



Iraq Academic
Scientific Journals

University of Baghdad College
of Mass Communication

Vol (13) | Issue (52) Year (2021)
| Pages (173-188)

ISSN : 1995-8005

ISSN: 1995-8005 (Print)

Article history:

Received: 3/5/2021

Accepted: 2/6/2021

Available Online: 3/10/2021

Marwa Abdul Hussein Fahad Kassar

E-mail: mm799689@gmail.com

Mobile: 07818101852

Assistant Professor. Dr. Raad Jassim Al Kaabi

E-mail: drraad@comc.uobaghdad.edu.iq

Mobile: 07818101852

THE IMPACT OF ENTERTAINMENT PROGRAMS IN ARAB SATELLITE CHANNELS ON THE SOCIAL BEHAVIOR OF IRAQI YOUTH (Field study)

Our research is based on the fact that the reflection of entertainment programs in Arab satellite channels on the social behavior of Iraqi youth ... a field analysis of the Arab Idol program) and that its importance is the entertainment programs and their reflection on social behavior, which occupies large areas of time from Satellite channels in the form of various episodes and each episode contains several categories, or in the form of templates and forms of various goals and contents, but the problem of research boils down to (how far iraqi youth follow the entertainment programs in Arab satellite channels and what are the motives for watching the Program Arab Idol)) by For Iraqi youth and what are the positive and negative values and behaviors carried by the content of the program (Arab Idol) and what is the correlation between the demographic data of Iraqi youth and their viewing of the program (Arab Idol), the research aims to find out the extent to which Iraqi youth follow up on the entertainment programs in Arab satellite channels, identifying the motives of watching Iraqi youth for the Program Arab Idol , knowing the extent of the impact of the program (Arab Idol) on the behaviors and behaviors of Iraqi youth, the existence of a correlation between the ...

The most prominent results shown by the study were that the main motivation to watch these entertainment programs musical program (Arab Idol) is for entertainment and entertainment and spend the time of separation suffered by the youth group in Iraqi society, and that the entertainment programs, especially the programs of musical competitions Such as (Arab Idol) and others have an impact on the behaviors of viewers, especially in women through the acquisition of some appearances and imitation srupted such as makeup, fashion and hairstyles and imitating certain behaviors and movements as well as spreading Western culture among the circles of the community, and that the entertainment programs have a reflection on behaviors Iraqi youth, as well as a relationship between the variables and patterns and viewing habits of the youth group. One of the most prominent recommendations made by the research recommends that researchers conduct in-depth research on entertainment programs for singing competitions and encourage Iraqi satellite channels to set up or prepare programs within the form and in a professional way in order to preserve the color and heritage of Iraqi singing.

Keywords:

- Entertainment Programs
- Social Behavior
- Arab Idol program

Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/>

Marwa Abdul Hussein Fahad Kassar , University of Baghdad / College of Mass Communication
Assistant Professor. Dr. Raad Jassim Al Kaabi, College of Mass Communication / University of Baghdad

مرودة عبد الحسين
أ.م.د. رعد جاسم الكعبي

انعكاس البرامج الترفيهية في الفضائيات العربية على مظاهر السلوك الاجتماعي للشباب العراقي " دراسة ميدانية "

بحث مستل من رسالة ماجستير

يستخلص من بحثنا الموسوم (انعكاس البرامج الترفيهية في القنوات العربية الفضائية على مظاهر السلوك الاجتماعي للشباب العراقي ... دراسة تحليلية ميدانية لبرنامج Arab Idol) وان اهميته تتمثل بالبرامج الترفيهية وانعكاسها على السلوك الاجتماعي ، والتي تشغل مساحات زمنية واسعة من اوقات القنوات الفضائية على شكل حلقات متنوعة وكل حلقة تحتوي على عدة فئات ، او على شكل قوالب واشكال متنوعة الاهداف والمضامين ، اما مشكلة البحث تتلخص ب (ما مدى متابعة الشباب العراقي للبرامج الترفيهية في القنوات الفضائية العربية وماهي الدوافع لمشاهدة برنامج Arab Idol) من قبل الشباب العراقي وماهي القيم والسلوكيات الايجابية والسلبية التي يحملها مضمون برنامج Arab Idol) وما العلاقة الارتباطية بين البيانات الديموغرافية للشباب العراقي ومشاهدتهم لبرنامج Arab Idol) ، ويهدف البحث الى معرفة مدى متابعة الشباب العراقي للبرامج الترفيهية في القنوات الفضائية العربي ، التعرف على الدوافع مشاهدة الشباب العراقي لبرنامج Arab Idol) ، معرفة مدى تأثير البرنامج (Arab Idol) على سلوكيات وتصرفات الشباب العراقي ، وجود علاقة ارتباطية بين البيانات الديموغرافية للشباب العراقي ومشاهدتهم لبرنامج Arab Idol) . وكانت ابرز النتائج التي اظهرتها الدراسة ان الدافع الرئيسي لمشاهدة تلك البرامج الترفيهية الغنائية برنامج Arab Idol) هو من اجل الترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ الذي تعاني منه فئة الشباب في المجتمع العراقي ، وان برامج الترفيهية الغنائية وخاصة برامج المسابقات الغنائية مثل Arab Idol) وغيرها لها تأثير على سلوكيات المشاهدين وخاصة عند النساء من خلال اكتساب بعض المظاهر وتقليدها مثل التبرج والموضة وقصات الشعر وتقليد بعض التصرفات والحركات فضلا عن اشاعة الثقافة الغربية بين اوساط افراد المجتمع ، وان البرامج الترفيهية لها انعكاس على سلوكيات الشباب العراقي فضلا عن وجود علاقة بين المتغيرات وانماط وعادات المشاهدة لدى فئة الشباب .

الكلمات المفتاحية :

- ◀ البرامج الترفيهية
- ◀ السلوك الاجتماعي
- ◀ برنامج Arab Idol



Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/>

مرودة عبد الحسين - كلية الاعلام - جامعة بغداد - قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية
أ.م.د. رعد جاسم الكعبي - كلية الاعلام - جامعة بغداد - قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية.

المقدمة Introduction

تعد وظيفة الترفيه من الوظائف المهمة التي تساعد الناس على الترويح وادخال السرور على النفس وتجديد نشاطها وبعث حيويتها ، خاصة نحن الان في عالم يتصف بالسرعة والتطور التكنولوجي وبدوره المؤدي الى زيادة البطالة والعاطلين عن العمل الذين يعانون من زيادة في اوقات فراغهم ، حيث تأتي وظيفة الترفيه بالمرتبة الثالثة بعد وظيفتي الاخبار والتتقيف وتعد من اهم وسائل الاعلام بشكل خاص واهم وظيفة من وظائف الاعلام المرئي بشكل خاص ، كما يعتقد اغلب الباحثين الاعلاميين ان الترفيه الذي تعرضه شاشة التلفزيون يختلف عن الترفيه الذي تعرضه الوسائل الاعلامية الاخرى لما يتمتع به التلفزيون قدرته على مزج الصورة والصوت والالوان ، كذلك يتمتع بإمكانات عالية الدقة في تقديم المواد الترفيهية . اصبح الترفيه في التلفزيون موضع اهتمام دول العالم باعتباره وسيلة لكسب اقتصادي يوفر مبالغ طائلة خاصة بعد استغلال الفضاء الخارجي وظهور الفضائيات بشكل واسع واعطاء مكانه خاصة للترفيه يؤدي الترفيه دورا في تحقيق التوازن للانفعال الشخصي ويعمل على تعزيز القدرات العقلية للشخص ، من خلال تحسين اداء النواقل العصبية وتحفيز هرمون السعادة في الجسم عند الشخص اثناء المشاهدة مما يحد ذلك من تخفيف التوتر والاكنتاب ، اي يعمل الترفيه كباقي الانشطة البدنية . ومن هذا المنطق اتخذت الباحثة البرنامج الترفيهي برنامج المسابقات الغنائي (Arab Idol) في قناة (MBC) العربية الفضائية موضوعا للبحث ، كي تبين واقع البرامج الترفيهية ومدى انعكاسها على الشباب العراقي .

الاطار المنهجي للبحث Methodological Frame

اولا: مشكلة البحث The problem

تمثل مشكلة البحث نقطة البداية لعمل الباحث وبدون مشكلة البحث او موضوع ما لا يكون هنالك بطبيعة الحال مبرر للباحث من اجل معالجة شيء ، ولا يتوقف مفهوم المشكلة هنا على تسميتها او اقتراح عباراتها ، بل يتعدى ذلك الى عدد من الجوانب او العناصر الفرعية التي تساهم في توضيح مشكلة البحث وتحديد عناصرها الرئيسية (سمر، 2019، صفحة 31). ومن هذا المنطق قامت الباحثة بتلخيص مشكلة البحث في التساؤل الرئيس التالي (ما مدى انعكاس البرامج الترفيهية التلفزيونية على مظاهر السلوك للشباب العراقي ؟)

ثانيا : اهمية البحث The Importance

تكمن الاهمية العلمية من خلال ان هذا البحث يشكل اضافة جديدة للمكتبة الاكاديمية ببحث علمي اعلامي ذو طبيعة ترفيهية اجتماعية يتعلق بشكل من اشكال البرامج المهمة التي ظهرت في المشهد الاعلامي العربي والتي تتمثل في برامج المسابقات الغنائية بين المتنافسين (المشاركين) وكيفية تعامل القنوات الفضائية العربية معها من ناحية المضمون والشكل وانعكاسها على مظاهر السلوك الاجتماعي لفئات المجتمع وخاصة فئة الشباب ، وان هذا البحث قد يسهم في الكشف عن مجالات جديدة في مجال البرامج الترفيهية وخاصة برامج المسابقات الغنائية التي تستحق البحث ، لما لها من دور في التأثير في سلوكيات وقيم افراد الجمهور اما الاهمية المجتمعية وتكمن الاهمية بالنسبة للمجتمع من خلال :

- ان البرامج الترفيهية تعد من اهم اشكال البرامج التلفزيونية التي تسهم في تحقيق التسلية والترفيه وقضاء اوقات الفراغ لافراد المجتمع .
- تسهم البرامج الترفيهية (المسابقات الغنائية) التي تقدم في بعض القنوات الفضائية في جذب الجمهور وخلق نوع من الترويج بين افراد المجتمع .

ثالثا : اهداف البحث The Aims

تعرف اهداف البحث هي الاجابة على تساؤلات المشكلة الرئيسية والفرعية التي وضعها الباحث للوصول الى النتائج المرجوة (أسعد حسين عطوان، 2018، صفحة 17) ويهدف البحث الى (معرفة مدى انعكاس البرامج الترفيهية التلفزيونية على مظاهر السلوك للشباب العراقي)

رابعا : منهج البحث Research TYPE amd its Methodology

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية لذلك اعتمدت الباحثة على الدراسة الميدانية والدراسة الوصفية واتباع المنهج المسحي لتحليل البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية قناة ال MBC تحديدا برنامج Arab Idol ، وباستخدام طريقة تحليل المضمون ، وقد اتاح هذا المنهج للباحثة امكانية رصد برنامج Arab Idol في قناة ال Mbc الفضائية ومتابعة البرنامج عن طريق المسح الميداني ومشاهدة جميع حلقات البرنامج وملاحظتها وصولا الى تحقيق اهداف البحث .

خامسا : مجالات البحث The Limitations

هو احد الخطوات المنهجية لأي دراسة او بحث حيث يقسم الى ثلاثة مجالات :

المجال المكاني : تحدد المجال المكاني بمتابعة البرنامج الترفيهي Arab Idol في احدى القنوات الفضائية العربية قناة ال MBC دوره برمجية كاملة في لبنان : بيروت

المجال الزمني : تحدد المجال الزمني بمتابعة برنامج Arab Idol الموسم الرابع دورة برمجية كاملة للمدة من (٤- نوفمبر-٢٠١٦) الى (٢٥- فبراير- ٢٠١٧) . حيث اخترت هذه الفترة لعرض البرنامج الموسم الرابع والايخبر للمواسم الاولى . **المجال البشري :** تمثل المجال البشري للبحث بجمهور شباب العراق وخاصة محافظة بغداد ، الذين تم اختيارهم على وفق احصائيات الجهاز المركزي للأحصاء ، وزارة التخطيط بحسب التقديرات السكانية للشباب لعام ،٢٠١٩ لمحافظة بغداد ، حيث تقدرت اعمارهم بين (١٦-٣٥) من خلال الدراسة الاستطلاعية .

سادسا : مجتمع البحث وعينته Research TYPE amd its Methodolog

وفي هذا البحث يمثل المجتمع المستهدف بمشاهدة البرنامج التلفزيوني الترفيهي Arab Idol من قبل شباب محافظة بغداد والتي تمثل بثلاث فئات (الشباب الجامعي ، ربات البيوت ، الكسبة) ، وتمثل مجتمع البحث بمختلف المستويات العمرية من (16-35) شابا ومن الاناث والذكور ، حيث لجأت الباحثة الى القيام بدراسة استطلاعية ووزعت (100) استمارة اولية بطريقة عشوائية تحتوي على عدد من الاسئلة المختصة بنوع البرامج الترفيهية ولاحظة من خلال الاجابة التركيز على برنامج Arab Idol ومن خلال الدراسة الاستطلاعية تبين ان اكثر المتابعين للبرامج الترفيهية تنحصر اعمارهم بين (16-35) ومن ثلاث فئات (الطلبة ، ربات البيوت ، كاسب) بعد ذلك تم اختيار عينة من المجتمع الاصلي تكون ممثلة في خصائصه وسماته للمجموع والذي شمله محافظة بغداد بما يتفق مع اهداف واهمية البحث في حدود الوقت والاماكن المتاحة ، وتم التركيز على شريحة الشباب لاعتبارهم من المتابعين بشكل كبير ودقيق لهذا النوع من البرامج ، حيث تم اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة حجمها (400) فردا وهنا يمكن تعريف العينة على انها *جزء محدود كما ونوعا يمثل عدد من الافراد يحملون الصفات الموجودة نفسها في مجتمع الدراسة على شرط ان تتاح الفرصة لكل فرد من مجتمع الاصل لمن يقع عليه الاختبار فيكون ضمن العينة دون تدخل او تحيز او تعصب البحث ، اي اعطاء فرصة متكافئة لجميع افراد الدراسة الذي يقع عليهم الاختبار.

سابعا : ادوات البحث

قد اعتمدت الباحثة على مجموعة من الادوات البحثية التي تطلبها الدراسة ، ولكل ادات من هذه الادوات اهميتها الاساسية في الوصول الى المعلومات المطلوبة ، ومن ابرز هذه الادوات :

تحليل المضمون

هو تقنية بحثية للوصف الموضوعي والنسقي والكمي للمحتوى الظاهر للمادة الاتصالية ، او بمعنى اخر هو تقنية للتحليل المفصل للمضامين الموجودة داخل الوثائق من اجل سير الدلائل والعلاقات بين الافكار والنيات التي لا يمكن ادراكها من خلال القراءة فقط وهذه التقنية لا غنى للباحثين في العلوم الاجتماعية عنها في مراحل معينة من مراحل العملية البحثية . (خميس، 2019) وهنا قامت الباحثة بتحليل مضامين واشكال برنامج Arab Idol في (28) حلقة على قناة Mbc الفضائية العربية .

ثامنا : تعريف المصطلحات

١ - البرامج الترفيهية :

هي طائفة من البرامج يدخل في بنائها الكلام والموسيقى والتمثيل والغناء بجميع اشكالهم بحيث يشكل منها مادة لتسليّة المشاهد والترفيه عنه ، وتعد من الاحتياجات الاساسية للجمهور من اجل تقليل حدة الضغوط اليومية ولاستعادة راحته النفسية والذهنية . (قاسم، 2018، صفحة 163)

٢ - الشباب :

هي الشريحة العمرية التي لها بنيتها البيولوجية والسيكولوجية الخاصة ، التي تتضمن دوافع وحاجات محددة ولها موقعها في بناء المجتمع ، لدى فهي الشريحة التي تستهدف العولمة اعادة صياغتها ، فهم الشريحة العمرية الاكثر قابلية لأعادة التشكيل . (خلف، 2019، صفحة 49)

٣- السلوك الاجتماعي :

هو السلوك الذي يسلكه المرء بالنسبة للمتطلبات والمستلزمات الاجتماعية وحيال الجماعة الذي ينتمي اليها الافراد الاخرين وفق نظام اجتماعي وطابع توافقي العلاقات الاجتماعية ، او هو تصرف يقوم به الفرد وفق ما يرضيه او يرضي المجتمع كي يحقق السعادة لذاته . (طربية، 2012، صفحة 11)

٤- برنامج (Arab Idol)

هو النسخة العربية من برنامج المسابقات الغنائي العالمي * Pop Idol * الذي اخترعه سيمون فيلر وطورته شركة فريمانتل البريطانية وانطلق الموسم الاول من البرنامج في 9 ديسمبر 1 كانون اول 2011 في جميع انحاء العالم على قناة ال MBC وقامت القناة بأحياء هذا البرنامج في نسخة مجددة بعد تخلي تلفزيون المستقبل عن حق امتلاك حقوق المسابقة . (الزوبي، 2016، صفحة 29)

الإطار النظري

أولاً : مفهوم الترفيه

الترفيه مفهوم شديد الخطورة إذ تتمثل فكرته الاساسي بان الترفيه لا يتصل من قريب او بعيد بالقضايا او الاحداث الجادة المرتبطة بالعالم ، بل هو مجرد ملئ لساعات من الفراغ ، حيث هنالك حقيقة ايدولوجيا مضرة بالفعل في انواع القصص الخيالية ، بان عنصر الخيال يفوق عنصر الواقعي في الاهمية بتشكيل اراء الناس (رضوان، 1986، صفحة 104)

ثانياً : البرامج الترفيهية

هنالك برامج وابواب ترفيهية موجهة للجمهور ، يمكن عن طريقها الدعوة الى بعض المواقف وتغيرها ام دعم بعض الاتجاهات ، حيث تقوم هذه البرامج بوظائف مهمة منها ملئ اوقات الفراغ عند الجمهور ، وتكون هذه البرامج عبارة عن فقرات مسلية مثل (البرامج الكوميديّة) (خلدون، 2010، صفحة 59) حيث يمكن تعريف البرامج الترفيهية على انها (هي برامج تقدم مضامين الهدف منها التسلية والترويح عن النفس وملئ وقت الفراغ لتحقيق اشباع الرغبات النفسية والاجتماعية للفرد لتبعده عن المشاكل اليومية والشعور بالملل ، تكون البرامج الترفيهية على عدة انواع منها (برامج الرقص والدراما والغناء والموسيقى والمسابقات والالعاب وغيرها) (مطشر، 2005، الصفحات 95-96)

ثالثاً : الوظيفة الترفيهية في التلفزيون

وظيفة الترفيه لها اهمية في التلفزيون لا تقل عن اهمية الوظائف الاخرى ، وهي تعتبر وظيفة اساسية لتحقيق الاشباع النفسية والاجتماعية للفرد ، فالفرد لا يستطيع ان يعيش حياته كلها عمل يجب ان يكون هنالك مما يخفف عنه من متاعب الحياة. (اصبح، 2010، صفحة 18) تحتل الوظيفة الترفيهية ركنا يكاد يكون ثابتا في معظم التصنيفات التي وضعها بعض الباحثين للوظائف والبعض الاخر يذهب بها الى اكثر من ذلك باعتبارها وظيفة ترفيهية من اهم الوظائف الاتصال القاطبة (طاهر، البرامج الترفيهية في التلفزيون ، 2000، صفحة 28)

اشارت العديد من الابحاث والدراسات ان الوظيفة الترفيهية في التلفزيون هي وسيلة جماعية وسهلة ، وتكون هذه الوظيفة لشغل وقت الفراغ وللتسلية ، حيث تكون غير مكلفة للترفيه داخل الاسرة وهذا يعرفه المسؤولين عن هذا الجهاز ، حيث يلعبون بمهارة على الوتر وسيبقى التلفزيون عن طريق الوظيفة الترفيهية هو الوسيلة للترويح

وشغل وقت الفراغ والتسلية لفئات متعددة . (الशल، 2001، صفحة 164) حيث يساعد التلفزيون المشاهدين على التقليل من التوتر والتقليل من المشاكل ، وبناء المعنويات ، وهذا له تأثيرا مباشرا ايجابي على حالة الفرد النفسية ، وازدادت الوظيفة الترفيهية لوسائل الاعلام (التلفزيون) عندما انتقلت من جمهور محدد نسبيا الى جمهور شعبي عريض (الزبون، 2013، صفحة 44) وتعد الوظيفة الترفيهية بالذات من اهم وظائف التلفزيون في زرع القيم ، فالجماهير في العالم العربي تنظر الى التلفزيون على انه وسيلة للترفيه ، ولكن تأكيد وظيفة الترفيه بمعناها السطحي (قتل الوقت) يزيد قوة بين الجماهير المختلفة ثقافيا وهذه حقيقة لا يمكن غض النظر عنها (الامير، 2012، صفحة 81)

ومن خلال ما تتمتع به الوظيفة الترفيهية من خاصية فنية تجعل التلفزيون يتفوق على الوسائل الاتصالية الاخرى من حيث نقل الصورة واللون والصوت والحركة لتجسيد الافكار وبعث الخيال بشكل ابداعي تجذب المتلقي ، ويعد التلفزيون وسيلة اتصالية حديثة امكانية القدرات ووسائل الاتصال الاخرى ، اذ يمتلك التلفزيون شيء من الاذاعة وشيء من الصحافة ، كما لدية الكثير من المسرح والسينما ، لذلك يعد التلفزيون اكثر وسائل الاتصال اثرا في حياة الناس (السحمراني، 1994، صفحة 64).

غلب الطابع الترفيهي على وظائف التلفزيون بحيث اصبح المشاهد ينظر للتلفزيون على انه الوسيلة الاولى للتسلية والترفيه وقضاء الوقت ، اي ان اصبحت محطات التلفزيون تبث على مدار الساعة من دون توقف وذلك لكي تقدم البرامج الترفيهية والمسلية (العبد، 2008، صفحة 63) هذا مما جعل بعض الدراسات الاعلامية اتفقت بأن الجمهور يشاهد البرامج التلفزيونية من اجل التسلية والترفيه بالدرجة الاولى ، وكذلك من اجل المعرفة والاطلاع واكتساب بعض المعلومات ، وهذا الامر انعكس في حدوث تبديلات جوهرية في الانتاج التلفزيوني من خلال الموضوعات والاساليب الاخراجية وكيفية تقديمها (الساموك، 2010 ، صفحة 8)

رابعا : برنامج Arab Idol

هو برنامج قدمة قنوات (mbc) كنسخة عربية من البرنامج (Idol) (Pop البريطاني في بريطانيا الذي بدأ في أكتوبر تشرين الاول عام (2001) ، وفاز بلقب البرنامج في الموسم الاول (ويل يانج) وفي الموسم الثاني فاز (ميشيل مكماتوس) ، بعد ذلك قدم في الولايات المتحدة الامريكية للبحث عن الموهوبين في برنامج (Amer-ican Idol) بعد ذلك قدمته (29) دول اخرى في برامج متشابهة ، ثم قدم اخيرا في الدول العربية باسم (Arab Idol) للبحث عن المواهب في الدول العربية ، حصل بعد ذلك البرنامج على امتياز دولي واتفاق على تسميته سلسلة برامج (Idol) ، جاء البرنامج ليمنح الفرص للشباب الذين يملكون مواهب فنية ليسمعهم الجمهور ويصوت لهم ويفتح باب النجومية في مجال الغناء والتمثيل (الزوبعي، 2016، الصفحات -144)

خامسا : انعكاس البرامج على السلوك الاجتماعي

تأثر وسائل الاتصال بشكل عام في حياة الامم والشعوب لما تمتلك هذه الوسائل من اهمية كبيرة ، حيث انها تشكل خطورة في المجتمعات على اختلاف شعوبها ، فبعض البرامج تكون هدم للأخلاق وفساد النفوس كذلك اثاره الشهوات وتحفيز السلوك الأنحرافي .

وهنا يأتي دور القنوات الفضائية التي تعد في الوقت الحالي ابرز وسائل الاتصال ، حيث لهذه القنوات علاقة وثيقة بالقيم والمعايير الاجتماعية للفرد ويكون هدفها تغيير اتجاهات الافراد والجماعات كذلك تقوم بنقل الاتجاهات والافكار والقيم الجديدة لهم ، حيث ان تطوير القيم للفرد والجماعات يتطلب مجهودا كبيرا وهنا يأتي دور القنوات الفضائية بتطوير القيم القديمة والعمل على ادخال قيم جديدة (الحديدي، 2000، صفحة 109) ثم بعد ذلك يأتي دورها في جذب المشاهدين عن طريق عرض البرامج تحمل في طياتها مجموعة من الافكار والقيم وتكون على فترات غير محددة هدفها ترسيخ هذه القيم والافكار في عقلية المشاهد ، ومن خلال ذلك يمارس التلفزيون العربي تأثيره على السلوك حينما يعرض برامج مرارا وتكرارا من خلال التمثيل الفني سواء كان مسلسل ام برامج مسابقات او غناء او افلام ، وكلما عرضت هذه البرامج القيم والأراء نفسها كلما كانت اشد فاعلية في تأثيرها (خليل، 1999، صفحة 57) واجرت بعض العلماء والباحثين دراسات عن تأثير البرامج وتحديد الاثر في تكوين السلوك والرأي بشكل عام وخاص، وكانت نتائج هذه الدراسات ان البرامج تؤثر في بلورة القرارات وتوجيه الاعمال والسلوكيات (الخورى، 1997، صفحة 56) أذ ان بعض البرامج تتصف بالترفيه تعتبر وسيلة اتصال لها اثرا واضحا في حياة الافراد والجماعات حيث اصبحت في الوقت الحالي حديثا اجتماعيا هاما لما تمتلك هذه البرامج خطورة على العالم المعاصر (مرزوق، 2009، صفحة 93) وهذا الاثر وصفه (لازار سلفر) بان لبعض البرامج اثر محدد وغير مباشر وله مدى قصير ، مادام الناس يستطيعون يدفون عنهم مالا يؤتيهم ويحددون الانتقاء بالدوافع الاجتماعية والقيود التقنية (الخورى، 1997، صفحة 56)

يرى بعض الباحثين ان التلفزيون لا يعرض الحقيقة او الواقع كما هو بل يشوه بعض الخيال مما يؤدي الى خلق اسطورة اجتماعية في اذهان الافراد اثناء المشاهدة ، حيث يرى الباحثين للتلفزيون اثار سلبية على سلوك الافراد الذين يشاهدونه لساعات طويلة (طلب، البرامج التعليمية والثقافية بالاذاعة والتلفزيون ، 2009، صفحة 199) تعد البرامج مؤثرة في حياة الشباب الاجتماعية والثقافية والعاطفية ، بمعنى للبرامج قدرة على استحواذ عقول الشباب وخيالهم بشكل كبير لما تعرضه هذه البرامج بعض المواضيع المجذبة والتي لها دورا في التنشئة في حين الافراد يعيشون في مجتمعات ذات تركيبة اجتماعية ومؤسسات اجتماعية تفرض انماطا معينة من التفكير والسلوك ، ثم تشكل الارضية الثقافية التي تنبع منها الاخلاق والعادات وانماط السلوك ويرى

بعض علماء النفس ان التلفزيون عند عرض البرامج لا يخلق الانحراف والمشكلات العدوانية وانما يخلق حلقة تواصل للأهل والاصدقاء ، في حين هنالك دراسات اوضحت ان الاشخاص العدوانيين يختارون برامج معينة ، اي ان الشخص يختار البرنامج الذي يحقق له الطمأنينة ، وحسب منظور شرام ان الشخص المضطرب عاطفيا والشخص الذي لا يمتلك الطمأنينة هو الشخص الذي يتأثر بالبرامج المعرضة (العزاوي، 1997، صفحة 57) .

الدراسة التحليلية والميدانية

فئات تحليل المضمون برنامج Arab

بعد الاطلاع على التراث النظري للبرامج الترفيهية بشكل عام وبرنامج المسابقات الغنائي بشكل خاص ، ولأنجاز متطلبات الدراسة الميدانية على فئة الشباب العراقي لمعرفة مدى انعكاس مضامين البرامج الترفيهية (المسابقات) على السلوك الاجتماعي لديهم ، اعتمدت الباحثة على القيام بأجراء دراسة تحليلية لحلقات البرنامج Arab Idol عينة الدراسة وبالغلة (28) حلقة من خلال القيام بأجراءات تحليل المضمون وذلك بتحديد الفئات الرئيسية لفئة ماذا قيل وفئة كيف قيل مع فئاتهم الفرعية ، وبشكل يمكن الاستفادة منه في اجراء الدراسة الميدانية والعمليات الاحصائية فضلا عن العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة :

جدول (1) يبين الفئات الرئيسية لتحليل مضمون برنامج Arab Idol

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات الرئيسية
30,4 %	2584	١- فئة القيم
6,7 %	566	٢- فئة الاهداف
0,94 %	80	٣- فئة اللغة
46,3 %	3934	٤- فئة الشكل
15,72 %	1337	٥- فئة الزمن
100 %	8501	المجموع

ويؤشر هنا من نتائج الجدول ان البرنامج اعتمد بشكل رئيسي على ثلاث فقرات فقرة فئة الشكل والقيم والزمن باعتبارهم الفقرات الاساسية للبرنامج .

اولا : فئة ماذا قيل

- فئة القيم ويقصد بها المعايير الاخلاقية والسلوكية التي ظهرت في حلقات البرنامج Arab Idol عينة الدراسة ، والتي يمكن ملاحظتها عن طريق تصرفات الاشخاص المشاركين في البرنامج مثل المتسابقين او الضيوف او الجمهور وحتى مقدمين البرنامج ولجنة التحكم.

جدول (2) يبين فئات القيم التي ظهرت في برنامج Arab Idol عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	فئة القيم
٪٣٩،٦٢	١٠٢٤	١-العلاقات الحميمة بين الجنسين
٪٣،٢٥	٨٤	٢-النجاح (الفوز بلقب البرنامج)
٪٢،١	٥٤	٣-الطموح
٪٢،٢٤	٥٨	٤-الصراع بين المتنافسين
٪٠،٩	٢٢	٥-التعصب للبلد والجهة التي ينتمي لها المتسابق
٪٢،٤٣	٦٣	٦-المغامرة في اختيار الاغنية والموسيقى والملبس
٪١،٢٣	٣٢	٧-الموهبة والثقة بالنفس عند المتسابق
٪١،٨١	٤٧	٨-التسامح
٤٤،٨١	١١٥٨	٩- الغيرة
٪١،٦٢	٤٢	١٠-المتعة واللهو
٪١٠٠	٢٥٨٤	المجموع

تؤشر نتائج الجدول الخاص بالقيم التي ظهرت في برنامج Arab Idol عينة الدراسة ان البرنامج قد اشاع قيمة الغيرة بين المتنافسين على لقب البرنامج وهذا مؤشر سلبي يمكن ان ينعكس على المتابعين للبرنامج وخاصة فئة الشباب ، فضلا عن قيم اخرى مثل قيمة العلاقات الحميمة بين الجنسين والتي تعتبر في مجتمعنا من القيم السلبية التي تحاول وسائل الاعلام بشكل عام والتلفزيون بشكل خاص وكذلك وسائل الاعلام الرقمية من اشاعتها بين اطراف فئة الشباب

جدول رقم (3) يبين الاهداف التي يسعى برنامج Arab Idol عينة الدراسة تحقيقها

النسبة المئوية	التكرار	اهداف البرنامج
٪٤،٢٤	٢٨	١-التسلية والترفيه
٪١٤،٨٤	٨٤	٢-صناعة النجومية
٪٤،٦	٢٦	٣-اعادة انتاج الثقافة الغربية
٪٢٩،٧	١٦٨	٤-تحقيق الربح من الاعلانات
٪٧،٦	٤٣	٥-نشر ثقافة التقليد
٪٨،٣	٤٧	٦-تحقيق التفاعلية من خلال مشاركة الجمهور
٪٩،٩	٥٦	٧-العصبية والنفرزة للمحكمين
٪١٤،١٣	٨٠	٨-الاهتمام بالمظهر
٪٦،٠	٣٤	٩- الرقص
٪١٠٠	٥٦٦	المجموع

يؤشر الى ان هنالك اهداف متعددة للبرنامج يسعى الى تحقيقها ضمن حلقات

البرنامج ، ويتبين ان هدف تحقيق الربح من الاعلانات هو الهدف الابرز ضمن سياسة البرنامج والقناة ، وهذا يعكس لنا ان القناة التي تعمل على انتاج مثل هذه البرامج يكون هدفها الرئيسي تحقيق الارباح المالية العالية من برامج المسابقات الغنائية سوى من خلال الاعلانات في انتهاء عرض حلقة البرنامج او عن طريق مشاركة الجمهور في داخل الاستوديو وخارجه عن طريق ارسال الرسائل للبرنامج وترشيح المتسابق المفضل لدى الجمهور .

١- اللغة : ويقصد بها لغة البرنامج سواء كانت لمقدمي البرنامج او المشاركين (المتسابقين) في البرنامج .

جدول رقم (4) يبين اللغة المستخدمة في حلقات البرنامج عينة الدراسة

اللغة	التكرار	النسبة المئوية
١- لغة عربية	٤٢	٥٢,٥%
٢- لغة اجنبية	١٣	١٦,٢%
٣- لغة عربية اجنبية	٢٥	٣١,٣%
المجموع	٨٠	١٠٠%

تشير بيانات الجدول اعلاه ان هنالك تنوع في نوع اللغة المستخدمة في البرنامج سواء كانت من قبل الضيوف او لجنة التحكم او من قبل المشاركين الشباب في البرنامج عينة الدراسة

ثانيا: فئة الشكل : ويقصد بها الشكل الذي تقدم به حلقات البرنامج Arab Idol

جدول رقم (5) يبين فئات الشكل في تقديم حلقات البرنامج عينة الدراسة

الفئات	التكرارات	النسبة المئوية
١-فئة توزيع الجمهور	٢٢٤	٥,٧٠%
٢-فئة توزيع لجنة التحكم	١١٢٠	٢٨,٥٠%
٣-فئة مقدم ومقدمة البرنامج	٤٤٨	١١,٤٠%
٤-فئة المقدمة التقريرية	٣٠٨	٧,٨٢%
٥-فئة المقدمة الاستفهامية	٥٦	١,٤٢%
٦-فئة المقدمة المختلطة	٨٤	٢,١٣%
٧- فئة توزيع ضيوف البرنامج	٣٦	٠,٩١%
٨-فئة المتسابق	١٦٢٤	٤١,٣٠%
٩- فئة الموسيقى	٣٤	٠,٩%
المجموع	٣٩٣٤	١٠٠%

تشير نتائج بيانات الجدول اعلاه : ان هنالك فئات فرعية للشكل الذي قدم به البرنامج عينة الدراسة.

ثالثا : فئة الزمن : ويقصد بها المدة الزمنية بالدقيقة والثانية لكل فقرة من فقرات الخاصة بشكل البرنامج Arab Idol من المقدمة حتى الخاتمة .

جدول رقم (٦) يبين زمن كل فقرة من فقرات البرنامج عينة الدراسة

أكثر من دقيقة		أقل من دقيقة		الفئات
ن	ك	ن	ك	
١٩	١,٤٢%	٩	٠,٤٢%	١- فئة المقدمة
٣٥	٢,٦١%	٢٣	١,١٠%	٢- فئة الربورتاج
-	-	٨٠	٣,٧٣%	٣- فئة تعريف شخصية المتسابق امام اللجنة
٥٨	٤,٣٣%	-	-	٤- فئة الموسيقى
٨٩	٦,٦٥%	-	-	٥- فئة الغناء
٢٤٧	١٨,٥٠%	٨٧٣	٤٠,٨٠%	٦- فئة لجنة الحكم
-	-	٢٢٤	١٠,٥٠%	٧- فئة الجمهور
-	-	١٦٨	٧,٨٥%	٨- فئة الاعلانات
-	-	٢٨	١,٣٠%	٩- فئة الخاتمة
٨٨٩	٦٦,٥٠%	٧٣٥	٣٤,٣٤%	١٠- فئة المشترك
١٣٣٧	١٠٠%	٢١٤٠	١٠٠%	المجموع

نتائج البحث The Results

- تركز البرامج الترفيهية على اشاعة قيم الطموح والصراع والمغامرة والمتعة واللهو فضلا عن قيم التقليد في بعض امور الحياة اليومية مثل العادات والافكار والتقاليد الدخيلة على مجتمعنا العراقي وكذلك الملابس وقصات الشعر وغيرها .
- يتبين من خلال الدراسة التحليلية ان البرامج الترفيهية الغنائية تشيع قيم الغيرة بشكل كبير بين الشباب وخاصة فئة الفتيات ، فضلا عن اشاعة قيم العلاقات الحميمة بين الجنسين والصراع من اجل تحقيق الفوز مما ينعكس ذلك على سلوك الشباب .
- يتبين من خلال الدراسة التحليلية ان البرامج الترفيهية الغنائية تشيع قيم الغيرة بشكل كبير بين الشباب وخاصة فئة الفتيات ، فضلا عن اشاعة قيم العلاقات الحميمة بين الجنسين والصراع من اجل تحقيق الفوز مما ينعكس ذلك على سلوك الشباب .
- يستنتج من بيانات الدراسة التحليلية ان البرامج الترفيهية الغنائية في بعض القنوات الفضائية العربية والتي تحظى بمشاهدة كبيرة من فئة الشباب بشكل خاص ، تسعى الى اشاعة لغات ما بين العربية والاجنبية مثل الانكليزية والفرنسية وغيرها .
- تركز برامج المسابقات الغنائية على عنصر المتسابق باعتباره عنصر اساسي من عناصر الشكل للبرنامج فضلا عن عنصر لجنة التحكم ، باعتبار ان تلك العناصر تعد الاساس في نجاح البرنامج وتحقيق الاهداف .

- يتضح ان غالبية الشباب الذين مواظبون على مشاهدة ومتابعة البرامج الترفيهية (المسابقات الغنائية) هم من فئة الشباب ومن ذوي الاعمار الممتدة ما بين (١٦ - ٣٥) سنة واغلبهم من الفئات الاجتماعية الغير متزوجة ، اذ تبين ان هنالك مواظبة عالية لمشاهدة تلك البرامج .
- يعد البث المباشر له الاثر في المتابعة والمشاهدة لفئات المجتمع بشكل عام والشباب بشكل خاص ، لما يخلق من اجواء تفاعل مع فقرات البرنامج اثناء العرض بشكل مباشر
- يتضح ان الدافع الرئيسي لمشاهدة البرامج الترفيهية هو من اجل الترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ الذي تعاني منه فئة الشباب في المجتمع العراقي .
- ان لمشاهدة برامج الترفيهية الغنائية لها تأثير على سلوكيات المشاهدين وخاصة عند النساء من خلال اكتساب بعض المظاهر وتقليدها مثل التبرج والموضة وقصات الشعر وتقليد بعض التصرفات والحركات فضلا عن اشاعة الثقافة الغربية بين اوساط افراد المجتمع .
- ان للبرامج الترفيهية دورا في اشاعة قيم وسلوكيات ايجابية بين فئة الشباب ، فضلا عن انعكاس بعض القيم والسلوكيات السلبية بين الجنسين
- يظهر ان اتجاهات المشاهدة لدى الشباب العراقي للبرامج الترفيهية يعدها متنفسا ومخرجا للضغط النفسي ، فضلا الى تنمية الجانب العاطفي والمواهب والاهتمامات لديهم .
- يتضح ان التعرض للبرامج الترفيهية له علاقة بين المتغيرات وانماط وعادات المشاهدة لدى فئة الشباب .

المراجع

- احمد محي خلف. (٢٠١٩). العوامل الثقافية والاجتماعية وتأثيرها على الخطط الاستراتيجية لتشغيل الشباب في بعض دول العالم (دراسة تحليلية وميدانية) . مصر، كلية الاداب جامعة المينا: دار التعليم الجامعي.
- اسعد السحمراني. (١٩٩٤). الاعلام اولاً . بيروت: دار النقائس.
- النشراح الشال. (٢٠٠١). مدخل الى علم الاجتماع الاعلامي . القاهرة: دار الفكر العربي .
- انور ابراهيم عبد الزويعي. (٢٠١٦). برامج المسابقات الغنائية (Arab Idol ، The voic) واثرها على الشباب العربي (المجلد ١). لبنان، بيروت: دار العلوم العربية.
- جحسين علي قاسم. (٢٠١٨). انتاج المواد السمعبصرية الاسس العلمية والمهنية. مصر: العربي للنشر والتوزيع.
- خليل ابو اصبع. (٢٠١٠). استراتيجيات الاتصال وسياسته وتأثيراته. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع .
- سعد مطشر. (٢٠٠٥). المضامين والاشكال الفنية للبرامج التلفزيونية في تلفزيون العراق والتلفزيون العربي السوري . بغداد: اطروحة دكتوراة غير منشورة.
- صفد حسام الساموك. (٢٠١٠). نسخ البرامج الامريكية في التلفزيون الفضائي العربي ، مجلة تواصل. ب.م: هيئة الاعلام والاتصالات ، العدد (٤٥) كانون الاول .

- عاطف عدلي العبد. (٢٠٠٨). المدخل الى الاذاعة والتلفزيون . القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبدالله خلدون. (٢٠١٠). الاعلام وعلم النفس . عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- عمار طاهر. (٢٠٠٠). البرامج الترفيهية في التلفزيون . جامعة بغداد: اطروحة دكتوراه غير منشورة.
- ماجد فاض الزبون. (٢٠١٣). الاعلام وثقافة التفكيك (المجلد ١). مصر، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع .
- مأمون طربية. (٢٠١٢). السلوك الاجتماعي للفرد. لبنان، بيروت: دار النهضة العربية
- محمد نبيل طلب. (٢٠٠٩). البرامج التعليمية والثقافية بالاذاعة والتلفزيون (المجلد ١). القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.
- محمد نبيل طلب. (٢٠٠٩). البرامج التعليمية والثقافية بالاذاعة والتلفزيون ، القاهرة ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، ط١ ، ٢٠٠٩ ، ص١٩٩. (المجلد ١). القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.
- محمود احمد ابو سمرة. (٢٠١٩). مناهج البحث العلمي من التبيين الى التمكين (المجلد ١). الاردن ، عمان : دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع .
- منى سعيد الحديدي. (٢٠٠٠). الاختراق الاعلامي للوطن العربي : اختراق القائم بالاتصال العربية. مصر، القاهرة: دار الفكر العربية.
- نزهة الخوري. (١٩٩٧). اثر التلفزيون في تربية المراهقين (المجلد ١). بيروت: دار الفكر اللبنانية للطباعة والنشر والتوزيع.
- نصيف جاسم العزاوي. (١٩٩٧). الوظيفة الاتصالية للتلفزيون (دراسة ميدانية لتلفزيون الشباب في العراق (١٩٩٣-١٩٩٦) . بغداد: اطروحة دكتوراة غير منشورة ، جامعة بغداد.
- هربت شيلرت: عبد السلام رضوان. (١٩٨٦). المتلاعبون بالعقول . الكويت: عالم المعرفة.
- وعد ابراهيم الامير. (٢٠١٢). دور القنوات في قيم الاسرة . عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- وعد ابراهيم خليل. (١٩٩٩). دور التلفزيون في قيم الاسرة . بغداد: رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد.
- يوسف خليل مطر وأسعد حسين عطوان. (٢٠١٨). مناهج البحث العلمي . لبنان، بيروت: دار الكتب العلمية.

References

1. Ahmed Mohi Khalaf. (2019). Cultural and social factors and their impact on strategic plans for youth employment in some countries of the world (an analytical and field study). Egypt: Faculty of Arts \ Mina University: University Education House.
2. The happiest Alhamrani. (1994). Media first. Beirut: House of Naqais.
3. Breaking the shawl. (2001). Introduction to media sociology. Cairo: Dar Al-Fikr Al-Arabi.
4. Anwar Ibrahim Abdel-Zobaie. (2016). Lyrical competitions programs

- (Arab Idol, The voice) and its impact on Arab youth (Volume 1). Lebanon, Beirut: Arab Science House.
5. Hussein Ali Qasim. (2018). Audiovisual production scientific and professional foundations. Egypt: Al-Arabi for Publishing and Distribution.
 6. Khalil Abu finger. (2010). Communication strategies, policy and impacts. Amman: Majdalawi Publishing and Distribution House.
 7. Saad Mutashar. (2005). The contents and technical forms of television programs on Iraq TV and Syrian Arab TV. Baghdad: Unpublished doctoral thesis.
 8. Safed Hussam Samouk. (2010). Transcription of American programs on Arab satellite television, Tawasul Magazine. P.M.: Information and Communication Authority, Issue (45) December.
 9. Atef Adly Al-Abed. (2008). Entrance to radio and television. Cairo: Dar Al-Fikr Al-Arabi.
 10. Ammar Taher. (2000). Entertainment programs on television, an analytical study of entertainment programs on Iraq TV. University of Baghdad: unpublished doctoral thesis.
 11. Majed Fadhel customer. (2013). Media and the culture of disassociation (Volume 1). Egypt, Cairo: Al-Arabi for Publishing and Distribution.
 12. Mohamed Nabil Talib. (2009). Educational and cultural programs radio and television, Cairo, the Arab House for Publishing and Distribution, i 1, 2009, p. 199. (Volume 1). Cairo: The Arab House for Publishing and Distribution.
 13. Mahmoud Ahmed Abu Samra. (2019). Scientific Research Methods from Identification to Empowerment (Volume I 1). Jordan, Amman: Al-Yazouri Scientific House for Publishing and Distribution.
 14. Mona Saeed Al-Hadidi. (2000). Media penetration of the Arab world: the penetration of the Arab contact. Egypt, Cairo: The Arab House of Thought.
 15. Nazha El-Khoury. (1997). The effect of television on the education of adolescents (Volume 1). Beirut: Lebanese house of thought for printing, publishing and distribution.
 16. Nassif Jassim Al-Azzawi. (1997). Communication function of television (a field study of youth TV in Iraq (1993-1996)) Baghdad: Unpublished doctoral dissertation, University of Baghdad.
 17. Schiller fled T: Abdul Salam Radwan. (1986). Mind manipulators. Kuwait: The World of Knowledge..
 18. Ibrahim promised the prince. (2012). The role of channels in family values. Amman: Ghaida House for Publishing and Distribution.
 19. Ibrahim Khalil promised. (1999). The role of television in family values. Baghdad: Unpublished Master Thesis, University of Baghdad.
 20. Youssef Khalil Matar Asaad Hussain Atwan. (2018). Research Methodology. Lebanon, Beirut: Scientific Books House.
 21. Youssef Marzouk. (2009). The art of writing for radio and television. Egypt: University Knowledge House.