

طرق التأثير على القيم الثقافية والدينية في التلفزيون العربي

مجذوب بخت محمد توم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - عميد كلية علوم الاتصال

المستخلص:

تتناول هذه الورقة طرق التأثير في القيم الثقافية والدينية بسبب المواد التلفزيونية التي يستقبلها المواطن العربي التي لخصتها الورقة في خمس طرق تمثلت في : تعديل السلوك* التضليل الإعلامي، التأثير الأيدولوجي، الإعلان التجاري، تشكيل النسق القيمي؛ وذلك لما لها من انعكاسات على النشء في الدول العربية .

كذلك تناولت الورقة في شقها الميداني إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية العربية التي توصل إليها الباحث من خلال الدراسة التي أجراها على الجمهور العربي المشاهد لهذه القنوات ، حيث تدرج ضمن المؤثرات على القيم إما إيجابياً أو سلبياً .

Abstract:

This paper deals with the ways and means by which the television programs affect the values and behavior of the Arab television viewers. The paper summarizes the effects of these programs into five main ways: behavioral change, media mind management, ideological effects, commercial advertising and innovative change of value systems of the masses in the Arab world.

On its experimental side, the paper discussed the advantages and disadvantages of the Arab TV, satellite stations via the use of the content analysis of the programs broadcast by these stations to the Arab viewers. Thus, the study recommends that television should concentrate in the propagation of its vital educational role and encourage the programs that enhance the values of the community and satisfy the expectations of the masses in the Arab world.

المقدمة :

شغل موضوع البث التلفزيوني العديد من الأوساط الإعلامية والتربوية في السنوات الأخيرة ، وما زال يشغلها؛ ذلك لأن التلفزيون وسع من دائرة بثه بسبب استخدام الأقمار الاصطناعية التي جعلته يتجاوز حدود الدول مما حدا بالكثير من رجال التربية في الدول النامية من التوجس خوفاً من الآثار السالبة للبث القادم من الغرب في إطار تيارات العولمة الحاملة للثقافة الغربية ، وهذا الخوف له مبرره من وجهة نظر أخرى كالتأثير على القيم الثقافية والدينية والاجتماعية والتقاليد التي ينظر إليها الكثير من الدعاة باعتبارها الخطوط التي لا يسمح بتجاوزها ، ولكن هذا لا يتم إنجازه بمجرد شحن العواطف ، وارتفاع الصيحات ، وكتابة المقالات ، وتوجيه النقد ، وإنما تكون الحاجة ماسة للتفكير الهادئ ، والمعالجة العلمية ، والارتقاء إلى مستوى المنافسة ، وتوفير البدائل الفكرية والفنية والمادية ، التي يمكن أن تحول الأفكار إلى برامج عملية قابلة للتنفيذ والمناجعة والتطوير .

يتلقى الإنسان أولى معارفه من البيئة الأولى التي تشكل تنشئته الاجتماعية وهي الأسرة ، ولم يعد أفراد الأسرة وحدهم الذين ينفردون بتنشئة الطفل بعد ميلاده ، إنما أصبح هناك شركاء آخرون يقومون بالدور (نفسه في وقت ما وبنسبة ما) ، ويعتبر التلفزيون أهم هؤلاء الشركاء ، حيث يعتبره التربويون أحد وسائل التنشئة الاجتماعية في عصرنا هذا ، حيث يقضي أمامه الأطفال فترات طويلة خلال اليوم ربما تزيد عما يقضونه مع أفراد الأسرة ، ويرجع ذلك إلى تغير سير عجلة الحياة ، والتعاطي مع تعقيداتها كانشغال الوالدين

، وتباعد أفراد الأسرة بعضهم عن بعض ، ولولوج الفهم المادي إلى حياة الأفراد مما ألقى بالكثير من التبعات على الجوانب التربوية والثقافية والأخلاقية .

ولما كانت المنطقة العربية وحدة جغرافية ذات رباط ثقافي تجمع بينها قواسم مشتركة تتمثل في القيم والدين والعرف والأخلاق ، حق علينا أن نتناول القيم التي يحملها التلفزيون عبر القنوات الفضائية التي يصل إرسالها إلى المنطقة وما تحدثه من تأثيرات على الجمهور المستقبل لرسالته ، سواءً كانت هذه الرسالة موجهة من داخل المنطقة أو خارجها .

مشكلة البحث :

يتعرض المواطن العربي للكثير من المواد الإعلامية التلفزيونية التي يستقبلها من المنطقة العربية وخارجها ، وما نلاحظه على هذه المواد هو تعدد مصادرها ، وتباين أهدافها ، وكثرة أشكالها . وكان هذا الأمر لافتاً لنظر الباحثون إلى دراسة تأثير هذه المواد على القيم الثقافية للجمهور العربي ، خاصةً وأن للتلفزيون طبيعة تجعله ينفرد ببعض الخصائص التي تميزه على وسائل الاتصال الجماهيري النظرية ، فتجعله جذاباً للجمهور ، كاستخدام الصورة والديكور وحركة الكاميرا ، كما يعتبره الكثير من الكتاب صديقاً للأسرة ، وهي المكون الأساسي للمجتمع . كل ذلك يثير الاهتمام بهذه الوسيلة وما تقدمه من مواد .

أهداف البحث :

يركز الباحث على بعض الأهداف التي سعى إلى تحقيقها من خلال مناقشة موضوع الورقة ، وتتمثل هذه الأهداف في :

معرفة مدى تأثير التلفزيون على سلوك المتلقي .

معرفة مدى قدرة التلفزيون على تشكيل القيم الثقافية والدينية والاجتماعية لدى الجمهور العربي .

التعرف على إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية .

منهج البحث :

نظراً لأننا بحاجة إلى وصف أداء إحدى وسائل الاتصال الجماهيري وهي التلفزيون (أو القنوات الفضائية) والسعي لمعرفة مدى انعكاساتها (الإيجابية أو السلبية) على قيم الجمهور ، فقد اخترت للبحث الذي بين أيدينا منهج المسح الوصفي ، وهو المنهج الذي يناسب الدراسات الإنسانية بشكل عام والإعلامية على وجه الخصوص ، سواءً كان على مستوى الوسائل أو دراسات الجمهور .

تأثير التلفزيون :

تعتمد القنوات الفضائية التلفزيونية — بصورة أساسية — على جهاز التلفزيون ، ذلك لأنه الوسيلة التي تستخدمها تلك القنوات في توصيل مضامينها الإعلامية للجمهور، من جهة والإفادة من إمكاناته وتأثيره من جهة أخرى .

للتلفزيون طبيعة جاذبة يتميز بها على بقية وسائل الاتصال الجماهيري ، فاستخدام الصورة الملونة ، والخدع الفنية ، والإضاءة ، وغيرها من وسائل الجذب والإغراء ، تجعل المادة التي يحملها هذا الجهاز تحرك العواطف ، وتلهب النفوس ، وتغير التفكير ، فتؤثر على ثقافة الإنسان ، وبنية الاجتماعية ، ومعتقداته ، بقدر ما تحمل من موجّهات ، وما تحوي من معاني ، سلباً أو إيجاباً .

مما يقوي أثر التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيري ما يسمى بالأثر التراكمي^(١) أي أن تكرار المواد بنفسه بقلها أو بقبالب مختلفة ، يؤدي إلى ترسيخ تلك المواد ، وزيادة نسبة تذكرها لدى المشاهد ، وهذا يؤدي إلى أن يصبح التأثير عميقاً وقوياً ويزيد الأثر التراكمي في القنوات الفضائية بسبب اتساع وقت البث التلفزيوني ، حيث بلغت مدة البث في بعض القنوات أربعاً وعشرين ساعة خلال اليوم واللييلة ، مما يضطر معظم القنوات لإعادة بث برامجها . كما أن التقنية التي تستخدمها القنوات الفضائية في الإخراج التلفزيوني ، وما يلزم ذلك من العوامل الفنية كالمونتاج ، والإضاءة ، وغير ذلك ، يساعد على تقديم المضمون الإعلامي بشتى القوالب والأشكال التي تعمل على جذب المشاهد ولفت انتباهه ، ومن ثم إرضاء ذوقه ثم حمله على المتابعة ، ثم التأثير عليه . يتم التأثير التلفزيوني بعدة طرق :

الطريقة الأولى : تأثير التلفزيون في تعديل السلوك :

تتيح الخبرات الاتصالية نوعين من التعديل السلوكي ، تعديل سلوكي طوعي ، وتعديل سلوكي قسري . وهناك مؤشرات تدل على أن للتلفزيون دوراً في تحقيق كلا النوعين من التعديل السلوكي^(٢):

النوع الأول : التعديل السلوكي الطوعي :

هناك مبدأ يدل على أن ملاحظة الفرد لنوع معين من السلوك يمكن أن تغير رغبته أو ميله للسلوك بالطريقة نفسها ، بدافع التقليد والاحتذاء ، وهذا ما يمكن أن يفعله التلفزيون ، أي أنه عند القيام بعرض نماذج أو أمثلة من السلوك في قالب ملائم من خلال التلفزيون ، فإن المشاهد يمكن أن يقلد ذلك السلوك .

النوع الثاني : التعديل السلوكي القسري (الإلزامي) :

يظهر التعديل السلوكي القسري حينما يحدث تغيير في السلوك نتيجة للتعرض إلى بعض وسائل الاتصال عندما يكون هذا التغيير غير مقصود من قبل الفرد المعني بعملية التغيير السلوكي . فما دمنّا مخاطبين بالنشاط التلفزيوني الكثيف ، ونتعرض إلى رسائله — ربما دون ما نسعى إليها — فإننا نستجيب بطرق لا يمكن أن نتوقعها ، أو ربما لا ندرك حقيقة أن طرق استجابتنا يمكن أن تعزى للتعرض لتأثيره التلفزيوني .

الطريقة الثانية : التضليل الإعلامي :

وهو نوع من أنواع التأثير الدعائي الذي يمكن أن يؤديه التلفزيون بكفاءة ، وفقاً لإمكاناته الفنية . هذا النوع من التأثير تستخدمه القنوات الفضائية الغربية في الدعاية التجارية والثقافية على حدٍ سواء .

(جاء في دراسة أعدت في الولايات المتحدة الأمريكية على طلاب الصفين الخامس والسادس ، أنه بالرغم من أن ٧٠% من مضامين — الرسائل — الإعلانات المتعلقة بالأطعمة ، قد حكمت عليها هيئة من المحلفين الخبراء بأنها غير دقيقة ومضللة ، فإن ٧٠% من هذه المضامين قد تم تصديقها من قبل الطلاب الذين شاركوا في البحث وعددهم ٢٠٨)^(٣).

ومن أسوأ أنواع التضليل هو ما نراه من خلال برامج الأطفال ، وذلك لما له من آثار ثقافية وتربوية سلبية ، في ظل التدفق الإعلامي على المنطقة العربية .

(١) مروان كحك : الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون ، دار الكلمة الطبية ، القاهرة ، ص ٩٠

(٢) إبراهيم مصعب الدليحي : التلفزيون ومشاهدوه من وجهة نظر العلوم الاجتماعية ، مجلة التوثيق الإعلامي ، بغداد ، العدد ١٤٠١،٢ — ١٩٨١م ، ص ٥٣ — ٥٢ .

(٣) روث أنجلس (أستراليا) ومجموعة من الباحثين : ترجمة وإعداد أديب حضور ، التلفزيون والأطفال ، المكتبة الإعلامية ، دمشق ، الطبعة الأولى ، ١٩٩٠م ،

(يقول جاك شاهين أستاذ الاتصالات الإعلامية – جامعة إلينوي بالولايات المتحدة الأمريكية – عن الصورة التي يقدمها التلفزيون الأمريكي عن العربي : [في برامج الكارتون يرى الأطفال مجموعة من الأبطال والأوغاد ، وسرعان ما يتعلمون التمييز بين الشباب الصالح والشباب الطالح ، فالممثلون الذين يؤدون دور الأشرار ، ويرتدون الثوب الطويل ، ويؤذون الناس الأبرياء ، هم العرب ، ويراهم الأطفال يختبئون في ظلال الأهرامات ، ويخونون أصدقاءهم الأمريكيين باسم الوحدة العربية . كما يقدم العرب الساعات إلكترونية كهدايا ، غير أن هذه الهدايا قنابل موقوتة]^(٤) .

وعندما تُقدم مثل هذه الفكرة في قالب الرسوم المتحركة ، وهو من أقوى القوالب تأثيراً على الأطفال ، وتُحشد لقالب الفكرة الكثير من عناصر الجذب التي توفرها التقنية الحديثة للتلفزيون ، ثم تُقدم في ظل القنوات الفضائية واسعة الانتشار ، لا شك أن ذلك سينجم عنه تأثير عميق ، ويُحدث تغييراً سلوكياً جوهرياً .

الطريقة الثالثة : التأثير الأيدولوجي :

يأتي تأثير التقنية الحديثة للقنوات الفضائية من كونها في يد الغرب ، المستعمر التقليدي للدول النامية ، ومن ضمنها الدول العربية ، هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإن هذه التقنية تمكن الدول الغربية من أن تتعامل مع شعوب الدول العربية مباشرةً ، متجاوزةً حواجز الرقابة بأنواعها. ولما لم يكن للدول العربية – والدول النامية على وجه العموم – آلة تقاوم بها الآلة الإعلامية للغرب ، نجدها تقع فريسةً لكل أنواع الاستغلال السياسي والثقافي والأخلاقي .

إذن ما ذا يريد الغرب من هذا الاستغلال ؟

لا شك أن الغرب لا يستطيع أن يستغني بنفسه عن دول العالم الثالث ، حيث المواد الأولية لصناعاته ، والسوق الواسع لترويج بضاعته ، ووجود البترول كسلعة حيوية وبكثرة في دول العالم الثالث ، وفي المنطقة العربية على وجه الخصوص . كل ذلك يجعل للغرب طموحات اقتصادية في تلك الدول .

من جانب آخر نجد أن الاختلاف على المبادئ الثقافية ، والأخلاقية ، والسياسية بين الدول الغربية ودول العالم الثالث ، يشجع لأن تبسط الدول الغربية نفوذها لتسيطر على تلك الجوانب في دول العالم الثالث عليه فإن العالم الغربي على الرغم من قوته الاقتصادية والعسكرية الضخمة ، لا يستطيع أن يعض الطرف عما يمكن أن يسببه له العالم الثالث من مشكلات

لكن رغم حاجة العالم الغربي هذه لدول العالم الثالث فلا نجد لديه الاستعداد للمجازفة بأرواح أفراده لتحقيق غاياته ، وهذا ما تقرره الثقافة الدينية للكثير من تلك الدول ، قال تعالى : M > ? @ A B C

(٥) L Y X W V U S R Q P O N M L K J I H G E D

ومن ثم فقد سعى الغرب للتأثير الأيدولوجي على شعوب العالم الثالث مباشرةً ، مستغلاً في ذلك آتته الإعلامية القوية ، وفي مقدمتها البث التلفزيوني المباشر عن طريق الأقمار الاصطناعية .

جاء في تقرير الشؤون الخارجية الأمريكية قولهم : (يمكن أن نحقق بعض أهداف سياستنا الخارجية من خلال التعامل المباشر مع شعوب الدول الأجنبية ، بدلاً من التعامل مع حكوماتها . ومن خلال استخدام الأدوات الحديثة وفنيات الاتصال يمكننا اليوم أن نصل إلى قطاعات كبيرة ومؤثرة من السكان في هذه البلاد

(٤) نفس المصدر ، ص ١٠٢

(٥) سورة البقرة ، الآية (٩٦)

، وأن نقوم بإعلامهم والتأثير عليهم في اتجاهاتهم ، بل يمكن في بعض الأحيان أن نحرضهم على سلوك طريق معين^(٦).

وعليه يصبح الباب مفتوحاً للإعلام الغربي لتسويق ثقافته ، والترويج عن فكره وقيمه ، والسعي لتشكيل آراء المشاهدين إزاء الأحداث العالمية ، وصنع دعاية تمكّن من رؤية العالم بعيون غربية. ومن ثم يتم تغيير نمط الحياة الاجتماعية في الدول النامية – ومنها الدول العربية – لتسير على خطى السلوك الغربي ووفق مفاهيمه.

الطريقة الرابعة : الإعلان التجاري وانعكاساته السلوكية والثقافية :

نظراً لانتهاج الغرب للنظام الاقتصادي الرأسمالي ، الذي يسعى للهيمنة الاقتصادية ، فإنه يبت من خلال القنوات الفضائية إعلانات تجارية للترويج عن سلعه ، التي يستهدف بها الدول النامية، بل والدول العربية خاصة – حيث مصادر النفط – باعتبارها سوقاً رائجة لتلك السلع .

(قال بريجنسكي مستشار الأمن القومي الأمريكي في منتصف السبعينات بضرورة تعميم النمط الثقافي الأمريكي من خلال حسن استغلال جهاز التلفزيون تحديداً ، بهدف تعميم المدرسة الأمريكية في الثقافة التي تقدر رغبات الفرد ونزعه الاستهلاكية).^(٧) روث أنجلس ومجموعة من الباحثين : ترجمة أديب حضور ، مصدر سابق، ص ١٠٠) كما أن الإعلان التجاري – بطبيعته – تدخل عليه الكثير من الخدع الفنية ، ووسائل التضليل التي تُظهر السلعة بغير حقيقتها ، وتشكل ضغطاً من قبل الأبناء على الآباء ، على الرغم من العوز وضيق ذات اليد في البلدان النامية . ومن ثم فإن الإعلانات ترسخ القيم المادية الغربية ، وتؤثر على العادات الغذائية ، وتسبب الخلافات العائلية ، وتروج عن سلع ربما تضر بصحة الإنسان .

وعندما ينعكس أثر الإعلان التجاري في سلوك الفرد في الدول النامية ، يقيم ثقافة خاصة به ، ونمطاً يضر بمصلحة الفرد وهو النمط الاستهلاكي ، خاصة وأن لهذه الإعلانات من الشروط ما يقوّي تأثيرها الإعلامي على المشاهد وتتجسد هذه الشروط في المعاني الآتية^(٨) .

الوصول : ونعني به الأشخاص الذين تصل إليهم الرسالة .

التكرار: وهو عدد المرات التي يتعرض فيها الشخص للرسالة .

التذكر : وهو مقدرة المستهلك على تذكر الرسالة التي نقلها الإعلان .

وهذا يعني أن الإعلان – لكي يحقق أهدافه – يجب أن يصل إلى أكبر عدد من الناس ، وأن يتم بثه لمرات عديدة ، وأن تُحشد له الكثير من عناصر التأثير ، بما يجعله عالقاً بذهن المشاهد ومسيطرأ على تفكيره . وهذه الشروط جميعاً يصعب استيفاؤها من خلال وسائل الاتصال الجماهيري ، إلا إذا ما استثنينا القنوات الفضائية التلفزيونية ، فإن ذلك يكون ميسوراً وسهلاً .

الطريقة الخامسة : تشكيل النسق القيمي :

إن بث البرامج الإعلامية الغربية عن طريق القنوات الفضائية ، كالأخبار والأفلام والموسيقى ، وغيرها من البرامج التلفزيونية ، يراد بها تشكيل النسق القيمي للجمهور الذي يستقبل تلك القنوات في الدول النامية ، إذ إن هناك الكثير من الشواهد التي تبرهن على ذلك ، ومن هذه الشواهد نستعرض ما يلي^(٩):

(٦) بلقاسم محمد الغالي : مواجهة تحديات العولمة بالإسلام ، مجلة منار الإسلام ، العدد ١١ ، ذو القعدة ١٤١٩هـ – ١٧ فبراير ١٩٩٩م، ص ١٤

(٧) روث أنجلس ومجموعة من الباحثين : ترجمة أديب حضور ، مصدر سابق، ص ١٠٠

(٨) محمود شمال حسن : بث براجمي أم تشكيل نسق قيمي .. دراسة الأنساق القيمي المترتبة على البث الفضائي في المجتمع العربي ، مجلة شؤون عربية ، العدد ٩٧ ،

مارس ١٩٩٩م – ذو القعدة ١٤١٩هـ ، ص ٤٨ – ٥٠

تتحكم الولايات المتحدة الأمريكية على ٦٥% من وسائل الاتصال السمعية والبصرية على مستوى العالم ، ومن منطلق هذا التحكم تسعى لنشر قيمها ومبادئها.

صدر للرئيس الأمريكي نيكسون أثناء ولايته كتاب بعنوان (١٩٩٩م نصر بدون حرب) أشار فيه إلى ضرورة بث القيم الأمريكية إذا ما أرادت أمريكا أن تكون زعيمة للعالم .

أخذت الشركات الإعلامية الغربية تبث رسائل إقناعية تروج لأيدولوجية النظام الرأسمالي ، وإشاعة أنماط استهلاكية ، وتحاول إضعاف الأعراف والثقافات الأخرى ، وهذا يمكن من تشكيل نسق قيمي على غرار ما هو موجود في الغرب .

في عام ١٩٨٨م أصدرت السوق الأوروبية المشتركة بياناً تحذر فيه من التهميش الذي تتعرض له الثقافات الأوروبية من خلال الصور والرسائل الأمريكية، علماً بأن هذه الصور والرسائل تتعرض لها أيضاً الدول العربية وبقية البلدان النامية .

إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية العربية:

حتى نتعامل مع البث الفضائي الغربي ، علينا أن نتلمس مواطن القوة ومكمن الخلل في وسائل اتصالنا في الدول العربية ، والعالم النامي أجمع ومن تلك الوسائل القنوات الفضائية التلفزيونية .

وحتى نتناول هذه القنوات بشيء من التوازن يجدر بنا الوقوف على إيجابياتها وسلبياتها من خلال الدراسة التي أجراها الباحث على عينة من الجمهور العربي المشاهد للقنوات الفضائية العربية المقيم بالمملكة العربية السعودية والتي تكونت من ١٥٥ مبحوثاً^(٩) .

تعمل القنوات الفضائية العربية في ظل تقنية حديثة تجعل منها وسيلة اتصال جماهيري واسعة الانتشار ، تتعامل مع معطيات بالغة التعقيد ، علمياً ، وثقافياً ، وفكرياً ، واستراتيجياً . تتداح دوائرها لتغطي العالم بكافة تياراته ، غثه وثمينه ، خيره وشره ، حقه وباطله ، فلا بد أن تعكس تلك المعطيات على جمهور المشاهدين العرب ، باعتباره الجمهور الرئيس الذي يتلقى إرسال تلك القنوات .

وللجمهور رؤية حول أداء القنوات الفضائية العربية ، ومن الطبيعي أن تأخذ هذه الرؤية كل تلك المؤثرات في الاعتبار ، ومن ثم يمكن تقسيم أداء القنوات الفضائية العربية إلى أداء إيجابي وآخر سلبي .

أولاً : إيجابيات القنوات الفضائية العربية :

المجموع	إتـــاات		نكـــور		نوع الإيجابيات	
	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
٦٣,٢٠%	٩٨	٦٥%	٢٦	٦٢,٦٠%	٧٢	تفتح الأذهان وتوسع المدارك
٧٦,٨٠%	١١٩	٨٥%	٣٤	٧٣,٩٠%	٨٥	ترفع المستوى العلمي والثقافي

(٩) مجذوب بخت محمد توم : تأثير القنوات الفضائية العربية على اتجاهات الرأي العام العربي — دراسة تطبيقية على قناة الجزيرة الفضائية ، رسالة دكتوراة مقدمة لجامعة أمدرمان الإسلامية ، ٢٠٠٢ م .

(١٠) محمد عبد الملك المتوكل : دور الإعلام في التنمية في الجمهورية العربية اليمنية ، مجلة دراسات يمنية ، العدد الرابع عشر، ديسمبر ١٩٨٣م — ربيع الآخر ١٤٠٤هـ — ص ١٥٣ — ١٥٩ .

تدعو إلى الاستقامة والإصلاح	٣٤	%٢٩,٦٠	١٦	%٤٠	٥٠	%٣٢,٣٠
تعرف بالعالم الخارجي	١٠١	%٨٧,٨٠	٣٣	%٨٢,٥٠	١٣٤	%٨٦,٥٠
تقدم التسلية والامتناع	٥٨	%٥٠,٤٠	٢٧	%٦٧,٥٠	٨٥	%٥٤,٨٠
أسباب أخرى	١١	%٩,٦٠	٢	%٥	١٣	%٨,٤٠

جدول يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً لإيجابيات القنوات الفضائية العربية بالنظر إلى الجدول أعلاه يتضح أن ٨٦,٥% من أفراد عينة الدراسة رأوا أن القنوات الفضائية العربية تعرف بالعالم الخارجي ، ولا فرق يذكر بين الذكور والإناث حول هذه الرؤية ، إذ بلغت نسبة الذكور ٨٧,٨% في مقابل ٨٢,٥% من الإناث . وكنيجة حتمية للتقنية الحديثة التي تستخدمها القنوات الفضائية العربية ، وما توفره من سرعة وصور حية ، فإنها أطلعت جمهورها على ما يدور حوله في العالم ، ونقلت إليه ما يحويه من تاريخ ، وما يدور فيه من مشكلات .

كما رأى ٧٦,٨% من أفراد العينة أن القنوات الفضائية العربية ترفع المستوى العلمي والثقافي ، ومثل هؤلاء ٧٣,٩% من الذكور في مقابل ٨٥% من الإناث ، بفارق قدره ١١,١% . ويأتي ذلك من خلال نقل الأحداث والبرامج العلمية في الأدب ، والفلك ، والطب، وغيرها من العلوم ، ونقل ثقافات الشعوب وفنونه على طول العالم وعرضه .

وقال ٦٣,٨% من أفراد العينة أن القنوات الفضائية العربية تفتح الأذهان وتوسع المدارك، وليس ثمة اختلاف — نو بال — بين الذكور والإناث حول هذا الرأي ، إذ بلغت نسبة الذكور ٦٢,٦% في مقابل ٦٥% من الإناث ، ذلك لأن القنوات الفضائية تقرب العالم للمشاهد ، فيتفاعل مع أحداثه ، ومن ثم يخرج من حالة الانغلاق ، فيدرك ما لا يمكن أن يدركه بوسائل — اتصال جماهيري — أخرى .

وعبر ٥٤,٨% على أن القنوات الفضائية العربية تقدم التسلية والإمتاع ، وقد اختلفت نسبة الذكور عن الإناث حول هذا الرأي ، إذ بلغت نسبة الذكور ٥٠,٤% في مقابل ٦٧,٥% من الإناث ، أي بزيادة الإناث بفارق ١٧,١% ، وهذه الزيادة تتم عن الرأي القائل : أن الإناث يفضلن برامج التسلية أكثر من الذكور . وعموماً إذا قورنت هذه النتيجة بالنتائج السابقة حول إيجابيات القنوات الفضائية العربية ، يتضح أن نظرة المشاهد للتلفزيون بأنه وسيلة ترفيه — بشكل أساسي — قد بدأت تتراجع ، بل أصبحت هناك أدواراً أهم فائدةً ، وأبلغ أثراً يجب أن تؤديها القنوات الفضائية العربية ، ويبدو واضحاً أن هذه القنوات ما زالت تركز على الجانب الترفيهي أكثر من غيره ، رغم أن الشكل الترفيهي لبرامج التلفزيون أصبح وسيلة تنفذ من خلالها غايات متعددة ، ولم يعد هذا الشكل غايةً في ذاته ، في ظل الكثير من الأولويات المطروحة ، والوظائف المدخلة في ساحة الإعلام .

وذكر ٣٢,٣% من المبحوثين أن القنوات الفضائية العربية تدعو إلى الاستقامة والإصلاح، وهذه النسبة التي تصل إلى حوالي ثلث المبحوثين تدل على أن عدداً كبيراً من مشاهدي القنوات الفضائية العربية يعتبرونها مصدراً من المصادر التي يتلقون عنها ثقافتهم الدينية ، وعبر ٢٩,٦% من الذكور عن هذا الرأي في مقابل ٤٠% من الإناث ، أي بزيادة الإناث بنسبة ١٠,٤% ، وتفسر الزيادة في عدد الإناث بأنهم يعتمدون على القنوات الفضائية العربية في تلقي الثقافة الدينية أكثر من الذكور ، خاصة وأن الإناث لا يرتدن المساجد

والمنتديات الدينية كالذكور ، مما يجعلهن يستقبلن الكثير من ثقافتهن الدينية من القنوات الفضائية العربية . ولكن رغم النسبة المقدره للمبجوثين الذين قالوا بأن القنوات العربية تدعو للاستقامة والإصلاح ، إلا أنها كانت أصغر نسبة حول إيجابيات القنوات الفضائية العربية ، مما يدل على ضعف دورها في هذا الجانب ، وأن القائمين على تلك القنوات لم يضعوا الدعوة للاستقامة والإصلاح في مقدمة الأولويات التي تستهدف الجماهير العربية ، بل جاءت في ذيل تلك الأولويات .

وعزى ٨,٤% إيجابيات القنوات الفضائية العربية إلى أسباب أخرى ، كإتاحة الفرصة للاستماع للرأي والرأي الآخر ، والتعبير عما تعانيه المجتمعات العربية ، وتوسيع فرصة الانتقاء والاختيار ، ومناقشة الكثير من القضايا الاجتماعية .

وعبر البعض عن إعجابه بالتزام الحشمة والوقار في بعض القنوات الفضائية العربية كما يبدو من مظهر المذيع في القناة السودانية ، واليمينية ، والسعودية ، وعدوه من الإيجابيات .

كما قال بعض المبحوثين أن التنافس أدى إلى التجويد .

ثانياً : سلبيات القنوات الفضائية العربية :

المجموع		إناث		ذكور		النوع السلبيات
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
٦٧,١٠%	١٠٤	٦٥%	٢٦	٦٧,٨٠%	٧٨	تبث الكثير من المفاسد
٥٦,٨٠%	٨٨	٥٠%	٢٠	٥٩,١٠%	٦٨	لا تتبنى قضايا المجتمعات العربية
٤٧,٧٠%	٧٤	٥٢,٥٠%	٢١	٤٦,١٠%	٥٣	تحطم المثل والقيم الدينية
٦٧,١٠%	١٠٤	٦٥%	٢٦	٦٧,٨٠%	٧٨	تضييع الوقت
٤٣,٩٠%	٦٨	٣٥%	١٤	٤٧%	٥٤	تضعف الروابط الأسرية
١٤,٢٠%	٢٢	٧,٥٠%	٣	١٦,٥٠%	١٩	أسباب أخرى

جدول يوضح توزيع عينة الدراسة وفقاً لسلبيات القنوات الفضائية العربية

باستطلاع الجمهور العربي عن رأيه حول سلبيات القنوات الفضائية العربية ، يتضح من الجدول أعلاه أن ٦٧,١% من عينة الدراسة ذكروا أنها تبث الكثير من المفاسد ، واشترك مع هؤلاء بنفس النسبة من قالوا إنها تضييع الوقت ، ولا فرق يعتد به بين الذكور والإناث حول هاتين السلبيتين ، إذ بلغت نسبة الذكور ٦٧,٨% في مقابل ٦٥% من الإناث ، وذلك بالنسبة لكل من الرأيين .

وهذه النتيجة تنبه إلى وقفة ومراجعة لأداء القنوات الفضائية العربية من حيث الشكل والمضمون ، خاصة وأن تلك القنوات توجه لها الكثير من الانتقادات بسبب الإسراف في عرض المظاهر التي لا تتسق والقواعد الدينية ، والأعراف الاجتماعية، وذلك كنقل ما يدور في منتديات الرقص والمسارح وغيرها من المظاهر التي يعتبرها البعض من فنون بني الإنسان وثقافته، لكن يبدو أن القنوات الفضائية العربية لا تتخير من تلك الفنون إلا غثها ورذيلها ، متشبثةً بالقشور دون الأصول .

وارتفاع نسبة الذين قالوا إنها تضيع الوقت لهو برهان على عدم قيمة المادة المقدمة وتدنيتها، وعدم حصول الفائدة المرجوة منها .

ثم جاءت في المرتبة الثانية سلبية أخرى للقنوات الفضائية العربية ، حيث عبّر ٥٦,٨% من أفراد عينة الدراسة أنها لا تتبنى قضايا المجتمعات العربية ، حيث بلغت نسبة الذكور من هؤلاء ٥٩,١% في مقابل ٥٠% من الإناث ، بفارق بلغ ٩,١% . وهذه النتيجة تبين حقيقتين :

الأولى هي خوض القنوات الفضائية العربية في برامج لا تخدم المصلحة العليا للمجتمعات العربية ، ولا تعبر عن واقعها وأولوياتها .

والثانية إنها تثير الشكوك حول من يقفون خلف تلك القنوات ويمولونها ، فقد يخضعون لسيطرة أجنبية — ربما تكون غير مباشرة — لا يهتمها مصلحة المجتمع العربي ، بل يعينها خلخلته وهدمه

وقال ٤٧,٧% من أفراد عينة الدراسة إن القنوات الفضائية العربية تحطم المثل والقيم الدينية، ٤٦,١% من هؤلاء ذكور في مقابل ٥٢,٥% إناث ، بفارق بلغ ٦,٤%. وهذه نتيجة حتمية للنتائج السابقة . وبما أن القنوات الفضائية هي أكثر وسائل الاتصال الجماهيري تأثيراً في الجمهور ، فإن ماتقدمه ينعكس على السلوك الاجتماعي ، وعلى القيم الدينية والأخلاق ، سلباً أو إيجاباً . ولما كانت القنوات الفضائية العربية تثبت الكثير من المفاسد ، ولا تهتم بقضايا المجتمع وأولوياته ، فإن ذلك ينعكس بطبيعة الحال على سلوكه وقيمه الدينية ، يقول رسول الله صلى الله عليه وسلم : (كل مولود يولد على الفطرة فأبواه يهودانه أو ينصرانه أو يمجسانه) أخرجه البخاري ١٨٢/٥ و مسلم ١٢٦/١٣ .

وذكر ٤٣,٩% من أفراد العينة أن القنوات الفضائية العربية تضعف الروابط الأسرية ، ذلك لأن انشغال أفراد الأسرة بالجلوس أمام شاشة التلفزيون لفترات طويلة يقلل من الالتقاء الأسري ، فتتقلص الكثير من الواجبات المنوط بأفراد الأسرة القيام بها تجاه بعضهم البعض ، ولا شك أن سلوك المشاهد الكثيف هذا ، يؤدي إلى تضيق فرصة الالتقاء الأسري ، مما ينتج عنه تفكك الرابطة الاجتماعية داخل الأسرة ، خاصة وأن القنوات الفضائية أصبحت تستهلك الكثير من الأوقات بسبب التنافس الحاد بينها ، وطول فترة إرسالها ، واندياح دائرة الالتقاء والاختيار .

وبمقارنة الذكور والإناث حول هذا الرأي يتضح أن ٤٧% من الذكور قالوا به ، في مقابل ٣٥% من الإناث ، بفارق ١٢% . وهذه النتيجة تبين أن الذكور هم الأكثر تأثراً بهذه السلبية من الإناث ، وذلك لقضائهم الكثير من الوقت خارج محيط الأسرة (أي في العمل) ، فعندما يعودون للبيت يجدون أفراد الأسرة منشغلين بالمشاهدة ، خاصة وأن الفترة المسائية تُبث فيها الكثير من المسلسلات ، وهي الفترة الرئيسة لالتقاء أفراد الأسرة .

وأرجع ١٤,٢% من أفراد العينة سلبيات القنوات الفضائية العربية إلى أسباب أخرى ، ذكروا منها تركيزها على الأغاني ، والمسلسلات ، ومشاهد الرقص ، والإكثار من الإعلانات التجارية . كما عابوا عليها تقليدها لبعضها البعض ، ويتضح ذلك من خلال تشابه برامجها ، إذ يفتقرها التميز والخصوصية . كما عاب بعض الباحثين على القنوات الفضائية العربية غياب التنسيق في الأمور الجوهرية ، والاهتمام بالأنشطة الثانوية . وقال أحدهم إنها توسع فجوة الخلاف ، ولا تدعم قضية الوحدة العربية ، وتبذل الكثير من الوقت في إطراء وتبجيل الحكام ، بينما تنصرف عن هموم المشاهد العربي . وقال أحد الباحثين إنها تهتم كثيراً بالفكر الغربي . وقال آخر إنها لا تقدم برامج جادة ، كالبرامج التعليمية . وقال عدد من الباحثين إن برامج القنوات الفضائية العربية تتطور شكلاً لا مضموناً .

سلبيات وسائل الاتصال الجماهيري في البلاد النامية^(١١):

كثيراً ما تركز وسائل الاتصال في الدول النامية على الدعاية السياسية ، ولا تعير اهتماماً كبيراً للبرامج التنموية ، مما جعل الجماهير تفقد الثقة في هذه الوسائل ، وتنتظر إليها كأداة همها التزلف إلى الحكام ، وممارسة التضليل الإعلامي ، وتزييف الحقائق ، وعندما تتناول برامج التنمية ، تتناولها من بوابة الإشادة بمنجزات الحكومات .

المبالغة في التمجيد والتحقير ، فإذا أرادت تمجيد قضية ما حشدت لها كل الفضائل، وإذا أرادت تحقيرها رمتها بكل النقائص ، وما تلبث القضية أن تصبح أمراً ذاتياً ، يتبارى فيه الكتاب بتوجيه الاتهامات والسباب نحو بعضهم البعض ، وربما انتهى الأمر إلى مرافعات قانونية أمام المحاكم .

عدم وضوح الأهداف ، وتحديد الغايات ، لأن كل رسالة لا غاية لها فهي جهْد ضائع ، فإن تحديد الأهداف يملئ علينا متابعة تحقيقها ، ودراسة أسباب الفشل والنجاح ، وحذافة الإعلامي تجعله يوصل للناس ما يريد هو ، بالشكل الذي يفضلونه ، وهذا يوجب علينا أن نتحسس دائماً رجع الصدى لجمهورنا .

النقد غير الموضوعي للمشروعات والمؤسسات ، والذي يضر بالإنتاج والمصلحة العامة ، ويضلل الكثير من الجمهور ، خاصة وأن نسبة الأمية ما زالت مرتفعة في البلدان العربية (إذ تصل إلى ٣٨,٨% في عام ٢٠٠٠م)^(١٢). فوسائل الإعلام ، وخاصة التلفزيون – بعد تقنية البث المباشر – تؤثر بشدة على هذه النسبة العالية من الجمهور لعدم قدرتهم على الانتقاء والاختيار ، فيقعون تحت أسر التضليل الإعلامي جرّاء النقد غير الموضوعي .

إبعاد العلماء والمختصين ، وتقريب الموالين من أجهزة الإعلام ، فإن الحصول على المعلومات ، ومعالجتها ، يحتاج إلى دراية ومعرفة ، فمرسل الرسالة الإعلامية يجب أن تملبه المصلحة العامة ، والمسؤولية الصحفية ، والأخلاقية ، والثوابت الثقافية والاجتماعية للأمة .

عدم قيام وسائل الاتصال بما يناط بها من دور إرشادي وتوجيهي ، وخوضها في بث مظاهر التفسخ والانحلال من خلال الإسراف في عرض الأفلام والمسلسلات والأغاني بشكل لا يتسق مع أولويات المواطن في الدول النامية .

سبل التعامل مع القنوات الفضائية الغربية :

رغم ما يحوزه العالم العربي من إمكانات مادية هائلة، وامتلاكه ضمن العالم الإسلامي لـ ٨٠% من احتياطي النفط العالمي^(١٣) ، لكن ثمة قصور كبير في بنائه السياسي ، وأدائه الإعلامي ، إذ يبدو ذلك واضحاً من خلال سيطرة القنوات الفضائية الغربية . قد إلى بروز تلك القنوات وبسط نفوذها على الساحة العربية ، فلم تجد أمامها منافسة تحد من سطوتها ، فأصبح المواطن العربي أمام الخيار الوحيد ، الذي يجد فيه بغيته من مظاهر الدقة والموضوعية ، ويلتمس فيه جانباً من الصدق، والفورية ، وفي الوقت ذاته يستقبل ما تملبه عليه الحضارة الغربية . لذا كان علينا أن نلتمس سبل التعامل مع تلك القنوات ، التي يمكن بلورتها من خلال القنوات الفضائية العربية ، ونلخص تلك السبل فيما يلي^(١٤) :

(١١) UNESCO Year Book : www.unesco.org (موقع اليونسكو)

(١٢) خالد أبو الفتوح : العولة حلقة في تطور آلات السيطرة ، مجلة البيان ، العدد ١٣٦ ، ذو الحجة ١٤١٩هـ ، ص ٩٩ ، بتصرف

(١٣) محمد عبد الله سيدي : كيف تتعامل مع البث التلفزيوني المباشر ، مجلة الأمن والحياة ، العدد ٩٦ ، السنة التاسعة ، ذو القعدة ١٤١٠هـ – مايو / يونيو

١٩٩٠م ، ص ١٠-١٥

(١٤) انظر المراجع التالية :

امتلاك وسائل الرد من خلال إنتاج فكري وسياسي وإخباري وفني ، وذلك بتعاون الجهات المسؤولة في مؤسسات الدولة ذات العلاقة ، كالتعليم والإعلام وغيرها .

توصيل رؤية الدول العربية حول القنوات الفضائية الغربية للمجتمع الدولي ، وذلك من خلال المنظمات والمؤتمرات الدولية ، بغية الوصول لاتفاقيات دولية تهدف إلى حماية الدول النامية من آثار البث الفضائي ، وتنظيمه ، وتفعيل المواثيق الدولية الصادرة بهذا الشأن ، علماً بأنه قد صدرت مواثيق من الأمم المتحدة وإيونسكو خاصة باستخدام الأقمار الاصطناعية في تداول البرامج التلفزيونية نصت على (احترام البرامج التلفزيونية للطابع المميز للثقافات المختلفة، وضمان دقة المعلومات ، وعدم التدخل في شؤون الدول وإدانة الدعايات المقصود بها تهديد السلم ، وخضوع الإعلانات التجارية لاتفاقيات بين الدول المرسله والمستقبله)^(١٥) كما أصدرت الجمعية العامة للأمم المتحدة في ديسمبر ١٩٨٢م قراراً نص على الآتي : (على كل دولة تعترم إنشاء خدمة تلفزيونية مباشرة بالأقمار الصناعية ، أو التصريح بإنشائها ، أن تخطر فوراً الدولة أو الدول المستقبلية)^(١٦).

القضاء على الأمية ، وتنقيف الشباب ، وتعريفه ببنية الثقافية ، وربطه بتاريخه الحضاري .
ترسيخ العقيدة الدينية للجمهور العربي ، مما يجعله محصناً ضد الغزو الثقافي والفكري ، وضد غرائزه ونزواته .

رفع الروح المعنوية ، والخروج بالمواطن العربي من خط الدفاع إلى المبادرة ، لتوصيل ثقافته وإنتاجه الفكري للآخرين

إعطاء اللغة العربية دورها في فضائيات الدول العربية ، حتى لا تتحول إلى لهجات عامية محلية ، لأنها اللسان المميز والرابط بين الدول العربية ، خاصة وأن الكثير من القنوات الفضائية العربية تعمل على تكريس العامية ، بل وتدخل عليها أحياناً بعض المفردات الأجنبية ، فكثيراً ما تطرق آذان المشاهد كلمات مثل OK , Hard Luck ، وغيرها .

تحقيق التعاون بين الدول العربية ، للوصول إلى مستوى أفضل من الإنتاج التلفزيوني ، ويمكن أن يتم ذلك من خلال الإنتاج ، والتبادل البرامجي المشترك، أو من خلال إنشاء قناة فضائية عربية ، تعكس وجهة النظر المشتركة ، وتتطلق من الثوابت الفكرية والثقافية للأمة العربية . كذلك يمكن أن يتحقق التعاون من خلال تفعيل الاتحادات والهيئات القائمة، مثل اتحاد إذاعات الدول العربية ، وغيره.

الاهتمام ببرامج التنمية — التي هي أحد وظائف الإعلام — في الدول العربية ، إذ من المعلوم أن أي تنمية تحتاج لأن تسبقها ، وتواكبها حملات إعلامية مكثفة ، تعمل على التعريف بمشاريعها ، وإقناع الجمهور بأهدافها وجدواها .

نتائج الدراسة :

توصلت الدراسة إلى بعض النتائج التي تعتبر جزءاً من الواقع الذي يحسه كثير من العاملين في الحقل الإعلامي من الأكاديميين والممارسين يمكن تلخيصها فيما يلي :

(١٥) محمد عبد الله سيدي : كيف تتعامل مع البث التلفزيوني المباشر ، مجلة الأمن والحياة ، العدد ٩٦ ، السنة التاسعة ، ذو القعدة ١٤١٠هـ — مايو / يونيو ١٩٩٠م ، ص ١٠-١٥ .

(١٦) نبيل السمالوطي : المجتمع الإسلامي وقضية البث المباشر.. الإشكالات وسبل المواجهة ، مجلة منار الإسلام العدد ٥ ، جمادى الأولى ١٤٢٠هـ — أغسطس ١٩٩٩م ، ص ٧٨ — ٧٩ .

يقوم التلفزيون بدوراً كبيراً في تعديل السلوك بشقيه الطوعي والقسري .
تعمل القنوات الفضائية من خلال الأخبار والأفلام والموسيقى وغيرها من البرامج التلفزيونية على تشكيل النسق القيمي للجمهور الذي يستقبل تلك القنوات في الدول النامية ومن ذلك الجمهور العربي .
من إيجابيات القنوات الفضائية العربية أنها تعرّف بالعالم الخارجي ، وتعمل على رفع المستوى العلمي والثقافي ، وتفتح الأذهان وتوسع المدارك .
من سلبيات القنوات الفضائية العربية أنها تبث الكثير من المفاصد ، وتضيّع الوقت ، ولا تتبنى قضايا المجتمعات العربية ، وتحطم المثل والقيم الدينية، وتضعف الروابط الأسرية .
التوصيات :
يوصي الباحث على أن يتم التعامل مع التلفزيون كوسيلة تنشئة اجتماعية تعمل جنباً إلى جنب مع الأسرة في تربية النشء وغرس القيم الفاضلة .
التركيز على برامج التنمية والبرامج الثقافية والعلمية والإرشادية والتقليل من البرامج الرياضية وبرامج الترفيه (الأغاني والمسلسلات) .
التعاون الجاد بين الدول العربية بغية الوصول إلى عمل برامجي مشترك يلبي تطلعات الدول العربية والإسلامية .

المراجع :

١. مروان كجك : الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون ، دار الكلمة الطيبة ، القاهرة ، ص ٩٠ .
٢. إبراهيم مصعب الدلبي : التلفزيون ومشاهدوه من وجهة نظر العلوم الاجتماعية ، مجلة التوثيق الإعلامي ، بغداد ، العدد ٢ ، ١٤٠١هـ - ١٩٨١م ، ص ٥٢ - ٥٣ .
٣. روث أنجلس (أستراليا) ومجموعة من الباحثين : ترجمة وإعداد أديب خضور ، التلفزيون والأطفال ، المكتبة الإعلامية ، دمشق ، الطبعة الأولى ، ١٩٩٠م ، ص ١٠٠ .
٤. المصدر نفسه ، ص ١٠٢ .
٥. سورة البقرة : الآية ٩٦ .
٦. سورة البقرة : الآية ٩٦ بلقاسم محمد الغالي : مواجهة تحديات العولمة بالإسلام ، مجلة منار الإسلام ، العدد ١١ ، ذو القعدة ١٤١٩هـ - ١٧ فبراير ١٩٩٩م ، ص ١٤ .
٧. روث أنجلس ومجموعة من الباحثين : ترجمة أديب خضور ، مصدر سابق ، ص ١٠٠ .
٨. محمود شمال حسن : بث برامجي أم تشكيل نسق قيمي .. دراسة الأنساق القيمية المترتبة على البث الفضائي في المجتمع العربي ، مجلة شؤون عربية ، العدد ٩٧ ، مارس ١٩٩٩م - ذو القعدة ١٤١٩هـ ، ص ٤٨ - ٥٠ .
٩. مجذوب بخيت محمد توم : تأثير القنوات الفضائية العربية على اتجاهات الرأي العام العربي - دراسة تطبيقية على قناة الجزيرة الفضائية ، رسالة دكتوراة مقدمة لجامعة أدرمان الإسلامية ، ٢٠٠٢ م .

١٠. محمد عبد الملك المتوكل : دور الإعلام في التنمية في الجمهورية العربية اليمنية ، مجلة دراسات يمنية ، العدد الرابع عشر، ديسمبر ١٩٨٣م - ربيع الآخر ١٤٠٤هـ ، ص ١٥٣ - ١٥٩ .
١١. UNESCO Year Book : www.unesco.org (موقع اليونسكو)
١٢. خالد أبو الفتوح : العولمة حلقة في تطور آلات السيطرة ، مجلة البيان ، العدد ١٣٦ ، ذو الحجة ١٤١٩هـ ، ص ٩٩ ، بتصرف .
١٣. انظر المراجع التالية :
١٤. محمد عبد الله سيدي : كيف نتعامل مع البث التلفزيوني المباشر ، مجلة الأمن والحياة ، العدد ٩٦ ، السنة التاسعة ، ذو القعدة ١٤١٠هـ - مايو / يونيو ١٩٩٠م ، ص ١٠-١٥ .
١٥. نبيل السمالوطي : المجتمع الإسلامي وقضية البث المباشر.. الاشكالات وسبل المواجهة ، مجلة منار الإسلام العدد ٥ ، جمادى الأولى ١٤٢٠هـ - أغسطس ١٩٩٩م ، ص ٧٨ - ٧٩ .
١٦. حمود السديس : من توصيات ندوة دور التربية في مواجهة الآثار السلبية المتوقعة للبث التلفزيوني الأجنبي المباشر ، مجلة التعاون ، العدد ٣٩ ، السنة العاشرة ، ربيع الآخر ١٤١٦هـ - سبتمبر ١٩٩٥م ، ص ٢٥٠ .
١٧. عبد الرحمن محمد القحطاني : الاتصال والإعلام العسكري ، المؤلف ، الرياض ، الطبعة الأولى ، ١٤١٥هـ - ١٩٩٥م ، ص ٣١ .
١٨. نواف عدوان : حول البث المباشر وسبل مواكبه ، مجلة الإذاعات العربية ، العدد ١ ، ١٩٩٤م ، ص ٣٢ .
١٩. حسن علي محمد : الآثار الثقافية والاجتماعية للبث التلفزيوني الأجنبي المباشر ، مجلة الأزهر ، العدد الثاني ، الجزء الثالث ، السنة السبعون، ربيع الأول ١٤١٨هـ - يوليو ١٩٩٧م ، ص ٤٥٢ - ٤٥٣ .