، في المأكل والملبس والاصطلاحات اللغوية المتداولة... إلى غير ذلك من الدلائل التي ترجح التأثير الثقافي للبرامج الأجنبية .

الجدول رقم(7) يوضح مدى اعتقاد المبحوثين في دور البرامج الأجنبية في عولمة ثقافة المشاهد.

ت	البرامج الأجنبية وعولمة الثقافة التخصص	نعم تساعد على عولمة ثقافة المشاهد		لا أعتقد ذلك		المجموع	
		النسبة	العدد	النسبة	العدد		
1	علوم إنسانية واجتماعية	31%	62	12%	24	43%	86
2	علوم طبية	11.5%	23	3.5%	7	15%	30
3	علوم هندسية	21%	42	7%	14	28%	56
4	علوم طبيعية	12%	24	2%	4	14%	28
	المجموع	75.5%	151	24.5%	49	100%	200

$$\text{Chi-Sq} = 2.149, \text{DF} = 3, \text{P-Value} = 0.542$$

عند مقارنة قيمة $P\text{-Value} = 0.542$ مع مستوى الدلالة 0.05 يظهر لنا عدم وجود علاقة بين اعتقاد المبحوثين بإسهام البرامج الأجنبية في عولمة ثقافة المشاهد، وهذه النتيجة تؤكد أن H_0 : متغير التخصص مستقل عن اسهام البرامج الثقافية الأجنبية في عولمة الثقافة للمشاهدين الشباب. ويتضح من الجدول أيضاً أن 75.5% من المبحوثين يعتقدون بأن متابعة البرامج الأجنبية المترجمة والمبدجة تؤثر في عولمة ثقافة المشاهد، مقابل 24.5% لا يعتقدون ذلك.

الجدول رقم (8) يظهر دوافع المبحوثين لمتابعة للبرامج الأجنبية وفقاً لنوع جنس المبحوث

ت	نوع جنس المبحوث دوافع المتابعة	ذكور		إناث		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
1	اكتساب مهارات وخبرات	15	7.5%	6	3%	21	10.5%
2	تعلم نماذج سلوكية جديدة	11	5.5%	4	2%	15	7.5%
3	تعلم لغات أجنبية	18	9%	20	10%	38	19%
4	التسلية وقضاء اوقات الفراغ	26	13%	25	12.5%	51	25.5%
5	الاطلاع على ثقافات الشعوب	38	19%	26	13%	64	32%
6	دوافع أخرى	8	4%	3	1.5%	11	5.5%
	المجموع	116	58%	84	42%	200	100%

$$\text{Chi-Sq} = 6.826, \text{DF} = 5, \text{P-Value} = 0.234$$

أظهر الجدول رقم (8) أن قيمة $P\text{-Value} = 0.234$ عند مستوى دلالة $0,05$ تشير إلى: H_0 : بمعنى ان متغير جنس المبحوث مستقل عن دوافع التعرض إلى البرامج الأجنبية ولا توجد علاقة تأثير وتأثر بين المتغيرين.

كما تبين ان دافع الاطلاع على ثقافات الشعوب كان من أهم دوافع المبحوثين في التعرض إلى البرامج الأجنبية، حيث بلغت نسبته 32% ، يليه التسلية وقضاء أوقات الفراغ بنسبة 25.5% ، وتعلم اللغات الأجنبية 19% واكتساب المهارات والخبرات بنسبة 10.5% وتعلم نماذج سلوك جديدة بنسبة 7.5% . ودوافع أخرى بنسبة 5.5% .

الجدول رقم (9) يوضح أنواع التأثيرات والمشكلات التي تسببها البرامج الأجنبية الوافدة وفقاً لمتغير التخصص العلمي.

ت	التأثيرات الضارة التخصص	انحرافات سلوكية		الغاء الخصوصية		انخفاض المستوى العلمي		التسبب في مشكلات اجتماعية		تأثيرات سلبية أخرى		لا أعتقد بوجود تأثيرات		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
1	علوم اجتماعية	31	15.5%	17	5.5%	8	4%	20	10%	4	2%	6	3%	86	43%
2	علوم طبية	8	4%	5	2.5%	7	3.5%	5	2.5%	3	1.5%	2	1%	30	15%
3	علوم هندسية	16	8%	8	4%	10	5%	12	6%	6	3%	4	2%	56	28%
4	علوم طبيعية	6	3%	4	2%	5	2.5%	9	4.5%	2	1%	2	1%	28	14%
	المجموع	61	30.5%	34	17%	30	15%	46	23%	15	7.5%	14	7%	200	100%

$$\text{Chi-Sq} = 9.864, \text{DF} = 15, \text{P-Value} = 0.828$$

تبين من الجدول رقم (9) ان مقارنة القيمة الجدولية المحسوبة $P\text{-Value} = 0.828$ بمستوى الدلالة 0.05 يبين ان متغير التخصص مستقل عن نوع التأثير في البرامج الأجنبية، وهذا يعني =

أن H_0 : متغير التخصص مستقل عن متغير نوع المؤثر ولا توجد علاقة بينهما.

نستنتج من الجدول رقم (9) ان التخصص العلمي ليست له علاقة باعتقاد أفراد العينة بوجود تأثيرات سلبية ضارة للبرامج الأجنبية على الشباب ، إذ يؤمن بهذا الاعتقاد 93% من العينة ، كما تبين أن هناك ميل نسبهته 30.5% لمن يعتقدون بأن التأثيرات الضارة تتركز في الانحرافات السلوكية عند الشباب ، بينما يعتقد 23% ان هذه البرامج تسبب مشكلات اجتماعية مختلفة يلي ذلك 17% يرون انها تسبب الغاء الخصوصية وتؤثر في الهوية الوطنية ، مقابل 15% يرون انها تسبب انخفاض المستوى العلمي للطلبة . وكان هناك 7.5% يعتقدون انها تسبب مضار لم تذكر في الاستبانة، ولم يعتقد بعدم وجود مضار سوى 7% فقط. وبذلك نجد ميل العينة تركز في الانحرافات السلوكية والمشكلات الاجتماعية لإحساسهم بشيوع هذه المشكلات في المجتمع.

نتائج الدراسة:

1. أظهرت نتائج المعالجات الإحصائية للدراسة الميدانية ان الخصائص العامة للمبجوثين عند مستوى الدلالة (0.05) لا تؤثر بمتغيرات الدراسة، إلا في متغير واحد هو التخصص العلمي لأفراد العينة، نستنتج من ذلك ان جميع أفراد العينة يتأثرون بالبرامج الأجنبية التي يتعرضون لها بغض النظر عن خصائصهم، وكان التخصص العلمي هو الخاصية الوحيدة التي كان لها تأثير على نوع التأثير وحجمه وطبيعته.
2. تبين من نتائج الدراسة ان 24.5% من عينة الدراسة يتابعون البرامج الأجنبية بانتظام، وكانت غالبيتهم من العزاب الذين بلغت نسبتهم 64% من مجموع العينة - أما الذين يتابعون هذه البرامج بين الحين والآخر فكانت نسبتهم 66.5% مقابل 9% لا يتابعون هذه البرامج. مما يؤشر ارتفاع نسب المتابعة للبرامج الأجنبية.
3. أوضحت النتائج ان 53% من العينة يفضلون ترجمة البرامج الأجنبية الى اللغة العربية مقارنة بـ 29.5% يفضلون ترجمة البرامج بلغاتها الأصلية، وكان هناك 17.5% يفضلون البرامج المدبلجة إلى العربية، مما يؤكد أن أكثر من نصف العينة يهتمون بالترجمة إلى العربية بقصد فهم المضامين وليس تعلم اللغات الأجنبية مما يجعل هؤلاء أكثر عرضة للتأثر.
4. تبين ان غالبية المبجوثين من كلا الجنسين يفضلون الأفلام والمسلسلات الأجنبية حيث بلغت نسبة التفضيل 48.5% تليها الأغاني والبرامج المنوعة بنسبة 35%

وان لهذه البرامج ذات الطابع الدرامي تأثيرات على الشباب أكثر من البرامج الإخبارية والوثائقية التي بلغت نسبها 3.5% و11% على التوالي.

5. أتضح من نتائج الدراسة وجود تقارب بين نسبة من فضلوا متابعة البرامج العربية ومن فضلوا البرامج الأجنبية المترجمة، كما تشير النتائج إلى ان الذين يتابعون البرامج الأجنبية المترجمة والمبدلجة إلى العربية بلغت 55.5% وهي نسبة تفوق نسبة من تابعوا البرامج العربية مما يؤكد ميل أغلب الشباب العربي إلى البرامج الأجنبية، وهذا الميل لا يخلو من عملية التأثير والتأثر.

6. أظهرت النتائج ان أغلب المبحوثين يرجحون التأثيرات الثقافية التي كانت بنسبة 46.5% وهو ما يشكل حوالي نصف العينة على التأثيرات النفسية 21% والاجتماعية 20% والاقتصادية 12%، مما يؤكد الظواهر السلوكية الماثلة في سلوك الجيل الجديد من الشباب الجامعي العربي، في المأكل والملبس والاصطلاحات اللغوية المتداولة... إلى غير ذلك من الدلائل التي تؤكد التأثير الثقافي عند الشباب الجامعي العربي.

7. خلصت الدراسة إلى ان 75.5% من المبحوثين يعتقدون بان متابعة البرامج الاجنبية المترجمة والمبدلجة تؤثر في عولمة ثقافة المشاهد، مقابل 24.5% لا يعتقدون ذلك.

8. تبين ان دافع الاطلاع على ثقافات الشعوب كان من أهم دوافع المبحوثين في التعرض إلى البرامج الأجنبية، حيث بلغت نسبته 32%، يليه التسلية وقضاء أوقات الفراغ بنسبة 25.5%، وتعلم اللغات الأجنبية 19% واكتساب المهارات والخبرات بنسبة 10.5% وتعلم نماذج سلوك جديدة بنسبة 7.5%. ودوافع أخرى بنسبة 5.5%. وتدلل هذه النتائج ان دوافع الشباب العربي في الاطلاع على ثقافات الشعوب دون النضج الفكري والحصانة الكافية تجعلهم عرضة للتأثر بتلك الثقافات ونماذجها السلوكية التي قد تضعف منظومة القيم العربية وتهدد النسيج الاجتماعي.

9. تبين أن هناك ميل نسبته 30.5% لمن يعتقدون بأن التأثيرات الضارة للبرامج الأجنبية تتركز في الانحرافات السلوكية عند الشباب، بينما يعتقد 23% ان هذه البرامج تسبب مشكلات اجتماعية مختلفة يلي ذلك 17% يرون انها تسبب الغاء الخصوصية وتؤثر في الهوية الوطنية، مقابل 15% يرون انها تسبب انخفاض المستوى العلمي للطلبة. وكان هناك 7.5% يعتقدون انها تسبب مضار لم تذكر في الاستبانة، ولم يعتقد بعدم وجود مضار سوى 7% فقط. وبذلك نجد ميل العينة تركز في الانحرافات السلوكية والمشكلات الاجتماعية لإحساسهم بشيوع هذه المشكلات في المجتمع.

الاستنتاجات: نستنتج من هذه الدراسة ما يلي:

1. ان للبرامج الأجنبية المترجمة والمُدبلجة آثار ثقافية واجتماعية وسلوكية على الشباب العربي
2. ان ميل الشباب الجامعي العربي إلى متابعة البرامج الأجنبية الموجهة تسبب في عولمة ثقافة هؤلاء الشباب، وستكون لهذا النوع من التأثير انعكاسات سلبية على المنظومة القيمية العربية والهوية الوطنية والحضارية لمجتمعنا.
3. ان الميول المتزايدة للشباب العربي إلى متابعة البرامج الأجنبية الموجهة أضعف ميول المشاهدة لقنواتنا الإعلامية العربية المحلية، وستنعكس آثار هذه الظاهرة على ضعف مستويات الوعي والثقافة والانتماء عند هؤلاء الشباب إلى مجتمعاتهم.
4. كان من بين أهم أسباب ميل الشباب العربي إلى متابعة البرامج الأجنبية بنسب تفوق مشاهدة البرامج العربية هو أساليب الإعداد والعرض التي اتسمت بالمهنية والتشويق والجاذبية التي تفتقر إليها معظم البرامج العربية.
5. ان قوة التأثير للبرامج الأجنبية وسرعة تأثر الشباب العربي ناتج عن دراسات أعدتها تلك القنوات لميول واتجاهات وحاجات الشباب العربي غير المشبعة محلياً.

التوصيات:

- 1- يوصي الباحث بإنشاء مراكز أبحاث ترتبط بقنواتنا المحلية لدراسة ميول واتجاهات واحتياجات الشباب العربي، وإعداد خطط برمجية لإشباعها بحث تشكل البديل المناسب للبرامج الأجنبية الوافدة.
- 2- انشاء مراكز تدريب وتطوير للعاملين بوسائل الإعلام العربية لتطوير أساليبهم الفنية والمهنية وتطوير قدراتهم التقنية للتعامل بكفاءة مع الأجيال الجديدة لتقنيات الاتصال الرقمي.
- 3- انشاء دور انتاج وطنية تشرف عليها إدارات الإعلام والثقافة الرسمية في الدولة لإنتاج مضامين تتبنى القيم والممارسات الثقافية العربية الرصينة، التي تعزز الهوية الوطنية وترفع الإرادة وروح الانتماء للثقافة والتراث والحضارة العربية.
- 4- إعداد خطط استراتيجية للإنتاج العربي تشترك فيه القنوات الرسمية العامة والخاصة بحث يشكل بديلاً حقيقياً للإنتاج الأجنبي الوافد ودعمه بكافة الإمكانيات التي تمكنه من المنافسة.
- 5- انتاج برامج وطنية لتحليل مضامين البرامج الأجنبية الموجهة إلى مجتمعاتنا، وايضاح طبيعة التضليل والتنقيح والخدع المستخدمة في تلك البرامج ورفع مستويات الوعي الإعلامي لتمكين المشاهد العربي من تفسير الرسائل الموجهة اليه والوقاية من مضارها.

6- وضع مناهج للثقافة الإعلامية في المؤسسات التعليمية لرفع الوعي عند الشباب وتمكينهم من تفسير رسائل وسائل الاتصال الأجنبي والتمييز بين الإعلام المصنوع والإعلام الواقعي وتحصين المستمع والمشاهد العربي من التأثير بالبرامج الأجنبية الموجهة.

7- يوصي الباحث باعتماد اللغة العربية الفصحى في ترجمة البرامج الأجنبية، وذلك لأنها تمثل عامل مشترك في الدلالات والمعاني التي تحقق فهم مشترك لكافة المشاهدين.

المصادر والمراجع:

1. مرزوق عبد الحكم: دراسة في الاستخدامات والإشباع، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، (2004)، ص109.
2. د. مصطفى حميد الطائي، " الإعلام الجديد وأثاره التربوية والاجتماعية على الشباب العربي" منشورات المؤتمر العلمي الدولي الثالث لكلية التربية النوعية – بجامعة المنوفية. بعنوان: " جودة التعليم وتحديات المستقبل" (رؤى وأفاق) ، مارس 2015.
3. د. مصطفى حميد الطائي، محاضرات أُلقيت على طلبة قسم الإعلام بجامعة عجمان، 2016/2015.
4. <https://bayanatbox.info/ar>
5. د. كامل خورشيد، الاتصال الجماهيري والاعلام، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011، ص16
6. السيد عليوة، استراتيجية الإعلام العربي، القاهرة الهيئة المصرية للكتاب، 1978م، ص36
7. <https://www.aqweeb.com/2017/05/Best-website-to-download-and-watch-free-movies.html> .
8. <https://www.arageek.com/tech/2016/05/16/top-100-youtube-channels.html>
9. John B. Alter man Translated by Abdullah al-Kind, Gaza - Palestine, the university book house.2003. Page. .71
10. www.ahlalhdeth.com/vb/showthread.php?t=134255
11. <https://raseef22.com/life/2016/11/18>
12. <http://www.asbu.net/article.php?artid=1076&lang=ar>
13. عادل النادي، مدخل إلى فن كتابة الدراما، مؤسسة عبد الكريم عبد الله، تونس 1987، ص225-227.
14. حسين رامز محمد رضا، الدراما بين النظرية والتطبيق، المؤسسة العربية للدراسات، بيروت، 1972. ص 9-15.
15. سيد محمد ساداتي الشنقيطي، القنوات الفضائية – المآخذ والإيجابيات، الرياض، عالم الكتب للطباعة والنشر، 2000، ص49
16. د. محمد نجيب أبو طالب، الشباب العربي والاعلام البديل في ظل التحولات الراهنة، مجلة الإذاعات العربية، العدد الأول، 2011، ص49.
17. د. علي حسين الدوري، أثر الفضائيات على القيم التربوية والثقافية، بحوث الملتقى العربي الأول "أثر الفضائيات على الأسرة العربية" القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الادارية، 2007، ص31-32.
18. <http://www.kanaker.com/fainal/arabic/0>

ⁱ . [file:///C:/Users/m.kadhem/Downloads/3229-6355-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/m.kadhem/Downloads/3229-6355-1-SM%20(1).pdf)

ⁱⁱ . <https://shms.sa/authoring/19054>.

ⁱⁱⁱ . د. مصطفى حميد الطائي، " الإعلام الجديد وأثاره التربوية والاجتماعية على الشباب العربي" منشورات المؤتمر العلمي الدولي الثالث لكلية التربية النوعية – بجامعة المنوفية. بعنوان: " جودة التعليم وتحديات المستقبل" (رؤى وأفاق) ، مارس 2015.

-
- ^{iv} . مرزوق عبد الحكم: دراسة في الاستخدامات والاشباع، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، (2004)، ص109.
- ^v . د. مصطفى حميد الطائي، محاضرات أقيمت على طلبة قسم الإعلام بجامعة عجمان، 2016/2015.
- ^{vi} . <https://bayanatbox.info/ar>
- ^{vii} . د. كامل خورشيد، الاتصال الجماهيري والإعلام، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011، ص316.
- ^{viii} . السيد عليوة، استراتيجية الإعلام العربي، القاهرة الهيئة المصرية للكتاب، 1978م، ص36.
- ^{ix} . <https://www.aqweb.com/2017/05/Best-website-to-download-and-watch-free-movies.html>
- ^x . <https://www.arageek.com/tech/2016/05/16/top-100-youtube-channels.html>.
- ^{xi} . John B . Alter man Translated by Abdullah al-Kind, Gaza - Palestine, the university book house.2003. Page ..71.
- ^{xii} . www.ahlalheeth.com/vb/showthread.php?t=134255
- ^{xiii} . <https://raseef22.com/life/2016/11/18>
- ^{xiv} . <http://www.asbu.net/article.php?artid=1076&lang=ar>
- ^{xv} <http://www.kanaker.com/fainal/arabic/01/04.htm> .05/4/2011
- ^{xvi} . عادل النادي، مدخل إلى فن كتابة الدراما، مؤسسة عبد الكريم عبد الله، تونس 1987، ص ص225-227.
- ^{xvii} . د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي، القنوات الفضائية - المآخذ والإيجابيات، الرياض، عالم الكتب للطباعة والنشر، 2000، ص49
- ^{xviii} . د. محمد نجيب أبو طالب، الشباب العربي والإعلام البديل في ظل التحولات الزاهنة، مجلة الاذاعات العربية، العدد الأول، 2011، ص49.
- ^{xix} . د. علي حسين الدوري، أثر الفضائيات على القيم التربوية والثقافية، بحوث الملتقى العربي الأول "أثر الفضائيات على الأسرة العربية" القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الادارية، 2007، ص 31-32.
- ^{xx} . <http://ar.wikipedia.org/wiki/-Google-171312012>