



بسم الله الرحمن الرحيم  
وزارة الرعاية الاجتماعية وشؤون المرأة والطفل  
مركز ثقافة التنمية الاجتماعية



المنتدى الدوري (الأول / ٢٠١٠م)

تحت شعار

”نحو إعلام إجتماعي هادف وبناء“

برعاية :

وزيرة الرعاية الاجتماعية وشؤون المرأة والطفل

ورقة

# دور القنوات الفضائية في

## إحداث التغيير الاجتماعي

إعداد وتقديم :

د . هاجر علي محمد بن خيت

٣ مارس ٢٠١٠م

قاعة المجلس القومي لرعاية الطفولة

## مقدمة:

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

### أولاً : موضوع الدراسة :-

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

### ثانياً : أهداف الدراسة :-

1. تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير القنوات الفضائية في إحداث التغيير الاجتماعي في المجتمع السوداني .
2. تحديد نوع التغيير الذي حدث .

### ثالثاً : تساؤلات الدراسة :-

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

---

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

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

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

٣. ماهو دور القنوات الفضائية في الترويج عن المشاهدين ؟

٤. ماهو دور القنوات الفضائية في إقناع المواطنين بتبني توجه معين أو فكرة محددة ؟

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

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

نوع الدراسة :— دراسة إستطلاعية .

عينة الدراسة : —

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

رابعاً : تحديد المفاهيم :—

١/ مفهوم الاتصال : —

ترجع كلمة الاتصال إلى المصطلح اللاتيني Concept of Communication بمعنى تعميم وشيوع المعلومات بين أكبر قطاع ممكن من الأفراد . وبذلك يكون لفظ الاتصال يشير ويتضمن المشاركة ومحاولة التفاهم أو نقل الفهم لفكرة أو شئ ما أو التعبير عن إحساس معين أو إتجاه أو سلوك ... الخ .

يرى كروفلين أن الإتصالات هي عبارة عن نقل واستقبال أفكار ومعلومات بين أكثر من مصدر، وقد يتم ذلك عن طريق الأشخاص أنفسهم أو من خلال الأجهزة والأنظمة الحديثة في الاتصال (١) .

فالاتصال هو العملية التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين ، يختلف من حيث الحجم والعلاقات المتضمنة فيه، وتختلف طريقة الاتصال باختلاف

العمر والجنس والمستوى الأخلاقي والثقافي والاجتماعي . وتعتمد وسيلة الاتصال على العلاقات الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي (٢) .

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

فالعلمية الاتصالية تتأثر بمؤثرات شتى من حيث نوع الرسالة المرسلة أو ماتعنيه بالنسبة للمستقبل ، كذلك تتأثر بالجو المحيط والمؤثرات الموجودة من حيث الزمان والمكان وحتى عوامل الطقس والمناخ والحالة النفسية لحظة استلام أو تلقي الرسائل الاتصالية.

## ٢ / مفهوم القيم الإجتماعية :-

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

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

ترى بخيته أمين إن القيم الاجتماعية تتمثل في الرموز الدالة عليها وتعبير عن المعاني المجددة ، فالقيمة الاجتماعية هي كل ما يستثير في مجتمع إنساني إهتماماً عاماً سواء كانت القيمة متمثلة في موضوع حسي ملموس أو في صفة معنوية مستحبة . ومن شأن القيمة الاجتماعية أن تسد حاجة اجتماعية حيوية أو تُرضي اتجاهات نفسية عامة في عدد كبير من الأفراد ، والشعور بالقيمة يتصف بالديمومة والاستمرار النسبي . ويتمثل هذا الاهتمام في وجود قواعد سلوكية تبين كيفية التعبير عن أهمية القيم مع وجود جزاءات ثواب وعقاب لمن يحترم القيم ولمن ينتهكها ، ووجود رموز اجتماعية يتم بها التعبير عن احترام هذه القيمة أو إكتسابها (٤) .

## القيم الإعلامية :-

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

## ٣/ مفهوم التغير والتغيير :-

فالتغير حقيقة و ظاهرة عامة وهو ضرورة حياتية للمجتمعات البشرية ، فالتغير يهيئ لها التكيف مع واقعها ويحقق لها التوازن والاستقرار في أبنيتها وأنشطتها (٦) .

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

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

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

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

والتغير في نظرية هربرت سبنسر هو شئ حتمي ، ويحاول إستقراء ذلك من التاريخ وفكرة التشابه بين المجتمع والكائن الحي . ويخلص إلى أن المجتمعات الإنسانية تنطلق من التجانس المحدد والمستقر .

يرى الخشاب (٩) . أن التغيير حقيقة تاريخية تتناول كل مقومات الحياة الإجتماعية وتصيب النظم والعلاقات الإنسانية ، التي تتفاعل وتترابط وتتكامل فيما بينهما في كل صورة من صور التغيير ، وان المجتمع مهما كان مستقراً وساكناً في أداء وظائفه لأجيال متعاقبة إلا أنه ولكنه في مرحلة حضارية معينه يبدأ في التغيير النوعي بسبب وجود قوى تعمل في أعماقه لتجديد الأنساق أو لتأسيس نظم جديدة .

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

#### 4/ مفهوم التغيير: -

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

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

لذلك تعرف التنمية بأنها العملية أو مجموعة العمليات المرسومة والمخطط لها تخطيطاً سليماً بهدف إحداث تغيير اجتماعي موجب داخل المجتمع ، كما تعرف بأنها العمليات التي تبذل

بقصد ووفق سياسة عامة لإحداث تطور وتقدم اجتماعي واقتصادي وثقافي وسياسي للناس وبيئاتهم (١٢) .

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

#### خامساً : أدوات جمع البيانات :-

الأداة الأساسية هي إستمارة لجمع البيانات .

#### سادساً : القنوات الفضائية ودورها في إحداث التغيير الاجتماعي " إطار نظري " :-

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

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

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

ولقد أصبحت القنوات الفضائية من الوسائل المهمة في التأثير على الأفراد من خلال تكوين توجهاتهم وتشكيل الحقائق وإسهامها في نمو القيم المختلفة ، ومن ثم تأثيرها على إدراكهم للعالم وإشباع حياتهم التخيلية ونتيجة لتقدمها التقني ولضعف البني الاجتماعية التقليدية (١٤) . هذا وتؤثر القنوات الفضائية على فئات المجتمع من خلال أجندة معينه . فعندما تركز على هدف معين فإنها تدفع بالأفراد إلى النظر إلى هذا الحدث باعتباره مهماً . ويلاحظ أن نظم المعرفة والمعتقدات عند الناس تزداد باستمرار نتيجة لعرض القنوات الفضائية لتلك النظم التي تشمل الدين، الأسرة، السياسات ... الخ . ومن هنا يتضح خطورة الأجندة الخفية لبعض البرامج التي

تبت بطريقة تبدو فيها العفوية والتلقائية وبقصد الترويح عن المشاهد دون أن يفكر المتلقي في ما وراء هذا البث الذي قد يؤدي به إلى تشكيل قناعات محددة غير مرغوب فيها أو تقليد بعض مشاهده مما يؤدي به إلى الانحراف عن مساره السليم أو يجعل المشاهد ينتشك في بعض الأمور التي لا تحتمل الشك أو يتضايق من بعض الأعراف والتقاليد والقيم الإيجابية والنظر إليها نظرة دونية أو متخلفة ، فبقدر ما تسهم به بعض البرامج من تدعيم الجانب الإيجابي للفرد بقدر ما يمكن ان تتسبب برامج أخرى في نواحي سلبية للمشاهد .

فجهاز التلفاز يمكن أن يسهم في إحداث الكثير من التغييرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية كما أنه يمكن أن يلعب دوراً تربوياً ودعواً (١٥) .

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

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



نفسه تلك المغلوطة المشوهة (١٦) . مما يساعد في تكوين صور ذهنية للمشاهد قد لا تتفق مع واقع الحياة في مجتمعاتنا الإسلامية وقد تتناقض مع المبادئ والقيم والأعراف .

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

هذا وقد أثبتت بعض الدراسات أن القنوات الفضائية صارت أداة من أدوات إكساب المعلومات والمعارف للأفراد ، وأسهمت إسهاماً فاعلاً في توعيتهم وتشجيعهم على الاهتمام ببيئتهم الاجتماعية التي يعيشون فيها مما ينعكس على سلوكهم ومحاولة مشاركتهم فيها (١٨) .  
ولتحديد دور القنوات الفضائية في إحداث التغيير الاجتماعي قامت الباحثة بإعداد استمارة للحصول على المعلومات من فئة المبحوثين وتحليل هذه البيانات للحصول على نتائج يمكن عن طريقها تفسير وتحديد دور هذه القنوات في إحداث التغيير الاجتماعي .

#### مصفوفة البيانات حسب ترتيب الأسئلة :

رقم الجدول	أوافق بشدة		أوافق		أوافق إلى حد ما		لا أوافق		المجموع /النسب المئوية	
	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	النسب المئوية	التكرارات	مجموع النسب المتوية	مجموع التكرارات
١	٤٨%	٢٤	٢٦%	١٣	٦%	٣	٢٠%	١٠	١٠٠%	٥٠
٢	٣٢%	١٦	٢٢%	١١	٢٤%	١٢	٢٢%	١١	١٠٠%	٥٠
٣	٢٤%	١٢	٣٠%	١٥	٢٤%	١٢	٢٢%	١١	١٠٠%	٥٠
٤	٤٨%	٢٤	٢٨%	١٤	١٤%	٧	١٠%	٥	١٠٠%	٥٠
٥	١٦%	٨	٣٤%	١٧	٢٦%	١٣	٢٤%	١٢	١٠٠%	٥٠
٦	٥٢%	٢٦	١٠%	٥	١٦%	٨	٢٢%	١١	١٠٠%	٥٠
٧	٢٦%	١٣	٣٨%	١٩	٢٠%	١٠	١٦%	٨	١٠٠%	٥٠
٨	٢٤%	١٢	٤٠%	٢٠	١٤%	٧	٢٢%	١١	١٠٠%	٥٠
٩	٢٤%	١٢	١٦%	٨	٢٨%	١٤	٣٢%	١٦	١٠٠%	٥٠
١٠	٥٨%	٢٩	١٨%	٩	١٠%	٥	١٤%	٧	١٠٠%	٥٠
١١	٤٠%	٢٠	٣٢%	١٦	٢٤%	١٢	٤%	٢	١٠٠%	٥٠
١٢	٢٨%	١٤	٤٨%	٢٤	٢٠%	١٠	٤%	٢	١٠٠%	٥٠
١٣	٣٠%	١٥	٢٤%	١٢	٢٤%	١٢	٢٢%	١١	١٠٠%	٥٠
١٤	١٦%	٨	٢٢%	١١	٢٨%	١٤	٣٤%	١٧	١٠٠%	٥٠
١٥	١٢%	٦	٢٦%	١٣	١٤%	٧	٤٨%	٢٤	١٠٠%	٥٠

سابعاً : عرض ومناقشة البيانات :

### في جدول (١)

عند سؤال المبحوثين عن إسهام القنوات الفضائية في رفع الوعي الصحي أجاب ٤٨% بأن القنوات الفضائية أسهمت في رفع مستوى الوعي الصحي بينما وافق على ذلك بدرجة أقل ٢٦% من المبحوثين ولم يوافق ٢٠% منهم .

### جدول (٢)

عن مدى إسهام القنوات الفضائية في رفع مستوى الوعي الشرعي بالأمر الفقهي أجاب ٣٢% من المبحوثين بأنهم يوافقون بشده على ذلك ن بينما ٢٢% منهم يوافق ، وأجاب ٢٤% أنهم يوافقون إلى حدٍ ما بينما كان رأى ٢٢% بأنهم لا يوافقون .

### جدول (٣)

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

### جدول (٤)

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

### جدول (٥)

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

## جدول (٦)

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

## جدول (٧)

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

## جدول (٨)

عن مدى إسهام القنوات الفضائية في إحداث التغيير في طريقة تفكير المشاهدين وأن نظرتهم للأمور صارت أكثر عقلانية حيث أجاب ٤٠% من المبحوثين بأنهم يوافقون على ذلك أي أن هذه القنوات عن طريق ما تبثه من رسائل إعلامية أسهمت في إعادة تنشئة المشاهد وأثرت في طريقة تفكيره وغيرت من نظرتة لكثير من القضايا والأمور وأصبح يحكم عقله فيها أكثر من عواطفه ويؤيدهم في ذلك ٢٤% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة . بينما ٢٢% لا يوافقون على ذلك و ١٤% يوافقون إلى حد ما .

## جدول (٩)

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

## جدول (١٠)

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

## جدول (١١)

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

## جدول (١٢)

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

## جدول (١٣)

يجيب عن مدى إسهام البرامج الاقتصادية في رفع مستوى الوعي الإقتصادي للمشاهد حيث أجاب ٣٠% من المبحوثين بأنهم يوافقون بشدة وأيدهم في هذا الرأي ٢٤% حيث أجابوا بأنهم يوافقون بينما ينفي وجود هذا الإسهام ٢٢% من المبحوثين ، و ٢٤% يرون أنها أسهمت إلى حدٍ ما .

## جدول (١٤)

حاول هذا الجدول أن يناقش مدى إسهام البرامج الترويحية في القنوات الفضائية في التخفيف من الضغوط التي يُعاني منها المشاهدون ويبحث بشئ من المرح والبهجة في نفوسهم حيث أجاب ١٦% منهم بأنهم يوافقون على ذلك وأيد هذا الرأي ٢٢% من المبحوثين حيث أجابوا بأنهم يوافقون على دور القنوات الفضائية في التخفيف من ضغوط الحياة عن طريق البرامج الترفيهية

والترويحية ، بينما أجاب ٣٤% من المبحوثين بأنه لا يوجد مساهمة للبرامج الترويحية في التخفيف من ضغوط الحياة . وأجاب ٢٨% من المبحوثين بأنها أسهمت إلي حد ما .

### جدول (١٥)

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

### نتائج الدراسة الميدانية:-

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

١. أسهمت القنوات الفضائية خاصة قناتي النيل الأزرق والقنوات السودانية عن طريق البرامج الصحية والدينية في رفع مستوى الوعي الصحي بصورة عامه ، وكذلك رفع مستوى الوعي الشرعي .
٢. للقنوات الفضائية إسهاماً ملموساً في عرض وتحليل الأوضاع والمشاكل الاجتماعية وإيجاد الحلول لها ، كذلك تلعب دوراً أساسياً في تعريف المشاهدين بالأخبار المحلية والعالمية وتحليل الأخبار لمزيد من الوعي والإدراك بها .
٣. قامت القنوات الفضائية بدور ملموس في تشكيل القناعات لمعظم المشاهدين لتبني أفكار وتوجهات معينة سياسية واجتماعية.
٤. أسهمت القنوات الفضائية بدرجة كبيرة في زيادة إهتمام المشاهدين بأشكالهم وملابسهم وإهتمام المرأة بالجمال والمكياج .

٥. لعبت القنوات الفضائية دوراً كبيراً في غرس روح الولاء والانتماء للوطن وزادت من إهتمام المواطنين بمعرفة وطنهم والقضايا والتحديات التي تواجهه ودور المواطنين في المشاركة والإسهام لمواجهة هذه التحديات.
٦. أسهمت القنوات الفضائية في إحداث التغيير اللازم في طريقة تفكير المشاهدين وتبنى المنهج العقلاني في تعاملهم ونظرتهم للأمور .
٧. أسهمت القنوات الفضائية بدرجة محدودة جداً في إعادة التنشئة العاطفية للمشاهدين و في إعادة تشكيلهم وصياغة وجدانهم عاطفياً.
٨. قامت القنوات الفضائية بدور ملموس وقوي في زيادة معدل التدين والالتزام الديني والاخلاقي .
٩. أسهمت البرامج السياسية في القنوات الفضائية بزيادة معدل الحس الوطني ، كما أنها ساهمت في بلورة فكر سياسي معين لدي المشاهد والانتماء لتوجه سياسي محدد .
١٠. ساهمت البرامج الاقتصادية بدرجة معقولة في رفع مستوي الوعي الإقتصادي لدي المشاهدين.
١١. لم تسهم القنوات الفضائية في إحداث التغيير الشامل والكامل في شخصية المشاهد.

### ثامناً :التوصيات :-

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

## المصادر :-

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

أشر بعلامة (✓) علي الإجابة الصحيحة والتي توافق عليها  
دراسة تطبيقية علي قناتي النيل الأزرق والفضائية السودانية

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