

عادات وأنماط مشاهدة الفضائيات العربية

دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس المصريين

بالجامعات السعودية

د. محمود عبدالعاطي مسلم

قسم الصحافة والإعلام - كلية اللغة العربية

جامعة الأزهر

ملخص البحث :

تتناول هذه الدراسة بالبحث والتحليل أنماط وعادات مشاهدة أعضاء هيئة التدريس المصريين العاملين بالجامعات السعودية للقنوات الفضائية العربية المفتوحة والمشفرة بوصفهم يمثلون شريحة مهمة من صفوة المجتمع ، وقد أشارت النتائج إلى أن بعض القنوات الفضائية العربية تحظى بنسبة مشاهدة عالية مثل قناة الجزيرة القطرية ، وقناة العربية ، والفضائية المصرية ، MBC ، واختلفت دوافع التعرض للقنوات الفضائية العربية بين المبحوثين ، وتمثلت أهم هذه الدوافع علي الترتيب فيما يلي : الحرية التي تتمتع بها هذه القنوات ، ومعرفة ومتابعة الأخبار المصرية ، ولما تطرحه في برامجها من قضايا جادة وهادفة ، وسرعتها في تغطية الأحداث والتخلص من الملل والتسلية والترفيه ، كما أظهرت نتائج الدراسة أن هناك اتجاهها إيجابيا بين أفراد العينة تجاه القنوات الفضائية ، وجاءت أعلى قيمة للاتجاه الإيجابي متمثلة في : سرعتها في تغطية الأحداث ، والحرية التي تتمتع بها ، واستخدام أساليب الجذب والإبهار في كثير من البرامج ، بينما ظهر اتجاه سلبي نحو الحفاظ علي الهوية الثقافية والحضارية للأمة ، والمحافظة علي عادات وأخلاق وقيم المجتمع والأسرة العربية ، واحترام القيم الدينية ، وتقديم برامج العنف ، وتقديم ما يشير العواطف أو الشهوات .

مقدمة :

لقد بدأ العالم يتحول مع نهاية القرن العشرين إلى قرية كونية سببها الرئيس تكنولوجيا الاتصالات الحديثة ، وعلى رأسها الأقمار الصناعية التي أدت إلى آنية تدفق المعلومات والأخبار بين شعوب العالم أجمع^(١)، ويعد البث المباشر عبر الأقمار الصناعية واحدا من أهم مظاهر تكنولوجيا الاتصال ، حيث شهد القرن الماضي تغيرات كبيرة وأصبح البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية ظاهرة إعلامية هامة ، وتعددت القنوات التلفزيونية العربية والأجنبية على حد سواء ، هذا بالإضافة إلى القنوات التلفزيونية المحلية المحملة على الأقمار الصناعية مما أدى إلى الطفرة الكبيرة في عدد القنوات التلفزيونية الفضائية المتوفرة^(٢).

وإذا كان التفوق التكنولوجي قد أتاح للغرب إمكانية التحكم في صناعة المعلومات والاتصال والترفيه من خلال الشركات العابرة للحدود والشبكات الدولية ، فإن هذا المجال لا يزال يمثل الساحة الرئيسة للصراع بين الشرق والغرب والشمال والجنوب ، وهذا يوضح أن الصراع مستقبلا وحاضرا يتمركز في المجالين الثقافي والإعلامي ، وهما مجالان لن تصمد فيهما إلا الأمم والشعوب التي لها ثقافات قوية ووسائل إعلام قادرة على المنافسة ، وجذب الاهتمام ، وإقناع المتلقي ، والحصول على ثقته حيث لم تعد هنالك أي وسيلة لفرض وجهة نظر معينة عليه ، أو إجباره على الاختيار ، أو محاصرته وخداعه وتضليله^(٣).

(١) سلوى إمام علي ، أنماط مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية ، المؤتمر العلمي السنوي السابع ، كلية

الإعلام ، جامعة القاهرة ، ج٢ ، مايو ٢٠٠١ ، ص ٤٧٧

(٢) سوزان القليني - استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة ، دراسة مقارنة بين القنوات

العربية والأجنبية ، بحث منشور ، مجلة البحوث والدراسات العربية ، معهد البحوث والدراسات العربية ، جامعة

الدول العربية ، القاهرة ، عددي يوليو وديسمبر ١٩٩٩ ، ص ، ص ١٣٧ ، ١٣٨ .

(٣) عواطف عبد الرحمن ، حرية الإعلام المعاصر وتحديات العولمة ، مجلة الدراسات الإعلامية ، عدد ٩٣ ،

القاهرة ، أكتوبر ١٩٩٨ ، ص ، ص ٦٢ ، ٦٣ .

لقد أدت الممارسات الفعلية للعديد من القنوات الفضائية العربية إلى إثارة حالة من الحوار والجدل في أوساط النخب المثقفة الواعية حول طبيعة الدور الذي يجب أن تقوم به هذه القنوات تجاه المواطن العربي ويأتي على رأس هذه النخب أعضاء هيئة التدريس المغتربين لأنهم يفترض في الأساس أن هذه القنوات موجهة إليهم وإلى غيرهم ممن هم خارج دائرة الوطن أو العالم العربي ، وأصبح من الضروري التعرف على موقف واتجاه هذه الفئة نحو ما تقدمه هذه القنوات الفضائية التي تلاحق المواطن في كل مكان وزمان .

* * *

المبحث الأول : الإطار النظري والمنهجي للدراسة :

أولاً : الإطار النظري :

يرى كثير من المفكرين بأن العالم يعيش مرحلة جديدة من التطور التقني حيث امتزجت فيه نتائج وخصائص ثلاث ثورات هي : ثورة المعلومات ، وثورة وسائل الاتصال المتمثلة في تقنيات ووسائل الاتصال الحديثة ، وأخيراً ثورة الحاسبات الإلكترونية التي امتزجت بكل وسائل الاتصال واندجت معها ، كما أدت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال والمعلومات إلى تعدد وسائل الإعلام وتزايد قدرتها على جمع المعلومات وتوزيعها ، ولم يعد دورها قاصراً على نقل المعلومات ، فقط بل أصبحت تؤدي دوراً كبيراً في مجال رسم صور الشعوب والدول والمنظمات على حد سواء^(١).

لقد شهد العالم المعاصر منذ تسعينيات القرن العشرين تحولات سريعة ومتلاحقة وانهايات أيديولوجية لعل من أبرزها وأهمها انهيار المنظومة الشيوعية وبروز ظاهرة العولمة والأفكار المستحدثة ، والتي انعكست على الواقع الثقافي والاقتصادي والاجتماعي والسياسي لكثير من الأمم والشعوب ، وشهدت وسائل الاتصال خلال هذه الفترة تطورات تقنية ومهنية متلاحقة ، أدت بشكل مباشر إلى إحداث عدة تغيرات مهمة في البيئة الاتصالية للعالم العربي من حيث المفاهيم أو الممارسة الميدانية ، أو العلاقة مع الجمهور ، والصناعات الإعلامية المتطورة^(٢) ، وهو ما يؤثر على أن تكنولوجيا الاتصال تواجه متغيرات عديدة على كافة المستويات المحلية والخارجية ، وفي

(١) ليلي حسين ، استطلاع رأي الإعلاميين تجاه قناة الحرة الفضائية الأمريكية - دراسة مسحية ، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٤ م ، ص ٢٠٣ .

(٢) فهد بن عبد العزيز العسكر ، وفايز الشهري ، اتجاهات الصحفيين نحو مستقبل الصحافة المطبوعة في عصر الإنترنت ، أعمال المؤتمر السنوي الثاني لأكاديمية أخبار اليوم حول الصحافة وآفاق التكنولوجيا ، القاهرة ٢٠٠٣ م ، ص ٢١ .

هذا السياق فإن البيئة الاتصالية تؤثر على نظم الاتصال القومية والوطنية والمحلية في ظل العولمة الثقافية والإعلامية والاقتصادية الهادفة إلى تعميق أيديولوجية السوق^(١).

ولاشك أن هذه التحولات والتغيرات الثقافية والإعلامية في ظل تفوق تكنولوجيا خارجي أسفر عن فقدان الإعلام العربي بعضاً من خصائصه وساعد على العمل بمبدأ التعددية الإعلامية بعيداً عن احتكارات الحكومات العربية لوسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمطبوعة ، والسماح للقطاع الخاص بإنشاء قنوات وشبكات تليفزيونية وصحف خاصة في الكثير من الدول العربية^(٢)

لقد اهتمت الدول العربية بأن يكون لها مكان في لفضاء من خلال إطلاق قنوات تليفزيونية فضائية حكومية وخاصة بهدف تعزيز الحضور العربي في عصر المعلومات والتنافس الفضائي ، وتشير الدراسات إلى أن حقبة التسعينيات قد شهدت نموا ملحوظا في ظهور العديد من القنوات الفضائية العربية ، وقد ارتبط هذا النشاط في معظمه بظهور كثير من وسائل الإعلام العربية وتطورها بشكل كبير على المستوى التقني للوسائل ، وعلى مستوى التبعية ونظم الملكية وأساليب الإدارة ، وعلى مستوى المخرجات شكلا ومضمونا ، ومن حيث أساليب التعرض والتعامل معها من الجماهير العربية ، والمهام المرتقبة من تلك القنوات للفرد أو المجتمع أو الأنظمة المختلفة ، حتى اقترن العصر بأنه عصر الاتصال عن بعد ، وعصر السماوات المفتوحة ، وعصر المعلومات ، وعصر الاتصال عبر القارات ، إلى غير ذلك من المسميات التي تعكس المكانة التي تحتلها

(١) ماجي الحلواني ، وحسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال في عالم متغير ، حلقة نقاشية ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٩م ، ص ٢٠٩ .

(٢) حسين أبو شنب ، الممارسات الإعلامية لمراسلي وسائل الإعلام في فلسطين ، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٤ م ، ص ٢٥١ .

وسائل الإعلام بصفة عامة والقنوات الفضائية خاصة^(١).

لقد جاء إنشاء القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة استجابة لعدد من التطورات السياسية والتكنولوجية والاقتصادية التي مر بها عالمنا العربي في السنوات العشر الأخيرة ، فلقد سارعت العديد من الدول العربية إلى إطلاق قنواتها الفضائية بعد أن شعرت بتهديد حقيقي من جانب الفضائيات الأجنبية ، وحينما شعرت بأن منطقتنا العربية أصبحت هدفا رئيسا لتلك القنوات^(٢) ، ويزدحم الفضاء العربي بالعديد من القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة^(٣) ، دون قدرة على تطبيق سياسات الحظر أو المنع مثلما كان الأمر في الماضي من خلال حراس البوابة ، أو التقنية الإعلامية من خلال فلتر الرقابة الحكومية ، أو من قبل السلطة الأبوية داخل الأسرة^(٤).

وقد ساعد البث المباشر من خلال الأقمار الصناعية إلى ظهور ما يعرف بالتخطي المعلوماتي للحدود القومية من خلال الشركات متعددة الجنسيات ، والتي تشير الدراسات إلى تزايد دورها في الأنشطة الإعلامية والثقافية حيث تعمل على استقطاب النخب المثقفة بشكل خاص والجمهور العربي عامة للترويج لأفكارها الهادفة إلى إعادة تشكيل وصياغة العقل العربي في ظل عصر العولمة وصراع الحضارات ، مستخدمة في ذلك جميع أساليب الجذب والإيهام^(٥).

(١) منى الحديدى ، مجلة البحوث والدراسات العربية ، معهد البحوث والدراسات العربية ، جامعة الدول العربية ، القاهرة ، عدد يوليو وديسمبر ١٩٩٩ ، ص ٢٠٣.

(٢) سامي الشريف ، الفضائيات العربية والصورة الذهنية للعرب والمسلمين ، بحث منشور ، الجمعية السعودية للاتصال والإعلام ، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني ، الرياض أكتوبر ٢٠٠٤ ص ، ص ١٧٩ ،

١٨٠ .

(٣) سوزان الفليني ، مرجع سابق ، ص ١٣٨ .

(٤) منى الحديدى ، مرجع سابق ، ص ٢٠٦ .

(٥) عواطف عبد الرحمن ، مرجع سابق ، ص ٧٥ .

لقد أصبحت الفضائيات العربية - بلا جدال - حقيقة واقعة فرضت نفسها منذ بداية التسعينيات ، وكان طبيعياً أن تخضع هذه الظاهرة للتقييم بهدف ترشيد استخدامها ، والاستفادة من خلالها في تنمية المواطن العربي ، ويبلغ عدد الفضائيات العربية رقماً قياسياً تعمل على عدد من الأقمار العربية والدولية ، وازدحمت الساحة الفضائية العربية بهذا الكم الهائل من القنوات سواء حكومية أو خاصة ، متخصصة أو عامة ، وظهر سباق محوم بينها لجذب المشاهد العربي في المنطقة العربية أو خارجها ، تستحق ووفقاً لذلك تقع على عاتق الفضائيات العربية مسؤولية كبيرة في مواجهة هذه التحديات ، فأساليب وأنماط عمل الفضائيات العربية والطرق التي تتبعها لجذب جمهورها العربي ، وتقديم الحقائق ومعالجة الأحداث بموضوعية هي المؤشر على مدى قدرة الإعلام العربي الفضائي في مواجهة الحملات الإعلامية المغرضة التي تستهدف العرب والمسلمين ، ولكن هذا لا يكفي فلكي تنجح هذه الفضائيات في تحقيق أهدافها وجذب اهتمام الجماهير العربية على اختلاف توجهاتها الأيديولوجية والفكرية لابد من توجيه مزيد من الاهتمام للمتلقى العربي من خلال دراسته للتعرف على خصائصه واحتياجاته وعاداته الاتصالية ، وما تحققه من إشباعات مختلفة للمتفاعلين معها أياً كان موقعهم وخصائصهم على المستوى البراجمي ، وأياً كان مجالهم السياسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي ، متيحة من خلال هذا التعدد اللامحدود للفرد أكبر الفرص للاختيار (و ديمقراطية الاتصال) ، وتطبيق الحق في المعرفة والمتعة ، وفي أن يعلم وأن يعلم عن نفسه ، وأن يلبي احتياجاته الاتصالية المتعددة بقدر كبير من الحرية ، مما يساعد على ظهور وانتشار هذا النوع من الإعلام الذي يسمى بالتفاعلي أو حسب الطلب ، مؤكداً الدور الفاعل الإيجابي النشط للمتلقى في الاختيار بين الوسائل والمخرجات ، وفي اختيار أنماط التعرض والمتابعة والتفاعل بين أطراف العملية الاتصالية بشكل فوري يحقق للمتلقى المشاركة ، متخطياً بذلك دور المستهلك ، ويضعف من المنافسة بين القنوات

والوسائل مما يفرض عليها مراعاة خصائص واحتياجات ورغبات وعادات وأنماط الجمهور الاتصالية بما يتفق مع نظرية الاستخدامات والإشباع^(١).

ومن ثم فإن التخطيط للقنوات الفضائية العربية لابد وأن يستند إلى تحديد دقيق للجمهور المستهدف واحتياجاته التي لا تقتصر على الاحتياجات التقليدية على مستوى المجالات والمضامين أو الأشكال وإنما تمتد إلى المشاركة الفعالة له في عصر تعدد وسائل الإعلام وسهولة التحول فيما بينها ، وعلى تلك القنوات التي تدعي بأنها تخاطب مواطنيها في الخارج فقط أن تنبه إلى أنها تخاطب - في نفس الوقت - جميع المواطنين الذين ينطقون العربية ومن ثم ينبغي العمل على تلبية احتياجاتهم حتى لا يتحولوا إلى مشاهدة برامج فضائيات أجنبية تهدف إلى عزلهم عن عروبتهم ودينهم وقيمهم وأخلاقهم ، ومن الأهمية ألا تبنى السياسات البرمجية في القنوات الفضائية العربية على محاكاة النماذج الغربية ، فإذا كنا اليوم نرفض التنميط في الأفكار ونمدجة الأشخاص ، فمن المهم أن يكون لمصادر الفكر وأدوات الثقافة العربية والإسلامية شخصيتها وتفردا بما يحقق الفائدة الحقيقية لحاضر الأمة ومستقبلها على مستوى الإعلام الداخلي أو الخارجي ، وهنا تظهر أهمية التأهيل والتدريب المستمر للكوادر الإعلامية العربية على كافة مستوياتها ، وأهمية التخصص لتكون قادرة على أداء رسالتها بكفاءة واقتدار في إطار تلك المنافسة التي تسعى للاستحواذ على الجمهور^(٢). ولعل دخول المنطقة العربية عصر البث الفضائي أصبح يشكل نقطة مهمة وخطوة لازمة لمواجهة غزارة الاستقبال الفضائي الأجنبي في المنطقة ، إلا أن ضرورة الاهتمام بأساليب معالجة المحتوى البرمجي

(١) منى الحديدي ، مرجع سابق ، ص ٢٠٤.

(٢) عصام نصر سليم ، الأخبار العربية في القنوات الفضائية - دراسة على الفضائية المصرية والكويتية ودبي MBC ، مجلة البحوث الإعلامية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر ، القاهرة ، عدد أكتوبر

دون النظر فقط إلى كميته كما هو حادث الآن أصبحت من القضايا الواجب التطرق خلال الفترة الحالية ، ولأن اللغة العربية هي النمط اللغوي السائد في البث الفضائي العربي فإن على القنوات الفضائية العربية أن تستثمر عنصر اللغة العربية بوصفه عامل جذب وتوحيد للشعوب العربية من خلال الاهتمام باستخدام الفصحى في سائر الأشكال والمضامين التي تقدمها ، وعدم الإسراف في استخدام اللهجات المحلية التي قد تصرف بعض المشاهدين عن المتابعة للبرامج ، وربما يكون الإنتاج المشترك أحد أهم عوامل الجذب الجماهيري وهو ما يجب أن تتبناه هذه القنوات للوصول لمستوى عال من الجودة وتحقيق اتساع فرص العرض ، مع الأخذ في الحسبان أن امتلاك تكنولوجيا العصر يتطلب حسن الاستخدام والاستثمار على مستوى التنمية البشرية التي تمثل العامل الحقيقي للتنمية في العالم العربي ، لقد أدت ظاهرة البث الفضائي العربي في المنطقة العربية إلى إيجاد واقع إعلامي جديد إذ أضفت الطابع الدولي على وسائل الاتصال في المنطقة العربية ، وأصبح من الصعب وضع خطوط فاصلة ودقيقة بين الاتصال على المستويين الوطني والدولي ، فقد اكتسب الاتصال الوطني منه بعدا دوليا رغم كونه قد أعد في الأساس ليتوجه إلى الجمهور المحلي إلا أن النقل عبر الأقمار الصناعية في أنحاء متفرقة من العالم قد أكسبه بعدا دوليا على مستوى الشكل دون التطرق إلى محتواه ، ولعل ذلك يرجع إلى تنافس أجهزة الإعلام العربية على التواجد الدولي في البث الفضائي كهدف في حد ذاته بصرف النظر عن مدى قدرتها على المنافسة في التأثير على مشاهديهم ، وإنما لتحقيق الانتشار الإعلامي دون أهمية للتأثير^(١) ، ومن هنا أصبح لزاما وضع معايير وضوابط جديدة كي تحكم اللغة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية .

(١) منى الحديدي ، مرجع سابق ، ص ٢٠٩ .

القنوات الفضائية العربية والمسؤولية المجتمعية :

لقد أفرزت التكنولوجيا واقعا إعلاميا جديدا في المجتمعات المعاصرة ، ولعل من أهم نواتج هذه التكنولوجيا انتشار القنوات الفضائية بشكل كبير أدى إلى تفتيت وتشتيت جماهير المشاهدين وتوزيعهم علي هذه القنوات وفقا لاهتمامات متعددة تنوعت ما بين الجادة والسطحية ، وبما يحقق الإشباعات اللازمة التي يسعى المشاهدون للحصول عليها من نواتج مشاهدة هذه القنوات ، ولعل المتأمل لواقع معظم القنوات الفضائية العربية يلحظ أنها يغلب عليها أسلوب العشوائية والفوضى في المضامين والأشكال التي تقدمها ، مما انعكس بالسلب علي المشاهدين العرب الذين أصبحوا محاصرين بمضامين إعلامية يغلب عليها الطابع السطحي الذي لا يمكن أن يسهم بأي حال من الأحوال في بناء عقل الإنسان العربي الذي يستطيع أن يواجه تحديات المنافسة العلمية والثقافية بين الأمم والشعوب ، من الطبيعي أن تكون المنافسة في عالم اليوم تقوم علي خصائص الإنسان من حيث مستوى التعليم والمهارات والخبرات التي تؤهله لصنع الحضارة والتقدم في مجتمعه ، وفي الإطار يكون من الضروري التأكيد على أهمية وجود إستراتيجية وخطط تحكم عمل القنوات الفضائية العربية ، وهذا الواقع الذي أفرزته القنوات الفضائية العربية أجد أنه من الضروري على الدول العربية أن تدرس الأساليب والسبل الكفيلة بالاستفادة من هذه القنوات الفضائية في تطوير وتنمية مجتمعاتها .

ومن هنا يكون من الضروري وضع إستراتيجية تحكم عمل هذه الفضائيات بما يعود بالنفع علي منظومة البناء الثقافي والاجتماعي في البلاد العربية ، وفي نفس الوقت أهمية وضع ميثاق شرف يحكم وينظم الممارسات الإعلامية للفضائيات العربية وذلك بشرط عدم تقييد الحريات الممنوحة للممارسات الإعلامية الفضائية ، لأن هذا القيد لم يعد مناسباً في عصر تدفق المعلومات والواقع الإعلامي المحيط بنا ، ويجب عدم إلقاء المسؤولية على الفضائيات العربية بمفردها في مجال إعداد وتأهيل الإنسان العربي في إطار

المسؤولية المجتمعية ، ولكن أرى من الضروري أن تكامل جميع المؤسسات المجتمعية بما فيها المؤسسات الإعلامية من خلال خطط وإستراتيجيات تستهدف إعداد المواطن العربي بالشكل الذي يؤهله لمواجهة تحديات المنافسة في جميع المجالات ، وبما يساعد علي تقديم الصورة الحضارية العصرية للمواطن العربي أمام المجتمعات الأخرى ، إن الواقع المعاصر للمجتمعات العربية يقتضي أن تتحول الفضائيات العربية إلى منابر ثقافية وتعليمية وأن تراعي التوازن في المضامين الإعلامية التي تقدمها للمشاهدين العرب ، وأن يكون تنمية وتطوير الإنسان العربي هو الأساس الذي تعمل من أجله جميع المؤسسات الإعلامية والتعليمية والتربوية العربية^(١) ، ما أحوجنا أن نستخدم هذه الفضائيات العربية في بناء عقل عربي مستنير ، وإنسان عربي منتمي لقيمه وتاريخه وتراثه ، وإنسان عربي مشارك في بناء مجتمعه ويشعر بقضايا ومشكلاته ، وإنسان عربي يقبل التحدي وقادر علي المنافسة من الآخرين ، وإضافة إلي كل ذلك ينتمي لحضارة لها جذور تاريخية ويفخر بانتمائه لهذه الحضارة ، وكي يتحقق دور الفضائيات العربية في أداء الرسالة الإعلامية المرتبطة بالمسؤولية المجتمعية يكون واجبا عليها الالتزام بما يلي :

أولا : لابد من وجود أولويات واسعة تحكم المضامين المقدمة في هذه الفضائيات بحيث تركز علي القضايا والمشكلات الأساسية في المجتمعات العربية ، وأن تكون مصالح الإنسان العربي هي الهدف الأساسي الذي تعمل من خلاله جميع القنوات العربية من خلال تقديم المضامين الجادة ، كذلك استخدام خطاب إعلامي يراعي آداب الحوار ، ويدعم الممارسة الديمقراطية وقبول الآخر ، بالإضافة إلي إشراك المواطن العربي في التعبير عن مشاكله وقضاياها من خلال مشاركته في تقديم المضامين الإعلامية علي الفضائيات بشرط أن تكون مشاركة جادة وفاعلة.

(١) عدلي رضا - القنوات الفضائية العربية والمسؤولية المجتمعية ، بحث غير منشور ، كلية الإعلام جامعة القاهرة .

ثانيا : أن تكون شاشات الفضائيات العربية معبرة عن الإنسان العربي وقيمه وعاداته وتقاليده وأخلاقياته بما يسهم في تقديم شخصية المجتمع العربي من خلال هذه القنوات ، ويستلزم ذلك عدم محاكاة أو تقليد النموذج العربي في كل شيء ، وأن يكون الانفتاح على الثقافات الأخرى من أجل تدعيم وتطوير ثقافتنا في إطار الحفاظ على الهوية العربية وتطورها وليس من أجل إلغاء كل ما هو عربي وإدخال كل ما هو غربي أجنبي ، مع مراعاة حسن اختيار المتحدثين في جميع المضامين الإعلامية المقدمة علي الفضائيات العربية ، وعدم ترك الأمر لأشخاص غير متخصصين في مجالات الموضوعات التي يتحدثون فيها ، وعدم استخدام لغة الإثارة والابتذال ، والاتهامات والصراخ والمبالغة والتهويل ونشر الجهل لأنها جميعا تسيء لصورة المواطن العربي .

التحديات التي تواجه القنوات الفضائية العربية :

١ - التحديات الإعلامية :

لقد أسهمت ثورة الاتصالات والمعلومات في إحداث تحول على المشهد الإعلامي العربي في العقد الأخير من القرن العشرين ، فقد استجاب الإعلام العربي لتأثير هذه الثورة الكاسح ، واستطاع أن يطور قابلياته للاستفادة من بعض فرصها ، فنشأ ما يسمى إعلام (الموجة الجديدة) المتمثل في القنوات الفضائية العربية والصحف والمجلات الالكترونية والمواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت ، ومن الواضح أن المشهد الإعلامي العربي الجديد يعد مغايرا آنذاك القائم منذ أمد بعيد في العالم العربي ، والمتمثل في محطات التلفزيون والإذاعة والصحف الخاضعة لسيطرة الدولة والموجهة من قبلها ، والتي كانت تعد وسيلة لتكريس السياسات الداخلية والحفاظ على الاستقرار وتعزيز الهوية الوطنية ، وبسط سيطرة الدولة

على أرجاء الدولة^(١) ، لقد ازداد زخم النشاط الإعلامي في العالم العربي خلال السنوات الأخيرة نتيجة لبروز فضائيات عربية _ على سبيل المثال _ وسعت من هامش

(١) أدب خضور - دراسات تليفزيونية ، القنوات الفضائية العربية ، (دمشق ، المكتبة الإعلامية ط١ ،

الحرية والتعددية ، وامتد تأثيرها إلى ما وراء الحدود الوطنية وقدمت خطابا بديلا من الخطاب الإعلامي الحكومي الرسمي ، هذا فضلا عن أنها كسرت احتكار وسائل الإعلام الغربية فينقل الأخبار وسائر الأحداث ، وأسهمت في وضع الإعلام العربي في دائرة الاهتمام العالمية ، وعلى الرغم من هذا الارتقاء الملحوظ فإن واقع الإعلام العربي مازال يكتنفه القصور ، ويظهر أن بعض أوجه القصور متعلقة بمجمل الإعلام نفسه والعاملين فيه ، إلا أن عوامل القصور البنيوية متصلة إلى حد كبير بالوضع الاجتماعي للمجتمعات العربية نفسها ، ومن هنا فلا يمكن تناول واقع القنوات الفضائية العربية أو الإعلام العربي بوجه عام بمعزل عن البيئة الواسعة التي تمارس فيها وظيفتها ، وتستمد منها مدخلاتها ، وتفرضي إليها بمخرجاتها ، بيد أن هذه المقارنة لا تعني النظر إلى العلاقة بين الإعلام أو القنوات الفضائية والمجتمع على أنها علاقة استاتيكية تسير في اتجاه خطي واحد بل هي علاقة جدلية متبادلة التأثير ، فالإعلام بما فيها القنوات الفضائية تتأثر بما يمور في المجتمع ، وينعكس عليه ، كما يؤثر في حركة المجتمع^(١).

لقد برزت القنوات الفضائية العربية كأحدى الآليات المحفزة لعملية التغيير الاجتماعي في العالم العربي ، ويمكن أن تسهم في المرحلة المقبلة في إيجاد المناخ الملائم لتطوير المجتمعات العربية من خلال توسيع مشاركة الفئات الاجتماعية في النقاش العام وقائمة الموضوعات والقضايا المطروحة للنقاش والتعبير عن المواقف والآراء والمصالح لكل الجماعات والتيارات المتواجدة بالمجتمع ، من جهة أخرى أشار تقرير التنمية البشرية العربية الصادر ٢٠٠٣م إلى ضعف البيئة الإعلامية للقنوات الفضائية العربية المحفزة إلى اكتساب المعرفة في المجتمعات العربية ، وللتدليل على ذلك يلاحظ غياب البرامج التربوية والثقافية والتعليمية الهادفة والمحفزة لعملية التغيير الاجتماعي المنشود عن

(١) الإعلام العربي في عصر المعلومات ، مركز الدراسات والبحوث الإستراتيجية ، الإمارات العربية المتحدة ، أبو ظبي ، ط٢٠٠٦ ، ص ١١ ، ١٢ .

شاشات الفضائيات العربية ، بل إن المحتوى الإعلامي لهذه القنوات متخم بأشكال التسلية والترفيه مما يمكننا القول بتعاظم الإمتاع الحسي على حساب اكتساب المعرفة وتنمية العقول ، وهو ما يؤدي إلى تبعات خطيرة على المتلقي العربي وقيمته لاسيما أن تأثير الإعلام قد طغى على دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية والتعليمية .

٢- التحديات التكنولوجية :

لقد أدت التطورات التكنولوجية المتلاحقة في مجال الاتصالات إلى إحداث تطورات كبيرة في مجال الاتصالات الفضائية وبروز ظاهرة القنوات الفضائية المتعددة بقدراتها وإمكانياتها التكنولوجية ، وهذا أدى بدوره إلى تعاظم سلطة الصورة ، ونفوذ الإعلام المرئي على وجه الخصوص ، ومن هنا يأتي الشعور بالخطر والتهديد لدى الشعوب الضعيفة ، وذلك لما يتمتع به الإعلام الحديث من قدرة على تعميم أنماط العيش والسلوك والاستهلاك السائدة في البلدان المتقدمة ، ولعل مبرر الخطر هو الشعور بهشاشة أنظمة الإعلام المحلية قبي كثير من الدول النامية أو ما يسمى بدول العالم الثالث ، وافتقارها في الغالب إلى الحرفية والإتقان والمهنية في صنع الصورة وبثها وشحنها بالقدرة على النفاذ والتأثير في الرأي العام على المستويين الداخلي والخارجي ، وبقاتها سجيئة ما تستورده من الخارج^(١) ، ومن جهة أخرى فإن القنوات الفضائية العربية تعاني قصورا وعجزا في صناعة الصورة الإعلامية للعالم العربي ، فما يزال غيرنا ينوبون عنا في رسم ملامح هذه الصورة التي تمتلئ بالكثير من عناصر التشويه والسلبية^(٢) .

(١) عبد الله العليان ، التحديات الجديدة لتأثير الدولة في الإعلام ، الإعلام العربي في عصر المعلومات ، مركز الدراسات والبحوث الإستراتيجية ، الإمارات العربية المتحدة ، أبوظبي ، ط١ ٢٠٠٦ ، ص ص ٥٩٤ ، ٥٩٥ .

(٢) المنجي الزيدي ، الثقافة والمال في مستقبل التنمية الثقافية ، الثقافة العربية أسئلة التطور والمستقبل ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ٢٠٠٣ ، ص ، ٣٧٥ .

ومع التطور التكنولوجي وبروز ثورة المعلومات الحديثة التي قلبت الموازين والثوابت الإعلامية القائمة - إذ لم يعد في استطاعة أي جهة كانت حكومية أو هيئة أو مؤسسة منع أو تقييد هذه الثورة العلمية أو حجبها عن الوصول للآخرين - فإن الكثير من الحكومات أخذت تفقد السيطرة والتأثير على وصول المعلومة الإعلامية وغيرها إلى عموم المواطنين ، حيث إن تقنية الاتصالات اخترقت الحدود والسدود ، وهكذا أصبح مجتمع الإعلام العالمي حقيقة واقعة لا جدال فيها ، حتى إن البعض يرى أن التطورات المقبلة ستشهد تراجعاً ملحوظاً في السيادة الوطنية والثقافية للدولة ، ذلك أن تقنية الاتصال المعاصرة المتمثلة في القنوات الفضائية تسمح للفرد الانفتاح على مجالات إعلامية وثقافية متعددة دون أن يكون خاضعاً للدولة وسياساتها الإعلامية والثقافية ، هذا الانفتاح وما يقابله من تدفق معلوماتي مقصود تجاه المشاهد لا بد وأن يؤثر إلى الدرجة التي يمكن معها في المستقبل أن يرتبط برصيد معرفي مشترك مع المصدر الآخر القوي ، مما يؤثر في سلوكه وتفكيره وهويته .

إن التوقعات المقبلة أن يتوسع عالم المعلوماتية وعولمة الإعلام بحيث تنافس الدولة في بعض صلاحياتها وبخاصة التأثير في الرأي العام الأمر الذي يعده البعض انتقاصاً من السيادة الوطنية ، حيث إن الشبكات التليفزيونية لها من علاقات القوة والهيمنة وتحت غطاء منظمة التجارة العالمية والشركات العابرة للقارات ما يمكنها من تحقيق أجندتها الإعلامية والثقافية في العالم العربي ، وهذا ما أكده جوزيف ناي ووليام جونز في مقال منشور بمجلة فورين أفيرز عدد إبريل ١٩٩٦ ، موضحاً كيف سيكون على الولايات المتحدة الأمريكية أن تسيطر سياسياً على العالم في المستقبل القريب وذلك بفضل قدرتها الفائقة والتي لا تضاهي في إدماج التطورات التكنولوجية في مجال النظم الإعلامية^(١).

(١) محمود حيدر ، مقومات السيادة الوطنية بعد الحرب الباردة ، مجلة الوحدة العربية العدد الأول السنة التاسعة والخمسون مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ، ٢٠٠٠ ، ص ، ١٣٩ - ١٤٠ .

ولعل من أبرز التحديات التكنولوجية التي تواجه الفضائيات العربية والعالمية ظهور الإنترنت كمصدر عالمي للمعلومات الأمر الذي أتاح للمتلقي أو المستخدم-عربيا كان أو غير عربي - الحق في الاختيار ، فإذا ما أتيح استخدام الإنترنت فإن قائمة لانهاية لها من الاختيارات تظهر أمام المتلقي ، فهو يختار المعلومة التي تناسبه لا التي تفرض عليه ، وكذلك يختار الرأي والتحليل الذي يريده^(١).

إن الأثر المهم للإنترنت هو إحداث تغيير في تكوين الشخصية العربية فالإنترنت أتاحت الفرصة للمواطنين العرب ليس فقط الحصول على المعلومات ، وإنما أيضا للتعبير عن الآراء والأفكار فمن خلال المنتديات وغرف الدردشة والبريد الإلكتروني وغيرها من المواقع أتيح للمواطنين في الدول العربية أو لمن يستخدم الإنترنت فرصة التعبير الحر وهي فرصة لم تكن متاحة من قبل ، كما أسهم الإنترنت في ظهور ما يسمى بالإعلام الإلكتروني ، وإذا كان ما سبق يمكن تعديده في سياق التطور الإيجابي للإنترنت فإن هناك تأثيرات سلبية لا يمكن إغفالها مثل : استغلال الجماعات الإرهابية للإنترنت كوسيلة لنشر أفكارها المنحرفة والمتطرفة ، وتأجيج الصراعات الطائفية والمذهبية في الدول العربية ، فضلا عن الإباحة الجنسية ، وعدم وجود ضوابط تحكم الإعلام الإلكتروني .

النظريات العلمية المستخدمة في الدراسة :

تستفيد هذه الدراسة من (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام media dependency) في تحديد درجة الأهمية التي تحظى بها القنوات الفضائية العربية كمصادر للمعلومات ، على أساس أن الأفراد يقيمون علاقات مع وسائل الإعلام بصفة عامة ، أو مع وسيلة معينة بصفة خاصة وفقا لحدود أهميتها لهم كمصدر

(١) محمد الجاسم ، تأثير الإعلام الإلكتروني في التطور الاجتماعي والسياسي العربي ، الإعلام العربي في عصر المعلومات ، مركز الدراسات والبحوث الإستراتيجية - الإمارات العربية المتحدة ، أبو ظبي ، ط ٢٠٠٦ ، ص ١٨٩ ، ١٩٠ .

للمعلومات حول الأحداث الجارية ، وتعرف علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام بأنها العلاقة التي يعتمد فيها الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة ، ويعتمد الغرض الأساسي لنظرية الاعتماد على وجود علاقة تفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع ، والنظم القائمة في المجتمع ، ومن خلال تحليل هذه العلاقة يمكن فهم وإدراك تأثير وسائل الإعلام على المجتمع وعلى الأفراد ، واهتمت الدراسات التي تناولت نظرية الاعتماد على علاقة الجمهور بوسائل الإعلام وتأثير هذه العلاقة على العلاقات التفاعلية بين الأفراد ، وكذلك على طبيعة القرارات التي يتخذها الفرد بناء على اعتماده على هذه الوسائل^(١).

كما تستفيد هذه الدراسة من نظرية (التماس المعلومات information seeking) وتسعى هذه النظرية إلى اختبار فرضية (أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة) وقد لاحظ كل من (دونيهو وتبتون) أن هناك عوامل عديدة يمكن أن تؤثر على اختيار الفرد للرسائل الاتصالية التي يتعرض لها ، وكذلك استخدام المعلومات في تدعيم الاتجاهات الحالية ، ومن هذه العوامل إمكانية إشباع حاجات معينة ، أو إشباع حاجات أساسية في موضوع معين أو البحث عنها مجرد الترفيه أو التسلية ، أو بسبب الحاجة للتنوع أو بسبب السمات الشخصية.

وتعتمد الدراسة أيضا على نظرية (فجوة المعرفة knowledge gap) وتعتمد هذه النظرية على افتراض مؤداه (أن تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي يؤدي إلى جعل فئات الجمهور ذات المستوى التعليمي أو الاقتصادي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدل أسرع من الفئات ذات الدخل المنخفض ، وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلا من النقصان) ،

(١) حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد - الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ١٩٩٨ ، ص.ص : ٣٢٠ ، ٣٢٩ .

ويؤكد هذا الفرض على أن الفئات الأقل تعليماً وذات مستوى اقتصادي واجتماعي منخفض تكتسب المعلومات بصورة أقل نسبياً من الفئات الأعلى تعليماً واقتصاداً ومن ثم تعد فقيرة ، وقد أيدت بحوث عديدة في أوروبا والولايات المتحدة وأمريكا اللاتينية والعالم العربي صحة هذه النظرية ، حيث أشارت إلى أن هناك مجموعة من المحددات تتعلق بطبيعة عمل هذه النظرية منها : المستوى الاجتماعي والاقتصادي والتعليمي ، ودرجة الاهتمام بالموضوع ، وحجم التعرض لوسائل الاتصال ، ومدى الاستغراق في التعرض ، وكثافة التغطية الإعلامية ، والطبيعة الديموجرافية^(١).

ثانياً : الإطار المنهجي للدراسة :

الدراسات السابقة :

أجريت العديد من الدراسات العربية والأجنبية على القنوات الفضائية وتنوعت المداخل والمنهج التي اعتمدت عليها هذه الدراسات ، وبعد حصر المكتبة الإعلامية لوحظ محدودية الدراسات التي تناول علاقة الصفوة أو النخبة بالقنوات الفضائية العربية والأجنبية ، من جهة أخرى حظيت دراسات الجمهور في وسائل الإعلام باهتمام العلماء والمفكرين وصناع السياسات الإعلامية ، وسوف نتناول أهم الدراسات التي عنيت بموضوع البحث مع عرض لأهم النتائج التي توصلت لها هذه الدراسات :

١- دراسة عن : أنماط مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية ، وقد تم تطبيق هذه الدراسة على مائتي مفردة ممن يملكون الدش من محافظتي القاهرة والجيزة ، وكان الهدف من الدراسة التعرف على أنماط مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية والأجنبية والمشرفة ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها : أن القنوات الفضائية الإخبارية حظيت بنسبة مشاهدة عالية ، كما جاءت

(١) المرجع السابق نفسه ، ص.ص. ٣٣٧-٣٤٠ .

الأفلام والأخبار والأغاني والمنوعات من أهم المواد التي يفضل المبحوثون مشاهدتها في القنوات الفضائية العربية^(١).

٢- دراسة عن : دور القنوات الفضائية العربية في زيادة المشاركة الجماهيرية ، واستخدام فيها تحليل المحتوى لعينة لعدد من البرامج الجماهيرية التي تقدمهما قناتا : الفضائية المصرية والجزيرة القطرية من أول يناير حتى نهاية فبراير ٢٠٠٠ ، وتهدف إلى وصف وتحديد دور القنوات الفضائية العربية في إتاحة فرص المشاركة للجمهور العربي في عملية الاتصال ، ومن نتائجها : أن القنوات الفضائية محل الدراسة حققت معدلات مشاركة وتواصل عاليين بين الجماهير ، مما أوجد ظاهرة جديدة نسبيا في الإعلام الفضائي العربي تتمثل في أن القنوات تبحث عن الجمهور الذي يميز أداء برامجها.^(٢)

٣- دراسة عن : استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة ، وقد قامت الباحثة بإجراء دراسة ميدانية على ١٨٠ مفردة تم اختيارها من ثلاث دول عربية هي : مصر والمملكة العربية السعودية والمغرب ، بواقع ٦٠ مفردة لكل دولة ، وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات الجمهور العربي في عدد من الدول العربية (مصر والمغرب والسعودية) للقنوات الفضائية العربية والأجنبية والإشباعاات المتحققة من هذا الاستخدام ، وكان من نتائج هذه الدراسة : أن للبيئة الثقافية والاتصالية في البلدان محل الدراسة تأثيراً على استخدامات عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية والأجنبية ، كما تصدرت الفضائيات الأجنبية أفضليات القنوات المختلفة لدى كل من المصريين والمغاربة ، بينما جاءت أكبر نسبة تفضيل لمشاهدة القنوات الفضائية العربية بين الجمهور السعودي^(٣).

(١) سلوى إمام علي ، مرجع سابق ، ص ٤٧٧ .

(٢) عادل فهمي البيومي ، دور القنوات الفضائية العربية في زيادة المشاركة الجماهيرية ، مجلة البحوث الإعلامية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر ، القاهرة ، عدد أكتوبر ٢٠٠١ .

(٣) سوزان القليبي ، مرجع سابق ، ص ١٣٧ - ١٣٨ .

٤- دراسة عن : تأثير مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال ، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من محافظتي الجيزة والقاهرة ، وتهدف إلى التعرف على مدى مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية وتأثير هذه المشاهدة على حجم التعرض لوسائل الاتصال الوطنية (الصحف ، الراديو، التلفزيون ، السينما ، المسرح) وكان من نتائجها : أن مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية قد أثر على وسائل الاتصال الوطنية ، حيث انخفضت معدلات قراءة الصحف والاستماع للراديو والذهاب للسينما والمسرح^(١).

٥- دراسة عن : الفضائيات العربية والصورة الذهنية للعرب والمسلمين ، وتهدف إلى التعرف على صورة العرب والمسلمين في الفضائيات العربية من خلال الرؤية النقدية، وكان من نتائجها: أن المطالبة بإيجاد نوع من التنسيق بين القنوات الفضائية العربية أمر تفرضه طبيعة المنافسة القوية التي تواجهها هذه القنوات من جانب القنوات الأجنبية التي تستهدف المشاهدين العرب في كل مكان، وتشكل بصورة أو بأخرى تهديدا للهوية والثقافة العربية والإسلامية لمجتمعنا^(٢).

٦- دراسة عن : الفضائيات العربية والتجارب الدولية في الدمج الاقتصادي - الأثر على المحتوى ، وتهدف إلى دراسة المفردات الاقتصادية في إنتاج الفضائيات العربية ، والدمج الاقتصادي في مجال الفضائيات ، وقد خلصت الدراسة إلى : أن الاختلاف في التوجهات بين الفضائيات العربية أمر أساسي وطبيعي ، ولكن في إطار هوية واحدة مع ضرورة المحافظة على الهوية العربية والتطلع إلى الآخرين دون ذوبان

(١) سلوى إمام علي ، تأثير مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال ، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٤ .

(٢) سامي الشريف ، مرجع سابق ص ١٧٩

في الهويات الأخرى^(١).

٧- دراسة عن : استطلاع رأي أبناء الجالية المصرية بسلطنة عمان حول القناة الفضائية العربية ، وقد تم إجراء الدراسة على عينة مكونة ٢٠٠ مفردة من الجالية المصرية العاملة في سلطنة عمان ، وتهدف إلى التعرف على مدى ودرجات مشاهدة القناة الفضائية المصرية وعادات وأنماط هذه المشاهدة بين أبناء الجالية المصرية بسلطنة عمان ، وكان من نتائجها ارتفاع نسبة مشاهدة الفضائيات المصرية ، وأن أهم المواد التي يقبل عينة الدراسة على مشاهدتها تتمثل في : الأفلام العربية ، ثم نشرات الإخبار ، وبرنامج صباح الخير يا مصر ، وتبين تأثير مشاهدة الفضائيات المصرية على عادة الاستماع للإذاعات المصرية^(٢).

٨- دراسة عن : عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية ، دراسة استطلاعية على طلبة وطالبات قسم الإعلام جامعة الإمارات العربية المتحدة ، وقامت الباحثة بإجراء دراسة على عينة مكونة ١٩٠ مفردة ، وتهدف الدراسة إلى التعرف على مدى الإقبال على مشاهدة القنوات الفضائية العربية والأجنبية ، وعادات وأنماط التعرض لهذه القنوات ، وكان من نتائجها : أن أهم القنوات الفضائية التي يقبل المبحوثون على مشاهدتها تتمثل في : دبي ، أبو ظبي ، MBC والفضائيات المصرية ، وأن المواد التي يقبل المبحوثون على مشاهدتها هي : الأفلام العربية ، والمسلسلات العربية ، والمباريات والبرامج الرياضية ، والمواد الإخبارية^(٣).

(١) حسن عبيد ، الفضائيات العربية والتجارب الدولية في الدمج الاقتصادي "الأثر على المحتوى" ، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٤ .

(٢) عاطف عدلي العبد ، فوزية العلي ، دراسات في الإعلام الفضائي ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٩٥ .

(٣) عاطف عدلي العبد ، فوزية العلي ، المرجع السابق نفسه .

٩- دراسة عن : الإعلان التجاري في الفضائيات العربية ، وتعتمد على مجموعة من القراءات لما ورد حول الموضوع في المراجع والدراسات السابقة ، وتهدف إلى تقييم الإعلان التجاري في الفضائيات العربية من حيث سلبياته وإيجابياته ، وطرح أفاق التطوير ومن نتائجها : يجب أن يراعي الإعلان السلوكيات الاجتماعية والقيم والتقاليد والعادات والأعراف والثقافات العربية ، وأن يبتعد عن كل ما لا يناسب التربية الاجتماعية والثقافة العربية^(١) .

١٠- دراسة عن الأخبار العربية في القنوات الفضائية ، دراسة على القنوات الفضائية المصرية والكويتية و MBC١ ودبي ، وقد أجريت على عينة من الشرات الإخبارية في القنوات الأربع لمدة شهر في الفترة من ٢٢ إبريل حتى ٢١ مايو ١٩٩٤ م ، وتهدف الدراسة إلى قياس مدى تركيز القنوات الفضائية العربية من خلال العينة على الأخبار العربية ، وكيفية تناولها من حيث المعالجة الإخبارية ، وقد توصلت إلى عدة نتائج من أهمها : أن القنوات الفضائية العربية تميل إلى الاهتمام بالأخبار الدولية بشكل أساسي وتأتي الأخبار العربية في المرتبة الثانية من اهتماماتها ، كما ركزت الفضائيات العربية على الأخبار السياسية مع تجاهل الأنشطة والمجالات الاقتصادية والاجتماعية^(٢) .

١١- دراسة عن : أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة ، دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ٢ ، وقد أجريت هذه الدراسة على برامج الرأي التي قدمتها قناة دريم ٢ طيلة شهر يناير ٢٠٠٣ وذلك بهدف التعرف على حدود وأبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية لبرامج الرأي المقدمة من دريم ٢ وقد توصل الباحث إلى أنه توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في درجة المسؤولية

(١) عمرو عبد الكريم ، الإعلان التجاري في الفضائيات العربية ، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر ، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٤ .

(٢) عصام نصر سليم ، مرجع سابق ، ص ١١ .

الاجتماعية والأخلاقية والمهنية لبرامج الرأي المقدمة من قناة دريم ٢ وفقا للقوالب والأطر الجغرافية للموضوعات والقضايا المطروحة^(١).

١٢- دراسة عن : اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة في مصر ، وقد قام الباحث بإجراء دراسته على عينة تمثل الجمهور العام وعينة من الإعلاميين بهدف التعرف على اتجاهات كل من الجمهور العام والإعلاميين نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة في مصر ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها : اتفاق الجمهور العام فضلا عن الإعلاميين على أن القنوات الخاصة لا تضطلع بمهام الحفاظ على الهويتين العربية والإسلامية ، وأن هذه القنوات تتخطى العادات والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع بتعرضها لموضوعات شائكة وحساسة من الأخلاقية^(٢).

١٣- دراسة عن : استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية ، الدوافع والإشباع ، وقد قام الباحث بإجراء دراسة على عينة مكونة ٥٠٠ مفردة من الجمهور اليمني ، بهدف التعرف على دوافع مشاهدتهم للقنوات المحلية والدولية والإشباع المتحققة لديهم من جراء المشاهدة ، وكشفت الدراسة عن ارتفاع نسبة المشاهدة للقنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة^(٣).

(١) عادل عبد الغفار خليل ، أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة ، دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ٢ ، المؤتمر العلمي السنوي التاسع لكلية الإعلام ، أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق ٢٠٠٣ ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة مايو ٢٠٠٣ .

(٢) خالد صلاح الدين حسن علي ، اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة في مصر ، المؤتمر العلمي السنوي التاسع لكلية الإعلام ، أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق ٢٠٠٣ ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة مايو ٢٠٠٣ .

(٣) عبد الرحمن محمد سعيد الشامي ، استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية - الدوافع والإشباع ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية اللغة العربية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر ، ٢٠٠٢ .

١٤- دراسة عن: الفضائيات العربية الخاصة ومردودها الإعلامي ، وقد تناولت الدراسة بالتحليل أبعاد ظاهرة الفضائيات العربية الخاصة ومردودها الإعلامي ، وخلصت إلى أن هذه القنوات قد أحدثت تطورا ملموسا في مجال التغطية الإخبارية للأحداث ، وأنها تستهدف الترويج للثقافة الاستهلاكية من خلال التوسع في أغاني الفيديو كليب^(١).

١٥- دراسة عن : محددات السلوك الاتصالي للشباب المصري ، وقد أجريت هذه الدراسة على عينة من الشباب المصري قوامها ٢٠٠٠ مفردة من عدة محافظات بمصر ، وخلصت الدراسة إلى أن القنوات الفضائية الخاصة قد جاءت في المقدمة من حيث تفضيل المشاهدة للقنوات ، كما جاءت الأفلام والأغاني من حيث المواد المفضلة لدى الجمهور^(٢).

١٦- دراسة عن : علاقة طالبات كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبدالعزيز بالدمشق ، وقد تم اختيار عينة قوامها ٢٤٠ مفردة من الطالبات اللاتي يدرسن مادة مقدمة في الاتصال ، بهدف التعرف على علاقة الطالبات بالقنوات الفضائية ، وكان من نتائج هذه الدراسة أن الطالبات يفضلن مشاهدة القنوات الفضائية العربية ، وأن التعامل مع الإنترنت يؤثر على مشاهدة الدش^(٣).

١٧- دراسة عن : استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من البالغين المقيمين بمحافظة القاهرة ،

(١) حسن عماد مكاوي ، الفضائيات العربية الخاصة ومردودها الإعلامي ، المؤتمر العلمي الرابع لمعهد الدراسات والبحوث العربية ، معهد الدراسات والبحوث العربية ، جامعة الدول العربية ، القاهرة ، إبريل ٢٠٠٢ ،

(٢) الإدارة العامة لبحوث المستمعين والمشاهدين ، الشباب المصري والتلفزيون _ محددات السلوك الاتصالي وعاداته ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، القاهرة ، نوفمبر ٢٠٠٢ .

(٣) انشراح الشال ، الفن والعمولة في قرية ماكلوهان الإلكترونية ، جدة ، دار حافظ للنشر والتوزيع ، ٢٠٠١ .

وذلك بهدف التعرف على استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها : أن القنوات التي يفضل الباحثون مشاهدتها هي ، MBC١ و LBC والجزيرة ثم الفضائية المصرية ، كما جاءت الأخبار كأحد أهم المواد التي يفضل الجمهور مشاهدتها ثم الأفلام والتمثيلات والمسرحيات^(١).

١٨- دراسة عن : القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية ، وقد تم إجراء الدراسة على عينة قوامها ١٥٠ مفردة من الذكور والإناث المصريين البالغين بهدف التعرف على القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها : ارتفاع نسبة مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية الأجنبية مما يعني السيطرة للمضمون الأجنبي الدرامي والترفيهي والإخباري مما يساهم في إبعاد الأفراد عن واقعهم الثقافي ، وتزايد احتمالات تهديد الأمن الثقافي والفكري لديهم^(٢).

١٩- دراسة عن : المزيج الإخباري والبناء الفني في نشرات أخبار التلفزيون وقد أجريت على عينة قوامها ٣٠ نشرة من النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية المصرية ، و MBC١ و BBC خلال الفترة من يناير حتى مارس ١٩٩٥ ، وكان من نتائجها : ارتفاع نسبة الأخبار السياسية على مكونات نشرات الأخبار في القنوات الثلاث ، وانخفاض نسبة الأخبار غير المصحوبة بمادة مرئية في الفضائية المصرية عن غيرها من القنوات محل الدراسة^(٣).

(١) هبة شاهين ، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ، دراسة تحليلية وميدانية ، دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ .

(٢) نسمة أحمد البطريق ، التلفزيون والمجتمع والهوية الثقافية ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٩٩ .

(٣) حمدي حسن ، المزيج الإخباري والبناء الفني في نشرات أخبار التلفزيون ، دراسة تحليلية مقارنة لنشرات الأخبار في ثلاث قنوات فضائية ، مجلة البحوث الإعلامية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر ، القاهرة ، عدد يناير ١٩٩٧ .

٢٠ - دراسة عن : البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، وقد أجرى البحث دراسة تحليلية على البرامج الدينية في الفضائية المصرية ، والتونسية ، والجزيرة ، و دريم ٢ ، و MBC١ ، والفضائية السعودية الأولى ، خلال الفترة من يناير وحتى مارس ٢٠٠٣، وكان من نتائج هذه الدراسة : احتلت الفضائية السعودية المرتبة الأولى من حيث مساحة البرامج الدينية ، وأن أهم القوالب المستخدمة في البرامج الدينية : الحوار ثم الندوة ، ثم الفيلم التسجيلي^(١) .

٢١ - دراسة عن : استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية ، دراسة ميدانية وقد اعتمدت الدراسة على اختيار عينة قوامها ١٣٥ مفردة تمثل الريف والحضر في كل من أبو ظبي والشارقة ودبي ، وذلك بهدف التعرف على مدى إقبال المرأة الإماراتية على مشاهدة القنوات الفضائية ، وعادات وأنماط التعرض لهذه القنوات ، وكان من نتائجها : احتلت الفضائية المصرية المرتبة الأولى من حيث نسبة المشاهدة ثم دبي ، ثم الإمارات ، وجاءت الأفلام في المرتبة الأولى من حيث المواد المفضلة^(٢) .

٢٢ - دراسة عن : اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة في القنوات الفضائية العربية ، وقد أجرى البحث دراسته على عينة قوامها ٢٧٤ مفردة من الذكور المسجلين في مرحلة البكالوريوس للفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي ١٤٢١هـ، بهدف التعرف على الإشباع المتحققة من متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج : جاءت MBC١ في المرتبة الأولى من حيث القنوات المفضلة ، ثم الجزيرة ، وأخيرا دبي ، وجاء ترتيب المواد

(١) محمد أحمد الشريف ، البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، دراسة تحليلية ، ماجستير غير منشورة ، كلية اللغة العربية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر ، ٢٠٠٣ .
(٢) فوزية عبدالله العلي ، استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية ، دراسة ميدانية ، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٤ .

التي يفضل المبحوثون مشاهدتها البرامج الرياضية والمباريات ، ثم الأفلام والمسلسلات ، وأخيرا البرامج الإخبارية^(١) .

٢٣- دراسة عن : استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي ، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها ١٥٠ مفردة تم اختيارهم من الصفوة في المجتمع المصري ، وتهدف الدراسة التعرف على اتجاهات الصفوة تجاه برامج الراديو والتلفزيون المحلي والدولي ، وكان من نتائج الدراسة ارتفاع نسبة مشاهدة التلفزيون الدولي لتصل ١٠٠٪ بين مالكي أطباق الاستقبال ، أن الإعلاميين والسياسيين أكثر استخداما للراديو الدولي من الجامعيين^(٢) .

٢٤- دراسة عن : مدى اعتماد الصفوة على التلفزيون في وقت الأزمات ، دراسة حالة على حدث الأقصر وقد أجريت الدراسة على عينة ممن اعتبرتهم الدراسة من الصفوة وفق المقياس العلمي ، بهدف التعرف على مدى اعتماد الصفوة على التلفزيون كمصدر وقت الأزمات ، وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها : تصدر التلفزيون المصري وشبكة CNN الإخبارية المرتبة الأولى من حيث اعتماد الصفوة المصرية عليهما كأهم مصدر من مصادر المعلومات في حدث الأقصر ، كما تنوعت التأثيرات المترتبة على اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون ، وجاءت التأثيرات الوجدانية تليها السلوكية ثم المعرفية بما يعكس عدم نجاح التلفزيون في إحداث التأثير المعرفي المطلوب^(٣) .

(١) علي بن ظافر الشهراني ، اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة في القنوات

الفضائية العربية ، ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة الملك سعود ، الرياض ، ٢٠٠٢ .

(٢) عادل عبد الغفار ، استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي ، ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٥ .

(٣) سوزان القليني ، مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات ، دراسة حالة على حدث الأقصر ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد الرابع ، ديسمبر ١٩٩٨ ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .

٢٥- دراسة عن : دور الإعلام في تكوين تصورات النخبة حول مفهوم الإرهاب ، وقد أجريت الدراسة على عينة ١١٦ مفردة تمثل الصفوة من المجتمع المصري وهم : الإعلاميون ، ومحرورو الصحف ، وأساتذة الجامعات ، وتهدف الدراسة الكشف عن التصورات المختلفة لدى النخبة نحو مفهوم الإرهاب وإلى أي حد يؤثر الاعتماد على وسائل الإعلام على مفاهيم النخبة نحو ظاهرة الإرهاب ، وتوصلت الدراسة إلى نتائج منها : أن القنوات الفضائية تصدرت أفضلية المشاهدة لدى النخبة ، وجاء التلفزيون كمصدر رئيس لاستقاء الأخبار^(١).

٢٦- دراسة بعنوان : عادات مشاهدة تلفزيون الإمارات العربية المتحدة بين أعضاء الهيئة التدريسية بالجامعة ، دراسة ميدانية ، وانتهت الدراسة إلى عدد من النتائج لعل من أهمها :

- أن المبحوثين يشاهدون يوميا القنوات التلفزيونية في دولة الإمارات العربية المتحدة ، وأن نسبة المشاهدين لقناة أبو ظبي ٤٩,٤٪ ، يليها تلفزيون دبي بنسبة ٣٥,٦٪ ، في حين لا يشاهدون تلفزيون الشارقة .
- يمتلك كافة المبحوثين أجهزة الاستقبال التلفزيوني حيث بلغت النسبة ٩٩,٦٪
- ورغم تعدد أسباب ودوافع مشاهدة المبحوثين للقنوات التلفزيونية المحلية بدولة الإمارات العربية المتحدة إلا أن السبب الرئيس والذي يعد القاسم المشترك بين معظمهم ، و أن هذه القنوات تزودهم بالمعلومات المختلفة عما يدور حولهم من أخبار وقضايا .
- تعد النشرات الإخبارية والبرامج والتقارير والتحليلات الإخبارية ، هي ما يفضله المبحوثون من برامج .

(١) حنان جنيد ، دور الإعلام في تكوين تصورات النخبة حول مفهوم الإرهاب ، مجلة البحوث الإعلامية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر ، القاهرة ، عدد أكتوبر ٢٠٠٢ .

- بلغت نسبة الرضا عما تقدمه القنوات المحلية التليفزيونية بدولة الإمارات ٥٨,٩% ويرجع ذلك إلى شمولية وتنوع البرامج ، أما عدم الرضا فقد بلغت نسبته ٣٢,٣% ويعود ذلك إلى غياب الهوية المحلية ، وإهمال التوطين ، وكذلك غياب البرامج الهادفة والموجهة لخدمة القضايا التنموية^(١).
- ٢٧- دراسة عن تأثير ثقافة العولمة على مضمون الفضائيات العربية - دراسة تقييمية من منظور الصفوة المصرية ، وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة ما إذا كان لثقافة العولمة تأثيرات على مضمون الفضائيات العربية ، وما نوعية هذه التأثيرات ، وقد أجري البحث على عينة عددها ١٠٠ مفردة من الصفوة المصرية (أساتذة الجامعات بتخصصاتهم المختلفة) التي تعمل بمدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية في الفترة من يناير حتى مارس عام ٢٠٠٠م ، وخلصت الدراسة لعدد من النتائج تبرز فيما يلي :
- أجمعت الصفوة على تأثيرات الفضائيات العربية بالعولمة ولكنهم اختلفوا في حجم ونوع التأثير .
- أقر ٩٨% من العينة بوجود علاقة قوية بين ثقافة العولمة وتركيز الفضائيات العربية على برامج معينة ، في حين لم يقر ٢% بذلك .
- أجمعت الصفوة المصرية على أن هناك علاقة قوية بين ثقافة العولمة ، وتركيز الفضائيات على طرح قضايا وموضوعات معينة^(٢).

(١) مي الخاجة ، عادات مشاهدة تليفزيون الإمارات العربية المتحدة بين أعضاء الهيئة التدريسية بالجامعة ، دراسة ميدانية ، مجلة البحوث الإعلامية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر ، القاهرة ، عدد يوليو ١٩٩٥ .

(٢) عزة عبد العزيز عبد اللاه ، تأثير ثقافة العولمة على مضمون الفضائيات العربية - دراسة تقييمية من منظور الصفوة المصرية مجلة البحوث الإعلامية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر ، القاهرة ، عدد ١٥ ، يناير ٢٠٠١ .

٢٨- دراسة عن: استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن القنوات الفضائية تعد من المصادر الإعلامية الهامة التي تتمتع بانتشار واسع في المجتمع السعودي ، وأن أبرز دوافع استخدامها قد تمثلت في الدوافع الإعلامية ، المعلوماتية ، المعرفية ، الترفيهية ، وأخيرا الدوافع النفسية والاجتماعية والعاطفية ، كما جاءت البرامج الإخبارية في مقدمة البرامج التي يفضل مشاهدتها جمهور البحث يليها البرامج الدينية ثم الأفلام والمسلسلات ، وأخيرا البرامج العلمية والثقافية^(١).

وبعد استعراض ومراجعة الدراسات السابقة يلاحظ ما يلي :

- ١- أن بعض الدراسات اهتمت بدراسة علاقة الجمهور المصري بالقنوات الفضائية سواء العربية أو الأجنبية .
- ٢- أن بعض الدراسات تناولت علاقة الجمهور العربي بالقنوات الفضائية العربية أو الأجنبية .
- ٣- هناك بعض الدراسات التي ركزت على علاقة فئات معينة من الجمهور بالقنوات الفضائية العربية أو الأجنبية .
- ٤- هناك بعض الدراسات التي ركزت على التعرف على اتجاهات الجمهور ببرامج أو مضامين معينة تقدمها القنوات الفضائية .
- ٥- قلة الدراسات التي تناولت علاقة النخبة أو الصفوة من المجتمع بالقنوات الفضائية العربية .
- ٦- حظيت ظاهرة القنوات الفضائية باهتمام العديد من الدراسات والبحوث

(١) علي العتيبي ، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الدعوة والإعلام ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، الرياض ، ١٤٢٥هـ ،

الإعلامية على مستوى العالم العربي ، حيث أجريت دراسات على الجمهور في عدة دول عربية ، كما أجريت دراسات على الجمهور العربي خارج أوطانهم ، وهو ما يعكس اهتماما واضحا من جانب البحوث الإعلامية بظاهرة الفضائيات العربية والأجنبية .

٧- ندرة الدراسات التي تناولت علاقة الصفوة أو النخبة من المصريين العاملين بالخارج بالقنوات الفضائية العربية .

٨- لم تجر أي دراسة حول عادات وأنماط مشاهدة أعضاء هيئة التدريس المصريين العاملين بالملكة العربية السعودية للقنوات الفضائية العربية ، وهو ما يجعل هذه الدراسة تضيف بعض الإسهامات العلمية إلى حقل الدراسات الإعلامية في هذا المجال .

مشكلة الدراسة وأهميتها :

من خلال ما تم استعراضه من دراسات وبحوث علمية مختلفة يلاحظ الباحث أن دراسات جمهور القنوات الفضائية قد حظيت باهتمام واسع من جانب الباحثين والمؤسسات الإعلامية خلال السنوات الأخيرة ، ويكمن تفسير ذلك في ضوء دراسات الجمهور التي أخذت مكاناً بارزاً على خريطة البحوث الإعلامية حيث بدأ الاهتمام بها مع تنامي الإحساس بقوة تأثير وسائل الإعلام في علاقتها بالجمهور بدافع استمرار السيطرة على تلك العلاقة لتحقيق مختلف الوظائف والأهداف التي يسعى إليها المجتمع والأفراد^(١) ، ويعد الجمهور أهم متغير في العملية الاتصالية فإذا لم تتوافر لدى القائم بالاتصال معلومات جيدة عن خصائص الجمهور الديموجرافية والاجتماعية فسوف يقلل ذلك من فرص مقدرته على التأثير والإقناع مهما كانت رسالته معدة جيدا ومهما

(١) محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، ط ١ ، المكتبة الفيصلية ، مكة المكرمة ، ١٩٨٧ ،

كان القائم بالاتصال والوسيلة^(١)، ويؤكد علماء الاتصال أن الجمهور لا يستجيب بشكل نمطي واحد للرسائل الإعلامية التي يتعرض لها، لكنه يأخذ ما يقتنع به، أو ما يريده، ويرفض ما لا يشبع رغبته أو حاجاته، واستجابته للرسائل الإعلامية إنما تتأثر بالاتجاهات والقيم والمبادئ والمعايير التي يؤمن بها، وفقا لنظرية التعرض الانتقائي للرسائل الإعلامية^(٢).

وفي ضوء نقص المعلومات عن أنماط وعادات مشاهدة النخبة من الجمهور للقنوات الفضائية العربية المفتوحة والمشفرة وبخاصة أعضاء هيئة التدريس العاملين بالجامعات السعودية، فإن مشكلة الدراسة يمكن صياغتها كالتالي: ما أنماط وعادات مشاهدة أعضاء هيئة التدريس المصريين العاملين بالجامعات السعودية للقنوات الفضائية العربية المفتوحة والمشفرة؟

وبالتالي فإن هذه الدراسة تتناول بالبحث والتحليل أنماط وعادات مشاهدة أعضاء هيئة التدريس المصريين العاملين بالجامعات السعودية للقنوات الفضائية العربية المفتوحة والمشفرة بوصفهم يمثلون شريحة مهمة من صفوف المجتمع، وعلى اعتبار أنهم أكثر تأثيرا في الطلاب والدارسين، كما يقع عليهم عبء التربية العلمية والاجتماعية للطلاب والباحثين.

أهمية الدراسة:

تشير الدراسات السابقة إلى أن الصفوة الفكرية ولاسيما الأكاديمية منها أكثر قدرة من غيرها على تحديد توجهاتها الفكرية والاجتماعية، كما أنها تعد من أكثر الفئات في

(١) محمد شعبان وهدان، عادات وأنماط قراءة الصحف المصرية اليومية لدى عضوات هيئة التدريس بجامعة الأزهر، مجلة البحوث الإعلامية، قسم الصحافة والإعلام، جامعة الأزهر، القاهرة، عدد أكتوبر ٢٠٠٢. ص ١٦.

(٢) حسن عماد مكاوي ولبلى حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ٣٩٨ بتصرف.

المجتمع تخصصاً واطلاعاً من الناحية العلمية ، كما أنه تؤثر على فئات عديدة لعل من أهمها قطاع الشباب من طلاب الجامعات ويمكن إرجاع عنصر الأهمية لما يلي :

١- أن مجتمع هذه الدراسة وهو أعضاء هيئة التدريس المصريين بالجامعات السعودية يضيف أهمية لهذه الدراسة باعتبار أنهم يمثلون قطاعاً مهماً من جمهور القنوات الفضائية العربية ، ويتميزون بالقدرة الواعية على الاختيار للوسيلة والمضمون المقدم من وسائل الإعلام ، ويملكون القدرة على إحداث التأثير المنشود في فئات أخرى باعتبار أنهم يمثلون قادة الرأي في المجتمع ، فضلاً عن أن هذه الفئة تستطيع أن تطرح رؤاها العلمية عن أفضل السبل لتطوير الرسالة الإعلامية المقدمة من القنوات الفضائية العربية بصفة عامة ، وتطوير الأداء الإعلامي بصفة خاصة .

٢- أن هذه الدراسة تأتي تمثيلاً مع حاجة المكتبة الإعلامية لمثل هذا النوع من الدراسات الذي يتناول علاقة بعض النخب بالقنوات الفضائية العربية المفتوحة والمشفرة .

٣- أن مثل هذه النوعية من الدراسات قد تساهم في تطوير أساليب العمل في القنوات الفضائية العربية من خلال ما تقدمه من نتائج علمية تتعلق بشريحة مهمة من جمهورها .

٤- أن هذه الدراسة تساهم في تفسير بعض الظواهر المرتبطة بمشاهدة الفضائيات العربية مثل : دوافع المشاهدة ، وكذلك دور هذه القنوات في تشكيل اتجاهات الجماهير العربية .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي :

- ١- التعرف على عادات وأنماط وتفضيلات مشاهدة القنوات الفضائية العربية المفتوحة والمشفرة لدى أعضاء هيئة التدريس المصريين بالجامعات السعودية .
- ٢- تحديد مكانة الفضائيات العربية لدى النخبة من المتلقين بهدف الوصول إلى رؤية مستقبلية تساعد على وضع سياسة إعلامية فضائية عربية تكون بالنسبة

- للمشاهد العربي إطارا ثقافيا يجد فيه هويته ، فضلا عن احتياجاته ورغباته الاتصالية استنادا إلى أن نجاح الفضائيات العربية يكمن في تلبية هذه الاحتياجات
- ٣- رصد أسباب التعرض ودوافع التفضيل للقنوات الفضائية العربية المفتوحة والمشفرة لدى أعضاء هيئة التدريس المصريين بالجامعات السعودية
- ٤- التعرف على آراء أعضاء هيئة التدريس من التخصصات العلمية المختلفة تجاه سياسة البرامج المتبعة في القنوات الفضائية العربية ، ومدى المساهمة في تطوير آليات العمل في هذه القنوات .

تساؤلات الدراسة :

تسعى هذه الدراسة للإجابة على عدة تساؤلات في ضوء مشكلة الدراسة وإطارها الفكري ونتائج الدراسات السابقة :

- ١- ما نوعية القنوات الفضائية التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها ؟
- ٢- ما عادات أفراد العينة في مشاهدة القنوات الفضائية ؟
- ٣- ما عدد أيام الأسبوع التي يفضل فيها أفراد العينة مشاهدة الفضائيات العربية ؟
- ٤- ما المدة الزمنية التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة القنوات الفضائية العربية ؟
- ٥- ما الأوقات التي يفضل فيها جمهور العينة مشاهدة القنوات الفضائية العربية ؟
- ٦- ما أسباب مشاهدة الفضائيات العربية ؟
- ٧- ما دوافع تفضيل أفراد العينة مشاهدة الفضائيات العربية ؟
- ٨- ما المواد البرمجية التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها في الفضائيات العربية ؟
- ٩- ما القنوات التي يفضل من خلالها مشاهدة النشرات والبرامج الإخبارية ؟

- ١٠- ما القنوات التي يفضل من خلالها مشاهدة البرامج الدينية ؟
- ١١- ما القنوات التي يفضل من خلالها مشاهدة الأفلام والدراما العربية أو الأجنبية ؟
- ١٢- ما القنوات التي يفضل من خلالها متابعة الأحداث المصرية ؟
- ١٣- ما درجة مشاهدة أفراد العينة للقنوات الفضائية المصرية ؟
- ١٤- ما أهم البرامج التي يحرص أفراد العينة على مشاهدتها من خلال الفضائيات المصرية ؟
- ١٥- ما أسباب ودوافع مشاهدة الفضائيات العربية المشفرة ؟
- ١٦- ما رؤية أفراد العينة نحو تطوير برامج الفضائيات العربية ؟

نوع الدراسة ومنهجها :

تتبع هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل خصائص مجموعة معينة أو موقف معين ، أو دراسة حقائق أو ظاهرة ما ، أو مجموعة من الناس أو الأحداث للحصول على بيانات كافية عنها بالإضافة إلى تصنيف هذه البيانات وتحليلها ، واستخلاص النتائج منها بحيث تتيح لنا إصدار تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة^(١).

ومن الملاحظ أن كثيرا من علماء مناهج البحث أمثال جيبسون Gibson وموسر Moser وغيرهما قد اتفقوا على أن البحوث الوصفية لا بد أن تركز على بعض الأسس وتراعي بعض الشروط على النحو التالي^(٢) :

(١) سمير حسين ، بحوث الإعلام ، دراسات في مناهج البحث العلمي ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٩٥ ، ص ١٣٢.

(٢) صلاح الفوال ، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية ، القاهرة ، مكتبة غريب ، بدون تاريخ ، ص ٣٤.

- ١- عدم الإفراط في الجهد المبذول في البحوث الوصفية مع ضمان ألا يؤثر ذلك في سعي تلك البحوث للحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات الوصفية
- ٢- التقليل قدر الإمكان من احتمال التحيز في وصف وتقويم عناصر الظاهرة موضع الدراسة .

ويرى الباحث أن هذين الشرطين ضروريان في جميع مراحل البحث العلمي. وفي إطار الدراسة ومشكلتها وأهدافها ونوعيتها تم استخدام أسلوب المسح الميداني على عينة من أعضاء هيئة التدريس المصريين بالجامعات السعودية بهدف التعرف على العادات والأنماط المستخدمة في مشاهدة الفضائيات العربية المفتوحة والمشفرة .

عينة الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة على استخدام أسلوب العينة المتاحة في إطار نوع العينات غير الاحتمالية والذي أشار إليه كل من " ويمر " و " دومينيك " بوصفه أسلوباً مناسباً لسحب وحدات بحثية متاحة ، وسهل الوصول إليها بحيث تمثل مجتمع الدراسة^(١) ، وقد بلغ حجم العينة ٢٠٠ مفردة من أعضاء هيئة التدريس المصريين بالجامعات السعودية حيث لا يوجد حصر دقيق لعدد أعضاء هيئة التدريس المصريين بالجامعات السعودية وتمثل العينة أربع جامعات سعودية هي : جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض ، جامعة الملك سعود بالرياض ، جامعة أم القرى بمكة المكرمة ، كليات البنات بالرياض والقصيم ، أما عن خصائص مفردات العينة فقد جاءت على النحو التالي حسبما أسفرت عنها الدراسة الميدانية .

(١) Wimmer, D . R & Dominick, R. J(2000): Mass Media Reseaxch,6th ed.,(CA: Wadsworth publishing company),p. 83.

جدول رقم (١) يوضح توزيع أفراد العينة وفق الجنس

النوع	ك	%
ذكور	١٧٥	٨٧,٥%
إناث	٢٥	١٢,٥%
المجموع	٢٠٠	١٠٠

جدول رقم (٢) توزيع هيئة الدراسة على الجامعات

التخصص	ك	%
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	٨٣	٤١,٥%
جامعة الملك سعود	٣٤	١٧,٠%
كليات البنات	٥٠	٢٥,٠%
جامعة أم القرى	٣٣	١٦,٥%
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

خصائص عينة الدراسة :

- ١- من حيث السن : جاءت العينة تقريبا من تقع أعمارهم (٤٥ - ٥٥ سنة) بنسبة ٥٤% ، ثم فئة من أعمارهم تتراوح ما بين (٣٥ - ٤٥) بنسبة ٣١% ، ثم فئة من تتراوح أعمارهم ما بين (٥٥ - ٦٥) بنسبة ١٥% .
- ٢- من حيث الجنس : احتلت عينة الذكور المرتبة الأولى بنسبة ٨٧,٥% من مجموع العينة ، ثم الإناث بنسبة ١٢,٥% .
- ٣- من حيث الدرجة العلمية : جاءت عينة أستاذ مشارك (أستاذ مساعد) المرتبة الأولى بنسبة ٥٢% ، يليها درجة أستاذ مساعد (مدرس) بنسبة ٣٠% ، ثم درجة أستاذ بنسبة ١٨% .
- ٤- من حيث الحالة الاجتماعية : جاءت عينة فئة متزوج ويعول في المرتبة الأولى بنسبة ٨٥% ، يليها متزوج ولا يعول بنسبة ٨% ، ثم أرمل أو مطلق بنسبة ٧% .

أسلوب جمع البيانات :

قام الباحث بتصميم استمارة questionnaire في ضوء المتغيرات والأبعاد المتعلقة بالدراسة ، وقد اشتملت الاستمارة على عدد من الأسئلة المفتوحة والمغلقة ، وقد راعى الباحث عند تصميمها الخطوات العلمية المتبعة غالبا ، وقد تم تصميم صحيفة الاستبيان في ضوء أهداف الدراسة والتساؤلات المطروحة ، وفي ضوء الإطار النظري للدراسة ، وتم تطبيقها على أعضاء هيئة التدريس المصريين بالجامعات السعودية ، وذلك لأن فرصهم في امتلاك الأطباق الهوائية والتعرض للفضائيات العربية خارج الوطن أكبر كثيرا ممن هم داخل الوطن حيث يرتفع الدخل المادي ، وتزداد فرص الفراغ ، وتقل فرص العلاقات الاجتماعية ، وللتأكد من صدق أداة القياس قام الباحث بعرض صحيفة الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام ومناهج البحث للحكم على صلاحية الاستمارة ودقتها في قياس متغيرات الدراسة^(١) ، وقد أدخل الباحث بعض التعديلات على الاستمارة في ضوء مقترحات المحكمين ، كما تم إجراء اختبار قبلي على صحيفة الاستبيان طبق على عينة عشوائية قوامها ١٠٪ من مفردات العينة ، وأثبت الاختبار القبلي قدرة صحيفة الاستبيان من خلال ما تضمنته من أسئلة على تحقيق أهداف وغايات البحث بدقة الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق ، وتم جمع البيانات من الباحثين عن طريق المقابلة المباشرة من خلال الباحث ، ومجموعة الزملاء المساعدين للباحث ، نظرا لما يتميز به هذا الأسلوب من ارتفاع معدلات الاستجابة ، والحصول على إجابات من الباحثين تتسم بالسلامة المنهجية .

(١) تم عرض الاستمارة على كل من :

- ١- أ.د. عثمان العربي ، الأستاذ بقسم الإعلام ، جامعة الملك سعود.
- ٢- أ.د. عبدالعزيز أحمد محمود ، أستاذ مناهج البحث بكلية العلوم الاجتماعية ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية .
- ٣- د. عبد الملك الشلهوب ، الأستاذ المساعد بقسم الإعلام ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- ٤- د. خالد صلاح الدين حسن علي ، الأستاذ المشارك بقسم الإعلام ، جامعة أم القرى
- ٥- د. عبد العظيم إبراهيم خضر ، الأستاذ المساعد بقسم الإعلام ، جامعة أم القرى .

توقيت إجراء الدراسة :

استغرق إعداد هذه الدراسة بمراحلها المختلفة ستة أشهر بدءاً من يناير ٢٠٠٦ وحتى أكتوبر ٢٠٠٦ .

الصعوبات التي واجهت الباحث :

هناك بعض الصعوبات التي واجهت الباحث ولعل من أهمها :

- عدم وجود الوقت الكافي لدى أعضاء هيئة التدريس نظراً لانشغالهم الدائم بمهام عملهم الأساسية .
- تتطلب مقابلة أعضاء هيئة التدريس من المصريين العاملين بالجامعات السعودية جهداً وعناء كبيراً .
- لا توجد إحصائيات رسمية لدى السفارة المصرية بعدد أعضاء هيئة التدريس العاملين بالجامعات السعودية .

المعالجة الإحصائية :

استخدمت الدراسة البرنامج الإحصائي spss version ٨,٠ لرصد التكرارات ومعالجة الجداول المزدوجة ، والارتباطات بين متغيرات الدراسة الأساسية ، وتم في إطار البرنامج الاستعانة بالمقاييس التالية :

- ١- مقياس اختبار (كآ) لقياس قوة العلاقة بين المتغيرات .
- ٢- معامل التوافق لقياس شدة العلاقة الارتباطية .
- ٣- تحليل التباين في اتجاه واحد لقياس شدة الاتجاه .
- ٤- تم تحليل الأسئلة المفتوحة في استبانة الدراسة ، وقد تحددت في عدة أسئلة حول تطوير الأداء في القنوات الفضائية العربية لرصد كافة المقترحات والآراء التي أدلى بها المبحوثون .

الإطار التحليلي للدراسة :

نتائج الدراسة :

١- مدى تعرض أعضاء هيئة التدريس المصريين بالجامعات السعودية للقنوات

الفضائية العربية .

جدول رقم (٣) يوضح مدى تعرض مجتمع الدراسة للقنوات الفضائية العربية

ملاحظة القنوات الفضائية العربية	ك	%
نعم	١٩٠	٩٧,٥
لا	٥	٢,٥
المجموع	٢٠٠	%١٠٠

كشفت الدراسة عن ارتفاع معدلات مشاهدة القنوات الفضائية العربية بين أعضاء هيئة التدريس المصريين العاملين بالجامعات السعودية ، حيث بلغت نسبة من يشاهدون القنوات الفضائية العربية ٩٧,٥% من إجمالي عينة الدراسة ، بينما بلغت نسبة الذين لا يشاهدون هذه القنوات ٢,٥% من عينة الدراسة ، ولعل هذا يتفق مع كثير من الدراسات العلمية التي أجريت حول مشاهدة القنوات الفضائية وارتفاع نسبة المشاهدة سواء بين الجمهور العام أو بين النخبة .

ويرى الباحث أن ارتفاع نسبة المشاهدة بين عينة الدراسة شيء منطقي وطبيعي نظرا لما شهدته الساحة العربية من تطور كبير في استخدام وسائل الاتصال وظهور وسائط متعددة في هذا المجال ، كما أن نسبة (٢,٥) ممن لا يشاهدون القنوات الفضائية بصفة عامة راجع في الأساس إلى عدم امتلاكهم أجهزة استقبال لعوامل دينية أو أسرية ومجتمعية وفقا لآراء المبحوثين .

٢- معدل تعرض أعضاء هيئة التدريس المصريين بالجامعات السعودية للقنوات الفضائية العربية.

جدول رقم (٤) يوضح معدل تعرض عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية

المتفحة والمشفرة

المعدل ◀		دائماً		أحياناً		نادراً		لا		المجموع	
القنوات		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
القنوات المتفحة		٤١.٥٣	٨١	٥٢.٨٢	١٠٣	٥.٦١	١١	-	-	١٠٠	١٩٥
المشفرة		٢.٢٦	٥	٥.١٢	١٠	٣.٠٧	٦	٨٩.٢٣	١٧٤	١٠٠	١٩٥

(قيمة كاً = ١٠.٣ درجة الحرية ٦ مستوى المعنوية ٠.٠١)

يتضح من الجدول السابق رقم (٤) ارتفاع معدل تعرض الباحثين للقنوات الفضائية العربية المتفحة حيث يشاهدها نسبة ٥٢.٨٢٪ أحياناً ونسبة ٤١.٥٣٪ بشكل دائم ، ويمكن تفسير ذلك في ضوء التراث العلمي الذي يؤكد على ارتفاع معدلات التعرض للقنوات الفضائية العربية سواء من جهة الجمهور أو النخب في المجتمعات العربية^(١)، بينما ارتفعت معدلات عدم تعرض الباحثين للقنوات العربية المشفرة بنسبة ٨٩.٢٣٪ ، ثم المشاهدة الدائمة بنسبة ٢.٢٦٪ يليها أحياناً بنسبة ٥.١٢٪، ويمكن تفسير

(١) من الدراسات التي توصلت إلى ارتفاع معدلات التعرض للقنوات الفضائية العربية :

- حمزة أحمد بيت المال ، استقبال القنوات التلفزيونية الفضائية في المملكة العربية السعودية ، دراسة حالة عن مدينة الرياض ، مجلة تليفزيون الخليج ، عدد ٤ ، يناير ١٩٩٤ .
- سلوى إمام ، أنماط مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية ، مرجع سابق .
- دراسة المركز العربي للبحوث والدراسات الاستشارية ، الإعلام التلفزيوني الفضائي ، الشركة المصرية للأقمار الصناعية ، القاهرة ٢٠٠٣
- صلاح الدواوسة ، استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة ، ماجستير غير منشورة ، معهد البحوث والدراسات العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٢ .
- مروان خليل ، الأردنيون والغزو الثقافي ، مجلة الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، عدد ٩٤ ، يناير - مارس ١٩٩٩ .

هذه النتيجة في ضوء ما أسفرت عنه العديد من الدراسات السابقة ، وفي ضوء اتجاهات أعضاء هيئة التدريس العاملين بالخارج لمشاهدة مثل هذا النوع من القنوات التي يرى بعض الباحثين بأنها قد تشكل عبئا ماليا إضافيا عليه ، ويرى البعض الآخر بأنه ليست هناك ضرورة تستدعي مشاهدة هذه القنوات ، لضيق الوقت ، ولأن فيما تقدمه القنوات العربية المفتوحة ما يشبع رغباته ، بينما رأى من يشاهدها بصفة دائمة بأن هذه القنوات تقدم بعض البرامج التي لا يمكن مشاهدتها من خلال القنوات المفتوحة .

٣- القنوات الفضائية العربية التي يشاهدها الباحثون بصفة عامة :

جدول رقم (٥) يوضح القنوات الفضائية العربية التي يشاهدها جمهور الدراسة بصفة عامة

ومعدل التعرض لها

القنوات ▼	ك	%
١ الجزيرة القطرية	١٩١	٩٧.٩٤
٢ العربية	١٧٥	٨٩.٧٤
٣ MBC١	١١٦	٥٩.٤٨
٤ دريم (٢)	١١٤	٥٨.٤٦
٥ الفضائية المصرية	٩٩	٥٠.٧٦
٦ المجد	٩٤	٤٨.٢٠
٧ اقرأ	٩٠	٤٦.١٥
٨ L . B . C	٧٦	٣٨.٩٧
٩ المحور	٧٣	٣٧.٤٣
١٠ دريم (١)	٦٧	٣٤.٣٥
١١ روتانا سينما	٥٦	٢٨.٧١
١٢ MBC٢	٥٣	٢٧.١٧
١٣ النيل للأخبار	٤٨	٢٤.٦١
١٤ دبي	٤٥	٢٣.٠٧
١٥ القنوات المحلية المصرية	٣٤	١٧.٤٣

١٣.٨٤	٢٧	الشارقة الفضائية	١٦
١٣.٨٤	٢٧	ميلودي أفلام	١٧
١٣.٨٤	٢٧	قناة النيل الثقافية	١٨
١٠.٧٦	٢١	السعودية (١)	١٩
١٠.٢٥	٢٠	الجزيرة مباشر	٢٠
١٠.٢٥	٢٠	المنار اللبنانية	٢١
٩.٢٣	١٨	الجزيرة الرياضية	٢٢
٩.٢٣	١٨	الإخبارية السعودية	٢٣
٨.٢٠	١٦	الفجر	٢٤
٧.٦٩	١٥	الحرة	٢٥
٧.١٧	١٤	العالم	٢٦
٧.١٧	١٤	أبو ظبي	٢٧
٦.١٥	١٢	المستقبل اللبنانية	٢٨
٦.١٥	١٢	A. R. T المشفرة	٢٩
٥.١٢	١٠	عين	٣٠
٤.٦١	٩	A.N.N	٣١
٤.٦١	٩	السورية	٣٢
٣.٠٧	٦	قطر الفضائية	٣٣
٣.٠٧	٦	البحرين الرياضية	٣٤
٢.٤٦	٥	الرأي الكويتية	٣٥
١.٥٣	٣	القنوات التعليمية المصرية	٣٦
١.٥٣	٣	الفيحاء	٣٧
	١٩٥	جملة من سئلوا	

يتضح من نتائج الجدول السابق القنوات الفضائية العربية التي يقبل المبحوثون على مشاهدتها وهي كالتالي :

- جاءت قناة الجزيرة القطرية ، والعربية ، و MBC ، و دريم ٢ ، والفضائية المصرية ، من أكثر القنوات التي يقبل المبحوثون على مشاهدتها ، وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة المركز العربي للبحوث والدراسات الاستشارية من نتائج حيث جاءت قناة الجزيرة ، و دريم ، و MBC والفضائية المصرية ، والعربية في مقدمة القنوات التي يقبل الجمهور على مشاهدتها ، ودراسة فدوى الجعبري التي توصلت إلى أن أهم القنوات الفضائية المفضلة لدى المثقفين العرب قناة الجزيرة و MBC ، والفضائية المصرية ، وكذلك دراسة وليد فتح الله التي كان من نتائجها : أن أهم القنوات التلفزيونية التي تفضل الصفوة المصرية مشاهدتها تتمثل في قناة الجزيرة و MBC ، و L . B . C ، و دريم ^(١) .

- جاءت قناة المجد في الترتيب السادس بنسبة ٤٨,٢٠٪ من جملة المبحوثين ، يليها قناة اقرأ بنسبة ٤٦,١٥٪ ، ثم ال L . B . C بنسبة ٣٨,٩٧٪ ، والمحور ٣٧,٤٣٪ ، و دريم ١ بنسبة ٣٤,٣٥٪ ، وروتانا سينما ٢٨,٧١٪ .

- احتلت القنوات المحلية المصرية التي تبث من خلال النايل سات المرتبة الخامسة عشرة بنسبة ١٧,٤٣٪ ، يليها الشارقة الفضائية وميلودي أفلام ١٣,٨٤ ، ثم النيل الثقافية والسعودية ١ ، و المنار اللبنانية ، و الجزيرة مباشر .

(١) دراسة المركز العربي للبحوث والدراسات الاستشارية ، الإعلام التلفزيوني الفضائي ، الشركة المصرية للأقمار الصناعية ، مرجع سابق .

- فدوى محمود الجعبري ، استخدامات المثقفين العرب لقناة فلسطين الفضائية ، ماجستير ، غير منشورة ، معهد البحوث والدراسات العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٣ .

- وليد فتح الله ، تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مجلة بحوث الرأي العام عدد ٢ ، ١ ، ٢٠٠٣ م .

- جاءت قناة الحرة في مرتبة متأخرة بنسبة ٧,٦٩٪ ، مما يوضح قلة الإقبال على مشاهدتها من أعضاء هيئة التدريس ، كما أن هذه النتيجة تتسق مع ما توصلت إليه "ليلى حسين" في دراستها لقناة الحرة حيث أكدت الباحثة بأن ٢٠٪ فقط من جمهور الدراسة تحرص على مشاهدة القناة بصفة دائمة ، كما أن قناة الحرة لم تستطع جذب المشاهد العربي وإثارة اهتمامه^(١) ، كما جاءت الـ A. R. T. المشفرة بنسبة ٦,١٥٪

- وأخيرا القنوات التعليمية المصرية بنسبة ١,٥٣ ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء احتياجات المشاهدين من القنوات الفضائية العربية .

ويوضح الجدول التالي رقم (٦) ترتيب أهم عشرة قنوات يفضلها الباحثون

الترتيب	الوزن النسبي	المجموع	١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	الترتيب	
													القنوات	
٢	٢٨٣,٢٥	٥٢١	٦	٨	١٢	١٦	٢٥	٣٤	٥٤	٧٦	١٢٣	١٦٧	١	الجزيرة
١	٣٠٣,٠٢	٦٣٣	-	٩	٧	٤٦	٥٦	٧٠	٨٧	١١٤	٦٥	١٧٩	٢	العربية
٣	٢٣٣,٥٥	٥٣٢	١	٤	٥	٢٧	٤٥	٨٩	٦٦	١٠٣	٧٩	١١٣	٣	دريم
٦	٢٢٤,٩٦	٥٠٥	-	-	-	١٧	٥٦	٧٤	٦٧	٩٨	٨٨	١٠٥	٤	MBCI
٤	٢٣١,٣٩	٥١٧	١	٣	٢٢	١٤	٢٤	٦٩	٩٠	٧٨	١١٢	١٠٤	٥	الفضائية المصرية
٥	٢٢٨,٤٧	٥٧١	-	-	٣٢	٨٥	٦٦	٤٥	٥٢	٨٨	١٠٦	٩٧	٦	اقرأ
٧	١٩٠,٨٣	٣٧٧	-	-	-	٤٣	١٧	٢١	٤٠	٦٨	٩٨	٩٠	٧	المجد
٨	١٧٣,٨٢	٣٧٣	٣	٧	١٧	٢٥	٢٧	٣٤	٣٩	٥٤	٧٨	٨٩	٨	L.B.C
٩	١٧٢,٨٧	٣٦٤	-	-	٥	٧	١٢	٨٥	٢٣	٧٨	٦٧	٨٧	٩	المحور
١٠	٣٦,٠٧	١٠٦	-	-	٥	٣	٨	٦	٢٠	٣٩	٢١	٤	١٠	روتانا سينما

تم حساب الوزن النسبي بالتوسط بوصفه أدق مقاييس النزعة المركزية من الجدول رقم (٦) يتضح مايلي :

(١) ليلى حسين ، استطلاع رأي الإعلاميين تجاه قناة الحرة الفضائية الأمريكية - مرجع سابق ،

ص.ص ٢٢٧ - ٢٣٣.

- جاءت قناة العربية في المركز الأول بالنسبة للقنوات التي يفضل أعضاء هيئة التدريس مشاهدتها أكثر من غيرها بنسبة ٣٠٣,٠٢ نقطة ، ولعل ذلك يرجع إلى ما تقدمه هذه القناة من برامج تستحوذ على اهتمامات المشاهدين .

- احتلت قناة الجزيرة القطرية المرتبة الثانية ، بينما جاءت دريم ٢ في المرتبة الثالثة وتشير هذه النتيجة إلى أن القنوات الخاصة تحظى بنسبة مشاهدة ذات دلالة بين أعضاء هيئة التدريس ، وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة خالد صلاح الدين عن اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة في مصر حيث أكدت على ارتفاع نسبة المشاهدة لهذه القنوات بين الجمهور والإعلاميين^(١) .

- جاءت الفضائية المصرية في المرتبة الرابعة ، وقناة اقرأ في الترتيب الخامس بوزن نسبي ٢٢٨,٤٧ ، بينما جاءت الـ MBC١ في الترتيب السادس ، والمجد في الترتيب السابع بوزن نسبي ١٩٠,٨٣ ، أما الترتيب الثامن والتاسع والعاشر فقد احتله على التوالي قناة الـ L . B . C اللبنانية ، والمحور المصرية الخاصة وأخيرا قناة الأفلام روتانا سينما .

(١) خالد صلاح الدين ، مرجع سابق ، ص.ص. ٧٠١ ، ٧٠٢ .

٤ - البيئة المكانية التي يتعرض فيها الباحثون لمشاهدة القنوات التلفزيونية الفضائية العربية:

جدول رقم (٧) يوضح البيئة المكانية التي يتعرض فيها الباحثون للقنوات الفضائية العربية

البيئة المكانية	ك	%
في المنزل	١٥٧	٨٠,٥
عند الأصدقاء والزملاء	٣٤	١٧,٤٣
عند الأقارب أو الجيران	١	٠,٥١
في المقاهي	-	-
عبر الإنترنت	٣	١,٥٣
مجموع من سئلوا	١٩٥	

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن " المنزل " يمثل البيئة المكانية و الإطار الأكثر انتشارا بين الباحثين حيث بلغت النسبة ٨٠,٥% من إجمالي العينة. ويمكن تفسير ذلك في ضوء مكانة وطبيعة عمل أعضاء هيئة التدريس باعتبارهم يمثلون النخبة في المجتمعات المختلفة ، كما أن هذه البيئة تمثل إطارا مناسباً لمتابعة المضامين المختلفة للبرامج المقدمة من القنوات التلفزيونية ، كما بلغ نسبة التعرض لهذه القنوات عند الأصدقاء والزملاء ١٧,٤٣% وعبر الإنترنت ١,٥٣% من إجمالي العينة .

٥- عادات المشاهدة الزمنية لدى المبحوثين (عدد المشاهدة):

جدول رقم (٨) يوضح عدد الأيام التي يتعرض فيها المبحوثون للقنوات الفضائية العربية

عادات المشاهدة الزمنية	ك	%
يومية	١٣٦	٦٩,٧٤
٦ أيام أسبوعياً	٥	٢,٥٦
٥ أيام أسبوعياً	٢	١,٠٢
٤ أيام أسبوعياً	١	.٥١
٣ أيام أسبوعياً	٣	١,٥٣
يومان في الأسبوع	٢	١,٠٢
مرة في الأسبوع	١	.٥١
حسب الظروف	٤٥	٢٣,٠٧
جملة من سئلوا	١٩٥	

(قيمة $\chi^2 = ٧,٣$ درجة الحرية ٦ مستوى المعنوية ٠,٢٧ معامل التوافق = ٠,٣٦)

يتضح من نتائج الجدول السابق أن الغالبية من المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية العربية بصفة يومية حيث بلغت نسبتهم ٦٩,٧٤% وهذا يدل على ارتفاع نسبة المشاهدة بين المبحوثين ، كما ارتفعت نسبة المشاهدة حسب الظروف فبلغت ٢٣,٠٧% من جملة المبحوثين ، بينما بلغت نسبة من يشاهدون ٦ أيام أسبوعياً ٢,٥٦% ، في حين انخفضت نسبة من يشاهدونها مرة في الأسبوع إلى ٠,٥١% من جملة المبحوثين .

٦- الفترات الزمنية التي يفضل فيها المبحوثون مشاهدة القنوات الفضائية العربية:

جدول رقم (٩) يوضح الفترات الزمنية التي يتعرض فيها المبحوثون

للقنوات الفضائية العربية

الفترة الزمنية	ك	%
الفترة الصباحية	٣	١,٥٣
الضحى والظهيرة	٥	٢,٥
المساء	١٣٢	٦٧,٦٩
السهرة	٥٥	٢٨,٢٠
فترة الفجر	-	-
جملة من سئلوا	١٩٥	

تدلنا نتائج الجدول السابق على ارتفاع نسبة المشاهدة بين المبحوثين في فترة المساء حيث قد بلغت نسبتهم ٦٧,٦٩ % من جملة جمهور الدراسة ، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن المتلقي يتعرض للرسائل الإعلامية بما يتناسب مع اتجاهاته والظروف المحيطة به ، كما أن هذه الفترة أثبتت الدراسات الإعلامية ارتفاع نسبة المشاهدة الإعلامية خلالها ، وجاءت فترة السهرة في المرتبة الثانية بنسبة ٢٨,٢٠ % من جملة المبحوثين ، بينما انخفضت نسبة المشاهدة خلال فترتي الضحى والظهيرة والفترة الصباحية .

٧- دوافع تعرض الباحثين للقنوات الفضائية العربية بصفة عامة :

جدول رقم (١٠) يوضح دوافع تعرض الباحثين

للقنوات الفضائية العربية

دوافع التعرض	ك	%
سرعتها في تغطية الأحداث العربية والدولية	١٥٤	٧٨.٩٧
لمعرفة الأخبار والأحداث المصرية	١٤٧	٧٥.٣٨
التخلص من الملل وشغل أوقات الفراغ	١٣٥	٦٩.٢٣
تتسم برامجها بالتميز والحيوية	١٣٢	٦٧.٦٩
احترام عقلية المشاهد العربي	١٢٥	٦٤.١٠
لمساحة الحرية التي تتمتع بها	١٢٤	٦٣.٥٨
لمتابعة المستجدات الثقافية والعلمية	١١٦	٥٩.٤٨
للتسلية والترفيه	١١٣	٥٧.٩٤
الجاذبية في الشكل والمضمون	١١٠	٥٦.٤١
لتنوع برامجها	١٠٩	٥٥.٨٩
لأنها تقدم رؤى مختلفة عن تلك التي تطرحها القنوات الحكومية	١٠٧	٥٤.٨٧
استجلاء الرؤى المختلفة حول الواقع العربي	١٠٢	٥٢.٣٠
لتمتع مقدمو البرامج فيها بالحرفية والمهنية العالية	٩٧	٤٩.٧٤
لإثراء معلوماتي	٨٠	٤١.٠٢
لأنها تقدم ما يشبع رغباتي	٧٨	٤٠%
جملة من سئولا	١٩٥	

(قيمة كاً = ١٥.٧. درجة الحرية ٦ مستوى المعنوية ٠.٠١ قيمة معامل التوافق = ٠.٣٦)

يتضح من نتائج الجدول السابق رقم (١٠) أن دوافع تعرض الباحثين للقنوات الفضائية العربية تنوعت ما بين الدوافع المنفعية والطقوسية ، فقد جاء دافع السرعة في تغطية الأحداث العربية والدولية في مقدمة الدوافع بنسبة ٧٨. ٩٧ % من جملة الباحثين ، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ثورة الاتصالات التي شهدتها العلم في

الفترة الأخيرة الأمر الذي فرض على بعض وسائل الإعلام في الدول العربية ضرورة الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال في مجال العمل الإعلامي وتقديم خدمة إعلامية متميزة للمواطن العربي ، كما يمكن تفسير ذلك في ضوء الصراع الإعلامي الذي تشهده المنطقة العربية مما دفع العالم العربي إلى ضرورة أن تتواجد على ساحة العمل الإعلامي الدولي لمواجهة هذا الصراع من خلال تطوير آليات العمل الإعلامي ، والتفكير في أنماط إعلامية تناسب وطبيعة وقيم الأسرة العربية ، كما جاء دافع التعرف على الأحداث المصرية في المرتبة الثانية بنسبة ٧٥,٣٨ ٪ وهذا يؤكد على ضرورة الاهتمام بالخدمة الإخبارية التي تقدمها القنوات الفضائية المصرية ، وجاء دافع التخلص من الملل كأحد الدوافع الطقوسية بنسبة ٦٩,٢٣ ٪ ، بينما احتل دافع تميز برامجها بالتميز والحيوية المرتبة الرابعة بنسبة ٦٧,٦٩ ٪ ، يليه دافع احترام العقلية العربية من ما تقدمه من موضوعات عصرية ، ودافع مساحة الحرية المتاحة لهذه القنوات العربية الأمر الذي يجذب المواطن العربي لمتابعة وسائل الإعلام العربية ، ثم دافع متابعة المستجدات الثقافية والعلمية بنسبة ٥٩,٤٨ ٪ من مجموع الباحثين .

٨ - ترتيب دوافع التعرض للقنوات الفضائية العربية والوزن النسبي لكل منها :

جدول رقم (١١) يوضح ترتيب دوافع تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية العربية والوزن

النسبي لكل منها

الترتيب	الوزن النسبي	المجموع	الترتيب										الأسباب
			١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	
١	٣.١.٥١	٨٤١	٧٦	٨٨	١٠١	٧٩	٣٧	٤٥	٦٥	٩٧	١١٣	١٤٠	لما تتميز به برامجها من حرية
٢	٢٤٤.٣٣	٥٤٨	-	-	١٢	٥٦	٨٩	٣٢	٧٨	٥٤	١٠٢	١٢٥	لمعرفة الأخبار والأحداث المصرية
٣	٢٤٠.٣٩	٤٧٣	٣	٧	٩	٢٢	٤٦	٢٧	٥٤	٧٢	٩٧	١٣٦	لما تطرحه في برامجها من موضوعات وقضايا جادة هادفة
٤	٢٠٣	٥٤٤	-	٩	٣٣	٨٥	٧٦	٤٥	٥٨	٦٦	٩٣	٧٩	لسرعتها في تغطية ونقل الأحداث فور وقوعها
٥	١٨٤.٣٦	٥٢٩	-	٥	٨٤	٩٠	٥٧	٣٩	٤٢	٣٥	٧٦	٨٣	التخلص من الملل وشغل أوقات الفراغ
٦	١٧٢.٧٢	٣٩٤	١٨	١٩	٢٠	٢٩	٣١	٢٨	٣٧	٥٦	٦٥	٩١	للتسلية والترفيه
٧	١٦٢.٧١	٣٣٨	١٠	١٦	١٩	٢٥	٣٣	٢٤	١٣	٤٦	٨٥	٦٧	استجلاء الرؤى المختلفة حول الواقع العربي
٨	١٤٧.١٨	٣٩٠	-	٨	٥	٢٠	٣٢	٢٦	٧٨	٥٥	٩٤	٦٣	لتمتع مقدمو البرامج فيها بالحرية والمهنية العالية
٩	١٤٦.٨٩	٣٠٤	٧	٤	١٠	١٥	٢٣	٧٣	٥١	٤٤	٣٢	٤٥	الجاذبية في الشكل والمضمون
١٠	١١١.٦٧	٣٩٢	-	١٣	٢٤	١٢	٤٤	٨٦	٣٦	٥٤	٦٧	٥٦	لأنها تقدم رؤى مختلفة عن تلك التي تطرحها القنوات الحكومية

من نتائج الجدول السابق رقم (١١) يتضح ما يلي :

- جاء دافع ما تتمتع به القنوات الفضائية العربية من حرية في الترتيب الأول لدوافع التعرض من جانب المبحوثين ، وجاء في المرتبة الثانية دافع معرفة الأخبار والأحداث المصرية بوزن نسبي ٢٤٤,٣٣ ، بينما جاء دافع ما تقدمه هذه القنوات من موضوعات وقضايا جادة وهادفة في الترتيب الثالث ، يليه دافع ما تتمتع به هذه القنوات من سرعة في نقل الأحداث .

- جاءت دوافع ما تقدمه هذه القنوات من رؤى تختلف عما تقدمه القنوات الحكومية من برامج تحمل العديد من التوجهات في الترتيب الثامن، يليه على التوالي دافعا استجلاء الرؤى المختلفة حول الواقع العربي ، وأخيرا دافع الجاذبية في الشكل والمضمون .

٩- اتجاهات الباحثين تجاه القنوات الفضائية العربية :

جدول رقم (١٢) يوضح اتجاهات الباحثين تجاه للقنوات الفضائية العربية والوزن

النسبي لكل منها

عبارات مقياس الاتجاه	ك	%	المتوسط
تستخدم أساليب الجذب والإيهار	١٩٣	٩٨.٩٧	٦.٢٧
تتميز الفضائيات العربية بالحرية	١٨٤	٩٤.٣٥	٧.٦٩
تتميز بالسرعة في تغطية الأحداث	١٨٠	٩٢.٣٠	٨.٣٨
تتميز برامجها بسرعة الإيقاع	١٧٩	٩١.٧٩	٦.٠٢
تستخدم مقدمي برامج على مستوى عال من المهنية	١٧٥	٨٩.٧٤	٧.١١
تقدم وجهات نظر متعددة	١٧٠	٨٧.١٧	٧.٨٩
تقدم الفضائيات برامج جادة وهادفة	١٦٤	٨٤.١٠	٦.٧٤
تحترم القيم الدينية	١٣٦	٦٩.٧٤	٤.٢
تحافظ على الهوية الثقافية والحضارية	١١٩	٦١.٠٢	٣.٦٥
تسعى لتوحيد العالم العربي	١١٤	٥٨.٤٦	٣.٤٥
تحافظ على عادات وأخلاق المجتمع	١١٢	٥٧.٢٤	٣.٦٣
تبتعد عن برامج العنف	١٠٨	٥٥.٣٨	٣.١٩
لا تقدم ما يثير العواطف أو الجنس	١٠٧	٥٤.٨٧	٢.٦٥
جملة من سئلوا	١٩٥		

(طلب من الباحثين إعطاء درجة من (١٠) وفقا لمدى قبولهم وتقديرهم للعبارة المطروحة ، بحيث تكون (١٠) درجات هي أعلى درجة ، وأقل درجة (١) ، وتتراوح الدرجات ما بين (١) ، (١٠) درجات وفقا لمدى قبولهم للعبارة ، وقام البحث بعد

ذلك باستخراج التكرارات ، ومتوسط الدرجات لكل عبارة للوقوف على اتجاه المبحوثين) من نتائج الجدول السابق يتضح لنا بروز ثلاثة اتجاهات رئيسة تجاه القنوات الفضائية العربية وتتمثل فيما يلي :

- ١- أظهرت بيانات الجدول أن هناك اتجاها إيجابيا بين المبحوثين تجاه القنوات الفضائية العربية ، وجاءت أعلى قيمة للاتجاه الإيجابي نحو هذه القنوات أنها تتميز بالسرعة في تغطيتها للأحداث ، وجاء في المرتبة الثانية للاتجاه الإيجابي أن هذه القنوات تعمل على تقديم وجهات النظر المتعددة والمتباينة الأمر الذي يتيح للمشاهد العربي الفرصة للاختيار بين هذه الآراء ، كما برز الاتجاه الإيجابي في أن هذه القنوات تتميز بتوفر جو من الحرية ، وفي أنها تستخدم مقدمي برامج على مستوى عال من المهنية في العمل التليفزيوني .
- ٢- من خلال الجدول السابق يتضح لنا أيضا أن هناك اتجاها معتدلا وقد تمثل في أنها تقدم برامج جادة وهادفة ، وتستخدم أساليب الجذب والإبهار ، وفي أن البرامج التي تقدمها هذه الفضائيات تتميز بسرعة الإيقاع .
- ٣- برز الاتجاه السلبي للمبحوثين تجاه القنوات الفضائية العربية في احترامها للقيم الدينية ، والمحافظة على الهوية الثقافية والحضارية للأمة ، والمحافظة على عادات وتقاليد الأسرة والمجتمع العربي ، وفي أنها تسعى لتوحيد العالم العربي وخلق حالة من الإجماع العربي على المستويين الرسمي والشعبي ، وفي أنها لا تقدم من البرامج التي تشجع على العنف أو إثارة العواطف والجنس وهذه الاتجاهات السلبية من قبل أعضاء هيئة التدريس تفرض على القائمين على هذه القنوات ضرورة المراجعة .

١٠- المواد التي يفضل الباحثون مشاهدتها في القنوات الفضائية العربية :

جدول رقم (١٣) يوضح المواد التي يفضل الباحثون مشاهدتها في القنوات

الفضائية العربية

المواد المفضلة	ك	%
النشرات والبرامج الإخبارية	١٨٦	٩٥,٣٨
البرامج الدينية	١٦٧	٨٥,٦٤
البرامج الثقافية والعلمية	١٤٥	٧٤,٣٥
البرامج الحوارية والندوات	١٢٠	٦١,٥٣
الأفلام والمسلسلات العربية	١١٧	٦٠
الأغاني والمنوعات العربية	١٠٩	٥٥,٨٩
البرامج الرياضية	٩٧	٤٣,٧٤
الأفلام والمسلسلات الأجنبية	٨٩	٤٥,٦٤
برامج المرأة	٦٦	٣٣,٨٤
الإعلانات	٣٧	١٨,٩٧
المنوعات الأجنبية	٥	٢,٥٦
البرامج التعليمية	٤	٢,٠٥
جملة من سئوا	١٩٥	

من الجدول السابق يتضح ما يلي :

- جاءت النشرات والبرامج الإخبارية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية في المركز الأول بين المواد التي يفضلها الباحثون بنسبة ٩٥,٣٨% من مجموع الباحثين ، وهذا يعكس لنا الدور الإخباري الذي يجب أن تقوم به القنوات الفضائية العربية بصفة عامة والقنوات الإخبارية بصفة خاصة .

- جاءت البرامج الدينية في المركز الثاني بنسبة ٨٥,٦٤ % ، وهذه النتيجة تؤكد على مدى اهتمام الباحثين بما تقدمه القنوات الفضائية العربية العامة أو المتخصصة من برامج ومواد دينية .

- احتلت كل من البرامج الثقافية والعلمية ، وبرامج الرأي الممثلة في الندوات والحوارات المركزين الثالث والرابع من بين المواد التي يفضل المبحوثون مشاهدتها من خلال الفضائيات العربية .
- يقبل أفراد الدراسة على مشاهدة الأفلام والمسلسلات العربية بنسبة ٦٠٪ ، يليها الأغاني والمنوعات العربية بنسبة ٥٥,٨٩٪ ، وهذا يتفق مع دراسات سابقة أكدت على أن هذه المواد محببة إلى المشاهدين .
- يقبل مشاهدو القنوات الفضائية العربية على مشاهدة البرامج الرياضية بنسبة ٤٣,٧٤٪ ، والأفلام والمسلسلات الأجنبية بنسبة ٤٥,٦٤٪ ، وبرامج المرأة بنسبة ٣٣,٨٤٪ .
- احتلت الإعلانات ، وبرامج المنوعات الأجنبية ، والبرامج التعليمية المراكز الأخيرة بنسب متفاوتة .

١١ - القنوات الفضائية العربية التي يفضل المبحوثون مشاهدة النشرات والبرامج الإخبارية من خلالها :

جدول رقم (١٤) يوضح القنوات الفضائية العربية التي من خلالها يفضل المبحوثون مشاهدة النشرات والبرامج الإخبارية

القنوات	ك	%
الجزيرة	١٨٥	٩٤.٨٧
العربية	١٨٠	٩٢.٣٠
أبوظبي	١٦٥	٨٤.٦١
النيل للأخبار	١٢٠	٦١.٥٣
الفضائية المصرية	١١٨	٦٠.٥١
MBC	١٠٩	٥٥.٨٩
الإخبارية السعودية	٩٨	٥٠.٢٥
L.B.C	٨٢	٤٢.٠٥
المنار	٥٤	٢٧.٦٩
الحرية	٤٤	٢٢.٥٦
المجد	٣٢	١٦.٤١
العالم	١٢	٦.١٥
NBN	١٠	٥.١٢
جملة من سئلوا	١٩٥	

تدلنا بيانات الجدول رقم (١٤) على ما يلي :

- جاءت قناة الجزيرة في المرتبة الأولى بين القنوات الفضائية العربية التي يفضل المبحوثون مشاهدة النشرات والبرامج الإخبارية من خلالها حيث يشاهدها ٩٤.٨٧ % من أفراد العينة ، في حين جاءت قناة العربية في المرتبة الثانية بنسبة ٩٢.٣٠ % ، بينما جاءت قناة أبوظبي في المرتبة الثالثة من حيث درجة الحرص على مشاهدة النشرات والبرامج الإخبارية بنسبة ٨٤.٦١ % أما قناة النيل الإخبارية فقد جاء ترتيبها وفقا لمشاهدة أفراد

العينة في المرتبة الرابعة بنسبة ٦١,٥٣٪ من مجموع أفراد العينة وهذه النتيجة تتفق مع دراسة عادل عبد الغفار حيث توصل إلى أن قنوات الإخبارية تعد مصدرا أساسيا من مصادر المعلومات لدى النخبة^(١).

- بلغت نسبة من يشاهدون النشرات والبرامج الإخبارية في الفضائية المصرية ٦٠,٥١٪ من مجموع المبحوثين ، في حين بلغت نسبة من يشاهدون الأخبار في الـ MBC ٥٥,٨٩٪ ، أما نسبة من يشاهدون الأخبار من خلال الإخبارية السعودية ٥٥,٨٩٪.

- تنوعت المشاهدة للبرامج الإخبارية بين بعض القنوات بنسب متفاوتة فقد بلغت نسبة من يشاهدون الأخبار في الـ L .B.C ٤٢,٠٥٪ بينما في قناة المنار اللبنانية ٢٧,٦٩٪ وفي قناة الحرة ٢٢,٥٦٪ ، وفي قناة المجد السعودية ١٦,٤١٪ ، وفي العالم ٦,١٥٪ ، وأخيرا في الـ NBN ٥,١٢٪.

(١) عادل عبد الغفار ، تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية العربية في ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية ، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، ٢٠٠٤ ، ص ٣٥٩.

١٢ - القنوات الفضائية العربية التي يفضل من خلالها الباحثون متابعة الأحداث والقضايا المصرية :

جدول رقم (١٥) يوضح القنوات الفضائية العربية التي من خلالها يفضل الباحثون متابعة الأحداث والقضايا المصرية

القنوات	ك	%
العربية	١٧٦	٩٠,٢٥
الجزيرة	١٤٥	٧٤,٣٥
النيل للأخبار	١٣٢	٦٧,٦٩
الفضائية المصرية	١٢٤	٦٣,٥٨
دريم ٢	١١٨	٦٠,٥١
المحور	١٠٥	٥٣,٨٤
MBC	٦٧	٣٤,٣٥
أبوظبي	٤٣	٢٢,٠٥
الحرية	١٨	٩,٢٣
جملة من ستلوا	١٩٥	

تدلنا بيانات الجدول السابق رقم (١٥) على أن قناتي العربية والجزيرة جاءت في المرتبتين الأولى والثانية على التوالي باعتبارهما من أهم القنوات التي يفضل أفراد العينة معرفة الأخبار المصرية من خلالهما ، بينما جاءت النيل للأخبار في المرتبة الثالثة بنسبة ٦٧,٦٩٪ من مجموع أفراد العينة ، والفضائية المصرية بنسبة ٦٣,٥٨٪ ، في حين جاءت القنوات الخاصة دريم والمحور في المرتبتين الخامسة والسادسة ، وتشير هذه النتائج إلى ضرورة الاهتمام بما تقدمه الفضائيات المصرية من أخبار تتعلق بالأوضاع والأحداث الداخلية في مصر حتى لا ينصرف المشاهد المصري بالخارج إلى متابعة أحداث وطنه من قنوات غير مصرية .

١٣ - القنوات الفضائية العربية التي يفضل من خلالها المبحوثون مشاهدة الأفلام والمسلسلات العربية :

جدول رقم (١٦) يوضح القنوات الفضائية العربية التي من خلالها يفضل المبحوثون مشاهدة الأفلام والمسلسلات العربية

القنوات	ك	%
روتانا سينما	١٥٦	٨٠
الفضائية المصرية	١٣٢	٦٧.٦٩
ميلودي	١١٧	٦٠
روتانا زمان	١٠٩	٥٥.٨٩
MBC	٧٨	٤٠
دريم ١	٦٦	٣٣.٨٤
المحور	٤٩	٢٥.١٢
دبي	٤٣	٢٢.٠٥
الإمارات	٢٨	١٤.٣٥
انفنتي	١٥	٧.٦٩
A.R.T للأفلام	١٢	٦.١٥
L.B.C	٩	٤.٦١
جملة من سنلوا	١٩٥	

من خلال تحليلنا للجدول رقم (١٦) يتضح ما يلي :

- جاءت قناة روتانا سينما في مقدمة القنوات التي يفضل المبحوثون مشاهدة الأفلام والمسلسلات العربية من خلالها بنسبة ٨٠% من أفراد العينة ، بينما جاءت الفضائية المصرية في المرتبة الثانية بنسبة ٦٧.٦٩% ، وقناة ميلودي للأفلام في المرتبة الثالثة بنسبة ٦٠% من أفراد العينة .

- بلغت نسبة من يشاهدون الأفلام والمسلسلات العربية من خلال روتانا زمان ٥٥,٨٩٪ في حين جاءت النسبة في الـ MBC ٤٠٪ وفي دريم ١٣٣,٨٤٪ والمحور ٢٥,١٢٪.

-تنوعت مشاهدة القنوات التي يفضل الباحثون مشاهدة الأفلام العربية من خلالها فقد بلغت في قناة دبي ٢٢,٥٪ في حين بلغت النسبة في قناة الإمارات ١٤,٣٥٪ ، وفي انفتي ٧,٦٩٪ ، وفي الـ A.R.T للأفلام ٦,١٥٪ ، وأخيرا في الـ L.B.C ٤,٦١٪ من مجموع أفراد العينة .

١٤- القنوات الفضائية العربية التي يفضل من خلالها الباحثون مشاهدة البرامج الدينية :

جدول رقم (١٧) يوضح القنوات الفضائية العربية التي من خلالها

يفضل الباحثون مشاهدة البرامج الدينية

القنوات	ك	٪
دريم ٢	١٨١	٩٢,٨٢
المحور	١٧٤	٨٩,٢٣
الفضائية المصرية	١١٨	٦٠,٥١
الشارقة	١٠٣	٥٢,٨٢
اقرأ	٩٣	٤٧,٦٩
الجزيرة	٥٨	٢٩,٧٤
المجد	٣٢	١٦,٤١
السعودية ١	١٧	٨,٧١
جملة من سئلوا	١٩٥	

تدلنا بيانات الجدول رقم (١٧) على ما يلي :

- جاءت القنوات الخاصة في مقدمة القنوات التي يفضل أفراد العينة مشاهدة البرامج الدينية من خلالها حيث جاءت النسبة في دريم ٩٢,٨٢٪ ، وفي المحور ٨٩,٢٣٪ ، بينما

بلغت النسبة في الفضائية المصرية ٦٠,٥٢٪ ، وفي قناة الشارقة ٥٢,٨٢٪ من مجموع أفراد العينة .

-تراجعت نسبة من يشاهدون البرامج الدينية من خلال القنوات المتخصصة حيث بلغت النسبة في أقرأ ٤٧,٦٩٪ ، وفي المجد ١٦,٤١٪ ، وهذه النتيجة تستحق مزيداً من الدراسة والتي تتبلور في التساؤل التالي : لماذا ترتفع نسبة مشاهدة البرامج الدينية من خلال القنوات الخاصة ؟

١٥ - القنوات الفضائية المصرية التي يفضلها المبحوثون :

جدول رقم (١٨) يوضح القنوات الفضائية المصرية التي يفضلها المبحوثون

القنوات	ك	%
دريم ٢	١٦٥	٨٤,٦١
المحور	١٢٧	٦٥,١٢
الفضائية المصرية	١١٢	٥٧,٤٣
النيل للأخبار	١٠٣	٥٤,٣٥
القناة الأولى	٨٩	٤٥,٦٤
النيل الثقافية	٥٨	٢٣,٥٨
التنوير	٢٠	١٠,٢٥
NIL T.V	٧	٣,٥٨
القنوات المحلية	٥	٢,٥٦
القنوات التعليمية	٤	٢,٠٥
جملة من سئلوا	١٩٥	

(قيمة كاً = ١٢,٠ درجة الحرية ٦ مستوى المعنوية ٠,١٩)

تدلنا بيانات الجدول السابق رقم (١٨) على مايلي :

جاءت قناة دريم في مقدمة القنوات المصرية التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها بنسبة ٨٤,٦١٪ ، والمحور في المرتبة الثانية بنسبة ٦٥,١٢٪ وهذا يمكن تفسيره في ضوء دراسة

خالد صلاح الدين عن القنوات الفضائية الخاصة حيث أثبتت الدراسة ارتفاع نسبة المشاهدة للقنوات الخاصة لما تتمتع به من حرية في تناول الأحداث والقضايا الداخلية المصرية ، ولارتفاع الأداء المهني في هذه القنوات عن غيرها من القنوات الحكومية^(١) - جاءت الفضائية المصرية في مقدمة القنوات الحكومية التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها ، ثم قناة النيل للأخبار بنسبة ٥٤,٣٥ % ، والقناة الأولى المحلية بنسبة ٤٥,٦٤ % والنيل الثقافية ٢٣,٥٨ % ، وأخيرا القنوات المحلية والتعليمية .

(١) خالد صلاح الدين ، مرجع سابق ، ص ٧٣٤ .

١٦ - البرامج المفضلة لدى المبحوثين في القنوات الفضائية العربية :

جدول رقم (١٩) يوضح البرامج المفضلة لدى المبحوثين

أسماء البرامج	ك	%
قلم رصاص	١٥٦	٨٠
العاشرة مساء	١٥٤	٧٨.٩٧
الدين والحياة	١٣٦	٦٩.٧٤
الاتجاه العاكس	١٢٤	٦٣.٥٨
المسلمون يتساءلون	١١٩	٦١.٠٢
صناع الحياة	١٠٤	٥٣.٣٣
الحقيقة	٩٥	٤٨.٧١
في المتنوع	٨٩	٤٥.٦٤
بلا حدود	٧٧	٣٩.٤٨
إضاءات	٥٧	٢٩.٢٣
كتب ممنوعة	٤٥	٢٣.٠٧
على نار هادئة	٣٩	٢٠
بانوراما	٣٧	١٨.٩٧
الطب البديل	٢٥	١٢.٨٢
الكورة مع دريم	٢٥	١٢.٨٢
صالون دريم	٢٣	١١.٧٩
ليالينا	١٤	٧.١٧
جملة من سئلوا	١٩٥	

(قيمة كا^٢ = ١٠.٣ ادرجة الحرية ٦ مستوى المعنوية ٠.٠١)

من الجدول رقم (١٩) يتضح ما يلي :

- جاء برنامج قلم رصاص الذي يبث من قناة دبي في المركز الأول بنسبة ٨٠% من مجموع أفراد العينة ، وبرنامج العاشرة مساء الذي تقدمه قناة دريم ٢ في المركز الثاني

بنسبة ٧٨.٩٧٪ ، وبرنامج الدين والحياة الذي تقدمه قناة الجزيرة القطرية في المركز الثالث ، وكذلك برنامج الاتجاه المعاكس الذي يقدم من نفس القناة بنسبة ٦٣.٥٨٪ .

- جاء برنامج المسلمون يتساءلون الذي تبثه قناة المحور في المركز الخامس ، وبرنامج صناع الحياة الذي تقدمه قناة اقرأ في المركز السادس ، وبرنامج الحقيقة وفي الممنوع الذي تقدمهما قناة دريم في المركزين السابع والثامن على التوالي ، ومن الملاحظ أن البرامج التي احتلت أولوية لدى أفراد العينة تنوعت موادها ما بين برامج حوارية ودينية ومنوعات وإخبارية ويمكن تفسير ذلك في ضوء الدراسات التي أكدت على أن الجمهور العربي يقبل على مشاهدة البرامج التي تعرض لوجهات نظر متعددة ، وعلى البرامج التي تبث مباشرة على الهواء حيث يكون هناك نوع من التفاعل بين الجمهور والقائمين بالاتصال في هذه البرامج^(١) .

(١) سلوى إمام علي ، أنماط مشاهدة الجمهور المصري لل قنوات الفضائية ، مرجع سابق ص ٥١٥ .

١٧ - آراء عينة الدراسة تجاه مصداقية المضامين التي تقدمها القنوات الفضائية العربية :

جدول رقم (٢٠) يوضح اتجاهات الباحثين نحو مصداقية المضمون الإخباري

%	المجموع	لا يتم بالمصداقية		إلى حد ما		إلى حد كبير	
		%	ك	%	ك	%	ك
٪١٠٠	١٩٥	٧,١٧	١٤	٣٨,٤٦	٧٥	٥٤,٣٥	١٠٦

(قيمة كاً = ١٣,٣ درجة الحرية ٦ مستوى المعنوية معامل التوافق = ٠,٣٢)

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة من يثقون في مصداقية ما تقدمه القنوات الفضائية العربية من مضامين إخبارية وثقافية حيث بلغت نسبتهم ٥٤,٣٥٪ من مجموع أفراد العينة ، أما نسبة من يثقون في مصداقية ما تقدمه إلى حد ما فقد بلغ ٣٨,٤٦٪ ، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت دراسات كثيرة من أنه حينما ينظر الجمهور إلى وسائل الإعلام باعتبارها ذات مصداقية عالية يزيد اعتمادهم عليها ، وثقتهم فيها ومصداقيتهم لها ، وحينما تقل أو تنعدم مصداقيتهم لهذه الوسائل يقل معها اعتمادهم عليها^(١) ، هذا وقد بلغت نسبة من لا يثقون فيما تقدمه القنوات الفضائية العربية من مضامين ٧,١٧٪ من مجموع أفراد العينة وهي نسبة صغيرة .

(١) Wanta, Wayne, and Yu-Wei Hu (1994): The effect of credibility Reliance and Exposure on media Agenda: A Path analysis Model . Journalism Querterly, VOL71/1, Spring pp.90-97

١٨ - اتجاهات المبحوثين نحو مدى توافق مضامين البرامج التي تقدمها الفضائيات العربية مع قيم وعادات المجتمعات العربية :

جدول رقم (٢١) يوضح اتجاهات المشاهدين نحو مدى توافق مضامين البرامج المقدمة من

الفضائيات مع قيم وعادات المجتمعات العربية

%	المجموع	لا رأي لي		لا تتفق مطلقا		تتفق إلى حد ما		تتفق بشدة	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
%١٠٠	١٩٥		-	١٦,٩٢	٣٣	٤٩,٧٤	٩٧	٣٣,٣٣	٦٥

(قيمة ك^٢ = ٩,٣ درجة الحرية ٠,٩ مستوى المعنوية ٠,٤١ معامل التوافق = ٠,٣٠)

تدلنا بيانات الجدول السابق على ارتفاع نسبة اتجاه توافق مضامين البرامج التي تقدمها الفضائيات العربية إلى حد ما مع قيم وعادات وتقاليد المجتمعات العربية بنسبة ٤٩,٧٤% ، في حين بلغت نسبة أنها تتفق بشدة ٣٣,٣٣% من مجموع أفراد العينة ، في مقابل ١٦,٩٢% لا تتفق مطلقا ، وتشير هذه النتائج إلى أنه يجب إعادة النظر في كثير من مضامين البرامج التي تقدمها هذه الفضائيات حتى تتلائم وقيم وعادات المجتمعات العربية .

١٩ - اتجاهات المبحوثين نحو مدى نجاح الفضائيات العربية في إثارة اهتمام المواطن

العربي بقضاياها السياسية والاجتماعية والثقافية :

جدول رقم (٢٢) يوضح اتجاهات المشاهدين نحو مدى نجاح الفضائيات في إثارة

اهتمامات المواطن العربي بقضاياها

%	المجموع	لا رأي لي		لا تثير الاهتمام		إلى حد ما		إلى حد كبير	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
%١٠٠	١٩٥		-	١٠,٧٦	٢١	٥٠,٢٥	٩٨	٣٨,٩٧	٧٦

(قيمة ك^٢ = ٩,٣ درجة الحرية ٦ مستوى المعنوية ٠,٤١ معامل التوافق = ٠,٣٠)

تشير نتائج تحليل الجدول السابق إلى أن نسبة ٥٠,٢٥% من مجموع أفراد العينة ترى بأن القنوات الفضائية العربية نجحت إلى حد ما في إثارة اهتمام المواطن العربي بقضاياها

السياسية والاجتماعية والثقافية في مقابل نسبة ٣٨,٩٧٪ ترى بأن هذه القنوات قد حققت نجاحا في إثارة اهتمام المواطن العربي ، في حين ترى نسبة ١٠,٧٦٪ بأن هذه القنوات لم تنجح في إثارة اهتمامهم بالقضايا العربية السياسية والاقتصادية والثقافية .

٢٠- مقترحات المبحوثين لتطوير الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية العربية :

جدول رقم (٢٣) يوضح مقترحات المبحوثين لتطوير الأداء الإعلامي

للقنوات الفضائية العربية

المقترحات	ك	%
أن تهتم هذه القنوات بالحفاظ على الهوية العربية الإسلامية	١٦٥	٨٤,٦١
الاهتمام بتقديم البرامج الدينية	١٣٤	٦٨,٧١
الاهتمام بمعالجة المشكلات المجتمعية العربية	١٢٢	٦٢,٥٦
التركيز على كيفية النهوض بالواقع العربي المعاصر	١٠٥	٥٣,٨٤
تجنب الخوض في الموضوعات الإباحية والجنسية	١٠٤	٥٣,٣٣
تدعيم وترسيخ القيم الدينية	١٠٣	٥٢,٨٢
المحافظة على القيم والتقاليد العربية	٩٨	٥٠,٢٥
الابتعاد عن إثارة الخلافات أو النزعات الطائفية والعرقية	٩٦	٤٩,٢٣
العمل على وحدة الصف العربي	٨٩	٤٥,٦٤
تقديم البرامج الترفيهية بشكل مقنن وهادف	٨٥	٤٣,٥٨
ضرورة التزام المذيعات بعادات وقيم المجتمع العربي من حيث المظهر على الشاشة أو السلوك	٨٤	٤٣,٠٧
السماح بالمزيد من المشاركة الجماهيرية في البرامج	٦٥	٣٣,٣٣
زيادة مساحة برامج الرأي على الشاشات العربية	٥٣	٢٧,١٧
إتاحة حرية أكبر للعمل الإعلامي	٣٤	١٧,٤٣
الاهتمام بقضايا المرأة والطفل	٢٠	١٠,٢٥
تشجيع عملية الإنتاج الإعلامي العربي المشترك	١٩	٩,٧٤
البعد عن تقديم البرامج التي تحض على العنف	١٧	٨,٧١
الحد من البرامج الأجنبية	١٦	٣,٠٧
جملة من سئلوا	١٩٥	

(قيمة كاً = ٧,٣ درجة الحرية ٦ مستوى المعنوية ٠,٦ معامل التوافق ٠,٢٠)

من الجدول السابق يتضح ما يلي :

- يمكن تصنيف مقترحات الباحثين إلى أربعة أقسام رئيسة تتمثل فيما يلي :
 - ١- مقترحات تتعلق بمضمون المواد الإعلامية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية وقد تمثلت في :
 - المحافظة على الهوية العربية والإسلامية بنسبة ٨٤,٦١٪ من مجموع الباحثين .
 - تقديم المزيد من البرامج الدينية بنسبة ٦٨,٧١٪ .
 - الاهتمام بمعالجة المشكلات المجتمعية للمواطن العربي بنسبة ٦٢,٥٦٪ .
 - تجنب الخوض في الموضوعات الإباحية والجنسية بنسبة ٥٣,٣٣٪ .
 - ٢- مقترحات تتعلق بالجمهور ومن أهمها :
 - السماح بالمزيد من المشاركة الجماهيرية في البرامج بنسبة ٣٣,٣٣٪ .
 - الاهتمام بقضايا المرأة والطفل بنسبة ١٠,٢٥٪ .
 - ٣- مقترحات تتعلق بالممارسة الإعلامية ومنها : إتاحة حرية أكبر للعمل الإعلامي بنسبة ١٧,٤٣٪ ، وزيادة مساحة برامج الرأي على الشاشة العربية بنسبة ٢٧,١٧٪ ، البعد عن إثارة الخلافات أو النعرات المذهبية أو الطائفية أو العرقية بنسبة ٤٩,٢٣٪ .
 - ٤- مقترحات تتعلق بالقوائم بالاتصال ومنها : ضرورة التزام المذيعات بقيم وعادات المجتمع العربي في المظهر أو السلوك باعتبارهن يمثلن القدوة للجماهير .
 - ٥- مقترحات تتعلق بأخلاقيات العمل الإعلامي مثل : البعد عن البرامج التي تشجع على العنف ، وتقديم برامج المنوعات بشكل مقنن وهادف .

النتائج والتوصيات :

- كشفت الدراسة عن مجموعة من النتائج يمكن إيجازها فيما يلي :
- ١- ارتفاع معدلات مشاهدة القنوات الفضائية العربية بين الباحثين حيث بلغت نسبة المشاهدة ٩٧,٥% من مجموع أفراد العينة .
 - ٢- ارتفاع معدلات التعرض لهذه القنوات حيث يشاهدها بصفة دائمة ٥٢,٨٢% وأحيانا ٤١,٥٣% ونادرا ٥,٦٤% .
 - ٣- تحظى بعض القنوات الفضائية العربية بنسبة مشاهدة عالية مثل قناة الجزيرة القطرية ، وقناة العربية ، وMBC ، والفضائية المصرية .
 - ٤- كشفت الدراسة عن ترتيب مشاهدة القنوات الفضائية لدي الباحثين حيث جاءت قناة العربية في مقدمة القنوات يليها الجزيرة القطرية ، ودريم ٢ في المرتبة الثالثة و MBC في المرتبة الرابعة ، والفضائية المصرية في المرتبة الخامسة ، وقرأ في المرتبة الخامسة .
 - ٥- أشارت نتائج الدراسة إلي أن البيئة المكانية التي يفضل أفراد العينة مشاهدة القنوات الفضائية تتمثل في المنزل ثم الأصدقاء والزملاء .
 - ٦- كشفت الدراسة عن أهم عادات مشاهدة القنوات الفضائية لدي الباحثين تتم بصفة يومية بنسبة كبيرة ، والنسبة الأخرى تشاهدها معظم أيام الأسبوع علي فترات متفاوتة .
 - ٧- دلت نتائج الدراسة علي ارتفاع نسبة المشاهدة في الفترة المسائية ، يليها فترة السهرة ، بينما قلت نسبة المشاهدة في الفترة الصباحية والضحى والظهيرة .
 - ٨- اختلفت دوافع التعرض للقنوات الفضائية العربية بين الباحثين ، وتمثلت أهم هذه الدوافع علي الترتيب التالي : الحرية التي تتمتع بها هذه القنوات ،

- ومعرفة ومتابعة الأخبار المصرية ، ولما تطرحه في برامجها من قضايا جادة وهادفة ، وسرعتها في تغطية الأحداث والتخلص من الملل والتسلية والترفيه.
- ٩- ظهر أن هناك اتجاهًا إيجابيًا بين أفراد العينة تجاه القنوات الفضائية وجاءت أعلى قيمة للاتجاه الإيجابي متمثلة في : سرعتها في تغطية الأحداث والحرة التي تتمتع بها واستخدام أساليب الجذب والإبهار في كثير من البرامج ، بينما ظهر اتجاه سلبي نحو الحفاظ على الهوية الثقافية والحضارية للأمة ، والمحافظ على عادات وأخلاق المجتمع والأسرة العربية ، واحترام القيم الدينية ، وتقديم برامج العنف ، وتقديم ما يثير العواطف أو الجنس .
- ١٠- تصدرت النشرات والبرامج الإخبارية جميع البرامج الدينية والثقافية والعلمية وبرامج الرأي قائمة المواد التي يفضل المبحوثون مشاهدتها في القنوات الفضائية العربية .
- ١١- جاءت القنوات على الترتيب علي اعتبار أن المبحوثين يفضلون مشاهدة البرامج الإخبارية من خلالها وهي : قناة الجزيرة ، العربية ، أبو ظبي ، والنيل للأخبار ، والفضائية المصرية .
- ١٢- كشفت الدراسة أن عينة البحث تفضل متابعة الأحداث والقضايا المصرية من خلال قنوات : العربية ، الجزيرة ، النيل للأخبار ، الفضائية المصرية ، دريم ، المحور ، MBC ، أبو ظبي ، وأخيرا قناة الحرة .
- ١٣- جاءت القنوات الفضائية المصرية الخاصة (دريم والمحور) في مقدمة القنوات التي يفضل أفراد العينة مشاهدة البرامج الدينية من خلالها ، بينما جاءت قناة (اقرأ والمجد) المتخصصةين في المرتبتين الخامسة والسادسة علي التوالي .
- ١٤- تصدرت قناة دريم قائمة القنوات الفضائية المصرية التي يفضل المبحوثون مشاهدة برامجها ، ثم المحور والفضائية المصرية والنيل للأخبار بينما جاءت

- القنوات المحلية المصرية والقنوات التعليمية في مؤخرة ترتيب القنوات .
- ١٥- يفضل المبحوثون مشاهدة بعض البرامج من أهمها قلم رصاص (دبي) والعاشرة مساء (دريم) والشريعة والحياة (الجزيرة) والمسلمون يتساءلون (المحور) وصنع الحياة (اقرأ) .
- ١٦- أشارت النتائج إلى ارتفاع نسبة ثقة المبحوثين فيما تقدمه هذه القنوات من مضامين إخبارية وثقافية .
- ١٧- كشفت النتائج عن أن أهم مقترحات المبحوثين لتطوير القنوات الفضائية العربية تتمثل في تقديم برامج تحافظ على الهوية العربية والإسلامية ، واحترام العادات والتقاليد ، وعدم تعرضها للقضايا الطائفية والمذهبية في المجتمعات العربية والإسلامية ، وأن تتسق أنماط وسلوكيات المذيعين والمذيعات مع قيم وتقاليد المجتمعات العربية والإسلامية وأحكام الشريعة الإسلامية .

حدود الدراسة وما تثيره من بحوث مستقبلية :

في ضوء القاعدة البحثية القائلة بأن البحوث تقود إلى بحوث أخرى فإن الدراسة الحالية تثير عددا من الأطروحات النظرية والمنهجية التي تتطلب مزيدا من الدراسة في المستقبل وأبرزها :

- ١- المضامين والأشكال الأكثر أهمية لدى المشاهدين في القنوات العربية المفضلة
- ٢- المقارنة بين القنوات العامة والمتخصصة الآخذة في الانتشار بما يجعلنا نتوقع أن تكون سمة الإعلام التلفزيوني في المستقبل في المنطقة العربية .
- ٣- محاولة إحداث تراكم علمي حول نظريات ونماذج لاتجاهات على اعتبار أن معظم دراسات الإعلام تنطلق من نظرية مفادها أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرات ذات دلالة علي الجمهور .

- ٤- دراسة المقارنة بين القنوات الفضائية المفتوحة والمشفرة من حيث الشكل أو الجمهور أو المضمون أو القائم بالاتصال .
- ٥- الموازنة بين الدراسات الكمية والكيفية بهدف الوصول إلى تفسيرات دقيقة للآليات تشكيل اتجاهات الجمهور ، نحو الظواهر الإعلامية المستحدثة في المجتمعات العربية سواء علي مستوى الوسائل الإعلامية المقروءة أو المسموعة أو المرئية .
- ٦- التعرف علي رأي النخب في المجتمعات العربية لمعرفة اتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام العربية والمضامين التي تقدمها ومجالات استخداماته لها .
- ٧- دراسة تشجيع الإنتاج الهادف المشترك بين الدول العربية في مجال الإعلام التلفزيوني لمواجهة سعار الاستيراد الأجنبي لهذه البرامج نتيجة طبيعية لهذا النقص الكبير في الإنتاج العربي والإسلامي البرامجي .

* * *

فهرس المراجع:

- ١- الإدارة العامة لبحوث المستمعين والمشاهدين ، الشباب المصري والتلفزيون _ محددات السلوك الاتصالي وعاداته ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، القاهرة ، ، نوفمبر ٢٠٠٢ .
- ٢- الإعلام العربي في عصر المعلومات ، مركز الدراسات والبحوث الإستراتيجية ، الإمارات العربية المتحدة ، أبو ظبي ، ط١ ٢٠٠٦ .
- ٣- أديب خضور - دراسات تلفزيونية ، القنوات الفضائية العربية ، المكتبة الإعلامية دمشق ، ط١ ، ١٩٩٨ م .
- ٤- انشراح الشال ، الفن والوعولة في قرية ماكلوهان الإلكترونية ، جدة ، ، دارحافظ للنشر والتوزيع ، ٢٠٠١ م .
- ٥- حسن عبيد ، الفضائيات العربية والتجارب الدولية في الدمج الاقتصادي "الأثر على المحتوى" ، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٤ م .
- ٦- حسن عماد مكاوي ، ليلى حسين السيد - الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ١٩٩٨ .
- ٧- حسن عماد مكاوي ، الفضائيات العربية الخاصة ومردودها الإعلامي ، المؤتمر العلمي الرابع لمعهد الدراسات والبحوث العربية ، معهد الدراسات والبحوث العربية ، جامعة الدول العربية ، القاهرة ، إبريل ٢٠٠٢ م .
- ٨- حسين أبو شنب ، الممارسات الإعلامية لمراسلي وسائل الإعلام في فلسطين ، ، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٤ م .
- ٩- حمدي حسن ، المزيج الإخباري والبناء الفني في نشرات أخبار التلفزيون ، دراسة تحليلية مقارنة لنشرات الأخبار في ثلاث قنوات فضائية ، مجلة البحوث الإعلامية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر ، القاهرة ، عدد يناير ١٩٩٧ م

- ١٠- حمزة أحمد بيت المال ، استقبال القنوات التلفزيونية الفضائية في المملكة العربية السعودية ، دراسة حالة عن مدينة الرياض ، مجلة تليفزيون الخليج ، عدد ٤ ، يناير ١٩٩٤ .
- ١١- حنان جنيد ، دور الإعلام في تكوين تصورات النخبة حول مفهوم الإرهاب ، مجلة البحوث الإعلامية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر ، القاهرة ، عدد أكتوبر ٢٠٠٢ م .
- ١٢- خالد صلاح الدين حسن علي ، اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة في مصر ، المؤتمر العلمي السنوي التاسع لكلية الإعلام ، أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق ٢٠٠٣ ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٣ م .
- ١٣- دراسة المركز العربي للبحوث والدراسات الاستشارية ، الإعلام التلفزيوني الفضائي ، الشركة المصرية للأقمار الصناعية ، القاهرة ٢٠٠٣ .
- ١٤- سامي الشريف ، الفضائيات العربية والصورة الذهنية للعرب والمسلمين ، بحث منشور ، الجمعية السعودية للاتصال والإعلام ، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني ، الرياض ، أكتوبر ٢٠٠٤ م .
- ١٥- سلوى إمام علي ، أنماط مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية ، المؤتمر العلمي السنوي السابع ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ج٢ ، مايو ٢٠٠١ م ،
- ١٦- سلوى إمام علي ، تأثير مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال ، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٤ م .
- ١٧- سمير حسين ، بحوث الإعلام ، دراسات في مناهج البحث العلمي ، عالم الكتب ، القاهرة ، ١٩٩٥ .

- ١٨ - سوزان القليني - استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة ، دراسة مقارنة بين القنوات العربية والأجنبية ، بحث منشور ، مجلة البحوث والدراسات العربية ، معهد البحوث والدراسات العربية ، جامعة الدول العربية ، القاهرة ، عددا يوليو وديسمبر ١٩٩٩ م .
- ١٩ - سوزان القليني ، مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات ، دراسة حالة على حادث الأقصر ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الرابع ، ديسمبر ١٩٩٨ م .
- ٢٠ - صلاح الداووسة ، استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة ، ماجستير غير منشورة ، معهد البحوث والدراسات العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٢ .
- ٢١ - صلاح الفوال ، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية ، مكتبة غريب ، القاهرة ، بدون تاريخ
- ٢٢ - عادل عبد الغفار خليل ، أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة ، دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ٢ ، المؤتمر العلمي السنوي التاسع لكلية الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة مايو ٢٠٠٣ م .
- ٢٣ - عادل عبد الغفار ، استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي ، ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٥ م .
- ٢٤ - عادل عبد الغفار ، تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية العربية في ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية ، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٤ .
- ٢٥ - عادل فهمي البيومي ، دور القنوات الفضائية العربية في زيادة المشاركة الجماهيرية ، مجلة البحوث الإعلامية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر ، القاهرة ، عدد أكتوبر ٢٠٠١ م .

- ٢٦- عاطف عدلي العبد ، فوزية العلي ، دراسات في الإعلام الفضائي ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٩٥ م.
- ٢٧- عبد الرحمن محمد سعيد الشامي ، استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية - الدوافع والإشباع ، دكتوراه غير منشورة ، كلية اللغة العربية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر ، ٢٠٠٢ م.
- ٢٨- عبد الله العليان ، التحديات الجديدة لتأثير الدولة في الإعلام ، الإعلام العربي في عصر المعلومات ، مركز الدراسات والبحوث الإستراتيجية ، الإمارات العربية المتحدة ، أبو ظبي ، ط١ ٢٠٠٦ م .
- ٢٩- عدلي رضا - القنوات الفضائية العربية والمسؤولية المجتمعية ، بحث غير منشور ، كلية الإعلام جامعة القاهرة .
- ٣٠- عزة عبد العزيز عبد اللاه ، تأثير ثقافة العولمة على مضمون الفضائيات العربية - دراسة تفويجية من منظور الصنفوة المصرية ، مجلة البحوث الإعلامية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر ، القاهرة ، عدد ١٥ ، يناير ٢٠٠١ م .
- ٣١- عصام نصر سليم ، الأخبار العربية في القنوات الفضائية - دراسة على الفضائية المصرية والكويتية ودبي وMBC ، مجلة البحوث الإعلامية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر ، القاهرة ، عدد أكتوبر ١٩٩٤ .
- ٣٢- علي العتيبي ، استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها ، دكتوراه ، غير منشورة ، كلية الدعوة والإعلام ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، الرياض ، ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٤ م .
- ٣٣- علي بن ظافر الشهراني ، اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة في القنوات الفضائية العربية ، ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة الملك سعود ، الرياض ، ٢٠٠٢ م .

- ٣٤- عمرو عبد الكريم ، الإعلان التجاري في الفضائيات العربية ، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر ، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٤ م .
- ٣٥- عواطف عبد الرحمن ، حرية الإعلام المعاصر وتحديات العولمة ، مجلة الدراسات الإعلامية ، عدد ٩٣ ، القاهرة ، أكتوبر ١٩٩٨ م.
- ٣٦- فدوى محمود الجعبري ، استخدامات المثقفين العرب لقناة فلسطين الفضائية ، ماجستير ، غير منشورة ، معهد البحوث والدراسات العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٣ .
- ٣٧- فهد بن عبد العزيز العسكر ، وفايز الشهري ، اتجاهات الصحفيين نحو مستقبل الصحافة المطبوعة في عصر الإنترنت ، أعمال المؤتمر السنوي الثاني لأكاديمية أخبار اليوم حول الصحافة وأفاق التكنولوجيا ، القاهرة ٢٠٠٣ م.
- ٣٨- فوزية عبدالله العلي ، استخدام المرأة الإماراتية للقنوات الفضائية ، دراسة ميدانية ، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٤ م .
- ٣٩- ليلى حسين ، استطلاع رأي الإعلاميين تجاه قناة الحرة الفضائية الأمريكية - دراسة مسحية ، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٤ م .
- ٤٠- محمد أحمد الشريف ، البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية ، دراسة تحليلية ، ماجستير غير منشورة ، كلية اللغة العربية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة الأزهر ، القاهرة ، ٢٠٠٣ م .
- ٤١- ماجي الحلواني ، وحسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال في عالم متغير ، حلقة نقاشية ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٩ م .

- ٤٢- محمد الجاسم ، تأثير الإعلام الإلكتروني في التطور الاجتماعي والسياسي العربي ،
الإعلام العربي في عصر المعلومات ، مركز الدراسات والبحوث الإستراتيجية —
الإمارات العربية المتحدة ، أبو ظبي ، ط١ ، ٢٠٠٦ م.
- ٤٣- محمد شعبان وهدان ، عادات وأنماط قراءة الصحف المصرية اليومية لدى عضوات هيئة
التدريس بجامعة الأزهر ، مجلة البحوث الإعلامية ، قسم الصحافة والإعلام ، جامعة
الأزهر ، القاهرة ، عدد أكتوبر ٢٠٠٢ .
- ٤٤- محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، ط١ ، المكتبة الفيصلية ، مكة
المكرمة ، ١٩٨٧ .
- ٤٥- محمود حيدر ، مقومات السيادة الوطنية بعد الحرب الباردة ، مجلة الوحدة العربية
العدد الأول ، السنة التاسعة والخمسون مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ،
٢٠٠٠ م .
- ٤٦- مروان خليل ، الأردنيون والغزو الثقافي ، مجلة الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، عدد
٩٤ ، يناير - مارس ١٩٩٩ .
- ٤٧- المنجي الزبيدي ، الثقافة والمال في مستقبل التنمية الثقافية ، الثقافة العربية أسئلة التطور
والمستقبل ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ٢٠٠٣ .
- ٤٨- منى الحديدية ، مجلة البحوث والدراسات العربية ، معهد البحوث والدراسات
العربية ، جامعة الدول العربية ، القاهرة ، عددا يوليو وديسمبر ١٩٩٩ .
- ٤٩- نسمة أحمد البطريق ، التليفزيون والمجتمع والهوية الثقافية ، الهيئة المصرية العامة
للكتاب ، القاهرة ، ١٩٩٩ م .
- ٥٠- هبة شاهين ، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ، دراسة تحليلية
وميدانية ، دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ٢٠٠٢ م .

- ٥١- وليد فتح الله ، تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مجلة بحوث الرأي العام عدد ٢، ١، ٢٠٠٣م .
- ٥٢- Wimmer, D . R & Dominick, R. J(2000): Mass Media Reseaxch,6th ed.,(CA: Wadsworth publishing company),p. 83.
- ٥٣- Wanta, Wayne, and Yu-Wei Hu (1994): The effect of credibility Reliance and Exposure on media Agenda: A Path analysis Model . Journalism Querterly, VOL71/1, Spring pp.90-97

* * *