جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية

كلية علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

البرامج الترفيهية في قناة MBC1

برنامج خواطر(أ نموذجا)

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المدية -

مشروع مذكرة تندرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

في علوم الإعلام والاتصال

من إعداد الطالبتين:

✓معوشي كريمة

✓سياحوي عتيقة

تحت إشراف:

✓ د . نبيح أمينة

السنة الجامعية : 2015/2014

كلمة شكر

أحمد الله عز وجل وأشكره فهو أصل كل فضل ، ومصدر كل نعمة ، ومبعد كل نقمة ، ميسر كل صعب .....

ومن لا يشكر الأصل لا قبيل له بشكر الفرع .

ثم أثني بشكر صاحب العمل الأول في إتمام هذا العمل ، وهو أساتذتي الفاضلة نبيح أمينة ، على كل إفادة زودتني بها طيلة فترة بحثي كما نتقدم بشكرنا على كل من علمني حرفا في هذه الدنيا .....

وأولو الفضل في حياتي كثيرة ، منهم من دفعهم الواجب لبذله فلهم الشكر كثيرا

إهداء

إجلالا وعرفانا بالفضل أهدي هذا الجهد العلمي

إلى والديا الكريمين - حفظهما الله - واللذان لا يمكنني بلكمة أن

اثني على أفضالهما عليا .

والى من ساندني طوال مشواري الدراسي وكان عونا معنويا لي

كما أتقدم بإهدائي لكل من زملائي وأصدقائي طلبة الماستر قسم

علوم الإعلام والاتصال دفعة 2015

كريمـــــة

إهداء

إلى نبع الحنان، إلى بهجة القلب، وصفاء الحب، ومنارة البيت، إلى التي منحتني حنانها ، وكان قلبها يتسع لي دائما ، وابتسامتها التي تجلي همومي ، إلى من كانت مرشدتي إلى من لا معنى لحياتي بدونها

"أمـــي" الحنون.

إلى فخري، ودعوني إلى من رحل دون وداع، ليتركني في منتصف الدروب الوعرة ، وحدي ..... إلى الغالي الحبيب

"أبـــي"

رحمه الله ، وأسكنه فسيح جنانه إلى من ينبض القلب بحبهم إخوتي وأخواتي

والى أعز الناس على فلبي الذي يساندني في مشواري الدراسي

"خير الدين "

الى كل من يعرفني من قريب أو بعيد وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم ورقتي

عتيقة

خطة البحث

المقدمة

الإطار المنهجي

إشكالية الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

تحديد المصطلحات

حدود الدراسة

الدراسات السابقة

الإجراءات المنهجية للدراسة

أ – نوع لدراسة

ب – منهج الدراسة

ج- عيينة الدراسة

د – آداة جمع البيانات

الفصل الأول: الفضائيات العربية والترفيه

أولا الفضائيات العربية الواقع والتأثير

1- ظهور الفضائيات العربية

2- لمحة عن تطور البث العربي

3- واقع الفضائيات العربية

4- تأثيرات الفضائيات العربية على الجمهور العربي

ثانيا خصائص الترفيه وأشكاله

1 - مفهوم الترفيه

2- أهمية وأهداف الترفيه

3- خصائص الترفيه

4- أشكال ونماط الترفيه

5- الترفيه الإسلام

الفصل الثاني : فضائية MBC1 وبرنامج خواطر

أولا: فضائية MBC1

1- باقة **MBC**

2- خدماتها البرامجية

3- قناة **MBC1**

4- جمهورها المستهدف

ثانيا : برنامج خواطر

1- تعريف برنامج خواطر

2- فكرة البرنامج

3 صدى البرنامج

4- البرنامج في رمضان

5- أجزاء البرنامج

المقدمة

مقدمة:

تزدحم الساحة الإعلامية العربية بحشد من الفضائيات العربية ذات الطابع الإخباري، الديني خاصة الترفيهي وقد ظهرت هذه الفضائيات تطورت من أجل الوصول إلى أذهان البشر، والإسهام الفاعل في تكوين أنساقهم المعرفية والفكرية والسلوكية فبرامج الترفيه ليست للتسلية فقط، وإنها تحمل في مضمونها أكثر من هدف إلى جانب الإمتاع والترويح وتتضمن في فقراتها أيضا فقرات ثقافية هادفة، حيث يعتبر الترفيه عنصر فعال في الفضائيات العربية من أجل جذب الجمهور المستهدف ولذلك فنجاح هذه البرامج أو فشلها يتوقف على مدى تأثر جمهورها بالمواضيع والقضايا المطروحة، لذا وجب على الفضائيات أن تتميز في تقديمها للبرامج الترفيهية من حيث الشكل الذي يجب أن يكون مثيرا و جاذبا للجمهور كشارة البداية و النهاية و الديكور وغيرها،و كذا المضمون الذي يجب أن يكون متغيرا مختلفا عن غيره و ذلك باستخدام اللغة السلسة المفهومة و كذا المواضيع الجديدة المفيدة لضمان وصولها للمتلقي وهذا ما تقدمه قناة MBC1 لجمهورها و تسعى للحفاظ على المكانة التي احتلتها بفضل برامجها الترفيهية، لذا تطرقنا لدراسة برنامج خواطر الذي تعرضه قناة MBC1 خلال شهر رمضان الكريم الذي يعتبر من البرامج الترفيهية الجامعة لمختلف المجالات،حيث يعتبر هذا البرنامج من أهم البرامج الترفيهية الجاذبة للجمهور على اختلاف فئاته، لذا ارتأينا أن نقدمه خلال دراستنا هذه لمعرفة مدى متابعة جمهور الشباب له خلال عرضه على قناة MBC1، لذا قسمنا دراستنا هذه إلى إطار منهجي و فصلين نظريين و إطار تطبيقي احتوى كل منهم على ما يلي :

الإطار المنهجي فقد تلخص في إطارين الأول و هو الإطار المفاهيمي للدراسة و احتوى على الإشكالية و تساؤلات البحث و أسباب اختيار الموضوع و أهداف و أهمية الدراسة و كذا تحديد المصطلحات وحدود الدراسة و أخيرا الدراسات السابقة، أما الإطار الثاني و هو الإجراءات المنهجية للدراسة و تمثلت في نوع و منهج الدراسة و عينة الدراسة كذلك أداة جمع البيانات.

الفصل الأول الذي جاء تحت عنوان الفضائيات العربية و الترفيه و تم تقسيمه إلى قسمين القسم الأول تحدثنا فيه عن الفضائيات العربية عامة ظهورها واقعها أثارها...و القسم الثاني خصصناه للتحدث عن الترفيه ماهيته، أهميته، أهدافه .....

الفصل الثاني و هو بعنوان فضائية و برنامج خواطر ، كذلك ورد تحت قسمين الأول تحدثنا فيه عن باقة MBC عامة ثم عن قناة MBC1 خاصة، أما القسم الثاني فخصص لبرنامج خواطر.

الإطار التطبيقي تضمن عرض الجداول البسيطة و المركبة و كذا تحليلها و عرض لأهم النتائج المتحصل عليها من البحث

و أخيرا تطرقنا لخاتمة الدراسة.و الفهرس و قائمة المراجع والملاحق التي تضمنت استمارة الدراسة

الإطار المنهجي

1- الإشكالية:

حملت تكنولوجيا الاتصال الحديثة العديد من الخصائص من تفاعل وتدويل وانتشار إلى جمهور وسائل الإعلام العديد من الإيجابيات، التي فتحت المجال للاطلاع على الأخبار وزيادة الإقناع واختيار المشاهد للقنوات المختلفة وإبقاءه على الشاشة مدة أطول وتسجيل أرقام مشاهدة عالية لكسب سوق الإشهار من اجل تحقيق الربح، وأدت هذه المنافسة إلى محاولة كل قناة الوصول للتميز من خلال تنويع البرامج خاصة الترفيهية.

وسعت هذه البرامج لتعريض الفرد لتجربة واقعية يتم خلالها تصوير أنماط سلوكه وتفاعله مع المحيط وبذلك فهي تعتمد على مشاركة الجمهور كعضو في أنتاج البرامج أو كموجة لأحداثها عن طريق التفاعلية والتصويت فالبث الفضائي العربي شهد توسعا كبير حيث تطورت التقنيات المستخدمة في الإنتاج والإرسال والاستقبال وبذلك أصبح المشاهد العربي يملك سلطة الاختيار،مما أوجد فضاء من المنافسة الحادة سواء البيئة العربية أو العالمية في إطار العولمة الإعلامية .

ومن بين البرامج التي لاقت استحسان المشاهد العربي نجد برنامج خواطر وهو برنامج ترفهي تعليمي أستطاع أن يحض بمكانة جيدة وسط الزخم الهائل من البرامج المشابهة لمحتواه حيث يحض هذا البرنامج بنسبة متابعة عالية من قبل المشاهد العربي على اختلاف فئاته ويدفعنا هذا التتبع الهائل للبرنامج إلى إثارة الوعي بإشكالية المركبة أولا فيما يتعلق بالشكل العالم للبرنامج وقوالبه الفنية ومميزاته التي لعبت دورا كبيرا في جذب الكم الجماهير إليه وثانيا المحتوى المعرفي والسلوكي لدى الجماهير.حيث تطرقنا إلى معرفة تأثير البرامج الترفيهية باعتبارها ظاهرة إعلامية جديدة في القنوات التلفزيون الفضائية العربية، من بينها برنامج خواطر على قناة MBC 1 على فئة الشباب لذا أجرينا دراسة ميدانية في ولاية المدية وذلك كمحاولة لفهم طبيعة التأثير الذي خلفه هذا البرنامج على جمهور الشباب وكيفية حدوثه ومن خلال ما سبق نطرح التساؤل الرئيسي التالي :

ما هو تأثير برنامج خواطر في قناة MBC 1 على قيم وسلوكيات الشباب وما طبيعة تفاعلهم معه ؟

2- التساؤلات:حيث ينبثق عن هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

1- ماهي القيم و السلوكيات التي يتضمنها برنامج خواطر في MBC 1 ؟

2- ماهي دوافع متابعة الشباب لبرنامج خواطر وماهي عادات وأنماط هذه المتابعة ؟

3- ماهو التأثير الذي يتركه برنامج خواطر على سلوكياتهم وقيمهم ؟

3-أسباب اختيار الموضوع :

مما لاريب فيه أن كل دراسة علمية لا تبنى اعتباطا ولا عفويا بل تخضع لأسباب عدة موضوعية كانت أو ذاتية، فبرنامج خواطر أصبح من أهم البرامج الترفيهية الجامعة ونقطة من اهتمام للمتفرج العربي عامة والجزائري خاصة باختلاف فئاته من خلال القضايا والأفكار التي يطرحها.

ومن جملة الأسباب الني دفعتنا لدراسة هذا الموضوع نقاط نحصرها فيما يلي:

أ- أسباب ذاتية ذاتية :

هناك اهتمام شخصي بالبحث في مجال البرامج التلفزيونية وفي البرامج الترفيهية بالذات لما لهذا الموضوع من تأثير على المشاهد المعني بهذا المجال. خاصة وأن مثل هذه البرامج تتمتع بالمكانة المناسبة والمستحقة على خلاف البرامج الأخرى. لكون الاهتمام بها صار كبيرا من قبل المشاهد العربي لذلك يمكن اعتبار البحث في حقيقة هذا الموضوع على درجة من الحداثة وعليه كان دافعا أخر لدراسته.

ب- اسباب موضوعية :

قرب هذا الموضوع من تخصصنا الدراسي، و كذلك نقص الدراسات السابقة الخاصة بالبرامج الترفيهية كبرنامج خواطر،و كذلك معرفة مدى تفاعل الطلبة الجامعيين مع برنامج خواطر الذي تعرضه قناة MBC 1 .

4- أهمية الدراسة :

تتوقف أهمية البحث عن أهمية الظاهرة التي يتم دراستها وعلى قيمتها العلمية والنتائج التي ستحققها والتي يمكن أن تفيدنا في اكتشاف حقائق نستطيع الاستناد إليها في إثبات حقيقة ظاهرة أو مشكلة ما أو في جعلها منطلق لبحوث ودراسات لاحقة وتكمن أهمية هذه الدراسة في إبراز الدور الذي يقوم به برنامج خواطر ذو الهدف التعليمي، التوعوي.....

كوجه أخر للبرامج الترفيهية في التعريف بالقيم الإسلامية ومحاولة ترسيخ مبادئه السمحة أو التذكير بها من جهة أخرى خاصة يعد عولمة البث الفضائي أين انفتحت القنوات العربية على مصارعيها أمام التغيرات المتسارعة على مستوى كل شبكات وقنوات الإعلامي الدولي ذلك فيما أسماه المتخصصين في الإعلام بالطوفان الإعلامي وخاصة في الكم الهائل من البرامج الموجهة إلى المنطقة العربية فبات من الصعب تعداد الاختراقات الكثيرة في قيم الشباب العربي وسلوكياته في محاولة الوصول إلى حقيقة التأثيرات التي يحددها هذا النوع من المضامين الإعلامية برنامج خواطر في أكثر القنوات العربية مشاهد قناة MBC .

5- أهداف الدراسة :

كما تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق أهداف لمعرفة السمات الديموغرافية والخصائص الاجتماعية الثقافية لمشاهدي برنامج خواطر على قنا MBC ، وهي المتغيرات التي نتخذها دليلا لتفسير تأثيرها في سلوكيات الشباب،و إبراز الدور الفعلي الذي يمكن أن يقوم به برنامج خواطر في MBC1 في التوعية ومدى قدرتها على توجيه الشباب نحو الالتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية،من جانب و المقارنة بين القيم الثقافية و الاجتماعية الغربية مع التغيرات الحاصلة من جانب أخر، و كذا التعرف على درجة إقبال الشباب على برنامج خواطر ومعرفة الدوافع الحقيقية لهذا الإقبال ،و كذا التعرف على الآثار المعرفية الوجدانية والسلوكية لبرنامج خواطر في MBC على الشباب الجزائري .

6- المفاهيم الإجرائية للدراسة :

1. تعريف الفضائيات:

ا- **لغة:** من الفضاء وهو ما بين الكواكب من مسافات مثلا : أطلق صاروخ في الفضاء و رجل الفضاء هو الذي ينتقل في عربة فضائية خارج أجواء الأرض و الفضائية جهاز كبير معلق بالفضاء [1]

[1] السيد هناء ،الفضائيات وقادة الرأي ، العربي للنشر والتوزيع ، مصر ، ط 1،2005 ،ص112

ب-- إجرائيا: هي جميع القنوات الفضائية التي تستقبل من الفضاء الخارجي عبر الأطباق الصناعية أو الشبكات العنكبوتية أو الجوال أو وسائل الاتصال الأخرى [1]

ج-اصطلاحا : هي المحطات التي تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي تتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لدولة الإرسال حيث يمكن استقباله في دول ومناطق أخرى عبر أجهزة خاصة بالاستقبال و التقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي و يمكن التقاط بثها التلفزيوني في مناطق عديدة عبر أجهزة الاستقبال و الأطباق اللاقطة [2]

2. تعريف البرامج الترفيهية:

التعريف الإجرائي : هي عبارة عن برامج تقدم أثناء أوقات الفراغ و ذلك لغرض المتعة والتسلية حيث أنها وسيلة للمرح كما يتضمن الترفية الربط بين العقل والجسد

لغة: استخدم مصطلح الترفية في اللغة الانجليزية في أواخر القرن الرابع عشر وكان يعني استعادة النشاط والشفاء من المرض وهو مشتق من اللغة الفرنسية حيث Re تفيد القيام بالعمل مرة أخرى أو Creare يعني يولد من جديد.

اصطلاحا: نشاط هادف يمارس الإنسان اختياريا بدا قيمة ذاتية وبأشكال عديدة ويتم غالبا في أوقات الفراغ. [3]

3 . تعريف قناة MBC1 : محطة تلفزيونية فضائية مفتوحة يمتلكها القطاع الخاص، تبث على مدار الساعة العديد من البرامج الترفيهية المختلفة وهي معروفة بتقديمها لأشهر أعمال الدراما العربية و التركية .

[1] السيد هناء ، مرجع سبق ذكره ،ص112

2خضيّر شعبان ،مصطلحات في الإعلام والاتصال،دار اللسان العربي،ط1 ،الجزائر،1422 هـ،ص43

3 نفس المرجع،ص43

7-حدود الدراسة :

أ- الإطار الزماني :

يتحدد الإطار الزماني لإجراء البحث العلمي منذ التفكير في مشكلة البحث أو الدراسة، وينتهي عند التوصل إلى النتائج العامة ومناقشة البحث، وذلك بعد الإجراءات الميدانية لمحاولة اختيار فرضيات الدراسة أو الإجابة على التساؤلات الموضوعة كما هو الحال في الدراسة التي نحن بصددها، ومن هنا سنلخص المراحل الأساسية التي مرت بها دراستنا والتي تتمثل في ثلاث مراحل أساسية.

- **المرحلة الأولى:** وهي المرحلة التي تم فيها اختيار الموضوع من قبل الباحث وقبوله من قبل المكاتب الإدارية لقسم علوم الإعلام والاتصال، بعد إعداد المشروع التمهيدي للبحث والتي تمت من 2014/12/01 إلى غاية 2014/12/15.

- **المرحلة الثانية:** وفي هذه المرحلة تم إعداد مشروع البحث النهائي، وهي أطول مرحلة حيث امتدت من شهر ديسمبر 2014 إلى غاية شهر جوان 2015.

- **المرحلة الثالثة:** مرحلة تقديم المذكرة والمناقشة، والتي حددت حسب المكاتب الإدارية من 2015/05/16 إلى غاية 11 /2015/06 .

وبهذا يكون البحث قد أستغرق إجماليا مدة 7 أشهر.

ب- الإطار المكاني :

يعتبر الخروج للميدان من أهم الصعاب التي تقابل الباحث لإجراء دراساته العلمية ولكنها تبقى من ضروريات نجاح البحث العلمي، وعلى الباحث في هذا السياق اختيار عينة بحثه من مجتمع يناسب دراسته، وهذا ما حاولنا تطبيقه في مدينة "المدية"، واخترنا تحديدا جامعة "الدكتور يحي فارس " التي تظم طلبة كلية علوم الإعلام و الاتصال .

8- الدراسات السابقة :

الدراسة:

برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية و تأثيرها على قيم و سلوك المراهق .نموذج ستار أكاديمي دراسة ميدانية بولاية سكيكدة من إعداد عزري آمال .2010/2009

و قد صيغة إشكالية هذه الدراسة في التساؤل التالي ما هو التأثير الذي يتركه برنامج ستار أكاديمي في الفضائية اللبنانية على قيم المراهقين الجزائريين ؟ و ثلاث تساؤلات ما هي الآثار التي تنجم عن برنامج ستار أكاديمي و ما هي الإشكال و القوالب التي يعتمد عليها البرنامج و ما هي مواقف المراهقين الجزائريين من البرنامج .

و استخدم في الدراسة المنهج المسحي الوصفي الذي يعد انسب المناهج الوصفية في الدراسات الوصفية بهدف تحليل البرنامج ووصفه وفهم ظاهرة برامج الواقع في الفضائيات العربية و علاقتها بالمراهقين و معرفة سلوكياتهم و تمثلت أدواتها في الملاحظة و تحليل المحتوى و استمارة الاستبيان . و تمثلت مجالاتها الدراسية في المجال المكاني: منطقة ولاية سكيكدة والمجال البشري: عينة من مراهقين 160 مفردة موزعة على 4 مؤسسات تربوية و المجال الزمني: مدة 18 أسبوع من 2008/01/25 إلى 2008/05/09.

نتائج الدراسة :

يعتبر برامج ستار أكاديمي احد أهم برامج تلفيزيون الواقع حيث يتضمن العديد من القيم الإيجابية والسلبية وأيضا تظهر فيه سلوكيات ولذا عند تحليلنا للبرنامج نقول أنه برنامج إعلام العولمة الذي يحاول التأثير على جمهوره لمصالح السوق كما أنه يترك انطباع لدى المراهق مما يولد داخله الإعجاب ....الخ

9- الإجراءات المنهجية للدراسة :

أ- نوع الدراسة :[1]

استعملنا في هذا البحث الدراسة الاستطلاعية، وتسمى أيضا بالبحث الكشفي أو الصياغي، وفيه يلجأ الباحث لإجراء دراسة استطلاعية عندما يكون مقدار ما يعرفه عن الموضوع قليلا جدا، لا يؤهله لتصميم دراسة وصفية وذلك عن طريق إجراء منهجية محددة تتكافل لتحقيق أهداف الدراسة الاستطلاعية، وتمثل هذه الدراسات أو الأبحاث في الغالب نقطة البداية في البحث العلمي بشقيه النظري والتطبيقي، والبحث الاستطلاعي أو الدراسة العلمية الكشفية الصياغية الاستطلاعية، هو البحث الذي يستهدف التعرف على المشكلة فقط، وتكون الحاجة إلى هذا النوع من البحوث عندما تكون مشكلة جديدة أو عندما تكون

1 عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، مكتبة وهبة، القاهرة، ص221

المعلومات عنها ضئيلة، وعادة ما يكون هذا النوع من البحوث تمهيدا لبحوث أخرى تسعى لإيجاد حل للمشكل.

ب- منهج الدراسة :

كلمة منهج ترجمة للكلمة الفرنسية "méthode" ونظائرها في اللغات الأوربية الأخرى، وقد استعملها "أفلاطون" بمعنى البحث أو النظر أو المعرفة، والمعنى الاشتقاقي لها يدل على الطريق المؤدي إلى الغرض المطلوب خلال المصاعب والعقبات.

وقد وقع اختيارنا على منهج المسح الوصفي، ويعتبر منهجا لجمع وتحليل البيانات الاجتماعية من خلال مقابلات أو تقديم استمارات بغرض الحصول على معلومات من أعداد كبيرة من المبحوثين الذين يمثلون مجتمعا معينا، هدفه الرئيسي هو الكشف عن معدل توزيع بعض الخصائص الاجتماعية كالسن, النوع, المهنة, الحالة الزوجية وغيرها، وأن يحدد كيف ترتبط هذه الخصائص بأنماط سلوكية معينة أو باتجاهات معينة،

حيث يعرف "عبد الباسط محمد حسن" المسح الوصفي على أنه "الدراسة العلمية لظروف المجتمع وحاجاته بقصد تقديم برنامج إنشائي للإصلاح الاجتماعي"، وقد عرفت "هوايتي howaity" أنه "محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة أو بيئة معينة، كما أنه يهدف للوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها، بغرض الاستفادة منها مستقبلا". [1]

ج- عينة الدراسة :

تتكون عينة الدراسة من مجموعة وحدات، وتختلف وحدة العينة بإختلاف الهدف من البحث، فقد تكون هذه الوحدة فردا, أسرة, مصنعا أو محصولا، لهذا فإنه من المهم تحديدها ويتوقف تحديد معنى الوحدة على تحديد الصفات الأساسية التي يجب أن تتحقق في كل وحدة من وحدات البحث، ومما هو جدير بالذكر أنه كلما كان حجم الوحدة كبيرا كلما قلت دقتها، والعكس صحيح، كما أن البحث يصل إلى أدق النتائج إذا كانت الوحدة هي الفرد نفسه، والسبب في ذلك أن درجة التجانس بين الأفراد تزداد كلما قل عدد أفراد المجموعة وتقل بزيادة عدد الأفراد، ومن أجل هذا حددنا مجتمع البحث في دراستنا بمجموع الطلبة الجامعيين الجزائريين .

1 عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي،وكالة المطبوعات، ط3، الكويت، 1972، ص5

حيث أن عينة البحث في الدراسة التي نحن بصدد دراستها هي مجموع طلبة جامعة "الدكتور يحي فارس "، كما ينطبق هذا الاختيار على الطالب المتفرغ (الذي يكون متفرغ فقط للتكوين وتمثل الجامعة له مصدر العطاء الفكري) أو الطالب الغير متفرغ (الذي يشغل منصب وظيفي وله نفس اتجاهات الطالب المتفرغ)، وهذا أحد أسباب توافر عامل السن لأنه عادة ما يكون بين الصنفان تباين في الفئة العمرية، ، لذلك وقع اختيارنا العينة القصدية وهي عينة غير احتمالية يكون فيها الاختيار كيفي من قبل الباحث للمبحوثين استنادا إلى أهداف بحثه و قد اعتمدنا على العينة القصدية لأننا قصدنا فيها متتبعي برنامج خواطر على قناة من طلبة جامعة "الدكتور يحي فارس "و الذين نجري عليهم هذه الدراسة الميدانية و على هذا الأساس قمنا باختيار 50 مفردة من مجتمع البحث قمنا بتوزيع استمارات البحث عليهم.

د- أداة جمع البيانات :

في هذه الدراسة نتناول استمارة البحث (الاستبيان) باعتبارها أداة تحتوي على مجموعة من الأسئلة، وتستخدم في جمع البيانات التي تتعلق بالرأي أو السلوك أو الاتجاه للمبحوث في مشكلة تخصه أو يكون له خبرة عنها، في وقت سريع ومحدد.

تعتبر استمارة البحث نموذجا يضم مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف، ويتم توزيع الاستمارة إما عن طريق المقابلة الشخصية أو أن ترسل إلى المبحوثين عن طريق البريد، وفي الحالة الأولى يقوم الباحث أو الباحثين بمقابلة كل فرد من أفراد البحث ويوجه إليه الأسئلة بحسب ترتيبها في الاستمارة بغرض تسجيل الإجابات في المكان المخصص لكل منها.

وهو ما لجأنا إليه باعتباره أقل وسائل جمع المعلومات تكلفة سواء في الجهد المبذول أو من الجانب المادي، ولا يحتاج تنفيذها إلى جهاز كبير من الباحثين المدربين نظرا لأن الإجابة على الأسئلة وتسجيلها متروك للفرد ذاته، زيادة على ذلك تمكن الباحث من الحصول على بيانات من عدد كبير من الأفراد في أقل وقت ممكن، وتساعد أيضا الباحث في الحصول على بيانات يصعب الحصول عليها بأساليب أخرى كالمقابلة، فالاستمارة لا تشترط ذكر إسم المبحوث وبالتالي تتيح له نوعا من الأريحية في الإجابة.[1]

1 عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الإجتماعي، مكتبة وهبة، القاهرة، ص221

هـ-محاور الدراسة في أداة الدراسة :

تطرقنا في أداة دراستنا إلى تقسيم الأسئلة لأربعة محاور أساسية، يتماشى كل محور مع تساؤلات الدراسة.

حيث حمل المحور الأول مجموعة من الأسئلة متعلقة بالمبحوث وهي البيانات الشخصية، والتي تعتبر المتغيرات الأساسية في الدراسة ككل، أما المحور الثاني فتعلق بأنماط المشاهدة الخاصة بمتتبعي قناة MBC بصفة عامة، فيما شمل المحور الثالث نموذج البحث وهو برنامج خواطر، فقدم المبحوث رأيه عموما عن ما يقدمه هذا الأخير، وفي سياق متصل جاء المحور الرابع ليكشف عن الآثار المعرفية و الوجدانية لبرنامج خواطر في المبحوث، من خلال التعرف على الإشاعات والإسهامات في السلوك والقيم، أما المحور الخامس و هو الأخير فقد شمل رأي الشباب في برنامج خواطر.

الفصل الأول

الفضائيات العربية و الترفيه :

I: الفضائيات العربية الواقع و التاثيرات :

1- ظهور الفضائيات العربية .

2- لمحة عن تطور البث الفضائي العربي.

3- واقع الفضائيات العربية

4- تأثيرات الفضائيات العربية على الجمهور العربي .

II:خصائص الترفيه و أشكاله:

1- مفهوم الترفيه

2-أهمية و أهداف الترفيه .

3-خصائص الترفيه .

4-أشكال و أنماط الترفيه .

5-الترفيه في الإسلام .

أولا:الفضائيات العربية

1- ظهور الفضائيات العربية :

جراء التنافس الفضائي المشاهد في الآونة الأخيرة و الذي كان نتيجة لظهور الطفرة في وسائل الإعلام العربية تحت ضغط من الإعلام الغربي من خلال سيطرته على مصادر الأخبار و توزيعها، أيضا حاجة الأسرة العربية في المهجر إلى وجود نافذة عربية تطلعهم على أهم الأخبار في أوطانهم ، حيث إن القنوات الأجنبية أدت إلى وجود شرخ بين الجاليات العربية،و جل هذه التأثيرات العربية قادة الإعلام العربي إلى إيجاد رؤية مستقلة إلى حد ما عن طريق ظهور الفضائيات العربية، وكانت مصر السباقة في ذلك من خلال القناة المصرية التي تعتبر باكورة الفضائيات العربية و ذلك سنة 1990 وبعد ذلك المملكة الخليجية أرسلت أول قناة عربية خليجية مع نهاية 1990حيث تميزت بالبرامج الثقافية، و تزامن ذلك مع استئجار الملكة العربية السعودية للقناة الثانية في القمر العربي arab-sat و المعرفة ب mbc لتخصيصها لبث برامج الشرق الأوسط، إذ تعد أول محطة تلفزيونية عربية خاصة تبث برامجها على الساتل من 18 سبتمبر 1991 من لندن، و هدفها في ذلك الوصول إلى الناطقين بالغة العربية في أوروبا و إلى كافة الجماهير في الدول العربية، أما لبنان فبدأت بثها مع أول قنواتها الفضائية قناة المستقبل عام 1993ثم قناة LBC عام 1996.[1]

و لأن البث الفضائي العربي في بداية الأمر لم يكن بهذا الشيوع إنما كان محتشما و لكن مع انتباهها لضرورة استغلال الفضاء من خلال التلفزيون فقد سارعت الدول العربية إلى إطلاق قنوات فضائية ساهمت في الدخول إلى معترك التكنولوجيا، حيث أصبح للمشاهد العربي الحرية في اختيار النافذة الإعلامية التي تلبي حاجياته و تنمي مهاراته .[2]

[1] محمد المستر، تحليل الرسالة الإعلامية والتأثير الفضائيات العربية على الشباب، مجلة الفكر، 2008، كلية الحقوق، بسكرة، ص43.

2- جون ألنرمان، أعلام جديد، طرجمة عبد الله الكندي، دار الكتاب الجامعي، فلسطين، ،2003، ص55

2- لمحة عن تطور البث الفضائي العربي.

يعود الاهتمام بالاتصال الفضائي في الوطن العربي إلى الإعلان عن نتائج وتوصيات مؤتمر وزراء الإعلام العرب الذي عقد دورته في تونس عام 1967م، أين أدركت الدول العربية أهمية امتلاك العالم العربي لنظام فضائي خاص بها.

وفي عام 1981 شكل اتحاد الإذاعات العربية لجنة للاتصال الفضائي ضمن إدارة الإعلام بالجامعة العربية، الاتحاد العربي والمركز العربي للدراسات الإعلامية، ولقد انضمت إليها المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية وجهاز تلفزيون الخليج و في هذا الصدد تعتبر المؤسسة العربية للاتصالات (ARAB SAT) منظمة متخصصة في مجال الاتصالات الفضائية وعلومها وتقنياتها، باستقلال تام، ولها نطاق أهدافها حق التعاقد وإبرام الاتفاقيات حيث يوجد مقر عربسات بالرياض، أين تتصدر المملكة العربية السعودية قائمة المساهمين في رأس مال المنظمة بامتلاكها لـ 36.6 % من الأسهم. [1]

حيث يدير المنظمة مجلس أمناء مكون من خمسة أعضاء منتخبين ممثلين لأهم الدول الممولة المملكة العربية السعودية، الكويت 14.98 %، ليبيا 11.27 % إضافة إلى أعضاء آخرين لذا تهدف هذه المؤسسة إلى تأمين الخدمات العامة والمتخصصة في مجال الاتصالات الفضائية لجميع الأعضاء وللمستعملين الآخرين المشتركين وفق القانون المتعارف عليه للمنظمة ومن أبرز وظائف ARAB SAT [2] :

1- ترتيب حركة الاتصالات الهاتفية والتلكسية والبرقية وتراسل المعطيات ونقل الصور فيما بين الأعضاء، بواسطة الشبكة الفضائية العربية وبالتنسيق مع إدارات الهيئات المعنية.
2- ترتيب النقل التلفزيوني والإذاعي بين الأعضاء بواسطة الشبكة الفضائية العربية وبالتنسيق مع إدارات الهيئات المعنية.

ولقد انطلق البث الفضائي العربي رسميا بانطلاق أول قمر صناعي لعربسات ARAB SAT1 في 8 فبراير 1985 من قاعدة كوروجبوبا الفرنسية بأمريكا الجنوبية، وقد اشتركت الدول العربية في

[1] هبة شاهين: التلفزيون الفضائي العربي، ط1، الدار المصري اللبنانية، القاهرة، 2008، ص40.
[2] عبد الكريم حيزاوي: وثيقة تنظيم البث الفضائي العربي، مجلة الإذاعات العربية، عدد1، 2008، ص23.

تحمل تكاليفه ويأخذ عربسات مداره على ارتفاع 36 ألف كيلومتر فوق خط الاستواء، يضم 8000 قناة للاتصالات الهاتفية وسبع قنوات للإذاعات المرئية، وبواسطته يمكن أن تتم الاتصالات بين الدول العربية وتتحكم في برامجه المحطة الرئيسية بالرياض، التي ترسل البرامج إلى القمر الصناعي ويقوم القمر الصناعي ARAB SAT بإذاعاتها إلى الدول العربية التي يكون لها محطة استقبال أرضية 'بث فضائي غير مباشر) أو عن طريق نظام يتم فيه الإرسال بطريقة مباشرة، أي الأطباق اللاقطة مباشرة (البث الفضائي المباشر).[1]

وفي جوان 1985 أطلق ثاني أقمار الجيل الأول ARAB SAT 1-B وهو أول قمر صناعي فرنسي تقوم بإطلاقه وكالة ناسا، انفصل القمر عن المكوك الذي وصل به، وانتهى العمر التشغيلي للقمرين. وتم رفعهما من الخدمة بين 1992-1993 على التوالي. وأطلق القمر الصناعي العربي الثالث ARAB SAT 1-B في عام 1991، ولقد حل محل القمرين 1و2 بعد إقالتهما. ولأنه لم يعد يفي تلبية المتطلبات المتزايدة خاصة بظهور فضائيات عربية، والظهور المتسارع والمتطور لأعداد هائلة من الإذاعات عملة الدول العربية على إطلاق قمر آخر كندي الأصل أطلقت عليه اسم القمر الصناعي العربي الرابع ARAB SAT 1-D حيث ساهم القمر الصناعي العربي في الدفع بالدول العربية لتأسيس قنوات فضائية خاصة بها، والملاحظ أن عمليات تأسيس الفضائيات العربية صاحبه اتساع مهام وفعالية المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات) التي تستخدم للبث الإذاعي والتلفزيوني وخدمات الهاتف والثاني محصورة مهامه في البث التلفزيوني [2]

وتوالت إطلاق أقمار الجيل الثاني من عربسات بعد عام 1993 أين أرسلت قمرين آخرين ARAB SAT2.B و SAT1.a في نوفمبر 1996 أطلقت الثاني لتتمكن من تغطية المنظمة العربية، جنوب أوربا، غرب آسيا وشمال إفريقيا استخدام الجيد للخدمات الهاتفية والتلفزيونية ولقد صاحب هذا التطور الحاصل في إرسال الأقمار الصناعية العربية دخول العالم العربي في تجارب البث التلفزيوني الفضائي أين عملت على إنشاء المحطات الفضائية العامة والخاصة التي تبث برامجها من خارج الوطن العربي وداخله وتعتبر القناة المصرية الفضائية أول فضائية حكومية منتظمة الإرسال، افتتحت في 12 ديسمبر 1990 أين وقع إتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري اتفاقا مع arab-sat لاستئجار قناة في القمر arab-sat (B1) لمدة 3 سنوات، وفي عام 1996

1 محمد نصر مهنا، في تنظير الإعلام، ط1، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2009، 267.

2 المرجع نفسه .ص 267

أصبحت تغطية قناة مصر الفضائية في 20 أوت دولة عربية، 27 دولة إفريقية، 11 دولة آسيوية و23 دولة أوروبية، وبذلك فإن بث القناة المصرية يغطي ما يعادل 5/4 من العالم SAT2.B واستهدفت القناة الفضائية المصرية ربط أبنائها المغتربين في المناطق المستهدفة للإعلام المصري بوطنهم الأم وإطلاعهم على مختلف أوجه التطور والازدهار وتزويدهم بأهم أخبار دولة مصر ثم قامت القناة الأولى لتلفزيون المملكة العربية السعودية ببدء إرسالها كأول قناة تلفزيونية فضائية خليجية في نهاية عام 1990 وتشكل البرامج الدينية والثقافية أكبر نسبة من مجمل البرامج التي تنقلها نظرا لما تتمتع به السعودية من مكانة دينية في قلوب المسلمين. [1]

3- واقع الفضائيات العربية :

يلاحظ المتتبع للشأن الاتصالات في العالم العربي، أن الواقع الجديد للبث الفضائي العربي يتجلى في الفقرة الكمية والتوعية والتوزيع التي يتجلى في السنوات الأخيرة من مظاهرها ما أبرزه التقرير السنوي حول وضع البث الفضائي العربي الذي أعده اتحاد إذاعات الدول العربية التي تبين أن عدد الهيئات العربية التي تبث فنوات الفضائية أو تعيد بث قنوات فضائية بلغ 380 هيئة منها 24 حكومية 356 خاصة وجميعها يبث على شبكاتها ما يناهز عن 600 قناة. [2]

ولأن الفضائيات العربية سارت على منحى البث الفضائي الأجنبي فقد شهدت تحولات إعلامية ملموسة جدا، أين أتاحت لها التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال التنويع والتخصص في كل المحتويات الفضائية سواء التلفزيونية أو الإذاعية، إلى أن هذا التطور أعطى وتيرة آخري فيما يسمى بخطر البث الفضائي على المواطن العربي وعلى قيم وعادات المجتمع العربي الإسلامي. فمنذ بداية التسعينات والمشاهد العربي يتقبل مختلف الفضائيات بكل تياراتها الثقافية والسياسية المتضاربة وبناء على ذلك فقد عملت جامعة الدول العربية تعاونا مع مواثيق لتنظم الإعلام العربي. ومن بينها وضع وثيقة لتنظيم البث الفضائي العربي محاولة بذلك وضع الحدود والفاصلة لتنظيم المشهد الفضائي العربي من جانب ولحماية المشاهد العربي من التأثيرات السلبية المحتملة من جانب آخر.

[1] محمد معود إبراهيم: الإعلام الدولي والمستحدثات الإعلامية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2008، ص 39.

[2] صالح الدين معاوي، الفضاء الاتصالي العربي، مجلة اتحاد إذاعات الدول،، تونس ،2009 ،ص5

4- تأثيرات الفضائيات العربية على الجمهور العربي :

تعتبر الفضائيات العربية تجسيدا للوجود العربي في خضم التنافس على استغلال الفضاء و إثبات الوجود في عصر التميز و أولت الدول العربية لهذا المجال الكثير من الاهتمام، كذا نتيجة لرد فعلي على البث العربي الذي هو بمثابة اختراق للمقومات الشخصية العربية، كما له آثار و تأثيرات على جمهوره و ذلك من خلال ما تبثه من رسائل، وما تقدمه من برامج و بالرغم من الظهور المتأخر للفضائيات العربية إلا أنها حققت العديد من التأثيرات على المشاهد العربي منها : [1]

ا-الآثار الايجابية : بعثت الفضائيات العربية العديد من الايجابيات لدى المشاهد و المتتبع لها ومن ايجابياتها ما يلي : [2]

- تعزيز الشعور بالانتماء و إثراء المشاهد بالمعلومات و تثير الوعي السياسي و الثقافي و الاجتماعي من أجل التعايش و إحلال السلام و الازدهار للوطن العربي.

- التأثير على اللغة من حيث طريقة الاستعمال لها، ومن حيث تزويد الجمهور العربي بمصطلحات جديدة تدخل في قاموس حياته من حيث اللغة المحكية، إذ ساهمت في تقريب اللهجات العربية و صار هذا عاملا مساعدا في تكوين اللغة الوسطى أي لغة الإعلام حيث قدمت للشعوب ثروة لغوية ساهمت في رفع مستواها الثقافي.

- أحدثت تغييرا مهما في المجتمعات العربية فيما يتعلق بالتفاعل فيما بينها، كما وحدة الفكر إزاء قضايا الوطن.

- أفسحت المجال أمام الجماهير للتعبير عن آرائها و التفاعل مع مختلف ما تعرضه هذه القنوات من المجالات المختلفة و للتحدث عن قضاياهم المختلفة المجالات.

- التعرف على حياة الشعوب المختلفة بجانب معلومات خاصة بصحة الإنسان والكواكب والتضاريس وغيّرها.[3]

[1] محمد علي شمو، تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات الجزائر، دط، 2001، ص240

2-عبد الرحمان عزي، العرب والإعلام الفضائي، مركز الدارسات الوحدة العربية، لبنان، ط1،2004، ص 158

3-ياسر خذر البياتي، الاتصال الدولي والعربي، جمع المعلومات، لبنان، بيروت،دط،2000، ص280.

ب- **الآثار السلبية :** ظهر البث الفضائي العربي بصورة لم يكن الجمهور العربي يتوقعها و لم يكن على استعداد للآثار التي تخلفها هذه الفضائيات، و على هذا الأساس نبين أثارها السلبية على المجتمعات و هي كالآتي : [1]

الآثار الثقافية :

- نشر الإباحية عن طريق البرامج المأخوذة من قنوات غربية و تقليدها تقليدا أعمى .
- زعزعة عقيدة الإسلام في نفوس الجماهير عن طريق تحريف التراث الإسلامي .
- عولمة الثقافة العربية و تحريفها.
- المساهمة في كسر الروابط بين الوطن العربي عن طريق زرع الفتن و البلبلة في وسطه .

الآثار الاجتماعية :

- نشر ثقافة العنف لدى الأطفال و المراهقين .
- ظهور المرأة كسلعة و بمظهر غير لائق لإنسانيتها و لعروبتها .
- نشر الثقافة الغربية بكافة مضامينها الغير الأخلاقية .

[1] محمد عبد الكافي، المشهد التلفزيوني العربي، مجلة الإذاعات العربية، ع3، الأردن،2006، ص30.

5- التنافس بين الفضائيات :

في ظرف وجيز استطاعت الفضائيات العربية أن تؤسس موقعها في البث الفضائي العالمي من خلال محاولتها في مواكبة التطورات التكنولوجية (إرسال الأقمار الصناعية، توسع خدمات البث ارتفاع عدد الفضائيات)، أو من الناحية الخدماتية البرامجية والتجارية، أين أسست القنوات العربية فضاء خاصا للعالم العربي في محاولة التقليل من أثر البث الفضائي الأجنبي، وفي خضم ذلك ظهر ما يسمى بالتنافس بين الفضائيات حكومية كانت أم خاصة، عامة كانت أم متخصصة. ويمكن ملاحظة هذا التنافس في مظاهر نذكر من أهمها: [1]

أ- إن التنافس بين الفضائيات العربية ساعد على تطور البث في حد ذاته وخلق التباين في طبيعة البرامج والتخصص في نوع الفضائيات فعلى سبيل المثال ظهرت قنوات متخصصة في البث الإخباري والبرامج السياسية والاقتصادية مثل: ANN العربية، CNBC الجزيرة. وقنوات خاصة بالأفلام والمسلسلات مثل: ART أفلام وروتانا سينما، mbc2، mbc4 أو المتخصصة في بث البرامج الرياضية، أبو ظبي الرياضية وart sport أو المتخصصة ببرامج المنوعات والأغاني مثل روتانا طرب وقنوات نجوم الخليجية لذا فإن التنافس على اجتذاب المشاهد العربي ساعد على تطوير الخدمات البرامجية كما هو الحال في الشبكات العربية الضخمة مثل الجزيرة والعربية اللتان تعملان على تغطية الأخبار في كل أنحاء العالم من خلال نشر مراسلين ومبعوثين ومتابعين للأخبار في العالم، وأقوى دليل على ذلك عمل قناة العربية مع وكالة الأنباء العالمية united press international، تعتبر مؤسسة من مؤسسات شبكة الشرق الأوسط

ب- احتكار حق المشاهدة المجانية، والذي يمكن أن يلحق خسائر مادية كبيرة بالفضائيات الأخرى، لأن فوائد الإعلان لا تكفي لدفع مستحقات البرامج المستوردة، ومن هنا أصبح التشفير يدعم موارد الفضائيات ويساعدها على تطوير خدماتها، وهذا الجو خلق نوعا من الفجوات الإعلامية والمعرفية بين المشاهدين، في الفضائيات المفتوحة والمشتركين في القنوات المشفرة إذ بدأت فكرة احتكار البث مع شبكة art في احتكار بث مباريات كرة القدم، حيث اتفقت مع الاتحاد الأسيوي ولفيفا على احتكار بث ونقل وقائع الأحداث الرياضية لكرة

[1] عبد الباسط سلمان، عولمة القنوات الفضائية، ط1، الدار الثقافية للنشر، القاهرة،2005،ص55.

القدم في آسيا حتى بداية 2005، واحتكار بث الدوري التونسي وحق بث تصفيات كأس القارات [1]

ج- تقليد الفضائيات لبعضها البعض، حيث تنتج بعض القنوات برامج إلى حد التطابق برامج في قناة أخرى يلقى رواجا كبيرا في أوساط المشاهدين، ويصل التقليد إلى كيفية التقديم أو اللهجات المستخدمة من طرف مذيعي البرامج، وهذا الطرح خلق إشكالية الفضائيات وتطابق البرامج.

د- تقليد الفضائيات العربية للقنوات الأجنبية في إعداد وتقديم البرامج ومثالا على ذلك محاولة قناة الجزيرة الإخبارية السير على نمط CNN الأمريكية، فباستقراء بعض برامجها نجد أن برنامج الاتجاه المعاكس هو برنامج طبق الأصل عن برنامج (crossfire) والتطابق الكبير أيضا بين برنامج (الرأي والرأي الآخر) من برنامج CNN (كلا الوجهين) والتطابق أيضا بن برنامج قناة الجزيرة (حصاد الأسبوع) مع برنامج CNN نهاية الأسبوع.

هـ- استقطاب الكفاءات والمواهب الإبداعية، حيث توفر القنوات الفضائية حوافز تفوق تلك التي توفرها المحطات الوطنية، فأصبح من المألوف أن نرى الوجوه الإعلامية البارزة في الساحة الإعلامية العربية تتحول من قناة إلى أخرى مقابل دفع أجور مغرية.

كما نلاحظ أن الضغوط التي تفرضها المنافسة بين القنوات العربية أقحمت بعض المؤسسات الفضائية على الدخول في مشاريع إنتاجية مشتركة اعتمادا على حشد الموارد المتوفرة لدى هذه المحطات وتزداد المنافسة بين المحطات الوطنية والخاصة للاستفادة من شركات الإنتاج التلفزيون الخاصة في العالم العربي أو حتى الاعتماد على الفنانين في إعداد النصوص البرامجية والأغاني، وقد قامت MBC بالتعاقد مع أعداد كبيرة من الممثلين من مصر وسوريا ولبنان خاصة في برامج مختلفة، كما قامت شبكة art بشراء 12 مرفقا إنتاجيا في عدة دول عربية لاستخدامها في تغذية الشبكة بالبرامج بشكل مستمر بالإضافة إلى دبي التي استقطبت الفنانين والكتاب والشعراء لإنتاج البرامج [2]

ي- تحويل المعلنين التجاريين، حيث أدى تنامي عدد المشاهدين العرب وتنامي عدد القنوات إلى تنافس الفضائيات على المؤسسات المعلنة لمنتجاتها وخدماتها، خاصة الشركات

[1] عبد المالك الدناني،البث الفضائي العربي و تحدي العولمة الإعلامية،المكتب الجامعي الحديث،مصر،2006 ،ص151.

[2] مي العبد الله سنو: التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، ط1،دار النهضة، لبنان، 2006،ص234.

متعددة الجنسيات التي تسوق بضائعها عبر تمويل مهم، يضعها هذا الوضع أمام تحد مال جديد له انعكاساته الكبيرة على مستقبل المحطات ونوعية برامجها.[1]
و- خلقت الزيادة المستمرة في عدد الفضائيات العربية إلى تنافس كبير، أين أصبحت كل القنوات مفتوحة 24سا/24سا، مما أدى إلى معاناتها من العجز في تغطية ساعات الإرسال مما اضطرها إلى الاستعانة بالبرامج الغربية، الأمريكية منها والأوربية، بكل أنواعها بما تحمله من قيم ومفاهيم متعارضة مع البيئة العربية والإسلامية والخطط التنموية والاحتياجات الإعلامية الوطنية [2]

وتؤكد دراسات عربية أن الإنتاج الغربي المستورد يشكل نسبة كبيرة من 25 إلى 50 % مما تقدمه هذه القنوات، فمثلا تبلغ نسبة البرامج المنتجة محليا في تلفزيون البحرين 35% إلى 40 % فقط، كما تمثل البرامج المنتجة محليا في تلفزيون الإمارات 63% منها 37% في تلفزيون دبي و 36% للتلفزيون القطري. كما تمثل البرامج المستوردة في تلفزيون مصر 28% و 52% في التلفزيون العراقي و57% في التلفزيون اليمني وتصل في بعض القنوات النسبة إلى 100% مثل قنوات mbc4, mbc2 show time. وتشير إحدى الدراسات الإعلامية لليونسكو إلى أن الدول العربية تستورد 57% من إنتاج القنوات الغربية والأمريكية [3]

والجدول الآتي يبين واقع الإنتاج في بعض القنوات العربية على سبيل المثال[4] :

اسم القناة	نسبة البرامج		
	البرامج المحلية	البرامج العربية	البرامج الأجنبية
القناة الرياضية أبو ظبي	%30	%35	%35
Canal Algérie	%34	%12	%54
التلفزيون السعودي 1	%53	%12	%54
التلفزيون السعودي 2	%73	%0	%26
تلفزيون لبنان	%60	%10	%30
قناة المنار	%60	%10	%40
قناة الرياضية ART	%10	%30	%60
قناة الأطفال ART	%30	%10	%60
قناة 4 عجمان	%42	%22	%36
قناة ANN	%40	%55	%50

[1] المرجع نفسه، ص235.
[2] عبد الباسط سلمان: عولمة القنوات الفضائية، ط1، الدار الثقافية للنشر، القاهرة،2005 ،ص56
[3] عبد الباسط سلمان:المرجع نفسه.ص. 57
[4] هيثم الهادي الهيتي،الإعلام السياسي و الإخباري في الفضائيات،دار أسامة للنشر، عمان، ط1،ص،78

قناة اقرأ	%70	%15	%15
قناة الجزيرة	%80	%08	%12
قناة الأطفال	%45	%10	%45

جدول رقم 01: يبين واقع الإنتاج في بعض الفضائيات العربية.

وخلقت المنافسة الشرسة بين مختلف الفضائيات إلى ظهور الابتذال في البرامج أين نجد نسبة كبيرة من البرامج مسخرة لبرامج المنوعات والغناء، الرقص، الإعلانات والمسابقات، لقاء النجوم وتعليقا على ذلك ورد في كتاب "البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية" للدكتور عبد المالك الدناني: "...وفي ظل التنافس غير المدروس بين الفضائيات العربية، الحكومية والخاصة كثرت الأخطاء وتعددت أشكال الخروج على الأهداف النبيلة المرسومة للإعلام العربي..." [1]

ويضيف "محمد معوض إبراهيم" على ذلك أن اهتمام القنوات العربية بالبرامج الترفيهية على حساب البرامج التي تهتم بالأبعاد الثقافية والإبداعية للمجتمع، ينعكس سلبا في تقديم جوانب الشخصية العربية والمسلمة، في الوقت الذي ينبغي فيه اعتبار مضمون ما يقدم في هذه القنوات جزاءا من حياتهم وثقافتهم ويحتم ربط سياساتها الثقافية بشكل وثيق بسياساتها الإعلامية. [2]

كما أن جو التنافس المميز للساحة الإعلامية الفضائية العربية أثرا كبير على ما تقدمه بعض القنوات، فمثلا نجد بعض ما تقدمه هذه القنوات يتسم بالتحيز أو التهييج وعدم الموضوعية وأحيانا الغموض، لأن المشاهد بطبعة ما تقدمه يميل إلى البرامج والفضائيات التي تثير الاهتمام بهذا الشكل وعموما، فرغم دخول العالم العربي في زحم البث لفضائي العالمي. إلا أن هذا لا يكفي للقول بأن الإعلام العربي ذو مشاركة فعالة لأسباب كثيرة ترتبط أولا بمصدر الإنتاج المقدم من تلك الفضائيات ومساحته الزمنية ونوعه ومضمونه وحدود ارتباطه بالمؤلف العربي للإعلام العربي والتأثيرات المحتملة [3]

6- برامج القنوات العربية :

[1] عبد المالك الدناني، ، البث الفضائي العربي و تحدي العولمة الإعلامية،المكتب الجامعي الحديث،مصر،2006،ص153

[2] محمد معوض إبراهيم: دراسات إعلامية،دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000،ط1ص48.

[3] عبد المالك الدناني: المرجع نفسه،ص154

لقد انطلق البث التلفزيوني الفضائي العربي لأقل من سنة، فحاولت بذلك المحطات العربية خوض التحدي أمام تطور البث الفضائي الأجنبي، ويظهر جليا في نوعية المحتوى الإعلامي البرامجي الذي يشغل كل ساعات البث في المحطات المفتوحة أو المشفرة وربما هذا الواقع للبث الفضائي العربي فجر الكثير من التساؤلات حول المردود الفعلي للقنوات العربية والدور الذي تقوم به برامجها [1]

والجدول التالي يوضح تصنيف القنوات العربية حسب ما تبثه من برامج [2]:

أصناف القنوات	القطاع الخاص	القطاع الحكومي	العدد التقريبي
(جامعة) برامج المتنوعة	90	41	131
موسيقية/متنوعات	117	02	119
سينما/دراما/مسلسلات	55	03	58
رياضية	40	11	51
تجارية /اقتصادية	24	01	25
أخبار	23	03	26
أطفال	20	01	21
ثقافية / تعليمية	13	10	23
وثائقية	12	00	12
تفاعلية	11	00	11
دينية	10	01	13
سياسية	03	01	04

جدول رقم 02: تصنيف الفضائيات حسب نوعية البرامج

[1] تيسير أو عرجة، الإعلام العربي،دار مجد لاوي للنشر، الأردن،2005،ط2،ص203.

[2] مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية ، عدد 2 ، 2008 ، تونس ، ص 6 .

ثانيا : خصائص الترفيه وأشكاله

1- مفهوم الترفيه :

إن مصطلح الترفيه مشتق من الأصل اللاتيني recréation ولقد تم استخدامه في بادئ الأمر لتعريف النشاط الإنساني الذي يتم اختياره بدافع شخصي والذي يؤدي إلى تجديد حيوية الفرد ليكون قادرا علي ممارسة عمله وأداء منا شطه المختلف إلا انه لحق بالترفيه العديد من الإضافات للتدليل علي أهدافه في تنمية شخصية ممارسيه وفي تنمية المجتمع.

وبوجه عام فقد تباينت الآراء حول مفهوم الترفيه وذلك لعدم وجود تعريف محدد له ، ولذا سوف نتناول بالدراسة عرضا لأهم الآراء للمهتمين بدراسة مفهوم وأهمية الترفيه حتى يمكننا من فهم الترفيه وفقا للاتجاهات المعاصرة في المجال التربوي وفي المجال الاجتماعي.

يرى PETLER أن الترفيه يعد نوعا من أوجه النشاط الذي يمارس في وقت الفراغ والذي يختاره الفرد بدافع شخصي لممارسته والذي يكون من نواتجه اكتسابه للعديد من القيم البدنية والخلقية والاجتماعية والمعرفية.

وكذلك يرى TCHARLS BIOTCHER إن الترفيه هو الارتباط الجاد بأوجه النشاط التي يمارسها الفرد في أوقات الفراغ والتي يكون من نواتجها الاسترخاء والرضا النفسي.

ويؤكد كذلك على أن الترفيه يعد أسلوبا للحياة ويعمل علي تنمية شخصية الفرد الذي يختار نشاطه بدافع شخصي ليمارسها في أوقات الفراغ[1]

3- أهمية و أهداف الترفيه :

يمكن إيجازها في الترويح عن المتلقي و تخفيف التوتر الذي يصيبه، الروتين اليومي و الحصول على بعض التسلية كون إنسان القرن العشرين يتمتع بفراغ كبير خاصة بعد شيوع

[1] محمد أحمد هاشم، البرامج الترفيهية في الفنوات الفضائية، مذكرة ماجستر في الإعلام والاتصال، جامعة الأزهر،206، ص33.

و تطور التكنولوجية على اغلب مرافق الحياة ، بالتالي أدى إلى زيادة الإنتاج و زيادة العائد المالي و يمكن تلخيصها في ما يلي :[1]

- تعالج الفرد من الوحدة و تقلل منها .

- تشعره بالسعادة والتسلية و الرضى.

- الهروب من الضغوط اليومية .

- قضاء وقت الفراغ و الاستمتاع .

- توجيه فكر الفرد و تشجيعه لشيء معين .

- تثير الفضول لدى الفرد لمعرفة ما يحيط به .

- تحقيق التوازن بين متطلبات الكائن البشري (الروحية ، العقلية ، البدنية).

- يساعد النشاط الترويجي في إكساب الفرد خبرات و مهارات و أنماط معرفية .

- يساعد الأشغال بالأنشطة الترويجية في إبعاد أفراد المجتمع عن الوقوع في الجريمة .

- ينسي الإنسان في ما لديه من ألام نفسية أو حسية و يخفف منها .

- الترويح ينقذ الإنسان من الملل و ضيق الصدر، و ما إلى ذلك من الإحساسات الأليمة التي يسببها في العادة عند بعض الناس .

3 - خصائـــص الترفيـــه :[2]

ومن دراستنا لمفهوم الترفيه نستطيع أن نؤكد أن له العديد من الخصائص التي تميزه عن غيره من الأنشطة الأخرى والتي يتحدد أهمها فيما يلي-:

- **الهادفة :** بمعني أن الترفيه يعد نشاطا هادفا وبناءا إذ يسهم في تنمية المهارات والقيم والاتجاهات التربوية والمعرفة لدى الفرد الممارس لمناشطه ومن ثم فإن الترفيه يسهم في تنمية وتطوير شخصية الفرد .

[1] محمد أحمد هاشم، مرجع سبق ذكره، 34

[2] محمد أحمد هاشم، البرامج الترفيهية في القنوات الفضائي، مذكرة ماجستر في الإعلام والاتصال، جامعة الأزهر، 2006،ص33.

- **الدافعية** : بمعني أن الإقبال والارتباط بالأنشطة يتم وفقا لرغبة الفرد وبدافع من ذاته للمشاركة فيها ومن ثم تكون المشاركة إرادية .

- **الاختيارية** : بمعني أن الفرد يختار نوع النشاط الذي يفضله عن غيره من الأنشطة الترفيهية الأخرى للمشاركة فيه وذلك يسمح بأن يقوم الفرد باختيار مناشط الترفيه الرياضي أو الترفيه الاجتماعي أو الثقافي و الفني والتجاري أو العلاجي كم يسمح باختيار احد أنواع تلك الأنشطة المختلفة ..

يتم في وقت الفراغ : وذلك يعني أن الترفيه يعد أهم الأنشطة التربوية والاجتماعية باستثمار أوقات الفراغ التي يكون الفرد خلالها متحررا من الارتباط العمل أو من أي التزامات أو واجبات أخرى .

التوازن النفسي : وذلك يعني أن المشاركة في الأنشطة الترفيه تؤدي إلي تحقيق الاسترخاء والرضي النفسي وكذلك إشباع ميول وحاجات الفرد النفسية مما يحقق له التوازن النفسي .

4- أشكال و أنماط الترفيه :

4-1- أشكال و أنماط :

هناك العديد من الأنشطة التي يحدها الناس ترفيهية، ومع ذلك فالأنشطة التي قد يجدها شخص ترفيهية، قد لا تكون ترفيهية للأخر ومن أنوعها :[1]

ا- **الرسوم المتحركة:** إلى بعض الناس الرسوم ترفيهي.

ب- **البناء المسرح:** مثل السيرك، المسرحيات الموسيقية، المونولوجيا، التسليات الصامتة.

ج- **الكوميديا:** تقدم الكوميديا لضحك والتسلية حيث يؤخذ الجمهور حين غيرة سواء بالمحاكاة أو لهجاء التأثير غير متوقع أو عكس التوقعات لمعتقداتهم الثقافية.

د- **الرسوم الهزلية:** يتمثل الكاريكاتير من نصوص ورسومات تنقل سرد مسلي حيث تدور العديد من القصص المصورة حول أبطال مثل باتمان ...الخ كما يعد الكاريكاتير

[1] محمد أحمد هاشم، مرجع سابق ، ص35.

ترفية رسوما وقد تختلف الهدف منه من مجرد وضع إبتيامة على وجه المشاهدين إلى رفع مستوى الري الاجتماعي لتسلية الضوء على ظاهرة ما مثلا.

هـ- الرقص الموسيقي: كثيرا من الأفراد يجدونه مسلي بمجرد الاستماع أو المشاهدة للترفيه الموسيقي.

2-4- أنماط الأنشطة الترفيهية : للترفيه تصنيفات وأنماط متعددة وأكثر لتصنيفات شيوعا التالي:

أولا: حسب المجهود: [1]

ا- ترفيه سلبي passive activites : وهو الذي يتضمن الأنشطة التي لا تتطلب بذل مجهود جسدي مثل الاستماع للموسيقي ما شابه هذه الأنشطة .

ب- ترفيه ايجابي Action activités : هي الأنشطة التي يتم ممارستها في الهواء الطلق وتتطلب جهد جسدي وتغلب عليها روح المغامرة والمخاطرة.

ثانيا: حسب المكان: [2]

ا- أنشطة الأماكن المطلقة Indoor activités

ب- أنشطة الأماكن المفتوحة Outdoor activités

ثالثا: حسب الغرض:

أ- الترفيه الرياضي .

ب- الترفيه من اجل المغامرة .

ج- الترفيه من اجل الاسترخاء و الراحة

د- الترفيه بغرض التسلية

رابعا: الترفيه حسب المراحل العمرية للإنسان :

[1] خضور أديب، سوسيولوجيا الترفية في التلفزيون (الدراما التلفزيونية)، ط1، دار الأيتام، الجزائر، 1994، ص22.

[2] المرجع نفسه، ص 22

-النشاط الترفيهي للصغار

-أنشطة ترفيهية للمراهقين

-الترفيه للكبار

5 - الترفيه في الإسلام :

يمكن أن نصف الترفيه الترويح بأنه أوجه النشاط غير الضارة التي يمكن أن يقدم بها الفرد أو الجماعة في أوقات الفراغ بغرض تحقيق التوازن أو الاسترخاء و إدخال السرور و التنفيس عن النفس الإنسانية و تجديد نشاطها في ضوء القيم و المبادئ الإسلامية. [1]

فهو نشاط هادف للإنسان يمارسه اختياريا و برغبة ذاتية و بوسائل عديدة. و الأصل أن كل ما يدخل السرور على نفس الإنسان المسلم و على أسرته مباح. إلا ما ثبت في الشرع تحريمه. فالشرع المطهر أبان عن أهمية أن يروح الإنسان عن نفسه، ويغير شيئا من الجد الصارم الذي يقتضيه نظام الحياة المعاصرة و من خلال هذا الترفيه تسكن النفس و تطمئن و تهدأ.

و في السنة النبوية عن عائشة رضي الله عنها: "و الله لقد رأيت رسول الله صلى الله عليه و سلم يقدم على باب حجرتي و الحبشة يلعبون بجرابهم في مسجد رسول الله صلى الله عليه و سلم ويسترني بردائه لكي أنظر إلى لعبهم، ثم يقدم من أجلي حتى أكون أنا التي أنصرف فاقدروا قدر الجارية حديثة السن حريصة على اللهو". رواه البخاري.

1- عبد الرحمن القوطاني، الترفيه في الإسلام، دار الشروق للنشر، الأردن، 2001، ص77.

الفصل الثاني

فضائية MBC و برنامج خواطر

I: فضائية MBC1

1- باقة MBC1

2-خدماتها البرامجية.

3- قناة MBC 1.

4- جمهورها المستهدف

II:خصائص الترفيه و أشكاله:

1- تعريف برنامج خواطر.

2- فكرة البرنامج .

3-صدى البرنامج .

4- البرنامج في رمضان.

5- أجزاء البرنامج.

أولا : فضائية :MBC1

1- باقة MBC :

وقعت حرب الخليج وضمن هذا التطور ساهمت في تكريس شهرة CNN الأمريكية ولقد أظهرت تلك حرب الحاجة العاجلة للدول العربية لكي تأخذ مكانها على الرقعة الكبيرة للتلفزيونات المباشرة التي تبث عن طريق الأقمار الصناعية، وبانتهاء حرب الخليج انطلقت محطة MBC التلفزيون الشرق الأوسط middle caste broadcasting كأول مشروع تلفزيوني عربي خاص، ينطلق عبر الأقمار الصناعية من لندن إلى أنحاء العالم العربي [1]

بدأ مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC كأول قناة عربية بتمويل سعودي، تبث من استوديوهات مجهزة بأحدث التقنيات من منطقة falhum ببريطانيا في 18 سبتمبر 1991 وتم نقلها بعد ذلك إلى المقر الكائن في غرب لندن بعد حصولها ترخيص من هيئة التلفزيون المستقل البريطانية في شهر مارس 1995، بدأت إرسالها على مدى ست ساعات يوميا وبرأس مال يقدر بـ 300 مليون دولار، ولقد قررت MBC نقل مقرها الرئيسي إلى مدينة دبي للإعلام عام 2002 أين تتواجد الآن، لتصبح أكثر قربا من المشاهدين في العالم العربي [2]

لقد استطاعت MBC في ظرف وجيز أن تنافس شبكات عالمية في تغطية أحداث الشرق الأول أين أحداث المحاولة الانقلابية في الجزائر عام 1992 ويهدف مركز تلفزيون الشرق الأوسط إلى :

1- المحافظة على عادات وتقاليد المنطقة العربية، والإسهام في نقل الثقافة والحضارة العربية في قالب جذاب وعمري.
2- نقل الأحداث العالمية الهامة المحاولة توثيق الروابط بين المواطن العربي والعالم.
3- نقل صورة العالم العربي للمشاهدين في العالم بهدف إيجاد صلة بين المشاهد العربي والأجنبي وتقديم خدمة إعلامية للمشاهد داخل الوطن العربي وخارجة [3]

1 جان ميشيل ديمون، الشبكات الفضائية ودورها في التفاعل الثقافي الحضاري العربي الأوربي، أعمال ندوة مركز الدراسات العربي الأوربي في كتاب الإعلام العربي والدولي،ط1،دار بلال للصناعة،لبنان،ص118

[2] نهى عاطف العبد، صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي،مصر،2007،ص165.

[3] المرجع نفسه،ص166.

ومن الناحية الإدارية، تعد MBC فضائية خاصة لأنها أنشأت بتمويل من قبل مجموعة ARالدولية ومجموعة دلة البركة بجدة، قامت مجموعة دلة ببيع نصيبها في MBC والذي يقدر بـ 30% من رأس المؤسسة، وهذه الأخيرة هي الشركة التي أسست قنوات art [1]

ويعود الأداء المتميز لباقة MBC إلى التقنيات العالية في الاتصال، وإلى التدعيم المالي الكبير من طرف المالك الحالي وهو المستثمر السعودي وليد الإبراهيم، الذي يمتلك أيضا وكالة الأنباء الدولية United presse international [1]

أما من الناحية التقنية، فحاليا شبكة MBC تبث إرسالها عبر تسعة أقمار صناعية هي:

1. القمر الأول من الجيل الثاني لأقمار عربسات A.2 والقمر عربسات A.3
2. القمر الأوربي hot bird2
3. القمر الأوربي Eutelsat F1 والشبكة الأوربية Eurosat Fi
4. القمر الأمريكي SAT com2
5. الشبكة البريطانية Btidt
6. القمرين بنمسات 9.8
7. القمرين المصري Nilesat 2/ Nilesat 1
8. القمر الأمريكي Intelsat america 13
9. القمر الصناعي Amous 2

ولقد تم تشفير MBC على القمر المصري Nilesat عام 2001، وعادت للبث المفتوح من جديد، كما شفرت على شبكة Sky الأوربية [1]

2- خدماتها البرامجية:

تتنوع الفضائيات وتختلف حسب البرامج التي تقدمها للمشاهدين، فهناك محطات فضائية متخصصة وهناك فضائيات عامة متنوعة تراعي في إنتاجها ذوق الجمهور بالدرجة الأولى، ومراعاة لذلك انطلقت MBC في إنشاء القناة الرئيسية والانطلاقة الأولى.mbc max mbc4، mbc3، mbc2،Mbc1 ، mbc action

1 فارس عطوان.الفضائيات العربية و دورها الإعلامي، دار أسامة للنشر، الأردن ،ط1، 2009 ،ص 54

2 نهي عاطف العبد: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي،مصر،2007،ص172.

والقناة الإخبارية "العربية". وكل واحدة منها تقدم خدمات برامجية مختلفة عن الأخرى، وسنحاول عرضها بنوع من التفصيل فيما يلي:

ا- MBC 1 : وهي القناة الأم افتتحت عام 1991، يمتد إرسالها على مدار الساعة، وهي قناة عامة تقدم برامج متنوعة كالمسلسلات المصرية، السورية، الخليجية والمدبلجة، كما تقدم مواجيز ونشرات الأخبار والبرامج الموجهة لفئات معينة مثل : كلام نواعم، صدى الملاعب،..... وغيرها من البرامج .

ب- MBC 2 : وهي أول قناة متخصصة في عرض الأفلام الأجنبية تحت اسم channel 2، تبث على الأقمار Nilesat 3A.2A، وعلى Nilesat 102، بدأ إرسال القناة عام 2002 من دولة البحرين وظهرت لإشباع حاجة الشاب لمثل هذا النوع من البرامج ، ولقد تعرضت هذه القناة للكثير من الانتقادات كونها لا تبث سوى المنتجات الأمريكية، أين أصبح الشاب العربي معرض لخطر البث الفضائي في التقليد، وعلى المجتمع العربي في الانفتاح وفي المس بالقيم الثقافية والاجتماعية العربية. [1]

ج- MBC 3 : وهي قناة متخصصة، ذات بث رقمي مفتوح، بدأت بث إرسالها في ديسمبر 2004، و تبث إرسالها على النيلسات فقط، وهي قناة تقدم البرامج والأفلام الكرتونية الموجهة للأطفال، وهي قناة تعليمية وتثقيفية من جانب وقناة ترفيهية من جانب آخر.

وظهور MBC 3 ليس ظهورا مفاجئا ولا اعتباطيا، إنما افتتحت القناة لتحقيق إشباعات الطفل العربي، خاصة وأن 40% من إجمال سكان العالم العربي هم من الأطفال. وما هو ملاحظ أن MBC 3 في بداياتها كانت جل برامجها إلى مراحل الطفولة المبكرة، لكن عاودت برمجتها لتصبح برامجها موجهة إلى الأطفال من 3 سنوات إلى 13سنة [1]

د- MBC 4 : أطلقت قناة MBC4 عام 2009، وهي قناة مفتوحة مخصصة للترفيه الغربي تعرض البرامج والمسلسلات الأجنبية بصفة عامة والأمريكية خاصة من خلال ترجمة عربية مرافقة وتقدم كذلك برامج متنوعة الحوارية منها مثل the docteur .DR.OZ أما حاليا فهتعرض مسلسلات تركية وعربية وكذا العديد من البرامج الترفيهية ك X.factour arabs got talent [2]

[1] نهي عاطف العبد: مرجع سابق، ص.174

[2] هبة شاهين، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ، دراسة غير منشورة ،كلية الإعلام ، القاهرة ،2001 ص242

هـ- قناة العربية الإخبارية alarabiya : بدأت قناة العربية بث برامجها في 20 فيفري 2003 وهي قناة إخبارية ضمن مجموعة MBC، بدأت برامجها عبر NILE SAT، AEAB SAT، يوتلسات، وتعد قناة العربية قناة متخصصة في الأخبار والبرامج السياسية والرياضية، تهدف إلى توفير البديل العربي من الأخبار إلى التعرف بوجهة نظر عربية على الأحداث السياسية أو في العالم [1]أما حاليا، فقد توسع بث العربية على قمر صناعي وهي : بانمسات 2، بانمسات9، عربسلت C2، عربسات D2، نايل سات 1، سات2، إنتلسات أمريكا 13، إيكوستار1 و2، ولقد تزامن إرسالها مع أحداث الاحتلال الأمريكي للعراق، وفي فترة وجيزة اكتسبت جمهورا عربيا واسعا.

وفي عام 2005، اتخذت لنفسها شعارا جديدا وهو "الأقرب إلى الحقيقة". وهي قناة مستقلة بحد ذاتها لها ميزانية، أما بالنسبة لبرامجها فهي مزيج بين الأخبار التي تقوم القناة بإنتاجها، خاصة بعد شراء الممول الأساسي لـ MBC لوكالة الأنباء العالمية United presse international، أو الإنتاج العربي والأجنبي من البرامج الوثائقية [2] ولقد دخلت قناة العربية في منافسة مع القنوات الإخبارية الأخرى على رأسها الجزيرة في تغطية الأحداث العربية كتغطية أحداث حرب العراق، قصف غزة، حرب لبنان 2006 [3]

و- **MBC Action** : قناة تابعة لمركز تلفزيون الشرق الأوسط هي قناة عائلية تتميز بالأفلام والمسلسلات والبرامج ذات طابع الآكشن والتحدي والإثارة انطلقت في5 /3/ 2007 بمحتوى غربي مميز. تبث القناة محتواها البرامجي على مدار الساعة، ويضم إلى جانب أحدث وأضخم إنتاجات هوليوود والسينما العالمية، مجموعة من المسلسلات المشهورة عالمياً لكبرى استوديوهات الإنتاج، بالإضافة إلى عروض المصارعة الحرة WWE المتنوعة . كما دخلت القناة مؤخراً مرحلة الإنتاج المحلي،حيث أنتجت وعرضت برنامج "Driven" بمواسمه الأول والثاني والثالث والرابع، وهو برنامج متخصص بعالم السيارات والسباقات والسرعة والسيارات المعدلة، تعرض MBC ACTION بطولة Desert Force السنوية، هذا إلى جانب برنامج تلفزيون الواقع الخاص برياضة الفنون القتالية المختلطة MMA بعنوان Desert Force

[1] هالة اسماعيل يغدادي: الإخباريات الفضائية العربية، مرجع سابق،ص79

[2] مرجع نفسه، ص79.

[3] نهي عاطف العبد: مرجع سابق،ص176

الأكاديمية .وابتداءً من 2012، قامت القناة ببث أحدث المسلسلات بالتزامن مع بثها في الولايات المتحدة الأمريكية، بالإضافة إلى حلقات جديدة لمسلسلات تعرض حالياً.

ي- **MBC Max** : هي قناة عربية سعودية تابعة لمركز تلفزيون الشرق الأوسط . افتتحت في 26 أكتوبر2008 ، تقدم أحدث الأفلام وأكثرها شهرة، وقد عرضت فيلم *Cheaper by the Dozen 2* كفيلم افتتاح للقناة، وفيلم *Robots* لأول مرة على الشاشة العربية. وتعتبر هذه القناة تكميلا لقناة2 MBC المشهورة بعرضها للأفلام الأجنبية والأمريكية خصيصاً، كثيراً ما تعرض الأفلام الرومانسية، وأفلام الدراما والكوميديا. ويتم حالياً دبلجة الأفلام بلغة العربية وعرضها.

و- **MBC Bollywood** : هي قناة تلفزيونية فضائية تابعة لمجموعة قنوات MBC مختصة بعرض مجموعة من إنتاجات بوليوود السينمائية المترجمة أوالمدبلجة إلى العربية، إلى جانب الدراما البوليوودية المدبلجة، ناهيك عن عدد من البرامج التي تسلّط الضوء على مشاهير بوليوود وحياتهم وإطلالاتهم في المهرجانات الهندية والعالمية وغيرها. تمثل القناة بمحتواها الغني والمتنوع نمطاً شبابياً وعائلياً جديداً بالنسبة للمنطقة العربية، وذلك من خلال القيم الإنتاجية التي تقدمها عبر أفلامها ومسلسلاتها وبرامجها.

3 - قناة MBC 1 :

تعريفها :انطلق بث قناةMBC1 في عام 1991، لتوفّر للمشاهد العربي مجموعة متميّزة من البرامج والمسلسلات بشتى أنواعها الدرامية والكوميدية والترفيهية والدينية والمسابقات، والأخبار المنوّعة، وبرامج تلفزيون الواقع، بما يتناسب مع مختلف الأذواق حيث تتصدّر القناة باستمرار المراكز الأولى في ترتيب القنوات العربية الأكثر مشاهدةً وفق دراسات شركات الأبحاث التسويقية المستقلة، مما يجعلها الخيار الأول لجمهور القنوات العائلية في المنطقة بأسْرها، واليوم ومع مضي ما يزيد على 23 عاما لا تزال MBC1 تواصل انطلاقتها الرائدة لتصبح محطة الترفيه رقم واحد للأسرة في المنطقة العربية، وذلك عبر حزمة من البرامج التي تتنوع بين الرياضي مثل "صدى الملاعب"، والصحة في "التفاح

الأخضر"، وتلك التي تهتم بقضايا المرأة عبر"كلام نواعم"، أو التي تعني بأناقتها وبشرتها وجديد الموضة وذلك عبر برنامجي "ستايل" و"جويل"، اضافة للبرامج الخبرية التي تتناول الشأن السعودي بشكل خاص عبر برنامج "الثامنة"أو العربي بشكل عام من خلال برنامج "صباح الخير يا عرب".

كما كان للدراما العربية نصيب وافر على شاشة MBC1 التي عرضت مجموعة من أهم المسلسلات الحصرية التي تنتجها MBC مثل، مسلسل عمر، وسرايا عابدين، اللذان مثلا الإنتاج الأكبر في تاريخ الدراما العربية. هذا ولم تغب الدراما المدبلجة بدورها عن شاشة العرب الأولى، حيث تم عرض مجموعة من أشهر المسلسلات مثل سنوات الضياع، أكليل الورد، زهرة القصر، الوشاح الأحمر، وغيرها من أشهر الأعمال المدبلجة، ليس هذا فقط بل كانت MBC1 النافذة الأولى التي تطل من خلالها أشهر مواهب الغناء العربية، من خلال برنامج Arab Idol ، الذي يقدم العالم الحالي نسخته الثالثة بنجاح منقطع النظير. وبرنامج The Voice أحلى صوت الذي صار هو الأخر حديث المواهب العربية الباحثة عن عالم الشهرة، و كذا برنامج "خواطر" الذي يعتبر من أهم البرامج التي تعرضها MBC1 خلال شهر رمضان و الذي يعتبر من أهم البرامج الترفيهية الجامعة لاختلاف توجهاته ومواضيعه.[1]

4- **جمهورها المستهدف** : بما أن قناة MBC1 قناة جامعة متنوعة البرامج، فهي بذلك تجذب عددا كبيرا من الجماهير على اختلاف فئاتها (كبارا، شبابا، نساء.....) و مستوياتها التعليمية فهذه القناة عن طريق برامجها المختلفة تحاول تغطية كل المجالات، فكل فرد يتابع القناة يجد رغباته و يحقق حاجاته الإعلامية، لذلك سمية بقناة العرب فقناة MBC1 تعتبر من القنوات البارزة في مجال البرامج الترفيهية، فهي تستهدف بشكل خاص جمهور الشباب عبر ما تنتج و تبث من برامج ترفيهية ذات الطابع الجامع التي تهتم بجميع المجالات كبرنامج خواطر ، صباح الخير يا عرب..وكذا البرامج الموسيقية خاصة المقلدة منها كبرنامج ARAB IDOL و THE VOICE.....

1 http://www.mbc.net/ar/corporate/about-us.html تاريخ الولوج يوم 4/06/ 2015 على 20.00

ثانيا - برنامج خواطر :

1- تعريفه : خواطر شاب أو برنامج خواطر أو خواطر أحمد الشقيري برنامج من عدة أجزاء بلغ حتى الآن10أجزاء للداعية السعودي أحمد الشقيري، عرض البرنامج على قناة الرسالة اقرأ و MBC،يناقش البرنامج العديد من القضايا التي تخص الشباب والمجتمع الإسلامي وحقق نجاحاً كبيراً بين الشباب العربي عامة، بسبب بساطة أسلوبه واعتماده على التطبيق والأسلوب العملي, تركز سلسلة برامج خواطر على المرحلة الابتدائي والمتوسط والثانوي - كما أكد في أولى حلقاته "الأجيال الشابة تفرض تحديا كبيراً على من يوجه خطابه لها, بحيازتها لأدوات العصر وذكائها المتقد، ووعيها الناضج المتسع على العالم بأسره "

بفضل النجاح المتواصل والإقبال الجماهيري الواسع على الفكرة، تمكن الشقيري من جعل "خواطر" برنامجاً ثابتاً في شهر رمضان, ومن خلاله طرح الشقيري عدة موضوعات و قضايا تخص وتهم الشباب العربي من بينها " محبة النبي الكريم و كيفية الدفاع عنه ضد الحملات الغربية التي تستهدف النيل من شخصه الكريم" و منها أيضا " الاستفادة من الوقت و استثماره".....و غيرها

حيث يصنف بعض النقاد برنامج خواطر على أنه أحد البرامج الترفيهية وليس الدينية أو الدعوية حيث لم تقتصر موضوعات خواطر على الموضوعات الدينية والثقافية فحسب, بل تناولت أيضا موضوعات فنية مثل "تأثير أفلام هوليوود على الشباب" الذي خصص له الشقيري حلقة ضمن "خواطر 3", وإلى جانب الفقرة التي يقدمها الشقيري كحوار مباشر عبر الكاميرا، يتضمن البرنامج أيضاً أناشيد يقدمها شباب المنشدين من بلدان مختلفة، مثل أحمد أبو خاطر، ومحمد المازم، وماهر زين .... وغيرهم [1].

1 برنامج خواطر في موقع وكيبيديا آخر تعديل لهذه الصفحة كان يوم 4 يونيو 2015، يوم الولوج 20ماي 2015 على 18:20

2-فكرة البرنامج :

جاءت فكرة البرنامج كتكملة لمشروع بدأه الشقيري في جريدة المدينة السعودية عبر كتابة مقالات يومية تتناول الهم الدعوي ومشاعر جيل الشباب وتوجهاته وبدا فيها واضحاً واستطاع الشقيري عن طريق برنامجه هذا أن يقدم نموذجاً جديداً للمعرفة الدينية اليسيرة .يعالج برنامجه المواضيع التي تمس الحياة اليومية للشباب، وحظي ذلك العرض بإشادة هائلة، حتى إنه تحول كما جاء على لسان إحدى الشابات إلى إدمان لها في شهر رمضان من كل عام، يغطي البرنامج المواضيع الاجتماعية، والدينية، والفكرية بطريقة مناسبة وجذابة، لمساعدة الشباب على تنمية معرفتهم وفهمهم للعالم، وإيمانهم، وكيفية تعاملهم بطريقة مبتكرة مع التحديات التي تواجههم، وكذلك تناول التحديات التي تواجه بلدانهم والعالم بأسره .

البرنامج عبارة عن نصيحة يقدمها الشقيري إلى أبناء جيله من الشباب والفتيات تبتعد عن طابع الوعظ والخطابة، وتعتمد أسلوباً بسيطاً وميسراً ينفذ إلى القلوب والعقول بسرعة ويسر، كل هذا في برنامج لا تزيد مدته الزمنية عن خمس دقائق فقط، تلك هي الفكرة الأساسية وراء البرنامج التلفزيوني "خواطر", وطرح الشقيري فكرة البرنامج منذ نحو 5 سنوات بعد نجاح تجربتين إعلاميتين سابقتين شارك في كلتيهما، وهما برنامج "يلا شباب" وبرنامج "رحلة مع الشيخ حمزة يوسف .

يثبت برنامج خواطر الذي يحمل شعار الإحسان أن الإسلام ليس طقوساً عبادية فقط متمثلا بالعبادات، بل سلوكا واقعيا يؤكد على كل قيم النجاح والإخلاص في العمل الذي هو أحد أهم قواعد النجاح حيث اجتهد الشقيري في خواطر لربط قيم العمل والمدنية بقيم الدين ونصوص القرآن الكريم وأخلاق النبي وشمائله الحميدة, مثل الشقيري هنا أبرز التجارب وأكثرها حداثة.[1]

1 برنامج خواطر في موقع وكيبيديا، مرجع سابق

وليس من الغريب أن يتعرض لهجوم مستمر لأنه بات يقدم خطاباً يسحب البساط من تحت أقدام الآخرين، الذين لا يقدمون أية ربط معرفي تتحول معه تلك القصص إلى وازع للأمام وليس للخلف، وبينما يفتقدون في خطابهم الوعظي لأي ربط أو مقارنة مباشرة مع الواقع، يتجه خطاب الشقيري لإيجاد ربط مباشر وحي مع الواقع، بمعنى أنه خطاب تحفيزي للانطلاق والانفتاح، بينما خطاب الوعظ التقليدي مكرس للتراجع والخوف والمحافظة [1]

3- صدى البرنامج :

لاق البرنامج استحسان وترحيب كثيرين من المشاهدين، ليس في السعودية فحسب بل وفي الوطن العربي. وسبب هذا الاستحسان والقبول هو الخروج من دائرة النمطية المكررة في البرامج التلفزيونية إلى دائرة الإبداع في الفكرة، والتألق في التقديم، والتجديد في الطرح، وملامسة الواقع الاجتماعي والثقافي البعيد عن المثاليات أو العيش في خيالات النماذج البشرية القديمة، أو خيالات النماذج الحضارية الحديثة كما يقول النقاد، فكرة البرنامج باختصار تستند على أن لدى المسلمين والعرب مخزوناً هائلاً من القيم الرائعة، لكنها بقيت حبيسة الكتب والدروس والمحاضرات العلمية، ولم تجد طريقها إلى التطبيق الصحيح على أرض الواقع. ولأن القيم في مجملها عالمية ويتفق أسوياء البشر عامة على قبولها واحترامها ونقلها من جيل إلى جيل مثل قيم الصدق واحترام كبار السن والوفاء بالعهد والمحافظة على النظام والنظافة وبر الوالدين والعمل الشريف والمحافظة على الوقت وغيرها من القيم الكثيرة التي تزخر بها ثقافات الأمم قاطبة، ويزخر بها الإسلام بشكل خاص, ولأن هذه القيم عالمية فقد وجدت طريقها للتطبيق العملي وعلى أرض الواقع لدى كثير من الشعوب [2]

4-البرنامج في رمضان :

1 برنامج خواطر في موقع وكيبيديا آخر تعديل لهذه الصفحة كان يوم 4 يونيو 2015، يوم الولوج 20ماي 2015 على 18:20

تهطل مسلسلات رمضان وبرامجه على المسلمين كل عام من كل حدب وصوب، سلة رمضانية عامرة مليئة من الدراما إلى الأفلام إلى الفوازير الرمضانية والمسابقات، وما تحمله لهواتها من آمال تتسع حتى حدود الكون، إلى لقاءات وسهرات تلفزيونية شتى، حتى أنه يصبح من الصعب إن لم نقل من المستحيل متابعة معظم ما تقدمه الشاشات الصغيرة في هذا الشهر، يعتبر شهر رمضان فرصة لتمضية الوقت في متابعة مواد ومسلسلات قد لا يخطر ببال متابعتها خلال أيام السنة كلها، باتت متابعة العرب للمسلسلات وبرامج رمضان أشبه بالتقليد الشعبي حيث تمتد الفترة من الفطور إلى السحور محملة بنوع من الكسل والتراخي، لكنك تفاجأ أحياناً عندما ترى مادة تلفزيونية تستدعي حواسك وانتباهك لدرجة تجعلك تنظر إلى ساعتك أكثر من مرة بانتظارها [8].هذا في الواقع ما جرى عندما وقعت فجأة عيون العرب على برنامج يقدمه أحمد الشقيري باسم خواطر على شاشة الإم بي سي، لا سيما وأنه اختار بلد كاليابان وتركيا والدانمارك ودول أخرى لتكون أرض برنامجه، وبتقنية الإعلام الذكي واحتراف الفنان، يقدم الشقيري لنا مادة مقاربة ومقارنة اشد ما تكون عليه، مقارنة بين أحوال في معظم البلدان العربية والإسلامية.

تطور برنامج خواطر موسم عن موسم فعندما تشاهد الجزء الأول سوف ترى البساطة والمحدودية في المواضيع والتقديم برغم من أن ما تم عرضه كان مهماً وأيضاً عدم أتساع الفكرة ومع مرور السنوات كثرت الأفكار وتعقدت وتوسعت لتشمل مراحل: المواضيع الحياتية, المواضيع التي تهم الوطن العربي والإسلامي, التجارب الخارجية, الحلول. ثم بدأ العمل وهذه النقطة التي يتم اختبار البرنامج فيها وصدق الفكرة والإيمان بها هنا عندما يكون العمل والتغير يحصل وهذا الذي يدعم البرنامج فكرته وأساسه. عندما تقع عينك على برامج العرب فلن تجد برنامج مثله وحتى مع طول المشوار لأي برنامج لم يحمل صدق الهدف وأغلبها قائمة بدرجة أولى على الربح المادي وعندها قام خواطر على الربح النفسي والمعنوي للمشاهد وتقديم أفضل الحلول والعمل بتلك الحلول وعندما أشار إلى القراءة والعلم والتعليم والحضارة. لقد لامس الأستاذ أحمد الشقيري قلب المشاهدين عندما يبكي وأيضاً عندما يقبل رأس المبدعين [1]

1 برنامج خواطر في موقع وكيبيديا، مرجع سابق

1

5-أجزاء البرنامج :

- تم عرض الجزء الأول في رمضان عام 1426 هـ الموافق 2005 م.
- تم عرض الجزء الثاني في رمضان عام 1427 هـ الموافق 2006 م.
- تم عرض الجزء الثالث في رمضان عام 1428 هـ الموافق 2007 م.
- تم عرض الجزء الرابع في رمضان عام 1429 هـ الموافق 2008 م.
- تم عرض الجزء الخامس في رمضان عام 1430 هـ الموافق 2009 م.
- تم عرض الجزء السادس في رمضان عام 1431 هـ الموافق 2010 م.
- تم عرض الجزء السابع في رمضان عام 1432 هـ الموافق 2011 م.
- تم عرض الجزء الثامن في رمضان عام 1433 هـ الموافق 2012 م.
- تم عرض الجزء التاسع في رمضان عام 1434 هـ الموافق 2013 م.
- تم عرض الجزء العاشر في رمضان عام 1435 هـ الموافق 2014 م.

الجزء الأول : انطلق هذا الجزء في رمضان عام 1426 هـ الموافق 2005 م، وكان يحمل اسم (خواطر شاب) وقد عرف هذا الجزء نسبة كبيرة من المشاهدة خاصة في حلقة "لو كان بيننا"، و هي تتكلم عن الرسول الكريم و ماذا سنقول له لو كان بيننا .

الجزء الثاني : وقد **عرض هذا الجزء في رمضان** 1427|2006 **م، وحمل اسم"خواطر** 2"

الجزء الثالث : عرض الجزء الثالث في رمضان 1428 هـ الموافق 2007 م وحمل اسم "خواطر 3" وبدأ بمقدمة كارتونية رائعة تحتوي على عدة مواقف وفوقها تعليق بآية قرآنية أو حديث شريف. الجزء 3 كان يتكلم عن موضوع الأمة والقضايا الكبيرة في الأمة العربية وتوحيدها.

الجزء الرابع : عرض في رمضان 1429 عام 2008 بعنوان (خواطر 4.. حدد هدفك) وانطلقت في آخره حملة (فينا خير) وتضمن مقدمة البداية على نظرة مستقبلية للتطور المتوقع للمسلمين بشكل ثلاثي الأبعاد فهي تتضمن حصول المسلمين على كأس العالم عام 2030، ثم يدخل طالب جامعة فخمة ومجهزة ترحب بوافديها الجدد والأجانب وتظهر على شاشتها فوز عالمة مسلمة بجائزة نوبل لاكتشافها علاج السرطان ثم يدخل ليشتري كتاب

(لماذا يقلد الغرب المسلمين؟) ثم يدفع ثمنه بعملة مكتوب عليها (الدولة الإسلامية) ثم نرى شاباً يلقي بالقاذورات فنرى الشرطي الإلكتروني وهو يوقع العقوبة عليه، وأخيراً نرى مسجداً مجهزاً بشاشة DataShow وإمامه يحمل معه جهاز Lap top

الجزء الخامس: تم تصويره في اليابان وعرض في رمضان 1430هـ الموافق 2009م ,هذه المرة أتى البرنامج من أكثر البلدان الأسيوية تقدماً، مسلطاً الضوء على الإيجابيات في هذه الدولة غير المسلمة التي كدول إسلامية من المفروض أن نحتذي بها, يناقش الشقيري خلال حلقات خواطر 5 العديد من المواضيع الاجتماعية والدينية والفكرية، التي تعرض بأسلوب جذاب للشباب في محاولة للارتقاء بهم وجعلهم شباباً مفكراً ومبدعاً في مجتمعه ومحيطه وضمن أسرته وأصدقائه وتظهر مقدمة البرنامج اليابانيين و هم في حياتهم العادية وتصاحبها بعض الآيات والأحاديث التي تحثنا على فعل تلك الأشياء.حيث أراد الشقيري في برنامج خواطر أن يحدث صدمة لدى الشعوب العربية في كيفية تعاطي الشعوب الأخرى، ومنها الشعب الياباني، مع تلك القيم العالمية لعلها تحدث التأثير المطلوب، وتخلخل بعض القناعات التي تقدس المخرجات الكمية للتعليم، في حين تغفل جوهر التعليم، وهو الرقي بمبادئ التطبيق والممارسة لما تعلمه الطالب من قيم ومهارات وأخلاق، وإلا فلا خير في تعليم لا يغير من سلوك الطلاب واتجاهاتهم وميولهم، في حين يحشر عقولهم بالمعلومات التي سرعان ما يزول أثرها بانتهاء الاختبارات ورمي الكتب في حاويات القمامة بل تفاعلت بعض الوزارات والمؤسسات الرسمية مع ما نشره برنامج خواطر في اليابان.

الجزء السادس: تم عرضه في رمضان عام 1431 هـ الموافق 2010م، عاد الداعية أحمد الشقيري في الجزء السادس ليقدم نصيحة إلى الشباب العربي بأسلوب بسيط وميسر ليساعدهم على فهم الدين بسهولة في مدة لا تزيد عن خمس دقائق. الإحسان أعلى مرتبة أخلاقية يصل إليها البشر، هذا ما اتخذه الشقيري كشعار للبرنامج حيث أنه يرى أن ندرة الإحسان في وقتنا الحالي من الأسباب الرئيسية لظهور الفارق الكبير بين الأمة الإسلامية وما يحدث فيها من ثورات وقتال من أجل الحياة بشرف وكرامة في مواجهة الطغيان، وبين الغرب وكيفية مواكبته في وقتنا الحالي. فيرى أن الإحسان في كل شيء حتى اللعب يسمو بالنفس البشرية إلى أعلى المراتب، وفي هذا العام اتجه الشقيري إلى تلك المقارنة لكي يوضح

أننا من قبل كنا منارة للعالم أجمع وأن التقدم الكبير للعالم الآخر لن يرجع إلى أسباب عرقية ولكن سببه الرئيسي القيم والمبادئ السامية التي هي أساس الحياة البشرية

ظهر الشقيري في الجزء الخامس ليقارن بين العالم العربي واليابان، ليعود في الجزء السادس ليكمل سلسلة المقارنات ولكن هذه المرة يقارن بين المسلمين وأنفسهم، وللمقارنة بين إبداع المسلمين في الماضي وحال المسلمين اليوم، لينقل ماضي المسلمين في العصور الإسلامية الذهبية وأيام العباسيين والأمويين وحياة المسلمين في الأندلس ,لم يكتف الشقيري بنقل الماضي فقط بل ينقل خلاله العديد من إبداعات المسلمين والاختراعات القديمة، لكنه أيضاً ينقل بعض إبداعات المسلمين في العصر الحاضر، ليبين الفرق بين الناس التي استخدمت عقولها بشكل صحيح وبين من أهملوا عقولهم

الجزء السابع : تم عرض الموسم السابع من البرنامج في رمضان عام 1432 هـ الموافق 2011م. بمحتوى نوعي جديد وبقالب متنوع ومتجدد، عرض خلال شهر رمضان الموسم السابع من البرنامج الشبابي التثقيفي والترفيهي خواطر, والذي تجوب عدسته هذه المرة بين عدة بلدان أوروبية وآسيوية وعربية. وبكلمة شوزوملار- التي تعني الحلول باللغة التركية - يلخص أحمد الشقيري معد ومقدم برنامج خواطر الموسم السابع الذي يصفه على أنه: موسم الحلول والمشاريع العملية[1].بدأ التحضير لخواطر 7 بعد رمضان الماضي، والتصوير بدأ في نوفمبر 2010 واستمر 6 أشهر بإجمالي ألف ساعة تصوير، وبقي فريق التصوير والإعداد أربعة أشهر كاملة خارج المملكة تم تصوير حلقات خواطر 7 في عدد من البلدان هي :فنلندا والدنمرك والنرويج وتركيا والصين والمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة وقطر ومصر، للاستفادة من تجارب تلك الدول في القضايا التي عمل البرنامج على معالجتها وإيجاد الحلول التطبيقية لها وجاء في برنامجه هذا العام واضعاً عنواناً وصفه بعض النقاد بالمضحك، إلا وهو سنة الحلول لمشاكل العالم العربي. حيث أوضح الشقيري أن خواطر 7 يأتي في موسم حساس في المنطقة العربية، لافتًا إلى أن البرنامج هذا العام لم تكن به مقارنات، وكان التركيز كله على طرح وإبراز حلول مختلفة في مجالات الحياة المختلفة على كافة المستويات .وأضاف أنه بدأ الإعداد للبرنامج في أكتوبر 2010، وكان مخططًا له أن يركز على قضية التعليم فقط، إلا أن فريق الإعداد وجد أن هذه القضية قد تكون مملة للجمهور، خاصة مع تناولها على مدار 30 حلقة, ما دفعهم إلى

التفكير في موضوعات أخرى كالمرور والمحاكم، والازدحام والسكن .ودعمت الأحداث التي شهدتها المنطقة العربية هذا التوجه، خاصة أن أحداث المنطقة العربية كانت تبحث عن الحياة الكريمة، فكان 60% من حلقات البرنامج تتركز حول فكرة الحياة الكريمة و40% ركزت على قضايا التعليم.

الجزء الثامن :تم عرضه في رمضان عام 1433 هـ الموافق لعام 2012 م على قناة الرسالة وmbc 1 وتلفزيون الشارقة وقناة الآن يهدف الشقيري من خلال البرنامج إبراز إبداعات الشباب وطاقاتهم من خلال تكليفهم بمهام تطوعية مختلفة ومتابعتهم خلال تنفيذها، بالإضافة إلى تشجيعهم وحثهم على بذل المزيد من الجهد من خلال مسابقات تقام بينهم. شعار أحمد الشقيري هو الشباب فيهم إحسان في خواطر 8 خلال رمضان حيث يثبت للعالم العربي أن الشباب بداخله بذور الخير، وذلك من خلال الأعمال التطوعية التي يقوم بها الشباب. وخلال هذا العام قام الشقيري بإجراء مسابقات مع فرق تطوعية من الأردن السعودية ومصر تنافسوا من خلالها على مهام محددة وهذه المهام لم تقتصر على البلدان العربية فقط بل تعدتها إلى دول أفريقية مثل كينيا وأوغندا.

الجزء التاسع : شعار البرنامج هذا الموسم هو الفكر حيث يبين البرنامج هذا الموسم أن الفكر يساعد على التقدم والنهضة .و شعاره يتفكرون.

الجزء العاشر: جاءت الفكرة في هذا الجزء للتأكيد على ما مضى من أجزاء لا نفيها لكنها عرضت سلبيات المجتمعات الغنية التي خرجت عن الصراط المستقيم, وشعار هذا الجزء هو "أهدنا الصراط المستقيم"

الإطار التطبيقي

أولا : تحليل وتفسير الجداول

1- تحليل الجداول البسيطة

المحور الأول: أولا التحليل البيانات الميدانية:

1- **الجنس:**

	التكرار	النسبة
ذكر	23	% 46
أنثى	7	% 54
المجموع	50	% 100

الجدول رقم 1: توزيع أفراد العينة حسب الجنس ويتضح من خلاله أن نسبة الإناث أعلى من نسبة الذكور والتي تقدر بـ 54 % **المعدل** 27 أنثى /50 مبحوث وتقدر نسبة الذكور 46 % بمعدل 23 ذكر /50 مبحوث وهذا ما يعني بأن الشباب مقلون على مشاهدة الفضائيات العربية عامة وقناة mbc 1 خاصة.

2- **السن:**

	التكرار	النسبة
من 18 إلى 23	13	% 26
من 24 إلى 29	30	% 60
من 30 إلى 35	7	% 14
المجموع	50	% 100

توزيع أفراد العينة حسب متغير السن يتضح من خلال الجدول 3 أن أعمار عينة الدراسة تتروح بين 18-35 وهذا يرجع إلى طبيعة الدراسة المتوجهة أساسا لدراسة البرامج الترفيهية في قناة mbc1 تأثرها على الشباب بالتالي تنحصر أعمالهم بين 18 سنة كأقل تقدير فيما يسمى الشباب الفتي، 35 سنة فيما يسمى بالشباب الناضج، ومما يلاحظ من خلال الجدول أن أكثر شباب العينة تتراوح أعمالهم ما بين 24-29 بنسبة 60 % تليها ما نسبته 26 % ممن أعمالهم

من 18-23 يليها 7 % ممن أعمالهم من 30-35 إلا أن هذه الفئات تختلف من حيث المستوى التعليمي.

3- المستوى التعليمي:

	التكرار	النسبة
ماستر	36	% 72
ليسانس	14	% 28
المجموع	50	% 100

المحور الثاني: عادات وأنماط مشاهدة قناة mbc1

4- هل تشاهد قناة mbc 1؟:

	التكرار	النسبة
دائما	40	% 80
أحيانا	5	% 10
نادرا	5	% 10
المجموع	50	% 100

يتبين من خلال الجدول بأن ما نسبته 80% من أفراد العينة يشاهدون دائما قناة mbc1 يليها 10 % ممن يشاهدها أحيانا و10 ممن يشاهدها نادرا.

5- ما هي الفترات التي تفضلها لمشاهدة القناة ؟ :

	التكرار	النسبة
صباحا	7	% 14
مساءا	26	% 52
ليلا	17	% 34
المجموع	50	% 100

يبين من خلال الجدول أن أكثر نسبة يفضل فيها المبحوثين المشاهدة هي فترة المساء بنسبة 52 % تليها فترة الليل 34 % ثم فترة الصباح بنسبة 14 %

كما يمكن أن نلاحظ من خلال الجدول أن فترات المشاهدة تختلف، بحيث ترتفع نسبة المشاهدة في الفترة المسائية وذلك لارتباطهم بدوم الدراسة بينما يشاهد الفترة الأخر في فترة الليل وذلك لعدم ارتباطهم بالعمل مقاعد الدراسة وتقل نسبة المشاهدة في الفترة الصباحية وذلك لعدم توفر الوقت وعدم المكوث في البيت لأغرض الدراسة أو العمل...الخ

6- ما عدد الساعات التي تقضيها في المشاهدة يوميا؟:

	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	8	% 16
1سا إلى أقل من 2سا	23	% 46
2سا إلى أقل من 3سا	15	% 30
3سا إلى أقل من 4سا	4	% 8
4سا إلى أقل من 5سا	0	% 0
5سا فما فوق	0	% 0
المجموع	50	% 100

مما هو ملاحظ من الجدول يتبين أن ما نسبته 46 % من أفراد العينة يشاهدون من 1سا إلى أقل من 2سا يوميا يليها 30 % من المبحوثين ممن يشاهدون من 2سا إلى أقل من 3سا يوميا.

كما يشاهد ما نسبته 16 % من المبحوثين في أقل من 4سا وتنعدم النسبة المشاهدة من 4 سا إلى 5سا فما فوق.

7- ما هي البرامج التي تحرص على مشاهدتها أكثر في قناة mbc 1؟:

	التكرار	النسبة
الأخبار		% 0
الأفلام	0	% 6
المسلسلات	310	% 20
المسابقات والجوائز	2	% 4
ترفيهية وتثقيفية	26	% 52
دينية	6	% 12
الغناء والمنوعات	3	% 6
المجموع	50	% 100

من خلال الجدول يتبين بأن أفراد العينة يشاهدون مختلف البرامج التي تبثا على قناة mbc1

وتحتل البرامج الترفيهية والتثقيفية أعلى نسبة من المشاهدة بنسبة 52 % تليها المسلسلات 20 % ثم الدينية بنسبة 12 % ثم تليها البرامج الغناء المنوعات والأخبار بنسبة 6% وتليها برامج المسابقات والجوائز بنسبة 4 % في الأخير تأتي الأخبار بنسبة 0 %

8- ما هي دوافعك لتفضيل هذه القناة ؟ :

	التكرار	النسبة
الموضوعات المعالجة	21	% 42
اللغة المشتركة	1	% 2
لأحدث الأفلام والمسلسلات	19	% 38
اهتمامها بالفن والمشاهير	9	% 18
أخرى	50	% 100

من خلال الجدول يتبين دوافع المبحوثين في مشاهدة قناة mbc1 متنوعة إذ نلاحظ أن عامل تقديمها لأحداث المواضيع كما تحتل اكبر نسبة 42 % ثم عامل تقديمها لأحدث الأفلام والمسلسلات بنسبة 38 % وهناك ما نسبته 18 % من أفراد العينة يشاهدون قناة mbc1 لدافع اهتمامها بالفن والمشاهير وهناك من يشاهدها بنسبة 2 % لدفع اللغة المشتركة.

المحور الثالث: مدى التعرض لبرنامج خواطر على mbc1

9- هل تشاهد برنامج خواطر الذي تعرضه في قناة mbc 1؟:

	التكرار	النسبة
دائما	34	% 68
أحيانا	9	% 18
نادرا	7	% 14
المجموع	50	% 100

من خلال الجدول يتبين بأن نسبة 68 % من أفراد العينة يشاهدون دائما برنامج خواطر على قناة mbc1 تليها ما نسبها 18 % ممن يشاهدها أحيانا و لا يشاهدها ما نسبته بشكل نادر.

10- هل تشاهد برنامج خواطر الذي تعرضه في قناة mbc 1؟:

	التكرار	النسبة
الجزء 1 خواطر شباب	8	% 16
الجزء 2 خواطر 2	2	% 4
الجزء 3 خواطر 3	0	% 0
الجزء 4 خواطر شباب	6	% 12
الجزء 5 خواطر شباب	17	% 34
الجزء 6 خواطر 6	0	% 0
الجزء 7 خواطر 7	1	% 2
الجزء 8 خواطر شباب	4	% 8
الجزء 9 يتفكرون	4	% 8
الجزء10 خواطر شباب	8	% 16
المجموع	50	% 100

يبين من خلال الجدول أن الجزء الخامس بعنوان اليابان يحتل أعلى مرتبة بنسبة 34% تليها الجزء الأول خواطر شاب والجزء 10 أهدنا الصراط المستقيم بنفس النسبة 16 % يليها الجزء الرابع فينا خير بنسبة 12 % يليها الجزء الثامن الشباب فيهم إحسان والجزء التاسع يتفكرون بنسبة 80 % تليها خواطر 2 بنسبة 4 % يليها خواطر 7 بنسبة 2% وفي الأخير الجزء 3 و6

11- منذ متى وأنت تشاهد البرنامج خواطر ؟:

	التكرار	النسبة
أقل من سنة	7	% 14
من سنة إلى أقل من 3 سنوات	23	% 34
من 3 سنوات إلى أقل من 6 سنوات	15	% 32
من 6 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	4	% 20
المجموع	50	% 100

يبين من خلال الجدول أن ما نسبته 34 % من أفراد العينة شاهدو برنامج خواطر من سنة إلى أقل من 3 سنوات تليها ما نسبته 32 % من أفراد العينة شاهدها من 3 سنوات إلى أقل من 6 سنوات تليها ما نسبته 20 % من أفراد العينة شاهدها من 6 سنوات إلى أقل من 10 سنوات وفي الأخير ما نسبته 14 % ممن شاهدها من أقل من سنة.

12- مع من تفضل مشاهد برنامج خواطر ؟:

	التكرار	النسبة
العائلة	24	% 48
الأصدقاء	12	% 24
بمفردك	14	% 28
المجموع	50	% 100

نلاحظ من خلال الجدول بأن ما نسبة 48 % من أفراد العينة يفضلون المشاهدة مع العائلة يليها ما نسبته 28% ممن يفضلون المشاهدة بمفردهم كما أن ما نسبته 24 % يفضلون المشاهدة مع الأصدقاء.

المحور الرابع: الآثار والسلوكيات.

13- هل اثر فيك برنامج خواطر؟:

	التكرار	النسبة
بشكل كبير	33	% 66
نوعا ما	17	% 34
لم يؤثر	0	% 0
المجموع	50	% 100

من خلال الجدول نلاحظ أن اكبر نسبة من المبحوثين التي تقدر بـ 66% ترى البرامج الترفيهية تؤثر بشكل كبير تليها نسبة 34 % من أفراد العينة ترى بأنها تأثر نوعا ما وتليها نسبة 0 % ممن أجابوا بلم يؤثر.

14- هل فتح لك هذا البرنامج مجالا لاكتساب المعارف ؟ :

	التكرار	النسبة
نعم	50	% 100
لا	0	% 0
المجموع	50	% 100

من خلال الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة من المبحوثين أجابوا بنعم بنسبة 100% و0 % أجابوا بلا.

15- نوع المعارف المكتسبة؟ :

	التكرار	النسبة
دينية	18	% 36
ثقافية	23	% 46
تربوية	7	% 14
اجتماعية	2	% 4
اقتصادية	0	% 0

سياسية	0	% 0
المجموع	50	% 100

يبين من خلال الجدول نوع المعارف المكتسبة من برنامج خواطر على قناة mbc1 واعلي نسبة تمثلتا في المعارف الثقافية بـ 46% وتليها الدينية بنسبة 36 % وتليها المعارف التربوية بنسبة 14 % ثم الاجتماعية بنسبة 4 % وتنعدم النسبة في المعارف الاقتصادية والسياسية.

المحور الخامس: آراء المبحوثين من البرنامج.

16- هل تري أن مدة البرنامج كافية لمعالجة المواضيع المطروحة ؟:

	التكرار	النسبة
نعم	26	% 52
لا	24	% 48
المجموع	50	% 100

يتبين من خلال الجدول يتبين بأن أكبر نسبة ترى بأن مدة البرنامج كافية لطرح المواضيع وتقدر بـ 52 % أما الذين أجابوا بأن المدة غير كافية فتقدر بـ 48 %

17- ما رأيك في المواضيع المطروحة ؟ :

	التكرار	النسبة
جيدة	50	% 100
سطحية	0	% 0
المجموع	50	% 100

يتبين من خلال الجدول بأن اكبر نسبة ترى بأن المواضيع المطروحة جيدة بنسبة 100% ولا يوجد نسبة ترى بأنها سطحية.

18- هل تعتقد بأنه كاف للهدف التوعوي الديني أم يحتاج إلى بدائل ؟

	التكرار	النسبة

كاف	44	% 88
يحتاج إلى بدائل	6	% 12
المجموع	50	% 100

يتبين من خلال الجدول بأن نسبة المبحوثين الذين يعتقدون بأن برنامج خواطر كافي للهدف التوعوي والتي تقدر بـ 88% تليها 12 % من المبحوثين الذين يعتقدون بأنها غير كافية، وعموما فإن النسبة المعتبرة للذين يرون بأنها كافية للهدف التوعوي تعبر على أنها برامج ناجحة.

2- تحليل الجداول المركبة

المحور الثاني: عادات و دوافع مشاهدة الشباب لقناة MBC 1 :

الجدول 1 : أ- توزيع أفراد العينة حسب درجة مشاهدة قناة MBC 1 من حيث متغير الجنس

الجنس	النسبة والتكرار	الاحتمالات			المجموع
		دائما	احيانا	نادرا	
ذكر	التكرار	18	3	3	24
	النسبة	36,0 %	6,0%	6,0%	48,0%
انثى	التكرار	23	2	1	26
	النسبة	46,0 %	4,0%	2,0%	52,0%
المجموع	التكرار	41	5	4	50
	النسبة	82,0 %	10,0 %	8,0%	100,0%

التحليل الكمي:

من خلال الجدول رقم (01) : يتبين أن ما نسبته 82 % من أفراد العينة يشاهدون دائما قناة MBC1 يليها 10 % ممن يشاهدها أحيانا و يشاهدها ما نسبته 8 % نادرا ، كما أن القراءة الجدولية تبين أن ما نسبته 46% تمثل الإناث يشاهدن قناة MBC1 بشكل دائم تليها 6% من الذكور يشاهدون القناة أحيانا تليها 4 % من الإناث أما درجة المشاهدة بصفة نادرة 6% من الذكور وتمثل 2% من الإناث .

التحليل الكيفي:

وكما هو ملاحظ ترتفع نسبة مشاهدة قناة MBC1 وذلك بنسبة 46% بالنسبة للإناث، ويعود ذلك بسبب أنه عادة ما يمكثن بالمنازل مما يسمح بارتفاع نسبة المشاهدة وكذا يتابع قناة MBC1 كل من الذكور والإناث أحيانا أي حسب الظروف والوقت المتوفر فهم غير مدمنين بصفة دائمة على متابعة قناة MBC1، ويرى بعض المبحوثين أنهم نادرا ما يتابعون القناة ، أي أنه لا يشكل نقطة أساسية في تنظيم الوقت اليومي لديهم

االجدول 1: ب- توزيع أفراد العينة حسب درجة مشاهدة قناة MBC 1 من حيث متغير السن

السن	النسبة والتكرار	الاحتمالات			المجموع
		دائما	أحيانا	نادرا	
18-23	التكرار	13	1	0	14
	النسبة	26,0 %	2,0%	0,0%	28,0%
24-29	التكرار	26	1	2	29
	النسبة	52,0 %	2,0%	4,0%	58,0%
30-35	التكرار	2	3	2	7
	النسبة	4,0%	6,0%	4,0%	14,0%
المجموع	التكرار	41	5	4	50
	النسبة	82,0	10,0	8,0%	100,0%

		%	%		

التحليل الكمي: يتبين من خلال الجدول أن ما نسبته 52 % ممن يشاهدها دائما حيث تتراوح أعمارهم ما بين (18 – 23) تليها 26 % تتراوح اعمارهم بين (24-29) ، وأخيرا ما نسبته 4% حيث تتراوح الفئة العمرية مابين (30 – 35) ويتبين أيضا أن ما نسبته 6% يشاهدون قناة MBC1 أحيانا ، حيث تتراوح أعمارهم مابين (18- 23) تليها ما نسبته 2% حيث الفئة العمرية تنحصر مابين (24 -35) وأن ما ما نسبته 4 % يشاهدون القناة نادرا حيث تتراوح أعمارهم مابين (24-29)

التحليل الكيفي :

يمكن تفسير درجة مشاهدة قناة MBC1 ، حيث متغير السن كما أن المبحوث يتبع قناة MBC1 لأسباب هي :

1- ملأ وقت الفراغ
2- الإطلاع واكتشاف ما تنقله وسائل الإعلام الجماهيرية
3- إشباع الحاجات النفعية والاجتماعية .
4- سرعة قناة MBC1 في تغطية الأحداث والمواضيع .

الجدول 2: أ- توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات المشاهدة من حيث متغير الجنس

الجنس	النسبة والتكرار	الاحتمالات				المجموع
		اقل من ساعة	من 1سا – اقل من 2سا	من 2 سا – اقل من 3سا	من 3 سا – اقل من 4 سا	
ذكر	التكرار	6	11	6	1	24
	النسبة	12,0 %	22,0%	12,0%	2,0%	48,0%
انثى	التكرار	2	11	10	3	26
	النسبة	4,0%	22,0%	20,0%	6,0%	52,0%
المجموع	التكرار	8	22	16	4	50
	النسبة	16,0 %	44,0%	32,0%	8,0%	100,0 %

التحليل الكمي: من خلال الجدول رقم (02) يتبين أن ما نسبته 44% من أفراد يشاهدون من (1سا – 2 سا) يوميا ، يليها 32 % من المبحوثين ممن يشاهدون من (2 سا – أقل من 3 ساعات) كما يشاهد ما نسبته 6% من أفراد العينة ممن يشاهدون لأقل من ساعة تليها 8 % ممن يشاهد يوميا من ثلاث ساعات الى اقل من 4 ساعات ومما هو ملاحظ أيضا أن عدد ساعات المشاهدة متساوية عند كل من الذكور والإناث بنسبة 22 % من 1 سا الى 2 سا

تليها نسبة الإناث بنسبة 20 % وتنخفض عند الذكور بنسبة 12% كما تنخفض نسبة عدد ساعات المشاهدة يوميا لأقل من ساعة بنسبة 12%عند الذكور 4 % عند الإناث و تكاد تنعدم نسبة المشاهدة من 3 سا إلى 4 ساعات عند كل من الإناث بنسبة 6 % تليها نسبة 2% عند الذكور

التحليل الكيفي: يمكن تفسير عدد ساعات المشاهدة المرتفعة النسبة عند الإناث من 1سا إلى أقل من 3سا و ذلك لأسباب :

1- نوع النشاط الممارس داخل المنزل.
2- عدد ساعات المكوث في البيت يؤدي لزيادة ارتفاع عدد ساعات المشاهدة

و تقل عند الذكور و ذلك لأسباب هي:

1- نوع النشاط الممارس خارج المنزل أو داخله.
2- عدد ساعات ممارسة النشاط ،حيث تقل عدد ساعات المشاهدة بارتفاع عدد ساعات العمل

الجدول 2: ب- توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات المشاهدة من حيث متغير السن

السن	النسبة والتكرار	الاحتمالات				المجموع
		اقل من ساعة	من 1سا - اقل من 2سا	من 2 سا - اقل من 3سا	من 3 سا - اقل من 4 سا	
18-23	التكرار	2	7	4	1	14
	النسبة	4,0%	14,0%	8,0%	2,0%	28,0 %
24-29	التكرار	5	11	10	3	29
	النسبة	10,0 %	22,0%	20,0%	6,0%	58,0 %
30-35	التكرار	1	4	2	0	7
	النسبة	2,0%	8,0%	4,0%	0,0%	14,0 %
المجموع	التكرار	8	22	16	4	50

	النسبة	16,0 %	44,0%	32,0%	8,0%	100,0 %

التحليل الكمي: نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينية الذين تنحصر أعمارهم من (24-29)تمثل نسبة 22% ممن يشاهدون القناة من 1 ساعة إلى أقل من 2 سا تليها نسبة 14% ممن يشاهدون القناة ما بين(18 – 23) من 1 سا إلى أقل من 2 ساعة ، وتليها 8% من أفراد العينة بين (30 – 35 سنة) وكذلك نلاحظ أن أفراد العينة ما بين (24 -29 سنة) يشاهدون القناة لمدة ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات تليها 8% من أفراد العينة بين (18- 23 سنة) وتليها ما نبثها 4% من أفراد المبحوثين بين (30-35سنة) أما فيما يخص أقل من ساعة فأفراد العينة تكون بين (24-29 سنة) تليها 4% من أفراد العينة بين (18-23 سنة) وتليها ما نسبتها 2% من أفراد العينة بين (30-35 سنة)

التحليل الكيفي:

يمكن أن نفسر عدد ساعات مشاهدة قناة MBC1 حسب متغير السن لأسباب وهي:

1- الارتباط بالدراسة مما يقلل من عدد ساعات المشاهدة
2- ملئ الفراغ
3- التسلية و الترفيه من البامج المعروضة في قناة MBC1
4- الإدمان عل مشاهدة برامج القناة
5- دافع الفضول وحب الإطلاع على كل ما هو جديد

الجدول 3 :أ-توزيع أفراد العينة حسب دوافع تفضيلهم لقناة من حيث متغير الجنس

الجنس	النسبة والتكرار	الاحتمالات				المجموع
		الموضوعات المعالجة	اللغة المشتركة	تقديمها لاحدث الافلام والمسلسلات	اهتمامها بالفن والمشاهير	
ذكر	التكرار	10	1	8	5	24
	النسبة	20,0%	2,0%	16,0%	10,0%	48,0%
انثى	التكرار	10	0	11	5	26
	النسبة	20,0%	0,0%	22,0%	10,0%	52,0%
المجموع	التكرار	20	1	19	10	50
	النسبة	40,0%	2,0%	38,0%	20,0%	100,0%

التحليل الكمي:

من خلال الجدول رقم 3 يتبين أن دوافع المبحوثين في مشاهدة قناة MBC1 متنوعة ، إذ نلاحظ أن عامل الموضوعات المعالجة تحتل أكبر نسبة قدرت ب 40 % يليها تقديمها لأحدث الأفلام و المسلسلات بنسبة 38% و هناك ما نسبته 20% من أفراد العينة يشاهدون قناة MBC1 لدافع اهتمامها بالفن والمشاهير هناك ما نسبته 2% يشاهدها لدافع اللغة المشتركة و نلاحظ أيضا أن نسبة الإناث أكبر من الذكور بنسبة 22% بدافع تتبعها للأفلام و المسلسلات ، أما الذكور بنسبة 16% و النسب متساوية لكل ن الذكور والإناث في دافع تفضيلهم لقناة MBC1 في الموضوعات المعالجة واهتمامهم بالفن و المشاهير

التحليل الكيفي:

يمكن تفسير اختلاف و تنوع مشاهدة قناة MBC1 إلى تنوع برامج القناة مما يسمح باستقطاب المشاهدين من كلا الجنسين كما يعود ذلك إلى خصوصية فئة الشباب الذين يمتلكون خصوصيات نفسية واجتماعية وبيولوجية و الرغبة في الإطلاع و حب الاكتشاف لكل ما تنقله وسائل الإعلام الجماهيرية ، و يمكن تفسير هذه النتائج حسب الاشباعات المحققة لكل واحد من مشاهديها لأسباب التالية:1- 1 1- التسلية وملئ الفراغ و السرعة في تغطية الأحداث

الجدول 3: ب- توزيع أفراد العينة حسب دوافع تفضيلهم لقناة من حيث متغير السن

السن	النسبة والتكرار	الاحتمالات				المجموع
		الموضوعات المعالجة	اللغة المشتركة	تقديمها لاحدث الافلام والمسلسلات	اهتمامها بالفن والمشاهير	
18-23	التكرار	5	0	6	3	14
	النسبة	10,0%	0,0%	12,0%	6,0%	28,0 %
24-29	التكرار	11	1	12	5	29
	النسبة	22,0%	2,0%	24,0%	10,0%	58,0 %
30-35	التكرار	4	0	1	2	7
	النسبة	8,0%	0,0%	2,0%	4,0%	14,0 %
المجموع	التكرار	20	1	19	10	50
	النسبة	40,0%	2,0%	38,0%	20,0%	100,0 %

التحليل الكمي:

يبين الجدول أن أعمار الدراسة تتراوح ما بين (18-35) وهذا يرجع إلى طبيعة الدراسة المتوجهة أساسا لدراسة البرامج الترفيهية و تأثيرها على الشباب و باتالي تنحصر أعمارهم كأقل تقدير بين (18-35 سنة) و مما هو ملاحظ من خلا الجدول أن أكثر شباب العينة تتراوح أعمارهم ما بين (24-29 سنة) بنسبة 58 % يليها ما نسبته 28 % ممن أعمارهم بين (18-23

سنة) يليها ما نسبته 14% أعمارهم بين (30-35 سنة) ، ومما هو ملاحظ في الجدول أن أكبر دافع لتفضيل قناة MBC1 هو تقديمها لأحدث المسلسلات والأفلام بنسبة 24 % من أفراد العينة التي تنحصر أعمارهم بين(24-29 سنة) تليها 12% تتراوح أعمارهم بين (18-23 سنة) وتليها 2 % من أفراد العينة تتراوح أعمارهم من (30-35 سنة) وفيما يخص في تقديمها للموضوعات المعالجة فنجد ما نسبته 22% من أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين (18-23-سنة) و أخيرا 8% من أفراد المبحوثين بين (30-35 سنة)أما في اهتمامهم بالفن و المشاهير فما نسبته 10% تنحصر عند أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين (24-29 سنة) و 6% من أفراد المبحوثين بين (18-23 سنة)

التحليل الكيفي:

يمكن تفسير اهتمامات الشباب حسب الفئة العمرية باختلاف مطالبه ويمكن استنتاج الأسباب التالية:

1- الخصوصيات النفسية و الاجتماعية لكل فرد .

2- تراجع نسبة معتبرة من الشباب و الذين تتراوح أعمارهم بين (30-35 سنة)

إلى كون الشباب في هذه الفترة عادة ما يكون مندمجين ضمن الحياة المهنية.

3- ارتباطهم بالدوام المدرسي و هذا يؤثر على نسبة مشاهدة القناة

الجدول 3:أ-توزيع أفراد العينة حسب دوافع تفضيلهم لقناة من حيث متغير الجنس

الجنس	النسبة والتكرار	الاحتمالات				المجموع
		الموضوعات المعالجة	اللغة المشتركة	تقديمها لاحدث الافلام والمسلسلات	اهتمامها بالفن والمشاهير	
ذكر	التكرار	10	1	8	5	24
	النسبة	20,0%	2,0%	16,0%	10,0%	48,0%
انثى	التكرار	10	0	11	5	26
	النسبة	20,0%	0,0%	22,0%	10,0%	52,0%

المجموع	التكرار	20	1	19	10	50
	النسبة	40,0%	2,0%	38,0%	20,0%	100,0 %

التحليل الكمي:

من خلال الجدول رقم 3 يتبين أن دوافع المبحوثين في مشاهدة قناة MBC1 متنوعة ، إذ نلاحظ أن عامل الموضوعات المعالجة تحتل أكبر نسبة قدرت ب 40 % يليها تقديمها لأحدث الأفلام و المسلسلات بنسبة 38% و هناك ما نسبته 20% من أفراد العينة يشاهدون قناة MBC1 لدافع اهتمامها بالفن والمشاهير هناك ما نسبته 2% يشاهدها لدافع اللغة المشتركة و نلاحظ أيضا أن نسبة الإناث أكبر من الذكور بنسبة 22% بدافع تتبعها للأفلام و المسلسلات ، أما الذكور بنسبة 16% و النسب متساوية لكل ن الذكور والإناث في دافع تفضيلهم لقناة MBC1 في الموضوعات المعالجة واهتمامهم بالفن و المشاهير

التحليل الكيفي:

يمكن تفسير اختلاف و تنوع مشاهدة قناة MBC1 إلى تنوع برامج القناة مما يسمح باستقطاب المشاهدين من كلا الجنسين كما يعود ذلك إلى خصوصية فئة الشباب الذين يمتلكون خصوصيات نفسية واجتماعية وبيولوجية و الرغبة في الإطلاع و حب الاكتشاف لكل ما تنقله وسائل الإعلام الجماهيرية ، و يمكن تفسير هذه النتائج حسب الاشباعات المحققة لكل واحد من مشاهديها لأسباب التالية:1- 1 1- التسلية وملئ الفراغ

الجدول 3: ب- توزيع أفراد العينة حسب دوافع تفضيلهم لقناة من حيث متغير السن

السن	النسبة والتكرار	الاحتمالات				المجموع
		الموضوعات المعالجة	اللغة المشتركة	تقديمها لاحدث الافلام والمسلسلات	اهتمامها بالفن والمشاهير	
18-23	التكرار	5	0	6	3	14
	النسبة	10,0%	0,0%	12,0%	6,0%	28,0 %
24-29	التكرار	11	1	12	5	29
	النسبة	22,0%	2,0%	24,0%	10,0%	58,0 %
30-35	التكرار	4	0	1	2	7
	النسبة	8,0%	0,0%	2,0%	4,0%	14,0 %
المجموع	التكرار	20	1	19	10	50
	النسبة	40,0%	2,0%	38,0%	20,0%	100,0 %

التحليل الكمي:

يبين الجدول أن أعمار الدراسة تتراوح ما بين (18-35) وهذا يرجع إلى طبيعة الدراسة المتوجهة أساسا لدراسة البرامج الترفيهية و تأثيرها على الشباب و باتالي تنحصر أعمارهم كأقل تقدير بين (18-35 سنة) و مما هو ملاحظ من خلا الجدول أن أكثر شباب العينة تتراوح أعمارهم ما بين (24-29 سنة) بنسبة 58 % يليها ما نسبته 28 % ممن أعمارهم بين (18-23 سنة) يليها ما نسبته 14% أعمارهم بين (30-35 سنة) ، ومما هو ملاحظ في الجدول أن أكبر دافع لتفضيل

قناة MBC1 هو تقديمها لأحدث المسلسلات والأفلام بنسبة 24 % من أفراد العينة التي تنحصر أعمارهم بين(24-29 سنة) تليها 12% تتراوح أعمارهم بين (18-23 سنة) وتليها 2 % من أفراد العينة تتراوح أعمارهم من (30-35 سنة) وفيما يخص في تقديمها للموضوعات المعالجة فنجد ما نسبته 22% من أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين (18-23- سنة) و أخيرا 8% من أفراد المبحوثين بين (30-35 سنة)أما في اهتمامهم بالفن و المشاهير فما نسبته 10% تنحصر عند أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين (24-29 سنة) و 6% من أفراد المبحوثين بين (18-23 سنة)

التحليل الكيفي : يمكن تفسير اهتمامات الشباب حسب الفئة العمرية باختلاف مطالبه ويمكن استنتاج الأسباب التالية:

1- الخصوصيات النفسية و الاجتماعية لكل فرد.

2- تراجع نسبة معتبرة من الشباب و الذين تتراوح أعمارهم بين (30-35 سنة)

إلى كون الشباب في هذه الفترة عادة ما يكون مندمجين ضمن الحياة المهنية.

3- ارتباطهم بالدوام المدرسي و هذا يؤثر على نسبة مشاهدة القناة

المحور الثالث: مدى التعرض لبرنامج خواطر على قناة MBC1

الجدول 4: ا- توزيع أفراد العينة حسب درجة مشاهدة برنامج خواطر على قناة MBC 1 من حيث متغير الجنس

الجنس	النسبة والتكرار	الاحتمالات		المجموع
		دائما	احيانا	
ذكر	التكرار	17	7	24
	النسبة	34,0 %	14,0 %	48,0%
أنثى	التكرار	24	2	26
	النسبة	48,0 %	4,0%	52,0%
المجموع	التكرار	41	9	50

	النسبة	82,0 %	18,0 %	100,0 %

التحليل الكمي: نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 82% من أفراد العينة يشاهدون دائما برنامج خوطر على قناة MBC1 تليها 18% ممن يشاهدون أحيانا ، كما أن نسبة 48 % من الإناث تشاهد برنامج خواطر بصفة دائمة و مستمرة ،تليها 34 %من الذكور أما فيما يخص تتبع البرنامج أحيانا فما نسبته 14% تكون ذكور و 4% إناث.

التحليل الكيفي: يمكن توضيح وتفسير درجة المشاهدة لبرنامج خواطر وتتبعه على قناة MBC1 للأسباب التالية:

1- برنامج ترفيهي و تثقيفي و ديني

2- المساهمة في التوعية

3- لأنه برنامج يدعو إلى التحلي بالأخلاق

4- برنامج يستعمل الخطاب الديني

5- يستعمل أسلوب إقناعي و مباشر

الجدول 4: ب- توزيع أفراد العينة حسب درجة مشاهدة برنامج خواطر على قناة MBC 1 من حيث متغير السن

السن	النسبة والتكرار	الاحتمالات		المجموع
		دائما	أحيانا	
18-23	التكرار	13	1	14
	النسبة	26,0 %	2,0%	28,0%
24-29	التكرار	26	3	29
	النسبة	52,0 %	6,0%	58,0%
30-35	التكرار	2	5	7
	النسبة	4,0%	10,0	14,0%

			%	
المجموع	التكرار	41	9	50
	النسبة	82,0 %	18,0 %	100,0 %

التحليل الكمي:

يتبين من خلال الجدول أن ما نسبته 52% مما يشاهدون دائما برنامج خواطر حيث تتراوح أعمارهم ما بين (24-29 سنة) يليها 26% ممن تتراوح أعمارهم بين (18-23 سنة) تليها 4% ممن تتراوح أعمارهم (30-35 سنة) أما فيما يخص تتبع المبحثين لبرنامج خواطر أحيانا 10% ممن تتراوح أعمارهم بين (30-35 سنة) يليها 6% ممن تتراوح أعمارهم (24-29 سنة) و 2% ممن تتراوح أعمارهم (18-23 سنة)

التحليل الكيفي: يمكن توضيح مشاهدة برنامج خواطر و تتبعه على قناة MBC 1 من حيث السن الذي ينحصر في الفئة العمرية بين (18-35 سنة) للأسباب هي:

1- الوعي في تتبع برنامج خواطر

2- اهتمام الشباب بالبرنامج لأنه ترفيهي و تثقيفي

3- المواضيع التي يعالجها البرنامج يخدم الشباب

4-طريقة و أسلوب مقدم البرنامج في إيصال المعلومة للمشاهد

الجدول 5: ا- توزيع أفراد العينة حسب أهمية الأجزاء في البرنامج من حيث متغير الجنس

الجنس	النسبة التكرار	الاحتمالات							
		الجزء الاول	الجزء الثاني	الجزء الرابع	الحزء الخامس	الجزء الثامن	الجزء التاسع	الجزء العاشر	المجموع
ذكر	التكرار	3	1	4	8	0	5	5	24
	النسبة	6,0%	2,0%	8,0%	16,0 %	0,0%	10,0 %	10,0 %	48,0%
انثى	التكرار	5	1	2	9	4	4	4	26
	النسبة	10,0%	2,0%	4,0%	18,0	8,0%	8,0%	8,0%	52,0%

					%				
المجموع	التكرار	8	2	6	17	4	4	9	50
	النسبة	16,0%	4,0%	12,0 %	34,0 %	8,0%	8,0%	18,0 %	100,0 %

التحليل الكمي: نلاحظ من خلال الجدول أن الجزء الذي أثار اهتمام أفراد العينة هو الجزء الخامس بنسبة 34% تليها الجزء العاشر بنسبة 18% ،تليها 16 % للجزء الأول تليها 12% للجزء الرابع و تليها ما نسبة 8% للجزأين الثامن والتاسع ، أما فيما يخص متغير الجنس فالجزء الخامس بنسبة 10% من الإناث تليها 16% من الذكور أما الجزء الأول فنسبته **10%** من الإناث و تليها 6% من الذكور أما فيما يخص الأجزاء الأخرى فهي متفاوتو بدرجات فقط.

التحليل الكيفي:

يمكن تفسير الجزء الذي أثار اهتمام أفراد العينة على أنه جزء من برنامج خواطر و هذا الجزء الخامس بعنوان اليابان حيث سلّط هذا البرنامج الضوء على إيجابيات الدول الغير المسلمة و تعرض أسلوبا جذابا في هذا الجزء و يحاول جعل الشباب مفكرا ومبدعا وأكثر ارتقاء.

الجدول 5: ب- توزيع أفراد العينة حسب أهمية الأجزاء في البرنامج من حيث متغير السن

السن	النسبة والتكرار	الاحتمالات							
		الجزء الاول	الجزء الثاني	الجزء الرابع	الحزء الخامس	الجزء الثامن	الجزء التاسع	الجزء العاشر	المجموع
18-23	التكرار	2	1	2	4	2	1	2	14
	النسبة	4,0%	2,0%	4,0%	8,0%	4,0%	2,0%	4,0%	28,0%
24-29	التكرار	4	1	3	10	2	2	7	29
	النسبة	8,0%	2,0%	6,0%	20,0%	4,0%	4,0%	14,0%	58,0%
30-35	التكرار	2	0	1	3	0	1	0	7
	النسبة	4,0%	0,0%	2,0%	6,0%	0,0%	2,0%	0,0%	14,0%
المجموع	التكرار	8	2	6	17	4	4	9	9

	النسبة	16,0%	4,0%	12,0%	34,0%	8,0%	8,0%	18,0%	18,0%

التحليل الكمي :

نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم (24-29 سنة) بنسبة 20% تليها 8% من (18-23-سنة) و تليها ما نسبته 8% من(18-23 سنة) و تليها من (30-35 سنة) تمثلت في الجزء الخامس و 14% من (24-29 سنة تليها 4% من (18-23 سنة) و بقيه الأجزاء متقاربة النسب من أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين (18-35 سنة)

التحليل الكيفي:

يمكن تفسير درجة تأثير برنامج خواطر من خلال أجزائه العشر بحيث يتم عرض البرنامج ببساطة الأسلوب و التقديم كما أن أجزائه تغطي المواضيع الاجتماعية و الدينية و الترفيهية و الفكرية بطريقة جذابة لمساعدة الشباب على تنمية معرفتهم و فهمهم للعالم و إيمانهم و كيفية تعاملهم بطريقة مبتكرة مع التحديات التي تواجههم و كذا تناول التحديات التي تواجه بلدانهم و العالم بأسره

المحور الرابع : الآثار المعرفية الوجدانية و السلوكية لبرنامج خواطر

الجدول 6: ا- يوضح درجة تأثير برنامج خواطر على أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	النسبة والتكرار	الاحتمالات		المجموع
		بشكل كبير	نوعا ما	
ذكر	التكرار	15	9	24
	النسبة	30,0 %	18,0 %	48,0%
انثى	التكرار	19	7	26

	النسبة	38,0 %	14,0 %	52,0%
المجموع	التكرار	34	16	50
	النسبة	68,0 %	32,0 %	100,0%

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 68% ترى بأن برنامج خواطر يؤثر بشكل كبير ،تليها ما نسبته 32% ترى بأنه يؤثر نوعا ما، و من خلال ملاحظة النسب وفق متغير الجنس نجد آن نسبة الإناث أكبر نسبة حيث قدرت ب 38 % من حيث التأثير الكبير للبرنامج تليها ما نسبته 30% من الذكور ، أم إذا كانت درجة التأثير نوعا ما فنسبة الذكور 18% تليها الإناث ب 14%

التحليل الكيفي : يمكن تفسير درجة تأثير برنامج خواطر على أفراد العينة حسب متغير الجنس لأنه برنامج يتابعه كل من الذكور و الإناث بصفة عامة و هو لقي رواجا كبيرا من حيث الآثار المعرفية و الوجدانية و حتى السلوكية كما استحوذ برنامج خواطر على عقول الشباب لأنه يبث في شهر رمضان الفضيل حيث يركز على القيم و المواضيع الحساسة و الاجتماعية و الاقتصادية و كل ما يرى فيه المشاهد و إشباع حاجاته

الجدول 6: ب- درجة تأثير برنامج خواطر على أفراد العينة حسب متغير السن

السن	النسبة والتكرار	الاحتمالات		المجموع
		بشكل كبير	نوعا ما	
18-23	التكرار	9	5	14
	النسبة	18,0 %	10,0 %	28,0%
24-29	التكرار	20	9	29
	النسبة	40,0	18,0	58,0%

		%	%	
30-35	التكرار	5	2	7
	النسبة	10,0 %	4,0%	14,0%
المجموع	التكرار	34	16	50
	النسبة	68,0 %	32,0 %	100,0%

التحليل الكمي:

يتبين من خلال الجدول أن درجة تأثير برنامج خواطر على الشباب تكون بشكل كبير بنسبة 40 % ممن تتراوح أعمارهم بين (24-29 سنة) يليها 18 % ممن أعمارهم (18 – 23 سنة) تليها ما نسبتها 10 % من أفراد العينة التي تتراوح أعمارهم بين 38- 35 سنة أما درجة الثانية تكون نوعا ما بنسبة 18 % مما تتراوح أعمارهم بين (24 – 29 سنة) تليها 10% من (18 – 23 سنة) ، وتليها 4 % من (30 – 35 سنة)

التحليل الكيفي :

يمكن توضيح درجة التفاوت في التأثير لبرنامج خواطر من حيث أعمار أفراد العينة وذلك لأن البرنامج لا يخصص الفئة العمرية المشاهدة وإنما استوفت شروطه في بث البرنامج من حيث الترفيه والثقافة والمعلومات المكتسبة .....الخ .

كما أن برنامج خواطر استطاع من خلال بثه للبرامج وقضايا الشباب العربي وكيفية الدفاع عن الحملات الغربية ومن هذا يمكن البرنامج من تحقيق النجاح الكبير في التأثير على الشباب العربي حيث اعتمدت على الأسلوب البسيط.

الجدول 7: ا- توزيع أفراد العينة حسب نوع المعلومات المكتسبة من حيث متغير الجنس

الجنس	النسبة والتكرار	الاحتمالات				المجموع
		دينية	ثقافية	تربوية	اجتماعية	
ذكر	التكرار	9	10	3	2	24
	النسبة	18,0	20,0	6,0%	4,0%	48,0%

		%	%			
أنثى	التكرار	8	13	4	1	26
	النسبة	16,0 %	26,0 %	8,0%	2,0%	52,0%
المجموع	التكرار	17	23	7	3	50
	النسبة	34,0 %	46,0 %	14,0 %	6,0%	100,0 %

التحليل الكمي : نلاحظ من خلال الجدول أن نوع المعلومات المكتسبة الأكبر نسبة تمثلت في المعلومات الثقافية بنسبة 46% تليها ما نسبتها 34 % من المعلومات الدينية وتليها 14 % من التربوية ، وتليها 6 % من المعلومات الاجتماعية ، أما فيما يخص متغير الجنس فأكبر نسبة 26% إناث تكتسب المعلومات الثقافية وتليها 20 % ذكور أما الدينية فنسبة 18 % ذكور و 16 % إناث أما التربوية فالإناث نسبتها 8% أما الذكور 6 % وفيما يخص المواضيع الإجتماعية فنسبة الذكور 4 % تليها نسبة الإناث ب 2 % .

التحليل الكيفي :

تعود النسبة العالية للأفراد الذين يكتسبون معلومات متعلقة بالثقافة لاكتساب المعلومات والمفردات الشرقية وتحسين المستوى كما يمكن تفسير المعلومات الدينية كالتخلص من السلبيات والتحلي بالقيم والسلوكيات أما التربوية فهي تحسن من طريقته التعامل مع الناس وغيرها أما الاجتماعية فهي كل المواضيع التي تخص الشباب وتطرح بأساليب بسيطة ويعالج برنامج خواطر كل المواضيع الاجتماعية التي تمس المجتمع العربي

الجدول 7: ب- توزيع أفراد العينة حسب نوع المعلومات المكتسبة من حيث متغير السن

السن	النسبة	الاحتمالات	المجموع

	والتكرار	دينية	ثقافية	تربوية	اجتماعية	
18-23	التكرار	4	7	3	0	14
	النسبة	8,0%	14,0%	6,0%	0,0%	28,0%
24-29	التكرار	9	15	2	3	29
	النسبة	18,0%	30,0%	4,0%	6,0%	58,0%
30-35	التكرار	4	1	2	0	7
	النسبة	8,0%	2,0%	4,0%	0,0%	14,0%
المجموع	التكرار	17	23	7	3	50
	النسبة	34,0%	46,0%	14,0%	6,0%	100,0%

التحليل الكمي :

نلاحظ من خلال الجدول أن النسبة الأعلى في اكتساب المعارف الثقافية هي التي تتراوح أعمارهم ما بين (24-29 سنة) بنسبة 30 % تليها 14% من (18-23 سنة) وتليها 2 % من (30-35 سنة) أما فيما يخص المعارف الدينية هي التي تتراوح أعمارهم بين (24-29 سنة) تليها نسبة 8 % من (18 – 23 سنة) وكذلك (30 – 35 سنة) وأما المعارف التربوية والاجتماعية من خلال القراءة الجدولية تنعدم بين (18 – 23 سنة) و (30-35 سنة) .

التحليل الكيفي :

برنامج خواطر يبث معارف مكتسبة متنوعة ومختلفة أنواعها وهي (الدينية، والثقافية والتربوية، و الاجتماعية) ولا تخص الفئة العمرية المتباعدة مواضيعها ومنه عدة أسباب :

1. تنوع المعارف المكتسبة لتثقيف المشاهد وكذلك عدم الملل في المتابعة.
2. عدم المبالغة في توصيل المعلومة .
3. تقديم النماذج الإيجابية وتحسين سلوكيات المشاهد .
4. نشر القيم من خلال المواضيع المطروحة .
5. مواكبة الجديد في البرنامج من خلال المعارف

المحور الخامس : رأي الشباب في برنامج خواطر على قناة MBC 1

الجدول 8 :ا- يوضح كفاية مدة برنامج خواطر لمعالجة المواضيع حسب متغير الجنس

الجنس	النسبة والتكرار	الاحتمالات		المجموع
		نعم	لا	
ذكر	التكرار	12	12	24
	النسبة	24,0%	24,0%	48,0%
انثى	التكرار	14	12	26
	النسبة	28,0%	24,0%	52,0%
المجموع	التكرار	26	24	50
	النسبة	52,0%	48,0%	100,0%

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن ما نسبة 52 % أجابوا بكفاية مدة برنامج خواطر لمعالجة المواضيع المطروحة و تليها ما نسبة 48% أجابوا بعدم كفاية المدة، أما فيما يخص متغير

الجنس فيما نسبة 28% من الإناث أجابوا بكفاية المدة التي تليها 24% من الذكور أما فيما يخص عدم كفاية المدة فكل من الذكور و الإناث أجابوا بنسب متساوية ب 24%

التحليل الكيفي:

يمكن تفسير كفاية مدة معالجة برنامج خواطر للمواضيع المطروحة و ذلك لأن تقديم الموضوع من طرف المقدم أحمد الشيقيري كانت في المستوى المطلوب استخدامه للأساليب الإقناعية الأكثر ليونة بعيدة عن الترهيب و التخويف و بعث روح الترويح و الترفيه

الجدول 8 : ب- يوضح كفاية مدة برنامج خواطر لمعالجة المواضيع حسب متغير السن

السن	النسبة والتكرار	الاحتمالات		المجموع
		نعم	لا	
18-23	التكرار	10	4	14
	النسبة	20,0%	8,0%	28,0%
24-29	التكرار	12	17	29
	النسبة	24,0%	34,0%	58,0%
30-35	التكرار	4	3	7
	النسبة	8,0%	6,0%	14,0%
المجموع	التكرار	26	24	50
	النسبة	52,0%	48,0%	100,0%

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن ما نسبته 52% أجابوا بنعم تليها 48% من أفراد العينة أجابوا بـ لا و أعلى نسبة 34%تتراوح أعمارهم بين(24-29سنة)ب لا 8% من (18-23 سنة) و تليها 6% من (30-36 سنة) أما فيما يخص أفراد العينة الذين أجابوا بنعم 24% من (24-29 سنة) تليها 28% من (18-23سنة) و تليها 8% من (30-35 سنة)

التحليل الكيفي:

يمكن توضيح كفاية مدة معالجة برنامج خواطر للمواضيع التي يطرحها و المتمثلة في الترفيهية و الثقافية و الدينية.....إلخ ويمكن ذكرها في نقاط و هي:

1- مدة البرنامج كافية لأنه استوفى شروطه في البث و توصيل الفكرة للمشاهد

2- متغير السن يجعل الفرد أكثر تغييرا عن ذاته ومنه فأكثرية الشباب أجابوا بنسبة 52% بنعم و ذلك لأن مقدم البرنامج لم يترك المجال للمشاهد في نقده.

الجدول 9 : ا- يوضح كفاية برنامج خواطر للهدف التوعوي حسب متغير الجنس

الجنس	النسبة والتكرار	الاحتمالات		المجموع
		كاف	يحتاج الى بدائل	
ذكر	التكرار	21	3	24
	النسبة	42,0%	6,0%	48,0%
انثى	التكرار	23	3	26
	النسبة	46,0%	6,0%	52,0%
المجموع	التكرار	44	6	50
	النسبة	88,0%	12,0%	100,0%

التحليل الكمي:

يبين الجدول بأن ما نسبة 88%هم أفراد العينة الذين يعتقدون أن برنامج خواطر كان للهدف التوعوي تليها م نسبة12% يعتقدون أنه غير كافي و فيما يخص متغير الجنس فما نسبته 46%

إناث يعتقدون أنه كاف تليها 46% ذكور أما أفراد العينة الذين أجابوا بأنه يحتاج إلى بدائل بنسبة 6% من كل من الذكور و الإناث.

السن	النسبة والتكرار	الاحتمالات		*المجموع*
		كاف	يحتاج الى بدائل	
18-23	التكرار	12	2	*14*

التحليل الكيفي:

يعتبر برنامج خواطر كاف للهدف التوعوي باعتباره برنامج ناجح و يعتبر بديلا للخطاب الديني أما فيما يخص النسبة حول عدم كفاية البرنامج للهدف التوعوي والأخذ باعتبار النقائص التي يعاني منها التحديات المفروضة على البرنامج.

الجدول 9: ب-يوضح كفاية برنامج خواطر للهدف التوعوي حسب متغير السن

	النسبة	24,0%	4,0%	*28,0%*
24-29	التكرار	26	3	*29*
	النسبة	52,0%	6,0%	*58,0%*
30-35	التكرار	6	1	*7*
	النسبة	12,0%	2,0%	*14,0%*
المجموع	التكرار	44	6	*50*
	النسبة	88,0%	12,0%	*100,0%*

التحليل الكمي :

يبسن الجدول بأن نسبة المبحوثين الذين يعتقدون بأن برنامج خواطر كاف للهدف التوعوي بنسبة 52% من (24-29 سنة) تليها 24% من (18-23 سنة) و تليها 12% من (30-36 سنة) أما عدم كفايته فما يخص 6% من (24-29 سنة) تليها 4 من (18-23 سنة) و تليها 2% من (30-35 سنة)

التحليل الكيفي:

يمكن تفسير برنامج خواطر للهدف التوعوي حيث أن البرنامج ساهم إلى حد كبير في نشر الوعي و الثقافة و القيم السلوكيات لدى أفراد المجتمع و منه فهو برنامج ذات أهمية كبيرة و استوفى شروطه لإيصال المعلومات و الأفكار عن قضايا الفرد و المجتمع.

النتائج العامة للدراسة :

بعد إجراء الدراسة الميدانية و تحليل البيانات حول تأثير البرامج الترفيهية في باقة MBC على الشباب تم التوصل إلى النتائج التالية :

1- إن قناة MBC 1 حضور قوي في القنوات العربية، كما تحتل المرتبة الأولى من حيث المشاهدة بالنظر إلى تنوع برامجها و أسلوبها المميز في الإنتاج و تقديمها لأحدث الأفلام و المسلسلات، حيث وجدنا أن الشباب يشاهدون كل البرامج التي تبثها قناة MBC 1 مع وجود تفاوت بسيط في درجات المشاهدة .

2- يلقى برنامج خواطر نسبة كبيرة من المشاهدين الشباب خاصة لمتتبعيه الدائمين ومن حيث تتبع البرنامج نجد أن للإناث النصيب الأكبر و ذلك قد يعود لبقاء الإناث في المنزل و متابعة التلفزيون لأوقات أطول من الذكور .

3- يعتبر برنامج خواطر من أهم البرامج التي تبثها قناة MBC 1 خاصة في شهر رمضان، و الذي أثار اهتمام الشباب لأنه برنامج ترفيهي جامع لمختلف المواضيع، حيث وجدنا أثناء تحليلنا إن أكثر المواضيع و المعلومات المكتسبة من البرنامج هي المواضيع الثقافية، تليها الدينية و التربوية .

4- يعتبر برنامج خواطر من أهم البرامج التي تطرح مواضيع هادفة، وكذا النصائح الهامة و الأفكار الملهمة، حيث لاحظنا أن نسبة من المبحوثين ترى برنامج خواطر يؤثر بشكل كبير عليهم تليها نسبة ممن يرون أن درجة تأثيره قليلة.

5- برنامج خواطر يفتح مجالا للاكتساب المعارف التي يحتاجها المشاهد، كما يتنوع في تقديمها للتثقيف و الترفيه

6-ينشر برنامج خواطر القيم و المبادئ من خلال المواضيع المطروحة.

7- الأسلوب الاقناعي للبرنامج أدى إلى جذب المشاهد .

8- يعتبر البرنامج كاف للهدف التوعوي باعتباره بديلا للخطاب الديني

الخاتمة

الخاتمة :

تعتبر فضائية mbc1 قناة ثرية بالبرامج الترفيهية، كبرنامج خواطر الذي يعتبر ممن البرامج الترفيهية الجامعة لما يحتويه من مواضيع جاذبة للمشاهد،من خلال ما سبق فقد حاولنا عن طريق بحثنا هذا التعرف على هذه البرامج الترفيهية و تأثيرها على الشباب المشاهد، و قد اتخذنا برنامج خواطر الذي يبث على قناة mbc1 نموذجا، حيث ركزنا في البداية على مشاهدة الشباب لقناة mbc1 و دوافعهم لذلك، ثم تطرقنا إلى برنامج خواطر الذي ركزنا فيه على معرفة عادات و أنماط مشاهدة الشباب له و كذا مدى تأثيره عليهم حيث توصلنا إلى أن البرنامج لما يطرحه من مواضيع هامة و طريقة معالجته للقضايا الجادة صار يحتل مكانة جيدة بين البرامج الترفيهية على اختلافها، فهو يحض بمتابعة كبيرة من قبل الشباب على اختلاف توجهاتهم و آرائهم، لما استطاع أن يوصله لهم خلال عشرة أجزاء كل جزء يمدهم بجرعات مختلفة من المواضيع المهمة و النصائح المفيدة التي قد تفيدهم و تخدمهم في حياتهم .

و من خلال دراستنا لبرنامج خواطر نرى بان مثل هذه البرامج بشكلها البسيط تفتح المجال أمام الشباب ليكتسب المعارف الجديدة و لكي يتعرف على الآخر و عن طريقة و نظام حياته، و لكي يتبع الشباب طريقه بقناعة و سلاسة لتحقيق أهدافه و تنظيم حياته .

- قائمة المراجع :

1- السيد هناء ،الفضائيات وقادة الرأي ، العربي للنشر والتوزيع ، مصر ، ط 1،2005 ،ص112

2- تيسير أو عرجة، الإعلام العربي،دار مجد لاوي للنشر، الأردن،2005،ط2،ص203.

3- جون ألترمان، أعلام جديد، طرجمة عبد الله الكندي، دار الكتاب الجامعي، فلسطين،2003 ص55

4- عبد المالك الدناني،البث الفضائي العربي و تحدي العولمة الإعلامية،المكتب الجامعي الحديث،مصر،2006 ،ص151

5- جان ميشيل ديمون، الشبكات الفضائية ودورها في التفاعل الثقافي الحضاري العربي الأوربي، أعمال ندوة مركز الدراسات العربي الأوربي في كتاب الإعلام العربي والدولي،ط1،دار بلال للصناعة،لبنان،ص118

7-عبد الكريم حيزاوي: وثيقة تنظيم البث الفضائي العربي، مجلة الإذاعات العربية، عدد2008،1 ص23 .

8- عبد الباسط سلمان، عولمة القنوات الفضائية، ط1، الدار الثقافية للنشر، القاهرة ،2005 ص55

9-عبد الرحمان عزي، العرب والإعلام الفضائي، مركز الدارسات الوحدة العربية، لبنان، ط1، 2004، ص 15

10- صالح الدين معاوي، الفضاء الاتصالي العربي، مجلة اتحاد إذاعات الدول، عدد2009،2، تونس،ص5

11- فارس عطوان.الفضائيات العربية و دورها الإعلامي، دار أسامة للنشر، الأردن ،ط1، 2009 ،ص 54

12-محمد المستر، تحليل الرسالة الإعلامية والتأثير الفضائيات العربية على الشباب، مجلة الفكر، 2008، كلية الحقوق، بسكرة، ص43.

13- محمد أحمد هاشم، البرامج الترفيهية في الفنوات الفضائية، مذكرة ماجستر في الإعلام والاتصال، جامعة الأزهر،206، ص33.

14 - محمد معود إبراهيم: الإعلام الدولي والمستحدثات الإعلامية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2008، ص 39.

محمد معود إبراهيم: دراسات إعلامية،دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000،ط1ص48. 15-

16-محمد علي شمو، تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات الجزائر، دط، 2001، ص240

17-محمد عبد الكافي، المشهد التلفزيوني العربي، مجلة الإذاعات العربية، ع3، الأردن،2006، ص30.
18-محمد نصر مهنا، في تنظير الإعلام، ط1، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2009، 267.
19- مي العبد الله سنو: التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، ط1،دار النهضة، لبنان، 2006،ص234
20-نهي عاطف العبد: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي،مصر،2007،ص172.
21-هالة اسماعيل يغدادي: الإخباريات الفضائية العربية، مرجع سابق،ص7
22-هبة شاهين: التلفزيون الفضائي العربي، ط1، الدار المصري اللبنانية، القاهرة، 2008، ص40.
23-ياسر خذر البياتي، الاتصال الدولي والعربي، جمع المعلومات، لبنان، بيروت،دط،2000، ص280.

المواقع الإلكترونية :

01- http://www.mbc.net/ar/corporate/about-us.html تاريخ الولوج يوم 4/06/ 2015 على 20.00

02- موقع وكيبيديا

المجلات :

01- مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية ، عدد 2 ، عام 2001 تونس .

الدراسات غير المنشورة :

01 – هبة شاهين ، استخدامات الجمهور المصرية للقنوات الفضائية العربية ، دراسة غير منشورة ، كلية الإعلام ، القاهرة 2001 .

الملاحق

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيانيه :

الموضوع

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال و علاقات عامة تحت عنوان "البرامج الترفيهية في باقة MBC برنامج خواطر نموذجا " و ذلك بهدف معرفة تأثير برنامج خواطر على الشباب . لذا نرجو منكم أخي المبحوث أختي المبحوثة الإجابة على هذه الأسئلة من خلال وضع علامة (X) في المكان المناسب .علما بان الإجابات ستبقى سرية ولا تستخدم إلا للأغراض العلمية .

و لكم جزيل الشكر على مساهمتكم في هذا البحث .

تحت أشراف الدكتورة:

نبيح أمينة

إعداد الطالبتين

سياحوي عتيقة

معوشي كريمة

السنة الجامعة

2015-2014

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن من 18 إلى 23 ☐

24 إلى 29 ☐

30 إلى 35 ☐

3- المستوى التعليمي : ماستر ☐ ليسانس ☐

المحور الثاني : عادات و دوافع مشاهدة الشباب لقناة MBC 1

4- هل تشاهد قناة *MBC 1* ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

5- ما هي الفترات التي تفضلها لمشاهدة القناة ؟

صباحا ☐ مساء ☐ ليلا ☐

6- ما عدد الساعات التي تقضيها في المشاهدة يوميا ؟

- أقل من ساعة ☐ - 3 سا إلى اقل من 4 سا ☐

- 1 سا إلى اقل من 2 سا ☐ - 4 سا إلى اقل من 5 سا ☐

- 2 سا إلى اقل من 3 سا ☐ - 5 سا فما فوق ☐

7- ما هي البرامج التي تحرص على مشاهدتها أكثر في قناة MBC 1 ؟

الأخبار ☐ الأفلام ☐ المسلسلات ☐ المسابقات والجوائز ☐ ترفيهية وتثقيفية ☐

دينية ☐ الغناء والمنوعات ☐

8- ما هي دوافعك لتفضيل هذه القناة ؟

- الموضوعات المعالجة ☐

- اللغة المشتركة ☐

- تقديمها لأحدث الأفلام والمسلسلات ☐

- اهتمامها بالفن والمشاهير ☐

- أخرى .....

المحور الثالث : مدى التعرض لبرنامج خواطر على قناة MBC 1

9- هل تشاهد برنامج خواطر الذي تعرضه قناة MBC 1 ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

إذا كانت إجابتك بنعم فأي جزء في البرنامج أثار اهتمامك ؟

الجزء الأول: خواطر شاب ☐ الجزء السادس: خواطر 6 ☐

الجزء الثاني: خواطر 2 ☐ الجزء السابع: خواطر 7 ☐

الجزء الثالث: خواطر3 ☐ الجزء الثامن: الشباب فيهم إحسان ☐

الجزء الرابع: فينا خير ☐ الجزء التاسع: يتفكرون ☐

الجزء الخامس: اليابان ☐ الجزء العاشر: أهدنا الصراط المستقيم ☐

10- منذ متى وأنت تشاهد برنامج خواطر؟

- أقل من سنة ☐
- من سنة إلى اقل من 3 سنوات ☐
- من 3 سنوات إلى اقل من 6 سنوات ☐
- من 6 سنوات إلى اقل من 10 سنوات ☐

11- هل تفضل مشاهدة البرنامج مع

العائلة ☐ الأصدقاء ☐ بمفردك ☐

المحور الرابع : الآثار المعرفية الوجدانية و السلوكية لبرنامج خواطر على الشباب

12 -هل أثر فيك برنامج خواطر؟

بشكل كبير ☐ نوعا ما ☐ لم يؤثر ☐

إذا كان هناك تأثير فأي جزء له التأثير الكبير :

.....

13- هل فتح لك هذا البرنامج مجالا لاكتساب المعارف ؟

نعم ☐ **لا** ☐

إذا كان " نعم " فما نوع هذه المعارف التي اكتسبتها ؟

دينية ☐ ثقافية ☐ تربوية ☐

اجتماعية ☐ اقتصادية ☐ سياسية ☐

المحور الخامس : رأي الشباب في برنامج خواطر على قناة Mbc 1

14- هل ترى إن مدة البرنامج كافية لمعالجة المواضيع المطروحة ؟

نعم ☐ لا ☐

لماذا.....

15- ما رأيك في المواضيع المطروحة ؟

جيدة ☐ سطحية ☐

16 - هل تعتقد بأنه كاف للهدف التوعوي الديني أم يحتاج إلى بدائل ؟

كاف ☐ يحتاج إلى بدائل ☐

إذا كان يحتاج إلى بدائل ما هي برأيك ؟

.....

فهرس الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
01	واقع الإنتاج في بعض الفضائيات العربية	20
02	تصنيف الفضائيات حسب نوعية البرامج	22
03	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	44
04	توزيع أفراد العينة حسب السن	44
05	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	45
06	مشاهدة قناة MBC1	45
07	فترات المشاهدة	45
08	عدد الساعات للمشاهدة	46
09	البرامج التي تحرص على مشاهدتها أكثر في قناة mbc 1	46
10	دوافعك لتفضيل هذه القناة	47
11	مشاهدة برنامج خواطر الذي تعرضه في قناة mbc 1	48
12	مشاهدة أجزاء برنامج خواطر الذي تعرضه في قناة mbc 1	48
13	متى وأنت تشاهد البرنامج خواطر	49
14	مع من تفضل مشاهد برنامج خواطر	49
15	هل اثر فيك برنامج خواطر	50
16	هل فتح لك هذا البرنامج مجالا لاكتساب المعارف	50
17	نوع المعارف المكتسبة	50
18	هل تري أن مدة البرنامج كافية لمعالجة المواضيع المطروحة	51
19	رأيك في المواضيع المطروحة	51
20	هل تعتقد بأنه كاف للهدف التوعوي الديني أم يحتاج إلى بدائل	51
21	الجدول 1 : أ- توزيع أفراد العينة حسب درجة مشاهدة قناة MBC 1 من حيث متغير الجنس	52
22	االجدول 1: ب- توزيع أفراد العينة حسب درجة مشاهدة قناة MBC 1 من حيث متغير السن	53
23	الجدول 2: أ- توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات المشاهدة من حيث متغير الجنس	55
24	الجدول 2: ب- توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات المشاهدة من حيث متغير السن	56
25	الجدول 3 :أ-توزيع أفراد العينة حسب دوافع تفضيلهم لقناة من حيث متغير الجنس	58
26	الجدول 3: ب- توزيع أفراد العينة حسب دوافع تفضيلهم لقناة من حيث متغير السن	59
27	الجدول 3 :أ-توزيع أفراد العينة حسب دوافع تفضيلهم لقناة من حيث متغير الجنس	60

28	الجدول 3: ب- توزيع أفراد العينة حسب دوافع تفضيلهم لقناة من حيث متغير السن	62
29	الجدول 4: ا- توزيع أفراد العينة حسب درجة مشاهدة برنامج خواطر على قناة MBC 1 من حيث متغير الجنس	63
30	الجدول 4: ب- توزيع أفراد العينة حسب درجة مشاهدة برنامج خواطر على قناة MBC 1 من حيث متغير السن	64
31	الجدول 5: ا- توزيع أفراد العينة حسب أهمية الأجزاء في البرنامج من حيث متغير الجنس	65
32	الجدول 5: ب- توزيع أفراد العينة حسب أهمية الأجزاء في البرنامج من حيث متغير السن	66
33	الجدول 6: ا- يوضح درجة تأثير برنامج خواطر على أفراد العينة حسب متغير الجنس	67
34	الجدول 6: ب- درجة تأثير برنامج خواطر على أفراد العينة حسب متغير السن	68
35	الجدول 7: ا- توزيع أفراد العينة حسب نوع المعلومات المكتسبة من حيث متغير الجنس	69
36	الجدول 7: ب- توزيع أفراد العينة حسب نوع المعلومات المكتسبة من حيث متغير السن	70
37	الجدول 8 :ا- يوضح كفاية مدة برنامج خواطر لمعالجة المواضيع حسب متغير الجنس	72
38	الجدول 8 : ب- يوضح كفاية مدة برنامج خواطر لمعالجة المواضيع حسب متغير السن	73
39	الجدول 9 : ا- يوضح كفاية برنامج خواطر للهدف التوعوي حسب متغير الجنس	74
40	الجدول 9: ب-يوضح كفاية برنامج خواطر للهدف التوعوي حسب متغير السن	75

فهرس المحتويات

المحتويات	الصفحة
كلمة شكر	
إهداء كريمة	
إهداء عتيقة	
الفهرس	
مقدمة	أ- ب
الإطار المنهجي	1- 10
الفصل الأول: الفضائيات العربية والترفيه	**11**
أولا الفضائيات العربية الواقع والتأثير	**12**
1- ظهور الفضائيات العربية	**12**
2- لمحة عن تطور البث العربي	**13**
3- واقع الفضائيات العربية	**15**
4- تأثيرات الفضائيات العربية على الجمهور العربي	**16**
ثانيا خصائص الترفيه وأشكاله	**23**
1 - مفهوم الترفيه	**23**
2- أهمية وأهداف الترفيه	**23**
3- خصائص الترفيه	**24**
4- أشكال ونماط الترفيه	**25**
5- الترفيه الإسلام	**27**
الفصل الثاني : فضائية MBC1 وبرنامج خواطر	**28**
أولا: فضائية MBC1	**29**
1- باقة **MBC**	**29**
2- خدماتها البرامجية	**30**
3- قناة **MBC1**	**34**
4- جمهورها المستهدف	**35**
ثانيا : برنامج خواطر	**36**
1- تعريف برنامج خواطر	**36**
2- فكرة البرنامج	**37**
3 صدى البرنامج	**38**
4- البرنامج في رمضان	**38**
5- أجزاء البرنامج	**39**
الإطار التطبيقي	**45**
أولا: تحليل وتفسير الجداول	**46**
1- تحليل الجداول البسيطة	**46**
2- تحليل الجداول المركبة	**54**
3- النتائج العامة للدراسة	**76**
خاتمة عامة	**78**
المراجع	
الملاحق	