**وزارة التعليم العالي والبحـث العلمــي**

**جــامعة 8 مـاي 1945 قالمـة**

**كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية**

**قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات**

**الملتقى الوطني حول :**

**تعاطي المخذرات في المجتمع الجزائري**

**الأسباب ، الآثار ، طرق الوقاية والعلاج**

* **-**

**تسطيح سلوك استهلاك المخذرات عبر أفلام السينما**

 **- دراسة تحليلية لعينة من الأفلام المصرية -**

**إعداد الدكتور :**

**حموش عبد الرزاق**

**الاسم** : عبد الرزاق

**اللقب** : حموش

**الوظيفة** : أستاذ جامعي

**الدرجة العلمية** :أستاذ محاضر – أ-

**مؤسسة العمل** : جامعة 8 ماي 1945 - قالمة

**الهاتف** :0552539034

**البريد الإلكتروني**: hammouche.abr@gmail.com

**عنوان المداخلة: تسطيح سلوك استهلاك المخذرات عبر أفلام السينما**

* **دراسة تحليلية لعينة من أفلام السينما -**

 

**مقدمة :**

 أصبحت وسائل الإعلام بفضل جميع التطورات التي دخلت ولازالت تدخل عليها كل يوم عاملا شديد التأثير في حياة وسلوكيات الفرد والمجتمع ، فهي الصانع للثقافة والتفكير وهي المنافس الشرس والعنيد للمؤسسات المرجعية التقليدية كالأسرة والمدرسة والمراكز الدينية ، و لم يعد بوسع أحد التقليل من أهمية أو تجاهل قوة هذا التأثير.

 وقد شهدت المجتمعات البشرية في الفترة المعاصرة تزايد ظاهرة الإدمان على المخدرات خاصة بين أوساط الشباب والأطفال ، واتجهت جهود الباحثين للكشف عن الأسباب والخلفيات ، ورأى عدد من المختصين في مجالات الإعلام وعلم النفس والاجتماع ، أن وسائل الإعلام الحديثة وخاصة السمعية البصرية منها ذات الطابع التجاري ، كتلك المتخصصة في بث أفلام الحركة و الإثارة يمكن أن تكون – بفضل قوة تأثيرها واتساع جمهورها – عاملا أساسيا يساهم إلى حد بعيد في ترسيخ وتوسيع حجم الظاهرة ، من خلال المشاهد التي تبثها وتدفع المشاهد لا شعوريا إلى تقليدها ، كما يمكن من جهة أخرى الارتقاء بمستوى مضامينها واستغلال أهميتها في التوعية ومكافحة الظاهرة ونشر ثقافات وأفكار وسلوكات إيجابية تنأى بالفرد والمجتمع عن مخاطر آفة المخدرات .

 ومن هذا المنطـلق جاءت مداخلتنا لتحاول تسليط الضوء على علاقة وسائل الإعلام – وخاصة السينما – بهذه الظاهرة الخطيرة ، ومدى كونه عاملا لترسيخ الظاهرة أم للوقاية منها .

 وقد خصص للإحاطة بهذا الموضوع عدة محاور أساسيـة يمكن حصرها فيما يأتي:

**المحور الأول: علاقة الجمهور بالوسائط الإعلامية**

**المحور الثاني : قوة تأثير المضامين السنمائية على سلوكيات الفرد والمجتمع**

**المحور الثالث: تعاطي المخذرات في الأفلام السينمائية**

**المحور الرابع: دراسة تحليلية لعينة من الأفلام المصرية حول تسطيح سلوك تعاطي المخذرات**

كما سنحاول من خلال هذه المداخلة التطرق إلى أهم الإحصائيات ونتائج الدراسات والبحوث التي أجريت في هذا الميدان

**المحور الأول :** علاقة الجمهور بالوسائط الإعلامية

 كانت المضامين التي تبث على وسائل الإعلام التقليدية وخاصة السمعية البصرية منها ، قوة تأثيرية بالغة الأهمية على جمهور المتلقين حيث برز ذلك جليا في الأبحاث الإعلامية التي أجريت بداية القرن الماضي بعد الحادثة الشهيرة في نيويورك بالولايات المتحدة سنة 1938 بعد بث حصة على محطة (CBS) الإذاعية حيث : " كان المذيع أرسون ويلز مرتبكا ومتوترا وهو يتحدث عن مركبة فضائية غريبة الشكل هبطت على أطراف المدينة .. وقد أصيب الناس بحالة ذعر عارمة فشرع البعض يتلون الصلوات ، وهم يبكون ، وسارع البعض إلى سياراتهم هاربين بما استطاعوا حمله من أمتعتهم ، والتأم شمل العديد من العائلات ، إما للبحث عن سبيل للنجاة أو للوداع في اللحظات الأخيرة ، وتلقت مراكز الشرطة ،ووسائل الإعلام آلاف الاتصالات التي تحاول الاستفسار أو الاطمئنان ...تبين أخيرا أن ما تبثه إنه هو عمل فني (مسرحية) مستوحاة من رواية باسم (حرب العوالم) " (أحمد فهمي ،2014 ،ص06) .

 لقد بينت على أساس ذلك مرجعية فكرية كاملة حول التأثير المطلق لوسائل الإعلام ، وهي التي تم التراجع عنها تدريجيا في كافة الأعمال البحثية اللاحقة التي بدأ تميل شيئا فشيئا للتأكيد على سلطة المتلقي في الإدراك والانتقاء ثم التفاعل مع المصدر ودفعه لتغيير مضمونه ، وصولا إلى قدرة كل فرد من الجمهور أن يتحول إلى مشارك ومعلق ومنتقد ثم منتج للمحتوى و مصدر لترويجه .

**المحور الأول** : مراحل تطور الإنتاج التلفزيوني العربي

عرف الانتاج التلفزيوني تطورات سريعة عبر فترات ، تميزت كل منها بمعالم وسمات مغايرة . وبما أن العالم العربي عرف التلفزيون في خمسينات القرن العشرين ، والبث الفضائي منذ بداية التسعينات منه ، فإن حاجة هذه المؤسسات الإعلامية إلى المضامين التي تشغلها البرامج بقيت في ازياد مطرد .

ا**لمرحلة الأولى :** بداية الانتاج التلفزيوني العربي

 بدأ البث التلفزيوني في العالم العربي في خمسينات القرن العشرين ، حيث "كان العراق أول بلد عربي شهد ولادة تلفزيون رسمي ببث منتظم داخل أراضيه في 1956 " (الجزيرة ، 2017) [[1]](#footnote-1) ، ومنذ ذلك الوقت توالى ظهور المحطات التلفزيونية تباعا ، ورغم أن هذه الوسيلة الإعلامية ظهرت متأخرة نسبيا عن الغرب ، إلا أنها استطاعت استقطاب جماهير واسعة ، رحلت إليها من السينما والإذاعة والصحافة ، بفضل حيوية وجاذبية الصوت والصورة وتوفر امكانيات الاستقبال بمجرد توفر الجهاز الخاص بذلك .

ومن أبرز العوامل التي ساعدت تسريع وتيرة نمو الإنتاج التلفزيوني العربي ما يأتي :

* التطور الكبير الذي شهدته السينما في مصر وبعض الأقطار العربية بدرجات أقل ، وهو ما وفر مادة إعلامية أدرجت بسرعة ضمن البرامج .
* وجود تجربة متميزة للإنتاج المسرحي في المشرق العربي خصوصا ، مما شكل أرضية قوية ومنطلقا للإنتاج التلفزيوني للمسلسلات ومختلف الأعمال الدرامية . إضافة إلى أن مدارس المسرح قدمت الكثير من الأسماء اللامعة في مجالات التمثيل ، والإخراج والتنشيط وكتابة السيناريو . وهي المهن الأساسية التي يحتاجها التلفزيون ، فضلا عن تطور بقية الفنون ذات الصلة كالموسيقى والطرب ...
* الاستفادة من الخبرة التقنية التي كونتها السينما في مجالات التصوير والمونتاج والميكساج وهندسة الصوت والإضاءة ، وكافة الوظائف المساعدة التي يحتاجه التلفزيون .
* الخبرة الأجنبية التي استعانت بها بعض المؤسسات التلفزيونية العربية ، و بروز أسماء عربية عديدة تكونت في الخارج من المممثلين والمخرجين ومقدمي البرامج .
* توفر الأموال لدى العديد من شركات الإنتاج التي استثمرت بقوة في هذا الميدان المربح ، وتدفق الرساميل من الدول الخليجية الغنية . ما ساعد على تطور الإنتاج التفلزيوني كما ونوعا وتجهيزا وكفاءة.
* الدعم الحكومي القوي لمؤسسات التلفزيون من طرف الجهات الرسمية في العالم العربي باعتبارها رمزا من رموز السيادة الوطنية والقومية .

**المرحلة الثانية :**انتشار المضامين التلفزيونية عبر الفضائيات

 عرف العالم العربي وتيرة جد متسارعة لانتشار الفضائيات التلفزيونية بداية من تسعينيات القرن العشرين بعد ان كانت المحطات التلفزيونية ذات البث المحلي مجرد مؤسسات رسمية ، تعد أحد أكبر رموز السيادة الوطنية ، والإعلام الأثقل لمخاطبة الجماهير في أي قطر عربي وفق المنظور الضيق لوظيفتها .

ويؤكد الدكتور سامي الشريف بأن: " الدول العربية كانت من أوائل رواد البث الفضائي في المنطقة والعالم ومنذ منتصف الثمانينات من القرن الماضي ، إلا أنها احتاجت لمزيد من السنوات لتتخذ قرارها واستعداداتها لإطلاق فضائياتها ، ودخولها فعلا نادي البث التلفزيوني المباشر مع بداية التسعينات منه ، وذلك بهدف مواكبة التطور الهائل الذي تشهده قنوات الاتصال الإعلامي في المجتمعات المتطورة ، ومنافسة البث الفضائي الوافد إلى المنطقة ، وهذا كله ادى إلى زيادة الاهتمام الرسمي والحكومي من جهة رافقه اهتمام الهيئات والشركات الخاصة من جهة أخرى" (سامي الشريف، 2004 ،ص 69.).

ولو بحثتنا في فوائد ذلك " لأمكن القول إن المشاهد العربي تحرر نوعا ما من قبضة الفضائيات الأجنبية التي كانت ،ومازالت تنافس كل وسائل الإعلام العربية ،وكانت إلى وقت قريب المتنفس الوحيد الذي يعود إليه الرأي العام العربي لمعرفة ما يحدث في الوطن العربي والعالم ، من وجهة نظر غربية" (حمدي محمد الفاتح، 2014،ص45 ).

وقد قسم أمين سعيد عبد الغني القنوات الفضائية الأسلوب المتبع في الانتاج التلفزيوني إلى :

* قنوات فضائية تتولى بنفسها إنتاج ما تريده من مضامين بالاعتماد على مراكز انتاجها الخاصة .
* قنوات فضائية تلجأ إلى ما يسمى بالمنتجين المنفذين ، حيث يتم تكليف مؤسسات أو شركات خاصة بالإنتاج ، من أجل ما تحتاجه القناة من مواد إعلامية ،ورغم ذلك يبقى هذا الأسلوب فير كاف لملأ ساعات الإرسال الطويلة ، مما دفع بعض الفضائيات إلى عرض مضامين قديمة ، وانتاج برامج مسابقات جماهيرية ، والتركيز على تقديم خدمة إخبارية متميزة (أمين سعيد الغني ، نقلا عن ليندة مسعود ضيف، 2015 ، ص 12) .

وقد اعتبر البث الفضائي عموما ، دافعا قويا لتطور الإنتاج التلفزيوني في العالم العربي بعد اتساع نطاقه وزيادة الإقبال عليه من الجماهير المنتشرة في رقعة جغرافية واسعة .

**المرحلة الثالثة :** التسويق التجاري الواسع والشراكة الدولية

يرى الدكتور رضوان بلخيري بأن العرب كانو " بحاجة لمن يخطو الخطوة الأولى باتجاه تأسيس قناة فضائية عربية بلغتنا ، تعبر عنا وتنقل صورتنا إلى الآخرين ، فكانت تجربة قناة (MBC) التي بدأت بثها من لندن لتكون بذلك أول قناة فضائية عربية " (رضوان بلخيري ،2014 ، ص 128 )، ظهورا مطلع تسعينات القرن العشرين . لتدشن بذلك مرحلة جديدة من الإنتاج التلفزيوني تميزت بما يأتي :

* الاستفادة القصوى من التقنية والخبرة الغربية في مجال العمل التلفزيوني .
* الراحة المالية ووفرة الإمكانيات التي ساعدت على استقطاب الكفاءات من مختلف الأقطار العربية .
* تسارع وتيرة الاستثمار الخاص وزيادة حدة المنافسة التجارية بين القنوات التلفزيونية الخاصة .
* تدفق الإعلانات التجارية التي شكلت موارد هائلة للمؤسسات التلفزيونية ساعدتها على تطوير وتحسين نوعية إنتاجها واستقطاب المزيد من المشاهدين ، والمزيد من المعلنين تبعا لذلك .

كما سمحت الشراكة الدولية في مجال الإنتاج التلفزيوني إلى تنويع مضامينه ، و الرفع من طاقاته وكفاءة العمل به ، بفضل التكنولوجيات الحديثة التي دخلت فيه . وقد عرفت الكثير من المؤسسات التلفزيونية العربية شراكات ناجحة إضافة لتجارب مجموعة (MBC) ، و (ART) و " أوربيت " .

كما عرفت حركة الدبلجة والترجمة إلى اللغة العربية إقبالا كبير من طرف العديد المؤسسات التلفزيونية العربية التي أبرمت اتفاقات تجارية مهمة مع شركاء من المكسيك والبرازيل والولايات المتحدة وكوريا والهند وباكستان وتركيا ... في مجال المسلسلات والأعمال الدرامية والسينمائية . واليابان وإيطاليا وفرنسا وبريطانيا والمانيا واستراليا وعديد المؤسسات الغربية في مجالات الرسوم المتحركة وبرامج الأطفال والكوميديا ، وبرامج التسلية والترفيه

**المحور الثاني :** خصوصية جمهور الإعلام التلفزيوني في العالم العربي

يتميز الجمهورالمتلقي للمضامين التلفزيونية بعديد الخصائص التي أصبحت تأهله في الوقت الراهن لأداء أدوار أكثر فاعلية على تحسين أداء المحطات التلفزيونية في ظل المنافسة القوية على استقطاب هذا الجمهور . ويسري ذلك – بكل تأكيد على ما تنتجه التلفزيونات في العالم العربي ، حيث تبرز عدة خصائص لهذا الجمهور نذكر منها :

* خصوصية البيئة والمؤسسات الاجتماعية المساهمة في تكوين وتنشئة هذه الجماهير
* الوضع الاقتصادي المتباين بين الدول العربية ، والذي يخلق تباينا في امكانيات البث والانتاج والاستقبال
* المستوى التعليمي وعادات المشاهدة المنتشرة بين الجماهير العربية التي إلى الثقافة الشفهية والمضامين التلفزيونية الجاهزة أكثر من ميلها إلى القراء أو المضامين الجادة .
* التقارب اللغوي والثقافي الذي يساهم في رواج أغلب المضامين المنتجة في التلفزيونات العربية بسهولة ومرونة أكبر ، حتى مع استعمال اللهجات المحلية بدل اللغة الفصحى في مختلف البرامج والأعمال الدرامية .
* توفر التقنيات المتطورة للبث والانتاج في العديد من التلفزيونات العربية ، وامتلاك أحدث أجهزة الاستقبال من قبل الجماهير .
* الاختلاف الواضح في مستوى وكم الانتاج التلفزيوني بين البلدان العربية ، مما يعطي لبعض الشركات والمؤسسات المنتجة أفضلية واستقطابا أكبر لجماهير واسعة .
* الكثافة الكبيرة لعدد القنوات الفضائية العربية مما يزيد المنافسة ، وتزكية سلطة الجمهور المتلقي
* وجود تدفق إعلامي بالغ الضخامة ، خاصة من أوروبا في الضفة المحاذية للعالم العربي ، وازدياد أعداد الجاليات المقيمة في هذه البلدان ، مما يخلق شكلا آخر للمنافسة ، وتهديدا للخصوصية والهوية .

ومن هنا فإن الجماهير العربية المتلقية للمضامين والمنتجات التلفزيون تتميز عن نظيراتها في المناطق الأخرى ، وهو ما يفرض على المنتجين والمؤسسات التلفزيونية أنماطا مختلفة من البرامج والمضامين التي تراعي هذا الخصوصيات ، وتقاوم التدفق الإعلامي الغربي بالخصوص الذي يهدد الهوية العربية ككل .

**المحور الثالث :**سلطة المتلقي للإنتاج التلفزيوني العربي في ظل انتشار الميديا الجديدة

يعتبر الإعلام السمعي البصري عموما قوة تأثيرية بالغة الأهمية على جمهور المتلقين حيث برز ذلك جليا في الأبحاث الإعلامية التي أجريت بداية القرن الماضي ، بعد الحادثة الشهيرة في نيويورك بالولايات المتحدة سنة 1938 بعد بث حصة على محطة (CBS) الإذاعية ،حيث : " كان المذيع أرسون ويلز مرتبكا ومتوترا وهو يتحدث عن مركبة فضائية غريبة الشكل هبطت على أطراف المدينة .. وقد أصيب الناس بحالة ذعر عارمة فشرع البعض يتلون الصلوات ، وهم يبكون ، وسارع البعض إلى سياراتهم هاربين بما استطاعوا حمله من أمتعتهم ، والتأم شمل العديد من العائلات ، إما للبحث عن سبيل للنجاة أو للوداع في اللحظات الأخيرة ، وتلقت مراكز الشرطة ،ووسائل الإعلام آلاف الاتصالات التي تحاول الاستفسار أو الاطمئنان ...تبين أخيرا أن ما تبثه إنه هو عمل فني (مسرحية) مستوحاة من رواية باسم (حرب العوالم) " (أحمد فهمي ،2014 ،ص06) .

لقد بينت على أساس ذلك مرجعية فكرية كاملة حول التأثير المطلق لوسائل الإعلام ، وهي التي تم التراجع عنها تدريجيا في كافة الأعمال البحثية اللاحقة التي بدأ تميل شيئا فشيئا للتأكيد على سلطة المتلقي في الإدراك والانتقاء ثم التفاعل مع المصدر ودفعه لتغيير مضمونه ، وصولا إلى قدرة كل فرد من الجمهور أن يتحول إلى مشارك ومعلق ومنتقد ثم منتج للمحتوى و مصدر لترويجه ، بعدما أتاحته الميديا الاجتماعية على الشبكة العالمية من إمكانيات في هذا السياق .

 ومن أبرز مظاهر سلطة المتلقي في عصر الميديا الجديد ما يأتي :

**حرية الاختيار :**فقد زادت سلطة المتلقي على انتقاء المواد التلفزيونية والسمعية البصرية بما يتلائم مع وقته واهتماماته وإشباعاته ، وتحول جهاز التحكم عن بعد (الريموت ) وسيلة قوية في يد المشاهد للقضاء على كافة جهود واستثمارات ، وسمعة برامج قناة تلفزيونية معينة بمجرد تغيير المحطة .

**المنافسة القوية :**فازدياد عدد القنوات الخاصة والحكومية ، وزيادة الانتاج التلفزيوني والمضامين التي تبثها على مدار اليوم ، خلق منافسة سرشة بين القنوات العربية التي أصبح كل منها يسعى لنيل رضى المشاهد بما يتبع ذلك من تأثير على مصير القناة واستمرارها .

**تعدد دعامات الاستقبال والتخزين :**فالأجهر المحمولة واللوحية والرقمية ، وكافة التكنولوجيات الحديثة في مجالات الاستقبال ، أعطت للمشاهد طلاقة في تلقي المضامين عبر مختلف الأجهزة بدل الاكتفاء بهوائيات الالتقاط التقليدية ، كما أن قدرات التخزين الرقمية التي ارتفعت إلى مستويات قياسية مكنت المستخدم من الرجوع إلى المحتوى متى شاء ، وهو مأخذ حيزا كبيرا من وقت مشاهدة التلفزيون .

**تحول المتلقي إلى مرسل ومنتج للمحتوى :**بعد المرحلة التي أصبح المشاهد مشاركا في انتاج المحتوى التلفزيوني، من خلال الفيديوهات التي يرسلها للقنوات لأغراض إخبارية أو ترفيهية أو لنقص الامكانيات وعدم قدرتها للوصول إلى مصدر الحدث في الوقت المناسب ، أو لتقليل التكاليف ، فقد دشنالبودكاستينغ أو التدوين المرئي عصر جديدا من سلطة المتلقي وتراجع مكانة التلفزيون ، حيث تحول المشاهد إلى مصدر للمواد السمعية البصرية التي ينتجها عن طريق التطبيقات والبرمجيات والتجهيزات الرقمية المتوفرة ، ويبثها على اليوتوب وبقية مواقع التواصل الاجتماعي ، وبعد أن تحدث المختصون قبل سنوات قليلة عن المواطن الصحفي ، أصبحنا نشهد عصر **المواطن القناة** . أو **تلفزيون المواطن** .

**تغير أنماط الاستهلاك لدى المتلقين :** فالمادة التقليدية فقدت الكثير من بريقها السابق في عصر الميديا الجديدة بعد أن تغيرت أذواق ومزاجات المشاهدين ، واصبحوا يميلون للمضامين الشخصية التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي ، أو البرامج المسجلة التي تخلوا من إزعاج الإعلانات واستغلال تشويد المشاهد .

**المحور الرابع :** الدلائل الميدانية للتعاون العربي في مجال الانتاج التلفزيوني

هناك الكثير من الدلائل الميدانية على وجود تعاون عربي مشترك في مجال تطوير أدا الانتاج التلفزيوني مع ما يرافق ذلك من تصدي لغزو الإعلام الغربي الوافد ، والذي تعدى كل الخطوط والحدود اللغوية والثقافية والأخلاقية ، وتغلغل في الجسم العربي ، وعمل على تفكيك أواصره . وهو ما ظهر جليا في حركية ما سمي بالربيع العربي ، حيث استطاعت بعض القنوات الغربية الموجهة والناطقة باللغة العربية توجيه الشباب العربي وقيادة المنطقة لحالة من الفوضى تحت مبررات نشر الديمقراطية وحقوق الإنسان وتغيير الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي .

وقد تم انشاء هيئة سهرت على توحيد هذه الأهداف ممثلة في اتحاد إذاعات الدول العربية ، حيث يمكن تلخيص أبرز أهدافها "في مجال البرامج التلفزيونية التي يمكن إنتاجها بصورة مشتركة أو تبادلها بين الهيئات الأعضاء في النقاط التالية:

 تنشيط التبادل البرامجي بين الهيئات الأعضاء بجميع أشكاله والعمل على تطوير آلية هذا التبادل بصورة مستمرة بما يكفل إبراز معالم الثقافة والحضارة العربية وإثرائهما والتعريف بجوانب الحياة الفنية والثقافية والاجتماعية في الأقطار العربية.
 اقتراح وتنظيم المهرجانات الفنية والندوات والحلقات الدراسية والمسابقات.
 إعداد الدراسات البرامجية التي يمكن أن تساهم في تطوير العمل البرامجي بصورة عامة.
 تنشيط وتنسيق مشاريع الإنتاج البرامجي المشترك بين الهيئات الأعضاء .
 العمل على تطوير علاقات التعاون مع الاتحادات الإذاعية والمنظمات الثقافية والفنية العربية والعالمية في مجال البرامج والمهرجانات التلفزيونية وذلك لفائدة الهيئات الأعضاء.
 التنسيق المستمر مع المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج في كل ما يتعلق بشؤون التبادل البرامجي التلفزيوني بين الهيئات الأعضاء(التقرير السنوي لاتحاد الإذاعات العربية ، 2016 ) .[[2]](#footnote-2)

كما برزت العديد من الدلائل من خلال التقارير السنوية التي تصدرها الهيئة على الخطورة التي أصبحت تشكلها الميديا الجديدة على مكانة الإنتاج التلفزيوني ، بعد زيادة سلطة المتلقي بفضل الإمكانيات الكبيرة والخيارات الكثيرة التي أصبحت متاحة له في عصر تطور التقنية الرقمية . رغم التطور السريع لعدد الفضائيات العربية التي ازداد عددها بشكل ملحوظ خلال السنوات (مابين 2006 و2013 ) وفق الآتي (نفس التقرير ،2016) :

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **404 قناة** | **696 قناة** | **733 قناة** | **1320 قناة** | **1294 قناة**  | **1230 قناة**  | **1122قناة** |
|  **2006** **و 2007** | **2009** | **2010** | **2012** **و 2013** | **2014** | **2015**  | **2016** |

بينما يلاحظ اتجاه هذه القنوات التلفزيونية الفضائية العربية نحو التناقص ابتداء من سنة 2014 أي أغقت 26 قناة أبوابها ، لأسباب كثيرة : مالية وقانونية وسياسية أحيانا ، لكن السبب الأبرز هو عزوف المشاهد العربي عنها ، واتجاهه أكثر نحو استخدام الميديا الجديدة ، وهو ما بدأ يتضح أكثر سنة 2015 أين التحقت 64 قناة بهذا الركب ، و 108 سنة 2016 ، وبالتالي فإن الفضاء العربي فقد ما مجمله 198 قناة خلال ثلاث سنوات ، وهو يدل بوضوح على بداية فقدان التلفزيون فعليا لمكانته على الساحة العربية.

وفي مقابل ذلك يتجه المتلقي في العالم أكثر فأكثر نحو استخدام الشبكات الاجتماعية وعلى رأسها الفايسبوكواليوتوب الذي أصبحت قنواته ومضامينه تنافس التلفزيونات بشكل واضح .

 وقد كشفت البيانات الصادرة عن الشركة الإعلامية(We Are Social)ومنصة إدارة حسابات التواصل الاجتماعي(Hootsuite) سنة 2017 ، عن تجاوز عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعيفي جميع أنحاء العالم حاجز الثلاثة مليارات شخص، وفيما يلى نرصد مجموعة من الأرقام توضح عدد مستخدمي الأنترنت في العالم ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من الحقائق الأخرى كما يلى:

- حوالى 3.819 مليار شخص يستخدمون الإنترنت.

- ما يصل إلى 3.028 مليار شخص نشطين على شبكات التواصل الاجتماعي.

- هناك 2.780 مليار شخص يستخدمون الهواتف لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي (اليوم السابع، 2017)[[3]](#footnote-3).

بينما كانت شبكة أليسكا لترتيب المواقع قد أكدت سنة 2014 ، أن :

**31**هي عدد البلدان التي يقدم لها يوتيوب نسخة مخصصة لتلك البلاد ومن ضمنهم 7 دولة عربية.

**45**هي عدد اللغات التي يدعمها الموقع ومن بينها العربية..

**830,000**هي عدد مقاطع الفيديو التي يتم رفعها إلى الموقع كل يوم.

**150,000**هو عدد الأفلام التي تستطيع يوتيوب إنتاجها كل أسبوع بسبب وفرة المحتوى والخامات لديها، علماً أن هوليود لا تستطيع سوى إنتاج 5 أفلام فقط كل أسبوع (موقع يوتوب ،2014 )[[4]](#footnote-4).وهي الإحصائيات التي بقيت تتضاعف بمعدلات قياسية إلى غاية يومنا الحاضر، وهو ما جعل الكثير من المنظمات الدولية والمهنيين والباحثين المختصين يتحدثون صراحة عن مستقبل غامض للتلفزيون في خضم هذه المعطيات ، بعدما دار النقاش سابقا عن مستقبل الإعلام الورقي .

والمتصفح لموقع (YouTube.com/charts) يدرك تماما حجم المشاهدات اليومية لمقاطع الفيديو المنشورة وترتيبها عالميا وعربيا . حيث ترتب معظم المواقع المختصة في هذا المجال العالم العربي في المراتب الأولى من حيث ساعات مشاهدة الفيديو على مواقع التواصل الاجتماعي ، وعلى اليوتوب تحديدا . مما يعتبر مؤشرا على استحواذ الميديا الجديد على حيز متزايد من وقت المتلقي الذي أصبح يملك سلطة أكبر تجاه الانتاج التلفزيوني في المنطقة .

**المحور الرابع: دراسة تحليلية لعينة من الأفلام المصرية حول تسطيح سلوك تعاطي المخذرات**

من أجل الاقتراب من الظاهرة بشكل تطبيقي قمنا بأخذ عينة قصدية من المشاهد في 06 أفلام مختارة بشكل قصدي أيضا . لتوضيح الصورة التي يظهر فيها سلوك استهلاك المخذرات والإحاءات التي ينقلها للمشاهد . مع الأخذ بعين الاعتبار مدى القوة التأثيرية للمشهد عبر التقمص والتقليد لفئة من المممثلين الذين يحتفظون بدرجة عالية من النجومية والشهرة .

حيث كانت الأفلام المختارة كالآتي :

1. **الكيف 1985 بطولة محمود عبد العزيز**
2. **المدمن بطولة أحمد زكي**
3. **المساطيل 1991 بطولة ليلي علوي**
4. **كراكون في الشارع بطولة عادل إمام**
5. **الجزيرة بطولة أحمد السقا**
6. **خارج عن القانون بطولة كريم عبد العزيز**

وقد قدمت كافة هذه الأفلام متعاطي المخذرات كشخصية ظريفة ومحبوبة لدى المشاهد ، كما تم تسطيح السلوك واختصاره في شكل كوميدي ساخر في العادة ، وهو ما يجعل من مضمون الرسالة السينمائية يتجه نحو المساهمة في انتشار استهلاك المخذرات بدل محاربتها ، ونشر الوعي بأخطارها على الفرد والمجتمع .

.كما أن بعض العبارات والمشاهد يمكن تصنيفها كدعوة غير مباشرة للإقبال على تعاطي المخذرات ومثال ذلك ما يلي

**-1- الشيخ حسنى / فيلم الكيت كات**



**الشعور النشوة** **في فيلم الكيت كات** : الحشيش دا هو الذنب الوحيد اللى فى حياتى , انا بكلم الناس حوالين الجوزة  بفضفض؛ بضحك , وأغنى فى قاعدة حلوة لغاية ما أموت .

**2- مزجانجي / فيلم الكيف**



دماغ بلا كيف تستاهل قطع السيف

**3- كمال / فيلم العار**



الحشيش لو حلال أدينا بنشربه و لو حرام أدينا بنحرقه

**4- عم باخ / اللمبي**



 يا سلام يا عم باخ .. الحجرين من غيرك ولا يسوا

**5- الأستاذ أنيس / ثرثرة فوق النيل**



##### اللى يعيش بوعيه فى الزمن دا لازم يموت من الغيظ

**ملخص التقطيع التقني والتحليل للمشاهد المقصودة**

1. **المدمن بطولة أحمد زكي**
2. **المساطيل 1991 بطولة ليلي علوي**
3. **كراكون في الشارع بطولة عادل إمام**
4. **الجزيرة بطولة أحمد السقا**
5. **خارج عن القانون بطولة كريم عبد العزيز**

**1- عنوان الفيلم -- الكيف 1985 ، بطولة النجم الراحل محمود عبد العزيز**

|  |  |
| --- | --- |
| **شريط الصوت** | **شريط الصورة** |
| **الموسيقى** | **المؤثرات** | **الحوار** | **حركة الكاميرا** | **المدة** | **الوقت** |
| **لا يوجد** | **تضخيم صوت الضحك**  | **دماغ بلا كيف تستاهل السيف**  | **Cam fix** **PE**  |  **01,01 دقيقة** | **.00:47:03 سا** |

**التحليل :**

العبارة التي قالها الممثل النجم الراحل محمود عبد العزيز " دماغ بلا كيف تستاهل السيف " هي أكثر العبارات التي لقيت انتشارا واسعا بين الشباب في العالم العربي ، وجعلت من تناول المخذرات سلوكا عاديا يستحق التشجيع .

**2- عنوان الفيلم -- المدمن ، بطولة النجم الراحل أحمد زكي**

|  |  |
| --- | --- |
| **شريط الصوت** | **شريط الصورة** |
| **الموسيقى** | **المؤثرات** | **الحوار** | **حركة الكاميرا** | **المدة** | **الوقت** |
| **لا يوجد** | **/** | **اديني حقنة مورفين ...لو سمحت أنا تعبان**  | **PG . PE .** **PAN –L**  | **15 ثانية**  | **00:12:11** |

**التحليل :**

الفيلم يحتوى على 08 مشاهد كاملة عن تعاطي الممثل للمخذرات ، حيث أن إدمانه عليها كان بغاية الهروب من الواقع ، بعد أن فقد زوجته وابنه في حادث مرور معتقدا أنه هو المتسبب فيه .

**3-عنوان الفيلم -- المساطيل ، بطولة النجمة ليلى علوي**

|  |  |
| --- | --- |
| **شريط الصوت** | **شريط الصورة** |
| **الموسيقى** | **المؤثرات** | **الحوار** | **حركة الكاميرا** | **المدة** | **الوقت** |
| **لا يوجد** | **صوت الشيشة**  | **أنا شربت حشيش ...ياسعاد**  | **Cam fix** **PRP** **PAN –L**  | **01,37 دقيقة**  | **01:03 سا** |

**التحليل :**

**4- عنوان الفيلم كراكون في الشارع ، بطولة النجم عادل إمام**

|  |  |
| --- | --- |
| **شريط الصوت** | **شريط الصورة** |
| **الموسيقى** | **المؤثرات** | **الحوار** | **حركة الكاميرا** | **المدة** | **الوقت** |
| **لا يوجد** | **صوت الشيشة**  | **أنا شربت حشيش ...ياسعاد**  | **Cam fix** **PRP** **PAN –L**  | **01,37 دقيقة**  | **01:03 سا** |

**التحليل :**

يعد النجم عادل إمام شخصية مؤثرة جدا على المشاهدين، وقد جاء مشهد استهلاكه للمخذرات المتمثلة في الحشيش ، في قالب كوميدي ساخر ، مع مؤثرات صوتية مصاحبة ، ليعطي ذلك صورة عن أن استهلاك هذا المخذر لا يشكل أي خطر على من يتعاطاه سوى حالة سكر مؤقتة .

**5-عنوان الفيلم -- الجزيرة ، بطولة أحمد السقا**

|  |  |
| --- | --- |
| **شريط الصوت** | **شريط الصورة** |
| **الموسيقى** | **المؤثرات** | **الحوار** | **حركة الكاميرا** | **المدة** | **الوقت** |
| **موسيقى تصويرية**  | **صوت رصاص ومطاردات** | **لا يوجد** | **Cam fix** **PRP**  | **02.10 دقيقة**  | **00:07 سا** |

**التحليل :**

هذا الفيلم يجعل من بائع مخذرات بطلا ، ويصفه بأحسن الصفات التي من أهمها الشجاعة المتناهية النضير ويصور كل صور التضامن والتماسك داخل هذا المجتمع الصغير الذي يوصف بالجزيرة لعدم قدرة السلطات اختراقها .

**6-عنوان الفيلم --خارج عن القانون ، بطولة النجم كريم عبد العزيز**

|  |  |
| --- | --- |
| **شريط الصوت** | **شريط الصورة** |
| **الموسيقى** | **المؤثرات** | **الحوار** | **حركة الكاميرا** | **المدة** | **الوقت** |
| **موسيقى تصويرية**  | **صوت رصاص ومطاردات** | **لا يوجد** | **Cam Pan**  | **00.47 دقيقة**  | **00:21 سا** |

**التحليل :**

يندرج هذا الفيلم ضمن أفلام الأكشن التي تسرد بطولات تاجر مخذرات يتفوق على ضابط شرطة فاسد ويجعل من سلوك الاتجار بالمخذرات ، بطولة لا بد من الإشادة بها . بطل الفيلم هو نجم مشهور : كريم عبد العزيرخرية الذي يجمع في تمثيله بين التهكم والفكاهة و أداور الأكشن . مما يسطح تماما عالم هذه التجارة غير المشروعة .

**الخلاصة :**

لم يعد المشاهد العربي – كغيره من في بقية أرجاء العالم – مجرد متلقي سلبي لما يبث على شاشات التلفزيون والفضائيات العربية بعد أن اقتحمت الأفلام السنمائية جل المساحات المتوفرة سابقا من وقته واهتماماته .

وما يطرح إشكالا في كل ذلك هو القيم السلبية التي أصبحت تروج لها ، بسبب طغيان المنطق التجاري على الشركات المنتجة ، والتي صارت تهم بالمبيعات والإعلانات أكثر من اهتمامها بالتوعية وتهذيب السلوك خاصة ذلك الذي يرتبط بظاهرة خطيرة على الفرد والمجتمع ، وهي ظاهرة تعاطي المخذرات .

**المراجع :**

1. **الكتب :**

1- بلخيري ، رضوان ، **مدخل إلى الإعلام الجديد ..المفاهيم والوسائل والتطبيقات** ،جسور للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2014

2-بوردو ، بيير ،ترجمة الحلوجي، درويش(2004): التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول ، دار كنعان ،دمشق .3- الحمامي،الصادق (2012)**: الميديا الجديدة ..الابستولوجيا والإشكاليات والسياقات ،** المنشورات الجامعة بمنوبة ، تونس .

4- سعيد الغني ، أمين ، نقلا عن ليندة مسعود ضيف(2015) : **الإعلام الإخباري في الفضائيات " الجزيرة والعربية أنموذجا"** ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن .

5- الشريف ،سامي(2004) : **الفضائيات العربية..رؤية نقدية** ،دار النهضة العربية ، 2004 ، القاهرة.

6- شطاح، محمد**(**2006**): قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا ،** دار الهدى ، الجزائر.

7-فهمي، أحمد(2014): **هندسة الجمهور .. كيف تغير وسائل الإعلام الأفكار والتصرفات ؟،** مركز البيان للبحوث والدراسات، الرياض.

8- قسايسية،علي (2012)**: جمهور وسائط الاتصال ومستخدموها من المتفرجين إلى المبحرين الافتراضيين** الورسم للنشر والتوزيع ،الجزائر.

1. **الدوريات :**

9- محمد الفاتح ،حمدي(نوفمبر 2014): **البث الفضائي العربي..الواقع الراهن واستشراف المستقبل**، المستقبل العربي مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، عدد 417 .

**جـ- المصادر الإلكترونية :**

**10.التقرير السنوي حول البث الفضائي العربي لسنة 2016 ، متوفر على رابط اتحاد إذاعات الدول العربية:** [**http://www.asbu.net/medias/NewMedia\_2017/text/asbusatreport\_2016.pdf**](http://www.asbu.net/medias/NewMedia_2017/text/asbusatreport_2016.pdf)

**- 11**[**http://www.aljazeera.net/programs/aljazeeraspecialprograms/2014/12/17/**](http://www.aljazeera.net/programs/aljazeeraspecialprograms/2014/12/17/)

**التلفزيون-العربي-البدايات**

12- <https://www.youm7.com/story/2017/8/14>

**13-https://artists.youtube.com/charts/tracks?hl=fr/13/08/201**

1. **http://www.aljazeera.net/programs/aljazeeraspecialprograms/2014/12/17/التلفزيون-العربي-البدايات** [↑](#footnote-ref-1)
2. <http://www.asbu.net/doc.php?docid=18&lang=ar> [↑](#footnote-ref-2)
3. <https://www.youm7.com/story/2017/8/14> [↑](#footnote-ref-3)
4. <https://artists.youtube.com/charts/tracks?hl=fr/13/08/2014> [↑](#footnote-ref-4)