

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

كلية أصول الدين والشريعة
والحضارة الإسلامية
قسم الدعوة للإعلام والاتصال

جامعة الأمير عبد القادر
للعلوم الإسلامية
قسنطينة

عادات وأنماط مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للفضائيات العربية
—دراسة ميدانية—

مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال

إشراف الدكتور:
نصير بوعلي

إعداد الطالب :
بابوري عبد الكريم

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة	عبد الله بوجلال	الأستاذ الدكتور
مقررا	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة	نصير بوعلي	الدكتور
عضوا	جامعة باجي مختار عنابة	محمد شطاح	الدكتور
عضوا	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة	أبو بكر عواطي	الدكتور

السنة الجامعية : 1425-1426هـ / 2004-2005م

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

كلية أصول الدين والشريعة
والحضارة الإسلامية
قسم الدعوة للإعلام والاتصال

جامعة الأمير عبد القادر
للعلوم الإسلامية
قسنطينة

عادات وأنماط مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للفضائيات العربية
-دراسة ميدانية-

مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال

إشراف الدكتور:
نصر بوعلي

إعداد الطالب :
بابوري عبد الكريم

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة	عبد الله بوجلال	الأستاذ الدكتور
مقررا	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة	نصر بوعلي	الدكتور
عضوا	جامعة باجي مختار عنابة	محمد شطاح	الدكتور
عضوا	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة	أبو بكر عواطي	الدكتور

السنة الجامعية : 1425-1426هـ / 2004-2005م.

إهداء

إلى والدي الكريمين

إلى زوجتي الفاضلة

إلى بناتي: سميرة، أحلام، خولة، أسماء

وإلى ابني محمد الأمين

إلى إخوتي وأخواتي

أقدم هذا العمل

عبد الكريم

شكراً

أقدم بحزير الشكر والامتنان

إلى الأستاذ المشرف : د. نصير بوعللي ، الذي قدم لي كل ما في وسعه

من توجيه، ورعاية وتشجيع

كما أقدم بالشكر إلى أساتذتي الذين استفدت منهم، وأخص بالذكر

الأستاذ الدكتور عبد الله بوجللال، الأستاذ الدكتور إسماعيل قيرة ،

والأستاذ الدكتور فضيل دليو .

وإلى كل من قدم لي مساعدة لإنجاز هذا البحث

يحلو للبعض أن يسمي العصر الذي نعيش فيه عصر الفضائيات، و هي تسمية ليست بعيدة عن الصواب؛ فالقنوات التلفزيونية تشكل حيزا كبيرا في المجتمع المعاصر، الذي أصبح يعتمد بشكل متزايد على المعلومات و المعرفة أكثر من غيرها، و الذي تقلصت فيه المسافات و الأزمنة، و صار بذلك يشبه القرية الصغيرة بفضل التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الاتصال. و التي منها القنوات التلفزيونية الفضائية.

و إذا كان هذا المجتمع المعلوماتي قد دخله العالم المتقدم منذ أواسط الثمانينات من القرن الماضي، فإن باقي العالم، أي السائر في طريق النمو بدأ يتجه إليه شيئا فشيئا سواء كما يريد أو كما يراد له.

و لقد كان ظهور البث التلفزيوني الفضائي المباشر في العالم المتقدم تكريسا للهوة الاتصالية و الثقافية، التي كانت و لازالت تفصل بين عالم الشمال المتقدم و عالم الجنوب المتخلف؛ فقد كان ذلك النوع من الاتصال يعني، فيما يعني، تدفق القيم الثقافية و المعايير الغربية إلى عالم الجنوب، الذي يشكل العرب و المسلمون حيزا كبيرا فيه، و ما ينتج عن ذلك التدفق من خلخلة بل اضمحلال و تلاشي مقومات الهوية الحضارية لديه. و قد يقلص من حدة تلك الصورة التساؤمية، أن العالم العربي و الإسلامي لم يكن رده على ظهور البث الفضائي الغربي سلبيا، بل كان ردا إيجابيا تفاوليا عن طريق إنشاء العديد من القنوات الفضائية العربية، و تزايد ظهورها مع مرور الشهور و الأعوام، حتى صار الإعلام الفضائي العربي يستقطب اليوم، قطاعا واسعا من المشاهدين العرب داخل الوطن العربي و خارجه، بل و يلفت انتباه قطاع معتبر من المشاهدين الأجانب، لاسيما النخب الثقافية و الإعلامية و السياسية....

إن الإعلام الفضائي العربي، و لأسباب تتعلق بثقافة و مستوى الوعي لدى القانمين عليه، أو بتوفر الوسائل المادية أو البشرية، أو لأسباب أخرى، قد وجد من ينظر إليه بعين الإعجاب و التقدير، تارة، و عين التوجس و الريبة و الازدراء تارة أخرى... و لا عجب في ذلك، فإن الوسائل الإعلامية، كغيرها من الوسائل الأخرى، يمكن أن تستخدم في البناء كما يمكن أن تستخدم كمعاول هدم... كما أصبحت هذه الوسائل رقما ثابتا في تعاملات قطاع واسع من الجمهور العربي عامة، و الجمهور في الجزائر خاصة، لاسيما إذا كان ذلك الجمهور من

طلبة الجامعة، الذي قد يجد في هذه الوسائل مساعداً أو رافداً لتحصيله العلمي أو الإعلامي والثقافي، وقد يجد فيها عامل صدق وانشغال عن ذلك التحصيل.

ومن اللافت للانتباه أن الدراسات والأبحاث في الجزائر لم تتجه، في نظري، بشكراً كاف إلى دراسة الكيفية التي يتعامل بها طلبة وطالبات الجامعة مع البث التلفزيوني الفضائي المباشر، لاسيما العربي منه. ومن هنا تأتي هذه الدراسة، التي حاولنا أن نتعرف من خلالها على عادات وأنماط مشاهدة طلبة وطالبات جامعة سكيكدة للقنوات الفضائية العربية، وما يمكن أن ينتج عن تلك المشاهدة من تأثيرات على التحصيل الدراسي، والتعرض للوسائل الثقافية الأخرى كقراءة الصحف ومطالعة الكتب.

وقد قسمنا هذه الدراسة إلى مقدمة وسبعة فصول وخاتمة.

وقد عرفنا في المقدمة بالموضوع، وبخطوطه العريضة وفصوله ومباحثه.

أما الفصل الأول فقد تناولنا فيه الإطار المنهجي للدراسة؛ حيث تحدثنا عن إشكالياتها، وتساؤلاتها، وأهدافها، ومفاهيمها ومصطلحاتها، ومنهجها، وإطارها الزمني والمكاني والبشري.

وخصصنا الفصل الثاني للدراسات السابقة؛ حيث قسمناها إلى دراسات عربية وعددها ثمان، وإلى دراسات جزائرية وعددها سبع، وختمنا الفصل بخاتمة تقييمية لتلك الدراسات.

وخصصنا الفصل الثالث للجانب النظري المتعلق بالبث الفضائي العربي؛ حيث تناولنا التعريف بالأقمار الصناعية المستخدمة في ذلك البث، ثم تناولنا ظهور البث الفضائي المباشر عموماً، وأخيراً تعرضنا إلى ظهور الفضائيات العربية والوضع الحالي لها بشكل عام. وفي الفصل الرابع تعرضنا إلى إجراءات الدراسة الميدانية؛ حيث تحدثنا عن الأدوات المستخدمة في جمع بياناتها، ثم عن المعالجة الإحصائية لتلك البيانات، وأخيراً عن عينة الدراسة وخصائصها.

وتناولنا في الفصل الخامس عادات المشاهدة لدى أفراد عينة الدراسة؛ حيث تطرقنا إلى درجة المشاهدة، وعدد أيام المشاهدة، والأيام المفضلة للمشاهدة، وفترات المشاهدة، وحجم المشاهدة في اليوم، والفضائيات المفضلة، وظروف المشاهدة.

أما في الفصل السادس فقد تناولنا أنماط المشاهدة لدى عينة الدراسة؛ حيث تطرقنا إلى البرامج المفضلة عموماً، ثم إلى البرامج الإخبارية، ثم إلى البرامج التثقيفية والعلمية، وأخيراً إلى البرامج الدينية.

وخصّصنا الفصل السابع والأخير للتأثيرات المحتملة للمشاهدة، و تناولنا في هذا الفصل مدى الاستفادة من المشاهدة عموماً، وتأثير المشاهدة على التحصيل الدراسي، وأخيراً تأثير المشاهدة على التعرض للوسائل الإعلامية والثقافية الأخرى، كقراءة الصحف ومطالعة الكتب. و ختمنا الدراسة بخاتمة تعرضنا فيها لأهم النتائج المتوصل إليها، والملاحظات المسجلة فيها.

كما ذيلنا الدراسة بعرض للملاحق، وقائمة المصادر والمراجع، وفهرس لموضوعات الدراسة.

و في الأخير، نسال الله الكريم أن يكتب لعلنا هذا القبول والنفع، وأن يكون إضافة إلى صرح البحث العلمي في بلادنا.

و الحمد لله، والصلاة والسلام على رسول الله.

جامعة الأمير عبد الوهاب
الإسلامية

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

المدخل :

إذا كان علماء الإجتماع يقولون: إن الإنسان كائن اجتماعي، فإنه يمكن القول كذلك: إن الإنسان كائن اتصالي بطبعه؛ فقد كان و منذ البداية الأولى، يهفو إلى أن يربط صلاته بالمحيط الذي يعيش فيه، و ضمنه، بما كان قد فطر عليه من حب الاستطلاع، و الرغبة في معرفة حقيقة نفسه، و حقيقة العالم الذي يعيش فيه، و بما هيء له من تعلم الحقائق الأولى، قال تعالى: "و علم آدم الأسماء كلها..."⁽¹⁾، و بما علم من بيان، قال تعالى: "... خلق الإنسان، علمه البيان"⁽²⁾.

لقد كانت وسائل الاتصال الأولى لدى الإنسان هي حواسه، غير أنه و بمرور الزمن استطاع اختراع وسائل أخرى، هي في حقيقتها امتداد لحواسه كما قال العالم الكندي مارشال ماكلوهان؛ حيث حقق بها الاتصال الأوسع، و التوصل الأعرق.

لقد كانت تلك الاختراعات الاتصالية تحدث في حياة الإنسان تأثيرات عميقة، سواء في نفسه، أو في محيطه، و بينته القريبة و البعيدة، و كذلك في سعيه المتواصل إلى الرقي و التقدم و الحضارة... فقد كان اختراعه للحروف الأبجدية - مثلا - ثورة حضارية، قفزت به من الحضارة الشفوية إلى الحضارة المكتوبة، مما ساعده على نقل تلك الحضارة من مكان إلى مكان، و من زمان لآخر، مما كتب لها الديمومة و الاستمرار. كما أن اختراعه للمطبعة، كان بداية لمرحلة جديدة في حياته، أشرت لظهور الحضارة الحديثة المتسمة بالعقلانية و السرعة و الانتشار... إلخ

غير أن الأعظم من ذلك، هو ما حدث في القرن العشرين من اختراعات لوسائل جديدة في الاتصال الجماهيري، ممثلة خاصة في الإذاعة بعد الحرب العالمية الأولى، ثم التلفزيون بعد الحرب العالمية الثانية، فضلا عن اختراع و إطلاق الأقمار الصناعية إلى الفضاء الخارجي، و التي استخدمت في مجالات عديدة أهمها مجال الاتصال و البث التلفزيوني.

¹ - سورة البقرة، آية 31

² - سورة الرحمن، الأيتان 3، 4

إننا نعيش الآن، بفضل ذلك، حضارة الإعلام و الانتشار السريع للمعلومات و الذكاء الإنساني؛ حيث انتقل العالم من الثنائية القطبية القائمة على التقسيم الإيديولوجي، إلى ثنائية قننيه جديدة، تقوم على التفريق بين من يملكون وسائل الاتصال الجديدة و من يفتقرون إليها⁽¹⁾.

لقد أحدث التلفزيون الحلي، و الفيديو كاسيت، و الإعلام الآلي، و الأقمار الصناعية، و نظام الألياف البصرية، و بنوك المعلومات، ثورة تكنولوجية لا يبدو أن هناك ما يحدها، و كانت إحدى أواخر هذه الألغاز التكنولوجية ما يسمى بالإرسال التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية، أي ذلك الإرسال الذي يأتي بصفة آنية، من محطة الإرسال مباشرة إلى جهاز التلفزيون الفردي، و يماثل ذلك، الإرسال الإذاعي الذي لا يتقيد بحدود المكان و الزمان⁽²⁾، و لا يعترف بسلطة "حراس البوابات"، و لا يعوقه "تكنيك" التشويش، و يحدث التأثير العميق في الجمهور، و يسحره بوضوح صورته و صفاء صوته...

و منذ إطلاق القمر الصناعي السوفييتي "سبوتنيك 1" عام 1957، توالى إطلاق أقمار صناعية كثيرة، و توج ذلك بإطلاق الجيل الثالث منها، و المتخصص في البث التلفزيوني المباشر؛ مما ساعد على إنشاء قنوات تلفزيونية فضائية مباشرة.

و لقد كانت دول المغرب العربي - و منها الجزائر - أولى الدول العربية التي غطاها البث التلفزيوني الأوربي، حيث كانت العديد من القنوات التلفزيونية الفرنسية و الإيطالية تلتقط في تونس أو الجزائر أو المغرب، كما سمحت بعض تلك الدول باستيراد و صنع الهوائيات المقعرة⁽³⁾.

و مع بداية التسعينات، من القرن الماضي، بدأت عملية التعرض تتوسع لتشمل جميع البلدان العربية. و كانت حرب الخليج الثانية، من العوامل المساعدة على زيادة امتلاك الأطباق اللاقطة، مما يعني زيادة التعرض للبث التلفزيوني الفضائي المباشر.

و لقد كان عام 1990 بداية الإعلان عن تحرر الشبكة الفضائية العربية من الحصار الوهمي الذي كان مضروبا عليها، و الذي عطل دورها في الاستفادة من خدماتها، و خاصة في مجال الاتصال التلفزيوني، و تجلّى ذلك التحرر في مبادرة العديد من الدول العربية إلى تأجير

1- محمد لعقاب، المسلمون في حضارة الإعلام الجديدة، دار الأمة، الجزائر، 1996، ص15.

2- عبد الرحمن عزي و آخرون، عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990، ص371.

3- عاطف عدلي العبد و فوزية عبد الله العلي، دراسات في الإعلام الفضائي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1995، ص100.

قنوات قمرية في القمر الصناعي العربي عربسات (Arabsat)، و تبع ذلك ظهور متواصل للفضائيات العربية، في المشرق و المغرب، و حتى من خارج المنطقة العربية⁽¹⁾. و أصبح لكل دولة عربية، فضائية أو أكثر، بل و دخل "نادي الفضائيات" حتى الخواص. و قد تعددت اتجاهات تلك الفضائيات و تخصصاتها؛ فهناك العامة، و هناك المتخصصة في الأخبار و التحليل السياسية، أو الأحداث الرياضية،...إخ. كما ظهرت أيضا فضائيات إسلامية، تحاول تقديم البديل الإسلامي في الإعلام الفضائي.

و خلاصة القول، فإن الفضاء العربي أصبح - الآن- يزخر بعدد معتبر من الفضائيات العربية حيث تبث برامج و مضامين تؤثر في المشاهدين و تصنع اتجاهاتهم. و قد اتضح أن الجمهور الجزائري يولي أهمية معتبرة لهذه الفضائيات، وخاصة فئة الطلبة الجامعيين.

أولا- الإشكالية:

يمكن اعتبار العقد الأخير من القرن العشرين عقد الفضائيات العربية؛ فمنذ ظهور الفضائيات الأولى ازداد إطلاقها سنة بعد سنة، حتى أصبحت كل البلدان العربية تملك فضائية أو أكثر، بل امتد الأمر إلى الخواص أيضا.

و يوجد اليوم في الساحة العربية ما يزيد عن مائة وخمسين فضائية. و يتعرض المشاهد العربي عموما، والمشاهد في الجزائر على وجه الخصوص يوميا لهذه الفضائيات، و بكثافة، كما تدل على ذلك بعض الدراسات التي أجريت في هذا الميدان⁽²⁾.

إن الجمهور في الجزائر يقبل على الفضائيات العربية لأسباب عديدة، ليس أقلها التوافق في بعض المقومات الثقافية و الحضارية و التاريخية و الواقعية. و إن ذلك الإقبال يترك - و لا شك - آثارا معينة على ذلك الجمهور سواء كانت هذه الآثار إيجابية أم سلبية.

¹ - المرجع نفسه، ص98.

² - عبد الله بوجللال و آخرون، القنوات الفضائية و تأثيراتها على القيم الاجتماعية و الثقافية و السلوكية لدى الشباب الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2002، ص162.

و على الرغم من أن العديد من الدراسات قد اتجهت إلى معرفة جمهور الفضائيات العربية في الجزائر، إلا أنها لازالت قليلة، و لم تف بالموضوع، و لم تواكبه مع مرور الزمن، و هو ما يحتم، في واقع الأمر، الاستمرار في محاولة معرفة الكيفية التي يتعامل بها ذلك الجمهور مع تلك الوسائل الإعلامية المتطورة و المؤثرة ، لاسيما إذا كان الجمهور المدروس نوعيا ، و هو المتمثل في جمهور طلبة الجامعة، بما يتصف به من اندفاعية عاطفية من جهة، و انضباط عقلائي من جهة أخرى، فضلا عن كونه يفترض فيه أن يتعرض للوسيلة الإعلامية بانتقائية، لتراوحه بين الاستغراق في الإقبال على الدراسة و بين الانفتاح على الوسائل المعرفية المختلفة، و منها القنوات التلفزيونية الفضائية، أخذا بعين الاعتبار عامل الوقت و الفراغ لدى الطالب الجامعي بين هذا الاهتمام و ذلك، أو ما يسمى بسوسيولوجية وقت الفراغ⁽¹⁾.

وتتجه الدراسة التي نحن بصددھا، إلى الركن الرابع من العملية الإعلامية في نموذج العالم الأمريكي لازويل " ... إلى من؟" * ، أي إلى محاولة الاقتراب من معرفة الكيفية التي يتعامل بها هذا الجمهور النوعي المتمثل في طلبة و طالبات جامعة سكيكدة مع الفضائيات العربية، و يمكن اعتبار طلبة و طالبات جامعة سكيكدة أنموذجا للطلبة و الطالبات في باقي الجامعات الوطنية.

و عليه يمكن صياغة إشكالية هذه الدراسة في الجملة الاستفهامية الآتية:

ما هي عادات و أنماط مشاهدة طلبة و طالبات جامعة سكيكدة للقنوات الفضائية العربية؟،

و ما تأثير ذلك على التحصيل الدراسي و الثقافي لديهم؟

ثانيا - تساؤلات البحث:

إن هذه الدراسة تسعى إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- 1- ما هي عادات مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للقنوات الفضائية العربية، من حيث: القنوات المفضلة، و الأيام المفضلة للمشاهدة، و فترات المشاهدة، و حجم المشاهدة في اليوم، و ظروف المشاهدة (فردية أو جماعية)؟

1- انشراح الشال، قنوات تلفزيونية فضائية في عالم ثالث، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص 57.
 * مقولة لاسويل المعروفة بالنمط الأمريكي متمثلة في المقولة الآتية : من قال ؟ قال ماذا ؟ بأية وسيلة ؟ لمن ؟ وبأي أثر ؟

2- ما هي الأنماط التي تشد انتباه طلبة جامعة سكيكدة عند مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية. من حيث: البرامج المفضلة، و طرق الاختيار و المفاضلة؟

3- ما هي الآثار المحتملة لمشاهدة القنوات الفضائية العربية، علي ثقافة الطلبة و تحصيلهم الدراسي؟

4- ما هي العوامل و المتغيرات التي تتدخل في عملية المشاهدة؟

ثالثا - أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية :

- 1- معرفة عادات و أنماط مشاهدة الفضائيات العربية لدى شريحة طلبة و طالبات جامعة سكيكدة . و العوامل المؤدية إلى كثافة المشاهدة .
- 2- معرفة عوامل التأثير على تحصيلهم الدراسي، و فيما إذا كانت المشاهدة التلفزيونية تؤثر بمفردها أم بمجموعة أخرى من العوامل.
- 3- معرفة علاقة المشاهدة ببعض المتغيرات المستقلة . كالنوع، التخصص ، الإقامة ... إلخ .

رابعا : - أهمية الموضوع:

إن هذا الموضوع يكتسي في نظري أهمية كبيرة في البحوث الإعلامية، و تتمثل هذه الأهمية فيما يلي:

- إن قطاعا كبيرا من الجمهور الجزائري يشاهد الفضائيات العربية، و تترتب على ذلك آثار مختلفة، على قيمة الثقافية و الاجتماعية و السلوكية... إلخ، و خاصة إذا كان ذلك الجمهور ممثلا في طلبة الجامعة، حيث يضاف إلى ذلك التأثير على التحصيل الدراسي.

- إن البعد العربي الإسلامي للشعب الجزائري، و اشتراكه مع باقي الشعوب العربية في كثير من القيم، يجعل دراسة تأثيرات وسائل الإعلام العربي - و خاصة الفضائي منه- على الجمهور

الجزائري، و معرفة كيف يتعامل هذا الجمهور و خاصة جمهور الطلبة الجامعيين مع القنوات الفضائية العربية عملا مطلوباً و وجبها.

- حسب متابعتي للدراسات السابقة في الجزائر، لاحظت قلة الدراسات التي خصت العينة المختارة في هذه الدراسة.

و عموماً، ما زالت بحوث الإعلام الفضائي و جمهوره خصوصاً، في حاجة إلى الدراسة و البحث و القياس، و هو ما أشارت إليه بعض الدراسات الأخرى⁽¹⁾.

خامساً : - مفاهيم الدراسة و مصطلحاتها:

إن عملية تحديد المصطلحات و المفاهيم في البحوث العلمية ضرورة معرفية، و هي لا تتم بطريقة عفوية أو اعتباطية عشوائية، بل تتم وفق منطق علمي أو وحدة منهجية ملائمة⁽²⁾.

و المفاهيم تمثل حلقة الوصل بين الدراسة النظرية و الدراسة الميدانية⁽³⁾. و يميز الباحثون بين نوعين من المفاهيم و هي المفاهيم النظرية و المفاهيم الإجرائية.

وسنتطرق في ما يلي إلى التعريف بالمفاهيم و المصطلحات التالية:

1- العادات:

- جاء في المعجم العربي الأساسي - لاروس⁽⁴⁾ - في معنى العادات ما يلي:
- عَادَة، جمع عَادَات: - كل ما عاود فعله الشخص حتى صار يفعله من غير تفكير.
- فعل يتكرر على وتيرة واحدة.

¹ - رمضان بن بخمة، جمهور الفضائيات العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر، 2004، ص185

² - فضيل دليو، أسس البحث و تقنياته في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر، بدون تاريخ، ص30

³ - فضيل دليو و آخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 1999، ص90

⁴ - جماعة من كبار المؤلفين العرب، بتكليف من المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم، المعجم العربي الأساسي، لاروس، 1989، ص876

ويعرف خضير شعبان العادة بأنها: "سلوك إنساني و ظاهرة فردية لها ضوابطها، تتكون من التعلم، وتكرار الاستجابات، وتكرر في مواقف متشابهة، وهناك عادات إجتماعية و جماعية تنشأ في المناسبات الخاصة كازدياد الأطفال و حالات الزواج"⁽¹⁾.

أما محمد عاطف غيث فيعرف العادة الفردية بأنها نمط متكرر للفعل يصدر عن فرد بالذات، يكون مكتسبا و ملاحظا من جانب الآخرين. و على الرغم من اختلاف الميكانيزمات، إلا أن المماثلة و ثيقة جدا بين العادة الفردية و العادات الجماعية، فالعادة الفردية تتعلق بالأشخاص و العادات الجماعية تتعلق بالمجموعات أو أي تجمعات أخرى⁽²⁾.

و قد يتحدد المعنى الفني لهذا المصطلح من الاستجابات السيكلوجية له، فقد وصف "بين" (Bain) العادة بأنها حركات عشوائية تجلب اللذة لمن يقوم بها، بينما ذهب آخرون من أمثال "ديوي" (Dewey) إلى أن العادات الفردية ليست مسألة سلوك متكرر فقط، و إنما تتضمن حساسية من جانب بعض الأشخاص نحو مثيرات أو منبهات معينة، مما يجعل من الممكن وصفها كما نصف الاتجاهات النفسية⁽³⁾.

وتشير العادة في علم النفس إلى ذلك السلوك المنتظم الذي يكتسبه الشخص عن طريق التعلم و التكرار، و تستثيره مواقف معينة، وتجعله يتميز بنوع من الثبات و الاستقرار النسبي، مع سهولة في الأداء حتى يصير كأنه آلي⁽⁴⁾.

و مفهوم العادة له صلة بالاتصال، فحينما نريد أن نجعل المتلقي يتعلم يجب أن نزيل عاداته الموجودة و نقيم مكانها علاقات جديدة بين المنبهات و الاستجابات، أي نجعل الفرد يعيد تفسير المنبهات، و أحيانا لا نريد أن نحقق تعلمًا بل نريد فقط استخدام عادات موجودة أو نقويها، و على العموم فإن كل اتصال له علاقة بعادات المتلقي و بالطرق التي يستجيب بها على منبه معين. و إذا كنا مهتمين بالاتصال فنحن في حاجة إلى فهم مبادئ تطور العادات و العوامل التي تحدد قوتها أو

1- خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام و الاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، 1422، ص 184

2- محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، 1996، ص 219

3- نفس المرجع، ص 219

4- إبراهيم مذکور، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة العامة للكتاب، مصر، 1975، ص 381

ضعفها و الأمور التي تؤثر على احتمال قيام الفرد باستجابات معينة على منبه معين بدلا من استجابات أخرى⁽¹⁾.

و هناك بعض العوامل التي تحدد قوة العادة عند الفرد منها: الاستمرار في تقديم الرسالة مع تحقيق جزاء أو بدون جزاء، و وجود أو عدم وجود منافسة بين منبه أو استجابة معينة و منبه واستجابة أخرى، و قدرة الجزاء الذي يحس الفرد أنه سيحصل عليه نتيجة الاستجابة، و الفترة الزمنية التي تكون بين القيام بالاستجابة و الجزاء الذي يحصل عليه الفرد، و المجهود المطلوب من المتلقي للقيام بالاستجابة⁽²⁾.

ويقصد بعادات المشاهدة في دراستنا، التعريف الإجرائي التالي: "القنوات الفضائية العربية المفضلة، و الأيام المفضلة للمشاهدة، والفترات المفضلة للمشاهدة، وحجم المشاهدة في اليوم، وظروف المشاهدة (فردية - جماعية)".

2- الأنماط:

عرف المعجم العربي الأساسي لاروس النمط كالاتي⁽³⁾:

- نَمَطٌ جمع أنمَاطٌ و نِمَاطٌ:

- نوع من البسط.

- طريقة وأسلوب.

- صنف ونوع و طراز.

- جماعة من الناس أمرهم واحد.

- نَمَطٌ، يُنَمَطُ، تَنَمِيطًا:

-... الشيء: جعله على نفس النوع أو الأسلوب.

-... به على الشيء: دله عليه.

و النمط نموذج يتكون من خصائص فرد، أو جماعة، أو ثقافة، يميزه عن نموذج فرد، أو جماعة، أو ثقافة أخرى. و تستخدم النماذج من أجل توفير وسيلة لتصنيف الأشخاص أو الثقافات

1- جهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص160.

2- المرجع نفسه، ص164

3- جماعة من المؤلفين العرب، مرجع سابق، ص1232

(أو غيرها)، كما أنها تفيد في التحليل في نفس الوقت. و التتميط هو التصنيف وفقا لسعي أو مجموعة معايير، و قد يستخدم هذا المنهج في تصنيف العناصر الثقافية، أو الجماعات الإنسانية أو المجتمعات المحلية⁽¹⁾.

ويعرف علماء الاجتماع النمط بأنه جزء من السلوك التفاعلي الذي يتكرر بشكل غالب، فهو مجموعة متناسقة من السلوك الذي يقوم به الشخص، و الذي يربط بين الأشخاص، و يجعلهم يتأثرون ببعضهم البعض، أو يوجد بينهم اعتمادا متبادلا أو تأثيرا متبادلا، ويضرب لذلك أمثلة، منها: تناول أفراد الأسرة الواحدة ثلاث وجبات من الطعام في اليوم، ومنها نوم الأولاد و استيقاظهم في وقت محدد⁽²⁾.

ويتضمن النمط الاجتماعي نوعا من التنسيق و الترابط و التوقيت بين النشاطات الخاصة بفردين أو أكثر مشتركين في النمط. و في المجال الثقافي يستخدم النمط و يشير إلي مجموعة السمات الثقافية التي تكون مجموعة من الوحدات لا تتجزأ، و مجموعة الوحدات تشكل سمة، و مجموعة السمات تشكل نمطا⁽³⁾.

ونقصد بأنماط المشاهدة في هذه الدراسة: ما يفضل طلبة و طالبات جامعة سكيكدة مشاهدته من برامج القنوات الفضائية العربية، و طرق مفاضلتهم و اختيارهم.

3- طلبة الجامعة:

الطالب الجامعي هو الشخص المسجل في مؤسسة من مؤسسات التعليم العالي و البحث العلمي، و يتابع دراسته فيها بصفة رسمية، و يقضي فيها مرحلة تعليمية تمتد من ثلاثة إلى سبعة سنوات دراسية وذلك بعد حصوله على البكالوريا أو ما يعادلها، ولم يتم تخرجه بعد.

ويقصد بطلبة الجامعة – في الدراسة التي نحن بصددنا – الطلبة و الطالبات الذين كانوا مسجلين رسميا و يتابعون دراستهم في إحدى كليات جامعة سكيكدة، التي هي إحدى مؤسسات التعليم العالي تحت وصاية وزارة التعليم العالي و البحث العلمي في الجزائر.

1- محمد عاطف غيث، مرجع سابق، ص 491

2- إبراهيم مذكور، مرجع سابق، ص 622

3- المرجع نفسه، ص 622

و قد بدأت جامعة سكيكدة كمدرسة عليا للتعليم التقني (ENSET) في 22 مارس 1988 م بمرسوم تنفيذي رقم: 88/63، ثم تحولت إلي مركز جامعي في 07 جويلية 1998 م بمرسوم تنفيذي رقم: 98/223، لتصبح جامعة في 18 سبتمبر 2001 م بالمرسوم التنفيذي رقم: 01/272⁽¹⁾.

ومن الناحية التنظيمية، تنقسم جامعة سكيكدة إلي ثلاثة مواقع هي: القسم المركزي ويقع علي بعد (04) كلم إلي الجنوب الغربي من مدينة سكيكدة، وملحقة مرج الذيب وتقع في الجنوب الشرقي للمدينة، أما القسم الثالث فيقع في ملحقة عزابة وتوجد علي بعد (39) كلم شرق مدينة سكيكدة⁽²⁾.

وتضم الجامعة ثلاث كليات هي:
 - كلية العلوم الهندسية: وتشمل الأقسام الآتية: الإعلام لآلي، الإلكترونيك، الهندسة المدنية، العلوم الزراعية، الميكانيك، والعلوم الأساسية.
 - كلية الحقوق و العلوم الاجتماعية: وتشمل الأقسام التالية: العلوم القانونية والإدارية، الأدب العربي، علم الاجتماع، و علم النفس.
 - كلية علوم التسيير و العلوم الاقتصادية: وتضم قسم علوم التسيير، وقسم العلوم الاقتصادية⁽³⁾.

وقد بلغ عدد الطلبة والطالبات المسجلين في الموسم الجامعي (2004/2003) 11522 طالبا و طالبة. وهناك طلبة وطالبات يقطنون في الأحياء الجامعية، وآخرون يقطنون في بيوتهم. ويتكون مجموع طلبة و طالبات الجامعة أساسا من القادمين من داخل الولاية بدواثرها و بلدياتها، إضافة إلي القادمين من المناطق الأخرى. أما الشهادات التي تحضر في الجامعة فتشمل:
 - شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية (DEUA)، وتستغرق مدة الدراسة فيها (03) سنوات.
 - شهادة الليسانس (Licence) ومدتها (04) سنوات.
 - شهادة مهندس دولة ومدتها (05) سنوات.

Echos de l'université de Skikda, N° 00, Avril 2004, P6.

Ibid, P5.

<http://www.univ-skikda.dz/faculte.php>(15/5/2004)

كما تضم أيضا بعض الأقسام في دراسات ما بعد التدرج (Poste Graduation):
الماجستير و الدكتوراه⁽¹⁾.

4- القنوات الفضائية:

عندما نتحدث عن القنوات الفضائية، أو اختصارا " الفضائيات" فإننا نتحدث - في واقع الأمر- عن البث التلفزيوني الفضائي الذي يتم عن طريق الأقمار الصناعية "Satellites Artificiels"، حيث تستقبل هذه الأخيرة الإشارات المرسله من المحطات الأرضية، ثم تقوم بإعادة إرسالها إلي محطات أرضية أخرى بعيدة عن المحطة الأصلية بعدا تعجز الإشارات عن الوصول إليها إلا باستخدام قوة إرسال كبيرة⁽²⁾.

وقد تحقق أول نجاح في هذا المضمار، مع إطلاق القمر الصناعي الأمريكي إيرلي بيرد "Early bird" في 06 أفريل 1965 م فوق المحيط الأطلنطي⁽³⁾.

وفي هذا النوع من الاتصال تصل الرسالة الإعلامية من محطة أرضية معينة في مكان معين، عبر قنوات القمر الصناعي من خلال وصلة صاعدة إلي القمر، وفي وصلة هابطة من القمر إلي محطة أرضية أخرى في مكان آخر، ومن هذه المحطة الأخيرة إلي هوائيات الاستقبال في المنازل إلي شاشات التلفزيون أمام المشاهدين⁽⁴⁾.

و يتضح من خلال الصورة الأنفة الذكر، أن البرامج التلفزيونية تمر وقبل أن تصل إلي المشاهد بمحطة أرضية. وهنا يمكن أن تتعرض لعملية التصفية حيث لا يسمح "حراس البوابة" بمرور إلا البرامج التي يريدون وصولها⁽⁵⁾.

وفي أواسط الثمانينات أمكن للبرامج التلفزيونية أن تصل مباشرة إلي المشاهد دون أن تمر بالمحطات الأرضية، وتم ذلك باستخدام أقمار صناعية خاصة بالبث المباشر كالقمرين الصناعيين

1- المرجع نفسه.

2- مجلة العلم و الإيمان، عدد56، مارس 1980 م.

3- ليلى العقاد، القمر الصناعي العربي و التعليم المفتوح، دار الفكر العربي، 1982 م، ص317.

4- عبد الشوحيح و آخرون، مرجع سابق، ص88.

5- المرجع نفسه، ص89.

الفرنسيين TDF1، TDF2 الذين وزعت عليها القنوات التلفزيونية الفرنسية⁽¹⁾.

وتحتاج عملية البث التلفزيوني الفضائي المباشر إلي التوفر علي معدات معينة حتى يتمكن المشاهد من التقاط البرامج عن طريقها؛ فلا بد من استعمال هوائي مقعر في شكل "قطعي مكافئ" (Parabolique) و يوجه إلي القمر الصناعي مما يمكنه من التقاط الإشارات وتوجيهها إلي رأس "فائق التردد" (Hyperfréquence) يكون عمله نقل الإشارات نحو جهاز مستخلص (Démodulateur) يسمح بانتقاء الشبكة المطلوبة، ونقل إشاراتها إلي جهاز التلفزيون اللاقط⁽²⁾.

وإذا كانت الشبكة غير مفهومة، فلا بد من إدخال جهاز فك رموز الشيفرة (Décodeur) في الجهاز المستخلص و الجهاز اللاقط، ويمكن أن تكون هاتان الآليتان مدمجتين⁽³⁾.

هذا، وقدمت من طرف بعض المختصين تعاريف للبث التلفزيوني الفضائي، نذكر منها التعاريف التالية:

تعريف معجم المصطلحات الإعلامية⁽⁴⁾: "هو إرسال البرامج التلفزيونية، أو استقبالها، بواسطة الأقمار الصناعية، ويتم ذلك بواسطة شبكات أرضية، ترسل و تستقبل من أحد الأقمار الصناعية، وفق تنسيق معين".

وواضح من هذا التعريف أنه لا يتعلق بالبث التلفزيوني الفضائي المباشر، فقد ضمن التعريف الشبكات الأرضية التي ترسل وتستقبل الإشارات التلفزيونية من القمر الصناعي.

أما الاتحاد الدولي للاتصالات فإنه يعرف البث التلفزيوني المباشر بأنه: "إمكانية استقبال المشاهد العادي أية إشارة تلفزيونية مباشرة من القمر الصناعي في منزله دون تدخل مراكز الاستقبال الثابتة ضمن الترددات التي حددها الاتحاد الدولي لهذه الخدمة⁽⁵⁾".

¹ - Jean Pierre Paul, Economie de la Communication, Ed. Dahleb, Que sais-Je ? 1995, P99

² - فرنسيس بال و جيرار إيميري، وسائل الإعلام الجديدة، ت: فريد أنطونيوس، عوידات للنشر و الطباعة، بيروت، لبنان، 2001 م، ص 40

³ - المرجع نفسه، ص 40

⁴ - معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، القاهرة، 1409هـ/1989م، ص 515

⁵ - http://www.aljazeera.com.sa/magazine/02_03_02_ax46.htm.

وأما الدكتورة انشراح الشال فتعرف القنوات الفضائية بأنها: "مد الحدود الاتصالية إلى ما وراء الحدود الجغرافية و السياسية، بصرف النظر عن الظروف المكانية والمسافة"⁽¹⁾.

و لقد كانت المنطقة العربية سريعة الاستجابة في التعامل مع ظاهرة البث التلفزيوني الفضائي حيث رأت عشرات الفضائيات العربية النور منذ عام 1993⁽²⁾.

و يمكن أخيراً، أن نعرف الفضائيات العربية حسب ما نقصده في هذه الدراسة بأنها: القنوات التلفزيونية التي يستقبلها المشاهد، مباشرة من القمر الصناعي، دون تدخل مراكز الاستقبال الثابتة، وتكون هذه القنوات مملوكة لهيئة عربية حكومية أو خاصة، سواء كانت مقراتها داخل البلاد العربية أم خارجها.

سادساً - نوع الدراسة ومنهجها ومجالها:

1- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية دون التحكم فيها أو في أسبابها⁽³⁾.

ويعتمد هذا النوع من البحوث، بالدرجة الأولى، على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع، و التعبير عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيراً كمياً، فالتعبير الكيفي يصف هذه الظاهرة و يوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً لها، ويبرز مقدارها أو حجمها ودرجات ارتباطها مع غيرها من الظواهر الأخرى⁽⁴⁾.

ويعرف حمدي أبو الفتوح عطيفة الدراسات الوصفية بأنها تلك الدراسات المصممة لاستخلاص معلومات عن موضوع معين دون الحاجة إلى تفسير هذه المعلومات. و يهدف هذا

1- انشراح الشال، قنوات للتلفزيون فضائية في عالم ثالث، مرجع سابق، ص 37.

2- عبد الرحمن عزي وآخرون، العرب والإعلام الفضائي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2004م، ص 8.

3- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: الأسس و المبادئ، عالم الكتب، القاهرة، ص 123.

4- دوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي، مفهومه، أدواته و أساليبه، دار مجدلاوي، عمان، ص 183.

النوع من الدراسات إلى عمل وصف دقيق لسمات فرد ما، أو موقف ما أو جماعة ما، والشيء الأساسي في ذلك هو دقة الوصف و الابتعاد عن التحيز⁽¹⁾.

أما الدكتور على غربي فيرى أن البحوث الوصفية تهدف إلى معرفة وجود الظاهرة المدروسة عن طريق وصفها و تشخيصها بمحاولة الإجابة عن مثل التساؤل التالي: لماذا هذه الظاهرة هي الآن هكذا؟ وكيف كانت من قبل⁽²⁾؟

2- منهج الدراسة:

المنهج في معناه الاصطلاحي هو " الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة مجموعة من القواعد العامة، التي تهيمن على سير عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة"⁽³⁾.

و لكي يؤدي المنهج دوره، ويسهل عملية الوصول إلى الغاية من استعماله، ينبغي أن يكون مرتبطا ارتباطا وثيقا بموضوع وأهداف البحث⁽⁴⁾.

و يعتبر منهج المسح الوصفي من أنسب المناهج في الدراسات الإعلامية وبخاصة تلك التي يكون موضوعها "كيف يتعامل الجمهور مع الوسيلة الإعلامية؟ و أنماط سلوكه وتعامله معها"⁽⁵⁾. كما هو الحال في دراستنا هذه.

ويعرف البعض منهج المسح الوصفي بأنه: "دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة وفي مكان معين وفي الوقت الحاضر"⁽⁶⁾.

1- حمدي أبو الفتوح عطيفة، منهجية البحث العلمي وتطبيقاتها في الدراسات التربوية و النفسية، دار النشر للجامعات، القاهرة، 1417هـ / 1996م، ص114.

2- فضيل دليو وآخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص49.

3- محي الدين عبد الحليم، الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي، دار الفكر العربي، 1404هـ / 1984م، ص27.

4- محمد الجوهرى وعبد الله الخريجي، طرق البحث الاجتماعي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1983م، ص107.

5- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1993 م، ص122.

6- محمد زيان عمر، البحث العلمي: مناهجه وتقنياته، دار الشروق للنشر والطباعة، جدة، م ع س، ط4، 1983م، ص117.

و يرى "محمد على محمد" بأنه منهج ملائم للواقع الاجتماعي و خصائصه، وهو الخطوة الأولى نحو تحقيق الفهم الصحيح لذلك الواقع، فهو يمكننا من الإحاطة بكل أبعاد هذا الواقع محددة علي خريطة تصف و تصور بكل دقة كافة ظواهره و سماته⁽¹⁾.

وينبغي أن يتناول المسح مشكلة واضحة و محددة، ذات أهداف ثابتة. و هو يساعد في اكتشاف علاقات معينة بين مختلف الظواهر التي لا يستطيع الباحث الوصول إليها بدونه، كما يوصل إلي نتائج هامة، وقد يستعين به الباحث للوصول إلي تعليمات⁽²⁾.

وتتحدد خطوات منهج المسح الوصفي من خلال تسجيل وتحليل و تفسير الظاهرة المدروسة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة عنها، وعن مصدرها وطرق الحصول عليها⁽³⁾.

هذا، و إن اعتمادنا علي منهج المسح الوصفي بالعينه يهدف إلي معرفة عادات و أنماط مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للقنوات الفضائية العربية، وما يمكن أن ينتج عن تلك المشاهدة من تأثير على ثقافتهم وتحصيلهم الدراسي.

ومن الناحية العملية - الميدانية - فإن الدراسة المسحية لا تقف عند الوصف فقط، بل تحاول تجاوزه إلي التفسير، و التعليل⁽⁴⁾.

فالباحث في مثل هذه الدراسات يستهدف الوصول إلي محاولة إيجاد تفسيرات و تحليلات و تعليقات للحقائق التي يحصل عليها، و ذلك باستخدام العمليات الإحصائية اللازمة⁽⁵⁾.

3- مجال الدراسة:

يتحدد مجال هذه الدراسة، من خلال تحديد المجال المكاني (الجغرافي)، و المجال الزمني، و المجال البشري.

¹ - منصور زويد المطيري، الصياغة الإسلامية لعلم الاجتماع: الدواعي و الإمكان، كتاب الأمة، رقم 33، مركز البحوث و المعلومات، وزارة الأوقاف و الشؤون الإسلامية، قطر، 1413 هـ، ص36

² - عبد المعطي محمد و محمد السرياقوسي، أساليب البحث العلمي، مكتبة الفلاح، الكويت، 1988م، ص115، 116

³ - محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص122

⁴ - حمدي أبو الفتوح عطيفة، مرجع سابق، ص115

⁵ - رمضان بن بخمة، مرجع سابق، 13

ا- المجال المكاني (الجغرافي):

يتحدد مجال الدراسة الجغرافي بجامعة سكيكدة، وهي موزعة علي ثلاثة مواقع، وهي: الموقع المركزي الكائن بمنطقة "الحدائق"، وملحقة كائنة بمرج الذيب، و ملحقة أخرى كائنة بعزابة.

ب- المجال الزماني:

لقد بدأ إعداد المادة النظرية للدراسة المتعلقة بالفصل النظري المتعلق بالفضائيات العربية بعد تقديم المشروع مباشرة أي من جانفي 2004 إلي أفريل من نفس السنة، وبعد اعتماد البحث شرعا مباشرة في إعداد أداة الدراسة الميدانية و المتمثلة في الاستبيان في الفترة ما بين أفريل و أواسط ماي ثم جاءت مرحلة توزيع استمارة الاستبيان، و استغرقت العملية الأسبوعين الأخيرين من ماي و الأسبوع الأول من جوان 2004، لتأتي بعد ذلك مرحلة تفرغ الاستمارات و جدولتها و إجراء العمليات الإحصائية المتعلقة بها، و استغرقت حوالي شهرين، لتأتي مرحلة التحليل و التفسير، و استغرقت حوالي ثلاث شهور لتأتي المرحلة الأخيرة وهي تحرير المادة النظرية و الميدانية و إخراج الدراسة في شكلها الأخير.

ج- المجال البشري:

ويتعلق الأمر بجمهور هذه الدراسة، و المتمثل في طلبة و طالبات جامعة سكيكدة. و قد اختيرت عينة طبقية حصصية، تتكون من مائتي مفردة، حيث يشكل جنس البنات 100 مفردة، و جنس الذكور 100 مفردة و يشمل ذلك الذين يتابعون دراستهم في تخصص العلوم الإنسانية بـ 96 طالبا و طالبة. و الذين يتابعون دراستهم في تخصصات العلوم و التكنولوجيا بـ 104 طالب و طالبة.

جامعة الأمير عبد القادر العظمى الإسلامية

الفصل الثاني

الدراسات السابقة

مما ينبغي أن يضطلع به الباحث هو سعيه لأن يكون له رصيد كاف من المعلومات والأفكار والخبرات، المتعلقة بالموضوع الذي يريد أن يبحث فيه. ولا شك أن ذلك يساعده على تحديد مشكلة بحثه تحديدا دقيقا، و تبيان موقع بحثه من الجهود السابقة له، فضلا عن تنبيهه إلى المصادر التي يمكن أن يتعرف عليها و يستفيد منها⁽¹⁾.

كما أن ذلك يمكنه من وضع قدميه على أرض صلبة، و يسهل عملية إنجاز بحثه بكل دقة و دراية و اقتدار.

وتصنف الدراسات السابقة التي نوردها في هذا الفصل إلى دراسات عربية ودراسات جزائرية.

أولا: الدراسات العربية :

1- في دراسة تمحورت إشكاليته حول البث الواصل على شاشات التلفزيون، حاولت انشراح الشال⁽²⁾ الوصول إلى معرفة أسباب توجه المشاهدين إلى البرامج الواصل، و تأثير ذلك على حجم التعرض إلى القناة الوطنية مثلا، و مدى إمكانية رفض وسيلة أخرى إذا كان مضمونها يشكل تأثيرا على الهوية الثقافية و الوطنية.

و توصلت الباحثة إلى أن الذكور أكثر مشاهدة للقنوات الواصل بنسبة 71% من الإناث بنسبة 29%. كما أن معظم المشاهدين من حملة المؤهلات الجامعية بنسبة 75%. و معظم المشاهدين يجيدون اللغتين الفرنسية و الإنجليزية. و لعل ذلك يؤشر لعلاقة مشاهدة البرامج الأجنبية بمعرفة اللغة الأجنبية.

و قد جاءت قناة سوبر تشانل "Super Chanel" البريطانية في المرتبة الأولى في تفضيلات أفراد العينة المدروسة، تليها قناة سي أن أن (CNN) الأمريكية، ثم تأتي قناة أورو نيوز (Euronews)، ثم تأتي في المرتبة اللاحقة بعض القنوات العربية مثل تلفزيون الشرق الأوسط (MBC)، ثم الفضائية المصرية (ESC)، ثم القناة التونسية.

¹- فضيل دليو وآخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 105
²- انشراح الشال، بث و افاذ على شاشات التلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994. و قد أجريت هذه الدراسة في سنة 1994 بمدينة القاهرة على عينة تتكون من 173 مفردة و استخدم فيها منهج المسح الإعلامي بالعينة، و استخدمت فيها صحيفة الاستبيان لجمع البيانات.

و قد صرح أفراد العينة، أن مشاهدة البرامج الوافدة، أثر على مشاهدة برامج التلفزيون الوطني. و تكمن أسباب حيازة الهوائيات المقعرة في الرغبة في الإطلاع على الأحداث العالمية، و ما يدور في الخارج، و كذلك تحسين اللغة الإنجليزية.

2 - و في دراسة لـ "حمزة بيت المال"، استهدفت معرفة عادات و أنماط مشاهدة القنوات الفضائية، في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية⁽¹⁾، توصل إلى أن 22% من أفراد العينة المدروسة يستعملون أجهزة استقبال جماعية، بينما يستخدم 77% منهم أجهزة خاصة. كما أن هناك نسبة كبيرة تشاهد القنوات التلفزيونية الفضائية يوميا، و ذلك بنسبة 73%.

و فيما يتعلق بالقنوات المفضلة، فقد جاءت قناة الشرق الأوسط (MBC) في المرتبة الأولى، ثم جاءت في المرتبة الثانية الفضائية المصرية (ESC)، مع قناة دبي الفضائية، ثم جاءت في المراتب الموالية بعض القنوات الناطقة باللغة الإنجليزية، حيث جاءت القناة الأمريكية "سي أن أن" (CNN) في المرتبة الثالثة و قناة ستار تيفي (STARTV) في المرتبة الرابعة.

أما على صعيد الأنماط المشاهدة، فإن أفراد عينة الدراسة، قد صرحوا بأنهم يشاهدون البرامج الإخبارية بدرجة أكبر، ثم تأتي البرامج الثقافية في المرتبة الثانية و في المرتبة الثالثة البرامج الترفيهية كالدراما و الأفلام و المسلسلات.

و قد أشارت الدراسة إلى أن مشاهدة برامج القنوات الفضائية، قد أثرت على مشاهدة القنوات المحلية، و يتعلق الأمر بالأوقات المخصصة لهذه القنوات.

3- وفي دراسة حول مشاهدة البث التلفزيوني المباشر في الوطن العربي، حاول أديب خضور⁽²⁾ التعرف على الجمهور المستقبلي للبث التلفزيوني الفضائي المباشر، و دارت تساؤلات الدراسة حول مدى الإقبال على البث التلفزيوني المباشر، و دوافع ذلك، و عادات و أنماط المشاهدة، بالإضافة إلى ما تتركه تلك المشاهدة من آثار على المشاهد، و كيف ينظر الجمهور إلى البث الفضائي، و هل يندرج ذلك ضمن إطار التبعية أم في إطار التفاعل؟

1- حمزة بيت المال، استقبال القنوات التلفزيونية الفضائية في المملكة العربية السعودية، دراسة حالة عن مدينة الرياض، المجلة التونسية للاتصال، عدد 31، جوان 1997م، و اعتمدت هذه الدراسة على عينة عمدية مشكلة من 200 مفردة.

2- أديب خضور، مشاهدة البث التلفزيوني المباشر في الوطن العربي، جمهور مدينة دمشق نموذجا، مجلة شؤون عربية، مارس 1998، ص 189-208. أجريت الدراسة في شهر نوفمبر سنة 1996م بمدينة دمشق العاصمة السورية، على عينة عشوائية، تتكون من 145 مفردة، و استعملت فيها استمارتا الاستبيان و المقابلة كأداتين لجمع المعلومات.

و قد توصل الباحث إلى أن مشاهدة المحطات الفضائية، تترسخ لتصبح تجربة يومية، و منتظمة، مع وجود نسبة 42.7% ما زالت مشاهدتهم قلقة، و غير مستقرة. و أن كتلة أساسية من الجمهور تتشاهد البث الفضائي في فترة المساء و السهرة بنسبة 84.1%، مقابل 15.9% يشاهدون في فترة الصباح و بعد الظهر. و يشاهد 45.6% من أفراد العينة البث الفضائي أقل من ساعتين في اليوم، بينما يشاهد 54.4% منهم أكثر من ساعتين في اليوم.

و بخصوص تجربة المشاهدة، صرح 30.5% أنهم يشاهدون مع الأسرة، في مقابل 7.5% يشاهدون لوحدهم، و الملفت للانتباه أن نسبة 24.8% قد صرحوا ب(حسب الظروف)، مما يؤشر حسب الباحث إلى توقع الميل باتجاه المشاهدة الفردية في المستقبل.

و قد جاءت أفضلية المشاهدة لصالح القنوات الفضائية العربية، بنسبة 77.2%، مقابل 22.8% من أفراد العينة يفضلون القنوات الأجنبية. و ترى نسبة 42% أنها تفضل الفضائيات العربية بسبب عائق اللغة الذي يحول دون التعرض للقنوات الأجنبية، بينما ترجع نسبة 40% إقبالها على الفضائيات العربية إلى القيم و الأفكار و الثقافة المشتركة و العادات و التقاليد.

و قد أظهرت الدراسة أن نسبة 86.1% من المبحوثين تشاهد خمس قنوات فضائية عربية، هي: ART (24.8%)، الفضائية المصرية ESC (19.3%)، الفضائية السورية (17.9%)، LBC (12.3%)، دبي (11.7%).

و بخصوص أنماط المشاهدة المفضلة في القنوات الفضائية العربية، فتأتي المسلسلات التلفزيونية في المرتبة الأولى (26.2%)، تليها الأخبار و البرامج السياسية (18.6%)، ثم البرامج الرياضية (15.1%). و الملفت للانتباه حسب هذه الدراسة أن البرامج الثقافية و الدينية و العلمية و الاقتصادية مجتمعة لا تشكل إلا 18% من تفضيلات أفراد العينة. في حين تستأثر البرامج الترفيهية باهتمام 61.3% منهم.

و قد أظهرت الدراسة أن استقبال البث التلفزيوني المباشر يترك أثرا سلبية على مشاهدة التلفزيون المحلي لدى 71.2% من أفراد العينة، و على عدد ساعات النوم من حيث انخفاضها لدى 60%، و على العلاقة مع الأولاد (مشاكل حول كمية و نوعية المشاهدة، و انخفاض الوقت الذي يقضيه الوالد مع الأولاد) لدى 51.7% من أفراد العينة المدروسة. أما الآثار الإيجابية فتتعلق بالمطالعة (زيادة قراءة الصحف و المجلات و مطالعة الكتب) لدى 55.1% من أفراد العينة، و كذلك بعلاقة الزوج بزوجه لدى 70.4% من أفراد العينة. و قد أظهرت الدراسة أيضا، أن

50.3% من الجمهور يرون أن البث التلفزيوني الفضائي يمثل انفتاحا حضاريا و ثقافيا مفيدا، مقابل 19.3% يرونه غزوا حضاريا و ثقافيا و أخلاقيا خطيرا و مفسدا، و أن 57.6% يعتبرونه ضروريا للفرد و المجتمع، مقابل 15.8% يطالبون بمنعه.

ويعتقد صاحب هذه الدراسة أنه يمكن تعميم معظم نتائجها على مختلف البلاد العربية، و ذلك لأسباب سياسية و إجتماعية و ثقافية و إتصالية، و نعتقد أن هذه فرضية يمكن إثباتها أو إبطالها، و سنسعى إلى ذلك من خلال الدراسة التي نحن بصددتها.

4- و في دراسة ميدانية تناولت الجمهور العربي و البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية أجريت أواخر 1998 و قام بها مجموعة من الباحثين العرب⁽¹⁾ و بالتنسيق مع إتحاد إذاعات الدول العربية، و قد استهدفت هذه الدراسة محاولة معرفة علاقة الجمهور العربي بالبث التلفزيوني المباشر بقصد الإجابة عن عدة تساؤلات تتعلق بعلاقة أفراد العينة بالبث التلفزيوني المباشر مقارنة بالعلاقة مع التلفزيون الوطني، و مبررات التعرض و علة ذلك (التفتح على الآخر أم التحفظ من برامج القنوات الوطنية؟)، و تساؤلات أخرى تتعلق بأنماط البرامج الأجنبية و العربية التي تستهوي أفراد العينة، و طبيعة هذه الأنماط (مألوفة، مسكوت عنها)، و مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مشاهدة القنوات الوطنية، و أخيرا تساؤلات تتعلق بمدى التنسيق بين القنوات العربية و التكامل و التعاون فيما بينها.

و قد توصل الباحثون إلى أن مدة امتلاك المبحوثين للهوائيات المقرة حديثة العهد؛ فهي تتراوح ما بين 04-05 سنوات لدى 89% من العينة الإماراتية، و 65% من العينة المصرية، و 62% من العينة التونسية، و 48% من العينة الأردنية، كما لوحظ انخفاض في حجم مشاهدة القنوات المحلية، و زيادة في مشاهدة القنوات الفضائية، باستثناء العينة المصرية، لا يعني ذلك مقاطعة للقنوات المحلية أو هروبا منها.

و تشير الدراسة إلى تفتح أغلبية أفراد العينة على القنوات العربية و هي مركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC) و راديو و تلفزيون العرب (ART) و الفضائية المصرية (ESC) و الجزيرة إلخ. و فيما يتعلق بتفتح أفراد العينة على القنوات الأجنبية، فإن ذلك

1- عبد القادر بن الشيخ و محمد حمدان و بمساهمة عدد من الباحثين، الجمهور العربي و البث التلفزيوني المباشر عبر القنوات الفضائية، الوسط الحضري مثلا، إتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 1، تونس 1998. و قد أجريت الدراسة على عينة عمدية تتكون من 400 مفردة موزعين على عدة عواصم دول عربية هي الإمارات العربية المتحدة، مصر، الأردن، و تونس.

- فيما يبدو- يخضع لعامل اللغة حيث تحظى القنوات الفرنسية TF1، M6، F2 بتفضيل من 20% إلى 30% من العينة التونسية، و بدرجة أقل قناة أورو نيوز (Euronews)، و أورو سبور (Eurosport) حيث لا تتجاوز النسبة 10%. أما في العينات المشرقية (المصرية و الأردنية و الإماراتية)، حيث يكثر الذين يتكلمون اللغة الإنجليزية، فنجد التفضيلات تتجه إلى القنوات الناطقة باللغة الإنجليزية كقناة CNN الأمريكية. مع ملاحظة حضور قناتي TF1 و TV5 الفرنسيين. و بالإضافة إلى عامل اللغة هناك عامل الجغرافيا حيث سجل اهتمام العينتين الأردنية و المصرية بالقناة الإسرائيلية.

و إذا اتجهنا إلى الأنماط، فإن الجمهور المستجوب يشاهد القنوات العربية قصد متابعة المسلسلات و المنوعات و البرامج الثقافية و الدينية، بينما يتعرض للقنوات الأجنبية بغرض مشاهدة الأفلام و الرياضة و البرامج العلمية و الوثائقية. و فيما يتعلق بمتابعة البرامج الإخبارية، فإنها تتسم بالتباين و عدم الانتظام و لا تستقطب نسبة كبيرة من المشاهدين حيث صرح 52% من العينة الإماراتية اهتمامهم بالأخبار العربية، و صرح 50% من العينة التونسية بأنهم يتابعون البرامج الإخبارية من القنوات الفرنسية. أما العينة الأردنية فإن الثلث منها فقط يتابع الأخبار، في حين تنخفض النسبة إلى الخمس في العينة المصرية. و نفس التباين أيضا يطبع علاقة الجمهور المستجوب مع البرامج الدينية فقد صرح (1/3) من العينة التونسية أنهم يتابعونها، و يبدو أن متابعة تلك البرامج تنحصر في الفئة العمرية ما بين 40 و 50 سنة و ما فوقها.

5- و في دراسة عن مشاهدة الجمهور العراقي للقنوات الفضائية العربية توصل علي حسين طونية و وسام فاضل⁽¹⁾ إلى اتساع عملية نصب أجهزة الاستقبال الفضائي بعد 2003/04/09، و هو تاريخ الاحتلال الأمريكي للعراق. حيث أشار 73% من المبحوثين أنهم نصبوا هذه الأجهزة بعد ذلك التاريخ. كما تبين ارتفاع ساعات المشاهدة للقنوات الفضائية العربية لدى المشاهد العراقي، حيث أشار 43% من أفراد العينة أنهم يشاهدون بين 04-05 ساعات يوميا، كما أشار 27% منهم أنهم يشاهدون أكثر من 05 ساعات يوميا. و هذا يؤشر على أن المشاهد العراقي أصبح يعد من النوع الثقيل (Heavy viewer).

¹ - علي حسين طونية و وسام فاضل، دراسة ميدانية لأنماط الأذواق لدى الجمهور العراقي
www.azzaman.com/azzaman/http/display.asp?fname=/azzaman/articles/2004/09-27/799.html

و قد حظي القمر الصناعي نايلسات (Nile sat) بأعلى معدلات التفضيل فقد ذكر 41% من المشاهدين أنهم يشاهدون الفضائيات التي تبث عبر هذا القمر الصناعي.

وقد جاءت قناة تلفزيون الشرق الأوسط (MBC) في المرتبة الأولى في تفضيلات أفراد عينة البحث، ثم تأتي قناة العربية في المرتبة الثانية، ثم قناة روتانا في المرتبة الثالثة. كما سجل في هذه الدراسة شيوع حالات التحول المستمر بين القنوات؛ فقد أشار 79% من المبحوثين أنهم غالباً ما يتحولون في اختيار القنوات المشاهدة، و يرجع 74% منهم سبب ذلك التحول إلى مشاكل داخل الأسرة. كما أشارت الدراسة إلى تحكم الأب في عملية التعرض للقنوات الفضائية حسب ما ذكر 63% من المبحوثين لدوافع رقابية اجتماعية.

و من حيث الأنماط المفضلة، فتأتي البرامج الغنائية في المرتبة الأولى، ثم البرامج الإخبارية و السياسية في المرتبة الثانية.

و بخصوص آثار المشاهدة، ذكر 53% من المبحوثين أن التعرض للثب التلفزيوني الفضائي له آثار سلبية، مقابل 56% منهم لا يرون بأنه ليس هناك آثار إيجابية للتعرض للثب الفضائي. و ذكر 76% من أفراد العينة أنهم لا يمنعون الأطفال من المشاهدة، رغم أن نسبة 39% من المبحوثين، يرون أن تعرض الأطفال للثب الفضائي له آثار سلبية عليهم.

6- وفي دراسة عن البث التلفزيوني الفضائي، استهدفت التعرف على عادات و أنماط التعرض للقنوات الفضائية العربية و الأجنبية في اليمن عند طلبة جامعة صنعاء، توصل محمد سعيد⁽¹⁾ إلى أن 65% من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية عن طريق أجهزة استقبال خاصة بهم، و أن مشاهدة القنوات الفضائية يتم بمعدل أكبر من معدل التعرض إلى التلفزيون الوطني؛ أي أن مشاهدة القنوات الفضائية، أثرت على مشاهدة التلفزيون الوطني. كما أن حجم التعرض إلى القنوات الفضائية العربية يتم بمعدل أكبر من حجم التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية؛ حيث حازت القنوات الفضائية العربية على تفضيلات المشاهدين من أفراد عينة الدراسة. و أهم القنوات العربية المفضلة هي القناة اللبنانية (LBC)، و المستقبل، و تلفزيون الشرق الأوسط (MBC)، و قناة الجزيرة، و إذاعة و تلفزيون العرب (ART)، و الفضائية المصرية

1- محمد سعيد، البث التلفزيوني الفضائي الوافد إلى اليمن و عادات تعرض طلبة الجامعة له (دراسة ميدانية على طلبة جامعة صنعاء)، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، عدد 01، سنة 2004، ص 110 و ما بعدها. طبقت هذه الدراسة الميدانية في الفترة من ديسمبر 1997 لغاية فبراير 1998، على عينة طبقية عشوائية من طلبة جامعة صنعاء، عددها 600 طالب و طالبة، و استخدم فيها المنهج المسحي الوصفي، و استخدمت استمارة الاستبيان لجمع البيانات.

(ESC)، و قناة دبي الفضائية، ثم قناة النيل الفضائية (NileTV). بينما جاءت القنوات الفضائية الأجنبية في المراتب الأخيرة من حيث أفضلية المشاهدة لدى أفراد عينة الدراسة، و اقتصرت هذه الأفضلية على قناتين هما سي أن أن (CNN) الأمريكية، و (TV5) الفرنسية.

أما فيما يتعلق بأنماط المشاهدة، فإن تفضيلات المشاهدين اتجهت إلى برامج المنوعات، ثم إلى البرامج الإخبارية ثم إلى البرامج الدرامية.

و قد صرح أفراد عينة البحث أنهم يتعرضون إلى القنوات التلفزيونية الفضائية، لسبب رئيسي، و هو التسلية و الترفيه. كما صرحوا أيضا أن مشاهدة القنوات الفضائية تسهم أحيانا في زيادة التحصيل العلمي، و تطوير الثقافة العامة لطلبة الجامعة.

7- و في دراسة حول البث الفضائي و آثاره التربوية، أجري على طلبة و طالبات كلية التربية بجامعة الملك سعود بالمملكة العربية السعودية، توصل سالم بن مبارك الدباسي⁽¹⁾ إلى أن البث التلفزيوني الفضائي ينطوي على فوائد منها: تنمية الوعي العلمي و التفكير المنهجي، بما يتيح من معارف و خبرات، و وجهات نظر متباينة، تستثير الرغبة لدى المشاهدين للتفكير فيها و المقارنة بينها، و من ذلك التعرف على التطور التقني في الدول المتقدمة، مما يساعد على التغيير و الابتكار و تنمية القدرة على النقد، و منها تقديم مواد إعلامية عالية التقنية ذات أفكار مستحدثة، و من ذلك الآثار الدينية و الروحانية الناتجة - مثلا - عن بث صلاة التراويح و القيام من بيت الله الحرام في شهر رمضان.

و قد توصل الباحث إلى حصر مزايا البث الفضائي و سلبياته في مجموعتين من النقاط، أما المزايا فتتمثل في معرفة عادات و أعراف الشعوب الأخرى، و التعليم (كتعلم اللغات الأجنبية مثلا...)، و نشر و تبادل الثقافات، و تنمية الاتصال اللغوي في حين تتعلق السلبيات في التأثير على الأطفال، و نشر الأفكار الهدامة، و إهدار قيم و أخلاقيات الأمة العربية، و التأثير الضار على العملية التربوية بشكل عام، و التأثير النفسي، و نشر الإباحية، و تدمير القيم العقدية، و نشر البرامج المنافية للدين الإسلامي الحنيف.

1- سالم بن مبارك الدباسي، آراء عينة من طلاب و طالبات كلية التربية في جامعة الملك سعود حول البث الفضائي و آثاره التربوية. (22/8/2004). <http://www.mohe.gov.sa/news/news35.asp>. أجريت هذه الدراسة على عينة من طلبة و طالبات كلية التربية بجامعة الملك سعود لعام 1422هـ/1421هـ بمدينة الرياض و استخدمت الاستبيان لجمع البيانات و تم استخدام مقياس ليكرت (Likert Scale) لقياس التأثير على التحصيل الدراسي، كما استخدمت عدة أساليب إحصائية كالتوزيع التكراري و النسبي.

8- و من الدراسات التي تناولت البث التلفزيوني المباشر لدى جمهور نوعي، و هو جمهور الطلبة و الطالبات، دراسة عاطف عدلي العبد و فوزية عبد الله العلي⁽¹⁾ استهدفت الوصول إلى مؤشرات عامة يمكن أن تفيد في التعرف على عادات و أنماط التعامل مع القنوات الفضائية العربية و الدولية، و قد أسفرت هذه الدراسة على أن 74.1% من المبحوثين يشاهدون التلفزيون الفضائي دائما و 20% أحيانا، و 5.3% نادرا. بينما 81.1% منهم تمتلك أسرهم أجهزة استقبال القنوات الفضائية.

و أهم القنوات الفضائية التي يفضل المبحوثين مشاهدتها هي على التوالي: قناة دبي ب 100%، و قناة أبو ظبي ب 96.8%، و قناة تلفزيون الشرق الأوسط (MBC) ب 81.1%، و القناة الفضائية المصرية (ESC) ب 80.5%. ثم تأتي بعض القنوات الفضائية الأجنبية مثل سي أن أن (CNN) الأمريكية ب 47.4%، و قناة (STAR PLUS) ب 46.8%، و بي بي سي (BBC) الإنجليزية ب 46.3%. و يلاحظ أن أفضلية التعرض تميل لصالح القنوات الفضائية العربية رغم انفتاح العينة على القنوات الأجنبية، التي تتطلب معرفة باللغات الأجنبية، و هو ما يفترض توفره في هذه العينة المشكلة من طلبة و طالبات الجامعة.

أما بخصوص أنماط المشاهدة، فإن المبحوثين يفضلون الأفلام العربية في المرتبة الأولى بنسبة 99.5%، ثم المسلسلات العربية في المرتبة الثانية بنسبة 98.4%، ثم المباريات و البرامج الرياضية في المرتبة الثالثة و بنسبة 97.4%، ثم المواد الإخبارية في المرتبة الرابعة ب 96.8%، ثم الأغاني و التابلوهات الراقصة في المرتبة الخامسة ب 95.8% ثم البرامج الدينية في المرتبة السادسة ب 94.2%، ثم الإعلانات في المرتبة السابعة ب 92.1%.

و من حيث التأثير، يرى 87.9% من أفراد العينة أن متابعتهم للقنوات الفضائية مفيدة. و تمثلت أوجه الاستفادة – حسب رأي المبحوثين – في تمضية الوقت بنسبة 100%، و متابعة الأخبار و الأحداث العالمية الهامة بنسبة 100% أيضا، و الانفتاح على العالم و معرفة معلومات عن دول عديدة ب 90%، و الإطلاع على حضارة و ثقافة بعض الدول العربية و تكوين رأي عام

1- عاطف عدلي العبد و فوزية عبد الله العلي، عادات و أنماط مشاهدة القنوات الفضائية، دراسة استطلاعية على طلبة و طالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة، دراسات في الإعلام الفضائي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1995، ص 95 و ما بعدها. أجريت في يناير 1994 على عينة تتشكل من 190 طالبا و طالبة بنسبة 90% من الإماراتيين و 10% من جنسيات أخرى، و يشكل الذكور 50% و الإناث 50% أيضا و استخدم فيها منهج المسح الشامل، و طبقت فيها أداة "الاستبيان" لجمع البيانات.

عربي بنسبة 82%، و تعلم اللغات الأجنبية بنسبة 50%. و في المقابل يرى 60.5% من أفراد العينة أن المتابعة تنتج عنها أضرار، منها انتشار الرذيلة و إظهار سهولة ارتكابها عند 100% منهم، و زعزعة عقيدة الإسلام في نفوس المشاهدين عند 93%، و إهدار الوقت عند 49%، و شيوع الخمول و الكسل عند 36%، و شغل الأفراد عن متابعة القراءة و التقليل من التعرض لوسائل الإعلام الأخرى عند 25%.

ثانيا: الدراسات الجزائرية:

1- في دراسة استطلاعية أجراها الباحث لطفي محرزى⁽¹⁾، في سنة 1987، على عينة من سكان: الجزائر العاصمة، قسنطينة و وهران، توصل إلى أن حجم مشاهدة برامج البث التلفزيوني الفضائي المباشر تبلغ 16 ساعة أسبوعيا. كما أن نسبة معتبرة من المشاهدين يلتقطون القنوات التلفزيونية الفضائية، و خصوصا القنوات الفرنسية. و يتراوح حجم المشاهدة في الأسبوع ما بين 16 ساعة بالنسبة للنساء الماكثات في البيت، و 06 ساعات عند المشاهدين الذين يشتغلون بالزراعة، و 03 ساعات لدى الإطارات السامية. أما الأنماط المفضلة لدى الجمهور في هذه الدراسة، فتتمثل في الأخبار بنسبة 48%، ثم تأتي الأفلام الغربية بنسبة 25%. و يرى 65% من أفراد عينة الدراسة، أن مشاهدة برامج البث التلفزيوني المباشر تشكل مصدرا من مصادر التطور و التقدم، كما يرى 55% منهم أن تلك المشاهدة تساعد على التفتح على العالم الخارجي، في حين يرى 10% أنها تشكل خطرا على الثقافة الوطنية.

2- و في دراسة تمحورت إشكالياتها حول محاولة معرفة عادات و أنماط مشاهدة البث التلفزيوني المباشر و تأثيراتها على قيم المجتمع، توصل نصير بوعلي⁽²⁾، إلى أن ظاهرة انتشار البرابول (الهوائي المقعر) في الجزائر العاصمة، قد بلغت أوجها في بداية 1990، و قد مكن ذلك الجمهور في الجزائر من مشاهدة مختلف البرامج، و الاطلاع على مختلف الأحداث الدولية، فضلا عن معرفة ما يحدث في الجزائر.

¹ -Lotfi Meherzi, les images spatiales : un défi pour le magreb, revue algérienne de communication, ISIC, université d'Alger, n° 2, Mars 1988, P 37 et suite.

² - نصير بوعلي، البرابول و الجمهور في الجزائر، دراسة في عادات المشاهدة و أنماطها و التأثيرات على قيم المجتمع و ثقافته، رسالة ماجستير (غير منشورة)، معهد علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 1994، و قد أجريت الدراسة على عينة عمدية من الشباب في الجزائر العاصمة تتكون من 200 مفردة.

و قد أشارت الدراسة إلى أن نسبة الإقبال على البرابول في تزايد مستمر، مقابل التناقص التدريجي في الإقبال على التلفزيون الوطني.

و قد احتلت القنوات الفرنسية المرتبة الأولى، من حيث أفضلية المشاهدة، ثم تأتي بعد ذلك قناة تلفزيون الشرق الأوسط (MBC)؛ حيث ذكر ثلثا (2/3) أفراد العينة المدروسة، أنها تلبى أذواقهم.

و قد جاء يوم الخميس في المرتبة الأولى من حيث الأيام المفضلة للمشاهدة، يليه يوم الجمعة، ثم يوم الأحد. أما من حيث متوسط ساعات المشاهدة في اليوم، فقد بلغ ساعة واحدة و عشر دقائق (1سا و 10د) حسب ثقة 70%. و تبلغ ذروة المشاهدة في أوقات السهرة (أي في الفترة ما بين السادسة مساء و منتصف الليل)، كما أن مشاهدة الذكور قد تمتد إلى ما بعد منتصف الليل.

أما الأنماط المفضلة فتشمل الأفلام الطويلة و الأخبار في المرتبة الأولى.

وفيما يتعلق بتأثيرات المشاهدة فإن آراء أفراد عينة الدراسة تتباين بين من يرى أنها تشكل خطرا على قيم المجتمع، و من يرى بأنها وسيلة للانفتاح على العالم الخارجي. و قد أشارت الدراسة، أيضا، إلى أن مشاهدة البرابول، قد أثرت على علاقة الجمهور ببعض الأنشطة الإعلامية الأخرى، كنشاط القراءة و الذهاب إلى قاعات العرض السينمائي و سماع الراديو.

3- و في دراسة استطلاعية حول تفاعل الطفل مع برامج البث التلفزيوني المباشر في منطقة الجزائر العاصمة، توصلت الباحثة نورة بن بوزيد⁽¹⁾ إلى أن 59.32% من أفراد العينة، يشاهدون برامج البرابول من ساعة واحدة إلى ساعتين في اليوم، و أن 31.88% منهم يشاهدونها من 03 إلى 04 ساعات في اليوم. و يبلغ حجم المشاهدة في اليوم 07 ساعات كاملة لدى 04.38% و أغلب الأطفال يشاهدون في المساء. كما أن لمتغير الإقامة دور في زيادة حجم المشاهدة لدى الأطفال الذين يسكنون الحي الشعبي مقارنة بأولئك الذين يسكنون الحي الراقي. و يعود الإقبال الكبير للأطفال على تلك البرامج - حسب هذه الدراسة - إلى وفرة الإنتاج المخصص للأطفال من جهة، و لأنها توفر لهم ألوان المتعة و التسلية من جهة أخرى. و ربما هو الأمر الذي جعل الأطفال

1. نورة بن بوزيد، الطفل و التفاعل مع برامج البرابول، رسالة ماجستير، غير منشورة، معهد علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 1994. و قد أجريت هذه الدراسة بين سنتي 1991 و 1992 على عينة تتكون من 150 مفردة من تلاميذ المدارس الابتدائية في ثلاثة أحياء بالجزائر العاصمة حيث مثل الأول حيا راقيا (حيدرة) و مثل الثاني حيا متوسطا (البريد المركزي) و الثالث حيا شعبيا (الكاليتوس) و قد استخدمت الباحثة أسلوب المسح التشخيصي، و كانت العينة قصدية.

من خلال هذه الدراسة يقبلون على البرامج الترفيهية كالصور المتحركة؛ باعتبارها تمثل إحدى حاجات الطفل نحو اللعب، و إطلاق العنان للخيال. كما تشكل أفلام المغامرات و الخيال و العنف إحدى تفضيلات الأطفال (أفراد عينة الدراسة). و قد تجلّى ذلك من خلال مدى تعلق الأطفال بشخصية البطل، و التمثل بها، و محاكاتها في بعض تصرفاتها!!

4- و في دراسة ميدانية لعبد الله بوجلal، عن الشباب الجزائري و برامج التلفزيون الأجنبي، أجريت في أربع ولايات هي: الجزائر العاصمة، عنابة، المسيلة و البليدة، و ذلك في السداسي الأول من سنة 1994⁽¹⁾، توصل إلى أن، مشاهدة المبحوثين، تزيد كلما ارتفع سنهم من 16 إلى 19 سنة، و قد تبين من خلال هذه الدراسة، أن الشباب الذين ينتمون إلى الأسر قليلة العدد، يشاهدون تلك القنوات أكثر من أولئك الذين ينتمون إلى أسر كثيرة العدد.

و صرح ثلث أفراد العينة أنهم يشاهدون برامج التلفزيون الأجنبي كثيرا أو كثيرا جدا، أما الذين لا يشاهدونها إلا نادرا، فإن ذلك يرجع إلى عوامل، أهمها: تعارض تلك البرامج مع القيم الأخلاقية، و المبادئ الدينية، و في الدرجة الثانية التناقض مع عادات المجتمع الجزائري، و أخيرا بعض العوامل الثانوية كعدم وجود الوقت، أو بسبب الإحراج عند مشاهدة بعض اللقطات الفاضحة مع أفراد الأسرة.

و قد جاء في الدراسة أيضا أن 46% من المبحوثين، يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية بمفردهم. كما أن معظمهم يشاهدون البرامج الأجنبية في الفترة المسائية، و في السهرة. و تصل ذروة المشاهدة في هذه الفترة ما بين (05-08) ساعات، ثم تنخفض بعد الساعة الحادية عشرة مساء. كما تزداد المشاهدة أيام العطل؛ حيث يأتي يوم الخميس في المرتبة الأولى، يليه يوم الجمعة، ثم يوم الأحد. و يشاهد أغلب أفراد العينة القنوات الفضائية الأجنبية ثلاث ساعات فأقل، كما أن الإناث أقل مشاهدة من الذكور.

و قد احتلت القناة الفرنسية (TF1) المرتبة الأولى، ثم جاءت في المرتبة الثانية قناة تلفزيون الشرق الأوسط (MBC)، ثم قناة (M6)، ثم قناة (RTL).

1- عبد الله بوجلal، الشباب الجزائري و برامج التلفزيون الأجنبي، دراسة ميدانية، مجلة بحوث، عدد 3، جامعة الجزائر، 1995، ص 31 و ما بعدها، و قد أجريت هذه الدراسة على عينة حصرية شملت 664 شابا و شابة يتابعون دراستهم في المرحلة الثانوية. و استخدم فيها منهج المسح الوصفي و المنهج السببي المقارن، كما استخدمت في جمع بياناتها استمارة الاستبيان و المقابلة.

و بخصوص الأنماط، فإن أفراد العينة يفضلون البرامج الترفيهية (حيث جاءت الألعاب في المرتبة الأولى، ثم الأفلام، ثم المنوعات الموسيقية و الغنائية)، ثم تأتي بعد ذلك البرامج العلمية و الثقافية و الوثائقية و الإعلامية. و قد صرح أفراد العينة، أنهم يمتنعون عن مشاهدة البرامج التي تتنافى مع أخلاق الحشمة، كالأفلام التي تتضمن لقطات مخلة بالحياء.

و فيما يتعلق بتأثير المشاهدة، فقد تراوحت إجابات معظم أفراد العينة، بين التأثير الإيجابي، و التأثير السلبي. و يتمثل التأثير الإيجابي في تعلم اللغات الأجنبية، و بعض المعارف و المعلومات الجديدة. أما التأثير السلبي، فيتجلى - حسب المبحوثين - في تقلص الأوقات المخصصة للقراءة و المطالعة؛ حيث تقتطع أوقات المشاهدة من هذه الأوقات.

5- و من الدراسات التي حاولت الاقتراب من معرفة علاقة الجمهور بالفضائيات، دراسة سلطان بلغيث⁽¹⁾ التي تركزت حول معرفة عادات و أنماط مشاهدة المعلمين و المعلمات - كجمهور نوعي - لبرامج الفضائيات، و استجلاء دوافع الإقبال على تلك المشاهدة، و كذا الوقوف على التأثيرات التي قد تنجم عنها. و قد توصل الباحث إلى أن متوسط حجم المشاهدة اليومية للقنوات الفضائية، قد بلغ 4.5 ساعة في اليوم.

و يفضل المشاهدون القنوات العربية بالدرجة الأولى؛ حيث ذكر 81% منهم أنهم يفضلون مشاهدة تلفزيون الشرق الأوسط (MBC)، و 60% يفضلون مشاهدة الجزيرة، و 57% يفضلون مشاهدة قناة إذاعة و تلفزيون العرب (ART)، بينما جاءت القناة الفرنسية (TF1) في المرتبة الخامسة بنسبة مئوية تقدر بـ 42% من أفراد العينة.

و على مستوى الأنماط المفضلة، تأتي الأشرطة العلمية في المرتبة الأولى بنسبة 98%، ثم الأخبار بـ 97%، ثم الحصص الثقافية بـ 93%، و الحصص الدينية بـ 93%، ثم الحصص السياسية بـ 86%، ثم تأتي بعد ذلك البرامج الأخرى كالمنوعات و المسلسلات و الألعاب.

و قد بينت الدراسة أن التعرض للفضائيات يؤثر على التعرض لمصادر الثقافة و الإعلام الأخرى (مشاهدة القناة الوطنية، السماع إلى الإذاعة، المطالعة و الذهاب إلى السينما) و من جهة أخرى ذكر 93% من أفراد العينة، أن برامج الفضائيات تتعارض مع التعاليم

1- سلطان بلغيث، جمهور المعلمين و البرابول، دراسة في عادات و أنماط مشاهدة معلمي المدرسة الأساسية بدائرة الشريعة، رسالة ماجستير (غير منشورة)، معهد علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، 1998.

الإسلامية، كما ذكر 42% منهم أنها تؤثر على المكونات الحضارية للمجتمع الجزائري، كالحياة و الحشمة والاحترام.

6- و من الدراسات في هذا الجانب، تلك التي أعدها مجموعة من الباحثين تحت إشراف عبد الله بوجلالة⁽¹⁾ في خمس ولايات جزائرية هي: قسنطينة، المسيلة، تيزي وزو، ورقلة و وهران. وقد توصلت الدراسة إلى أن عملية امتلاك الهوائيات المقعرة تعتبر حديثة العهد؛ فهي تتراوح ما بين 03-04 سنوات لدى 44% من المستجوبين الذين يقطنون في الريف، و لدى 40.80% من أولئك الذين يقطنون في بيئة حضرية. و قد صرح 89.33% من الشباب أن أسرهم تملك هوائيات مقعرة، كما صرح 55.39% من أفراد العينة أن أسرهم تملك جهاز استقبال (برابول) جماعي، وذكر 31.23% منهم أن أسرهم تملك جهازا فرديا، و لم يجب عن هذا الموضوع 2.61%. كما ذكر 25.50% أنهم يشاهدون الفضائيات كثيرا جدا، و 23.20% يشاهدونها كثيرا، و 34.05% يشاهدونها أحيانا، و 14.95% يشاهدونها نادرا. و قد تبين من خلال هذه الدراسة، وجود علاقة قوية بين حجم المشاهدة و منطقة الإقامة، في حين لا توجد علاقة ذات دلالة بين كثافة المشاهدة وبعض المتغيرات كالنوع و مستوى التعليم و شعبته.

و قد جاءت قناة تلفزيون الشرق الأوسط (MBC) في ريادة ترتيب تفضيلات أفراد العينة، ثم تأتي القناة الفرنسية (TF1) في المرتبة الثانية، ثم القناة الفرنسية (M6) في المرتبة الثالثة، ثم قناة راديو و تلفزيون العرب (ART) في المرتبة الرابعة، ثم الفضائية المصرية (ESC) في المرتبة الخامسة. و هذه التفضيلات تشير إلى أن تفضيلات الجمهور تتميز بالتنوع و أن القنوات العربية أصبحت تحوز اهتمام المشاهدين.

و فيما يتعلق بأنماط المشاهدة، فإن أفراد العينة يتجهون إلى مشاهدة البرامج الخيالية و الترفيهية، أكثر من مشاهدتهم البرامج الإعلامية و الثقافية و العلمية و الدينية. مع الإشارة إلى وجود فروق معتبرة بين الذكور و الإناث في تفضيلات مشاهدة تلك البرامج.

و بالنسبة للتأثيرات المحتملة نتيجة التعرض إلى القنوات الفضائية، فقد تبين أن البرامج التلفزيونية الأجنبية لا تؤثر بشكل مطلق في المشاهدين. (و يتطابق هذا مع الكثير من الدراسات

1- عبد الله بوجلالة و آخرون، القنوات الفضائية و تأثيراتها على القيم الاجتماعية و الثقافية و السلوكية لدى الشباب الجزائري، دراسة نظرية و ميدانية، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، بدون تاريخ. أجريت هذه الدراسة في إطار أعمال فرق البحث بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية و ذلك في الفترة بين مارس 1997 و جوان 1998، و شملت 1196 مفردة اتبع في اختيارها أسلوب العينة الحصصية، و استخدم فيها المنهج المسحي الوصفي و المنهج السببي المقارن و استخدم الاستبيان و المقابلة كأداتين لجمع البيانات.

التي تؤكد مقولة "التأثير المحدود" لوسائل الاتصال كأبحاث لازار سفيلد مثلا⁽¹⁾. و قد صرح 47.31% من الشباب المستجوب أنهم لا يشاهدون البرامج التي تتعارض مع القيم الأخلاقية و صرح 29.74% أنهم يشاهدونها نادرا، في مقابل 14.87% يشاهدونها قليلا و 08.06% يشاهدونها كثيرا، و تبين أن تلاميذ الثانويات يشاهدونها أكثر من طلاب الجامعات، و أن الذكور يشاهدونها أكثر من الإناث.

و تبين أن 70% من أفراد العينة يشعرون بالحرج عندما يشاهدون برامج الفضائيات مع الأسرة، و يتعلق الأمر - طبعا - بالبرامج التي تتضمن مضامين أو لقطات تخدش الحياء، و تتعارض مع القيم الأخلاقية للشعب الجزائري. و قد صرح 13.50% من أفراد البحث أنهم استفادوا كثيرا جدا من مشاهدة الفضائيات، و صرح 24.65% منهم أنهم استفادوا كثيرا. و تبين أن البرامج المفيدة هي البرامج الثقافية، ثم الأخبار، ثم الأشرطة العلمية ثم الأفلام.

7- و في دراسة لرمضان بن بخمة، أنجزت سنة 2003م/1424هـ في مدينة قسنطينة⁽²⁾ و استهدفت دراسة عادات و أنماط مشاهدة الفضائيات العربية، و موقف المشاهدين منها، توصل صاحب الدراسة إلى أن معظم تلك الفضائيات، نشأت دون تخطيط أو تنسيق فيما بينها. و تبين أن حوالي نصف أفراد العينة تتميز مشاهداتهم بعدم الانتظام، و قد كانت كثافة المشاهدة معتبرة. و قد ذكر 34.38% أنهم يشاهدون الفضائيات العربية بانتظام، و ذكر 51.04% أنهم يشاهدونها حسب الظروف، بينما يشاهدها نادرا 14.58% من أفراد العينة كما صرح 38.54% من أفراد العينة، أن مدة مشاهدتهم تتراوح بين 05-07 سنوات، أما 29.17% فتمتد من 02-04 سنوات، بينما يشاهدها منذ 08 سنوات فأكثر ما نسبتهم 27.08% من أفراد العينة. و ذكر 44.49% أنهم يشاهدون الفضائيات العربية في الفترة المسائية، تليها الفترة الليلية بنسبة 41.54%، ثم فترة ما بعد الظهر في المرتبة الثالثة بنسبة 11.03%، و أخيرا الفترة الصباحية بنسبة 02.94%.

1- زهير إحدادن، مدخل لعلوم الاعلام و الإتصال، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ب ت، ص74

2- رمضان بن بخمة، جمهور الفضائيات العربية، رسالة ماجستير (غير منشورة) في الدعوة و الإعلام و الإتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2003م. أجريت هذه الدراسة على عينة عمدية من تلاميذ و تلميذات ثانويات ولاية قسنطينة تتكون من 192 مفردة و استخدم فيها المنهج المسحي الوصفي، كما استخدم في جمع بياناتها استمارة الاستبيان و المقابلة، و روعيت في الدراسة مجموعة من المتغيرات كالنوع و مكان الإقامة، و الصف الدراسي.

أما بخصوص الفضائيات المفضلة، فقد جاءت الفضائية المصرية (ESC) في المرتبة الأولى، تليها قناة تلفزيون الشرق الأوسط (MBC)، ثم (AlgTV) في المرتبة الثالثة. وفيما يتعلق بالأنماط المفضلة، فقد جاءت الأغاني في المرتبة الأولى، ثم المسلسلات و الأغاز في المرتبة الثانية، ثم حصة "الكاميرا المخفية" في المرتبة الثالثة، ثم التمثيليات المضحكة في المرتبة الرابعة.

و قد ذكر 77.60% من أفراد العينة المدروسة أنهم يجدون حرجا في مشاهدة برامج الفضائيات العربية مع أسرهم. و جاءت الأغاني على رأس البرامج المحرجة، ثم تأتي المسلسلات المدبلجة، ثم برامج عروض الأزياء. أما من حيث القنوات المحرجة، فتأتي قناة تلفزيون الشرق الأوسط (MBC)، في المرتبة الأولى، ثم الفضائية المصرية (ESC)، ثم (ART) موسيقى.

ثالثا: التعليق على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات السابقة التي تمكنا من الاطلاع عليها، إن كانت عربية و إن كانت جزائرية، يمكن تسجيل الملاحظات التالية:

- 1- لقد حازت ظاهرة البث التلفزيوني المباشر اهتمام الباحثين و الدارسين منذ ظهورها الأول، حيث حاولوا رصد تطورها و تأثيراتها، و كيفية تعامل الجمهور معها، و لازل ذلك الرصد و الاهتمام إلى الآن. و لعل ذلك يؤشر إلى أهمية هذه الظاهرة الإعلامية.
 - 2- يبدو تركيز معظم تلك الدراسات و الأبحاث على محاولة الاقتراب من معرفة ما يفعل الجمهور بهذه الوسيلة (الفضائيات) من خلال البحث في عادات و أنماط المشاهدة، و بدرجة أقل، بما تفعل الوسيلة بالجمهور، من خلال البحث في تأثيرات المشاهدة.
 - 3- يلاحظ اتجاه بعض الدراسات العربية إلى معرفة تفاعلات شريحة طلبة و طالبات الجامعة مع البث التلفزيوني الفضائي، و هو ما نفتقده في الدراسات الجزائرية والتي اكتفت بتناول جمهور عام، و في أحيان قليلة شريحة الشباب بصفة عامة.
 - 4- ونسجل، كذلك، قلة الأبحاث التي اتجهت إلى دراسة تأثيرات هذه الفضائيات على التحصيل الدراسي خاصة، و التعرض إلى الوسائل الإعلامية و الثقافية الأخرى عامة.
- و بناء على ما سبق، فإن دراستنا هذه تتجه إلى محاولة إكمال النقص، و ملأ الفراغ في هذا الجانب، وذلك باتجاهها أساسا إلى دراسة كيفية تعامل هذا الجمهور النوعي " طلبة و طالبات

الجامعة" مع الفضائيات العربية و التأثير على تحصيلهم العلمي، خصوصا إذا تعلق الأمر بطلبة و طالبات جامعة تقع في منطقة جغرافية خاصة، و هي منطقة سكيكدة التي كانت على موعد مع البث التلفزيوني المباشر منذ بداياته في المنطقة الأوربية، بما يمكن تسميته بوصول البث إلى الهوامش.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الثالث

القنوات الفضائية العربية

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

يعتبر البث التلفزيوني الفضائي "القنوات الفضائية" من الظواهر الاتصالية التي برزت بشكل واضح في العالم العربي عموماً و الجزائر خصوصاً منذ ما يزيد عن عقدين من الزمان. وهو نوع من الاتصال كان ثمرة للتطور التقني الكبير في مجال آليات الاتصالات، و استخداماتها و بخاصة في البث الإذاعي و التلفزيوني...

و تتميز تلك الآليات الاتصالية الفضائية الجديدة بالتعدد و التنوع من حيث أشكالها و أساليبها و أدواتها و قنواتها المستخدمة⁽¹⁾.

و يذهب بعض الباحثين إلى أن آليات البث التلفزيوني الفضائي تتمحور حول ثلاث أدوات رئيسية، هي التلفزيون باعتباره يمثل الجهاز المستقبل، و القنوات الفضائية باعتبارها ظاهرة اتصالية أنتجت التطورات المختلفة في مجال الاتصالات الفضائية و تقنياتها، ثم تأتي الأقمار الصناعية باعتبارها أدوات للبث⁽²⁾. و عليه سنتناول في هذا الفصل الحديث عن ثلاثة موضوعات أساسية، يشكل كل منها مبحثاً، و هي: الأقمار الصناعية، و البث التلفزيوني الفضائي المباشر، و البث التلفزيوني الفضائي العربي المباشر (القنوات الفضائية العربية).

1. محمد شطاح، البث التلفزيوني بواسطة الأقمار الصناعية والتكنولوجيات الجديدة، المجلة الجزائرية للاتصال، ع15، معهد ع، جامعة الجزائر، 1997، ص230-277

2. نصير بوعلي، أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال غير منشورة، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر، 2003، ص51

أولاً: الأقمار الصناعية

1- تعريف القمر الصناعي:

عرف معجم المصطلحات الإعلامية القمر الصناعي بأنه "محطة إرسال و استقبال فضائية، أو وسيط اتصال فضائي، يدور حول مدار معين، و يستقبل الإشارات من محطات أرضية، ليعيد بثها إلى محطات استقبال أرضية أخرى. و بذلك يمكن إرسال و استقبال البرقيات و المكالمات الهاتفية، و برامج الراديو و التلفزيون على مسافات بعيدة، بشرط أن تكون المحطات الأرضية على اتصال بقمر صناعي معين"⁽¹⁾.

كما عرفته الموسوعة العربية العالمية بكونه: "مركبة فضائية تدور حول الأرض و لها أجهزة لنقل إشارات الراديو و البرق و الهاتف و التلفزيون...حيث ترسل محطات على سطح الأرض، تسمى المحطات الأرضية، الإشارات إلى القمر الصناعي الذي يقوم ببث تلك الإشارات إلى محطات أرضية أخرى"⁽²⁾.

و هناك من يعرفه بأنه: "محطة صغيرة في شكل جسم متحرك و عائم في الفضاء، تعمل على موجات متناهية الصغر، و تقوم المحطة باستقبال و إعادة إرسال الموجات الدقيقة التي تحمل الرسائل إلى مناطق المشتركين. و يتم استقبال و إرسال الموجات عن طريق هوائيات مثبتة على سطح القمر الصناعي العلوي المواجه لسطح الأرض"⁽³⁾.

و يعرفه إبراهيم إمام بأنه عبارة عن وسيلة من الوسائل الجديدة التي تقوم باستقبال الأنواع المختلفة من الإشارات (حروف، أرقام، أصوات...) ثم يقوم بإعادة بثها إلى المحطات الأرضية⁽⁴⁾. و تطلق على الأقمار الصناعية تسميات أخرى، مثل السواتل، و التوابع و ذلك لتبعية الأقمار الصناعية في مدارها للأرض، أسوة بما هو شائع عند الحديث عن الكواكب. و هناك من

1- معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، القاهرة، 1409هـ/1982م، ص530.

2- الموسوعة العربية العالمية، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر و التوزيع، ت: تيردال فيوجو، ج18، ط2، 1999، ص314.

3- زكي مصطفى عليان و محمد عبد الديس، و سائل الاتصال و تكنولوجيا التعليم، دار الصفاء، عمان، الأردن، 1991، ص113.

4- إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، ط2، 1985، ص71.

يسميتها – أيضا- الأقمار الاصطناعية⁽¹⁾، كما يطلق على القمر الصناعي اسم المنشاص، و هي كلمة مأخوذة من النشوص أي العلو و الارتفاع، كقولك: نشص السحاب أي ارتفع⁽²⁾.

و يرى بعض الباحثين أن القمر الصناعي لا يعتبر مجرد وسيلة اتصال عادية، مثل باقي الوسائل، بل يعتبر وسيلة لهذه الوسائل، و من أهمها؛ فالبرامج التلفزيونية و الإذاعية و الاتصالات الهاتفية و غيرها من الخدمات الإعلامية لم تبلغ ما بلغته من سرعة و وضوح و انتشار واسع إلا بفضل استخدام الأقمار الصناعية⁽³⁾.

و تأخذ الأقمار الصناعية أشكالا متعددة؛ فهناك أقمار تأخذ شكل كرة، و أقمار تأخذ شكل الأسطوانة، و أخرى مضلعة الشكل، و يرجع ذلك الاختلاف في الشكل إلى تعدد الأغراض التي صممت من أجلها، حيث روعي في ذلك أن يكون متناسبا مع الغرض الذي أنشئ من أجله القمر الصناعي، و ما يحمله من أدوات و آلات و أجهزة في داخله⁽⁴⁾.

و تستخدم الأقمار الصناعية، على العموم، في مجالين أساسيين هما:

- أ- الاستشعار عن بعد، و ينقسم إلى الاستطلاعات العسكرية (التجسس) و الاستخدامات السلمية سواء لدراسة الموارد الأرضية أو لدراسة الأحوال الجوية.
- ب- تحقيق الاتصالات اللاسلكية المختلفة كنقل المكالمات الهاتفية و التلفزيونية... الخ⁽⁵⁾.

إن اهتمامنا في - هذه الدراسة - سيتجه إلى تلك الأقمار الصناعية المستخدمة في نقل الإشارات التلفزيونية، و خاصة أقمار البث التلفزيوني المباشر (Satellite de télévision directe)، الذي يضع في تصرف المتلقي عددا كبيرا من القنوات، و ذلك بفضل القمر الصناعي الجيومراوح (Géostationnaire)، أي القمر الصناعي المتوضع على مسافة من الأرض، يستطيع معها أن يحتفظ دوما بالمكان نفسه بالنسبة للأرض⁽⁶⁾.

1- انشراح الشال، بث و افد على شاشات التلفزيون، ص171

2- خضير شعبان، مرجع سابق، ص143

3- فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998، ص151.

4- سعد شعبان، الأقمار الصناعية و سفن الفضاء، دار الفكر العربي، القاهرة، 1973، ص52-53.

5- محمد الدايل، أقمار الاستشعار عن بعد، مجلة العلوم و التقنية، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم التقنية، عدد

25، محرم 1414هـ/جويلية 1993م، ص28-34

6- فريال مهنا، علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية، دار الفكر، بيروت، لبنان، 2002، ص390.

2- لمحة تاريخية عن ظهور الأقمار الصناعية:

إن نظرة تاريخية إلى الوراء، تجعلنا ندرك أن فكرة استخدام الأقمار الصناعية في الاتصالات الفضائية تعود إلى أواسط الأربعينيات من القرن الماضي؛ حيث بدأت كفكرة - حلم - تخيلها الكاتب العلمي آرثر كلارك (Arthur Clark)، من خلال مقالة نشرها في أكتوبر عام 1945 في مجلة اللاسلكي بعنوان « معيد إشارات لاسلكي غير أرضي ». و فيها أعطى تصورا لكيفية تحقيق اتصال لاسلكي عن طريق إرسال الإشارة إلى القمر الصناعي من محطة إرسال أرضية، ثم إعادة بثها للجانب الآخر، المستقبل لها، و هو عبارة عن محطة أرضية أخرى⁽¹⁾. و تقوم فكرة "كلارك" على أساس وضع ثلاث كرات معدنية (هي الأقمار المتزامنة) كمرايا عاكسة في الفضاء، و تبعد عن بعضها البعض بمسافات متساوية، و توضع في مدار (Orbite) فوق خط الاستواء، و تبعد عن الأرض بمسافة تساوي 36.000 كلم⁽²⁾، و تسير بنفس سرعة الأرض⁽³⁾.

و إذا كانت فكرة "كلارك" أنفة الذكر، لا تعدو أن تكون تعبيراً عن خيال واسع لكاتب موهوب، فإن الخيال قد تطابق - بعد ذلك - مع الواقع، و أصبحت الأقمار الصناعية التي تتزاحم يوماً بعد يوم في "حزام كلارك"، أو ما يسمى بالمدار المتزامن (Orbite Géostationnaire)، لا يختلف وجودها كثيراً عن تلك التي تخيلها كلارك!

غير أنه ينبغي أن نشير إلى أن البداية الحقيقية لعصر استخدام الأقمار الصناعية ترجع إلى بداية أبحاث الفضاء، التي تزامنت مع إطلاق أول قمر صناعي إلى الفضاء الخارجي من طرف الاتحاد السوفييتي (سابقاً) في 04 أكتوبر 1957، و المتمثل في القمر الصناعي سبوتنيك 1 (Sputnick1)⁽⁴⁾.

1- حسن الكمشوشي، اتصالات الأقمار الصناعية، مجلة الزميل، عدد 27، 1994، ص38-43

2- Mohamed Bouhebila, Reception TV par satellite, Technique de la parabole à la portée de tous, ED. Distributions Houma, Alger, 2000, P13.

3- حسن الكمشوشي، مرجع سابق، ص39.

4- جهان رشتي، الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979، ص309.

لقد استعمل السوفيات في إطلاق قمرهم الصاروخ الألماني (Aggregate4)، الذي يسميه الانجليز V-2⁽¹⁾. و هو ما يشير إلى أن اختراع الأقمار الصناعية اعتمد على أكثر المخترعات تدميرا في القرن الماضي، و لربما يشير أيضا إلى أن استعمال الأقمار الصناعية إنما جاء في سياق السباق المحموم و المنافسة الشديدة نحو السيطرة على الفضاء والأرض معا!!

و لم يمر إلا شهر واحد حتى أطلق الاتحاد السوفييتي مرة أخرى قمره الصناعي الثاني سبوتنيك 2 (Sputnik2) في 03 نوفمبر 1957. لقد كان إطلاق القمرين السوفييتيين بمثابة التحدي الكبير للقوة العظمى الأخرى الولايات المتحدة الأمريكية، التي اعتبرت ذلك تهديدا فعليا لأنها القومي، مما جعلها تبادر إلى دخول حلبة السباق، و هو ما أثمر إطلاقها لقمرها الصناعي الأول في 31 جانفي 1958 و هو المستكشف 1 (Explorer1)، و ذلك بواسطة الصاروخ الأمريكي (Jupiter-H)⁽²⁾.

و إذا كانت المنافسة قد اقتضرت في البداية على الدولتين العظميين: الاتحاد السوفييتي و الولايات المتحدة الأمريكية، فإن العديد من الدول قد بدأت الدخول إلى النادي الفضائي فيما بعد ، و شمل ذلك بعض الدول المتقدمة كفرنسا و ألمانيا الغربية و انجلترا و الصين...

و بدأت تبرز العديد من التعاونيات لإنشاء مشاريع فضائية مشتركة على غرار إنشاء الصاروخ الفضائي أوربا (Europa)، الذي شاركت فيه عدة دول من أوربا الغربية، و بميزانيات متفاوتة، و شملت انجلترا، ألمانيا الغربية، إيطاليا، السويد، بلجيكا، هولندا، سويسرا، الدانمارك، إسبانيا، أستراليا... و قد حمل هذا الصاروخ القمر الصناعي إسرو (Esro)⁽³⁾.

كما ظهرت أيضا تعاونية أخرى ضمت مجموعة من الدول التي تنتمي إلى الكتلة الاشتراكية (سابقا)، شملت، بالإضافة إلى الاتحاد السوفييتي، ألمانيا الديمقراطية (سابقا)، بلغاريا، بولندا، المجر، رومانيا، و ذلك بعد إنشاء انتركوسموس (Inter cosmos)⁽⁴⁾.

1- سامي ذبيان، الصحافة اليومية و الإعلام، دار المسيرة، بيروت، لبنان، 1967، ص 51.

2- نصير بوعلي، أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، مرجع سابق، ص 52.

3- نفس المرجع، ص 53.

4- المرجع نفسه.

كما قامت تعاونية أيضا بين الدول العربية لإنشاء القمر الصناعي العربي عربسات (Arabesat)، بعد دخول اتفاقية المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية حيز التنفيذ في منتصف فبراير 1977، و جاء ذلك ثمرة جهود و دراسات قامت بها عدة هيئات منها: "اتحاد إذاعات الدول العربية" و "الاتحاد العربي للمواصلات السلكية و اللاسلكية" بالتعاون مع "الاتحاد الدولي للمواصلات السلكية و اللاسلكية" و "منظمة اليونسكو" و غيرهن من الهيئات⁽¹⁾.

و قد ظهرت بعد ذلك منظمات (شبكات) متخصصة في إدارة و تشغيل الأقمار الصناعية، و الاستفادة من خدماتها، و منها⁽²⁾:

- المنظمة الدولية للاتصالات عبر الأقمار الصناعية – انتلسات (Intelsat).
- منظمة الأقمار الصناعية للاتصالات الفضائية الأوروبية – يوتلسات (Eutelsat).
- منظمة الانترسبوتنيك (Intersputnik).
- منظمة عربسات (Arabsat).

بالإضافة إلى العديد من المنظمات الإقليمية و الوطنية الأخرى، كالشبكة الكندية، و الشبكة الهندية، و الشبكة الجنوب إفريقية، و الشبكة المصرية، و الشبكة الصينية، و الشبكة التركية، و الشبكة الإيرانية، و شبكة أمريكا اللاتينية... الخ.

3- أنواع الأقمار الصناعية:

أ- الأقمار الصناعية السلبية (غير النشطة):

و هي عبارة عن "بالونة" كروية الشكل مصنوعة من مادة البلاستيك، و مدهونة بمادة موصلة، تستخدم كعاكس للموجات الكهرومغناطيسية (الإشارات المرسلة) و إعادتها إلى الأرض⁽³⁾. و تسمى بالسلبية لأنها لا تحتوي على أجهزة استقبال أو إرسال، و إنما دورها هو عكس الموجات اللاسلكية⁽⁴⁾ و من أمثلة الأقمار السلبية القمر الصناعي الأمريكي سكور (Score)، و القمر الصناعي كوريير (Courier)، و القمر الصناعي إيكو (Echo)⁽⁵⁾.

1- ليلي العقاد، القمر الصناعي العربي و التعليم المفتوح مرجع سابق، ص 322.

2- إياد شاكر البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، دار الشروق، 1999، ص 43 و ما بعدها.

3- حسن الكمثوشي، مرجع سابق، ص 40.

4- نصير بوعلي، أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، مرجع سابق، ص 54.

5- إنشراح الشال، الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية، دار الفكر العربي، القاهرة، ط2، 1993، ص 106.

ب- الأقمار الصناعية الموجبة (النشطة):

و هي أقمار صناعية تحتوي على أجهزة استقبال و إرسال و تسجيل و كل مستلزمات العمل التلفزيوني و الإذاعي، و لذلك فهي في حاجة إلى طاقة لتشغيل تلك الأجهزة، و تستمد هذه الطاقة من بطاريات شمسية مثبتة على سطحها⁽¹⁾. و من أمثلة الأقمار الصناعية الموجبة نذكر أقمار: تليستار I (Telesat I)، و تليستار II (Telesat II)، اللذين أطلقتها الولايات المتحدة الأمريكية في 10 جويلية 1962م، و 07 ماي 1963م على التوالي. و كذلك أقمار رلاي I (Relay I)، و رلاي II (Relay II)، و أيضا أقمار سينيكوم I (SIN COM I)، و سينيكوم II (SIN COM II)، و سينيكوم III (SIN COM III)⁽²⁾. و قد استعمل هذا النوع الأخير في نقل الألعاب الأولمبية التي جرت في اليابان سنة 1964 إلى كل العواصم الأوروبية، و بعض المدن في أمريكا الشمالية و في أمريكا اللاتينية و في آسيا.

و الجدير بالذكر أن أقمار تليستار I، II لم يكن مخططا لها سوى أن تكون أقمار تجريبية، ولم توصف عند إطلاقها أن تكون لها صبغة اقتصادية، علما بأنها كانت تدور بسرعة مختلفة عن سرعة دوران الأرض، و بالتالي لم يكن يستفاد منها إلا لمدة قصيرة خلال كل دورة من دوراتها حول الأرض. و لم يبدأ عصر الاستخدام التجاري للأقمار الصناعية إلا بظهور أجيال جديدة... و تتمثل في الأقمار الصناعية الأمريكية التي من نوع انتلسات (Intelsat) و ذلك مع إطلاق انتلسات I (Intelsat I) في 06 أفريل 1965م و الذي أطلق عليه اسم الطائر المبكر (Early bird)⁽³⁾.

4- أنماط أقمار الاتصالات:

يميز المتخصصون في أقمار الاتصالات بين ثلاثة أنماط (Types) من هذه الأقمار، و كل نمط يتميز بقوة بث خاصة، و يتطلب معدات و تكاليف خاصة لاستقباله⁽⁴⁾. و هذه الأنماط هي:

1- نصير بوعلي، أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، مرجع سابق، ص54.

2- إنشراح الشال، الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية، مرجع سابق، ص106.

3- حسن الكمشوشي، مرجع سابق، ص41-43.

4- MEMO, Larousse encyclopédie, Librairie Larousse, Paris, 1990, P936

النمط الأول: يقوم على نظام الاتصال من نقطة إلى نقطة (Point à point)، و يقوم على بث الإشارات التلفزيونية عن طريق المحطات الأرضية إلى القمر الصناعي، الذي يقوم - بدوره - بالتقاط هذه الإشارات و إعادة بثها إلى محطة أرضية أخرى، التي تقوم بتوزيعها عن طرق شبكة الاتصالات المحلية⁽¹⁾.

النمط الثاني: أقمار التوزيع (Satellites de distribution)، و هي التي تقوم بتوزيع الإشارات التلفزيونية إلى مناطق شاسعة. و يعتمد هذا النظام على محطات صغيرة متنقلة، تقوم بتغطية الأحداث أينما تقع و تبثها إلى القمر الصناعي، الذي يعيد الإشارة إلى المحطات الأرضية الأخرى. و من أمثلتها شبكة أقمار مولنيا (Molnya) التي استخدمت في تغطية مناطق واسعة في الاتحاد السوفييتي⁽²⁾.

النمط الثالث: أقمار البث المباشر (Les satellites de diffusion directe) و هي تقوم بإرسال الإشارات التلفزيونية دون المرور بالمحطات الأرضية: حيث يرد الإرسال بشكل أني و مباشر من محطة الإرسال إلى الأجهزة التلفزيونية الفردية للمتلقين. و يتميز هذا النمط (أقمار البث التلفزيوني المباشر) بثقل الوزن و ارتفاع التكاليف و قوة البث، و هو ما يسمح باستقبال البث التلفزيوني دون المرور عبر المحطات الأرضية، و دون التعرض لرقابة "حراس البوابة". و لا يتطلب هذا النوع من البث سوى تركيب هوائيات مقعرة (Paraboles)⁽³⁾.

5- الأقمار الصناعية المستخدمة في بث الفضائيات العربية:

تبث القنوات الفضائية العربية - موضوع دراستنا - عبر العديد من الأقمار الصناعية من نمط البث المباشر و من أهمها⁽⁴⁾:

- نايلسات 102-101 (Nilesat 101-102): (حوالي 138 قناة).

- عربسات A3 (Arabsat 3A): (حوالي 57 قناة).

- هوت بيرد 06-01 (Hotbird 1-6): (حوالي 53 قناة).

⁽¹⁾ - Evolution de la technologie de communication, Actualité économique, Mensuel, Alger, n°22, Novembre, 1987

⁽²⁾ - Ibid.

⁽³⁾ - نصير بو علي، أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، مرجع سابق، ص55.

⁽⁴⁾ - TELE-SATELLITE, n°183, Février 2005, P52-106.

- انتلسات 10-02 (Intelsat 10-02): (حوالي 24 قناة).
- عربسات B2 (Arabsat 2B): (حوالي 20 قناة).
- أسترا 1C/1E/1F/1G/1H/2C (Astra 1C/1E/1F/1G/1H/2C): (حوالي 6 قنوات)
- أن أس أس 7 (NSS7): (حوالي 4 قنوات).
- يوتلسات W2 (Eutelsat W2): (حوالي 3 قنوات).
- يوتلسات W1 (Eutelsat W1) و يوتلسات سيسات (Eutelsat sesat)، و يورو بيرد (Eurobird)، و أطلنتيك بيرد 2 (Atlantic bird2) كل منها بقناتين.
- يوتلسات W4 (Eutelsat W4)، و هالاس سات 2 (Hellassat2)، و يورو آسيا سات 1 (Eurasiasat 1)، و باس 7 (PAS7)، و تلكوم 2D (Telecom 2D)، و إكسبريس 3A (Express 3A) كلها بقناة واحدة.

ثانياً: البث التلفزيوني المباشر

بعد النجاح الذي تحقق في ميدان إطلاق أقمار صناعية من نمط أقمار البث التلفزيوني المباشر، بدأ عصر إعلامي جديد مختلف عن العصور السابقة له، سواء تعلق الأمر بالاتصال الأرضي الذي يتم بين منطقتين في الأرض، أو حتى الاتصال الفضائي غير المباشر، الذي يتم من محطة أرضية عبر القمر الصناعي إلى محطة أرضية أخرى ثم بعد ذلك إلى المشاهدين في بيوتهم، حيث يتم تصفية الرسالة الإعلامية عن طريق "حراس البوابة" بالمنع أو الحذف أو الزيادة... و إذا كانت بعض الشبكات التلفزيونية الدولية تفرض - في السابق - على الدولة التي تطلب العضوية فيها ضرورة توفرها على محطات أرضية، فإن هذا الأمر لم يعد له معنى الآن!! و يرجع الفضل في ذلك - أساساً - إلى التطور الذي حصل في مجال إطلاق أقمار البث التلفزيوني المباشر، حيث يكفي المتلقي الأفراد أن يقوموا بتركيب هوائي مقعر (Antenne parabolique) يتراوح قطره بين 45 و 90 سم و محلل "Décodeur" ليتمكنوا من النقاط البرامج التلفزيونية من القنوات الفضائية مباشرة من أي مكان في العالم و في فترة آنية و سريعة.

إن بداية عصر البث الفضائي المباشر يعني بداية عصر القنوات الفضائية، التي أصبحت - اليوم - السمة البارزة في كل البلدان، كالبلدان العربية ومنها الجزائر.

لكن، ماذا نعني بالبث التلفزيوني المباشر؟

نعني بالبث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية ذلك الإرسال الذي يتم بصفة آنية من محطة الإرسال مباشرة إلى جهاز التلفزيون الفردي دون أي وسيط، ويمثل ذلك الإرسال الإذاعي الذي لا يتقيد بحدود المكان و الزمان⁽¹⁾.

إن البث التلفزيوني المباشر - إذن - يعني استقبال البرنامج التلفزيوني من القمر الصناعي مباشرة. و لا يكفي في ذلك استعمال الهوائيات العادية، بل يتطلب الأمر استعمال هوائيات صحنية "ذات منحنيات مكافئة"، و إن كانت الدراسات و البحوث العلمية و التجارب الميدانية، التي تجربها بعض الشركات، قد تتوج بتحقيق البث التلفزيوني الفضائي المباشر عن طريق هوائيات عادية، دون الاستعانة بالهوائيات الصحنية⁽²⁾.

1- بداية البث التلفزيوني الفضائي المباشر

يرى بعض الباحثين أن بداية التفكير في العمل بالبث التلفزيوني الفضائي المباشر ترجع إلى أواسط السبعينات من القرن الماضي؛ فقد شهد عام 1976م انطلاق مشروع قمر صناعي خاص بالبث التلفزيوني المباشر في القارة الأوروبية، ثم تلا ذلك قيام عدد من المبادرات سواء كانت انفرادية أم كانت ثنائية (مشتركة) بين بعض الدول، على غرار الاتفاقية الموقعة بين فرنسا و ألمانيا الغربية في شهر أكتوبر عام 1979، التي استهدفت إنتاج أقمار صناعية خاصة بالبث المباشر⁽³⁾.

إن تلك المبادرات و الاتفاقيات قد أوصلت في نهاية المطاف إلى تحقيق أنجح التجارب في استعمال الأقمار الصناعية الخاصة بالبث الفضائي المباشر مع إطلاق القمر الصناعي الفرنسي

1- عبد الرحمن عزي و آخرون، عالم الاتصال، مرجع سابق، ص 371.

2- أنور بن محمد الرواس، القنوات الفضائية العربية، واقعها و مشكلاتها و آفاقها المستقبلية، مجلة تلفزيون الخليج، عدد 57، ديسمبر 1999.

3- محمد شطاح، مرجع سابق، ص 230.

TDF1 في أكتوبر 1985، ثم جاء بعده القمر الصناعي TDF2 في أبريل 1990. و قد تم توزيع بعض القنوات الفرنسية على هذين القمرين، ثم تم إدراجها جميعا في أوائل 1994. أما ألمانيا فقد أطلقت قمرها الصناعي الخاص بالبث الفضائي المباشر تيفي سات (TVsat) في شهر أوت 1988⁽¹⁾. و في شهر أوت عام 1989 أطلقت بريطانيا القمر الصناعي (BSB)، و يحمل خمس قنوات للبث التلفزيوني المباشر⁽²⁾. ثم توالى باقي الدول في إطلاق أقمارها الصناعية من هذا النوع (البث الفضائي المباشر)...فقد أطلقت وكالة الفضاء الأوروبية القمر الصناعي (Olympus) في شهر جوان عام 1989⁽³⁾. و أطلقت إيطاليا قمرين خاصين بالبث المباشر، الأول في أبريل عام 1990، و الثاني - و هو احتياطي - في سنة 1993، و هو يحمل ثلاث قنوات للبث المباشر⁽⁴⁾. كما وضعت إسبانيا خطة لإطلاق قمرين صناعيين عام 1991 و نجحت في ذلك؛ حيث بدأ تشغيلها مباشرة في صائفة عام 1992، و قد كان للقمر تسع قنوات، خصصت ثلاث منها للتلفزيون الإسباني، و هي القنوات الرئيسية في إسبانيا و التي يتم التقاطها - حاليا - في دول حوض البحر الأبيض المتوسط⁽⁵⁾.

هذا، و قد أطلق - على سبيل المثال - في عام 1995 عشرون قمرا صناعيا جديدا متخصصا بالبث التلفزيوني الفضائي المباشر. و يتوقع الخبراء أن يزداد الطلب على استخدام الأقمار الصناعية الخاصة بالبث المباشر، التي بإمكانها تحميل عدد من القنوات قد يزيد عن 500 قناة. كما يتوقعون - أيضا - أن يزداد الطلب العالمي على الاتصالات التي تستخدم فيها الأقمار الصناعية الخاصة بالبث المباشر، و تقدر تلك الزيادة بـ 10 إلى 15 مرة، و ذلك لأسباب تتعلق بالزيادة السكانية من جهة، و الرغبة المتزايدة للهيئات الحكومية و القطاعات الاقتصادية في استخدام ذلك النوع من الاتصالات من جهة أخرى⁽⁶⁾.

و يبدو أن ذلك التوقع في محله، و يحوز من الواجهة الشيء الكثير، ذلك أن ما كان يعوق الطلب على تلك الخدمات بدأ يتلاشى شيئا فشيئا، و يوما بعد يوم؛ حيث كان العائق الأكبر في

¹ -Jean Pierre Paul, op.cit, P99

² - إياد شاكر البكري، مرجع سابق، ص 29.

³ - إياد شاكر البكري، مرجع سابق، ص 31.

⁴ - إنشراح الشال، بث و افد على شاشات التلفزيون، مرجع سابق، ص 32.

⁵ - نصير بو علي، أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري، مرجع سابق، ص 56.

⁶ - المرجع نفسه، ص 56.

الثمانينات من القرن الماضي - مثلا - يتمثل في الصعوبات التقنية، و في التكلفة المتعلقة باقتناء أجهزة الاستقبال، كالهوائيات المقعرة، و التي كانت أثمانها باهظة و أحجامها كبيرة؛ فقد كان سعر الهوائي المقعر الذي يلتقط إشارات القمر الصناعي (TDF1) 6000 فرنك فرنسي⁽¹⁾.

و لا شك أن هذه الأسعار ليست في متناول الكثير من المستقبلين. و هذا الوضع جعل امتلاك الهوائيات المقعرة، في البداية، وفقا على المؤسسات العامة، كالمسارح و قاعات الحفلات و دور السينما، لتنتشر، بعد ذلك، إلى قطاع واسع من الناس، بفضل الاتجاه إلى صناعة الهوائيات ذات الأحجام الصغيرة و ذات الاستعمال الفردي و الأسعار الميسرة.

و ابتداء من سنة 1987 دخلت العديد من الشبكات التلفزيونية الأوروبية ميدان البث التلفزيوني المباشر، و أصبحت مساحة البث تمتد من إسبانيا و البرتغال إلى أوروبا الشرقية، و من الدول الإسكندنافية إلى دول شمال إفريقيا⁽²⁾.

2- البث التلفزيوني المباشر في الوطن العربي

لقد كانت المنطقة العربية أسرع في التعامل مع ظاهرة البث التلفزيوني المباشر؛ فمن المعلوم أن منطقة المغرب العربي كانت قد بدأت تتعرض إلى برامج بعض القنوات الفضائية الأوروبية، و خاصة الفرنسية منها، و ذلك بداية من أواخر الثمانينات؛ فقد كان التلفزيون الجزائري، مثلا، يتعرض إلى المنافسة من طرف التلفزيونات الأجنبية و العربية و الأوروبية على وجه الخصوص، و ذلك ابتداء من سنة 1988، لأن الأغلبية من سكان الشمال الجزائري كانوا قد صاروا يستطيعون استقبال البرامج المقدمة في التلفزيونات الأجنبية و العربية و الأوروبية منها، خاصة، بفضل الأقمار الصناعية⁽³⁾.

و في دراسة عن مستقبل البث التلفزيوني المباشر في منطقة المغرب العربي، توصل سارج عدة (Serge Adda) إلى أن ما يقارب 16.300.000 مواطن من منطقة المغرب العربي

¹ -Françoise Harrois-Monin, Les satellites de communication, Revue sciences et vie (Hors série), n° 152, Septembre, 1985, P 120-125.

² -نصير بوعلي، التلفزيون المباشر و الحضارة القادمة، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 04، 2000، ص 9-15

³ -عبد الله بوجللال، آثار التلفزيون على المشاهدين، مجلة بحوث، جامعة الجزائر، عدد 02، 1994، ص 75-

كانوا يتلقون ابتداء من سنة 1987، بشغف كبير، البرامج التلفزيونية التي ترد عبر القمر الصناعي الفرنسي (TDF1)، بينما يلتقط 24.000.000 منهم عبر القمر الصناعي أولمبيس (Olompus)⁽¹⁾.

و ترى الدكتورة جيهان رشتي أن الإرسال التلفزيوني الأوربي كان يصل حتى أوائل التسعينات إلى شمال إفريقيا فقط، و ذلك بسبب ظاهرة الانتشار على الهوامش (Spil-Over)⁽²⁾. و الحقيقة أن ذلك الإرسال لم يبق مقتصرًا على منطقة شمال إفريقيا، بل تعداه إلى مناطق أخرى من الوطن العربي، و هذا راجع إلى قرب المنطقة العربية من أوربا، مما جعل تغطية الأقمار الصناعية الأوربية المباشرة تمتد إليها. و بمعنى، آخر فإن الإرسال التلفزيوني الأوربي أصبح يغطي كل المناطق العربية المجاورة لأوربا، بداية من دول المغرب العربي (تونس، الجزائر، المغرب) ثم ليبيا و مصر، و كذلك الدول العربية الواقعة شرق البحر الأبيض المتوسط (سوريا، لبنان، الأردن...) بل إن الإرسال امتد أيضا حتى إلى البلدان العربية الأخرى؛ حيث كانت تصلها برامج عدة قنوات فرنسية مثل: تي أف 1 (TF1)، و القناة الثانية (F2)، و القناة الثالثة (F3)، و القناة الخامسة (LA5)، كما كانت تصلها كذلك برامج التلفزيون الإسباني، و برامج القناة الإيطالية راي 1 (RAI1)، و برامج القنوات الألمانية سات-1 (SAT-1)، و سات-2 (SAT-2)، و برامج القنوات البريطانييتين سكاى تشانل (Sky Channel) و سوبر تشانل (Super Channel)⁽³⁾.

أما فيما يتعلق بمنطقة الخليج العربي، فإن علاقاتها بالبيت التلفزيوني الفضائي المباشر ترجع إلى نهاية عام 1990، مع القناة الأولى لتلفزيون المملكة العربية السعودية من الرياض، و بحوالي 105 ساعة أسبوعيا، و معروف أن المملكة العربية السعودية تستأجر أكثر من 03 قنوات قمرية، منها قناة في الحزمة (C) عالية الطاقة، و اثنتان في الحزمة (KU) على القمر العربي الأول، بالإضافة إلى قناة التلفزيون الجماعي جزيرة الإشعاع، التي تعمل على الحزمة (S)

1- نصير بو علي، البرابول و الجمهور في الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال، مع، إ، جامعة الجزائر، عدد 11

و 12، ربيع - صيف 1995، ص 155-166

2- محمد معوض إبراهيم و آخرون، القنوات التلفزيونية الفضائية لدول الخليج العربي، واقعها و مستقبلها، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، عدد 52، سنة 52، ص 226-276

3- نصير بو علي، أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، مرجع سابق، ص 60.

على القمر العربي الثاني، و بدأت عن طريقها بث أولى برامج تلفزيونية فضائية خليجية ليس للعالم العربي فقط، و إنما إلى معظم دول أوربا و إفريقيا و آسيا⁽¹⁾.

و يذهب بيت المال إلى أن انتشار الهوائيات المقعرة بين عامة الناس في المملكة العربية السعودية انطلق في عام 1990، أما قبل هذا التاريخ فإنه كان مقصورا على الوزارات و الشركات و الأفراد ممن لهم حق القرار السياسي⁽²⁾.

و لقد كان بعض الخواص الخليجيين سابقين إلى اقتحام سوق الاستثمار في مجال البث التلفزيوني المباشر، مستغلين الفراغ التشريعي الذي لا يمنع تواجد قنوات غير حكومية، مما أدى إلى إنشاء شركات سعودية لبعض القنوات الفضائية... و كانت البداية مع شركة (آرا) السعودية للإنتاج الإعلامي، التي أنشأت مركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC) و مقره لندن في 18 سبتمبر 1991، ثم أنشأت شركة (دلة البركة السعودية) شبكة راديو و تلفزيون العرب (ART) و مقرها روما عام 1993، و أنشأت شركة الموارد السعودية شبكة (Orbit) و مقرها لندن عام 1994⁽³⁾.

و بداية من منتصف التسعينات أنشأت معظم البلاد العربية قناة فضائية واحدة على الأقل، و أمدتها من قنواتها التلفزيونية القومية. و قامت مصر بجهد خاص عام 1998 بإطلاق أول قمر صناعي قومي في الوطن العربي: نايلسات (Nilesat)، الذي زاد من عدد القنوات ذات النفع الخاص، و مكن مصر من فرض أجهزة المحلل (Décodeur) الرقمية على السوق. ثم ظهرت في أواخر التسعينات قنوات الأخبار المتخصصة على غرار "الجزيرة" التي أنشئت عام 1998 و قناة (ANN) في نفس السنة⁽⁴⁾. ثم تتابع ظهور الفضائيات كقناة اقرأ، وقناة المنار الإسلاميتين، وقناة العربية ذات الطابع الإخباري، وقناة الجزيرة الرياضية إلخ.

1- محمد معوض إبراهيم، مرجع سابق، ص 226-276

2- عبد اللطيف العوفي، الهوية الثقافية الوطنية و القنوات الفضائية، المجلة التونسية للاتصال، عدد 31 جانفي - جوان 1997، ص 07.

3- حسن مكاوي، الفضائيات العربية الخاصة و مردودها الإعلامي، مجلة الإذاعات العربية، عدد 01، 2003، ص 05.

4- كريستوف عياد، أهم العاملين في القنوات الفضائية العربية، رسالة اليونسكو، يناير 2000، ص 44.

3- البث التلفزيوني المباشر في الجزائر

يرجع نصير بوعلي بدايات التقاط البث التلفزيوني المباشر في الجزائر، إلى بدايات ظهور أولى تجاربه الناجحة في القارة الأوروبية، وبالضبط منذ شهر أكتوبر من عام 1985. و تزامن ذلك مع إطلاق القمر الصناعي الفرنسي (TDF1)؛ حيث كان هذا القمر الصناعي الخاص بالبث التلفزيوني المباشر يمتد إرساله من غرب أوروبا إلى شرقها، و من شمالها إلى جنوبها، بل كان يمتد أيضا إلى دول المغرب العربي (المغرب، الجزائر، تونس)⁽¹⁾، إلا أن عوائق مختلفة كانت تحول دون امتداد التقاط ذلك الإرسال بشكل واسع ليضم مختلف الشرائح الاجتماعية، و تتمثل بعض تلك العوائق في ارتفاع تكلفة أجهزة الاستقبال، فضلا عن بعض الصعوبات التقنية... و هو ماجعل عملية الاستقبال - في البداية - مقتصرة على وضعيات محددة و في الأماكن العمومية كدور السينما، و قاعات الحفلات و المسارح. و كان "رياض الفتح" بالجزائر العاصمة هو السباق في ذلك، حيث جهز بهوائي كبير مكنه من التقاط بعض القنوات الأوروبية مثل: راي (RAI) الإيطالية، و تيفي 5 (TV5) الفرنسية، و بوكس ميوزيك (Music Box) الألمانية، و قناة أوروبا (Europa)⁽²⁾.

و تقدر بعض الدراسات، أن عدد المتعرضين للبرامج الأجنبية في الجزائر عن طريق الهوائيات المقعرة، في الفترة (1985-1990) قد بلغ خمسة ملايين مشاهد، أي ما معدله مليون مشترك في السنة الواحدة. و كانت الحكومة الجزائرية قد أصدرت قرارا في يوليو 1987 يمنع استيراد الأطباق الهوائية اللاقطة، غير أن ذلك القرار لم يستمر العمل به طويلا، حيث جاء قانون المالية لسنة 1988 فألغى قرار المنع⁽³⁾.

هذا، و قد كانت الجزائر تستعين بأقمار إنتلسات (Intelsat) لسد بعض احتياجاتها المحلية، و بث برامجها التلفزيونية الفضائية. ثم افتتحت الفضائية الجزائرية الأولى (AlgerianTV) عام 1994، و بثت برامجها مباشرة عن طريق القمر الصناعي الأوروبي يوتلسات-2-أف3 (Eutelsat2-F3)⁽⁴⁾.

1- نصير بوعلي، أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، مرجع سابق، ص 56.

2- Lotfi Meherzi, OP. Cit , P35.

3- إياد شاكر البكري، مرجع سابق، ص 101

4- نفس المرجع، ص 100.

و بعد هذه الفترة، بدأت أجهزة الاستقبال - كالهوائيات المقعرة - تتجه إلى الانخفاض في أسعارها شيئا فشيئا، حتى أصبح اقتناؤها و استعمالها في متناول معظم الجزائريين، و أصبحت سطوح و جدران المنازل و العمارات في المدن و القرى و حتى الأرياف "تتزين" بالأطباق اللاقطة، التي صارت تشكل منظرا يكاد يغطي المساكن و المنشآت المختلفة. و لقد وصل الآن سعر الهوائي المقعر - مثلا - إلى حدود الألف دينار جزائري فقط...

و يستعمل الجزائريون مختلف أشكال و أنواع أجهزة الاستقبال، كجهاز الاستقبال التماثلي (Analogique)، و الرقمي (Numérique)... الخ. كما يستقبلون مختلف القنوات سواء المفتوحة منها أم المشفرة و التي تتطلب اقتناء بطاقات خاصة...

و يسجل - هاهنا - وجود ظاهرة بارزة لدى ملتقي البث التلفزيوني المباشر في الجزائر، و تتمثل في لجوء عدد من المشاهدين إلى عملية فك الأرقام السرية لبعض القنوات المشفرة، أو ما يسمى لديهم بـ "Le flachage"!!

و خلاصة القول، إن الجزائريين قد عرفوا البث التلفزيوني المباشر بصورة مبكرة، سبقت كثيرا من البلدان العربية، بل و واكبت بعض الدول الأوروبية في ذلك، ثم ازداد استعماله بمرور السنوات، حتى صار اليوم - مثله كمثل جهاز التلفزيون نفسه - لا يكاد يخلو منه بيت من البيوت، و لقد لفتت هذه الظاهرة العديد من الباحثين و الأكاديميين؛ حيث قاموا برصدها، و حاولوا تقديم مقاربات لفهمها، و إدراك مغزاها و حقيقتها، و التعرف على آثارها، سواء الإيجابية منها أم السلبية، و ذلك بداية من أوائل التسعينات و إلى الآن.

ثالثا: القنوات الفضائية العربية

لقد كانت المنطقة العربية على موعد مع البث التلفزيوني الفضائي المباشر، منذ أواسط الثمانينات من القرن الماضي؛ حيث كان ذلك البث يصل إلى بلدان شمال إفريقيا و بعض البلدان الأخرى، فيما يعرف بظاهرة الانتشار على الهوامش (Spill-Over).

غير أن البداية الحقيقية لظهور القنوات الفضائية العربية، كان مع أوائل التسعينات؛ و ذلك بعد حرب الخليج الثانية، و بعد ذلك الدور الذي لعبته القناة التلفزيونية الأمريكية سي أن أن

(CNN)، التي كانت تصول و تجول لوحدها في تغطية أحداث تلك الحرب، رغم بعض المحاولات المحتشمة من بعض القنوات العربية كالقناة الجزائرية مثلا. و من ثم يمكن القول، أن العرب قد اكتشفوا هذا النوع من الإعلام الفضائي ذي التأثير الفعال، و الجاذبية العالية، لقدرتة على نقل الأحداث "الساخنة" من موقع الأحداث عن قرب...

و يرى البعض أن إنشاء القنوات الفضائية العربية، و ظهورها المتزايد بذلك الشكل يعود إلى شعور العالم العربي بنوع من التهديد - الذي ينجم عن البث الفضائي الأجنبي - للقيم الأخلاقية و الحضارية للأمة، كما يأتي أيضا كرد فعل استخدمت فيه الفضائيات العربية لتأكيد و تثبيت و حماية الهوية الثقافية، و محاولة الإشراف و الدفاع عن قيمها الحضارية بنفس الوسائل و نفس الطرق - أي بإنشاء فضائيات عربية الهوية و الاتجاه ، هدفها الرئيسي استقطاب المواطن العربي الذي أصبح عرضة للقنوات الأجنبية⁽¹⁾. و في تلك الأثناء، كانت بعض المحاولات قد بدأت لإنشاء محطات فضائية عربية في مصر و العربية السعودية.

و لقد ظهرت فيما بعد - و خاصة مع بداية عام 1992 - العديد من الفضائيات العربية الواحدة تلو الأخرى، فأصبحت أخبار إنشاء أو بداية تجريب مثل هذه القنوات مما يتصدر عادة أخبار الصحف و المجلات و القنوات الإذاعية و حتى التلفزيونية. و لقد أضحت قناة تلفزيونية فضائية أو أكثر من الأمور التي تحرص عليها جل الدول العربية و مختلف الهيئات فيها، و صار هذا الوضع يشبه إلى حد كبير حرص الدول في السابق على إنشاء وكالة أنباء وطنية⁽²⁾. و يرجع سبب ذلك ، في اعتقادنا ، إلى شعور العديد من الدول و الحكومات بأن البساط ، ربما ، بدأ يسحب من تحت أرجلها؛ فلم تعد الطرق القديمة التي كان يقوم بها "حراس البوابات" قادرة على الوقوف في وجه هذا المد الجارف للبث الفضائي المباشر، الذي يخترق الحدود الجغرافية و لا يعترف بالقواعد التشريعية!!

المهم، أنه لم تبلغ سنة 1998م حتى أصبحت كل الدول العربية تمتلك فضائيتها أو فضائياتها، فقد كانت العراق آخر دولة عربية تطلق محطاتها الفضائية، و معلوم أن تأخرها يرجع ، أساسا ، إلى ظروف الحصار الذي كان مفروضا عليها.

1- نصير بو علي، أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، مرجع سابق، ص 61.

2- عبد الله بوجلال و آخرون، مرجع سابق، ص 92.

و لقد تباينت هويات و اتجاهات و اختصاصات هذه القنوات الفضائية العربية؛ فهناك قنوات وطنية قومية، أو إسلامية، تستهدف إحياء المقومات الأساسية للأمة و التصدي لمخاطر الغزو الثقافي الأجنبي لاسيما الإسرائيلي... و هناك أيضا قنوات "مستلبة" أرادت لنفسها أن تكون نسخا لبعض القنوات الأجنبية، بل قد تكون أحيانا نسخا مشوهة لها!! و يرجع ذلك إلى هوية أولئك الذين يقفون وراءها... و قد يرجع أيضا إلى أن بعض القنوات أسست دون دراسة و تخطيط عميق⁽¹⁾؛ حيث و جدت نفسها - أمام ضعف الإنتاج البرامجي - ملزمة على ملاً أوقاتها ببرامج ضعيفة أو مستوردة.

و إذا نظرنا إلى اللغة التي اعتمدها القنوات الفضائية العربية نجدها تمتد من اللغة العربية الفصحى "المقكرة" أحيانا إلى اللغة العامية أحيانا أخرى، بل إن بعض تلك الفضائيات كان ينطلق بلسان أعجمي.

هذا، و إننا سنلقى ، فيما يلي ، لمحة تاريخية موجزة على القنوات الفضائية العربية، ثم نتطرق إلى الحديث عن وضعها الحالي، من حيث تبعيتها إلى القطاع العام أو إلى القطاع الخاص، و من حيث واقعها "البرامجي" بين البرامج المحلية أو العربية أو الأجنبية، و من حيث اللغة الناطقة بها، و من حيث طبيعتها (عامة - متخصصة)، فضلا عن محاولة التعرف على القنوات المفتوحة و المشفرة، و أخيرا سنقدم سردا لقائمة أهم القنوات الفضائية العربية الموجودة الآن.

1- لمحة تاريخية عن الفضائيات العربية:

يذكر العديد من الباحثين، أن بعض الأقطار العربية بدأت تتعرض لبرامج بعض القنوات الفضائية الغربية، و يتعلق الأمر في البداية - و على الخصوص - ببلدان المغرب العربي (تونس، الجزائر، المغرب) حيث كانت تستقبل تلك القنوات⁽²⁾... و قد كانت فرنسا حريصة على ذلك و سعت إليه منذ مؤتمر جنيف سنة 1977، الذي نظم عملية الاستفاداة من استغلال الفضاء في مجال الاتصالات⁽³⁾.

1- رمضان بن بخمة ، مرجع سابق، ص48.

2- عاطف عدلي العبد، دراسات في الإعلام الفضائي، مرجع سابق، ص100.

Lotfi Meherzi, OP.Cit , P37-42.

و في واقع الأمر فإن ذلك الاستقبال - كما ألمحنا إليه سابقا - امتد إلى بلدان أخرى كليبيا
و مصر و منطقة المشرق و الخليج العربيين...

و من الملاحظ أن بعض الدول العربية سارت في اتجاه يهدف إلى فتح أبوابها لاستقبال
الإرسال الأجنبي، و عمدت إلى تعزيزه منذ عام 1960، كما فعلت تونس التي سمحت لهيئة
الإذاعة الإيطالية أن تقيم هيئة لتقوية الإرسال و بث البرامج من العاصمة تونس مباشرة⁽¹⁾
و تستقبل تونس حاليا - و استمرارا لذلك الوضع- حوالي 20 قناة تلفزيونية فضائية أجنبية مثل
القنوات الفرنسية و الإنجليزية و الألمانية و القناة الأمريكية سي أن أن (CNN)، و الشبكة الدولية
(World net) و القناة الأوروبية الرياضية أورو سبور (Eurosport) التي تبث من خلال القمر
الصناعي الفرنسي TDF1⁽²⁾.

إن ما سبق يتعلق ، في واقع الأمر، بفضائيات أجنبية تستقبل في البلاد العربية، أو يعاد بثها
من بعض البلاد العربية... غير أنه، و مع بداية عقد التسعينات من القرن الماضي، و بعد حرب
الخليج الثانية، بدأت البلاد العربية تدخل في مجال البث التلفزيوني الفضائي العربي المباشر. و قد
كانت جمهورية مصر العربية، في تلك الأثناء، تعد العدة لإنشاء القناة الفضائية المصرية (ESC)،
التي كانت تستهدف إرسال برامج موجهة إلى الجاليات المصرية في الخارج⁽³⁾، كما كانت المملكة
العربية السعودية قد بدأت تشغيل القناة الأولى للتلفزيون من الرياض؛ حيث استأجرت بعض
القنوات القمرية على القمر الصناعي العربي الأول (أطلق عام 1985م)، و قناة أخرى على القمر
العربي الثاني الذي أطلق في العام نفسه، و بدأت عن طريقها بث برامج تلفزيونية فضائية عربية
للعالم العربي و العالم الخارجي، و تمتاز هذه القناة بتغطية منطقة شاسعة، و بقدرة بث عالية⁽⁴⁾.

هذا، و إن البروز الأكثر وضوحا للقنوات الفضائية العربية، تجلى أساسا مع دخول
الاستثمار العربي الخاص إلى هذا المجال، حيث ظهرت، تباعا ، العديد من الفضائيات. و كانت
قناة مركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC) أول فضائية عربية خاصة، تبدأ البث من لندن في
18 سبتمبر 1991، و كانت موجهة إلى العالم العربي و إلى العرب المقيمين في أوروبا أو الذين

¹ -Ibid, PP 37-42.

² -نصير بو علي، أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، مرجع سابق، ص 60.

³ -محمد معوض إبراهيم و آخرون، مرجع سابق، ص 234

⁴ - المرجع نفسه، صص 227-228.

يتوجهون إليها⁽¹⁾. ثم جاءت قناة راديو و تلفزيون العرب (ART)، و التي بدأت بثها التجريبي في الفاتح من أكتوبر 1993 من إيطاليا⁽²⁾. و في مايو 1994 ظهرت إلى الوجود شبكة أوربت (Orbit) التي تديرها مجموعة الموارد السعودية التابعة لبعض أفراد الأسرة المالكة في السعودية⁽³⁾.

و بعد ذلك، و بداية من منتصف التسعينات، أنشأت معظم البلدان العربية قناة فضائية واحدة على الأقل، إضافة إلى القنوات التي تبث من خارج الوطن العربي؛ فقد أنشئت- مثلا- في سنة 1992 الفضائية التونسية تونس 7 (TV7)، و الفضائية الكويتية (KT4)، و قناة دبي الفضائية (Dubai)، و قناة أبو ظبي الفضائية، و أنشئت في سنة 1993 الفضائية المغربية (RTM)، و الفضائية الأردنية (JVT)، و قناة المستقبل اللبنانية؛ و أنشئت في سنة 1994 الفضائية الجزائرية (AlgTV)، و قناة النيل الدولية؛ و الفضائية الموريتانية؛ و الفضائية البحرينية (BTV)، و أنشئت في سنة 1995 الفضائية السودانية (Soudan)، و الفضائية السورية (Syria)⁽⁴⁾، و أنشئت الفضائية البحرينية وقناة الجزيرة في سنة 1996، و أنشئت قناة عجمان الفضائية و الفضائية العراقية في سنة 1998... إلخ

2- الفضائيات العربية بين القطاع العام و القطاع الخاص:

تخضع مؤسسات الإذاعة و التلفزيون في الوطن العربي - على العموم - للسيطرة المباشرة - أو غير المباشرة - من جانب الدولة، و عادة ما يكون من الصعب على الخدمات الإعلامية و التلفزيونية أن تقوم بدور مستقل عن الحكومة. غير أن الوضع بدأ يعرف نوعا من التغيير خلال العقد الأخير من القرن العشرين؛ حيث أصبح من الضروري توفير قنوات اتصالية، تواكب التطور الهائل الذي شهده العالم في مجال البث التلفزيوني المباشر، على الخصوص، و هو ما سمح باتجاه العديد من الدول إلى إقرار مبدأ التعددية الإعلامية و التخلي، تدريجيا، عن الاحتكار الحكومي في

¹ Jamel Al Menayes, Direct satellite broad casting in Asia and the middle east, Arab journal of the humanities, Issue N° 57, 15th years, Winter 1997, P310.

² محمد معوض إبراهيم، مرجع سابق، ص 228.

³ كريستوف عياد، مرجع سابق، ص 44.

⁴ إياد شاكر البكري، مرجع سابق، ص 98 وما بعدها.

هذا المجال، و السماح للقطاع الخاص بإنشاء خدمات تلفزيونية خاصة⁽¹⁾. و هو ما أنتج ظهور العديد من القنوات الفضائية العربية التابعة للقطاع الخاص، إلى جانب تلك التابعة للقطاع العام. و يبلغ عدد الهيئات العربية التي تبث، أو تعيد بث، قنوات فضائية على شبكاتها حوالي 47 هيئة، منها 20 هيئة حكومية، و 27 هيئة خاصة تديرها أموال عربية⁽²⁾ (و هذا في سنة 2003).

3- واقع الإنتاج البرامجي في الفضائيات العربية:

لا شك أن أهمية القناة التلفزيونية، تكمن في الدور الذي تلعبه، و التأثير الإيجابي الذي تحدثه على جمهورها المتعرض لمضمونها البرامجي، و خاصة في مثل الوضع الذي تعيشه البشرية اليوم، و الذي يتسم بالتدفق الأحادي لمضامين الوسائل الإعلامية، من العالم المتقدم إلى العالم الثالث، و منه الدول العربية و الإسلامية، و يرجع ذلك إلى أن الإمكانيات العلمية و الصناعية المتواضعة لهذه الدول تخرجها من دائرة المنتجين، و تجعلها، على عكس ذلك، من الدول المتلقية للموجات المتدفقة المتلاحقة من المعلومات المتدفقة عليها و الحاملة لضروب من القيم الثقافية و المناهج السلوكية المغايرة، بل و الهادمة الماحية في كثير من الأحيان لما عندها من قيم ثقافية مميزة لها، أو أنماط حضارية خاصة بها⁽³⁾.

و تعتبر المواد البرامجية العصب الذي تستمد منه القنوات التلفزيونية حيويتها و نشاطها و تفاعلها، و لا يملك المبرمجون في هذه القنوات العصا السحرية لجذب انتباه المشاهدين إلى هذه القناة أو تلك، و جعلهم يتعلقون بها، و إنما يبقى الأمر مرتبطا بجودة البرنامج و بطبيعة مضمونه و الرسالة التي يبثها و مدى قدرته على الوصول إلى عقل و وجدان المشاهدين. و تشير بعض الدراسات إلى أن الإنتاج السمعي البصري عمل إبداعي يحمل في طياته إحساسا فنيا و يتميز

¹ -حسن مكاي، الفضائيات الخاصة و مردودها الإعلامي، مجلة الإذاعات العربية، عدد 01، سنة 2003، صص 4-5.

² - [http://www.asbu.org.tn/www/ar/doc.asp?meat=58mrub=33\(6/1/2005\)](http://www.asbu.org.tn/www/ar/doc.asp?meat=58mrub=33(6/1/2005))

³ -مدثر عبد الرحيم الطيب، وسائل الإعلام الحديثة و الهوية الثقافية في البلاد العربية، دراسات إفريقية، عدد 06، فبراير 1990، ص 09.

بطابعه الجماعي... و هو يتطلب وسائل تقنية محددة و تمويلات كبيرة، و تجهيزات متطورة، ومهارات فنية محددة⁽¹⁾.

و البرامج التي تبثها القنوات التلفزيونية عموما، و الفضائيات خصوصا، تستمد من عدة مصادر؛ فهناك المصادر الوطنية (المحلية)، و هي التي يتم إعدادها بواسطة التلفزيون نفسه أو بواسطة مصادر أخرى، و المصادر الأجنبية التي تظهر في شكل برامج مختلفة كالأخبار و المواد الدرامية و غيرها⁽²⁾.

و تتفاوت درجات الاعتماد على الإنتاج المحلي أو اللجوء إلى الإنتاج الأجنبي من فضائية عربية إلى أخرى؛ فهناك من حقق الاكتفاء الذاتي في هذا المجال كالفضائية المصرية مثلا⁽³⁾، و هناك من لزال خاضعا لما "تجود" به مؤسسات الإنتاج التلفزيوني سواء العربية أو الأجنبية. و يواجه الإنتاج التلفزيوني العربي معوقات عدة، يمكن إجمالها في شح الموارد المالية، و عدم القدرة على مسايرة التكاليف الباهضة و المتزايدة، و نقص الإطارات (الكوادر) في مجال التأليف و الإخراج و التنفيذ، و تعثر عملية التسويق⁽⁴⁾.

و في دراسة مسحية أعدها اتحاد إذاعات الدول العربية، تبين أن البرامج التي تبثها مختلف القنوات الفضائية العربية، سواء التابعة للقطاع العام أو التابعة للقطاع الخاص، يتراوح الإنتاج المحلي فيها ما بين 30% و 100%، بينما الإنتاج العربي المستورد ما بين 0.3% و 70%، و يتراوح الإنتاج الأجنبي المستورد ما بين 1% و 60%. و يلاحظ، هنا، زيادة نسبة البرامج العربية المستوردة من 55% إلى 70% مقارنة مع عامي 2000-2001، بينما حدث انخفاض في نسبة البرامج الأجنبية المستوردة من 65% إلى 60%⁽⁵⁾، و معنى ذلك أن القنوات الفضائية العربية ما زالت تعتمد في سد حاجتها من البرامج على الإنتاج الأجنبي، نظرا لشح أو ضعف الإنتاج العربي أو المحلي، و إن كان ذلك يختلف من فضائية إلى أخرى.

1- خليل إبراهيم الذوايدي، صناعة البرامج التلفزيونية في دول الخليج في عصر الفضائيات، مجلة الإذاعات العربية، عدد 03، سنة 2000، ص 14.

2- انشراح الشال، الأعمار الصناعية و التنمية، مكتبة نهضة الشرق، جامعة القاهرة، 1988، ص 56.

3- محمد عوض و آخرون، مرجع سابق، ص 259.

4- خليل إبراهيم الذوايدي، مرجع سابق، ص 16.

5- <http://www.asbu.org.tn/www/ar/doc.asp?meat=58mrub=33>

4- التغطية الجغرافية للفضائيات العربية:

تغطي القنوات الفضائية العربية، أساسا، المنطقة العربية، و يغطي جزء كبير منها مناطق واسعة من القارة الأوروبية، بينما يغطي عدد آخر منها بعض المناطق من أمريكا الشمالية، و قارة إفريقيا (غير العربية)، و أمريكا الجنوبية، و أجزاء من آسيا (غير العربية)⁽¹⁾. و يلاحظ أن بعض الفضائيات العربية كقناة الجزيرة، أصبحت تغطيتها تكاد تشمل أنحاء الكرة الأرضية برمتها.

5- اللغات المستخدمة في الفضائيات العربية:

تنبث معظم القنوات الفضائية العربية باللغة العربية، كما تنبث قنوات أخرى بلغات أخرى، كاللغة الإنجليزية كما هو الحال لدى القناة الثانية للتلفزيون السعودي (Saoudi Arabian TV satellite)، و اللغة الفرنسية كما هو الحال عند القناة الجزائرية (AlgTV) و القناة المغربية (RTM)، كما تنبث بعض القنوات باللغة الفارسية مثل قناة سلطنة عمان، أو باللغة الهندية مثل قناة الشارقة، أو اللغة العبرية كالقناتين المصرية و الأردنية، بالإضافة إلى استخدام بعضها لغات و لهجات محلية كالأمازيغية في الجزائر و المغرب، و السواحلية و الصومالية في بعض البلدان الأخرى...⁽²⁾

6- عرض عام للقنوات الفضائية العاملة:

لقد أصبح الآن لكل الدول العربية فضائية واحدة أو أكثر، فضلا عن الفضائيات التابعة للقطاع الخاص؛ و فيما يلي عرض لأهم تلك الفضائيات، على أننا سنكتفي بذكر أهم الفضائيات التي تنبث عبر الموجة KU و بالنظام الرقمي Numérique^(*)، و ذلك حسب ما ورد في المجلة المتخصصة تبلي ساتيليت (Télé-Satellite)⁽³⁾

¹ - <http://www.asbu.org.tn/www/ar/doc.asp?meat=58mrub=33>

² - [http://www.asbu.org.tn/www/ar/doc.asp?meat=58mrub=33\(6/1/2005\)](http://www.asbu.org.tn/www/ar/doc.asp?meat=58mrub=33(6/1/2005))

*- من المعلوم أن الفضائيات العربية تنبث من خلال العديد من الأقمار الصناعية العربية و غير العربية، و عبر موجات منها: الموجة C بالنظام التماثلي، و النظام الرقمي، و الموجة KU بالنظام التماثلي و الرقمي أيضا، غير أن غالبيتها يبث من خلال الموجة KU نظام رقمي.

³ - TELE Satellite, N° 183, Février 2005, France, PP58-91.

موريتانيا:

- تتوفر الجمهورية الإسلامية الموريتانية على قناة فضائية (TV de Mauritanie) و هي قناة مفتوحة، و تبث عبر القمر الصناعي العربي Arabsat 3A (26° شرقا).

المغرب:

- القناة الفضائية المغربية الحكومية (RTM)، و تبث عبر القمر الصناعي Arabsat 3A (26° شرقا)، و القمر الصناعي Astra (19.2° شرقا)، و القمر الصناعي Eutelsat W2 (16° شرقا).
- القناة الفضائية الثانية الخاصة (2M) و تبث عبر القمر الصناعي Astra (19.2° شرقا)، و القمر الصناعي Hotbird (13° شرقا)، و القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غربا).
- المغربية: و تبث عبر الأقمار الصناعية: Eutelsat W2 (16° شرقا)، و Hotbird (13° شرقا)، و Nilesat 101-102 (7° غربا).

هذا، و من المنتظر أن تنطلق قناة "الرابعة" (La4) في نهاية جانفي 2005، و ستكون ذات طابع تعليمي و ثقافي⁽¹⁾.

الجزائر:

- Canal Algérie و تبث عبر الأقمار الصناعية: Astra (19.2° شرقا)، و Hotbird (13° شرقا)، و NSS7 (22° غربا).
- الجزائرية الثالثة (A3) و تبث عبر الأقمار الصناعية: Arabsat 3A (26° شرقا)، و Hotbird (13° شرقا)، و NSS7 (22° غربا).
- و ينتظر إطلاق قناة (TamTV) في أبريل 2005، و هي قناة تلفزيونية أمازيغية وطنية تابعة للتلفزيون الجزائري، و تقدم برامج متنوعة باللغة الأمازيغية⁽²⁾.

¹ - Ibid, P37.

² - Salim Bey, La télévision amazighe nationale sera lancée en avril, Le quotidien d'Oran, Mercredi 23 février 2005, N° 3088.

تونس:

- تونس 7 (TV7)، و تبث عبر الأقمار الصناعية: Arabsat 3A (26° شرقاً)، و Astra (19.2° شرقاً)، و Eutelsat W2 (16° شرقاً)، و Hotbird (13° شرقاً)، و Nilesat 101-102 (7° غرباً).
- قناة المستقلة و تبث من لندن عبر القمرين الصناعيين: Arabsat 3A (26° شرقاً)، و Hotbird (13° شرقاً).
- قناة "حنبل"، و هي قناة خاصة تبث على القمرين الصناعيين: Arabsat 3A (26° شرقاً)، و Nilesat 101-102 (7° غرباً).

ليبيا:

- قناة الجماهيرية الفضائية و تبث عبر القمر الصناعي Arabsat 3A (26° شرقاً)، و القمر الصناعي Hotbird (13° شرقاً).

مصر:

- تعتبر مصر أكبر بلد عربي من حيث امتلاك قنوات فضائية و من تلك القنوات:
- المصرية، و تبث على القمر الصناعي Astra (19.2° شرقاً)، و القمر الصناعي Hotbird (13° شرقاً)، و القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً)..
 - قناة النيل الدولية (NileTV international)، و تبث على القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً).
 - قناة النيل للأخبار (Nile news) و تبث على القمر الصناعي Hotbird (13° شرقاً)، و القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً).
 - قناة الأسرة و الطفل، و قناة النيل للدراما، و قناة المعارف، و قناة المنارة، و قناة التنوير، و قناة النيل للمنوعات، و قناة النيل للرياضة، و قناة النيل للثقافة، و قناة اللغات، و قناة الفجر (و هي متخصصة في القرآن الكريم)، و قناة الرأي، و قناة نورتيتي (طبية)، و قناة هوراس، و قناة المشكاة، و قناة التعليم الابتدائي، و قناة التعليم الإعدادي، و قناة التعليم الثانوي، و قناة التعليم العالي، و قناة محو الأمية، و قنوات اتحاد الإذاعة و التلفزيون

- المصري (ERTU) من 1 إلى 8، و غيرها من القنوات المتخصصة، و التي تبث عبر القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً).
- قناة دريم 1، قناة خاصة و تبث على القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً).
 - قناة دريم 2، قناة خاصة كذلك و تبث على القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً).
 - قناة المحور، قناة خاصة و تبث على القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً).

الأردن:

- الفضائية الأردنية و تبث على القمر العربي Arabsat 3A (26° شرقاً).
- سات 7 (SAT7) و تبث على القمر الصناعي Hotbird (13° شرقاً)، مع العلم أنها قناة موجهة إلى المسيحيين الناطقين باللغة العربية⁽¹⁾.

فلسطين:

- الفضائية الفلسطينية و تبث عبر القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً).

لبنان:

- القناة الفضائية اللبنانية (LBC) و تبث على القمر الصناعي Arabsat 3A (26° شرقاً)، و القمر الصناعي Hotbird (13° شرقاً).
- TELE Lebanon و تبث على القمر الصناعي Arabsat 3A (26° شرقاً)، و القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً).
- قناة المستقبل الدولي (Futur International)، و تبث على القمر الصناعي Arabsat 3A (26° شرقاً)، و القمر الصناعي Hotbird (13° شرقاً)، و القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً).

١- إياد شاكر البكري، مرجع سابق، ص 129-130.

- قناة المنار، و هي قناة تلفزيونية فضائية تابعة "لحزب الله" في لبنان و تبث على القمر الصناعي العربي Arabsat 3A (26° شرقا)، و القمر الصناعي المصري Nilesat 101-102 (7° غربا).
- روتانا: و تشمل (روتانا TV)، و (روتانا Clip)، و (روتانا Tarab)، و (روتانا Cinéma)... و تبث جميعا عبر القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غربا).

سوريا:

- الفضائية السورية، و تبث عبر القمر الصناعي Arabsat 3A (26° شرقا)، و القمر الصناعي Hotbird (13° شرقا)، و القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غربا)، و القمر الصناعي Atlantic Bird2 (8° غربا).
- قناة شبكة الأخبار العربية (ANN)، و تبث على القمر الصناعي Hotbird (13° شرقا).

العراق:

- الفرات، و تبث على القمر الصناعي Arabsat 2B (30.5° شرقا)، و القمر الصناعي Hotbird (13° شرقا).
- الديار، و تبث على القمر الصناعي Arabsat 2B (30.5° شرقا)، و القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غربا).
- العراقية، و تبث على القمر الصناعي Arabsat 3A (26° شرقا).
- الفيحاء، و تبث على القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غربا)، و القمر الصناعي Hotbird (13° شرقا).
- السومرية، و تبث على القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غربا).

و يلاحظ أن هذه الفضائيات جميعا ظهرت بعد الاحتلال الأمريكي للعراق. حيث لم يكن بالعراق إلا الفضائية العراقية التي كانت تابعة للحكومة العراقية، و التي توقفت بعد الاحتلال مباشرة.

قطر:

- قناة الجزيرة (JSC)، و تبث عبر القمر الصناعي Eurobird1 (28.5° شرقاً)، و القمر الصناعي Arabsat 3A (26° شرقاً)، و القمر الصناعي Astra (19.2° شرقاً)، و القمر الصناعي Hotbird (13° شرقاً)، و القمر الصناعي Eutelsat W1 (10° شرقاً)، و القمر الصناعي Intelsat 10-02 (1° غرباً)، و القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً)، و القمر الصناعي NSS7 (22° غرباً).
- الجزيرة Sports، و تبث على القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً).
- الفضائية القطرية، و تبث على القمر الصناعي Hotbird (13° شرقاً).

و الملاحظ أن قناة الجزيرة (JSC) هي أكثر الفضائيات العربية توزيعاً على الأقمار الصناعية.

عمان:

- قناة عمان الفضائية، و تبث عبر أربعة أقمار صناعية هي: Nilesat 101-102 (7° غرباً)، و Arabsat 2B (30.5° شرقاً)، و Arabsat 3A (26° شرقاً)، و Hotbird (13° شرقاً).
- و هناك قناة مشفرة هي (OmanTV Earth) و تبث عبر القمر الصناعي Arabsat 2B (30.5° شرقاً).

البحرين:

- قناة البحرين الفضائية، و تبث على القمر الصناعي Arabsat 3A (26° شرقاً)، و القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً).
- بحرين TV، و تبث عبر القمر الصناعي Arabsat 3A (26° شرقاً)، و هي ناطقة باللغة الإنجليزية.
- بحرين Sports، و تبث أيضاً عبر القمر الصناعي Arabsat 3A (26° شرقاً).

- Spacetoon⁽¹⁾، و تبث عبر القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً)، مع ملاحظة أن هذه القناة تبث من مصر كذلك (Spacetoon egypt).

السعودية:

- الفضائية السعودية الأولى (Saudi arabian TV1)، و تبث عبر Arabsat 2B (30.5° شرقاً)، و Arabsat 3A (26° شرقاً)، و Nilesat 101-102 (7° غرباً).

- Orbit، و هي مجموعة قنوات خاصة منها:

- قناة المسلسلات العربية (The arabic series channel)، و تبث عبر Arabsat 3A (26° شرقاً)، و Nilesat 101-102 (7° غرباً).
 - قناة الأفلام (Super movies)، و تبث عبر Arabsat 3A (26° شرقاً).
 - قناة الرياضة (Orbit ESPN)، و تبث عبر Arabsat 3A (26° شرقاً).
 - قناة الأخبار (Orbit news)، و تبث عبر Arabsat 3A (26° شرقاً).
- إلى غير ذلك من القنوات التابعة لهذه الشبكة و معظمها مشفرة (Cryptés).

- راديو و تلفزيون العرب (ART)، و هي مجموعة قنوات خاصة، منها:

○ قناة الأفلام (ART Movies)، و تبث عبر القمر الصناعي Hotbird (13° شرقاً)، و Nilesat 101-102 (7° غرباً).

○ قناة الرياضة (ART Sports)، و تبث عبر نفس القمرين السابقين.

○ قناة الأطفال (ART Teenz)، و تبث عبر نفس القمرين السابقين.

○ قناة الطرب (ART Tarab)، و تبث عبر نفس القمرين السابقين.

○ قناة حكايات (ART Hikayat)، و تبث عبر نفس القمرين السابقين.

و هناك أيضاً قنوات أخرى مثل: قناة أوربا، و قناة أمريكا، و قناة إفريقيا، و قناة المعارف،

و غيرها⁽²⁾.

¹- رمضان بن بخمة، مرجع سابق، ص 42.

²- المرجع السابق، ص 45.

- قناة إقرأ، و هي قناة ذات طابع إسلامي، و تقدم برامج مختلفة، و تحوز اهتمام عدد كبير من المشاهدين في الجزائر. و هي تبث عبر القمر الصناعي Hotbird (13° شرقاً)، و القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً).
- الرياضية، و تبث عبر عدة أقمار صناعية هي: Arabsat 3A (26° شرقاً)، و Intelsat 10-02 (1° غرباً)، و Nilesat 101-102 (7° غرباً).
- مركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC)، و تبث عبر القمر الصناعي Arabsat 2B (30.5° شرقاً)، و القمر Arabsat 3A (26° شرقاً)، و القمر Nilesat 101-102 (7° غرباً).

الكويت:

- الفضائية الكويتية (KTV)، و تبث عبر الأقمار الصناعية Arabsat 3A (26° شرقاً)، و Hotbird (13° شرقاً)، و Nilesat 101-102 (7° غرباً).
- كويت 3 (KTV3)، و تبث عبر Nilesat 101-102 (7° غرباً).
- كويت 4 (KTV4)، و تبث عبر نفس القمر الصناعي السابق.
- كويت رياضة، و تبث عبر نفس القمر الصناعي السابق.
- قناة (Smarts way)، و هي قناة خاصة تهتم بتنمية الموارد البشرية، و تبث عبر القمر الصناعي Nilesat 101-102 (7° غرباً).

الإمارات العربية المتحدة:

- الشارقة الفضائية، و تبث عبر Arabsat 2B (30.5° شرقاً)، و Arabsat 3A (26° شرقاً)، و Hotbird (13° شرقاً)، و Nilesat 101-102 (7° غرباً).
- أبو ظبي الفضائية، و تبث عبر Arabsat 3A (26° شرقاً)، و Hotbird (13° شرقاً).
- قناة الإمارات، و تبث عبر Arabsat 3A (26° شرقاً).
- قناة دبي الفضائية، و تبث عبر Nilesat 101-102 (7° غرباً)، و Telecom 2D (8° غرباً).
- دبي الاقتصادية، و تبث عبر Nilesat 101-102 (7° غرباً).
- دبي الرياضية، و تبث على نفس القمر الصناعي السابق.

- قناة عجمان الفضائية، و تبث عبر نفس القمر الصناعي السابق.

السودان:

- الفضائية السودانية، و تبث عبر Arabsat 2B (30.5° شرقاً)، و Arabsat 3A (26° شرقاً)، و Hotbird (13° شرقاً)، و Nilesat 101-102 (7° غرباً).

- النيل الأزرق، و تبث عبر Arabsat 2B (30.5° شرقاً)، و Nilesat 101-102 (7° غرباً).

اليمن:

- الفضائية اليمنية، و تبث عبر Arabsat 2B (30.5° شرقاً)، و Arabsat 3A (26° شرقاً)، و Hotbird (13° شرقاً)، و Nilesat 101-102 (7° غرباً).

الصومال:

- الفضائية الصومالية (STN TV)، و تبث عبر Hotbird (13° شرقاً).

إريتريا:

- الفضائية الإريترية، و تبث عبر القمر الصناعي Arabsat 3A (26° شرقاً).

جامعة الأمير

الفصل الرابع

إجراءات الدراسة الميدانية

العلوم الإسلامية

تقوم الدراسات الميدانية على التزام إجراءات معينة يقتضيها المنهج العلمي الصحيح، وفي هذه الفقرة سنتعرض إلى الإجراءات التي اتبعناها في إعداد الدراسة الميدانية، وتتمثل في ثلاث نقاط هي : أدوات جمع البيانات، والمعالجة الإحصائية لها، ومجتمع الدراسة وخصائص عينتها.

أولاً: أدوات جمع البيانات: الاستبيان

إن طبيعة موضوع البحث، و المنهج المتبع، يفرضان على الباحث استعمال أدوات معينة لقياس الظاهرة، فدقة البيانات المجموعة تتوقف على حسن اختياره و استعماله لهذه الأدوات⁽¹⁾.

و لقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على أداة واحدة لجمع بياناتها، و تتمثل في الاستبيان^(*) (Questionnaire). و يعرف الاستبيان بأنه "أسلوب جمع البيانات"، الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية و مقننة، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة و أهدافها⁽²⁾.

و تطلق ليلي داود تسمية الاستفتاء على الاستبيان، و تعرفه بأنه "وسيلة تجمع بواسطتها المعلومات من أفراد البحث، عن طريق إجاباتهم على مجموعة من الأسئلة تدور حول موضوع ما، و تكون تلك الأسئلة مدونة في الاستمارة، و تسلم إلى المبحوث باليد أو ترسل له بالبريد أو تنشر أسئلتها على صفحات الصحف أو على شاشة التلفزيون أو تذاع عن طريق الإذاعة، و يقوم المبحوث بالإجابة - كتابيا - عن أسئلة الاستمارة دون مساعدة الباحث، ثم يعيدها"⁽³⁾.

أما أحمد بن مرسل فيعرف الاستبيان بقوله: "هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث، في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث، من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة، و تعريفها من جوانبها المختلفة"⁽⁴⁾.

1- ميلود سفاري و آخرون، الإشاعة و الرأي العام، بحث مقدم في إطار فرق البحث لمخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 1424هـ/2003م، ص213.
* هناك تسميات أخرى للاستبيان لدى الباحثين، منها: الاستقصاء، الاستفتاء، الاستبار، و هي كلمات تفيد المعنى المترجم من الكلمة الفرنسية "Questionnaire".

2- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص353.
3- ليلي داود، البحث العلمي في العلوم النفسية و الاجتماعية، منشورات جامعة دمشق، سوريا، 1988-1989، ص140.

4- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص220.

و يعرفه معجم المصطلحات الإعلامية بكونه "وسيلة لجمع البيانات، قوامها الاعتماد على مجموعة من الأسئلة، إما بطريق البريد لمجموعة من الأفراد، أو ينشر على صفحات الجرائد أو المجلات أو على شاشة التلفزيون، أو عن طريق الإذاعة، ليجيب عليها الأفراد و يقومون بإرسالها إلى المشرفين على البحث، أو تسلم باليد للمبجوثين ليقوموا بالإجابة عليها ثم يتولى الباحث أو مندوبه جمعها منهم بعد أن يدونوا إجاباتهم عليها"¹.

في حين يعرفه سمير محمد حسين بأنه "أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع البيانات... من العينة المختارة، أو من جميع مفردات مجتمع البحث، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مقدما، و ذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبجوثين و اتجاهاتهم، أو الدوافع و العوامل و المؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة"⁽²⁾.

و بالنظر إلى التعريفات السابقة، يمكن أن نستخلص أن الاستبيان أسلوب "مفضل" لجمع البيانات التي يحتاج إليها الباحث و التي مصدرها جمهور الوسيلة الإعلامية، و يعد الاستبيان وفق تخطيط منهجي منظم و محكم، و هي أداة يترك فيها المجال للمبجوث للإجابة دون تدخل من الباحث، و هو ما يضيفي عليها نوعا من الالتزام بالموضوعية و الابتعاد و لو نسبيا عن الذاتية، و تسلم إلى المبجوثين بطرق عديدة، منها أنها تسلم باليد - و هو ما قمنا به في هذه الدراسة -.

و يعتبر الاستبيان من الأدوات البحثية الأكثر استعمالا في العلوم الإنسانية و خاصة علوم الإعلام و الاتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات لا يملكها إلا صاحبها، المؤهل أكثر من غيره بالإعلان عنها⁽³⁾.

و في الاتجاه نفسه، فإن استمارة الاستبيان أداة تناسب تلك البحوث العلمية التي تستهدف قياس المشاهدة (لمعرفة العادات و الأنماط مثلا)، و هو ما يذهب إليه العديد من الباحثين مثل هيلس (Hills)⁽⁴⁾.

1- معجم المصطلحات الإعلامية، مرجع سابق، ص 530.

2- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس و المبادئ، مرجع سابق، ص 178.

3- نفس المرجع، ص 178.

4- Hills P. Dictionnaire de l'éducation, Librairie Larousse, Paris, P75.

هذا، و إن الحقائق و الآراء و الأفكار التي نحصل عليها من الاستبيان تصف ما يقرره المستجوبون، و ليس ما يقومون بعمله - بالضرورة -، و تتوقف أنواع الأسئلة التي يتضمنها الاستبيان على الهدف من تطبيقه⁽¹⁾.

و تتكون استمارة الاستبيان في هذه الدراسة من مجموعة أسئلة تتمحور في أربعة محاور أساسية، كالآتي:

- أسئلة تتعلق بالبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، و تستغرق الأسئلة من 01 إلى 06.
- أسئلة تتعلق بعادات المشاهدة (القنوات المفضلة، الأيام المفضلة للمشاهدة، فترات المشاهدة، حجم المشاهدة في اليوم، و ظروف المشاهدة) و تستغرق الأسئلة من 07 إلى 15.
- أسئلة تتعلق بأنماط المشاهدة (البرامج المفضلة و طرق الاختيار و المفاضلة) و تستغرق الأسئلة من 16 إلى 34.
- أسئلة تتعلق بالبيانات الخاصة بآثار المشاهدة على التحصيل الدراسي، و التعامل مع بعض مصادر الثقافة الأخرى (مطالعة الصحف، قراءة الكتب...) و تشمل الأسئلة من 35 إلى 43.

و قد تنوعت أسئلة الاستبيان بين المفتوحة (Opens) و المغلقة (Closes)...أما المفتوحة، فتلك التي تكون متبوعة بفراغ، يدون المستجوب إجابته فيها بحيث يترك له المجال لإبداء رأيه دون اقتراح أجوبة عليه مع الالتزام - طبعاً - بتعليمات الاستبيان. أما الأجوبة المغلقة، فتكون متبوعة بعدد محدد من الإجابات البديلة؛ حيث يقوم المستجوب باختيار ما يراه مناسباً منها⁽²⁾.

و قد مر إعداد استمارة الاستبيان بالمراحل التالية:

المرحلة الأولى: تم فيها إعداد الصورة الأولية لها، و هذا بعد الإطلاع على بعض المراجع، و لاسيما الدراسات التي اعتمدها كدراسات سابقة، و بعد القيام باستشارة عدد من الأساتذة المتخصصين.

1- أحمد أبو الفتوح عطيفة، مرجع سابق، ص 286.

2- سمير محمد حسين، مرجع سابق، ص 185-187.

المرحلة الثانية: استنادا إلى رأي العديد من الباحثين الذين يرون ضرورة تحكيم أداة جمع البيانات بعرضها على أهل الدراية و الاختصاص، حتى تحوز المصادقية العلمية⁽¹⁾ قمنا بعرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في علوم الإعلام و الاتصال و علم الاجتماع و المنهجية^(*). و هذا بعد استشارة الأستاذ المشرف. و قد سجل الأساتذة المحكمون ملاحظات حول الاستبيان من حيث شكله و من حيث المضمون.

المرحلة الثالثة: تم القيام بإدخال بعض التعديلات و بعض الإضافات و حذف بعض العبارات، بناء على ملاحظة الأساتذة المحكمين.

المرحلة الرابعة: تم إجراء الاختبار القبلي (Pré-test) على مجموعة تتألف من 20 مفردة (10%) من أفراد عينة الدراسة، و ذلك قصد الوقوف على مدى صلاحية الاستمارة للتوزيع النهائي، و مدى تجاوب المبحوثين مع الأسئلة، و مدى فهمهم للغتها، و كذلك معرفة الوقت الذي تستغرقه عملية جمع البيانات، و الملاحظات و التعليقات التي يبديها أفراد المجموعة التجريبية⁽²⁾ و كل ذلك بغرض استشرف الصعوبات التي يمكن أن تواجهنا في تنفيذ الاستبيان.

و بعد استرجاع الاستمارات المملوءة من قبل المجموعة و بعد استشارة الأستاذ المشرف أدخلنا بعض التغييرات الطفيفة و خاصة على بعض المفردات و العبارات...

و بعد كل ذلك، قمنا بإعداد استمارة الاستبيان في صورتها النهائية، و بعد طبعها و أخذ الإذن من الأستاذ المشرف، قمنا بتوزيعها على أفراد عينة الدراسة باليد، و استلمناها كذلك باليد. و قد استغرق ذلك حوالي ثلاثة أسابيع في الفترة من 20 ماي 2004 إلى 10 جوان 2004.

1- المرجع نفسه، ص 199.

2- و هم: 1- أ. د. عبد الله بوجلال، أستاذ الإعلام و الاتصال، و عميد كلية أصول الدين و الشريعة و الحضارة الإسلامية بجامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة.

2- أ. د. إسماعيل قيرة، أستاذ علم الاجتماع بجامعة منتوري، قسنطينة.

3- أ. د. فضيل دليو، أستاذ علم الاجتماع بجامعة منتوري، قسنطينة.

2- سمير محمد حسين، مرجع سابق، ص 199.

الصدق و الثبات:

يقصد بالصدق أو الصحة (Validité)، مدى صلاحية أداة جمع البيانات - و هي في دراستنا استمارة الاستبيان - لقياس ما هو مراد قياسه، أي فحص أدوات القياس من جانب عدد من المحكمين و الخبراء، الذين يقررون أن تلك الأدوات تقيس بالفعل ما يراد قياسه⁽¹⁾.

و لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على الصدق الظاهري (Validité face) و هو الذي يتبين من خلال الإطلاع على عبارات الأداة (الاستبيان) حيث نجدتها تدور حول الموضوع المبحوث⁽²⁾ و هو عادات و أنماط المشاهدة و تأثيرها.

و اعتمدنا أيضا - كما أشرنا آنفا - على أخذ ملاحظات الأساتذة المحكمين عن كون الأداة التي استخدمناها، و بصورتها التي أعدناها هي مناسبة لما وضعت له⁽³⁾.

أما الثبات (Fiabilité)، فيقصد به ثبات وجود اتساق في النتائج مع الإعادة و التكرار؛ حيث يحصل الباحثون الذين يستخدمون نفس الأداة في جمع البيانات على نفس النتائج⁽⁴⁾.

و قد اعتمدنا - في هذه الدراسة - على الاتساق الداخلي حيث تضمنت استمارة الاستبيان بعض الأسئلة المراجعة، و ذلك بغرض قياس اتساقها الداخلي⁽⁵⁾.

ثانيا: التحليل الإحصائي

بعد تفرغ البيانات و تبويبها في جداول، و قصد تحليل النتائج الرقمية المتحصل عليها ميدانيا، استخدمت عدة أساليب إحصائية، لاكتشاف مركز (متوسط) مجموعة البيانات، و حساب درجة التباعد أو الاختلاف بين مجموعة البيانات، و كذا دراسة العلاقات بين متغيرين و كذلك

1- سامي محمد ربيع الشريف، الأخبار العربية في الصحف الخليجية، مجلة دراسات الخليج و الجزيرة العربية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، عدد 81، ربيع 1996، ص 116.

2- صالح بن إبراهيم بن عبد اللطيف الصنيع، التدخين علاج الجريمة، مكتبة الرشيد، الرياض، السعودية، ط2، 1419هـ، ص 191.

3- المرجع نفسه، ص 191.

4- سامي محمد ربيع الشريف، مرجع سابق، ص 117.

5- إبراهيم عبد الله المسلمي، الإعلام الإقليمي، دراسة نظرية و ميدانية، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1993، ص 214.

كشفت العلاقات القائمة بين بعض المتغيرات. و عليه فقد استخدمت - في هذه الدراسة - الأساليب الإحصائية التالية⁽¹⁾:

- التكرارات و النسب التكرارية.
- حساب المتوسط الحسابي (Moyenne arithmétique) (\bar{X}).
- المقارنة بين نسبتين منويتين.
- اختبار الكاي المربع

1- كيفية حساب المتوسط الحسابي : \bar{X} Moyenne arithmétique⁽²⁾

للحصول على المتوسط الحسابي نقوم بضرب كل قيمة فردية في تكرارها، ثم نجمع النواتج، ونقسم

على عدد الأفراد، و عليه تصبح المعادلة على الشكل التالي :

$$\bar{X} = \frac{\sum(x_i f_i)}{n} = \frac{\text{مجموع القيم الفردية} \times \text{تكراراتها}}{\text{عدد الأفراد}}$$

حيث :

\bar{X} : المتوسط الحسابي .

x_i : القيمة

f_i : تكرار القيمة.

n : حجم العينة.

2- كيفية حساب معنوية الفرق بين نسبتين : (ي)⁽³⁾

$$Y = \frac{b_1 - b_2}{\sqrt{\left(\frac{1}{2n} + \frac{1}{1n}\right)(n-1)}}$$

حيث:

b_1 : النسبة في العينة الأولى

¹ - اعتمدت بالدرجة الأولى على عدة مراجع منها:

- أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 389 و ما بعدها.

- عاطف عدلي العبد و زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام

و الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1413هـ/1993م، صص 33-137.

- عبد القادر حللمي، مدخل إلى الإحصاء، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، صص 56-117.

² - عبد الكريم بوحفص، الإحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ديوان المطبوعات الجامعية،

الجزائر، 2005، ص 48

³ - غريب سيد أحمد، الإحصاء والقياس في البحث الاجتماعي (المعالجات الإحصائية)، دار المعرفة الجامعية،

مصر، 1995 ص 17

ب₂: النسبة في العينة الثانية.

$$L = \frac{N_1 b_1 + N_2 b_2}{N_1 + N_2} = \bar{L} \text{ ومعادلته :}$$

N₁: المجموع الكلي للعينة الأولى .

N₂: المجموع الكلي للعينة الثانية.

وبعد استخراج قيمة (ي)، نقوم بحساب درجة الحرية = (N₁-1)+(N₂-1)

ثم نقارن هذه القيمة بالقيمة الجدولية عند قيمة 0.01 (نسبة الثقة 99 %)، وقيمة 0.05 (نسبة الثقة 95%).*

فإذا كانت قيمة (ي) المحسوبة أكبر من قيمة (ي) الجدولية، كان الفرق ذا دلالة إحصائية، والعكس صحيح.

3- كيفية حساب الكاي المربع : (X²)⁽¹⁾

نتبع في حساب الكاي المربع (X²)، الذي نرسم له في الدراسة ب : ك² الخطوات التالية :

أ- حساب التكرار النظري أو المتوقع لكل خلية من الجدول المزدوج (جدول العلاقة بين

متغيرين) وذلك بضرب مجموع الصف × مجموع العمود الخاص بالخلية، وقسمة الناتج

على المجموع الكلي:

$$K = \frac{\text{مجموع الصف} \times \text{مجموع العمود}}{N}$$

ب- حساب الفروق بين التكرار النظري ك² وبين التكرار التجريبي أو المشاهد في الجدول

الحقيقي أي: (ك - ك²).

ج- تربيع الفروق الناتجة عن العملية السابقة أي : (ك - ك²)²

د- قسمة مربعات الفروق على التكرارات النظرية لكل خلية أي : $\frac{(ك - ك^2)^2}{ك}$

وبذلك نحصل على قيمة : ك²

هـ- وبعد ذلك نقوم بحساب درجات الحرية للجدول عن طريق المعادلة التالية :

$$\text{درجة الحرية} = (\text{عدد الأعمدة} - 1) (\text{عدد الصفوف} - 1)$$

* - القيمة الجدولية تستخرج من جداول خاصة تلحق، عادة، بكتب الإحصاء، أنظر على سبيل المثال: عبد العزيز فهمي هيكل، طرق التحليل الإحصائي، دار النهضة العربية بيروت، ب.ت 1 - أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 389 وما بعدها.

و- نقوم بعد ذلك بالكشف عن قيمة χ^2 في الجدول الخاص بها (بعد حسب درجات الحرية عند مستوى 0.05 أو 0.01)، فإذا زادت قيمة χ^2 عن القيمة الجدولية فهناك ارتباط معنوي وإذا نقصت لم يكن هناك ارتباط، ودل ذلك على استقلال الظاهرتين.

ثالثا: مجتمع الدراسة

نعني بمجتمع الدراسة جميع مفردات الظاهرة التي نرغب في دراستها⁽¹⁾. و يتحدد المجتمع الأصلي لهذه الدراسة بمجموع طلبة و طالبات جامعة سكيكدة، الذين كانوا يتابعون دراستهم بصورة رسمية في إحدى كلياتها الثلاث: كلية العلوم و علوم الهندسة، كلية الحقوق و العلوم الاجتماعية، كلية التسيير و العلوم الاقتصادية. و يبلغ عددهم - حسب الإحصائيات الرسمية الصادرة عن إدارة الجامعة - ب: 11562 طالبا و طالبة؛ حيث يدرس في كلية العلوم و علوم الهندسة 4600 طالبا و طالبة، وفي كلية الحقوق و العلوم الاجتماعية 4522 طالبا و طالبة، و في كلية التسيير و العلوم الاقتصادية 2440 طالبا و طالبة.

رابعا: عينة الدراسة

من المعلوم أن البحوث العلمية التي تعتمد على منهج المسح الوصفي، تتم بطريقتين: طريقة المسح الشامل و طريقة المسح بالعينة⁽²⁾. إن مجتمع الدراسة التي نحن بصددتها واسع يصعب مسحه، و هو ما جعلنا نلجأ إلى عينة عمدية بطريقة الحصص (Quota)، و ذلك في حدود العمل الفردي، و لضخامة تكلفة المسح الشامل من حيث الوقت و الإمكانيات المادية، فضلا على أنه تعذر علينا الحصول على القوائم الرسمية لمفردات المجتمع الأصلي. و لا يمانع العديد من الباحثين أن يلجأ الدارس في مثل هذه الحالة إلى الاختيار الحر لمفردات العينة⁽³⁾.

¹ ذوقان عبيدات، مرجع سابق، ص 105.

² خالد أحمد الشلال، المعالجة الصحفية في المجتمع الكويتي، مجلة دراسات الخليج و الجزيرة العربية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، عدد 82، 1996، ص 93-146.

³ Maurice Angers, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Casbah Université, Alger, 1997, P 238.

وبناء على ما سبقت الإشارة إليه، فإن عينة الدراسة تتشكل من 200 مفردة، يمثل الذكور فيها 100 مفردة بنسبة (50%)، و يمثل الإناث 100 مفردة بنسبة (50%). وقد اخترنا هذا العدد لأننا نعتقد أنه كاف للإيفاء بالغرض. و قد روعي في الاختيار أن يتكون شطر المبحوثين من الذين يدرسون في تخصصات علمية - تكنولوجية، و عددهم 104 مفردة بنسبة (52%)، و يتكون الشطر الثاني من الدارسين في تخصصات العلوم الإنسانية، و عددهم 96 مفردة بنسبة (48%).

و قد اختيرت المفردات من 04 أقسام تمثل التخصصات العلمية - التكنولوجية، (و هي: الإلكترونيات، الهندسة المدنية، الإعلام الآلي، الجذع المشترك)، و كذلك 04 أقسام تمثل تخصصات العلوم الإنسانية (و هي: الحقوق، علم الاجتماع، الأدب العربي، علم النفس). و قد تم ذلك الاختيار بطريقة الاقتراع المباشر دون إرجاع، و ذلك بكتابة اسم القسم على ورقة يتم وضعها في إناء، و بعدها يجرى السحب. و من ناحية أخرى فإن مفردات الدراسة تمثل جميع مناطق الجامعة (مرج الديب، عزابة، الموقع المركزي بالحدائق).

و لقد راعينا في كل ما سبق، أن يكون اختيارنا لعينة الدراسة، و في إطار إمكاناتنا الفردية، محققا لأهداف الدراسة، و المتمثلة في محاولة معرفة الكيفية التي يتعامل بها أفراد العينة (طلبة وطالبات جامعة سكيكدة) مع القنوات الفضائية العربية، مع مراعاة بعض المتغيرات⁽¹⁾، و ذلك مثل النوع، و التخصص العلمي، إضافة إلى متغيرات أخرى سنشير إليها في ثنايا تحليلنا للنتائج المتحصل عليها.

1- خصائص عينة الدراسة:

تتميز العينة - قيد الدراسة - بعدة خصائص، أفرزتها جداول تفرغ البيانات، و سنتناول فيما يلي الخصائص المتعلقة بالنوع، و التخصص العلمي، و مكان الإقامة (الإقامة الجامعية، البيت)، و الموطن الأصلي (المدينة، القرية)، و امتلاك جهاز الاستقبال المباشر و نوعه.

1- أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 191-192.

أ- حسب النوع و التخصص العلمي:

جدول رقم 01

توزيع عينة الدراسة حسب النوع و التخصص العلمي

المجموع		الإناث		الذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
%48	96	%52	52	%44	44	التخصص العلمي
%48	96	%52	52	%44	44	علوم إنسانية
%52	104	%48	48	%56	56	علوم و تكنولوجيا
%100	200	%100	100	%100	100	المجموع

يتضح من الجدول رقم 01 - أعلاه - أن عينة الدراسة تتشكل من 200 مفردة، يمثل الذكور 100 مفردة بنسبة 50%، و يمثل الإناث أيضا 100 مفردة بنسبة 50%.

و تعكس هاتان النسبتان طبيعة العينة العمدية؛ حيث تعمدنا في توزيع الاستمارات أن يكون عدد الذكور مساويا لعدد الإناث.

أما من حيث التخصص العلمي و انطلاقا من أننا حددنا تخصصين علميين أساسيين هما: تخصص العلوم و التكنولوجيا، و تخصص العلوم الإنسانية. فقد بلغ عدد الطلبة و الطالبات الذين ينتمون إلى تخصصات العلوم و التكنولوجيا 104 طالبا و طالبة بنسبة مئوية تبلغ 52% من مفردات العينة، بينما يبلغ أولئك الذين ينتمون إلى تخصصات العلوم الإنسانية 96 طالبا و طالبة و بنسبة مئوية تبلغ 48% من مفردات العينة المدروسة.

ب- حسب النوع و مكان الإقامة:

جدول رقم 02

توزيع عينة الدراسة حسب النوع و مكان الإقامة

المجموع		الإناث		الذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	مكان الإقامة
%37	74	%24	24	%50	50	في الإقامة الجامعية
%63	126	%76	76	%50	50	في البيت
%100	200	%100	100	%100	100	المجموع

يبين الجدول رقم 02 أن أفراد العينة المدروسة، الذين يقيمون في بيوتهم، قد بلغ 126 مفردة بنسبة 63%، مقابل 74 مفردة بنسبة 37% يقيمون في الإقامات الجامعية. و ربما يشير ذلك إلى الطابع المحلي للجامعة - و لو بصورة نسبية - فمعظم طلبتها من داخل المدينة و من المناطق القريبة من مقر الجامعة...

و يتساوى عدد الذكور الذين يسكنون في الإقامات الجامعية مع أولئك الذين يسكنون في بيوتهم بـ 50 مفردة (50%) لكل منهما، بينما نجد أغلب الطالبات يسكن في بيوتهن بـ 76 مفردة (76%).

و الملاحظ أن عدد الذكور يتوزع بشكل متساو، رغم أننا لم نقصد ذلك عند توزيع الاستمارات، حيث اعتمدنا على التوزيع بطريقة المصادفة الأولى تأسياً ببعض الدراسات التي اطلعنا عليها⁽¹⁾.

و على العموم، يلاحظ ارتفاع نسبة الذين يقيمون في البيوت على نسبة الذين يقطنون في الإقامات الجامعية.

¹- ميلود سفاري و آخرون، مرجع سابق، ص211.

ج- حسب النوع و الموطن الأصلي:

جدول رقم 03

توزيع عينة الدراسة حسب النوع و الموطن الأصلي

المجموع		الإناث		الذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	الموطن الأصلي
%64.5	129	%77	77	%52	52	المدينة
%35.5	71	%23	23	%48	48	القرية
%100	200	%100	100	%100	100	المجموع

يتضح من الجدول رقم 03 - أعلاه - أن أفراد العينة يتوزعون حسب الموطن الأصلي (قرية - مدينة) كآتي:

129 مفردة بنسبة %64.5 صرحوا أن موطنهم الأصلي هو المدينة، بينما صرح 71 (%35.5) من أفراد العينة أن موطنهم الأصلي هو القرية.

و بالنظر إلى عامل النوع نجد أن نسبة الإناث من أصل مديني تبلغ %77، مقابل %23 من أصل قروي، بينما تتقارب النسبة فيما يتعلق بالذكور. و هو ما يتناسب مع ما لاحظناه في متغير الإقامة حيث أن أغلبية البنات صرحن بأنهن يقمن في البيت؛ حيث أن الإقامة في الأحياء الجامعية يستفيد منها - عادة - الطلبة القادمون من المناطق النائية... و هو ما يفسر أيضا تركز الكثافة السكانية في المدن، و خاصة في المنطقة الساحلية للبلاد.

د- حسب النوع و عدد أجهزة التلفزيون المملوكة لدى الأسرة:

جدول رقم 04

توزيع عينة الدراسة حسب النوع و عدد أجهزة التلفزيون المملوكة لدى الأسرة

المجموع		الإناث		الذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
%38.5	77	%39	39	%38	38	جهاز واحد
%48.5	97	%51	51	%46	46	جهازان اثنان
%13	26	%10	10	%16	16	أكثر من جهازين
%100	200	%100	100	%100	100	المجموع

بالنظر إلى الجدول رقم 04 - أعلاه -، يتبين لنا أن أفراد العينة الذين صرحوا أن أسرهم تمتلك جهازين تلفزيونيين يأتون في المرتبة الأولى بنسبة 48.5%، ثم يأتي في المرتبة الثانية الذين صرحوا بأن أسرهم تمتلك جهازا تلفزيونيا واحدا بنسبة 38.5%، في حين تبلغ نسبة الذين صرحوا بامتلاك أسرهم لأكثر من جهازين تلفزيونيين 13%.

و بالنظر إلى متغير النوع، نجد أن النسب تحافظ على نفس التمرکز تقريبا، و بنسب متقاربة، و هو ما يؤشر على أن متغير النوع ليس له دلالة إحصائية فيما يتعلق بامتلاك الأسر لعدد معين من أجهزة التلفزيون، حيث أن ذلك يرتبط أساسا بالمستوى المعيشي للأسرة ككل. كما أن هذه النتائج تتقاطع مع نتائج العديد من الدراسات الأخرى التي تناولت عينات جزائرية كدراسة رمضان بن بخمة. هذا، و إن هذه النتائج، تجعلنا نطرح قضية تجربة المشاهدة في الجزائر في السابق و الآن؛ حيث و مع ازدياد عدد القنوات الفضائية في الجزائر بدأ طرح موضوع البدائل، و ربما التضارب بين أفراد الأسرة الواحدة في تفضيلاتهم، مما يستدعي الاتجاه، شيئا فشيئا، نحو اقتناء أكثر من جهاز، كما أن كثرة الفضائيات من جهة و اتجاه أسعار أجهزة الاستقبال نحو الانخفاض أدى إلى توفر الأسرة الجزائرية على أكثر من جهاز تلفزيوني في البيت الواحد و هو ما يؤشر ربما عن تحول الأسرة الجزائرية نحو عادة المشاهدة بصورة انفرادية مع مرور الزمن...

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

التمائلي (Analogique) فنسبتهم من الذكور 28% و من الإناث 33%. في حين نسبة الذين يملكون الجهازين معا لدى الذكور 04% و لدى الإناث 08%.

هذا، و إن هذه النتائج - و في حدود هذه الدراسة - تعكس تحول المشاهدين الجزائريين في مشاهدتهم للبث التلفزيوني المباشر من الطريقة التقليدية (Analogique) و التي بدأوا يعرفونها منذ أواسط الثمانينات - كما أشرنا إلى ذلك في القسم النظري - و التحقوا بالطريقة الحديثة (الرقمية) مع مرور الوقت.

و ربما يفسر ذلك كون هذه التقنية أصبحت في متناول قطاع واسع من الجزائريين، كنتيجة مباشرة لانخفاض الأسعار انخفاضاً محسوساً؛ حيث كان الجهاز يتجاوز سعره 30.000 دينار جزائري في أواخر التسعينات، و صار لا يتجاوز سعر بعض الأنواع 10.000 دينار جزائري الآن. فضلا عن مواصفاتها التقنية العالية التي تمكن من التقاط عدد أكبر من القنوات مع وضوح الصورة و صفاء الصوت⁽¹⁾.

1. فريدريك غاسور، وسائل الإعلام في المستقبل، منشورات عويدات، بيروت، لبنان، 1996، ص 37-38..

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الخامس

عادات مشاهدة الفضائيات العربية

تمثل عادات مشاهدة التلفزيون أهمية حيوية باعتبارها وسيلة لمعرفة كيفية تعامل المشاهد مع هذه الوسيلة الإعلامية الأساسية، وخاصة في شكلها المتطور ممثلة في الفضائيات. ويأتي اهتمامنا بدراسة عادات مشاهدة الفضائيات العربية من قبل أفراد عينة الدراسة ليصب في هذا المجال.

وسنتناول في هذا الفصل النقاط الآتية:

- أولاً: درجة المشاهدة.
- ثانياً: عدد أيام المشاهدة.
- ثالثاً: الأيام المفضلة للمشاهدة.
- رابعاً: فترات المشاهدة المفضلة.
- خامساً: حجم المشاهدة في اليوم.
- سادساً: الفضائيات المفضلة.
- سابعاً: ظروف المشاهدة.

أولاً: درجة المشاهدة

بعد مرحلة التعرف على القناة التلفزيونية، تبدأ مرحلة الاستقرار أو الإعراض عنها، وتأتي دراسة درجة المشاهدة لقياس مدى ارتباط المشاهد بهذه القناة أو تلك، ولبيان كثافة الإقبال عليها، وسنتناول فيما يلي درجة مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية.

جدول رقم 06

توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة الفضائيات العربية

درجة المشاهدة	عدد التكرارات	النسبة المئوية
غالبا	95	47.5%
أحيانا	86	43%
نادرا	19	9.5%
المجموع	200	100%

يتضح من خلال الجدول رقم 06 - أعلاه - أن غالبية أفراد عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية العربية بكثافة؛ حيث أسفرت النتائج عن أن 47.5% يشاهدونها غالبا، و 43% يشاهدونها أحيانا، بينما صرح 9.5% أنهم يشاهدونها نادرا.

و تبدو هذه النتائج منطقية، و تتفق مع العديد من الدراسات التي أوردنا سابقا، كدراسة بوعلي، ودراسة بلغيث، ودراسة بوجلال...

و ليس ذلك الأمر مقتصرًا على الجمهور في الجزائر فقط، بل يتعدى إلى الجمهور العربي؛ فقد أشارت دراسة "أديب خضور" إلى أن مشاهدة المحطات الفضائية تترسخ لتصبح تجربة يومية و منتظمة. و أوضحت دراسة "بن الشيخ" و آخرون أن مشاهدة القنوات المحلية تتجه إلى الانخفاض مقابل زيادة مشاهدة القنوات الفضائية (باستثناء العينة المصرية). و من جهة أخرى، فإن النتائج التي توصلنا إليها تتفق كذلك مع العديد من الدراسات النظرية التي تبرز أهمية التلفزيون في حياة الناس، باعتباره يمثل مصدرا رئيسيا للتعلم و التنشئة الاجتماعية كما أن التلفزيون و بفضل ظروفه الجديدة، و في تجاوزه الحدود السياسية بين الدول، أصبح قوة ذات

فعالية كبيرة، باعتباره مصدرا لتكوين انطباعات الناس، و معاييرهم، و وجهات نظرهم...على مستوى شعوب العالم قاطبة⁽¹⁾.

1- درجة المشاهدة و النوع

جدول رقم 07

توزيع عينة الدراسة حسب درجة المشاهدة و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
95	%58	58	%37	37	غالبا
86	%35	35	%51	51	أحيانا
19	%07	07	%12	12	نادرا
200	%100	100	%100	100	المجموع

يبين الجدول رقم 07 -أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب درجة المشاهدة و متغير النوع، وقد جاءت النتائج كالآتي:

- يشاهد برامج الفضائيات العربية غالبا 37% من الذكور، مقابل نسبة 58% لدى الإناث، حيث إن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة: (ي=3) و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقا لمتغير النوع.

- يشاهد برامج الفضائيات العربية أحيانا 51% من الذكور، مقابل 35% من الإناث. حيث إن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة: (ي=2.28) ، و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقا لمتغير النوع.

¹ - هادي نعمان الهيتي، الاتصال التلفزيوني الفضائي الدولي الوافد و احتمالات تأثيره السياسي في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، سنة 18، عدد 205 (أذار/مارس)، 1996، ص149-158.

- يشاهد برامج الفضائيات العربية نادرا 12% من الذكور، مقابل 07% من الإناث؛ حيث إن الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة: (ي=1.25)، و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقا لمتغير النوع.

وبتطبيق إختبار كا² على أرقام الجدول السابق نجد قيمة كا² المحسوبة تساوي 8.90 و هي أكبر من القيمة الجدولية (5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتين حرية ومستوى ثقة 95%. و منه نستنتج بأن الذكور و الإناث يختلفون في الرأي حول درجة مشاهدة الفضائيات العربية.

2- درجة المشاهدة و التخصص

جدول رقم 08

توزيع عينة الدراسة حسب درجة المشاهدة و التخصص

المجموع	علوم و تكنولوجيا		علوم إنسانية		النوع
	%	ك	%	ك	
95	%44.23	46	%51.04	49	غالبا
86	%49.03	51	%36.45	35	أحيانا
19	%06.73	07	%12.5	12	نادرا
200	%100	104	%100	96	المجموع

يبين الجدول رقم 08 توزيع أفراد العينة حسب درجة المشاهدة و التخصص كالاتي:

- تتوزع المشاهدة الغالبة بنسبة 51.04% لدى طلبة العلوم الإنسانية، مقابل 44.23% لدى طلبة العلوم و التكنولوجيا.
- تتوزع المشاهدة أحيانا بنسبة 49.03% لدى طلبة العلوم و التكنولوجيا، مقابل 36.45% لدى طلبة العلوم الإنسانية.
- تتوزع المشاهدة النادرة بنسبة 12.5% لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية، مقابل 06.73% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

وبتطبيق إختبار كا² على أرقام الجدول السابق نجد قيمة كا² المحسوبة تساوي 4.04 وهي أقل من القيمة الجدولية (5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتين حرية ومستوى ثقة 95%. و منه نستنتج بأن طلبة وطالبات العلوم الإنسانية يتساوون مع طلبة وطالبات العلوم والتكنولوجيا في الرأي حول درجة مشاهدة الفضائيات العربية.

وعلى الرغم أن الفروق غير جوهرية فإن هذه النتائج تشير إلى أن طلبة و طالبات العلوم الإنسانية يقضون غالب أوقات فراغهم في التعرض إلى برامج القنوات الفضائية العربية أكثر من زملائهم الذين يدرسون في تخصصات العلوم و التكنولوجيا، و ربما، يفسر ذلك بطبيعة التخصص العلمي؛ حيث تعتبر البرامج المقدمة في الفضائيات العربية أقرب إلى تخصصات و اهتمامات طلبة و طالبات العلوم الإنسانية كالبرامج العلمية و الثقافية و الإخبارية و الدينية... إلخ.

3- درجة المشاهدة و مكان الإقامة

جدول رقم 09

توزيع عينة الدراسة حسب درجة المشاهدة و مكان الإقامة

المجموع	الإقامة الجامعية		الإقامة في البيت		مكان الإقامة درجة المشاهدة
	%	ك	%	ك	
95	%33.33	25	%56.00	70	غالباً
86	%53.33	40	%36.80	46	أحياناً
19	%13.33	10	%07.20	09	نادراً
200	%100	75	%100	125	المجموع

يبين الجدول رقم 09 – أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب درجة المشاهدة و مكان الإقامة،

وتشير البيانات إلى عدة نتائج، أهمها:

- تتوزع المشاهدة غالباً حسب مكان الإقامة كالاتي:
- المقيمون في البيت 56.00%، و المقيمون في الإقامات الجامعية 33.33%.
- تتوزع المشاهدة أحياناً حسب مكان الإقامة كالاتي:
- المقيمون في الإقامات الجامعية 53.33%، و المقيمون في البيوت 36.80%.
- تتوزع المشاهدة النادرة حسب مكان الإقامة كالاتي:

المقيمون في الإقامات الجامعية 13.33%، و المقيمون في البيت 07.20%.

وبتطبيق إختبار كا² على أرقام الجدول السابق نجد قيمة كا² المحسوبة تساوي 9.88 و هي أكبر من القيمة الجدولية (5.99) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت درجتين حرية ومستوى ثقة 95% . و منه نستنتج بأن المقيمين في البيت والمقيمين في الإقامة الجامعية يختلفون في الرأي حول درجة مشاهدة الفضائيات العربية.

4- درجة المشاهدة و عدد أجهزة التلفزيون المملوكة

جدول رقم 10

توزيع عينة الدراسة حسب درجة المشاهدة و عدد أجهزة التلفزيون

المجموع	أكثر من جهازين		جهازان		جهاز واحد		عدد الأجهزة درجة المشاهدة
	%	ك	%	ك	%	ك	
95	45.83%	11	47.44%	47	48.05%	37	غالباً
86	54.16%	13	42.10%	42	40.25%	31	أحياناً
19	00%	00	10.10%	10	11.68%	09	نادراً
200	100%	24	100%	99	100%	77	المجموع

يبين الجدول رقم 10 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب درجة المشاهدة و عدد أجهزة التلفزيون المملوكة لدى أسرة أفراد عينة الدراسة و تدل البيانات على النتائج التالية:

- يتوزع أفراد العينة الذين يشاهدون الفضائيات العربية غالباً حسب عدد أجهزة التلفزيون التي تمتلكها أسرهم كالاتي:

جهاز واحد بنسبة 48.05%، جهازان بنسبة 47.44%، أكثر من جهازين بنسبة 45.83%.

- يتوزع أفراد العينة الذين يشاهدون الفضائيات العربية أحياناً حسب عدد أجهزة التلفزيون التي تمتلكها أسرهم كالاتي:

جهاز واحد بنسبة 40.25%، جهازان بنسبة 42.10%، أكثر من جهازين بنسبة 54.16%.

- يتوزع أفراد العينة الذين يشاهدون الفضائيات العربية نادرا حسب عدد أجهزة التلفزيون التي تمتلكها أسرهم كالآتي:

جهاز واحد بنسبة 11.68%، جهازان بنسبة 10.10%، أكثر من جهازين بنسبة 00%.
وبتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول السابق نجد قيمة كا² المحسوبة تساوي 3.55 و هي أصغر من القيمة الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية ومستوى ثقة 95%. و منه نستنتج عدم وجود ارتباط معنوي بين ملكية عدد معين من أجهزة التلفزيون و درجة المشاهدة.

ثانياً: عدد أيام المشاهدة في الأسبوع

ترتبط مشاهدة التلفزيون، عادة، بوقت فراغ المشاهد أو بطبيعة المضمون المقدم، ويختلف عدد أيام المشاهدة من جمهور لآخر، وبالنسبة لعينة هذه الدراسة، فإن عدد الأيام المفضلة للمشاهدة يتجلى من خلال الجدول الحادي عشر -أدناه-.

جدول رقم 11

توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع

عدد أيام المشاهدة	عدد التكرارات	النسبة
يوم واحد	02	1%
يومان	07	3.5%
ثلاثة أيام فأكثر	17	8.5%
كل أيام الأسبوع	61	30.5%
حسب الظروف	113	56.5%
المجموع	200	100%

من خلال الجدول رقم 11 - أعلاه- يبدو لنا أن مشاهدة عينة الدراسة تتأرجح بين كونها لا تزال قلقة غير مستقرة، و بين كونها بدأت تترسخ لتصبح تجربة يومية؛ فقد صرح 56.5% من أفراد العينة أنهم يشاهدون برامج الفضائيات العربية حسب الظروف، بينما صرح 30.5% أنهم يشاهدونها يوميا (كل أيام الأسبوع)، أما الذين يشاهدونها ثلاثة أيام (أو أكثر) فلم تتجاوز نسبتهم

8.5%، مقابل 3.5% لمن يشاهدونها يومين في الأسبوع، و 1% لمن يشاهدونها يوماً واحداً في الأسبوع.

و نلاحظ أن هذه النتائج تشكل - إحصائياً - نزعة مركزية، فيما يتعلق بالمشاهدة "كل أيام الأسبوع" و "حسب الظروف" و تقدر النسبة المئوية لهما معا بـ 87%، في حين نجد أن مؤشرات التبعثر تساوي 13%، و هي محصورة بين المشاهدة ليوم واحد و المشاهدة ثلاثة أيام فأكثر.

و نعتقد أن هذه النتائج منطقية بالنظر إلى طبيعة ظروف طلبة الجامعة، حيث يرتبط التعرض لديهم لبرامج الفضائيات العربية بظروف الدراسة و أوقات الفراغ.

1- عدد أيام المشاهدة في الأسبوع و النوع

جدول رقم 12

توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
02	%01	01	%01	01	يوم واحد
07	%02	02	%05	05	يومان
17	%03	03	%14	14	ثلاثة أيام فأكثر
61	%35	35	%26	26	كل أيام الأسبوع
113	%59	59	%54	54	حسب الظروف
200	%100	100	%100	100	المجموع

يبين الجدول رقم 12 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع

و النوع وتدل بيانات الجدول على عدة نتائج، أهمها:

- أجاب 54% من الذكور أنهم يشاهدون الفضائيات العربية حسب الظروف، مقابل 59% لدى الإناث، حيث إن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة: (ي=2.25) و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقاً لمتغير النوع.

- أجاب 35% من الإناث أنهم يشاهدون الفضائيات العربية كل أيام الأسبوع (يومية)، مقابل 26% لدى الذكور، حيث إن الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة: (ي=1.38)، و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقاً لمتغير النوع.

-أجاب 14% من الذكور أنهم يشاهدون الفضائيات العربية ثلاثة أيام فأكثر مقابل 03% لدى الإناث، حيث إن الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة: (ي=2.78)، و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقاً لمتغير النوع.

-أجاب 05% من الذكور أنهم يشاهدون الفضائيات العربية يومين في الأسبوع مقابل 02% لدى الإناث، حيث إن الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%، إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة: (ي=1.15)، و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقاً لمتغير النوع..

- و أخيراً أجاب 01% لدى كل من الذكور و الإناث أنهم يشاهدون الفضائيات العربية يوماً واحداً في الأسبوع.

وبتطبيق إختبار كا² على أرقام الجدول السابق نجد قيمة كا² المحسوبة تساوي 9.92 وهي أكبر من القيمة الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات حرية ومستوى ثقة 95% . و منه نستنتج وجود فروق جوهرية بين الذكور والإناث حول عدد أيام مشاهدة الفضائيات العربية في الأسبوع، وذلك بنسبة 95%، ومعنى هذا أننا متأكدون بنسبة 95% من وجود ارتباط بين متغير النوع وعدد أيام مشاهدة الفضائيات العربية، مع احتمال خطأ يقدر بـ 5%.

2- عدد أيام المشاهدة في الأسبوع و التخصص

جدول رقم 13

توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع و التخصص

المجموع	علوم و تكنولوجيا		علوم إنسانية		النوع
	%	ك	%	ك	
02	%01.92	02	%00	00	يوم واحد
07	%03.84	04	%03.12	03	يومان
17	%06.73	07	%10.41	10	ثلاثة أيام فأكثر
61	%32.69	34	%28.12	27	كل أيام الأسبوع
113	%54.80	57	%58.33	56	حسب الظروف
200	%100	104	%100	96	المجموع

يوضح الجدول رقم 13 توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام مشاهدة الفضائيات العربية في

الأسبوع و التخصص العلمي، و تتوزع النتائج كالتالي:

- المشاهدة حسب الظروف، بنسبة 58.33% لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية، و بنسبة 54.80% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

- المشاهدة كل أيام الأسبوع (يومية)، بنسبة 32.69% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا مقابل 28.12% لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية.

- المشاهدة ثلاثة أيام فأكثر، بنسبة 10.41% لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية، و بنسبة 06.73% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

- المشاهدة ليومين في الأسبوع بنسبة 03.84% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا و 03.12% لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية.

أما نسبة الذين يشاهدون ليوم واحد فتتعدم لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية و لا تتجاوز نسبة 01.92% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

و بتطبيق إختبار كا² على أرقام الجدول السابق نجد قيمة كا² المحسوبة تساوي 3.13 و هي

أصغر من القيمة الجدولية (9.48) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت أربع درجات

حرية ومستوى ثقة 95% . ومنه نستنتج بأن طلبة وطالبات العلوم الإنسانية يتساوون مع طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا في الرأي حول عدد أيام مشاهدة الفضائيات العربية في الأسبوع؛ أي أن الباحث متأكد بنسبة 95% من عدم وجود فرق بين طلبة وطالبات التخصصين في الرأي حول عدد أيام مشاهدة الفضائيات العربية في الأسبوع، مع احتمال خطأ يقدر ب5%.

3- عدد أيام المشاهدة في الأسبوع والإقامة

جدول رقم 14

توزيع عينة الدراسة حسب عدد أيام المشاهدة في الأسبوع والإقامة

المجموع	في الإقامة الجامعية		في البيت		عدد أيام المشاهدة
	%	ك	%	ك	
02	%01.35	01	%0.79	01	يوم واحد
07	%06.75	05	%01.58	02	يومان
17	%13.51	10	%05.55	07	ثلاثة أيام فأكثر
61	%12.16	09	%41.26	52	كل أيام الأسبوع
113	%66.21	49	%50.79	64	حسب الظروف
200	%100	74	%100	126	المجموع

يتضح من الجدول رقم 14 أن المشاهدة "حسب الظروف" تأتي في المرتبة الأولى لدى كل من المبحوثين المقيمين في البيت بنسبة 50.79% و المقيمين في الإقامة الجامعية بنسبة 66.21%. ثم المشاهدة في كل أيام الأسبوع (يومية) بنسبة 41.26% لدى المقيمين في البيت و نسبة 12.16% لدى المقيمين في الإقامة الجامعية. ثم المشاهدة ثلاثة أيام فأكثر بنسبة 13.51% لدى المقيمين في الإقامة الجامعية و نسبة 5.55% لدى المقيمين في البيت. ثم الذين يشاهدون يومين في الأسبوع بنسبة 6.75% لدى المقيمين في الإقامة الجامعية و نسبة 1.58% لدى المقيمين في البيت و أخيرا الذين يشاهدون ليوم واحد في الأسبوع بنسبة 1.35% للمقيمين في الإقامة الجامعية و نسبة 0.79% لدى المقيمين في البيت.

هذا، و يتضح من خلال النتائج المتوصل إليها في الفقرات السابقة (1،3،2) أن هناك تجانسا كبيرا فيما يتعلق بعدد أيام المشاهدة في الأسبوع لدى أفراد عينة الدراسة؛ حيث نلاحظ أن

هناك نزعة لتركز النتائج بين المشاهدة حسب الظروف و المشاهدة كل أيام الأسبوع مما يجعلنا نستنتج عدم وجود فروق جوهرية بالنظر إلى متغيرات النوع و التخصص العلمي و مكان الإقامة في هذا المجال؛ حيث بقيت نزعة التمرکز هي هي تقريبا. و هو ما يدل، وفي حدود هذه الدراسة، على أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية في أيام معينة سلوك اتصالي لا علاقة له بتلك المتغيرات.

ثالثا: الأيام المفضلة للمشاهدة

تترجم معرفة الأيام المفضلة للمشاهدة كثافة تلك المشاهدة على مدى أيام الأسبوع، فهي تعرف بالأيام التي يتعرض لها الجمهور للتلفزيون، وبالمضمون الذي يشد إنتباهه أكثر، ويتبين من خلال الجدول رقم 15 - أدناه- الأيام التي تفضل عينة الدراسة المشاهدة فيها.

جدول رقم 15

توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمشاهدة

الترتيب	عدد التكرارات	الأيام المفضلة للمشاهدة
(6)	31	السبت
(7)	28	الأحد
(4)	56	الاثنين
(5)	39	الثلاثاء
(3)	71	الأربعاء
(1)	140	الخميس
(2)	110	الجمعة
	475	المجموع

يوضح الجدول رقم 15 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة لمشاهدة الفضائيات العربية؛ فقد احتل يوم الخميس المرتبة الأولى، ويليه يوم الجمعة في المرتبة الثانية، ثم يوم الأربعاء في المرتبة الثالثة، ثم يأتي يوم الاثنين في المرتبة الرابعة، ويوم الثلاثاء في المرتبة الخامسة، و يوم السبت في المرتبة السادسة، و أخيرا يوم الأحد في المرتبة الأخيرة.

ونستنتج مما سبق أن كثافة المشاهدة (أي المشاهدة لمدة أطول) تكون يوم الخميس و الجمعة و الأربعاء على التوالي، و هذه النتيجة منطقية بالنظر إلى أن هذه الأيام تشكل نهاية الأسبوع؛ حيث يخاد الطلبة، عادة، إلى الراحة الأسبوعية، مما يجعلهم يقبلون على مشاهدة التلفزيون عموماً و الفضائيات العربية على الخصوص.

أما الأيام التي تنخفض فيها كثافة المشاهدة (أي المشاهدة لمدة أقل)، فتتعلق بالأيام الأخرى (و هي الاثنين، و الثلاثاء، و السبت، و الأحد) حيث يكون الطلبة مشغولين بالدراسة.

1- الأيام المفضلة للمشاهدة و النوع

جدول رقم 16

توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمشاهدة و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	ت	ك	ت	ك	
31	(7)	15	(6)	16	السبت
28	(6)	16	(7)	12	الأحد
56	(4)	30	(4)	26	الاثنين
39	(5)	22	(5)	17	الثلاثاء
71	(3)	40	(3)	31	الأربعاء
140	(1)	75	(1)	65	الخميس
110	(2)	52	(2)	58	الجمعة
475		250		225	المجموع

يبين الجدول رقم 16 - أعلاه- توزيع عينة الدراسة حسب الأيام المفضلة للمشاهدة والنوع، ويتضح من بيانات الجدول أن هناك اتفاقاً يكاد يكون تاماً بين الذكور و الإناث من حيث الأيام المفضلة للمشاهدة؛ حيث جاء يوم الخميس في المرتبة الأولى، يليه يوم الجمعة في المرتبة الثانية، ثم يوم الأربعاء في المرتبة الثالثة، و يوم الاثنين في المرتبة الرابعة، و يوم الثلاثاء في المرتبة الخامسة، و في ما عدا ذلك يأتي يوم الأحد في المرتبة السادسة بالنسبة للذكور و السابعة بالنسبة للإناث، و يوم السبت في المرتبة السابعة بالنسبة للإناث و السادسة بالنسبة للذكور.

و نستخلص أن الذكور والإناث متساوون في تفضيلاتهم لأيام معينة للمشاهدة، ويتأكد ذلك بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول حيث بلغت قيمته المحسوبة 2.88 وهي أقل من القيمة الجدولية (12.59) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ست درجات حرية ومستوى ثقة 95 % .

رابعاً: فترات المشاهدة المفضلة

تخضع مشاهدة برامج التلفزيون لفترات الفراغ لدى المشاهد، وبالنسبة للمشاهد الجزائري فإنه يميل -عادة- إلى المشاهدة بعد الانتهاء من العمل والإيواء إلى البيت؛ حيث صارت جلسة المشاهدة تعوض السهرة العائلية المشتركة، ونتعرف على فترات مشاهدة عينة الدراسة من خلال الجدول رقم 17 -أدناه-.

جدول رقم 17

توزيع عينة الدراسة حسب فترات المشاهدة المفضلة

الترتيب	النسبة المئوية(*)	عدد التكرارات	فترات المشاهدة المفضلة
(3)	%9.81	26	الفترة الصباحية
(1)	%51.32	136	الفترة المسائية
(2)	%38.49	102	الفترة الليلية
(4)	%0.37	01	ما بعد منتصف الليل
	%100	256	المجموع

يبين الجدول رقم 17 - أعلاه- توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة للمشاهدة، و يتضح من بيانات الجدول أن تفضيلات أفراد العينة للفترات التي يستخدمون فيها الفضائيات العربية تكون كالآتي:

*- اعتمدنا في حساب النسب المئوية بتقسيم التكرارات على المجموع الذي يتجاوز عدد أفراد عينة الدراسة (200)، وذلك بحساب جميع الاختيارات بما فيها المتعددة، بسبب الرغبة في إظهار النسبة بين الفترات و لو بصورة تقريبية، و ينسحب الأمر على الجداول المتعلقة بعلاقة فترات المشاهدة بالنوع والإقامة والتخصص (الجدول:18-19-20).

تأتي في المرتبة الأولى الفترة المسائية بنسبة 51.32%، ثم الفترة الليلية (ما قبل منتصف الليل) في المرتبة الثانية بنسبة 38.49%، ثم الفترة الصباحية بنسبة 9.81%، و أخيرا فترة ما بعد منتصف الليل بنسبة ضعيفة جدا تقترب من الصفر (0.37%).

و تبدو هذه النتائج منطقية بالنظر إلى عينة الدراسة المتشكلة من الطلبة و الطالبات؛ حيث إن الفترة التي يجدون فيها الفراغ، و بالتالي متابعة برامج التلفزيون، هي الفترة المسائية، أي بعد فترة الدوام الدراسي، و إذا جمعنا الفترة المسائية و الفترة الليلية فإن النسبة تصل إلى 89.81%، بينما لا تتجاوز نسبة الفترة الصباحية 9.81%. و الفرق واسع بين النسبتين. غير أن الملفت للانتباه، حقا، هو العزوف الكلي تقريبا عن استخدام أفراد العينة للفضائيات في فترة ما بعد الهزيع (ما بعد منتصف الليل)، و ربما يفسر ذلك بالارتباطات الدراسية للطلبة و الطالبات.

1- الفترات المفضلة للمشاهدة و النوع

جدول رقم 18

توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة للمشاهدة و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
26	8.51%	12	11.29%	14	الفترة الصباحية
136	61.70%	87	39.51%	49	الفترة المسائية
102	29.78%	42	48.38%	60	الفترة الليلية
01	00%	00	0.81%	01	ما بعد منتصف الليل
265	100%	141	100%	124	المجموع

يبين الجدول رقم 18 - أعلاه- توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة للمشاهدة و النوع، ويتبين لنا من الجدول أن كلا من الذكور و الإناث يفضلون الفترة المسائية و الليلية لاستخدام الفضائيات العربية أكثر من الفترات الأخرى. غير أن الاختلاف يبدو في تفضيل الإناث المشاهدة في الفترة المسائية بنسبة 61.70% مقابل نسبة 39.51% لدى الذكور. و على العكس من ذلك نجد أن تفضيل الذكور المشاهدة في الفترة الليلية بنسبة 48.38% مقابل نسبة 29.78% لدى

الإناث. وإذا انتقلنا إلى الفترة الصباحية نجد النسبة عند الذكور 11.29% مقابل 8.51% عند الإناث. أما المشاهدة بعد منتصف الليل فإنها تتعدم لدى الإناث وتساوي نسبة 0.81% لدى الذكور. وبتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول نجد قيمته المحسوبة كا²=13.92 وهي أكبر من القيمة الجدولية (7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاثة درجات حرية ومستوى ثقة 95%.

و تأسيسا على ما سبق، و في حدود هذه الدراسة، نستنتج وجود علاقة بين النوع و فترة المشاهدة المفضلة؛ إذ يميل الإناث إلى المشاهدة خلال الفترة المسائية، بينما يميل الذكور إلى المشاهدة خلال الفترة الليلية. و يمكن تفسير ذلك بكون الإناث يركن بعد فترة الدوام الدراسي إلى بيوتهن أو إلى حجرات الإقامة الجامعية، مما يجعلهن يتعرضن في هذه الفترة إلى برامج القنوات الفضائية كوسيلة للراحة و الاسترخاء و التسلية، بخلاف الذكور الذين قد يجدون بدائل أخرى في ذلك. أما ارتفاع نسبة مشاهدة الذكور في الفترة الليلية فربما يفسر بميل الذكور إلى السهر أكثر من الإناث، فضلا عن طبيعة العلاقات داخل الأسرة الجزائرية التي لا زال الذكور فيها أصحاب امتياز في البيت أكثر من الإناث.

2- الفترات المفضلة للمشاهدة و التخصص

جدول رقم 19

توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة للمشاهدة و التخصص

المجموع	علوم و تكنولوجيا		علوم إنسانية		التخصص
	%	ك	%	ك	
26	8.84%	13	11.01%	13	فترات المشاهدة الفترة الصباحية
136	43.53%	64	61.10%	72	الفترة المسائية
102	46.93%	69	27.96%	33	الفترة الليلية
01	00.68%	01	00%	00	ما بعد منتصف الليل
265	100%	147	100%	118	المجموع

يبين الجدول 19 توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة للمشاهدة و متغير التخصص

العلمي، و تشير البيانات الواردة فيه إلى عدة نتائج منها:

- يشاهد الفضائيات العربية خلال الفترة المسائية 61.10% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية، مقابل 43.53% من طلبة وطالبات العلوم و التكنولوجيا.
- يشاهد الفضائيات العربية خلال الفترة الليلية 46.93% من طلبة وطالبات العلوم و التكنولوجيا، مقابل 27.96% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية.
- يشاهد الفضائيات العربية خلال الفترة الصباحية 11.01% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية، مقابل 8.84% من طلبة وطالبات العلوم و التكنولوجيا.
- و تتعدم نسبة المشاهدة بعد الهزيع (بعد منتصف الليل) لدى الإناث، و لا تتجاوز 0.68% لدى الذكور.

وبتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول نجد قيمته المحسوبة كا²=11.10 وهي أكبر من القيمة الجدولية (7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاثة درجات حرية ومستوى ثقة 95% . أي أن الباحث متأكد من وجود فرق بين طلبة وطالبات التخصصين في تفضيل فترات المشاهدة، بنسبة 95%، مع احتمال خطأ يقدر بـ 5%.

و يتضح من خلال هذه النتائج أن المشاهدة في الفترة المسائية جاءت في المرتبة الأولى بالنسبة لطلبة و طالبات العلوم الإنسانية، و المرتبة الثانية بالنسبة لطلبة وطالبات العلوم و التكنولوجيا، في حين جاءت الفترة الليلية في المرتبة الأولى بالنسبة لطلبة وطالبات العلوم و التكنولوجيا و المرتبة الثانية لطلبة و طالبات العلوم الإنسانية. بينما ليس هناك اختلاف في ترتيب الفترة الصباحية و فترة ما بعد منتصف الليل بالنظر إلى متغير التخصص.

3- الفترات المفضلة للمشاهدة و الإقامة

جدول رقم 20

توزيع عينة الدراسة حسب الفترات المفضلة للمشاهدة و الإقامة

المجموع	الإقامة		البيت		الإقامة فترات المشاهدة
	%	ك	%	ك	
26	6.54%	11	15.46%	15	الفترة الصباحية
136	55.35%	93	44.32%	43	الفترة المسائية
102	37.5%	63	40.20%	39	الفترة الليلية

01	%00.59	01	%00	00	ما بعد منتصف الليل
265	%100	168	%100	97	المجموع

يوضح الجدول 20 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب فترات المشاهدة المفضلة و متغير الإقامة (البيت، الإقامة الجامعية) و أهم النتائج المسجلة هي:

- جاءت المشاهدة في الفترة المسائية في المرتبة الأولى بنسبة 44.32% لدى الطلبة و الطالبات الذين يقيمون في بيوتهم و بنسبة 55.35% لدى الذين يقيمون في الإقامة الجامعية.

- جاءت في المرتبة الثانية المشاهدة في الفترة الليلية لدى المقيمين في البيت بنسبة 40.20% و كذلك لدى المقيمين في الإقامة الجامعية بنسبة 37.50%.

- و جاءت في المرتبة الثالثة المشاهدة في الفترة الصباحية بنسبة 15.46% لدى المقيمين في البيت و 6.54% لدى المقيمين في الإقامة الجامعية.

- بينما انعدمت المشاهدة في فترة ما بعد منتصف الليل لدى المقيمين في البيت، و لم تتجاوز نسبة 0.59% لدى المقيمين في الإقامة الجامعية.

و بتطبيق اختبار كاي² على بيانات الجدول نجد قيمته المحسوبة كاي²=7.11 وهي أصغر من القيمة الجدولية (7.81) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت ثلاث درجات حرية ومستوى ثقة 95% ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق جوهرية بين المقيمين في البيت والمقيمين في الإقامة الجامعية حول فترات المشاهدة لديهم.

و تشير هذه النتائج إلى أن متغير الإقامة لم يتدخل - و في حدود هذه الدراسة - في ترتيب فترات المشاهدة. سواء الفترات التي ترتفع فيها كثافة المشاهدة (الفترة المسائية و الليلية)، أو تلك التي تنخفض فيها كثافة المشاهدة (الفترة الصباحية و فترة ما بعد منتصف الليل).

و نسجل، هنا، الارتفاع النسبي للمشاهدة في الفترة الصباحية لدى المقيمين في البيوت، مقارنة بأولئك المقيمين في الإقامة الجامعية، ويمكن إيعاز ذلك إلى كون الذين يقيمون في البيوت يتوفرون على أجهزة الاستقبال و أجهزة التلفزيون، مما يمكنهم من التعرض إلى برامج الفضائيات أكثر من أولئك الذين يقيمون في الإقامة الجامعية حيث يشاهدون - عادة - في نادي الإقامة.

خامسا: حجم المشاهدة في اليوم

تشكل معرفة حجم المشاهدة في اليوم لبرامج التلفزيون أهمية حيوية في معرفة تأثير تلك المشاهدة؛ فكلما كان الحجم كبيرا كان التأثير عميقا، فضلا عن التأثير في التعرض للوسائل الأخرى، وبعد مرحلة الإنبهار تأتي مرحلة الاستقرار على حجم معين، ويتضح هذا المعنى بالنسبة لعينة الدراسة من خلال الجدول رقم 21.

جدول رقم 21**توزيع عينة الدراسة حسب حجم المشاهدة في اليوم**

النسبة المئوية	عدد التكرارات	حجم المشاهدة
05.50%	11	أقل من ساعة
08.00%	16	ساعة واحدة
18.50%	37	ساعتان
16.50%	33	ثلاث ساعات
08.50%	17	أربع ساعات فأكثر
43.00%	86	حسب الظروف
100%	200	المجموع

يوضح الجدول رقم 21 - أعلاه - عدد ساعات المشاهدة في اليوم، التي يقضيها أفراد عينة الدراسة في مشاهدة الفضائيات العربية؛ حيث تبين النتائج أن المشاهدة القلقة و غير المستقرة التي تخضع للظروف هي السائدة؛ حيث صرح 43.00% من الطلبة و الطالبات أن حجم مشاهدتهم تخضع للظروف، و صرح 18.50% أنهم يشاهدون ساعتين اثنتين في اليوم، و صرح 16.50% أنهم يقضون ثلاث ساعات في اليوم في مشاهدة برامج الفضائيات العربية، و يقضي 8.5% أربع ساعات أو أكثر، و 8.00% ساعة واحدة، و 5.50% أقل من ساعة واحدة.

و تدل هذه النتائج على أن حجم مشاهدة الفضائيات العربية في اليوم يقترب من المتوسط؛ فإذا حسبنا حجم من يشاهد ساعتين أو أكثر في اليوم نجد نسبته لا تتعدى 43.50%.

و يبلغ المتوسط الحسابي (Moyenne Arithmétique) لدى عينة هذه الدراسة في ما يتعلق بحجم المشاهدة في اليوم 2.66 ساعة يوميا، أي ما بين ساعتين و ثلاث ساعات حسب ثقة

51.50% من أفراد العينة(*)، و تدل هذه النتائج على الإقبال المتزايد على التعرض لبرامج الفضائيات العربية، مما قد لا نجده في التعرض لوسائل إعلامية أخرى.

1- حجم المشاهدة في اليوم و النوع

جدول رقم 22

توزيع عينة الدراسة حسب حجم المشاهدة في اليوم و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
11	%04	04	%07	07	أقل من ساعة
16	%09	09	%07	07	ساعة واحدة
37	%11	11	%26	26	ساعتان
33	%11	11	%22	22	ثلاث ساعات
17	%10	10	%07	07	أربع ساعات فأكثر
86	%55	55	%31	31	حسب الظروف
200	%100	100	%100	100	المجموع

تبين نتائج الجدول رقم 22 - أعلاه - علاقة متغير النوع بحجم مشاهدة الفضائيات العربية في اليوم. ونلاحظ أن الترتيب جاء متطابقا تماما مع الترتيب الوارد في الجدول العام، فقد جاءت المشاهدة حسب الظروف في المرتبة الأولى بنسبة 31% لدى الذكور و 55% لدى الإناث، متبوعة بالمشاهدة لمدة ساعتين بنسبة 26% لدى الذكور و 11% لدى الإناث، أما المشاهدة لمدة ثلاث ساعات فجاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 22% لدى الذكور و المرتبة الثانية بنسبة 11% لدى الإناث. و أما المشاهدة لمدة أربع ساعات فجاءت في المرتبة الرابعة بنسبة 7% لدى الذكور و المرتبة الرابعة كذلك بنسبة 10% لدى الإناث، و أما المشاهدة لمدة ساعة واحدة فقد جاءت في

* - تم حساب المتوسط الحسابي كالاتي: $S = \frac{1 \times 16 + 2 \times 37 + 3 \times 33 + 4 \times 17}{103} = 2.66$ سا. و نلاحظ هنا، أننا استبعدنا 86 مفردة على أساس أنهم يشاهدون برامج الفضائيات العربية "حسب الظروف"، و تم أيضا استبعاد 11 مفردة على أساس أنهم يشاهدون برامج الفضائيات العربية أقل من ساعة.

المرتبة الرابعة بنسبة 7% لدى الذكور و المرتبة الخامسة بنسبة 9% لدى الإناث، و أخيرا المشاهدة لأقل من ساعة بنسبة 7% لدى الذكور و 4% لدى الإناث.

و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول نجد قيمته المحسوبة كا²=15.33 وهي أكبر من القيمة الجدولية (11.08) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين تحت خمس درجات حرية ومستوى ثقة 95%. و معنى ذلك أن الذكور والإناث يختلفون في ترتيبهم لعدد ساعات التعرض لبرامج الفضائيات العربية.

سادسا: الفضائيات العربية المفضلة

يبدو أن الجمهور في الجزائر بدأ ينتقل من مرحلة التعرف و الاختبار إلى مرحلة تكوين عادات مشاهدة ثابتة للفضائيات العربية؛ بمعنى أن الذي أصبح يهمله أكثر هو المضمون الذي تقدمه تلك الفضائيات، فأقباله يتجه بالدرجة الأولى إلى القنوات الفضائية التي تقدم ذلك المضمون الذي يسد حاجاته الإعلامية.

جدول رقم 23

توزيع عينة الدراسة حسب الفضائيات العربية المفضلة

الترتيب	عدد التكرارات	الفضائيات العربية المفضلة
(1)	132	الجزيرة
(2)	116	إقرأ
(3)	78	العربية
(4)	73	أم بي سي (MBC)
(5)	54	القناة اللبنانية LBC
(6)	43	قناة أبو ظبي
(7)	36	الفضائية المصرية (ESC)
(8)	29	قناة المنار
(8)	29	قناة روتانا
(10)	25	الجزيرة الرياضية
(11)	21	قناة المجد الفضائية

(12)	17	قناة ART (أفلام)
(13)	15	الفضائية الجزائرية ALG.TV
(13)	15	الفضائية السورية
(13)	15	قناة المستقبل
(16)	13	قناة الشارقة الفضائية
(17)	12	قناة دريم
(18)	8	تونس 7
(18)	8	السعودية 1
(20)	5	ميلودي
(20)	5	موزيكا
(22)	4	دبي الفضائية (DUBAI)
(23)	3	قناة المغرب الفضائية
(23)	3	قناة (هي)
(23)	3	قناة نغم
(26)	2	قناة الكويت
(26)	2	قناة الجماهيرية الليبية
(26)	2	شبكة الأخبار العربية (ANN)
(29)	1	قناة الأردن الفضائية
(29)	1	ART رياضة
(29)	1	قناة عين
(29)	1	الإمارات
(29)	1	السودان
(29)	1	قناة المستقلة
(29)	1	قناة دبي الفضائية
(16)	13	بدون إجابة

يبين الجدول رقم 23 - أعلاه - الفضائيات العربية التي يفضل المشاهد التعرض إليها... و بالنظر إلى النتائج المتحصل عليها، فقد جاءت قناة الجزيرة في المرتبة الأولى لما تتميز به من تقديم مادة إخبارية سريعة و آنية، و من موقع الحدث، إضافة إلى المهنية التي تتميز بها، و التي اكتسبتها من خلال تغطيتها لبعض الأحداث البارزة، و خاصة الحرب على أفغانستان ثم الحرب على العراق، فضلا عن الحصاص و الحوارات التي تعدها و تقدمها نخبة من ألمع الصحافيين في الوطن العربي. و لقد حاولت قناة "العربية" السير على نفس الطريقة التي سلكتها الجزيرة مما أهلها إلى استقطاب جمهور كبير في الجزائر و جعلها تحتل المرتبة الثالثة.

و يبدو - أيضا - أن الإعلام الديني (الإسلامي) يستقطب جمهورا عريضا في الجزائر لما يقدمه من مادة دينية تشبع حاجة ذلك الجمهور، خاصة إذا كان يضيف على برامجه مسحة تجديدية متنوعة عن طريق مختلف البرامج الحوارية و الحصاص و المعلومات العامة؛ و ذلك ما نجده في قناة "إقرأ" الفضائية التي احتلت المرتبة الثانية في تفضيلات عينة هذه الدراسة، و بدرجة أقل قناة "المنار" اللبنانية التي احتلت المرتبة الثامنة، و قناة "المجد" الفضائية التي جاءت في المرتبة الحادية عشر.

و الملفت للانتباه، أن القنوات الفضائية العربية التي تقدم مضمونا يغلب عليه طابع المنوعات و الترفيه، تتمتع باهتمام عدد معتبر من الجمهور في الجزائر، و هو، ربما، ما يفسر تفضيل أفراد العينة لعدد من تلك القنوات حيث جاءت قناة أم بي سي (mbc) في المرتبة الرابعة، و القناة اللبنانية (LBC) في المرتبة الخامسة و الفضائية المصرية (ESC) في المرتبة السابعة، و قناة روتانا في المرتبة الثامنة، و الجزيرة الرياضية في المرتبة العاشرة و قناة ART الأفلام، في المرتبة الثانية عشر.

و جاءت القناة الوطنية (AlgTV) في المرتبة الثالثة عشر، و قد يفسر ذلك بكون التلفزيون الوطني بقنواته المختلفة لم يستطع بعد تطوير طريقة عمله، و تحسين البرامج التي يقدمها؛ مما يجعل الجمهور يعزف عنها، و يتجه إلى القنوات الفضائية العربية المختلفة التي تلبى حاجاته و أذواقه؛ ذلك أن التلفزيون الوطني لا يستطيع أن يشد الجمهور إلى مشاهدة برامجه إلا إذا كانت هذه البرامج قادرة على منافسة البرامج الوافدة، و تكون معبرة عن اهتمامات ذلك الجمهور.

يقول فلويد (FLOYD): "إن الجمهور يهتم أكثر بالقنوات التي تدعم آراءه و تتناسب مع أذواقه⁽¹⁾".

1- الفضائيات العربية المفضلة و النوع

جدول رقم 24

توزيع عينة الدراسة حسب الفضائيات العربية المفضلة و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	ت	ك	ت	ك	
132	(01)	53	(01)	79	الفضائيات المفضلة الجزيرة
116	(02)	66	(03)	50	إقرأ
78	(07)	26	(02)	52	العربية
73	(03)	45	(04)	28	أم. بي. سي (mbc)
54	(04)	39	(08)	15	القناة اللبنانية LBC
36	(06)	27	(07)	16	قناة أبو ظبي
29	(05)	28	(10)	08	الفضائية المصرية (ESC)
29	(13)	08	(06)	21	قناة المنار
29	(08)	23	(13)	06	قناة روتانا
25	(17)	03	(05)	22	الجزيرة الرياضية
21	(11)	10	(09)	11	قناة المجد الفضائية
17	(11)	10	(12)	07	قناة ART الأفلام
15	(13)	09	(13)	06	الفضائية الجزائرية Alg.TV
15	(09)	13	(17)	02	الفضائية السورية
15	(09)	13	(17)	02	قناة المستقبل
13	(16)	05	(10)	08	قناة الشارقة الفضائية
12	(13)	09	(15)	03	قناة دريم

1- عبد الحميد حيفري، التلفزيون واقع و آفاق، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص198.

08	(15)	06	(17)	02	تونس 7
08	(18)	03	(14)	05	السعودية 1
05	(18)	03	(17)	02	ميلودي
05	(16)	05	/	00	موزيكا
04	(24)	01	(15)	03	دبي الفضائية (Dubai)
03	(22)	02	(22)	01	قناة المغرب الفضائية
03	(18)	03	/	00	قناة هي
03	(18)	03	/	00	قناة نغم
02	(24)	01	(22)	01	قناة الكويت
02	(22)	02	/	00	قناة الجماهيرية الليبية
02	/	00	(17)	02	شبكة الأخبار العربية ANN
01	(24)	01	/	00	قناة الأردن الفضائية
01	/	00	(22)	01	ART رياضة
01	(24)	01	/	00	قناة عين
01	/	00	(22)	01	الإمارات
01	/	00	(22)	01	السودان
01	/	00	(22)	01	قناة المستقلة
01	/	00	(22)	01	قناة دبي الرياضية
13	(16)	05	(10)	08	بدون إجابة

يتضح من خلال الجدول رقم 24 - أعلاه- أن قناة الجزيرة قد حازت لدى كل من الذكور و الإناث المرتبة الأولى، و يعود ذلك، ربما، إلى كون هذه القناة متميزة عن غيرها من القنوات بالطريقة التي تقدم بها برامجها، و البرامج في حد ذاتها، فقناة الجزيرة تمثل موقعا رائدا في تنمية وتطوير البث الفضائي العربي، وهي على درجة عالية من الاحترافية و المهنية⁽¹⁾ حيث يجد فيها المشاهد العربي عموما و الجزائري على وجه الخصوص ضالته، إلى حد ما، في كشف الواقع

¹ - http://www.aljazeera.net/art_culture/2002/12/12-11-2.htm

العربي المتردي في عمومته، وكذا مواجهة الإعلام الأجنبي الذي طالما قدم صورة نمطية مشوهة عن العرب والإسلام بوجه عام⁽¹⁾.

وقد حازت قناة اقرأ المرتبة الثانية لدى الإناث و المرتبة الثالثة لدى الذكور، و حازت قناة العربية المرتبة الثانية لدى الذكور و انحدرت إلى المرتبة السابعة لدى الإناث، في حين نجد قناة أم بي سي (mbc) تحوز المرتبة الثالثة لدى الإناث و المرتبة الرابعة لدى الذكور. أما القناة اللبنانية (LBC) فقد جاءت في المرتبة الرابعة لدى الإناث و المرتبة الثامنة لدى الذكور، و جاءت قناة أبو ظبي في المرتبة السادسة في تفضيلات الإناث و المرتبة السابعة لدى الذكور. و جاءت الفضائية المصرية (ESC) في المرتبة الخامسة لدى الإناث و المرتبة الثامنة لدى الذكور. و جاءت قناة المنار في المرتبة السادسة لدى الذكور، و المرتبة الثالثة عشرة لدى الإناث، و جاءت قناة روتانا، و هي متخصصة في المنوعات، في المرتبة الثامنة لدى الإناث و المرتبة الثالثة عشرة لدى الذكور...

و دون أن نسترسل في سرد ترتيبات القنوات الفضائية المفضلة بالنظر إلى متغير النوع (ذكور- إناث) يمكن أن نستخلص - إذا استثنينا قناة الجزيرة - أن تفضيلات الإناث تتجه إلى القنوات الفضائية العربية التي تكثف من البرامج المنوعة، و يرجع ذلك، ربما، إلى ميل المرأة و الفتاة الجامعية على وجه الخصوص إلى هذا النوع من البرامج كما تشير إلي ذلك بعض الدراسات السابقة⁽²⁾. أما تفضيلات الذكور، فهي تتجه ، على العموم ،إلى القنوات الفضائية العربية التي تقدم برامج أكثر جدية كالأخبار و الدين، و هذا باستثناء البرامج الرياضية.

و من جهة أخرى، فإن تفضيلات الذكور و الإناث تتجه أكثر إلى الفضائيات العربية الخاصة و المتخصصة، و لا أدل على ذلك، من كون المراتب الثلاثة الأولى تمثلت في "الجزيرة"، و "العربية"، و "أم بي سي (mbc)". و الملفت للانتباه، أيضا، أن الفضائية الوطنية (Alg.TV) تدرجت لدى الذكور و الإناث إلى المرتبة الثالثة عشرة، مما يؤشر- وفي حدود هذه الدراسة- إلى كونها، ربما، بدأت تفقد جمهورها في الجزائر من كلا النوعين.

1- محمد معوض إبراهيم وآخرون، دراسات إعلامية، ج4، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2003، ص34-35

2- رمضان بن بخمة ، مرجع سابق، ص125

2- ترتيب أربع فضائيات عربية مفضلة(*)

جدول رقم 25

توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب أربع فضائيات عربية مفضلة

المرتبة	الفضائيات العربية	عدد التكرارات
المرتبة الأولى	الجزيرة	358
المرتبة الثانية	إقرأ	339
المرتبة الثالثة	العربية	181
المرتبة الرابعة	أم بي سي (MBC)	167

بالنظر إلى الجدول رقم 25- أعلاه- يتأكد ما توصلنا إليه في الفقرة السابقة؛ حيث جاءت قناة الجزيرة في المرتبة الأولى قبل كل من قناة إقرأ و قناة العربية و قناة أم بي سي (mbc) على التوالي، و هي - كما أشرنا سابقا - كلها قنوات فضائية خاصة و تميل عموما إلى التخصص.

سابعاً: ظروف مشاهدة الفضائيات العربية

لقد كانت بداية تعامل الجمهور مع التلفزيون أن تكون المشاهدة جماعية في غرفة واحدة، ولكن تغير مستوى المعيشة، وانتشار التعليم، وتقلص حجم الأسرة قد أدى إلى ظهور عادات أخرى تتحكم في ظروف المشاهدة، كالتحول من المشاهدة الجماعية إلى المشاهدة الفردية مثلاً، ويتضح من خلال الجدول 26 ظروف مشاهدة عينة الدراسة للفضائيات العربية.

جدول رقم 26

توزيع عينة الدراسة حسب ظروف مشاهدة الفضائيات العربية

ظروف المشاهدة	مجموع التكرارات	النسبة المئوية
بمفردك	66	33%
مع العائلة	74	37%
مع الأصدقاء	60	30%
المجموع	200	100%

• لقد اعتمدنا في استخراج عدد التكرارات، و بالتالي ترتيب القنوات الفضائية الأربع على الطريقة التالية:
(الاختيار في المرتبة الأولى×4) + (الاختيار في المرتبة الثانية×3) + (الاختيار في المرتبة الثالثة×2) + (الاختيار في المرتبة الرابعة×1).

يبين الجدول رقم 26 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة بالنظر إلى ظروف مشاهدة الفضائيات العربية، و قد دلت النتائج المتحصل عليها على تقدم نسبة مشاهدة مع العائلة بـ 37%، تليها مشاهدة المنفردة بـ 33%، و أخيرا مشاهدة مع الأصدقاء بـ 30%.

و تشير هذه النتائج إلي كون الأسرة الجزائرية لا زالت تقليدية نسبيا؛ حيث يجتمع أفراد الأسرة أمام التلفزيون، و يشكل ذلك، حصنا لأفراد الأسرة حيث تكون البرامج المشاهدة - عموما - بعيدة عن ما يחדش الحياء و يمس بالقيم الثقافية و الأخلاقية و الحضارية للمجتمع. و على الرغم مما سجلنا سابقا، إلا أننا نلاحظ، أيضا، بروز ظاهرة مشاهدة المنفردة بنسبة 33% مما يؤشر إلى بداية الاتجاه إلى أن تتحول مشاهدة التلفزيون إلى تجربة فردية، مثلها كمثل استخدام الوسائل الإعلامية الأخرى كالكتاب و المجلة و الصحيفة... كما نسجل، كذلك، ارتفاع نسبة الذين يشاهدون مع الأصدقاء و ما يترتب على ذلك من التعرض، ربما، إلى برامج أقل جدية، و قد يرجع سبب ذلك الارتفاع إلى كون العينة تتشكل من طلبة و طالبات الجامعة حيث يشاهدون التلفزيون ، عادة ، في نادي الإقامة الجامعية أو في حجراتها، و بدرجة أقل في البيوت.

1- ظروف مشاهدة الفضائيات العربية والنوع

جدول رقم 27

توزيع عينة الدراسة حسب ظروف مشاهدة الفضائيات العربية والنوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
66	19%	19	47%	47	بمفردك
118	80%	80	38%	38	مع العائلة
16	1%	01	15%	15	مع الأصدقاء
200	100%	100	100%	100	المجموع

يبين الجدول رقم 27 - أعلاه- توزيع عينة الدراسة حسب ظروف مشاهدة الفضائيات

العربية و متغير النوع (ذكور-إناث)، حيث جاءت النتائج كالآتي:

- المشاهدة المنفردة بنسبة 47% لدى الذكور مقابل نسبة 19% لدى الإناث. و الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة: (ي=4.21) و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقا لمتغير النوع.

- المشاهدة مع العائلة بنسبة 80% لدى الإناث، مقابل نسبة 38% لدى الذكور. و الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة: (ي=6.03) و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقا لمتغير النوع.

- المشاهدة مع الأصدقاء بنسبة 15% لدى الذكور، مقابل نسبة 1% لدى الإناث. و الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة: (ي=3.64) و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقا لمتغير النوع.

2- ظروف مشاهدة الفضائيات العربية و عدد أجهزة التلفزيون .

جدول رقم 28

توزيع عينة الدراسة حسب ظروف مشاهدة

الفضائيات العربية و عدد أجهزة التلفزيون

المجموع	أكثر من جهازين		جهازان		جهاز واحد		النوع
	%	ك	%	ك	%	ك	
66	45.83%	11	38.38%	38	22.07%	17	بمفردك
118	54.16%	13	56.56%	56	63.63%	49	مع العائلة
16	00%	00	5.05%	05	14.28%	11	مع الأصدقاء
200	100%	24	100%	99	100%	77	المجموع

يبين الجدول رقم 28 - أعلاه - ظروف مشاهدة الفضائيات العربية و عدد أجهزة التلفزيون

المملوكة لدى أسر أفراد عينة الدراسة؛ و تشير البيانات إلى عدة نتائج هي:

- المشاهدة مع العائلة: في المرتبة الأولى لدى مالكي جهاز واحد بنسبة 63.63 %، و المرتبة الثانية لدى مالكي جهازين بنسبة 56.56 %، المرتبة الثالثة لدى مالكي أكثر من جهازين بنسبة 54.16 %.

- المشاهدة المنفردة: المرتبة الأولى لدى مالكي أكثر من جهازين بنسبة 45.83 %، و المرتبة الثانية لدى مالكي جهازين بنسبة 38.38 %، و المرتبة الثالثة لدى مالكي جهاز واحد بنسبة 22.07 %.

جامعة الأمير

الفصل السادس

أنماط مشاهدة الفضائيات العربية

علاء الدين القادري
الإسلامية
العلوم

تكتسي أنماط المشاهدة أهمية كبيرة في دراسة تعامل الجمهور مع التلفزيون عموماً و الفضائيات على وجه الخصوص، إذ تعتبر معرفة تلك الأنماط (أي البرامج المقدمة) ضرورية للوقوف على اهتمامات المشاهد و تفضيلاته البرمجية، و هو ما يفيد الباحثين من جهة، و القائمين على تلك الفضائيات من جهة أخرى.

وسنتناول في هذا الفصل المباحث الآتية:

أولاً- البرامج المفضلة عموماً.

ثانياً- البرامج الإخبارية.

ثالثاً- البرامج التثقيفية و العلمية.

رابعاً- البرامج الدينية.

و لقد كان التركيز على هذه البرامج، دون غيرها مقصوداً و مرتبطاً بأهداف الدراسة و تساؤلاتها، و بخاصة بما سنتناوله في الفصل الأخير، و المتعلق بتأثير المشاهدة على التحصيل العلمي و التعرض للوسائل الإعلامية و الثقافية الأخرى.

أولاً: البرامج المفضلة في الفضائيات العربية

جدول رقم 29

توزيع عينة الدراسة حسب البرامج المفضلة في الفضائيات العربية

الترتيب	عدد التكرارات	البرامج المفضلة
(03)	98	الأفلام
(10)	58	المسلسلات
(04)	94	البرامج العلمية
(07)	76	البرامج الثقافية
(01)	149	البرامج الدينية
(02)	126	البرامج الإخبارية
(14)	37	البرامج الاقتصادية
(11)	51	البرامج الإجتماعية
(09)	59	البرامج الصحية
(06)	80	المنوعات الغنائية
(12)	48	برامج المرأة
(13)	39	برامج الأطفال و الصور المتحركة
(05)	82	البرامج الرياضية و المقابلات
(16)	26	برامج الطقس و الأحوال الجوية
(08)	62	برامج التسلية و الترفيه و الألعاب
(15)	30	الإعلانات و الإشهار
(17)	23	أخرى تذكر

يوضح الجدول رقم 29- أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب البرامج المفضلة في الفضائيات العربية، و قد تبين من خلاله أن البرامج الدينية تحتل المرتبة الأولى، و لعل ذلك يعبر عن ميل الشباب الجزائري عامة و الشباب الجامعي خاصة إلى مثل تلك البرامج التي تحيي فيه جذوة الإيمان بدينه و حضارته العربية الإسلامية، ثم تأتي في المرتبة الثانية البرامج الإخبارية،

و يمكن إيعاز ذلك إلى كون عينة الدراسة تتشكل من جمهور نوعي متعلم، مما يجعله أكثر اهتماماً بمتابعة الأحداث و الأخبار العالمية، لاسيما تلك المتعلقة بوطنه العربي و الإسلامي، و من جهة أخرى فإن إجراء هذه الدراسة و اكب عملية الحرب على العراق و احتلاله، فضلا عن بعض الأحداث الساخنة الأخرى. و باعتبار أن التلفزيون وسيلة ترفيهية بالدرجة الأولى كما ترى العديد من الدراسات⁽¹⁾ فإن الأفلام جاءت في المرتبة الثالثة. أما في المرتبة الرابعة فتأتي البرامج العلمية. و باعتبار جمهور الدراسة من الشباب فإن البرامج الرياضية و المقابلات حازت المرتبة الخامسة و يتعلق الأمر خاصة بمقابلات البطولات العالمية كالأوربية و غيرها التي تقدمها بعض الفضائيات العربية المتخصصة كقناة الجزيرة الرياضية و غيرها... و جاءت بعض البرامج التي يهتم بها الشباب في المراتب الموالية كالمنوعات الغنائية في المرتبة السادسة، و البرامج الثقافية في المرتبة السابعة، و برامج التسلية و الترفيه و الألعاب في المرتبة الثامنة، ثم تأتي برامج مختلفة أخرى مثل البرامج الصحية في المرتبة التاسعة، و المسلسلات في المرتبة العاشرة، و البرامج الاجتماعية في المرتبة الحادية عشر، و برامج المرأة في المرتبة الثانية عشر، و برامج الأطفال و الصور المتحركة في المرتبة الثالثة عشر، و البرامج الاقتصادية في المرتبة الرابعة عشر، و الإعلانات و الإشهار في المرتبة الخامسة عشر، و برامج الطقس و الأحوال الجوية في المرتبة السادسة عشر و الأخيرة.

و من جهة أخرى، فقد ذكر المبحوثون برامج أخرى (غير مقترحة)، كالبرامج التاريخية، و المناظرات السياسية، و أحداث الساعة، و الأشرطة الوثائقية، و التحقيقات، و المسابقات، و الندوات، و اللقاءات العلمية، و التحاليل النفسية و الدينية، و الطبخ، و عروض الأزياء، و الأخبار الطبية، و حياة المشاهير..

و تؤكد تفضيلات عينة هذه الدراسة الفرضيات التي انطلقنا منها في إعداد أداة "الاستبيان" حيث افترضنا أن تكون البرامج الإخبارية، و البرامج الثقافية و العلمية، و البرامج الدينية في مقدمة اهتمامات و تفضيلات طلبة و طالبات جامعة سكيكدة، وهو ما يتفق إلى حد ما، مع دراسات أخرى مما أوردناه في الفصل الثاني الخاص بالدراسات السابقة.

1- أديب خضور، سوسيلوجيا الترفيه في التلفزيون، عالم الفكر، الكويت، عدد 2، أكتوبر/ديسمبر، 1999، ص 261-302.

1- البرامج المفضلة في الفضائيات العربية و النوع

جدول رقم 30

توزيع عينة الدراسة حسب البرامج المفضلة و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
98	(4)	44	(5)	54	البرامج المفضلة الأفلام
58	(3)	46	(15)	12	المسلسلات
94	(10)	29	(4)	65	البرامج العلمية
76	(11)	25	(6)	51	البرامج الثقافية
149	(1)	64	(2)	85	البرامج الدينية
126	(6)	37	(1)	89	البرامج الإخبارية
37	(16)	07	(8)	30	البرامج الاقتصادية
51	(9)	30	(11)	21	البرامج الإجتماعية
59	(8)	31	(10)	28	البرامج الصحية
80	(2)	49	(7)	31	المنوعات الغنائية
48	(4)	44	(17)	04	برامج المرأة
39	(12)	22	(12)	17	برامج الأطفال و الصور المتحركة
82	(14)	09	(3)	73	البرامج الرياضية و المقابلات
26	(14)	09	(12)	17	برامج الطقس و الأحوال الجوية
62	(7)	32	(8)	30	برامج التسلية و الترفيه و الألعاب
30	(13)	17	(14)	13	الإعلانات و الإشهار
23	(17)	08	(16)	15	أخرى تذكر

يبين الجدول رقم 30-أعلاه- توزيع عينة الدراسة حسب البرامج المفضلة في الفضائيات

العربية ومتغير النوع (الذكور والإناث)، ويتضح منه أن تفضيلات الذكور و الإناث تتقارب و قد تتطابق في بعض البرامج، و تتباعد و تتباين في برامج أخرى؛ و يتجلى النمط الأول في

البرامج الدينية التي جاءت في المرتبة الأولى عند الإناث و المرتبة الثانية عند الذكور، و الأفلام التي جاءت في المرتبة الرابعة عند الإناث و المرتبة الخامسة عند الذكور، و برامج التسلية و الترفيه و الألعاب التي جاءت في المرتبة السابعة عند الإناث و المرتبة الثامنة عند الذكور، و البرامج الصحية التي جاءت في المرتبة الثامنة لدى الإناث و العاشرة لدى الذكور، و برامج الإعلانات و الإشهار التي جاءت في المرتبة الثالثة عشر لدى الإناث و الرابعة عشر لدى الذكور، و البرامج الاجتماعية التي جاءت في المرتبة التاسعة لدى الإناث و الحادية عشر لدى الذكور، و تساوى الذكور و الإناث في تفضيل برامج الأطفال و الصور المتحركة؛ حيث جاءت في المرتبة الثانية عشر لدى كل من النوعين.

و في ما عدا ذلك، فإن تفضيلات الإناث و الذكور تتباعد نوعا ما؛ ففي حين حازت البرامج الإخبارية المرتبة الأولى لدى الذكور تأخرت إلى المرتبة السادسة لدى الإناث، و في حين حازت المنوعات الغنائية المرتبة الثانية لدى الإناث جاءت في المرتبة السابعة لدى الذكور، و في حين حازت المسلسلات المرتبة الثالثة لدى الإناث جاءت في المرتبة الخامسة عشر لدى الذكور، و في حين حازت البرامج الرياضية المرتبة الثالثة لدى الذكور تدرجت إلى المرتبة الرابعة عشر لدى الإناث، و في حين جاءت البرامج العلمية في المرتبة الرابعة لدى الذكور تأخرت إلى المرتبة العاشرة لدى الإناث، و في حين جاءت البرامج الاقتصادية في المرتبة الثامنة لدى الذكور تأخرت إلى المرتبة السادسة عشر لدى الإناث، و في حين جاءت برامج المرأة في المرتبة الرابعة لدى الإناث تأخرت إلى المرتبة السابعة عشر لدى الذكور، و في حين جاءت البرامج الثقافية في المرتبة السادسة لدى الذكور جاءت في المرتبة الحادية عشر لدى الإناث.

و يبدو أن هذه النتائج منطقية إلى حد ما، فقد تقاربت تفضيلات الذكور و الإناث بالنسبة للبرامج ذات الصبغة العامة، التي لا تختص باهتمام نوع دون آخر، بل تشكل نمطا اتصاليا يلبي حاجات كل منهما، مثل البرامج الدينية، و الأفلام (و إن اختلفت مواضيعها)، و البرامج الصحية، و برامج التسلية... في حين يبدو التباعد في تفضيلات النوعين بالنسبة للبرامج و الأنماط التي تلبي حاجات نوع دون آخر، و لو نسبيا؛ فطبيعي أن يهتم الذكور بالبرامج الإخبارية، و الرياضة، و البرامج الاقتصادية، و البرامج الثقافية أكثر من الإناث، و أن تهتم الإناث بالمنوعات الغنائية، و المسلسلات (كالمسلسلات المصرية و المدبلجة و حتى بعض المسلسلات الجزائرية)، و برامج المرأة أكثر من الذكور.

ثانياً: البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية

يعتبر الخبر العمود الفقري في الخدمة الإعلامية؛ فقد أصبح البحث عن الأخبار والتقاطها، و السبق إليها، و نشرها جوهر صناعة الإعلام المعاصرة، بل إن الواقع العالمي المعاصر يجعل من الخبر أساس المعرفة؛ فمن غير الأخبار لا يمكن أن نفهم ما يجري حولنا في عالمنا لمعاصر⁽¹⁾. و يأتي اهتمامنا بتسجيل تفضيلات عينة الدراسة فيما يتعلق بالبرامج الإخبارية في الفضائيات العربية، نظراً لأهمية الأخبار كإحدى أهم وظائف الإعلام، و لما أصبحت تحظى به القنوات الإخبارية من إقبال الجمهور عليها، و هو أمر قد يجد تفسيره في كثرة الأحداث وتسارعها، و خاصة في ظل الأزمات التي يمكن نعتها بالعالمية أو الكونية و التي يلعب فيها التلفزيون دوراً غالباً، مما حدا بإغناسيو راموني (Ignacio Ramonet) إلى القول: "إذا كانت الصحف (في هذا السياق) تعتبر نفسها مجرد تابع للتلفزيون، فهل من المستغرب أن ينتهي قراؤها إلى التخلي عنها لمتابعة الشاشة الصغيرة"، و هو أمر يؤكد على أنه لا وجود لإعلام (أخبار) خارج الصورة⁽²⁾.

و سنحاول الوقوف على أجوبة المبحوثين فيما يتعلق بالبرامج الإخبارية في الفضائيات العربية، و درجة مشاهدتها، و دواعي مشاهدتها، مركزين على جانب محوري منها، هو مدى نجاحها في تغطية الصراع العربي الإسرائيلي، أخذين في كل ذلك بعض المتغيرات (النوع، التخصص، الإقامة...).

1- درجة مشاهدة البرامج الإخبارية

جدول رقم 31

توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية

درجة المشاهدة	عدد التكرارات	النسبة المئوية
غالبا	94	47%
أحيانا	84	42%
نادرا	16	8%
لا أشاهد	06	3%
المجموع	200	100%

¹- محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ط1986، ص2، ص31.

²- عبد الوهاب الرامي، الحرب الإعلامية والتلفزيون، مجلة الإذاعات العربية، تونس، ع2004، ص1، ص58-63.

يتضح من الجدول رقم 31 - أعلاه - أن البرامج الإخبارية تحوز نسبة معتبرة من تفضيلات عينة الدراسة، حيث جاءت مشاهدة غالباً في المرتبة الأولى بنسبة 47%، وجاءت مشاهدة أحيانا في المرتبة الثانية بنسبة 42 %، وجاءت مشاهدة نادراً في المرتبة الثالثة بنسبة لا تتجاوز 8 %، أما الذين لا يشاهدون البرامج الإخبارية، أصلاً، فإن نسبتهم انحدرت إلى 3%.

و لربما، يرجع الإقبال على مشاهدة البرامج الإخبارية إلى كون عينة الدراسة تتشكل من جمهور يتمتع بقدر معتبر من العلم والثقافة.

ويبدو من خلال ما سبق، أن الجمهور في الجزائر بدأ يتجه إلى أن يكون أكثر تفاعلاً مع الأحداث و التغيرات التي تحدث من حوله، وخاصة في ظل الدور الذي أصبحت تلعبه الفضائيات في تغطية الأحداث والحروب بدءاً بقناة CNN (سي أن أن) الأمريكية في حرب الخليج الثانية، بما لها وعليها، ثم بظهور القنوات الإخبارية العربية كالجزيرة والعربية وغيرهما. فالتلفزيون بات يستلهم عدداً من الآليات التي تتوزع بين الخدع البصرية، وإنتاج جملة من المقولات التي تستهدف الرأي الخاص أو العام، أوهما معاً، مما يجعله أحد الأدوات اللوجستية في الحروب الدائرة⁽¹⁾.

أ- درجة مشاهدة البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية و النوع

جدول رقم 32

توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج الإخبارية و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	ك	%	ك	%	
94	28	28%	66	66%	غالباً
84	54	54%	30	30%	أحيانا
16	14	14%	02	2%	نادراً
06	04	4%	02	2%	لا أشاهد
200	100	100%	100	100%	المجموع

1- عبد الوهاب الرامي، مرجع سابق، ص 58-63.

يبين الجدول رقم 32 توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية ومتغير النوع، و تشير بيانات الجدول إلى عدة نتائج أهمها:

- يشاهد البرامج الإخبارية غالبا 66% من الذكور، مقابل 28% من الإناث. و الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=5.38)، و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد عينة الدراسة طبقا لمتغير النوع (ذكور- إناث).

- يشاهد البرامج الإخبارية أحيانا 54% من الإناث مقابل 30% من الذكور. و الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة: (ي=3.43)، و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98).

- يشاهد البرامج الإخبارية نادرا 14% من الإناث مقابل 2% من الذكور. و الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=3.12)، و هي أكبر من القيمة الجدولية (1.98).

- لا يشاهد 02 % من الذكور و 4% من الإناث، و الفارق بين النسبتين غير معنوي عند مستوى ثقة 95 % ، حيث بلغت (ي) المحسوبة (ي=0.82) فهي أصغر من القيمة الجدولية (1.98).

ب- درجة مشاهدة البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية و التخصص

جدول رقم 33

توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج الإخبارية و التخصص

المجموع	العلوم و التكنولوجيا		العلوم الإنسانية		التخصص	درجة المشاهدة
	%	ك	%	ك		
94	46.15%	48	47.91%	46		غالبا
84	43.26%	45	40.62%	39		أحيانا
16	10.57%	11	5.20%	05		نادرا
06	00%	00	6.25%	06		لا أشاهد
200	100%	104	100%	96		المجموع

يبين الجدول رقم (33) توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية و علاقتها بالتخصص العلمي. و تشير البيانات إلى عدة نتائج أهمها:

- يشاهد البرامج الإخبارية غالبا 47.15% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية، مقابل 46.15% من طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.
- يشاهد البرامج الإخبارية أحيانا 43.26% من طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا، مقابل 40.62% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية.
- يشاهد البرامج الإخبارية نادرا 10.57% من طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا، مقابل 5.20% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية.
- كما صرح كل أفراد عينة الدراسة الذين يدرسون في تخصصات العلوم و التكنولوجيا أنهم يشاهدون البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية، في حين صرح 6.25% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية أنهم لا يشاهدون تلك البرامج.

و رغم أننا نلاحظ من خلال هذه النتائج التقارب في نسبة درجة المشاهدة لدى أفراد عينة الدراسة سواء المنتمين إلى شعب العلوم الإنسانية أم إلى شعب العلوم و التكنولوجيا، فإننا نسجل وجود علاقة فارقة صغيرة بين المتغيرين عند مستوي ثقة 95% و تحت ثلاثة درجات حرية حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 8.39 (قيمة كا² الجدولية 7.81).

2- دواعي مشاهدة البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية

جدول رقم 34

توزيع عينة الدراسة حسب دواعي مشاهدة

البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية

الترتيب	عدد التكرارات	دواعي المشاهدة
(4)	50	تزويدك بالمعلومات العامة
(1)	134	تعريفك بالأخبار العالمية
(2)	96	تعريفك بأخبار العالم العربي و الإسلامي
(3)	53	تعريفك بأخبار الجزائر
(5)	26	لأسباب أخرى، تذكر

يتبين من الجدول رقم 34 أن دواعي مشاهدة أفراد عينة الدراسة للبرامج الإخبارية في الفضائيات العربية، جاءت كالآتي:

جاء التعرف على الأخبار العالمية في المرتبة الأولى، و التعرف على أخبار العالم العربي و الإسلامي في المرتبة الثانية وهو أمر يؤشر، على ما يبدو، إلى تعطش طلبة و طالبات الجامعة إلى الإطلاع على ما يحدث في العالم عموماً، و العالم العربي و الإسلامي على وجه الخصوص، و ربما يعزى ذلك إلى أن يؤر التوتر و مناطق الأحداث الساخنة أصبحت تكاد تنحصر في الوطن العربي و الإسلامي، و خاصة بعد انتهاء الحرب الساخنة، و بداية هيمنة القطبية الواحدة على العالم. و الملفت للانتباه، أن التعرف على أخبار الجزائر جاء في المرتبة الثالثة؛ و قد يرجع ذلك إلى كون الجمهور في الجزائر ما زال يعتمد، بالدرجة الأولى، في تعرفه على تلك الأخبار على المصادر المحلية كالتلفزيون الوطني (المحلي)، أو الصحافة المكتوبة المحلية. و جاء التزود بالمعلومات العامة في المرتبة الرابعة. و جاءت المشاهدة لأسباب أخرى في المرتبة الخامسة؛ و من أهم تلك الأسباب الأخرى مواكبة الأحداث و إثرؤها بالتحليل و المناقشات.

هذا، و قد أشار ستة أفراد من العينة إلى عدم مشاهدة البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية لأسباب تنحصر في الاكتفاء بقراءة الصحف للإطلاع على الأخبار، ولأن الأخبار مزعجة، كونها تصور معاناة العرب و المسلمين! و لعدم الرغبة في الإطلاع على الأخبار، أصلاً، و بسبب الاكتفاء بمشاهدة الأخبار في التلفزيون الوطني (المحلي)، أو في بعض القنوات الأجنبية.

أ- دواعي مشاهدة البرامج الإخبارية و النوع

جدول رقم 35

توزيع عينة الدراسة حسب دواعي مشاهدة البرامج الإخبارية و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	ت	ك	ت	ك	
50	(3)	33	(4)	17	تزويدك بالمعلومات العامة
134	(1)	61	(1)	73	تعريفك بالأخبار العامة
96	(2)	54	(2)	42	تعريفك بأخبار العالم العربي و الإسلامي

53	(4)	28	(3)	25	تعريفك بأخبار الجزائر
26	(5)	13	(5)	13	لأسباب أخرى، تذكر

يوضح الجدول رقم 35 - أعلاه - دواعي مشاهدة البرامج الإخبارية و علاقتها بمتغير النوع (ذكور - إناث) و توزعت النتائج كالآتي:

- جاء التعريف بالأخبار العالمية في المرتبة الأولى لدى الذكور و الإناث.
 - جاء التعريف بأخبار العالم العربي و الإسلامي في المرتبة الثانية لدى كل من الذكور و الإناث.
 - جاء التعريف بأخبار الجزائر في المرتبة الثالثة لدى الذكور، و المرتبة الرابعة لدى الإناث.
 - جاء التزويد بالمعلومات العامة في المرتبة الثالثة لدى الإناث، و المرتبة الرابعة لدى الذكور.
 - جاءت المشاهدة لأسباب أخرى في المرتبة الخامسة لدى الذكور و الإناث معا.
- و يبدو أنه ليس هنالك فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور و الإناث فيما يتعلق بدواعي مشاهدة البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية.

3- مدى نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي - الإسرائيلي

جدول رقم 36

توزيع عينة الدراسة حسب مدى نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع

العربي - الإسرائيلي

النسبة المئوية	عدد التكرارات	النجاح أو عدم النجاح
62.5%	125	نعم
36%	72	لا
1.5%	03	بدون إجابة
100%	200	المجموع

يبين الجدول رقم 36 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب مدى نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي- الإسرائيلي، و تأتي أهمية هذا الموضوع، من كون الصراع العربي- الإسرائيلي يعتبر القضية الأولى و المحورية في حياة العرب و المسلمين، من جهة، و لأهمية

الإعلام في الصراعات و النزاعات في العالم ككل؛ حيث أصبحت الحروب توصف بأنها حروب إعلامية قبل أن تكون ميدانية: الثانية هي الحرب الفعلية و الأولى هي الحرب الفعالة⁽¹⁾.

و تبين النتائج أن أفراد عينة الدراسة يرون أن الفضائيات العربية نجحت في تغطية الصراع العربي-الإسرائيلي بنسبة معتبرة؛ حيث أجاب 62.5 % "بنعم"، بينما أجاب 36 % "بلا" و 1.5 % بدون إجابة.

و لعل هذه النتائج تعزى إلى الدور الذي لعبته بعض الفضائيات العربية كالجزيرة و المنار في تغطية بعض الانتهاكات التي ترتكبها قوات الاحتلال الإسرائيلي بشكل كسر الاحتكار الصهيوني و الموالي له في هذا المجال.

أ- مدى نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي - الإسرائيلي و النوع

جدول رقم 37

توزيع عينة الدراسة حسب مدى نجاح الفضائيات العربية

في تغطية الصراع العربي - الإسرائيلي و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
125	58 %	58	67 %	67	النجاح أو عدم النجاح نعم
72	39 %	39	33 %	33	لا
3	3 %	03	00 %	00	بدون إجابة
200	100 %	100	100 %	100	المجموع

يبين الجدول رقم 37 توزيع عينة الدراسة حسب مدى نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي - الإسرائيلي و متغير النوع (ذكور- إناث)، و تشير البيانات إلى عدة نتائج، أهمها:

- أجاب 67 % من الذكور بنعم، مقابل 58 % من الإناث، و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة: (ي=1.31) و هي أصغر من

١- الحبيب الفريبي و آخرون، الفضائيات العربية و تغطية الحرب على العراق، مجلة المستقبل العربي، العدد 295، أيلول/سبتمبر، 2003، ص 117-152.

القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد عينة الدراسة طبقا لمتغير النوع.
- أجاب 39% من الإناث بـ "لا"، مقابل 33% من الذكور، و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة: (ي=1.17) و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد عينة الدراسة طبقا لمتغير النوع.
- لم يجب 3% من الإناث، و أجاب كل الذكور.

4- أسباب نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي الإسرائيلي:

جدول رقم 38

توزيع عينة الدراسة حسب أسباب نجاح الفضائيات العربية

في تغطية الصراع العربي - الإسرائيلي

أسباب النجاح	عدد التكرارات	الترتيب
لأنها موضوعية و غير متحيزة	37	(4)
لأنها تعتمد على مصادرها الخاصة	47	(3)
لأنها كشفت الجرائم الإسرائيلية	93	(1)
لأنها أظهرت عدالة القضية الفلسطينية	63	(2)
لأسباب أخرى تذكر	12	(5)

يبين الجدول رقم 38 أن أفراد عينة الدراسة يرون أن الفضائيات العربية نجحت في تغطية الصراع العربي الإسرائيلي لأنها كشفت الجرائم الإسرائيلية في المرتبة الأولى، و لأنها أظهرت عدالة القضية الفلسطينية في المرتبة الثانية، و لأنها تعتمد على مصادرها الخاصة في المرتبة الثالثة، و لأنها موضوعية و غير متحيزة في المرتبة الرابعة، و أخيرا في المرتبة الخامسة لأسباب أخرى (و تتمثل في النقل الحي للأحداث، و لأنها حركت الضمير العربي، و لتضحية صحافيتها و تقانيهم في تقديم المعلومات و الأخبار).

و تشير هذه النتائج إلى أهمية الدور الذي ينبغي أن يلعبه الإعلام الفضائي العربي إزاء القضية المحورية للعرب و المسلمين (القضية الفلسطينية) في مواجهة الإعلام الصهيوني و السائر في فلكه، حيث نرى الإعلام العالمي عموما مسخرا لتنفيذ المخطط الصهيوني، و ذلك بسعيه

الدؤوب لتغيير صورة الصهيونية في أذهان الغربيين و العالم كله، و إبرازه في ثوب إنساني أخلاقي يسعى لخير البشرية على خلاف أعدائه⁽¹⁾.

أ- أسباب نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي - الإسرائيلي و النوع

جدول رقم 39

توزيع عينة الدراسة حسب أسباب نجاح الفضائيات العربية

في تغطية الصراع العربي - الإسرائيلي و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	ت	ك	ت	ك	
37	(4)	13	(4)	24	لأنها موضوعية و غير متحيزة
47	(3)	22	(3)	25	لأنها تعتمد على مصادر لها الخاصة
93	(1)	48	(1)	45	لأنها كشفت المصادر الإسرائيلية
63	(2)	33	(2)	30	لأنها أظهرت عدالة القضية الفلسطينية
12	(5)	08	(5)	04	أسباب أخرى

يبدو من خلال نتائج الجدول رقم 39 أن بيان أسباب نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي-الإسرائيلي لا علاقة لها بمتغير النوع إذ جاء الترتيب متطابقا بين الذكور و الإناث و بنفس الترتيب العام.

و عليه يمكن أن نقول إنه لا توجد أي فروق إحصائية بين الذكور و الإناث في بيان أسباب نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي-الإسرائيلي.

وتبدو هذه النتائج غريبة، نوعا ما، و مخالفة لرأي بعض المختصين ؛ حيث تذهب جيهان رشتي إلى أن الإعلام العربي الفضائي لم ينجح في تغطية الصراع العربي-الإسرائيلي، بل تعامل معه كأخبار عامة⁽²⁾.

1- محمد نسيب، الإعلام الصهيوني المخرب، مجلة الرسالة، وزارة الشؤون الدينية، الجزائر، عدد6، رمضان/شوال 1407هـ، ص 52-53.

2 - <http://www.aljazeera.net/programs/ladies/articles/2002/4/4-15-1.htm>

5- ترتيب أربع فضائيات عربية نجحت في تغطية الصراع العربي-الإسرائيلي
جدول رقم 40

توزيع عينة الدراسة حسب ترتيب أربع فضائيات عربية
نجحت في تغطية الصراع العربي-الإسرائيلي

المرتبة	القناة	عدد التكرارات
المرتبة الأولى	الجزيرة	1035
المرتبة الثانية	العربية	312
المرتبة الثالثة	المنار	196
المرتبة الرابعة	أبو ظبي	126

يبين الجدول رقم 40 ترتيب أفراد عينة الدراسة لأربع فضائيات عربية نجحت في تغطية الصراع العربي-الإسرائيلي^(*)، وأسفرت النتائج على تقدم قناة الجزيرة، ثم تأتي قناة العربية في المرتبة الثانية، ثم قناة المنار في المرتبة الثالثة، وأخير قناة أبو ظبي في المرتبة الرابعة.

6- أسباب عدم نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي - الإسرائيلي
جدول رقم 41

توزيع عينة الدراسة حسب أسباب عدم نجاح الفضائيات العربية
في تغطية الصراع العربي - الإسرائيلي

أسباب عدم النجاح	عدد التكرارات	الترتيب
لأنها متحيزة (غير موضوعية)	16	(4)
لأنها تعتمد على المصادر الأجنبية	33	(1)
لأنها لم تكشف الجرائم الإسرائيلية	29	(2)
لأنها لم تظهر عدالة القضية الفلسطينية	27	(3)
لأسباب أخرى	9	(5)

*. تم الترتيب بالطريقة التالية: (اختيار المرتبة الأولى×4) + (اختيار المرتبة الثانية×3) + (اختيار المرتبة الثالثة×2) + (اختيار المرتبة الرابعة×1).

يوضح الجدول 41 - أعلاه - أسباب عدم نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي- الإسرائيلي لدى 36 % من أفراد عينة الدراسة (الذين أجابوا بعدم نجاحها)، و قد توزعت إجاباتهم كالآتي:

- لأنها تعتمد على المصادر الأجنبية في المرتبة الأولى.
- لأنها لم تكشف الجرائم الإسرائيلية في المرتبة الثانية.
- لأنها لم تظهر عدالة القضية الفلسطينية في المرتبة الثالثة.
- و لأنها متحيزة (غير موضوعية) في المرتبة الرابعة.
- و جاءت "الأسباب الأخرى" في المرتبة الخامسة، و تنحصر تلك الأسباب، حسب أفراد العينة، في الخضوع للضغوطات الأجنبية المتحيزة لإسرائيل، و محاكاة القنوات الأجنبية، و عدم الالتزام بالقضايا العربية، و خضوعها للمنطق التجاري.

ثالثا: البرامج التثقيفية و العلمية في الفضائيات العربية

تأخذ دراسة البرامج التثقيفية و العلمية في الفضائيات العربية أهميتها و حيويتها في ظل سيطرة النمط الغربي، الذي يكرس الاتجاه نحو تعميم مفهوم الثقافة الجماهيرية (المعممة عن طريق وسائل الإعلام)، و التي تتجه إلى القضاء على التنوع الثقافي و المساهمة في خلق مجتمع استهلاكي⁽¹⁾، و إغراق العالم بثقافة النفايات (Trash) التي تعلم الهروب و الاستغراب و إيديولوجية التسلية و الكلمات السوقية⁽²⁾، و ينتظر، و الحالة هذه، أن تساهم الفضائيات العربية في تقديم الثقافة العربية الإسلامية إلى المشاهد العربي في كل البلدان العربية و خارجها، بل إلى الشعوب الأخرى المتعطشة إلى هذه الثقافة، في ظل القحط الروحي الذي تعانيه جراء هيمنة الثقافة المادية.

و الحقيقة أن هذا المسعى يتصدر - من الناحية النظرية على الأقل - اهتمامات مختلف الهيئات و المنظمات العربية كاتحاد الإذاعات و التلفزيونات العربية؛ فقد نصت المادة الثالثة من اتفاقية الاتحاد المذكور على أن من أبرز اهتماماتها "الإسهام في بلورة الشخصية الثقافية العربية

1- عبد الرحمن عزي، المدارس الإجتماعية في القرن 20 و تأملات حول المنظر الخلدوني، مجلة الثقافة، وزارة الثقافة، الجزائر، عدد 103، يوليو/أغسطس، 1994، ص 57-65.

2- عصام سليمان الموسى، اللهجات العامية في وسائل الإعلام الإلكترونية، مجلة الإذاعات العربية، تونس، عدد 2، 2000، ص 57-64.

من خلال الإذاعة المسموعة و المرئية، و تأكيد مقومات الهوية الثقافية القومية (العربية-الإسلامية) في تنوعها و تكاملها⁽¹⁾.

و تأتي دراستنا لتفضيلات أفراد عينة الدراسة للبرامج التثقيفية و العلمية في الفضائيات العربية، للوقوف على درجة مشاهدتها، و مدى زيادة تلك المشاهدة في معلوماتهم و ثقافتهم، و نوع البرامج التي قد تساهم في تلك الزيادة.

1- درجة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية في الفضائيات العربية

جدول رقم 42

توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية

درجة المشاهدة	عدد التكرارات	النسبة المئوية
غالبا	33	16.5%
أحيانا	126	63%
نادرا	30	15%
لا أشاهد	11	5.5%
المجموع	200	100%

يبين الجدول رقم 42 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية في الفضائيات العربية، و قد أظهرت البيانات النتائج التالية:
تأتي المشاهدة أحيانا في المرتبة الأولى بنسبة 63%، فالمشاهدة غالبا في المرتبة الثانية بنسبة 16.5%، ثم المشاهدة النادرة في المرتبة الثالثة بنسبة 15%، و أخيرا عدم المشاهدة بنسبة 5.5%.

و تشير هذه النتائج إلى كون الطلبة و الطالبات يتابعون البرامج التثقيفية و العلمية حسب ظروف الدراسة، و حسب وقت الفراغ، و لعل ذلك يفسر ارتفاع نسبة المشاهدة أحيانا، مع وجود نسبة معتبرة من عينة الدراسة تشاهد البرامج التثقيفية و العلمية غالبا. و يمكن اعتبار ذلك - و في حدود هذه الدراسة - مؤشرا على أن الجمهور في الجزائر لم تعد تستهويه البرامج الترفيهية

1- عبد الحفيظ الهرقام، ثروتنا الأولى، مجلة الإذاعات العربية، تونس، عدد 2، 2000، ص 4-6.

بالدرجة الأولى^(*). نقول هذا، و لو تجاوزا، ذلك أن مفهوم الثقافة الجماهيرية قد يتجلى في مجمل ما تنتجه و تبثه المحطات التلفزيونية من مواد استعراضية كفيلة بشد عدد كبير من المشاهدين أمام شاشتهم الصغيرة، و التي تتشكل عادة من المسلسلات التلفزيونية و الألعاب المتلفزة و المنوعات إلخ⁽¹⁾، و معنى هذا، أن تصنيف المواد التلفزيونية إلى ترفيهية و تثقيفية - إعلامية قد يكون تصنيفا تعسفيا، بالنظر إلى طبيعة الوسيلة في حد ذاتها (أي التلفزيون)!!

أ- درجة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية و النوع

جدول رقم 43

توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة

البرامج التثقيفية و العلمية و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع	درجة المشاهدة
	%	ك	%	ك		
33	%11	11	%22	22	غالباً	
126	%71	71	%55	55	أحيانا	
30	%12	12	%18	18	نادرا	
11	%06	06	%05	05	لا أشاهد	
200	%100	100	%100	100	المجموع	

يوضح الجدول رقم 43 توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية عبر الفضائيات العربية و متغير النوع (ذكور-إناث) و تشير البيانات إلى عدة نتائج أهمها:

- أجاب 22% من الذكور أنهم يشاهدون البرامج التثقيفية و العلمية غالبا مقابل 11% لدى الإناث، و الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ حيث بلغت قيمة (ي) المحسوبة

*- أشارت بعض الدراسات التي أوردناها سابقا إلى هذا، ومنها دراسة عبد الله بوجللال، ودراسة نورة بن بوزيد، وبن بخمة في الجزائر، ودراسة محمد سعيد و أديب خضور من الدراسات العربية.
¹ - نصر الدين لعباضي، وسائل الاتصال الجماهيري و المجتمع، دار القصبه للنشر، الجزائر، 1999، ص 141.

($Y=2.09$) و هي أكبر من قيمة (ي) الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد عينة الدراسة طبقا لمتغير النوع.

- أجاب 55% من الذكور أنهم يشاهدون البرامج التثقيفية و العلمية أحيانا مقابل 71% من الإناث، و الفارق بين النسبتين ذو دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ حيث بلغت قيمة (ي) المحسوبة ($Y=2.34$)، و هي أكبر من قيمة (ي) الجدولية (1.98).

- أجاب 18% من الذكور أنهم يشاهدون البرامج التثقيفية و العلمية نادرا مقابل 12% من الإناث، و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ حيث بلغت قيمة (ي) المحسوبة ($Y=1.18$)، و هي أصغر من قيمة (ي) الجدولية (1.98).

- بينما أجاب 5% من الذكور مقابل 6% من الإناث أنهم لا يشاهدون البرامج التثقيفية و العلمية، و الفارق بين النسبتين غير معنوي حيث بلغت (ي) المحسوبة 0.31 عند مستوى ثقة 95%.

- و بتطبيق إختبار χ^2 علي بيانات الجدول تبين عدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95% و تحت ثلاثة درجات حرية حيث بلغت قيمة χ^2 المحسوبة ($Y=6.96$) وهي أصغر من القيمة الجدولية (7.81). أي أننا متأكدون بنسبة 95% أنه ليس هناك علاقة بين متغير النوع ودرجة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية ، مع احتمال خطأ يقدر ب 5%

بدرجة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية و التخصص

جدول رقم 44

توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة

البرامج التثقيفية و العلمية و التخصص

المجموع	العلوم و التكنولوجيا		العلوم الإنسانية		التخصص
	%	ك	%	ك	
33	17.30%	18	15.25%	15	غالباً
126	63.46%	66	62.5%	60	أحيانا
30	16.34%	17	13.54%	13	نادرا
11	2.88%	03	8.33%	08	لا أشاهد
200	100%	104	100%	96	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم 44 - أعلاه - توزيع أفراد عينة الدراسة حسب البرامج التثقيفية العلمية و متغير التخصص العلمي، و كانت النتائج كالاتي:

- أجاب 15.25% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية أنهم يشاهدون البرامج التثقيفية و العلمية غالباً، مقابل 17.30% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

- أجاب 62.5% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية أنهم يشاهدون البرامج التثقيفية و العلمية أحياناً، مقابل 63.46% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

- أجاب 13.54% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية أنهم يشاهدون البرامج التثقيفية و العلمية نادراً مقابل 16.34% من طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

- أما الذين لا يشاهدون فقد بلغت نسبتهم لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية 8.33% و 2.88% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

- و بتطبيق إختبار كا² علي بيانات الجدول تبين عدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوي ثقة 95% و تحت ثلاثة درجات حرية حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة (ي=3.02) وهي أقل من القيمة الجدولية (7.81).

ج- درجة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية و الإقامة

جدول رقم 45

توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج التثقيفية و الإقامة

المجموع	الإقامة الجامعية		البيت		الإقامة	درجة المشاهدة
	%	ك	%	ك		
33	9.45%	07	20.63%	26		غالباً
126	68.91%	51	59.52%	75		أحياناً
30	12.16%	09	16.66%	21		نادراً
11	9.45%	07	3.17%	04		لا أشاهد
200	100%	74	100%	126		المجموع

يوضح الجدول رقم 45 توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية و متغير الإقامة و قد جاءت النتائج كالاتي:

- المشاهدة غالبا بنسبة 20.63 % للمقيمين في البيت، و 9.45% للمقيمين في الإقامة الجامعية.
 - المشاهدة أحيانا بنسبة 59.52 % للمقيمين في البيت، و 68.91% للمقيمين في الإقامة الجامعية.
 - المشاهدة النادرة: بنسبة 16.66% للمقيمين في البيت، و 12.16% للمقيمين في الإقامة الجامعية.
 - عدم المشاهدة بنسبة 3.17% للمقيمين في البيت، مقابل 9.45% المقيمين في الإقامة الجامعية.
- و بتطبيق إختبار كا² علي بيانات الجدول تبين وجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95% و تحت ثلاثة درجات حرية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة (ي=8.12) وهي أكبر من القيمة الجدولية (7.81).

2- مدى زيادة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية في المعلومات و الثقافة

جدول رقم 46

توزيع عينة الدراسة حسب مدى زيادة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية في المعلومات و الثقافة

مدى الزيادة	عدد التكرارات	النسبة المئوية
تزيد كثيرا	75	37.5%
تزيد قليلا	108	54%
لا تزيد	06	3%
بدون إجابة	11	5.5%
المجموع	200	100%

يوضح الجدول رقم 46 - أعلاه- مدى مساهمة البرامج التثقيفية و العلمية في الفضائيات العربية في زيادة المعلومات و الثقافة لدى عينة الدراسة، من طلبة و طالبات جامعة سكيكدة؛ فقد أجاب 54% من المبحوثين أنها تزيد قليلا، وأجاب 37.5% أنها تزيد كثيرا، في حين أجاب 3% فقط أنها لا تزيد. و تشير هذه النتائج إلى أن الفضائيات العربية لا تلبي حاجة الجمهور إلى التثقيف و الإعلام عموما، و لعل ذلك يرجع إلى كون معظم تلك الفضائيات جاءت مقلدة للإعلام الغربي و لم تضطلع بدورها في تنمية مجتمعاتها، و بالأخص المحافظة على الخصوصية الثقافية المهددة

في عهد العولمة بمخاطر تنميط الأذواق و الثقافات⁽¹⁾؛ فغالبية الفضائيات العربية - كما يري حمدي حسن أبو العينين - تقوم بتكريس الثقافة الغربية في المجتمعات العربية و المساهمة في الترويج لنمط الحياة الغربية و تقويض اللغة العربية باستخدامها اللهجات المحلية⁽²⁾.

أ- مدى زيادة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية في المعلومات و الثقافة، و النوع

جدول رقم 47

توزيع عينة الدراسة حسب مدى زيادة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية

في المعلومات و الثقافة، و النوع

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
	ك	%	ك	%	
مدى الزيادة					
تزيد كثيرا	35	35%	40	40%	75
تزيد قليلا	58	58%	50	50%	108
لا تزيد	03	3%	03	3%	06
بدون إجابة	04	4%	07	7%	11
المجموع	100	100%	104	100%	200

يوضح الجدول رقم 47 توزيع عينة الدراسة حسب مدى زيادة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية و علاقته بمتغير النوع، و قد جاءت النتائج كالاتي:

- أجاب 35% من الذكور أنها تزيد كثيرا، مقابل 40% من الإناث، و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ حيث بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=0.73) و هي أصغر من قيمة (ي) الجدولية (1.98)؛ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد عينة الدراسة طبقا لمتغير النوع.

1- عبد الحفيظ الهرقام، الإذاعة و التلفزيون مرفقا عموميا في الوطن العربي، مجلة الإذاعات العربية، تونس، عدد 3، 2004، ص 4-7.

2- <http://www.anabaa.org/nbanews/15/47.htm> (03/09/2004

- أجاب 58% من الذكور أنها تزيد قليلا، مقابل 50% من الإناث، و الفارق بين النسبتين ليس له دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% حيث بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=1.13)، و هي أصغر من قيمة (ي) الجدولية (1.98).

- أجاب 3% من الذكور و 3% من الإناث أنها لا تزيد.

- لم يجب 4% من الذكور مقابل 7% من الإناث، و يشير ذلك إلى حالة عدم التبين التي تحكم موقف عينة الدراسة من الاستفادة ثقافيا و علميا من مشاهدة برامج الفضائيات العربية، حيث نلاحظ تذبذبا في نوعية البرامج من حيث قيمتها الثقافية و الإعلامية نتيجة ضعف الإنتاج المحلي من جهة، و الاعتماد علي الإنتاج الأجنبي أو تقليده من جهة أخرى، مما يجعل المشاهد لا يجد ما يلبي حاجاته التثقيفية في هذه الفضائيات.

و بتطبيق إختبار كا² على بيانات الجدول تبين عدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95% و تحت ثلاثة درجات حرية حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة (ي=1.17) وهي أصغر بكثير من القيمة الجدولية (7.81).

ب- مدى زيادة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية في المعلومات و الثقافة، و التخصص

جدول رقم 48

توزيع عينة الدراسة حسب مدى زيادة مشاهدة البرامج التثقيفية

و العلمية في المعلومات و الثقافة، و التخصص

المجموع	العلوم و التكنولوجيا		العلوم الإنسانية		مدى الزيادة
	%	ك	%	ك	
75	37.5%	39	37.5%	36	تزيد كثيرا
108	53.84%	56	54.16%	52	تزيد قليلا
06	3.84%	04	2.08%	02	لا تزيد
11	4.80%	05	6.25%	06	بدون إجابة
200	100%	104	100%	96	المجموع

يوضح الجدول رقم 48 العلاقة بين مدى زيادة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية في الفضائيات العربية للمعلومات و الثقافة و متغير التخصص العلمي، فقد أجاب 37.5% من طلبة

و طالبات العلوم الإنسانية، مقابل 37.5% أيضا من طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا أنها تزيد كثيرا، و أجاب 54.16% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية مقابل 53.84% من طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا أنها تزيد قليلا، في حين أجاب 2.08% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية مقابل 3.84% من طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا أنها لا تزيد.

و يبدو أن متغير التخصص ليس له علاقة بمدى زيادة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية في معلومات و ثقافة عينة الدراسة.

ويتأكد ذلك بتطبيق اختبار كا² علي بيانات الجدول حيث تبين عدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوي ثقة 95% و تحت ثلاثة درجات حرية فقد بلغت قيمة كا² المحسوبة (كا²=0.68) وهي أصغر بكثير من القيمة الجدولية (7.81).

3- نوع البرامج التثقيفية و العلمية التي تزيد في المعلومات و الثقافة

جدول رقم 49

توزيع عينة الدراسة حسب نوع البرامج التثقيفية
و العلمية التي تزيد في المعلومات و الثقافة

نوع البرامج التثقيفية و العلمية	عدد التكرارات	الترتيب
الأشرطة العلمية	101	(1)
اللقاءات الثقافية	77	(2)
الأفلام الوثائقية	51	(3)
أخرى، تذكر	13	(4)

يوضح الجدول رقم 49 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب نوع البرامج التثقيفية و العلمية التي تزيد في المعلومات و الثقافة؛ فقد جاءت الأشرطة العلمية في المرتبة الأولى، و اللقاءات الثقافية في المرتبة الثانية، و أخيرا الأفلام الوثائقية في المرتبة الثالثة. و يمكن إيعاز هذا الترتيب إلى كون الطلبة و الطالبات (أفراد عينة الدراسة) على مستوى مقبول من الرصانة العلمية و التسلح بالمنطق العلمي في تعاملهم مع المواد التثقيفية و العلمية في التلفزيون.

و من المعلوم أن التعرض الإعلامي هو عملية مبنية على فعل قصدي لدى المستقبل؛ فهو الذي يختار الوسيلة التي يريد أن يتعرض لها، و هو الذي يحدد الموضوع الذي يرغب في

متابعته⁽¹⁾. و الواقع أن قطاعات الجمهور تميل إلى التعرض لمعلومات إعلامية تنسجم مع قابلياتها و استعداداتها، و تحاول تجنب معلومات تتعارض مع هذه الاستعدادات؛ أي أن هناك علاقة سببية بين استعدادات المتلقي و بين سلوكه الاستهلاكي تجاه وسائل الإعلام⁽²⁾.

و نشير في الأخير أن ثلاثة عشر تكرارا أجابوا بأن هناك برامج تثقيفية و علمية أخرى تزيد في معلوماتهم و ثقافتهم كالبرامج المتعلقة بالثقافة الإسلامية، و برامج المرأة، و الأفلام التاريخية، و برنامج "طبيبك الخاص"، و البرامج المتعلقة بالجوسسة.

أ- نوع البرامج التثقيفية و العلمية التي تزيد في المعلومات و الثقافة، و النوع

جدول رقم 50

توزيع عينة الدراسة حسب نوع البرامج التثقيفية
والعلمية التي تزيد في المعلومات و الثقافة ، و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	ت	ك	ت	ك	
101	(2)	38	(1)	63	الأشرطة العلمية
77	(1)	43	(2)	34	اللقاءات الثقافية
51	(3)	22	(3)	29	الأفلام الوثائقية
13	(4)	09	(4)	04	أخرى تذكر

يبين الجدول رقم 50 توزيع عينة الدراسة حسب نوع البرامج التثقيفية و العلمية التي تزيد في المعلومات و الثقافة وعلاقته بمتغير النوع (ذكور- إناث)؛ و قد جاءت الأشرطة العلمية في المرتبة الأولى لدى الذكور و في المرتبة الثانية لدى الإناث، في حين جاءت اللقاءات الثقافية في المرتبة الأولى لدى الإناث و المرتبة الثانية لدى الذكور، و تساوى ترتيب الأفلام الوثائقية لدى الذكور و الإناث معا.

1- جبار العبيدي و أمة الرؤوف الشرفي، التعرض الإعلامي لطلبة قسم الإعلام في جامعة صنعاء، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، عدد 12/11، ربيع/صيف، 1995، ص 7-33.

2- فريال مهنا، علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية، دار الفكر، دمشق، 2002، ص 162

و تبين هذه النتائج أن الذكور أميل، و لو نسبيا، إلى الأشرطة العلمية في حين تميل الإناث إلى البرامج الثقافية، و قد يعزى ذلك إلى أن الإناث يجدن في اللقاءات الثقافية بعض ما يلبي حاجاتهن، لكون الإناث أكثر استجابة وجدانيا و عاطفيا، في حين تكون استجابة الذكور عقلية أكثر.

ب- نوع البرامج التثقيفية و العلمية التي تزيد في المعلومات و الثقافة، و التخصص

جدول رقم 51

توزيع عينة الدراسة حسب نوع البرامج التثقيفية
والعلمية التي تزيد في المعلومات و الثقافة، و التخصص

المجموع	العلوم و التكنولوجيا		العلوم الإنسانية		نوع البرامج
	ت	ك	ت	ك	
101	(1)	62	(1)	39	الأشرطة العلمية
77	(2)	41	(2)	36	اللقاءات الثقافية
51	(3)	34	(3)	17	الأفلام الوثائقية
13	(4)	05	(4)	08	أخرى تذكر

يبين الجدول رقم 51 توزيع عينة الدراسة حسب نوع البرامج التثقيفية و العلمية التي تزيد في المعلومات و الثقافة و علاقته بالتخصص العلمي، و قد أظهرت البيانات أن الأشرطة العلمية تحوز تفضيل كل أفراد العينة، سواء الذين يدرسون في تخصصات العلوم الإنسانية أو أولئك الذين يدرسون في تخصصات العلوم و التكنولوجيا، ثم تأتي اللقاءات الثقافية في المرتبة الثانية، ثم تأتي في المرتبة الثالثة الأفلام الوثائقية. و يظهر من خلال هذه النتائج أن تفضيل نوعية خاصة من البرامج التثقيفية و العلمية هو سلوك اتصالي و لا علاقة له بمتغير التخصص، و هذا في حدود هذه الدراسة.

رابعاً: البرامج الدينية في الفضائيات العربية:

تشكل المواد الدينية في الإعلام - كالإعلام الفضائي العربي- أهمية حيوية بالنسبة للمشاهدين؛ إذ تقدم لهم زادا، و لو محدودا، قد يلبي بعض حاجاتهم إلى التعرف و التجاوب مع

بعض القيم الحضارية و العقائدية، التي تشكل منظومتهم الروحية. و الأصل أن هذه المواد تتسم باتساع الحجم، و كثافة البث، و شمولية العرض، بحيث تستغرق مساحة أوسع من حياة الإنسان العربي المسلم، غير أن ما نراه، اليوم، في الإعلام الفضائي العربي، و حسب ظروف العالم العربي والإسلامي، ما هو إلا صورة من صور الإعلام المتخصص، أو ما يطلق عليه مصطلح الإعلام الديني⁽¹⁾. ونحن سنتناول في هذا الصدد، البرامج الدينية في الفضائيات العربية حسب تفضيلات أفراد عينة الدراسة، وذلك من حيث درجة مشاهدتها، و نوعيتها، ومدى كفايتها لنشر الوعي الديني لدى المشاهدين.

1- درجة مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية

جدول رقم (52)

توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة
البرامج الدينية في الفضائيات العربية

النسبة المئوية	عدد التكرارات	درجة المشاهدة
35%	70	غالبا
58%	116	أحيانا
4.50%	09	نادرا
2.5%	05	لا أشاهد
100%	200	المجموع

يوضح الجدول رقم 52 توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية، و تشير النتائج إلى أن المشاهدة أحيانا تأتي في المرتبة الأولى بنسبة 58%، فالمشاهدة غالبا بنسبة 35%، ثم المشاهدة نادرا بنسبة 4.50%، و أخيرا عدم المشاهدة بنسبة 2.5%. و تبين هذه النتائج أن البرامج الدينية تلقى إقبالا معتبرا من قبل الجمهور في الجزائر،

1- محمد سيد محمد، مرجع سابق، ص 36

حيث صرح أكثر من ثلث العينة تعرضهم في غالب أوقاتهم إلى هذه البرامج، و قد يرجع ارتفاع نسبة التعرض من حين لآخر (أحيانا) إلى ظروف الدراسة و الانشغال بها، و ليس إلى الإعراض عن تلك البرامج.

أ- درجة مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية و النوع

جدول رقم 53

توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع	درجة المشاهدة
	%	ك	%	ك		
70	33%	33	37%	37	غالبا	
116	60%	60	56%	56	أحيانا	
09	3%	03	6%	06	نادرا	
05	4%	04	1%	01	لا أشاهد	
200	100%	100	100%	100	المجموع	

يبين الجدول رقم 53 العلاقة بين درجة مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية و متغير النوع، و تشير البيانات إلى عدة نتائج أهمها:

- أجاب 37% من الذكور أنهم يشاهدون البرامج الدينية غالبا مقابل 33% من الإناث، و الفارق بين النسبتين ليس له دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=0.59)، وهي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد عينة الدراسة طبقا لمتغير النوع.

- أجاب 56% من الذكور أنهم يشاهدون البرامج الدينية أحيانا مقابل 60% لدى الإناث، و الفارق بين النسبتين ليس له دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=0.57)، وهي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد عينة الدراسة طبقا لمتغير النوع.

- أجاب 6% من الذكور أنهم يشاهدون البرامج الدينية نادرا مقابل 4% لدى الإناث.
- أجاب 1% من الذكور أنهم لا يشاهدون البرامج الدينية مقابل 4% لدى الإناث.
- و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول - أعلاه- تبين أن القيمة المحسوبة تساوي 3.14، وهي أصغر من القيمة الجدولية (7.81) تحت ثلاث درجات ومستوى ثقة 95%، ومنه نستنتج عدم وجود فروق جوهرية بين الذكور و الإناث حول درجة مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية.

ب- درجة مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية و التخصص

جدول رقم 54

توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج

الدينية في الفضائيات العربية و التخصص

المجموع	العلوم و التكنولوجيا		العلوم الإنسانية		التخصص	درجة المشاهدة
	%	ك	%	ك		
70	33.65%	35	36.45%	35		غالبا
116	56.73%	59	59.37%	57		أحيانا
09	6.73%	07	2.08%	02		نادرا
05	2.88%	03	2.08%	02		لا أشاهد
200	100%	104	100%	96		المجموع

- يوضح الجدول رقم (54) توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية و متغير التخصص العلمي، و أهم النتائج كالآتي:
- المشاهدة غالبا بنسبة 33.65% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا، و بنسبة 33.45% لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية.
- المشاهدة أحيانا بنسبة 59.37% لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية، مقابل 56.73% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.
- المشاهدة النادرة بنسبة 2.08% لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية، مقابل 6.73% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

- عدم المشاهدة بنسبة 2.08% لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية مقابل 2.88% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول - أعلاه- تبين أن القيمة المحسوبة تساوي 2.66 ، وهي أصغر من القيمة الجدولية (7.81) تحت ثلاث درجات ومستوى ثقة 95%، ومنه نستنتج عدم وجود فروق جوهرية بين طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا و طلب و طالبات العلوم الإنسانية، حول درجة مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية.

ج- درجة مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية و الإقامة

جدول رقم 55

توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج

الدينية في الفضائيات العربية و الإقامة

المجموع	الإقامة الجامعية		البيت		الإقامة درجة المشاهدة
	%	ك	%	ك	
70	28.37%	21	38.88%	49	غالبا
116	62.16%	46	55.55%	70	أحيانا
09	6.75%	05	3.17%	04	نادرا
05	2.70%	02	2.38%	03	لا أشاهد
200	100%	74	100%	126	المجموع

يوضح الجدول رقم 55 - أعلاه- توزيع عينة الدراسة حسب درجة مشاهدة البرامج

الدينية في الفضائيات العربية و متغير الإقامة(البيت- الإقامة الجامعية)، و كانت النتائج كالآتي:

- المشاهدة غالبا بنسبة 38.88% لدى المقيمين في البيت، مقابل 28.37% لدى المقيمين في الإقامة الجامعية.

- المشاهدة أحيانا بنسبة 55.55% لدى المقيمين في البيت، مقابل 62.16% لدى المقيمين في الإقامة الجامعية.

- المشاهدة النادرة بنسبة 3.17% للمقيمين في البيت، مقابل 6.75% للمقيمين في الإقامة الجامعية.

- عدم المشاهدة بنسبة 2.38% للمقيمين في البيت، مقابل 2.70% لدى المقيمين في الإقامة الجامعية.

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول - أعلاه- تبين أن القيمة المحسوبة تساوي 3.13 ، وهي أصغر من القيمة الجدولية (7.81) تحت ثلاث درجات ومستوى ثقة 95%، ومنه نستنتج عدم وجود فروق جوهرية بين المقيمين بالبيت و المقيمين بالإقامة الجامعية حول درجة مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية.

2- البرامج الدينية المفضلة في الفضائيات العربية

جدول رقم 56

توزيع عينة الدراسة حسب البرامج الدينية

المفضلة في الفضائيات العربية

الترتيب	عدد التكرارات	البرامج الدينية المفضلة
(4)	71	المسلسلات الدينية
(2)	96	الأفلام الدينية
(4)	71	الأحاديث الدينية
(1)	128	الفتاوى
(3)	84	الندوات الدينية
(6)	08	أخرى تذكر

يوضح الجدول رقم 56 - أعلاه- توزيع عينة الدراسة حسب البرامج الدينية المفضلة في الفضائيات العربية؛ حيث جاءت الفتاوى في المرتبة الأولى، و الأفلام الدينية في المرتبة الثانية، و الندوات الدينية في المرتبة الثالثة، و كل من الأحاديث الدينية و المسلسلات الدينية في المرتبة الرابعة. و من جهة أخرى ذكر 8 مبحوثين أنهم يفضلون برامج أخرى و تتمثل في الأناشيد الإسلامية، و اللقاءات الدينية على الهواء مباشرة، و الإعجاز القرآني، و تلاوة القرآن الكريم. و يمكن إيعاز تفضيل عينة الدراسة للفتاوى في المرتبة الأولى إلى الحاجة الملحة من قبل المشاهد في الجزائر إلي معرفة الأحكام الدينية المتعلقة بشؤون العبادة و شؤون الحياة الدينية وذلك نظرا للنقص الكبير الذي يعانيه الجمهور فيما يتعلق بمعرفة تلك الشؤون.

أ- البرامج الدينية المفضلة في الفضائيات العربية و النوع

جدول رقم 57

توزيع عينة الدراسة حسب البرامج الدينية المفضلة و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	ت	ك	ت	ك	
71	(3)	39	(4)	32	البرامج الدينية
96	(1)	64	(4)	32	المسلسلات الدينية
71	(5)	35	(3)	36	الأفلام الدينية
128	(2)	58	(1)	70	الأحاديث الدينية
84	(4)	38	(2)	46	الفتاوى
08	(6)	05	(6)	03	الندوات الدينية
					أخرى تذكر

يبين الجدول رقم 57 - أعلاه- توزيع عينة الدراسة حسب البرامج الدينية المفضلة في

الفضائيات العربية و متغير النوع (ذكور - إناث)، و أهم النتائج هي:

- جاءت الفتاوى في المرتبة الأولى لدى الذكور، و المرتبة الثانية لدى الإناث.

- جاءت الأفلام الدينية في المرتبة الأولى لدى الإناث، و المرتبة الرابعة لدى الذكور.

- جاءت الندوات الدينية في المرتبة الثانية لدى الذكور، و المرتبة الرابعة لدى الإناث.

- جاءت المسلسلات الدينية في المرتبة الثالثة لدى الإناث، و المرتبة الرابعة لدى الذكور.

- جاءت الأحاديث الدينية في المرتبة الثالثة لدى الذكور، و المرتبة الخامسة لدى الإناث.

وبتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول، تبين أن القيمة المحسوبة تساوي 13.17 وهي

أكبر من الجدولية كا²=11.07 تحت خمس درجات حرية ومستوى ثقة 95%، وعليه نستنتج

وجود فروق جوهرية بين الذكور و الإناث حول نوعية البرامج الدينية المفضلة.

ب- البرامج الدينية المفضلة في الفضائيات العربية و التخصص

جدول رقم 58

توزيع عينة الدراسة حسب البرامج الدينية المفضلة
في الفضائيات العربية و التخصص

المجموع	العلوم و التكنولوجيا		العلوم الإنسانية		التخصص البرامج الدينية
	ت	ك	ت	ك	
71	(4)	39	(3)	32	المسلسلات الدينية
96	(5)	38	(1)	58	الأفلام الدينية
71	(3)	42	(4)	29	الأحاديث الدينية
128	(1)	80	(2)	48	الفتاوى
84	(2)	56	(5)	28	الندوات الدينية
08	(6)	03	(6)	05	أخرى تذكر

يوضح الجدول رقم 58 - أعلاه- توزيع عينة الدراسة حسب البرامج الدينية المفضلة في

الفضائيات العربية وعلاقتها بالتخصص، وجاءت النتائج كالاتي:

- جاءت الفتاوى في المرتبة الأولى لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا، و المرتبة الثانية لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية.

- جاءت الأفلام الدينية في المرتبة الأولى لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية، و المرتبة الخامسة لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

- جاءت الندوات الدينية في المرتبة الثانية لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا، و المرتبة الخامسة لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية.

- جاءت الأحاديث الدينية في المرتبة الثالثة لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا، و المرتبة الرابعة لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية.

- جاءت المسلسلات الدينية في المرتبة الثالثة لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية، و المرتبة الرابعة لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول، تبين أنها تساوي 17.96 وهي أكبر من

الجدولية (كا²=11.07) تحت خمس درجات حرية ومستوى ثقة 95%، وعليه نستنتج وجود

فروق بين طلبة و طالبات العلوم الإنسانية و طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا حول نوعية البرامج الدينية المفضلة.

ج- البرامج الدينية المفضلة في الفضائيات العربية و الإقامة

جدول رقم 59

توزيع عينة الدراسة حسب البرامج الدينية المفضلة العربية و الإقامة

المجموع	الإقامة الجامعية		البيت		الإقامة البرامج الدينية
	ت	ك	ت	ك	
71	(3)	22	(4)	49	المسلسلات الدينية
96	(2)	36	(3)	60	الأفلام الدينية
71	(3)	22	(4)	49	الأحاديث الدينية
128	(1)	46	(1)	82	الفتاوى
84	(5)	21	(2)	63	الندوات الدينية
08	(6)	03	(6)	05	أخرى تذكر

يوضح الجدول رقم 59 - أعلاه- توزيع عينة الدراسة حسب البرامج الدينية المفضلة في الفضائيات العربية و متغير الإقامة، و كانت النتائج كالاتي:

- الفتاوى في المرتبة الأولى لدى المقيمين في البيت، ولدى المقيمين في الإقامة الجامعية.
- الأفلام الدينية في الرتبة الثانية لدى المقيمين في الإقامة الجامعية، و الرتبة الثالثة لدى المقيمين في البيت.
- الندوات الدينية في المرتبة الثانية لدى المقيمين في البيت، و المرتبة الخامسة لدى المقيمين في الإقامة الجامعية.
- المسلسلات الدينية في المرتبة الثالثة لدى المقيمين في الإقامة الجامعية، و المرتبة الرابعة لدى المقيمين في البيت.
- الأحاديث الدينية في المرتبة الثالثة لدى المقيمين في الإقامة الجامعية، و المرتبة الرابعة لدى المقيمين في البيت.

وبتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول، تبين أن القيمة المحسوبة تساوي 4.10 وهي أصغر من قيمة كا² الجدولية التي تساوي 11.07 تحت خمس درجات حرية ومستوى ثقة 95%، ومنه نستنتج عدم وجود فروق جوهرية بين المقيمين في البيوت والمقيمين في الإقامة الجامعية حول نوعية البرامج الدينية المفضلة.

3- مدى كفاية البرامج الدينية في الفضائيات العربية لنشر الوعي الديني

جدول رقم 60

توزيع عينة الدراسة حسب مدى كفاية البرامج الدينية في الفضائيات العربية في نشر الوعي الديني

النسبة المئوية	عدد التكرارات	مدى كفاية البرامج الدينية
20%	40	كافية
61%	122	غير كافية
19%	38	لا أدري
100%	200	المجموع

يوضح الجدول رقم 60 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب مدى كفاية البرامج الدينية في الفضائيات العربية في نشر الوعي الديني؛ فقد أجاب 61% أن تلك البرامج غير كافية لنشر الوعي الديني لدى المشاهدين، ويمكن إيعاز ذلك إلى قلة حجم تلك البرامج من جهة وإلى افتقارها إلى الجودة و الحيوية إذ غالبا ما تقدم في قالب وعظي تلقيني فج لا يرقى إلى مستوى الرسالة الإسلامية العظيمة على حسب رأي عبد الرحمن عزي⁽¹⁷⁾، فضلا عن كون معظم الفضائيات، وخاصة غير الحكومية، قد نشأت لتحقيق ربح مادي أو سياسي وليس لخدمة المواطن العربي و الرقي به حضاريا. أما الذين يرون أن البرامج الدينية كافية لنشر الوعي الديني فقد بلغت نسبتهم 20%، في حين أجاب 19% ب لا أدري.

17- عبد الرحمن عزي، الإعلام الإسلامي: تعثر الرسالة في عصر الوسيلة، حوليات جامعة الجزائر، عدد 4، خريف 1990. ص 33-45

أ- مدى كفاية البرامج الدينية في الفضائيات العربية لنشر الوعي الديني و النوع

جدول رقم 61

توزيع عينة الدراسة حسب مدى كفاية البرامج

الدينية لنشر الوعي الديني و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
40	%29	29	%11	11	كافية
122	%53	53	%69	69	غير كافية
38	%18	18	%20	20	لا أدري
200	%100	100	%100	100	المجموع

يوضح الجدول رقم 61 - أعلاه- توزيع عينة الدراسة حسب مدى كفاية البرامج الدينية

في الفضائيات العربية لنشر الوعي الديني و النوع، وقد جاءت النتائج كالآتي:

- أجاب 11% من الذكور بأن البرامج الدينية في الفضائيات العربية كافية لنشر الوعي الديني، مقابل 29% لدى الإناث. و الفارق بين النسبتين له دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=3.18)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع.

- أجاب 69% لدى الذكور بأن البرامج الدينية غير كافية لنشر الوعي الديني، مقابل 53% لدى الإناث، و الفارق بين النسبتين له دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=2.31)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النوعين.

- أجاب 20% ب "لا أدري" لدى الذكور، مقابل 18% لدى الإناث، و الفارق بين النسبتين ليس معنوياً حيث بلغت قيمة (ي) المحسوبة (0.36) عند مستوى ثقة 95%، وهي أقل من قيمة (ي) الجدولية (1.98).

ب- مدى كفاية البرامج الدينية في الفضائيات العربية لنشر الوعي الديني و التخصص

جدول رقم 62

توزيع عينة الدراسة حسب مدى كفاية
البرامج الدينية لنشر الوعي الديني و التخصص

المجموع	العلوم و التكنولوجيا		العلوم الإنسانية		التخصص	مدى انكفاية
	%	ك	%	ك		
40	%20.19	21	%19.79	19		كافية
122	%60.57	63	%61.45	59		غير كافية
38	%19.23	20	%18.75	18		لا أدري
200	%100	104	%100	96		المجموع

يبين الجدول رقم 62 - أعلاه- توزيع عينة الدراسة حسب مدى كفاية البرامج الدينية لنشر الوعي الديني و التخصص العلمي، و قد تبين أن هناك تقاربا بين نسب إجابات طلبة و طالبات العلوم الإنسانية، و طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا، حيث صرح %19.79 من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية بأنها كافية مقابل %20.19 لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا، و صرح %61.45 من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية بأنها غير كافية مقابل %60.57 لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا، و أخيرا صرح " بلا أدري" %18.75 من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية مقابل %19.23 من طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا. و بتطبيق اختبار كا² على أرقام الجدول، تبين أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 0.01 وهي أصغر من قيمة كا² الجدولية التي تساوي 5.99 تحت درجتين حرية ومستوى ثقة 95%، ومنه نستنتج عدم وجود فروق جوهرية بين الدارسين في تخصصات العلوم الإنسانية و الدارسين في تخصصات العلوم و التكنولوجيا حول مدى كفاية البرامج الدينية في الفضائيات العربية لزيادة الوعي الديني.

جامعة الأمير

الفصل السابع

أثار مشاهدة الفطائيات العربية

القول للعلوم الإسلامية

لقد شغلت مسألة تأثير التعرض للوسائل الإعلامية عموماً و التلفزيون خصوصاً بال الكثير من الباحثين و المهتمين الاجتماعيين و التربويين و السياسيين... الخ. كما تعددت النظريات التي تهون أو تهول من ذلك التأثير، و مرد هذا الاهتمام الكبير يعود إلى بروز مخاوف تأثير بعض محتويات تلك الوسائل على البنى الثقافية، و خاصة لدى بعض الفئات غير المحصنة كالشباب، مثلاً. وفيما يتعلق بالمشاهد العربي في عصر العولمة فإن المخاوف تزداد؛ باعتبار أن الوسائط الإعلامية، ومنها القنوات الفضائية، صارت وسيلة لتنميط ثقافات العالم الثالث، و إلحاقها بثقافات العالم المتقدم. ويتوقع عبد القادر طاش اختفاء البرامج الثقافية التي تشكل حالياً 13% من برامج شاشات الفضائيات العربية، لتحل محلها برامج ومنوعات غربية، وذلك بسبب استناد ثقافة معظم العاملين في تلك الفضائيات إلى معايير وقيم غربية، لا تراعي خصوصيات الثقافة الوطنية للشعوب العربية، إضافة إلى غلبة الرغبة في تحقيق الفوائد التجارية دون اعتبار للجانب المعنوي⁽¹⁾.

ولقد أجريت دراسات عديدة حذرت من المخاطر التي قد تتجم عن الوضع الاتصالي الكوني الجديد، و تتمثل، خصوصاً، في تسطيح الحضارة الكونية و القضاء، تدريجياً، على مكونات التنوع

¹ - الفضائيات العربية تكرر الثقافة الغربية وتقوض اللغة العربية.

فيها بطمس الخصوصيات المميزة للثقافات الوطنية، و تزويد معالم الذاتية الحضارية التي يختص بها كل شعب، كما ينطوي على مخاطر دعائية وتسليط ثقافة على أخرى⁽¹⁾.

ولاشك أن التلفزيون، وخاصة الفضائي، يشترك مع عوامل أخرى اقتصادية، أو سياسية، أو اجتماعية، أو دينية، في إحداث تأثيرات داخل البنيات الاجتماعية، و الثقافية، و المعرفية. وفي بعض هذه التأثيرات يكون للتلفزيون نصيب كبير، و في البعض الآخر قد يكون دوره مساعدا هامشيا⁽²⁾.

وسنتناول في الفصل التالي التأثيرات المحتملة لمشاهدة برامج الفضائيات العربية على التحصيل الدراسي من جهة، وعلى التعرض إلى الوسائل الإعلامية و الثقافية الأخرى، و بخاصة التأثير على عادة قراءة الصحف ومطالعة الكتب من جهة أخرى.

إن تعرضنا إلى الموضوع يأتي في إطار مبدأ التكامل أو التناظر بين الوسائط الإعلامية الذي يحدث نتيجة ظهور وسيلة جديدة، في مقابل وسيلة قديمة؛ ذلك أن اختراع وسيلة معينة من وسائل الاتصال و تداولها لا يقضي بالضرورة على الوسائل السابقة، وهي بقدر ما تتناظر قد تتكامل و "تتعاش" على مستويات عديدة كعادات التعرض لها من قبل الجمهور⁽³⁾؛ فإذا كان الاتصال البصري يعتبر أحد أشكال التعبير الأساسية التي شهدها العصر الذي نعيش فيه قد شهد تغيرا كبيرا فيها عن طريق اختراع الصورة المتحركة (في التلفزيون و السينما و الفيديو... الخ)، و على الرغم مما تثيره من جاذبية واستهواء؛ فإن الصورة الثابتة لازالت تحافظ على أهميتها، و يتجلى ذلك في إعلانات الحائط والملصقات، و اللوحات الإعلانية، و المجلات، و القصص المصورة ... الخ⁽⁴⁾. و ما يقال عن الصورة الثابتة يمكن أن يقال عن الكلمة المقروءة في كتاب أو صحيفة.

¹ - المأخذ على القنوات الفضائية

<http://www.mahawer.al-islam.com/display.asp?> (27-9-04)

² - عبد اللطيف ذبيان العوفي، التلفزيون و الطفل، مجلة جامعة الملك سعود، م6، الآداب(2)، 1414 هـ -1994م، ص 591-617.

³ - نصير بوعلي، أثر البث التلفزيوني " الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، مرجع سابق، ص 182.

⁴ - شون ماكبرايد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981، ص186.

أولاً: الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية عموماً

لقد أصبح التلفزيون أحد الأشياء الضرورية التي يجب أن تكون موجودة في البيت أو مكان الإقامة، أو حتى مكان العمل... وصارت أغلب الأسر في أغلب البلدان، إن لم نقل في كلها، لا تستطيع الاستغناء عنه، وأصبح أيضاً أحد المصادر الأساسية في التنشئة الاجتماعية والتأثير في تكوين شخصية الناس بطوعية وقبول من الجميع حتى قال أحد المهتمين بالتلفزيون وتأثيراته على الأولاد: « لا يوجد آباء محنكون ومهتمون بأطفالهم يسمحون لهم باستقاء العلم والتربية والتهديب والسلوك من شخص غريب يمر بهم في البيت ... إلا أن معظم هؤلاء الآباء يسمحون للتلفزيون للقيام بهذا الدور، ويتركون له الحبل على الغارب في تثقيف أبنائهم وبناتهم وتعليمهم السلوك والثقافة⁽¹⁾».

ويرجع ارتباط الناس بالتعرض لبرامج التلفزيون منذ ظهوره وحتى وصوله إلى الصورة الحالية بخصائصها التقنية والتأثيرية الفعالة (البث الرقمي المباشر مثلاً) إلى كون التلفزيون يجسد المعلومات والأفكار في صورة حية تعطي إحساساً بالألفة وتزيد من المشاركة التي أصبح التلفزيون يتيحها لمشاهديه وتزيد من واقعية وقوة تأثيره، الأمر الذي دفع روبرت كيندي أن يفضل أن يظهر في عرض تلفزيوني لمدة ثوان معدودة على أن تكتب عنه كافة الصحف⁽²⁾.

وإذا كان التلفزيون كذلك فإن التساؤل يثور حول إمكانية تسخيرها فيما يعود بالفائدة على المشاهد. ومن هنا جاء اهتمامنا في هذه الدراسة لمحاولة الاقتراب من معرفة رأي أفراد العينة في مدى استفادتهم أو عدم استفادتهم من مشاهدة برامج الفضائيات العربية، ودرجة تلك الاستفادة وأسبابها.

¹ <http://www.arabmedmag.com/general/issue-31-03-20-04/general03/htm>

² محمد معوض إبراهيم وآخرون، دراسات إعلامية، مرجع سابق صفحة 222-223.

1- درجة الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية

جدول رقم 63

توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستفادة
من مشاهدة برامج الفضائيات العربية

النسبة المئوية	عدد التكرارات	درجة الاستفادة
9.5%	19	دائما
28.5%	57	غالبا
56%	112	أحيانا
5%	10	نادرا
1%	02	لا أستفيد
100%	200	المجموع

يبين الجدول رقم 63 توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية، وقد جاءت النتائج كالآتي:

- الاستفادة أحيانا في المرتبة الأولى بنسبة 56%، و الاستفادة غالبا في المرتبة الثانية بنسبة 28.5%، و الاستفادة دائما في المرتبة الثالثة بنسبة 9.5%، و الاستفادة نادرا في المرتبة الرابعة بنسبة 5%، و عدم الاستفادة في المرتبة الأخيرة بنسبة 1%.

و تشير هذه النتائج إلى أن الاستفادة من برامج الفضائيات العربية - حسب ما صرح به أفراد العينة - لم ترتق بعد إلى المستوى المطلوب، فنسبة الاستفادة دائما و غالبا تبلغ 38%، أي دون الوسط، بينما تبلغ نسبة عدم الاستفادة أو الاستفادة النادرة 6%، في حين تبلغ النسبة أعلى مستوى لها في الاستفادة أحيانا (من حين لآخر)، و هي تعني الاستفادة المتذبذبة.

ويمكن إيعاز ما سبق إلى كون الفضائيات العربية لم تتخلص بعد من البرامج ذات التأثير السيء، و تتمثل أساسا في بعض البرامج الأجنبية المستوردة، أو المقلدة لهذه الأخيرة. و هي برامج تحدث تأثيرا سلبيا على الجوانب العقيدية و الثقافية، و على الجوانب التعليمية و السلوكية

مثل التثنت بين ما يتعلمه المرء في المؤسسة التربوية (أو الأسرية)، و ما يشاهده من برامج مناقضة لذلك، فضلا عن بعض المحاذير الأخلاقية⁽¹⁾.

أ- درجة الاستفادة من برامج الفضائيات العربية و النوع

جدول رقم 64

توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستفادة من

برامج الفضائيات العربية و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
19	07%	07	12%	12	دائما
57	31%	31	26%	26	غالبا
112	58%	58	54%	54	أحيانا
10	04%	04	06%	06	نادرا
02	00%	00	02%	02	لا أستفيد
200	100%	100	100%	100	المجموع

يبين الجدول رقم 64 أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستفادة من مشاهدة برامج

الفضائيات العربية و متغير النوع، و قد أظهرت البيانات عدة نتائج أهمها:

- أجاب 12% من الذكور أنهم يستفيدون دائما من مشاهدتهم لبرامج الفضائيات العربية، مقابل 7% من الإناث. و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=1.20) و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد عينة الدراسة طبقا لمتغير النوع.

- أجاب 26% من الذكور أنهم يستفيدون غالبا من مشاهدتهم لبرامج الفضائيات العربية، مقابل 31% من الإناث. و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية على مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=0.78) و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد عينة الدراسة طبقا لمتغير النوع.

1- عمار طالبي، العولمة و أثرها على السلوكيات و الأخلاق، مجلة العصر، وزارة الشؤون الدينية و الأوقاف، الجزائر، عدد 5، شعبان 1423هـ، أكتوبر/نوفمبر، 2002، ص36.

- أجاب 54% من الذكور أنهم يستفيدون أحيانا من مشاهدتهم لبرامج الفضائيات العربية، مقابل 58% من الإناث. و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=0.56) و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقا لمتغير النوع.

- أجاب 06% من الذكور أنهم يستفيدون نادرا من مشاهدتهم لبرامج الفضائيات العربية، مقابل 04% من الإناث. و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=0.64) و هي أصغر من القيمة الجدولية (1.98) المنبئة بوجود علاقة فارقة بين أفراد العينة طبقا لمتغير النوع.

- أجاب 2% من الذكور مقابل 00% من الإناث أنهم لا يستفيدون من مشاهدة برامج الفضائيات العربية.

وبتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول تبين أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 4.26 وهي أصغر من القيمة الجدولية التي تبلغ 9.48 تحت أربع درجات حرية ومستوي ثقة 95 % ومنه يتبين لنا أن الفروق غير جوهرية، أي أننا متأكدون بنسبة 95 % من عدم وجود علاقة بين متغير النوع ودرجة الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية، مع احتمال خطأ يقدر ب 5 % .

ب- درجة الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية و التخصص

جدول رقم 65

توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستفادة

من برامج الفضائيات العربية و التخصص

المجموع	العلوم و التكنولوجيا		العلوم الإنسانية		التخصص
	%	ك	%	ك	
19	5.76%	06	13.54%	13	دائما
57	36.53%	38	19.79%	19	غالبا
112	51.92%	54	60.41%	58	أحيانا
10	4.80%	05	5.20%	05	نادرا
02	0.96%	01	1.04%	01	لا أستفيد
200	100%	104	100%	96	المجموع

يوضح الجدول رقم 65 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستفادة من برامج الفضائيات العربية و متغير التخصص العلمي، و قد تبين أن 13.54% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية يستفيدون دائما، مقابل 5.76% من طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا، و أن 19.79% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية يستفيدون غالبا مقابل 36.53% من طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا، و أن 60.41% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية يستفيدون أحيانا مقابل 51.92% من طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا، و أن 5.20% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية يستفيدون نادرا مقابل 4.80%، أما الذين لا يستفيدون فقد بلغت نسبتهم 1.04% لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية مقابل 0.96% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا. وبتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول تبين أن قيمة كا² المحسوبة تساوي 8.71 وهي أصغر بقليل من القيمة الجدولية التي تبلغ 9.48 تحت أربع درجات حرية ومستوي ثقة 95 % ومنه يتبين لنا أن الفروق غير جوهرية .

ج- درجة الاستفادة من برامج الفضائيات العربية و الإقامة

جدول رقم 66

توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستفادة

من برامج الفضائيات العربية و الإقامة

المجموع	الإقامة الجامعية		البيت		الإقامة درجة الاستفادة
	%	ك	%	ك	
19	13.51%	10	7.14%	09	دائما
57	18.89%	14	34.12%	43	غالبا
112	62.16%	46	52.38%	66	أحيانا
10	5.40%	04	4.76%	06	نادرا
02	00%	00	1.58%	02	لا أستفيد
200	100%	74	100%	126	المجموع

يوضح الجدول رقم 66 توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاستفادة من برامج الفضائيات العربية و الإقامة (البيت-الإقامة الجامعية)، فقد صرح 13.51% من المقيمين في الإقامة الجامعية أنهم يستفيدون دائما مقابل 7.14% من المقيمين في البيت، و صرح 34.12% من المقيمين في البيت أنهم يستفيدون غالبا مقابل 18.89% من المقيمين في الإقامة الجامعية، و صرح 62.16% من المقيمين في الإقامة الجامعية أنهم يستفيدون أحيانا مقابل 52.38% من المقيمين في البيت و صرح 5.40% من المقيمين في الإقامة الجامعية أنهم يستفيدون نادرا مقابل 4.76% من المقيمين في البيت، و أخيرا صرح 1.58% من المقيمين في البيت أنهم لا يستفيدون من برامج الفضائيات العربية، و لم يسجل أحد من المقيمين في الإقامة الجامعية أنهم لا يستفيدون.

و بتطبيق إختبار كا² علي بيانات الجدول تبين عدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوي ثقة 95% و تحت أربع درجات حرية حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة (ي=7.74) وهي أقل من القيمة الجدولية (9.48).

2- سبب الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية

جدول رقم 67

توزيع عينة الدراسة حسب سبب الاستفادة

من مشاهدة برامج الفضائيات العربية

الترتيب	عدد التكرارات	سبب الاستفادة
(3)	95	لأنها تزودك بمعلومات جديدة
(1)	113	لأنها تجعلك على اتصال بالأحداث العربية و الإسلامية و الدولية
(2)	108	لأنها تساهم في زيادة الوعي الديني
(4)	34	لأنها وسيلة من وسائل الترفيه و التسلية
(5)	02	لأسباب أخرى، تذكر

يبين الجدول رقم 67 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب سبب الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية، و قد جاءت (لأنها تجعلك على اتصال بالأحداث العربية و الإسلامية و الدولية) في المرتبة الأولى، و (لأنها تساهم في زيادة الوعي الديني) في المرتبة الثانية، و (لأنها

تزودك بمعلومات جديدة) في المرتبة الثالثة، و (لأنها وسيلة من وسائل الترفيه و التسلية) في المرتبة الرابعة، و (لأسباب أخرى) في المرتبة الخامسة. و تشير هذه النتائج إلى الدور الإيجابي الذي تلعبه الفضائيات العربية في إفادة المشاهدين بالأخبار و المعلومات و الثقافة الدينية التي تساهم في زيادة الوعي الديني. و يبدو هذا غريبا، نوعا ما، بالنظر إلى طغيان المادة الترفيهية على برامج القنوات التلفزيونية (و منها الفضائية) ليس في العالم العربي فقط بل في معظم تلفزيونات الأقطار عبر العالم⁽¹⁾. غير أنه يمكن إيعاز هذه النتائج إلى كون مشاهدة عينة الدراسة مشاهدة انتقائية تميل إلى تفضيل البرامج الأكثر جدية و فائدة، و خاصة أن جمهور هذه الدراسة جمهور نوعي مرتبط بظروف الدوام الدراسي، و بوقت الفراغ في تعرضه لبرامج التلفزيون.

أ- سبب الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية و النوع

جدول رقم 68

توزيع عينة الدراسة حسب سبب الاستفادة

من مشاهدة برامج الفضائيات العربية و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	ت	ك	ت	ك	
95	(3)	41	(2)	54	لأنها تزودك بمعلومات جديدة
113	(2)	54	(1)	59	لأنها تجعلك على اتصال بالأحداث العربية و الإسلامية و الدولية
108	(1)	61	(3)	47	لأنها تساهم في زيادة الوعي الديني
34	(4)	23	(4)	11	لأنها وسيلة من وسائل الترفيه و التسلية
03	(5)	01	(5)	02	لأسباب أخرى، تذكر

يوضح الجدول رقم 68 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب سبب الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية و متغير النوع، و قد بينت النتائج اختلافا في ترتيبات الذكور و الإناث

¹ - عبد الله بوجلال، آثار التلفزيون على المشاهدين، مرجع سابق، ص 75-105.

في بيان أسباب الاستفادة من برامج الفضائيات العربية؛ فقد جاءت (لأنها تجعلك على اتصال بالأحداث العربية و الإسلامية و الدولية) في المرتبة الأولى عند الذكور، و في المرتبة الثانية عند الإناث. و جاءت (لأنها تساهم في زيادة الوعي الديني) في المرتبة الأولى عند الإناث و المرتبة الثالثة عند الذكور. و جاءت (لأنها تزودك بمعلومات جديدة) في المرتبة الثانية عند الذكور و المرتبة الثالثة عند الإناث. و جاءت (لأنها وسيلة من وسائل الترفيه و التسلية) في المرتبة الرابعة لدى النوعين و أخيرا جاء في المرتبة الخامسة لدى النوعين ترتيب (لأسباب أخرى).

و بتطبيق اختبار كا² علي بيانات الجدول تبين عدم وجود علاقة فارقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95 % و تحت أربع درجات حرية حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 8.37 وهي أقل من القيمة الجدولية (9.48)، أي أن الاختلاف قد يعود لعامل الصدفة فقط.

ب- سبب الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية و التخصص

جدول رقم 69

توزيع عينة الدراسة حسب سبب الاستفادة

من مشاهدة برامج الفضائيات العربية و التخصص

المجموع	العلوم و التكنولوجيا		العلوم الإنسانية		التخصص سبب الاستفادة
	ت	ك	ت	ك	
95	(3)	55	(3)	40	لأنها تزودك بمعلومات جديدة
113	(1)	65	(2)	48	لأنها تجعلك على اتصال بالأحداث العربية و الإسلامية و الدولية
108	(2)	57	(1)	51	لأنها تساهم في زيادة الوعي الديني
34	(4)	21	(4)	13	لأنها وسيلة من وسائل الترفيه و التسلية
02	(5)	01	(5)	01	لأسباب أخرى، تذكر

يوضح الجدول رقم 69 توزيع عينة الدراسة حسب سبب الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية و متغير التخصص العلمي، و قد بينت النتائج أنه ليس هناك فروق دالة إحصائية بين ترتيب أسباب الاستفادة من برامج الفضائيات العربية لدى الطلبة و الطالبات الذين

يدرسون في تخصصات العلوم الإنسانية، و أولئك الذين يدرسون في تخصصات العلوم و التكنولوجيا؛ حيث جاءت (لأنها تساهم في زيادة الوعي الديني) في المرتبة الأولى لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية و المرتبة الثانية لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا في حين جاءت (لأنها تجعلك على اتصال بالأحداث العربية و الإسلامية و الدولية) في المرتبة الأولى لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا و المرتبة الثانية لدى طلبة و طالبات العلوم الإنسانية. و في ماعدا ذلك فقد تساوت ترتيبات طلبة و طالبات كلا التخصصين.

و بتطبيق إختبار كا² علي بيانات الجدول يتأكد عدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوي ثقة 95 % و تحت أربع درجات حرية حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 1.11 وهي أقل من القيمة الجدولية (9.48).

ثانياً: تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على التحصيل الدراسي

تحكم أوقات الطالب ظروف الدراسة من المحافظة على الوقت إلى مراجعة الدروس ،والقيام بالواجبات و الأبحاث و القراءات الضرورية . وقد يواجه الطالب في مقابل ذلك صعوبة في التوفيق بين الالتزام بتلك الواجبات ، و بين التفتح على مصادر الإعلام و التثقيف و الترفيه الأخرى ،و على رأسها مشاهدة برامج التلفزيون ، و قد تضاربت نتائج الدراسات المختلفة حول التأثير الإيجابي أو السلبي لتلك المشاهدة على التحصيل الدراسي لدى الطالب ؛فقد أشارت دراسة لصالح بن مبارك الدباسي ، مثلا ، إلى أن مشاهدة الفضائيات العربية يسهم في عملية التعليم لدى الشباب ، وفي تبادل الثقافات ، و تنمية الاتصال اللغوي⁽¹⁾ .

وفي الجانب المقابل ، أثبتت بعض الدراسات أن المهارات الكتابية و القرائية أصبحت سيئة لدى كثير من التلاميذ ، كما أن قدرتهم على التحدث بطرق منظمة و سلسلة أصبحت مفقودة ، وتشير تلك الدراسات إلى أن للتلفزيون أدوار رئيسية في هذا الانحطاط الكتابي و المنطقي ، و أصبح المدرسون يشكون من عدم قدرة الطلبة و التلاميذ على التركيز لفترات طويلة ، و من قصر المدة الإصغانية عندهم ، وانطفاء "turn off" أفكارهم بعد عشر دقائق من المحاضرة أو

¹ - صالح بن مبارك الدباسي ، البث الفضائي و آثاره التربوية.

[http://www.mohe.gov.sa/news35/asp.html\(17/08/2004\)](http://www.mohe.gov.sa/news35/asp.html(17/08/2004))

الدرس؛ حيث يحتاجون للراحة و التوقف عن التركيز، وقد يمتد التأثير حتى إلى النشاط التخيلي، ولكن هذا التأثير لا يعرف إن كان مؤقتا أو لمدة أطول⁽¹⁾.

ومهما يكن من أمر، فإن تعرضنا لهذا الموضوع يهدف إلى التعرف على تأثير مشاهدة الفضائيات العربية من قبل أفراد عينة الدراسة على التحصيل الدراسي لديهم، ومراجعتهم للدروس، وطبيعة ذلك التأثير بالزيادة أو بالنقصان.

1- مراجعة الدروس يوميا

جدول رقم 70

توزيع عينة الدراسة حسب مراجعة الدروس يوميا

النسبة المئوية	عدد التكرارات	المراجعة اليومية
27.5%	55	نعم
72.5%	145	لا
100%	200	المجموع

يبين الجدول رقم 70 توزيع عينة الدراسة حسب المراجعة اليومية للدروس، و قد أوضحت

النتائج أن غالبية الطلبة و الطالبات لا يراجعون دروسهم يوميا بنسبة 72.5%، مقابل 27.5% صرحوا أنهم يراجعون يوميا. و لقد طرحنا هذا السؤال على أفراد العينة قصد التعرف على تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على متابعة الدراسة و الاهتمام بالمراجعة. إن النسبة المرتفعة للذين صرحوا بأنهم لا يراجعون دراستهم يوميا تجعلنا نطرح التساؤل عن أسباب عدم المراجعة و هل لمتابعة برامج التلفزيون (و خاصة الفضائيات العربية) علاقة بذلك؟ و هو ما نحاول معرفته في ما يلي (الفقرات 2،3،4).

1- عبد اللطيف ذبيان العوفي، التلفزيون و الطفل، مرجع سابق، ص 591-617

2- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس

جدول رقم 71

توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة

برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس

تأثير المشاهدة على مراجعة الدروس	عدد التكرارات	النسبة المئوية
أثرت	49	24.5%
لم تؤثر	119	59.5%
لا أدري	32	16%
المجموع	200	100%

يوضح الجدول رقم 71 توزيع عينة الدراسة حسب مدى تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس، و قد صرح 59.5% من أفراد العينة أن مشاهدتهم للفضائيات العربية لم تؤثر على مراجعة الدروس، و صرح 24.5% أنها أثرت، في حين صرح 16% بـ (لا أدري).

و تبين هذه النتائج، و في حدود هذه الدراسة، أن غالبية المشاهدين (الطلبة و الطالبات) لا يتأثرون بتعرضهم لبرامج الفضائيات العربية في ما يتعلق بمراجعة الدروس يوميا. و مع هذا، فقد صرح ربع العينة تقريبا أنهم يتأثرون، و يمكن إيعاز ذلك التأثير إلى ظاهرة الإدمان على المشاهدة و ما يترتب عنها من ضعف الأداء المدرسي، فقد بينت الدراسات التربوية أن هناك علاقة ارتباطية بين كثرة مشاهدة التلفزيون و ضعف الأداء المدرسي، و خاصة لدى الأطفال⁽¹⁾.

¹ - عبد الرحمن عزي، الثقافة و حتمية الاتصال: نظرة قيمية، مجلة المستقبل العربي، عدد 295، سبتمبر 2003، ص 15-34.

أ- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس و النوع

جدول رقم 72

توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة

برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس والنوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
49	%30	30	%19	19	تأثير المشاهدة على مراجعة الدروس أثرت
119	%58	58	%61	61	لم تؤثر
32	%12	12	%20	20	لا أدري
200	%100	100	%100	100	المجموع

يوضح الجدول رقم 72 أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج الفضائيات

العربية و علاقته بمتغير النوع (ذكور-إناث)، و قد جاءت النتائج كالاتي:

- أجاب 19% من الذكور أنها أثرت، مقابل 30% من الإناث، و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=1.80)، و هي أصغر من قيمة (ي) الجدولية (1.98)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين.

- أجاب 61% من الذكور أنها لم تؤثر، مقابل 58% لدى الإناث و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=0.43)، و هي أصغر من قيمة (ي) الجدولية (1.98)، المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين.

- أجاب 20% من الذكور ب (لا أدري)، مقابل 12% لدى الإناث. و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية حيث بلغت (ي) المحسوبة 1.54 عند مستوى ثقة 95%.

و بتطبيق إختبار كا² على بيانات الجدول تبين عدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95% و تحت درجتين حرية حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 4.52 و هي أقل من القيمة الجدولية (5.99).

ب- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس و التخصص

جدول رقم 73

توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس و التخصص

المجموع	العلوم و التكنولوجيا		العلوم الإنسانية		التخصص	تأثير المشاهدة على مراجعة الدروس
	%	ك	%	ك		
49	%24.03	25	%25	24		أثرت
119	%59.61	62	%59.37	57		لم تؤثر
32	%16.34	17	%15.62	15		لا أدري
200	%100	104	%100	96		المجموع

يوضح الجدول رقم 73 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب تأثير برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس و التخصص العلمي (علوم إنسانية-علوم و تكنولوجيا)، و قد جاءت النتائج متقاربة؛ حيث أجاب 25% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية أنها أثرت، مقابل 24.03% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا. و أجاب 59.37% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية أنها لم تؤثر، مقابل 59.61% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا. و أجاب 15.62% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية بأنهم لا يدرون، مقابل 16.34% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

و بتطبيق إختبار كا² علي بيانات الجدول تبين عدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوي ثقة 95% و تحت درجتين حرية؛ حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 0.03 وهي أصغر من القيمة الجدولية (5.99). أي أننا متأكدون من عدم وجود علاقة بين متغيرا لتخصص وتأثير برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس، وذلك بنسبة 95% مع احتمال خطأ يقدر ب 5% .

ج- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس و الإقامة

جدول رقم 74

توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج
الفضائيات العربية على مراجعة الدروس و الإقامة

المجموع	الإقامة الجامعية		البيت		الإقامة تأثير المشاهدة على مراجعة الدروس
	%	ك	%	ك	
49	%12.16	09	%30.15	38	أثرت
119	%68.91	51	%52.38	66	لم تؤثر
32	%18.91	14	%17.46	22	لا أدري
200	%100	74	%100	126	المجموع

يوضح الجدول رقم 74 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج

الفضائيات العربية على مراجعة الدروس و متغير الإقامة و قد جاءت النتائج كالآتي:

- أجاب بأنها أثرت 30.15% من المقيمين في البيت، مقابل 12.16% من المقيمين في الإقامة الجامعية.

- أجاب بأنها لم تؤثر 52.38% من المقيمين في البيت، مقابل 68.91% من المقيمين في الإقامة الجامعية.

- أجاب ب (لا أدري) 17.46% من المقيمين في البيت، مقابل 18.91% من المقيمين في إقامة الجامعية.

و بتطبيق إختبار كا² علي بيانات الجدول تبين وجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوي ثقة 95% و تحت درجتين حرية حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 8.85 وهي أكبر من القيمة الجدولية (5.99) أي أن هناك علاقة بين متغير الإقامة و تأثير المشاهدة على المراجعة.

3- طبيعة تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس

جدول رقم 75

توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة تأثير مشاهدة
برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس

النسبة المئوية	عدد التكرارات	طبيعة التأثير
18.36%	09	بالزيادة
81.63%	40	بالنقصان
00%	00	بالثبات
100%	49	المجموع

يبين الجدول رقم 75 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية في مراجعة الدروس، و يتعلق الأمر بـ 24.5% من أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا أن مشاهدتهم تؤثر على مراجعتهم للدروس (*).
و قد أوضحت النتائج أن التأثير بالنقصان يأتي في المرتبة الأولى و بنسبة مئوية عالية بلغت 81.63%، و يتفق هذا مع العديد من الدراسات التي تذهب إلى أن مشاهدة التلفزيون يؤثر على التحصيل الدراسي. فالتلفزيون يؤثر على الأطفال مثلا تأثيرا مباشرا من حيث اضطرابهم إلى النوم المتأخر مما يجعلهم يتوجهون إلى مدارسهم متعبين، كما أن قضاءهم وقتا كبيرا أمام التلفزيون يؤثر على أدائهم الواجبات المنزلية كما ينبغي، و لا يتوفر لديهم الوقت الكافي للقراءة و الإطلاع⁽¹⁾.

*- انظر الجدول رقم 71.

¹ - علي جريشة، نحو إعلام إسلامي: إعلامنا إلى أين، دار الإرشاد للنشر و التوزيع، الجزائر، 1990، ص 167.

أ- طبيعة تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس و النوع

جدول رقم 76

توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة تأثير مشاهدة

برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
09	%16.66	05	%21.05	4	بالزيادة
40	%83.33	25	%78.94	15	بالنقصان
/	/	/	/	/	بالثبات
49	%100	30	%100	19	المجموع

يوضح الجدول رقم 76 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة تأثير مشاهدة برامج

الفضائيات العربية على مراجعة الدروس و النوع و قد جاءت النتائج كالآتي:

- أجاب %21.05 من الذكور بأن التأثير كان بالزيادة، مقابل %16.66 لدى الإناث. و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=0.34) و هي أصغر من قيمة (ي) الجدولية (1.98).

- أجاب %78.94 من الذكور بأن التأثير كان بالنقصان، مقابل %83.33 لدى الإناث. و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=1.76) و هي أصغر من قيمة (ي) الجدولية (1.98).

و بتطبيق إختبار كا² علي بيانات الجدول تبين عدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوي ثقة 95% و تحت درجتين حرية؛ حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 0.16 و هي أصغر من القيمة الجدولية (5.99).

4- سبب عدم مراجعة الدروس يوميا

جدول رقم 77

توزيع عينة الدراسة حسب سبب عدم مراجعة الدروس يوميا

النسبة المئوية	عدد التكرارات	سبب عدم المراجعة
17.24%	25	الاكتفاء بمشاهدة الفضائيات العربية
66.20%	96	لأسباب أخرى
16.55%	24	بدون إجابة
100%	145	المجموع

يوضح الجدول رقم 77 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب سبب عدم مراجعة الدروس يوميا. و قد بينت النتائج أن سبب عدم المراجعة يوميا يرجع إلى الاكتفاء بمشاهدة الفضائيات العربية بنسبة 17.24%، بينما بلغت نسبة الأسباب الأخرى 66.30%، أما (بدون إجابة) فقد بلغت نسبتها 16.55%. و تشير هذه النتائج إلى أن مشاهدة الفضائيات العربية لا تحول دون مراجعة الطلبة و الطالبات لدروسهم يوميا إلا بنسبة قليلة، مقارنة بالأسباب الأخرى.

ثالثا: تأثير مشاهدة الفضائيات العربية على التعرض لمصادر الإعلام والثقافة الأخرى

مع الانتشار الواسع للثب التلفزيوني الفضائي المباشر ، يطرح التساؤل عن موقع التعرض الإعلامي للوسائل الإعلامية الأخرى ومكانتها ، وهل هو في تزايد أم في تناقص ، خصوصا في ظل حضارة الصورة و ما يتمتع به التلفزيون باعتباره أقوى وسيلة إعلامية ظهرت في القرن العشرين ، حتى أصبح يسيطر على حياة الفرد في غالبية دول العالم ، لماله من عمق تأثير في نفسية مشاهديه ، ولما يختص به من مميزات دون غيره من الوسائل الأخرى (1).

1- محمد معوض إبراهيم وآخرون، دراسات إعلامية ، مرجع سابق ، ص 222 - 223

ولقد أدى ظهور التلفزيون إلى تقلص حجم قراءة الجرائد و الكتب ، كما يرى الباحث " ويلبور شرام " الذي يؤكد أن متوسط الوقت الذي يقضيه المشاهد لمتابعة التلفزيون يفتتح ، عادة ، من الزمن المخصص لكل وسائل التثقيف الأخرى ومنها القراءة (1).

وسنتطرق فيما يأتي إلى مدى تأثير مشاهدة الفضائيات العربية على عادة قراءة الصحف و قراءة الكتب لدى أفراد عينة الدراسة من طلبة وطالبات جامعة سكيكدة .

1- التعود على قراءة الصحف و الكتب

جدول رقم 78

توزيع عينة الدراسة حسب التعود على قراءة الصحف و الكتب

التعود على القراءة	عدد التكرارات	النسبة المئوية
نعم	146	73%
لا	54	27%
المجموع	200	100%

يوضح الجدول رقم 78 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب التعود أو عدم التعود على قراءة الصحف و الكتب؛ حيث أظهرت النتائج أن غالبية أفراد العينة متعودون على تلك القراءة، و ذلك بنسبة مئوية تبلغ 73%، فيما تبلغ نسبة غير المتعودين 27%. و تعني هذه النتائج أن عادة القراءة و المطالعة لم تتأثر كثيرا بعادات التعرض إلى القنوات الفضائية، و منها العربية. و حتى الذين أجابوا ب (لا) يمكن إيعاز ذلك إلى عوامل أخرى غير المشاهدة.

2- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب

جدول رقم 79

توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج

الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب

تأثير المشاهدة	عدد التكرارات	النسبة المئوية
أثرت	58	29%
لم تؤثر	103	51.5%

1- نصير بو علي، أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، مرجع سابق، ص 184

لا أدري	39	19.5%
المجموع	200	100%

يوضح الجدول رقم 79 توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة الفضائيات العربية على عادة قراءة الصحف و الكتب، و قد جاءت النتائج كالآتي:

- عدم التأثير في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ 51.5%.
- التأثير في المرتبة الثانية بنسبة مئوية تبلغ 29%.
- عدم التبين (لا أدري) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية تبلغ 19.5%.

و تشير هذه النتائج إلى أن أفراد عينة الدراسة لازالوا يوزعون أوقات فراغهم بين مختلف الوسائل الإعلامية (في حالتنا هذه، بين الفضائيات العربية و قراءة الصحف و الكتب). و قد يفسر ذلك بكون المشاهد في الجزائر يكون قد تجاوز مرحلة الانبهار بالبحث التلفزيوني الفضائي المباشر، و وصل إلى مرحلة الاستقرار الذي تحكمه وضعية التعايش مع مختلف الوسائل.

أ- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب و النوع

جدول رقم 80

توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج

الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب، والنوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
58	31%	31	27%	27	أثرت
103	46%	46	57%	57	لم تؤثر
39	23%	23	16%	16	لا أدري
200	100%	100	100%	100	المجموع

توضح نتائج الجدول رقم 80 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب و علاقته بمتغير النوع (ذكور-إناث)، و قد جاءت النتائج كالآتي:

- أجاب 27% من الذكور أنها أثرت، مقابل 31% لدى الإناث و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=0.66) و هي أقل من قيمة (ي) الجدولية (1.98).

- أجاب 57% من الذكور أنها لم تؤثر، مقابل 46% لدى الإناث و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=1.57) و هي أقل من قيمة (ي) الجدولية (1.98).

- أجاب 16% من الذكور بـ (لا أدري) مقابل 23% لدى الإناث.

و بتطبيق إختبار كا² علي بيانات الجدول تبين عدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوي ثقة 95% و تحت درجتين حرية؛ حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 2.66 و هي أصغر من القيمة الجدولية (5.99).

ب- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب، والتخصص

جدول رقم 81

توزيع عينة الدراسة حسب تأثير المشاهدة
على قراءة الصحف و الكتب، والتخصص

المجموع	العلوم و التكنولوجيا		العلوم الإنسانية		التخصص
	%	ك	%	ك	
58	29.80%	31	28.12%	27	أثرت
103	50.96%	53	52.08%	50	لم تؤثر
39	19.23%	20	19.79%	19	لا أدري
200	100%	104	100%	96	المجموع

يوضح الجدول رقم 81 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب تأثير مشاهدة برامج

الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب و علاقته بمتغير التخصص العلمي، و قد جاءت النتائج كالآتي:

- أجاب 28.12% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية بأنها أثرت، مقابل 29.80% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

- أجاب 52.08% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية بأنها لم تؤثر، مقابل 50.96% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.
 - أجاب 19.79% من طلبة و طالبات العلوم الإنسانية بـ (لا أدري)، مقابل 19.23% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.
 و بتطبيق اختبار كا² على بيانات الجدول تبين عدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة 95% و تحت درجتين حرية حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 0.06 وهي أصغر بكثير من القيمة الجدولية (5.99).

3- طبيعة تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب

جدول رقم 82

توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة تأثير مشاهدة

برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب

النسبة المئوية	عدد التكرارات	طبيعة التأثير
34.48%	20	بالزيادة
65.51%	38	بالنقصان
/	/	بالثبات
100%	58	المجموع

يوضح الجدول رقم 82 توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب؛ حيث أجاب 65.51% أن التأثير كان بالنقصان مقابل 34.48% أن التأثير كان بالزيادة، و يمكن إيعاز تأثير المشاهدة بالنقصان في قراءة الصحف و الكتب إلى عامل وقت الفراغ من جهة، و إشباع الحاجة إلى الإعلام بواسطة المشاهدة التلفزيونية من ناحية أخرى. أما التأثير بالزيادة فيمكن إرجاعه إلى قراءة المواضيع المتعلقة بالتلفزيون في الصحافة المكتوبة، على الخصوص، و يتعلق الأمر، ربما، بصفحات برامج التلفزيون، أو بما تثيره المشاهدة من مواضيع و اهتمامات .

أ- طبيعة تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب و النوع

جدول رقم 83

توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة تأثير مشاهدة

برامج الفضائيات العربية و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	ك	%	ك	
20	%22.58	07	%48.14	13	بالزيادة
38	%77.41	24	%51.85	14	بالنقصان
/	/	/	/	/	بالتبات
58	%100	31	%100	27	المجموع

يوضح الجدول رقم 83 توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة تأثير مشاهدة برامج الفضائيات

العربية⁽¹⁾ و متغير النوع (ذكور-إناث)، و قد جاءت النتائج كالآتي:

- أجاب 48.14% من الذكور بأن التأثير كان بالزيادة، مقابل 22.58% لدى الإناث، و الفارق بين النسبتين غير معنوي عند مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=1.41) و هي أصغر من قيمة (ي) الجدولية (1.98).

- أجاب 51.85% من الذكور بأن التأثير كان بالنقصان، مقابل 77.41% لدى الإناث. و الفارق بين النسبتين غير معنوي عند مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=1.80) و هي أصغر من قيمة (ي) الجدولية (1.98).

و بتطبيق إختبار كا² علي بيانات الجدول تبين أن الفروق بين الذكور و الإناث غير معنوية، عند مستوي ثقة 95% و تحت درجتين حرية حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 4.15 و هي أصغر بقليل من القيمة الجدولية (5.99).

*- يتعلق الأمر، هنا، بالمفردات التي أجابت في الجدول رقم 72 بأن مشاهدة برامج الفضائيات أثرت في عادة قراءة الصحف و الكتب لديهم و تشكل نسبتهم 29% من عينة الدراسة.

ب- طبيعة تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب، و التخصص

جدول رقم 84

توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة تأثير مشاهدة
برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب، و التخصص

المجموع	العلوم و التكنولوجيا		العلوم الإنسانية		التخصص
	%	ك	%	ك	
20	32.25%	10	37.03%	10	بالزيادة
38	67.74%	21	62.96%	17	بالنقصان
/	/	/	/	/	بالثبات
58	100%	31	100%	27	المجموع

يوضح الجدول رقم 84 توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب و علاقتها بمتغير التخصص العلمي و جاءت النتائج كالاتي:

- أجاب 37.03% من طلبة وطالبات العلوم الإنسانية بأن التأثير كان بالزيادة، مقابل 32.25% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

- أجاب 62.96% من طلبة وطالبات العلوم الإنسانية بأن التأثير كان بالنقصان، مقابل 67.74% لدى طلبة و طالبات العلوم و التكنولوجيا.

و بتطبيق اختبار كا² علي بيانات الجدول تبين عدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوي ثقة 95% و تحت درجتين حرية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 0.13 وهي أصغر بكثير من القيمة الجدولية (5.99). و مما سبق يمكن أن نستنتج أنه ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة و الطالبات المنتمين إلى تخصصات العلوم الإنسانية و تخصصات العلوم و التكنولوجيا، بمعنى أن مشاهدة برامج القنوات العربية عند طلبة و طالبات كلا التخصصين له تأثير بالنقصان على التعرض للوسائل الإعلامية الأخرى و المتمثلة، هنا، في قراءة الصحف و مطالعة الكتب؛ وهذا يخص فقط الذين أجابوا بتأثير المشاهدة على التعرض للوسائل الأخرى.

4 سبب عدم قراءة الصحف و الكتب

جدول رقم 85

توزيع عينة الدراسة حسب سبب عدم قراءة الصحف و الكتب

النسبة المئوية	عدد التكرارات	سبب عدم القراءة
55.55%	30	الاكتفاء بمشاهدة الفضائيات العربية
44.44%	24	عوامل أخرى، تذكر
100%	54	المجموع

يوضح الجدول رقم 85 - أعلاه - توزيع عينة الدراسة حسب سبب عدم قراءة الصحف و الكتب(*) و قد جاء (الاكتفاء بمشاهدة الفضائيات العربية) في المرتبة الأولى بنسبة 55.55% و جاءت (عوامل أخرى) في المرتبة الثانية بنسبة 44.44%، و تشير هذه النتائج إلى أن أفراد العينة الذين لا يتعرضون إلى الوسائل الإعلامية المكتوبة (الصحف- الكتب)، يرجعون ذلك إلى عوامل مختلفة، وبدرجة أكبر الاعتماد على مشاهدة البرامج التلفزيونية الفضائية العربية التي تغنيهم عن قراءة الصحف و الكتب.

أ: سبب عدم قراءة الصحف و الكتب، و النوع

جدول رقم 86

توزيع عينة الدراسة حسب سبب عدم قراءة الكتب و الصحف، و النوع

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	ك	%	ك	%	
30	18	52.94%	12	60%	الاكتفاء بمشاهدة الفضائيات العربية
24	16	47.05%	08	40%	عوامل أخرى...
54	34	100%	20	100%	المجموع

يوضح الجدول رقم 86 توزيع عينة الدراسة حسب سبب عدم قراءة الصحف و الكتب و علاقته بالنوع و قد جاءت النتائج كالاتي:

*- يتعلق الأمر، هنا، بالمفردات التي أجابت في الجدول رقم 78 بعدم قراءة الصحف و الكتب.

- أجاب 60% من الذكور أن سبب عدم قراءتهم للصحف و الكتب يرجع إلى اكتفائهم بمشاهدة برامج الفضائيات العربية، مقابل 52.94% لدى الإناث، و الفارق بين النسبتين ليس ذا دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95%؛ إذ بلغت قيمة (ي) المحسوبة (ي=1.18)، و هي أصغر من قيمة (ي) الجدولية (1.98).

- أجاب 40% من الذكور أن سبب عدم قراءتهم للصحف و الكتب يعود إلى عوامل أخرى، مقابل 47.05% لدى الإناث.

و بتطبيق اختبار كا² علي بيانات الجدول تبين عدم وجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوي ثقة 95% و تحت درجة واحدة حرية، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة 0.24 وهي أصغر من القيمة الجدولية (3.83). أي أننا متأكدون بنسبة 95% من عدم وجود علاقة بين سبب عدم قراءة الصحف و الكتب و متغير النوع، مع احتمال خطأ بنسبة 5%

خلاصة الدراسة الميدانية

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

خلاصة الدراسة الميدانية

و في نهاية هذه الدراسة سنتناول في عرض مجمل أهم النتائج التي وصلنا إليها في البحث الميداني، الذي حاولنا أن نعرف من خلاله عادات و أنماط مشاهدة طلبة و طالبات جامعة سكيكدة لبرامج الفضائيات العربية، و تأثير تلك المشاهدة على التحصيل الدراسي و التعرض إلى بعض الوسائل الإعلامية الأخرى (قراءة الصحف و مطالعة الكتب)، و يمكن إجمال أهم النتائج المتوصل إليها في النقاط الآتية:

أولاً: عادات المشاهدة

1- اتضح من الدراسة أن غالبية أفراد العينة يشاهدون برامج الفضائيات العربية؛ حيث يشاهدها 47.5% غالباً، و 43% أحياناً، أما المشاهدة النادرة فلم تتجاوز نسبة 9.5%. و قد تبين أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين الذكور و الإناث فيما يتعلق بدرجة مشاهدة برامج الفضائيات العربية؛ حيث يشاهد غالباً من الذكور 37% مقابل 58% من الإناث، و يشاهد أحياناً 51% من الإناث مقابل 35% من الذكور، في حين يشاهد نادراً 12% من الذكور مقابل 7% من الإناث.

2- اتضح من الدراسة أن مشاهدة برامج الفضائيات العربية مازالت تميل إلى عدم الاستقرار؛ حيث صرح 56.5% من أفراد العينة أنهم يشاهدون حسب الظروف، في حين صرح 30.5% أنهم يشاهدون يومياً (كل أيام الأسبوع)، مقابل 8.5% لمن يشاهدون ثلاثة أيام، و 3.5% لمن يشاهدون يومين في الأسبوع، و 1% لمن يشاهدون يوماً واحداً في الأسبوع. و نسجل، هنا ربما، تأثير ظروف الطلبة و الطالبات حيث ترتبط المشاهدة لديهم بأوقات الدراسة و الفراغ.

3- و بخصوص الأيام المفضلة للمشاهدة جاء يوم الخميس في المرتبة الأولى، ثم جاء يوم الجمعة في المرتبة الثانية. و هذا شيء طبيعي إذ يوافق يوماً الخميس و الجمعة عطلة نهاية الأسبوع حيث يخلد الطلبة و الطالبات، عادة، للراحة مما يسمح لهم بمتابعة برامج التلفزيون. و يأتي يوم الأربعاء في المرتبة الثالثة و يوم الإثنين في المرتبة الرابعة، ثم تنخفض المشاهدة في أيام الثلاثاء و السبت و الأحد. و قد اتضح أنه لا توجد علاقة بين أيام مشاهدة برامج الفضائيات العربية و متغير النوع (ذكور-إناث) فليس هناك فروقا معتبرة بين ترتيباتهما.

- 4- يفضل أفراد العينة المشاهدة في الفترة المسائية، ثم تأتي الفترة الليلية (ما قبل منتصف الليل)، ثم تأتي الفترة الصباحية، و أخيرا فترة ما بعد منتصف الليل. و تبدو النتائج منطقية بالنظر إلى كون أفراد العينة يكونون قد أنهوا دوامهم الدراسي في المساء و الليل مما يسمح لهم بمتابعة برامج الفضائيات العربية، بينما نجد المشاهدة بعد منتصف الليل تكاد تكون منعدمة. و يبدو أنه توجد علاقة بين فترة المشاهدة المفضلة و النوع (ذكور-إناث)؛ حيث يميل الذكور إلى المشاهدة أكثر في الفترة الليلية، بينما يميل الإناث إلى المشاهدة أكثر في الفترة المسائية.
- 5- أوضحت الدراسة فيما يتعلق بحجم المشاهدة في اليوم أن المشاهدة القلقة و غير المستقرة (التي تخضع للظروف) هي السائدة بنسبة 43% في حين تبلغ النسبة 18.5% لمن يقضون ساعتين يوميا في المشاهدة و نسبة 16.5% لمن يقضون ثلاث ساعات يوميا، و نسبة 8.5% لمن يشاهدون بمتوسط أربع ساعات أو أكثر، ثم 8% لساعة واحدة، و 0.5% لأقل من ساعة واحدة. و يبلغ المتوسط الحسابي (Moyenne Arithmétique) لحجم المشاهدة في اليوم 2.66 ساعة يوميا حسب ثقة 51.50% من أفراد العينة.
- 6- جاءت قناة الجزيرة في المرتبة الأولى في تفضيلات أفراد العينة، ثم تأتي قناة اقرأ في المرتبة الثانية، ثم قناة العربية في المرتبة الثالثة، ثم قناة أم بي سي (mbc) في المرتبة الرابعة، و القناة اللبنانية (LBC) في المرتبة الخامسة، و قناة أبو ظبي في المرتبة السادسة، و الفضائية المصرية (ESC) في المرتبة السابعة، و قناة المنار في المرتبة الثامنة مع قناة روتانا، و الجزيرة الرياضية في المرتبة العاشرة، ثم تأتي القنوات الأخرى. و الملاحظ أن أفراد العينة يميلون إلى تفضيل الفضائيات العربية ذات الطابع الإخباري (الجزيرة، العربية...)، و ذات الطابع الديني (الإسلامي) كقناة اقرأ و المنار... إلخ، بالإضافة إلى القنوات التي تقدم المنوعات و الترفيه عموما كقناة (LBC) و روتانا، و بدرجة أقل أم بي سي (mbc) و أبو ظبي...
- 7- اتضح أن الأسرة الجزائرية - و في حدود هذه الدراسة - لازالت تقليدية نسبيا، حيث لازال المشاهد في الجزائر يفضل المشاهدة الجماعية مع الأسرة؛ فقد جاءت المشاهدة مع الأسرة في المرتبة الأولى بنسبة 59%، و في مقابل ذلك فإن المشاهدة المنفردة بدأت في البروز، حيث بلغت نسبتها 33%، أما المشاهدة مع الأصدقاء فتبلغ 8% فقط. و تبدو هناك علاقة بين ظروف المشاهدة و متغير النوع (ذكور-إناث)؛ حيث تبلغ المشاهدة المنفردة لدى الذكور نسبة 47%، و تنخفض إلى 19% لدى الإناث، و في المقابل ترتفع المشاهدة مع الأسرة إلى 80% لدى الإناث

و تنخفض إلى 38% لدى الذكور. كما تبلغ مشاهدة مع الأصدقاء 15% لدى الذكور، و لا تتجاوز 1% لدى الإناث. و تبدو هناك علاقة بين عدد الأجهزة التلفزيونية المملوكة و ظروف المشاهدة (علاقة طردية في المشاهدة المنفردة، و علاقة عكسية في المشاهدة مع الأسرة، و علاقة عكسية أيضا في المشاهدة مع الأصدقاء).

ثانيا: أنماط المشاهدة

1- اتضح أن تفضيلات العينة تتجه إلى البرامج الدينية في المرتبة الأولى، و البرامج الإخبارية في المرتبة الثانية، و الأفلام في المرتبة الثالثة، و البرامج العلمية في المرتبة الرابعة، و البرامج الرياضية في المرتبة الخامسة، و المنوعات الغنائية في المرتبة السادسة، و البرامج الثقافية في المرتبة السابعة، و برامج التسلية و الترفيه في المرتبة الثامنة، و البرامج الصحية في المرتبة التاسعة، و المسلسلات في المرتبة العاشرة، ثم تأتي برامج أخرى، آخرها برامج الطقس و الأحوال الجوية. و يبدو أن هناك علاقة بين البرامج المفضلة في الفضائيات العربية و متغير النوع (ذكور-إناث)؛ حيث جاء ترتيب تفضيلات الذكور مختلفا، نوعا ما، عن ترتيب تفضيلات الإناث؛ فبالنسبة للذكور جاءت البرامج الإخبارية في المرتبة الأولى، و البرامج الدينية في المرتبة الثانية، و البرامج الرياضية في المرتبة الثالثة... في حين جاءت البرامج الدينية في المرتبة الأولى لدى الإناث، ثم برامج المنوعات الغنائية في المرتبة الثانية، و المسلسلات في المرتبة الثالثة.

2- اتضح أن درجة مشاهدة البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية لدى أفراد عينة الدراسة أكثر من غيرها؛ فنسبة المشاهدة الغالبة لها بلغت 47%، و المشاهدة أحيانا بلغت 42%، و لم تتجاوز نسبة عدم المشاهدة و المشاهدة النادرة معا 11%. و يبدو أن الذكور أميل إلى المشاهدة غالبا (66%) من الإناث (28%)، في حين الإناث أميل إلى المشاهدة أحيانا (54%) من الذكور (30%).

3- اتضح أن أفراد عينة الدراسة يقبلون على مشاهدة البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية بغرض التعرف على الأخبار العالمية في المرتبة الأولى، و للتعرف على أخبار العالمين العربي و الإسلامي في المرتبة الثانية، و للتعرف على أخبار الجزائر في المرتبة الثالثة، و للتزود بالمعلومات في المرتبة الرابعة.

4- و عن مدى نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي-الإسرائيلي (القضية المحورية للعرب و المسلمين)، اتضح أن 62.5% من أفراد العينة أجابوا بالإيجاب في مقابل 36% أجابوا بالسلب، في حين لم يتبين لديهم الأمر ما نسبتهم 1.5%. و ترجع أسباب النجاح إلى كونها كشفت الجرائم الإسرائيلية في المرتبة الأولى، و لأنها أظهرت عدالة القضية الفلسطينية في المرتبة الثانية، و لأنها تعتمد على مصادرها الخاصة في المرتبة الثالثة، و لأنها موضوعية و غير متحيزة في المرتبة الرابعة.

5- اتضح أن أفراد العينة يقبلون على مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية بشكل غير مستقر (من حين لآخر)؛ حيث أجاب 63% أنهم يشاهدونها أحيانا، مقابل المشاهدة غالبا بنسبة 16.5%، و المشاهدة النادرة بنسبة 15%، و عدم المشاهدة بنسبة 5.5%. و يبدو عدم وجود علاقة بين درجة مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية و متغير النوع (ذكور-إناث) حيث جاء ترتيب الذكور موافقا لترتيب الإناث (و هو نفسه الترتيب العام). كما تبين أن مشاهدة البرامج التثقيفية و العلمية في الفضائيات العربية لا تزيد إلا قليلا في معلومات و ثقافة أفراد العينة؛ حيث أجاب 54% أنها تزيد قليلا، في مقابل 37% أنها تزيد كثيرا. و بخصوص البرامج التثقيفية و العلمية التي تزيد معلومات و ثقافة المبحوثين، فقد جاءت الأشرطة العلمية في المرتبة الأولى، متبوعة باللقاءات الثقافية، ثم بالأفلام الوثائقية.

6- اتضح أن أفراد العينة يتعرضون إلى البرامج الدينية في الفضائيات العربية من حين لآخر أكثر من المشاهدة في غالب الأحيان؛ فقد صرح 58% أنهم يشاهدونها أحيانا، في مقابل 35% يشاهدونها غالبا، و 4.5% يشاهدونها نادرا، أما الذين لا يشاهدونها أصلا فلا تتجاوز نسبتهم 2.5%. و اتضح أن الفتاوى تأتي في مقدمة ترتيب البرامج الدينية، ثم تأتي الأفلام الدينية في المرتبة الثانية، و الندوات الدينية في المرتبة الثالثة، و المسلسلات الدينية في المرتبة الرابعة مع الأحاديث الدينية. و هناك فروق بين ترتيبات الذكور و ترتيبات الإناث؛ فالذكور يفضلون الفتاوى فالندوات الدينية ثم الأحاديث الدينية و أخيرا المسلسلات و الأفلام الدينية، في حين يفضل الإناث الأفلام الدينية فالفتاوى ثم المسلسلات الدينية و أخيرا الندوات الدينية. و اتضح أن البرامج الدينية في الفضائيات العربية غير كافية لنشر الوعي الديني حسب ما صرح به 61% من أفراد العينة، و أنها كافية حسب 20% منهم، بينما لم يتبين الأمر 19%.

ثالثاً: تأثير المشاهدة

1- اتضح أن أفراد العينة يستفيدون من برامج الفضائيات العربية بصورة متذبذبة (غير مستقرة)، فقد جاءت الاستفادة أحياناً في المرتبة الأولى بنسبة 56%، و الاستفادة غالباً في المرتبة الثانية بنسبة 28.5%، و الاستفادة دائماً في المرتبة الثالثة بنسبة 9.5%، ثم تأتي الاستفادة النادرة بنسبة 5%، و عدم الاستفادة بنسبة 1%. و ذلك يدل، ربما، على أن السياسة البرمجية في الفضائيات العربية لم ترتق بعد إلى المستوى المطلوب، حيث لازالت يغلب عليها الطابع التقليدي للفضائيات الأجنبية من جهة، و ضعف الإنتاج المحلي من جهة أخرى. و بالنسبة للذين صرحوا بأنهم يستفيدون من مشاهدة الفضائيات العربية، فإنهم يرجعون أسباب الاستفادة إلى كونها تجعل المشاهد على اتصال بالأحداث العربية و الإسلامية و الدولية في المرتبة الأولى، و لأنها تساهم في زيادة الوعي الديني في المرتبة الثانية، و لأنها تزود بالمعلومات الجديدة في المرتبة الثالثة، و أخيراً لأنها وسيلة للتسلية و الترفيه.

2- اتضح أن أغلبية عينة الدراسة لا يراجعون دروسهم يومياً بنسبة 72.5%، و قد تبين أن عدم المراجعة لا يرجع - بالدرجة الأولى - لانشغال أفراد العينة بمشاهدة برامج الفضائيات العربية؛ حيث أجاب 59.5% أن تلك المشاهدة لم تؤثر على مراجعة دروسهم، في مقابل 24% أجابوا بأنها تؤثر، في حين لم يتبين الأمر بعد 16%. و تبين أن تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية بالنسبة لمن أجابوا بأنها تؤثر كان بالنقصان حسب تصريح 81.63%، و بالزيادة حسب تصريح 18.37%.

3- اتضح أن غالبية أفراد عينة الدراسة متعودون على قراءة الصحف و الكتب بنسبة 73%، مقابل 27% غير متعودين على تلك القراءة. كما صرح 51.5% بأن مشاهدة الفضائيات العربية لم تؤثر على عادة القراءة لديهم، مقابل 29% أجابوا بأنها أثرت، إضافة إلى نسبة معتبرة لم تتبين الأمر بعد بنسبة 19.5%. و تشير تلك النتائج إلى كون المشاهد في الجزائر بدأ يتجاوز مرحلة الانبهار بالفضائيات العربية، و وصل إلى حالة الاستقرار، مما يسمح بالانفتاح على مختلف الوسائط الإعلامية. و بالنسبة للذين أجابوا بتأثير المشاهدة على عادة القراءة لديهم، فقد تبين أن التأثير كان بالنقصان بنسبة 65.51%، مقابل التأثير بالزيادة بنسبة 34.48%. كما تبين أن عدم قراءة الصحف و الكتب (بالنسبة للذين أجابوا بعدم القراءة) ترجع إلى الاكتفاء بمشاهدة الفضائيات العربية بنسبة 55.55%.

الخاتمة:

وبعد، لقد حاولنا في هذه الدراسة الاقتراب من كيفية تعامل الجمهور في الجزائر مع ظاهرة البث التلفزيوني المباشر، من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من طلبة و طالبات جامعة سكيكدة عن طريق توزيع استمارة استبيان و القيام بتبويب البيانات و معالجتها إحصائيا واستخلاص النتائج و محاولة تفسيرها.

و يتضح جليا أن البث التلفزيوني الفضائي العربي جاء لسد حاجة العرب إلى هذا النوع من الاتصال الجماهيري الفعال والواسع الانتشار، و الشديد التأثير، فقد تبين لنا أن بداية ظهور الفضائيات العربية لم يتأخر كثيرا عن بداية ظهور الفضائيات في العالم المتقدم، و بعد ذلك الظهور إزداد انتشارها بمرور الأعوام، و تنوعت اتجاهاتها و تخصصاتها و مضامينها، كما إزداد حجم المتعرضين لها.

و لقد تبين لنا أن الجمهور المدروس قد اكتسب عادات معينة في التعرض للفضائيات العربية تتوافق مع نتائج العديد من الدراسات الأخرى، و يفضل أنماطا برامجية معينة أبرزها البرامج الإخبارية و البرامج الدينية و البرامج التثقيفية.

وعلى الرغم من ارتفاع حجم التعرض إلا أن التأثير لم يبرز بوضوح على التحصيل الدراسي و على التعرض إلى مصادر الثقافة و الإعلام الأخرى إلا نسبيا، و هذا في حدود هذه الدراسة.

لقد حاولنا بذل الجهد للاقتراب من الإجابة الموضوعية و الدقيقة على أسئلة الدراسة، و لا ندعي أننا وفقنا في ذلك بصورة تامة، و لكن حسبنا أننا بذلنا ما استطعنا بذله.

و لعل مما يمكن أن نؤكد عليه في خاتمة هذه الدراسة، أن التعرض للقنوات الفضائية أصبح رقما ثابتا في اهتمام الجمهور في الجزائر، و أحد الوسائل " المؤسسات " التي تلعب دورا في توجيه و تكوين القيم و المعايير لديه.

و يعتبر الاستمرار في دراسة هذه الظاهرة، على غرار الظواهر الإعلامية الأخرى، مسلكا جيدا، و عملا حيويا ذا جدوى كبيرة.

الخاتمة

و عليه، نرجو أن يلتفت الباحثون أكثر إلى هذا الموضوع حتى يقدموا إسهاماتهم في ترشيد القنوات الفضائية العربية، لتكون في خدمة الجمهور العربي بتقديم مضمون إعلامي صحيح ومفيد يشبع حاجاته، ويحد من تأثير البرامج الوافدة ، ويساعد في تحقيق التنمية والنهوض الحضاري لامتنا العربية الإسلامية.

و الحمد لله أولاً و آخراً، و الصلاة و السلام علي سيدنا محمد (ص).

الملاحق

جامعة الأمير عبد القادر للطب والعلوم الإسلامية

كلية أصول الدين والشريعة
والحضارة الإسلامية
قسم الدعوة والإعلام والاتصال

جامعة الأمير عبد القادر
للعلوم الإسلامية
قسنطينة

استمارة استبيان

عادات وأنماط مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للفضائيات العربية
- دراسة ميدانية -

بحث مكمل لنيل شهادة الماجستير

إشراف الأستاذ:

الدكتور: نصير بوعلي

إعداد الطالب:

بابوري عبد الكريم

أخي الطالب، أختي الطالبة :

هذه استمارة استبيان لتحضير مذكرة ماجستير في الإعلام الإسلامي تحت عنوان "عادات وأنماط مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للفضائيات العربية" دراسة ميدانية".

لذا، أخي الطالب، أختي الطالبة، أرجو منك التعاون معنا بملء هذه الاستمارة بصدق وإخلاص ودقة، دون ذكر اسمك، ونحيطك علما أنه ليس هناك إجابة صحيحة وأخرى خاطئة؛ فكلها تأخذ بعين الاعتبار، كما أن إجابتك تبقى سرية ولا يطلع عليها إلا الباحث وهي تستغل في الإطار العلمي فقط.

ملاحظة: ضع علامة (x) أمام الإجابة المناسبة.

الموسم الجامعي 2004/2003م الموافق لـ 1424-1425هـ

أولا : البيانات العامة :

- س1: الجنس: ذكر أنثى
- س2: التخصص: علوم انسانية علوم وتكنولوجيا
- س3: مكان الإقامة: في الإقامة الجامعية في البيت
- س4: الموطن الأصلي: المدينة القرية
- س5: كم جهاز تلفزيون تملكون في بيتكم؟
جهاز واحد جهازان أكثر من اثنين

ثانيا : عادات المشاهدة :

- س6: هل يوجد "جهاز استقبال البث المباشر" "Démodulateur" في بيتكم؟
نعم (انتقل الى س7) لا

س7: إذا كان الجواب بنعم, ما نوعه؟

- تماثلي Analogique رقمي Numérique

س8: هل تتابع (ين) برامج الفضائيات العربية؟

- غالبا أحيانا نادرا

س9: كم يوما في الأسبوع تتابع (ين) فيه برامج الفضائيات العربية؟

- يوم يومان ثلاثة أيام فأكثر كل أيام الأسبوع حسب الظروف

س10: ما هي الأيام المفضلة لديك أكثر لمشاهدة الفضائيات العربية؟

- السبت الأحد الإثنين الثلاثاء
- الأربعاء الخميس الجمعة

س11: حدد الفترات المفضلة أكثر لديك لمشاهدة الفضائيات العربية؟

- الفترة الصباحية الفترة المسائية الفترة الليلية ما بعد منتصف الليل

س12: ما هو حجم مشاهدتك لبرامج الفضائيات العربية في اليوم؟

- أقل من ساعة حدد :
- ساعة واحدة
- ساعتان
- ثلاث ساعات
- أربع ساعات فأكثر حدد:
- حسب الظروف حدد:

س13: ما هي الفضائيات العربية التي تشد انتباهك أكثر؟

.....
.....

س14: أذكر بالترتيب أربع (04) فضائيات عربية تفضل مشاهدتها أكثر

1.
2.
3.
4.

س15: ما هي ظروف مشاهدتك للفضائيات العربية؟

- تشاهد(ين)ها بمفردك : غالبا أحيانا نادرا
- تشاهد(ين)ها مع العائلة : غالبا أحيانا نادرا
- تشاهد(ين)ها مع الأصدقاء : غالبا أحيانا نادرا

ثالثاً: أنماط المشاهدة :

س16 : ما هي البرامج التي ترغب (ين) في مشاهدتها عبر الفضائيات العربية ؟

- الأفلام
- البرامج الاقتصادية
- برامج الأطفال والصور المتحركة
- المسلسلات
- البرامج الاجتماعية
- البرامج الرياضية و المقابلات
- البرامج العلمية
- برامج الطقس والأحوال الجوية
- البرامج الثقافية
- البرامج الصحية
- برامج الترفيه والألعاب
- البرامج الدينية
- المنوعات الغنائية
- الإعلانات والإشهار
- البرامج الإخبارية
- برامج المرأة

- برامج أخرى تذكر :

.....

س17- هل تشاهد (ين) البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية؟

- غالباً
- أحياناً
- نادراً
- لا أشاهد

س18- إذا كان الجواب بالإيجاب، لماذا ؟

- لأنها تزودك بالمعلومات العامة
- لأنها تعرفك بالأخبار العالمية...
- لأنها تعرفك بأخبار العالم العربي والإسلامي
- لأنها تعرفك بأخبار الجزائر

- لأسباب أخرى تذكر:

.....

س19: إذا كان الجواب ب: (لا أشاهد)، لماذا ؟

- لأنك تكتفي بقراءة الصحف للإطلاع على الأخبار
- لأنك تكتفي بما يبثه التلفزيون الجزائري
- لأنك لا ترغب في معرفة الأخبار

- لأسباب أخرى، تذكر.....

.....

س 20: هل نجحت الفضائيات العربية في تقديم تغطية صحيحة للصراع العربي الإسرائيلي؟
نعم (انتقل الى س 22 وس 23) لا (انتقل الى س 24)

س 21: إذا كان الجواب ب (نعم) لماذا؟

- لأنها موضوعية وغير متحيزة
- لأنها تعتمد على مصادرها الخاصة
- لأنها كشفت الجرائم الإسرائيلية في فلسطين
- لأنها أظهرت للعالم عدالة القضية الفلسطينية
- لأسباب أخرى، تذكر.....

س 22: أذكر بالترتيب أربع فضائيات عربية نجحت في التغطية الصحيحة للصراع العربي الإسرائيلي:

1.
2.
3.
4.

س 23: إذا كان الجواب ب "لا" لماذا؟

- لأنها متحيزة وغير موضوعية
- لأنها تعتمد على المصادر الأجنبية
- لأنها لم تكشف الجرائم الإسرائيلية
- لأنها لم تظهر عدالة القضية الفلسطينية
- لأسباب أخرى، تذكر.....

س 24- هل تشاهد (ين) البرامج التثقيفية والعلمية في الفضائيات العربية؟

- غالبًا أحيانًا نادرا لا أشاهد

س 25- إذا كان الجواب بالإيجاب، هل تزيد هذه المشاهد في معلوماتك وثقافتك؟

- تزيد كثيرا تزيد قليلا لا تزيد

س26: إذا كانت الإجابة بـ "تزيد" أو "تزيد قليلا" ما هي البرامج التي تراها قادرة على زيادة معلوماتك وثقافتك؟

- الأشرطة العلمية اللقاءات الثقافية الأفلام الوثائقية

أخرى تذكر

س27: هل تشاهد (ين) البرامج الدينية؟

- غالبا أحيانا نادرا لا أشاهد

س28: ما هي البرامج الدينية التي تفضل (ين) مشاهدتها عبر الفضائيات العربية؟

- المسلسلات الدينية الأفلام الدينية الأحاديث الدينية الفتاوى الندوات الدينية

- أخرى تذكر:

س29: هل البرامج الدينية التي تقدمها الفضائيات العربية كافية لنشر الوعي الديني؟

- كافية غير كافية لا أدري

رابعاً: آثار المشاهدة:

س30: هل تستفيد (ين) من مشاهدة برامج الفضائيات العربية؟

- دائما غالبا أحيانا نادرا لا أستفيد

س31: إذا كنت تستفيد (ين) منها - ولو نسبيا - لماذا؟

- لأنها تزودك بمعلومات جديدة
 لأنها تجعلك على اتصال بالأحداث العربية والإسلامية والدولية
 لأنها تساهم في زيادة الوعي الديني لديك
 لأنها وسيلة من وسائل الترفيه والتسلية

- لأشياء أخرى تذكر

س32: هل أنت تراجع (ين) دروسك يوميا؟

- نعم لا (انتقل الى السؤال 41)

س33 : هل أثرت مشاهدتك للفضائيات العربية على مراجعة دروسك ؟

- أثرت (انتقل الى السؤال 40) لم تؤثر لأدري

س34: إذا كان الجواب بـ "أثرت" كيف كان التأثير؟

- بالزيادة في مراجعة الدروس
- بالنقصان في مراجعة الدروس
- بالثبات في مراجعة الدروس

س35 : إذا كنت لا تراجع (ين) دروسك يوميا, لماذا ؟

- لأنك تكفي بمشاهدة برامج الفضائيات العربية

- لعوامل أخرى تذكر

س36 : هل أنت متعود على قراءة الصحف والكتب؟

- نعم لا (انتقل الى السؤال 45)

س37: هل أثرت مشاهدتك للفضائيات العربية على قراءتك للصحف والكتب ؟

- أثرت (انتقل الى السؤال 44) لم تؤثر لأدري

س38: إذا كان الجواب بـ "أثرت" كيف كان التأثير؟

- بالزيادة في قراءة الصحف والكتب
- بالنقصان قراءة الصحف والكتب
- بالثبات قراءة الصحف والكتب

س39 : إذا كنت لا تقرأ الصحف والكتب، لماذا ؟

- لأنك تكفي بمشاهدة برامج الفضائيات العربية

- لعوامل أخرى تذكر

شكرا جزيلاً

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

المصادر والمراجع

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

أولاً: المراجع باللغة العربية

أ - المراجع العامة

- 01- القرآن الكريم
- 02- البكري ، إياد شاكر ، ، عام 2000 حرب المحطات الفضائية ، دار الشروق ، 1999
- 03- الجوهري ، محمد و الخريجي، عبد الله ، طرق البحث الاجتماعي ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 1983
- 04- الشال، انشراح، الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية، دار الفكر العربي، القاهرة، ط2، 1993
- 05- الشال، انشراح ، الاقمار الصناعية والتنمية ، مكتبة نهضة الشروق ، جامعة القاهرة ، 1988
- 06- الشال، انشراح ، بث وافد على شاشات التلفزيون ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1994
- 07- الشال، انشراح ، قنوات تلفزيونية فضائية في عالم ثالث ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1993
- 08- العبد، عاطف عدلي و العلي، فوزية عبد الله ، عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1995
- 09- العبد ، عاطف عدلي و العلي فوزية، عبد الله ، دراسات في الإعلام الفضائي ، دار الفكر العربي، القاهرة ، 1995
- 10- العبد، عاطف عدلي و عزمي، زكي أحمد ، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام
- 11- العقاد، ليلى ، القمر الصناعي العربي والتعليم المفتوح، دار الفكر العربي، القاهرة، 1982
- 12- العياضي ، نصر الدين، وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع، دار القصة للنشر، الجزائر، 1999
- 13- الصنيع، صالح بن إبراهيم ،التدين علاج الجريمة، ط2، مكتبة الرشيد، الرياض، السعودية، 1419هـ
- 14- المسلمي، إبراهيم عبد الله، الإعلام الإقليمي: دراسة نظرية و ميدانية، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 1993
- 15- المطيري، منصور زويد، الصياغة الإسلامية لعلم الاجتماع: الدواعي والإمكان، كتاب الأمة، رقم 33 ، مركز البحوث والمعلومات ، وزارة الاوقاف والشؤون الاسلامية، قطر، 1413هـ
- 16- بال، فرنسيس و ايميري، جيراري ، وسائل الإعلام الجديدة ، ت : فريد أنطونيوس ، عويدات للنشر والطباعة ، بيروت ، لبنان ، 2001
- 17- بن مرسلي، أحمد ، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003
- 18 - بوجلal، عبد الله وآخرون ، القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري ، دار الهدى . الجزائر ، 2002

- 19- بوحفص، عبد الكريم ، الإحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية والانسانية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2005
- 20- بوحوش، عمار، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1999
- 21- جريشة، علي، نحو إعلام إسلامي: إعلامنا إلى أين؟ دار الإرشاد للنشر والتوزيع، الجزائر، 1990
- 22- حسين، سمير محمد ، بحوث الإعلام : الأسس والمبادئ ، عالم الكتب ، القاهرة
- 23- حلومي، عبد القادر ، مدخل إلى الإحصاء ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998
- 24- حيفري ، عبد الحميد ، التلفزيون : واقع وآفاق ، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985
- 25- داود، ليلي ، البحث العلمي في العلوم النفسية والاجتماعية ، منشورات جامعة دمشق ، سوريا ، 1988 - 1989
- 26- دليو، فضيل ، أسس البحث و تقنياته في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية ، قسنطينة ، الجزائر
- 27- دليو، فضيل ، مقدمة في رسائل الاتصال الجماهيرية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1998
- 28- دليو، فضيل وآخرون ، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية ، منشورات جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر ، 1999
- 29- ذبيان، سامي، الصحافة اليومية والإعلام، دار المسيرة، بيروت، لبنان، 1976.
- 30- زيان عمر، محمد ، البحث العلمي : مناهجه وتقنياته ، دار الشروق للنشر والطباعة ، جدة، السعودية ، ط 4 ، 1983
- 31- سفاري، ميلود، وآخرون ، الإشاعة والرأي العام ، فرق البحث لمخبر علم الاجتماع والاتصال ، جامعة منتوري قسنطينة ، الجزائر ، 1424 هـ / 2003 م
- 32- شعبان، سعد ، الأقمار الصناعية وسفن الفضاء، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1973
- 33- عبد الحليم، محي الدين ، الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1404 هـ / 1984 م
- 34- عبد الحميد، محمد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1993
- 35- عبد الحميد، محمد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب، القاهرة، 2000
- 36- عبد المعطي، محمد و السرياقوسي، محمد ، أساليب البحث العلمي ، مكتبة الفلاح ، الكويت، 1988
- 37- عبيدات، دوقان وآخرون : البحث العلمي ، مفهومه أدواته وأساليبه ، دار مجدلاوي ، عمان ، الأردن
- 38- عزي، عبد الرحمن وآخرون ، عالم الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1990
- 39- عطيفة، حمدي أبو الفتوح ، منهجية البحث العلمي وتطبيقاتها في الدراسات التربوية والنفسية ، دار النشر للجامعات ، القاهرة ، 1417 هـ / 1996 م .
- 40- عليان، زكي مصطفى و عبد الديس، محمد ، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم ، دار الصفاء ، عمان ، الأردن ، 1991
- 41- غاسور، فريدريك، وسائل الإعلام في المستقبل، منشورات عويدات، بيروت، لبنان، 1996

- 42- غريب، سيد أحمد، الإحصاء والقياس في البحث الاجتماعي، ج 1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1995
- 43- لعقاب، محمد، المسلمون في حضارة الإعلام الجديدة، دار الأمة، الجزائر، 1996
- 44- ماكبرايد، شون وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981
- 45 - محمد، سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1986
- 46 - معوض، إبراهيم محمد وآخرون، دراسات إعلامية، ج4، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2003
- 47 - مهنا، فريال، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، بيروت، لبنان، 2002
- 48- هيكل، عبد العزيز فهمي، طرق التحليل الإحصائي، دار النهضة العربية، بيروت
- 49 - إحدادن، زهير، المدخل لعلوم الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991
- 50 - إمام، إبراهيم، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، ط 2، 1985

ب- المعاجم

- 01 - جماعة من كبار المؤلفين العرب بتكليف من المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، المعجم العربي الأساسي، لا روس، 1989
- 02 - شعبان، خضير، مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، 1422 هـ - 03 - غيث، محمد عاطف، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1996
- 04 - مذكور، إبراهيم، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة العامة للكتاب، مصر، 1975
- 05 - معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، القاهرة، 1409 هـ / 1989
- 06- الموسوعة العربية العالمية، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، ت تيير دل فيوجو، ج18، ط2، 1999

ج- الرسائل الجامعية

- 01 - بوعلي، نصير، أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003
- 02 - بلغيث، سلطان، جمهور المعلمين والبرابول، دراسة في عادات وأنماط مشاهدة معلمي المدرسة الأساسية بدائرة الشريعة، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 1998
- 03- بن بوزيد، نورة، الطفل والتفاعل مع برامج البرابول، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد ع.إ.، جامعة الجزائر. 1994
- 04- بن بخمة، رمضان، جمهور الفضائيات العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية أ.ش. ح.إ.، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، 2004
- 05- بوعلي، نصير، البرابول والجمهور في الجزائر، دراسة في عادات المشاهدة وأنماطها والتأثيرات على قيم المجتمع وثقافته، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد ع.إ.، جامعة الجزائر، 1994

د - الدوريات

- 1- المجلة الجزائرية للاتصال، م ع إ إ، جامعة الجزائر، عدد 11 و 12 ربيع - صيف، 1995
- 2- المجلة الجزائرية للاتصال، معهد ع إ إ، جامعة الجزائر، عدد 15، 1997
- 3- المجلة التونسية للاتصال، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، عدد 31، جوان، 1997
- 4- مجلة الإذاعات العربية، تونس، عدد 01، 1998
- 5- مجلة الإذاعات العربية، تونس، عدد 01، 2004
- 6- مجلة الإذاعات العربية، تونس، عدد 04، 2000
- 7- مجلة الإذاعات العربية، تونس، عدد 01، 2003
- 8- مجلة الإذاعات العربية، تونس، عدد 03، 2000
- 9- مجلة الإذاعات العربية، تونس، عدد 03، 2004
- 10- مجلة الإذاعات العربية، تونس، عدد 02، 2000
- 11- مجلة بحوث، جامعة الجزائر، عدد 02، 1994
- 12- مجلة بحوث، جامعة الجزائر، عدد 03، 1995
- 13- مجلة المستقبل العربي، بيروت، عدد 205، آذار / مارس، 1996
- 14- مجلة المستقبل العربي، بيروت، عدد 295، أيلول / سبتمبر، 2003
- 15- مجلة شؤون عربية، القاهرة، عدد 93، مارس 1998
- 16- مجلة العلوم والتقنية، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، عدد 25 محرم 1414 هـ / جويلية 1993
- 17- مجلة الزميل، عدد 27، 1994
- 18- مجلة تلفزيون الخليج، عدد 57، ديسمبر، 1999
- 19- مجلة العلم و الإيمان، تونس، عدد 56، 1980
- 20- المجلة العربية للعلوم الإنسانية عدد 52، السنة 52
- 21- رسالة اليونسكو، يناير، 2000
- 22- دراسات إفريقية، السودان، عدد 06، فبراير، 1990
- 23- مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، جامعة الكويت، عدد 82، 1996
- 24- مجلة عالم الفكر، الكويت، عدد 2، أكتوبر / ديسمبر، 1999
- 25- مجلة الرسالة، الجزائر، عدد 06، رمضان / شوال، 1407 هـ
- 26- مجلة الثقافة، الجزائر، عدد 103، يوليو / أغسطس، 1994
- 27- حوليات جامعة الجزائر، عدد 4، خريف 1990
- 28- مجلة جامعة الملك سعود، السعودية، م 6، الآداب (2)، 1414 هـ / 1994 م
- 29- مجلة العصر، الجزائر، عدد 05، شعبان 1423 هـ

ثانيا : المراجع باللغة الأجنبية:

أ- المراجع العامة

- 01- Jean pierre Paul, Economie de la Communication, Ed. Dahleb, Algérie, 1995.
- 02- Mohamed Bouhebila, Réception TV par Satellite, Technique de la parabole à la portée de tous, ED. Distribution Houma, Alger, 2000
- 03- MEMO, Larousse encyclopédie, libraire Larousse, Paris, 1990.
- 04- Hills P. Dictionnaire de l'éducation, librairie Larousse, Paris.
- 05- Maurice Angers, initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, casbah université, Alger, 1997.

ب- الدوريات:

- 01- Revue algérienne de communication, isic, université d'Alger, N° 2, Mars, 1988
- 02- Echos de l'université de Skikda, N° 00, Avril, 2004
- 03- Actualité économique, mensuelle, Alger, N° 22, Novembre, 1987
- 04- TÉLÉ – satellite, N° 183, février 2005
- 05- Revue science et vie (Hors série), N° 152, septembre, 1985
- 06- Arab Journal Of humanities, issue N° 57, 15th years, winter, 1997

ثالثا: مواقع الانترنت:

- 01- علي حسين طويبة و وسام فاضل، أنماط الأذواق لدى الجمهور العراقي
<http://www.azzaman/http/display.asp?fname=/azzaman/articles/2004/09-27/799.htm>
- 02- سالم بن مبارك الدباسي، البث الفضائي و آثاره التربوية:
<http://www.mohe.gov.sa/news/news35.asp> (17/09/2004)
- 03- <http://www.asbu.org.tn/www/ar/doc.asp?meat=58murub=33>
- 04- <http://www.aljazeera.net/programs/ladies/articles/2002/4/4-15-1.htm>
- 05- <http://www.anabaa.org/nbanews/15/47.htm>
- 06- <http://www.mahawer.al-islam.com/dsiplay.asp?>
- 07- <http://www.arabmedmag.com/general/issue-31-03-20-04/general/03.htm>
- 08- <http://www.univ-skikda.dz/faculté.php>(10/12/2004)
- 09- <http://www.aljazirah.com.sa/magazine/02/03/02/ax46.htm>

جامعة الأمير عبد القادر عظم
الإسلامية

الفهرس

الموضوع	الصفحة
المقدمة	7-5
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
المدخل.....	9
أولاً: الإشكالية.....	11
ثانياً: تساؤلات الدراسة.....	12
ثالثاً: أهداف الدراسة.....	13
رابعاً: أهمية الدراسة.....	13
خامساً: مفاهيم الدراسة و مصطلحاتها.....	14
سادساً: نوع الدراسة ومنهجها ومجالها.....	21
1- نوع الدراسة.....	21
2- منهج الدراسة.....	22
3- مجال الدراسة.....	23
الفصل الثاني: الدراسات السابقة	
أولاً: الدراسات العربية.....	26
ثانياً: الدراسات الجزائرية.....	34
ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة.....	40
الفصل الثالث: القنوات الفضائية العربية	
أولاً: الأقمار الصناعية.....	44
1- تعريف القمر الصناعي.....	44
2- لمحة تاريخية عن ظهور الأقمار الصناعية.....	46
3- أنواع الأقمار الصناعية.....	48
4- أنماط أقمار الاتصالات.....	49
5- الأقمار الصناعية المستخدمة في بث الفضائيات العربية.....	50

51ثانياً: البث التلفزيوني المباشر
521- بداية البث التلفزيوني الفضائي المباشر
542- البث التلفزيوني المباشر في الوطن العربي
573- البث التلفزيوني المباشر في الجزائر
58ثالثاً: القنوات الفضائية العربية
601- لمحة تاريخية عن الفضائيات العربية
622- الفضائيات العربية بين القطاع العام و القطاع الخاص
633- واقع الإنتاج البرامجي في الفضائيات العربية
654- التغطية الجغرافية للفضائيات العربية
655- اللغات المستخدمة في الفضائيات العربية
656- عرض عام للقنوات الفضائية العربية

الفصل الرابع: إجراءات الدراسة الميدانية

75أولاً: أدوات جمع البيانات: الاستبيان
79ثانياً: التحليل الإحصائي
82ثالثاً: مجتمع الدراسة
82رابعاً: عينة الدراسة
831- خصائص عينة الدراسة
84أ- حسب النوع و التخصص العلمي
85ب- حسب النوع و مكان الإقامة
86ج- حسب النوع و الموطن الأصلي
87د- حسب النوع و عدد أجهزة التلفزيون المملوكة
88هـ- حسب النوع وامتلاك جهاز استقبال البث المباشر ونوعه

الفصل الخامس: عادات مشاهدة الفضائيات العربية

92	أولاً: درجة المشاهدة.....
93	1- درجة المشاهدة والنوع.....
94	2- درجة المشاهدة والتخصص.....
95	3- درجة المشاهدة ومكان الإقامة.....
96	4- درجة المشاهدة وعدد أجهزة التلفزيون المملوكة.....
97	ثانياً: عدد أيام المشاهدة في الأسبوع.....
98	1- عدد أيام المشاهدة في الأسبوع والنوع.....
100	2- عدد أيام المشاهدة في الأسبوع والتخصص.....
101	3- عدد أيام المشاهدة في الأسبوع والإقامة.....
102	ثالثاً: الأيام المفضلة للمشاهدة.....
103	1- الأيام المفضلة للمشاهدة والنوع.....
104	رابعاً: فترات المشاهدة المفضلة.....
105	1- الفترات المفضلة للمشاهدة والنوع.....
106	2- الفترات المفضلة للمشاهدة والتخصص.....
107	3- الفترات المفضلة للمشاهدة والإقامة.....
109	خامساً: حجم المشاهدة في اليوم.....
110	1- حجم المشاهدة في اليوم والنوع.....
111	سادساً: الفضائيات العربية المفضلة.....
114	1- الفضائيات العربية المفضلة والنوع.....
117	2- ترتيب أربع فضائيات عربية مفضلة.....
117	سابعاً: ظروف مشاهدة الفضائيات العربية.....
118	1- ظروف مشاهدة الفضائيات العربية والنوع.....
119	2- ظروف مشاهدة الفضائيات العربية وعدد أجهزة التلفزيون.....

الفصل السادس: أنماط مشاهدة الفضائيات العربية

- أولاً: البرامج المفضلة في الفضائيات العربية..... 123
- 1- البرامج المفضلة في الفضائيات العربية والنوع..... 125
- ثانياً: البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية..... 127
- 1- درجة مشاهدة البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية..... 127
- أ- درجة مشاهدة البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية والنوع..... 128
- ب- درجة مشاهدة البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية والتخصص..... 129
- 2- دواعي مشاهدة البرامج الإخبارية في الفضائيات العربية..... 130
- أ- دواعي مشاهدة البرامج الإخبارية والنوع..... 131
- 3- مدى نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي الإسرائيلي..... 132
- أ- مدى نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي الإسرائيلي والنوع..... 133
- 4- أسباب نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي الإسرائيلي..... 134
- أ- أسباب نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي الإسرائيلي والنوع..... 135
- 5- ترتيب أربع فضائيات عربية نجحت في تغطية الصراع العربي الإسرائيلي..... 136
- 6- أسباب عدم نجاح الفضائيات العربية في تغطية الصراع العربي الإسرائيلي..... 136
- ثالثاً: البرامج التثقيفية والعلمية في الفضائيات العربية..... 137
- 1- درجة مشاهدة البرامج التثقيفية والعلمية في الفضائيات العربية..... 138
- أ- درجة مشاهدة البرامج التثقيفية والعلمية والنوع..... 139
- ب- درجة مشاهدة البرامج التثقيفية والعلمية والتخصص..... 140
- ج- درجة مشاهدة البرامج التثقيفية والعلمية والإقامة..... 141
- 2- مدى زيادة مشاهدة البرامج التثقيفية والعلمية في المعلومات والثقافة..... 142
- أ- مدى زيادة مشاهدة البرامج التثقيفية والعلمية في المعلومات والثقافة، والنوع..... 143
- ب- مدى زيادة مشاهدة البرامج التثقيفية والعلمية في المعلومات والثقافة، والتخصص..... 144
- 3- نوع البرامج التثقيفية والعلمية التي تزيد في المعلومات والثقافة..... 145
- أ- نوع البرامج التثقيفية والعلمية التي تزيد في المعلومات والثقافة، والنوع..... 146
- ب- نوع البرامج التثقيفية والعلمية التي تزيد في المعلومات والثقافة، والتخصص..... 147

- 147 ابعاء البرامج الدينية في الفضائيات العربية
- 148 1- درجة مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية
- 149 أ- درجة مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية، والنوع
- 150 ب- درجة مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية، والتخصص
- 151 ج- درجة مشاهدة البرامج الدينية في الفضائيات العربية، والإقامة
- 152 2- البرامج الدينية المفضلة في الفضائيات العربية
- 153 أ- البرامج الدينية المفضلة في الفضائيات العربية، والنوع
- 154 ب- البرامج الدينية المفضلة في الفضائيات العربية، والتخصص
- 155 ج- البرامج الدينية المفضلة في الفضائيات العربية، والإقامة
- 156 3- مدى كفاية البرامج الدينية في الفضائيات العربية لنشر الوعي الديني
- 157 أ- مدى كفاية البرامج الدينية في الفضائيات العربية لنشر الوعي الديني، والنوع
- 158 ب- مدى كفاية البرامج الدينية في الفضائيات العربية لنشر الوعي الديني، والتخصص

الفصل السابع : آثار مشاهدة الفضائيات العربية

- 162 أولاً: الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية عموماً
- 163 1- درجة الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية
- 164 أ- درجة الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية، والنوع
- 165 ب- درجة الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية، والتخصص
- 166 ج- درجة الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية، والإقامة
- 167 2- سبب الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية
- 168 أ- سبب الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية، والنوع
- 169 ب- سبب الاستفادة من مشاهدة برامج الفضائيات العربية، والتخصص
- 170 ثانياً : تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على التحصيل الدراسي
- 171 1- مراجعة الدروس يومياً
- 172 2- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس
- 173 أ- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس، والنوع
- 174 ب- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس، والتخصص

- ج- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس، والإقامة..... 175
- 3- طبيعة تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس 176
- أ- طبيعة تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على مراجعة الدروس، والنوع 177
- 4- سبب عدم مراجعة الدروس يوميا 178
- ثالثا : تأثير مشاهدة الفضائيات العربية على التعرض لمصادر الإعلام والثقافة الأخرى..... 178
- 1- التعود على قراءة الصحف و الكتب 179
- 2- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب 179
- أ- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب، والنوع 180
- ب- تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب، والتخصص.. 181
- 3- طبيعة تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب 182
- أ- طبيعة تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب، والنوع.. 183
- ب- طبيعة تأثير مشاهدة برامج الفضائيات العربية على قراءة الصحف و الكتب، والتخصص.. 184
- 4- سبب عدم قراءة الصحف و الكتب 185
- أ- سبب عدم قراءة الصحف و الكتب، والنوع 185
- 188 خلاصة الدراسة الميدانية
- 193 الخاتمة
- 196 الملاحق
- 205 قائمة المصادر والمراجع
- 212 الفهرس