



مجلة العلوم الإنسانية

SUST Journal of Humanities

Available at:

<http://scientific-journal.sustech.edu/>



الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي ما بين الواقع والمأمول

أحمد إسماعيل حسين محمد

عميد كلية الإعلام - جامعة غرب كردفان - السودان

بريد الكتروني ahmed.ismail.hussein@gmail.com

المستخلص

جاء هذا البحث بعنوان: (دور الإعلام العربي التلفزيوني الفضائي ما بين الواقع والمأمول): واستخدم فيه المنهج الوصفي فهو الذي يناسب الدراسات الإعلامية، ومن الأدوات التي استخدمت، الإستبانة، والملاحظة، وتم تقسيم البحث إلى ستة مطالب: المطلب الأول يتمثل في الإطار المنهجي للبحث، والثاني يتناول الفضائيات العربية، النشأة والتطور، والأنواع، والمطلب الثالث يتحدث عن واقع الإعلام التلفزيوني العربي، والمطلب الرابع عبارة عن الدراسة التطبيقية للبحث، أما المطلب الخامس يشتمل على النتائج والتوصيات، وقائمة المصادر والمراجع، والملاحق، ومن نتائج الدراسة: المبحوثين لا يتابعون قنوات التسلية والترفيه بينما يتابعون القنوات الإخبارية ثم القنوات الرياضية وقنوات الدراما والأفلام، وأنهم غير راضين عن واقع الإعلام التلفزيوني العربي لأسباب تعود إلى تخصص بعض القنوات الفضائية العربية في برامج لتجهيل الجمهور، وعدم الحيادية والمهنية في بعض البرامج الإخبارية، وتجاهل ما يعزز التضامن العربي وتوحيد مصير الأمة، والتسييس للرسالة الإعلامية، وبناءً على تلك النتائج قدمت الدراسة بعض التوصيات .

الكلمات المفتاحية: فضائيات ، عربية، تطبيقية، توصيات

Abstract:

This research entitled: (Arab media satellite television role between reality and expectations): The research use descriptive approach because it is appropriate for media studies, the tools, was questionnaire, and observation , and the research divided into five demands: first demand represents a methodological framework for research, and the second deals with the Arab satellite channels, Evolution and development, types, and the third one is talking about the reality of the Arab television media, the fourth one is the applied research study, and the fifth one includes findings, recommendations, a list of sources and references, and appendices. The results of the study: The respondents do not follow the channels of entertainment while watching the news channels and then the sports channels and drama and movies channels, and they are not satisfied with the reality of Arab television for reasons attributed to the specialization of some Arab satellite channels in programs to make the public ignorant and non-neutrality and

professionalism in some news programs, And ignore what strengthens Arab solidarity and unite the fate of the nation, and the politicization of the media message. Based on these results, the study presented some recommendations,

المقدمة:

حقق الإعلام التلفزيوني الفضائي طفرة هائلة في مجال التغطية الواسعة ميزته عن النمطين الإعلاميين المسموع والمقروء وزادت من فاعلية تأثيره على الجمهور ، غير أن استخدامه يشوبه بعض الخلل المتمثل في المحتوى غير المنضبط في العديد من القنوات الفضائية التي تخصصت في موضوعات أقرب ماتكون للتجهيل وليس التنقيف، لذا عكف الباحث على إجراء هذه الدراسة بالتطبيق على واقع الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي، وصولاً للأهداف التي تسهم في تغيير هذا الواقع بما يحقق التنمية بمعناها الشامل.

المطلب الأول

الإطار المنهجي للبحث:

مشكلة البحث:-

يحدث الشعور بمشكلة ما للبحث بصورة تلقائية ويكون دافعاً يثير الباحث للاهتمام بها ويعمل على متابعتها ومحاولة كشفها(عبد الرحمن،1995،ص24-25)، ومشكلة هذا البحث تتصل بالواقع الراهن للإعلام التلفزيوني الفضائي العربي، فالطفرة التقنية التي حققها في مجال التغطية الواسعة والتقنية الاتصالية وتقنيات الإنتاج البرامجي وتنوع المحتوى أكسبته مميزات تفوق بها على النمطين الإعلاميين المسموع والمقروء وزادت من قوة تأثيره على الجمهور، غير أن إستخدامه تدور حوله العديد من التساؤلات والفرضيات التي تشير إلى أن بعض الرسائل عديمة الجدوى وجدت حظها في العديد من الفضائيات التي تخصصت في موضوعات لا تقيد المتلقي، من هنا نبعت مشكلة هذا البحث التي عكف الباحث على دراستها بالتطبيق على واقع الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي، وما يحتاجه لتحقيق الأهداف والغايات الإنسانية التي يأمل أن تقدم الدراسة رؤى جديدة تسهم في تغيير هذا الواقع وتتجه به نحو تحقيق الأهداف السامية المتمثلة في إعلاء القيم والأخلاق وتحقيق التنمية بمعناها الشامل.

أهداف البحث:

الهدف النهائي للعلم هو فهم العالم من حولنا، ويقصد بالفهم القدرة علي وصف الظاهرة وصفاً دقيقاً وتفسيرها، ثم التنبؤ بالأحداث(أبوعلام،22،1998-23) .
أما أهداف هذا البحث فهي:

- 1- كشف واقع الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي.
- 2- محاولة تقديم رؤى علمية تسهم في تطوير الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي.
- 3- معرفة تأثير الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي على الجمهور العربي.
- 4- التعرف على أسباب ضعف المتابعة للإعلام التلفزيوني الفضائي العربي.

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في أنه يتعلق بالمعرفة العلمية لواقع الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي ومحاولة ترقيته وتطويره.

تساؤلات البحث:

- 1- هل يتابع الجمهور العربي برامج الفضائيات التلفزيونية العربية.
- 2- ماهو تصنيف القنوات الفضائية العربية بين الفضائيات العالمية.
- 3- ماهو حجم ونوع التأثير الذي أحدثته هذه الفضائيات على المشاهد العربي.
- 4- ماهو رأي الجمهور العربي في المحتوى البرامجي للقنوات الفضائية العربية .
- 5- ماهو المطلوب لنجاح هذه القنوات في تحقيق الأهداف العليا للعرب عموماً.

منهج البحث:

المنهج الرئيس المستخدم في هذا البحث هو المنهج الوصفي، ويعرف بأنه المنهج الذي يصف ظاهرة بغرض الوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها ويعمل على استخلاص النتائج، ذلك بتجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها ويعتمد على طرق بحث أهمها طريقتي المسح ودراسة الحالة (المبارك، 1992، ص30) ، ويستخدمه الباحث لمعرفة الواقع الحالي للإعلام التلفزيوني الفضائي العربي وماهو مطلوب لتفعيل دوره تجاه قضايا المجتمعات العربية ، ويستخدم المنهج المقارن لمعرفة موقع القنوات الفضائية العربية من القنوات العالمية الأخرى، ويستخدم المنهج الإحصائي كمنهج مساعد في معالجة العمليات الإحصائية لبعض المعلومات والبيانات.

أدوات البحث:

استخدم الباحث الملاحظة (Observation)، والإستبانة (Questionnaire) كأسلوب لجمع البيانات من عينة من المبحوثين.

مجالات البحث (البشري، المكاني، والزمني):

المجال البشري: يضم عينة عشوائية من فئات أفراد الجاليات العربية بالعاصمة السودانية الخرطوم بما فيهم بعض السودانيين.
المجال المكاني: العاصمة الخرطوم

المجال الزمني: يناير - فبراير 2019م.

المطلب الثاني

الفضائيات العربية: النشأة والتطور، والأنواع

بعض شبكات القنوات الفضائية العربية:

أسهم القمر الإصطناعي العربي عربسات في إحداث نقلة هائلة في تطوير البث الفضائي العربي أدت إلى ظهور القنوات الفضائية التلفزيونية العربية ومن أبرزها:

هو أحد التلفزيونات الإقليمية الرائدة وتغطي مساحة جغرافية شاسعة تشمل 22 دولة عربية وبذلك يفوق بعض التجارب الأوروبية في مجال البث المباشر عبر الأقمار الاصطناعية مثل إيتلسات وأسترا وأولمبيا وانطلق بث ال MBC من قاعدته في لندن في سبتمبر عام 1991م واستمر البث من هناك حتى عام 2002م ثم انتقل إلى دبي، والجهة الممولة لل MBC هي مجموعة آرا الدولية لوليد بن إبراهيم وقنواتها هي العربية الإخبارية وخمسة قنوات أخرى للأخبار والأطفال والأفلام والأغاني والمنوعات ويعمل في إعداد وتقديم البرامج إعلاميون عرب (شمو، د.ت، ص143).

راديو وتلفزيون العرب: ART (Arab Radio and Television) هو نظام فضائي عربي يستهدف كل العرب في كل قارات العالم وهو النظام الفضائي العربي الثاني بعد نظام ال M.B.C بدأ بثه في أكتوبر من العام 1993م من جذر الكايمان Cayman Island بإيطاليا بتكلفة قدرها 300 مليون دولار وإضافة للقناة العامة Open Channel اتجهت شبكة ART لبث القنوات المتخصصة أو الموضوعية Thematic Channels التي شملت القنوات الرياضية وقنوات الأفلام والأطفال والموسيقي حتى سبتمبر 1996م بعد ذلك طبقت نظام التشفير Coding وبذلك تحولت من النظام المفتوح Open إلى النظام المدفوع Pay T V (شمو، د.ت، ص130-131)، وقد أنشأت قطاعاً متطوراً للإنتاج التلفزيوني في بلدة أفيرانو قرب العاصمة الإيطالية روما يعمل بالتكنولوجيا الرقمية Digital Technology في إنتاج وإرسال البرامج يضم في ذلك الوقت ثمان غرف للبت وثلاثة أستديوهات إنتاج وسبعة أستديوهات للمتابعة والتقديم إضافة إلى وحدات الإنتاج (Cms.eduction,2018).

ويشير الباحث هنا إلى توجه شبكة ال ART مؤخراً إلى التخلص من إحدى أهم خدماتها المتخصصة وهي القنوات الرياضية التي تنازلت عنها لصالح شبكة الجزيرة الرياضية بموجب اتفاق تم بينهما الشيء الذي أربك المشتركين في هذه الخدمة ووضع إستقهماً كبيراً حول الضوابط القانونية والمهنية التي تنظم العلاقة ما بين شبكات القنوات الفضائية والمشاركين في بعض خدماتها المتخصصة.

ألمدار: Orbit قناة المدار مقرها بالعاصمة السعودية الرياض، والجهة الممولة هي مجموعة المارد بالمملكة العربية السعودية لصاحبها الأمير خالد بن عبد الرحمن آل سعود والأمير الوليد بن طلال، وقنواتها هي الصفوة وسينما 1 وسينما 2 وفن واليوم والمسلسلات إضافة إلى 6 قنوات تعمل في مجالي الموسيقى والأفلام.

المجد: انطلق بث قناة المجد في العام 2002م من مدينة دبي للإعلام ويتم تمويلها من شركة المجد للبث الفضائي للشيخ فهد بن عبد الرحمن الشميري وقنواتها تتكون من المجد العامة والمجد للقرآن الكريم والعلمية والوثائقية والأطفال.

روتانا: Rotana بدأت بثها عام 2003م وهو مستمر من بيروت والقاهرة ويمتلكها الأمير الوليد بن طلال وتشتمل على 6 قنوات للموسيقى والأفلام (cms.eduction,2018) .

الجزيرة: Aljazeera تعتبر قناة الجزيرة علامة بارزة في خارطة الإعلام المرئي العربي منذ أن بدأ وحتى الآن، أسست في نوفمبر 1996م ومقرها العاصمة القطرية الدوحة، وبدأ بثها لمدة 6 ساعات في اليوم ثم زاد إلى 12 ساعة في منتصف 1997م إلى أن استمر بثها طيلة ال 24 ساعة في فبراير 1999م (الجمال، 2006، ص139) ، وأنشئت بدعم حكومي ثم تحولت إلى قناة استثمارية خاصة، قنواتها هي الجزيرة الإخبارية والأطفال والجزيرة مباشر والوثائقية والجزيرة الدولية وبقناة قنوات الجزيرة الرياضية (cms.eduction, 2018) ، وعكست القناة قدرة الإعلاميين العرب على الإبداع وتمكنهم من أداء إعلامي عالمي في ظل توافر الإمكانيات وغياب الرقابة السياسية (الجمال، 2006، ص139) دورهم أن يصنعوا إعلاماً عربياً يكرس العقلانية وينشر الثقافة الوطنية ويخاطب العمق الإنساني ويدرب الذهنية العربية على التحليل العلمي والحوار الرصين، وأن يعي التحديات التي تواجه الوطن العربي (أبو عرجة، 2006، 22) ، وتتمتع قناة الجزيرة بهامش كبير من الحرية في نقل الأحداث فاقت ما هو متاح في الدول الديمقراطية الغربية التي تدعي حرية الرأي كالولايات المتحدة الأمريكية التي طردت إحدى قنواتها مراسلاً تلفزيونياً مشهوراً لأنه خرج عن الخط المرسوم في تغطيته لحرب الخليج الثالثة (احتلال العراق) (مركز دراسات الوحدة العربية، 2004، ص118).

ويرى الباحث أن الدول العربية قد ارتادت عصر الثورة الفضائية ولم يعد الأمر يحتاج إلا إلى تطوير شبكات الاتصال على الأرض العربية، لأن ذلك يجعل الإنسان العربي في أية دولة عربية جزءاً لا يتجزأ من أخيه العربي في الدول العربية الأخرى بفضل سهولة التواصل والتبادل البرمجي والعلمي والثقافي مما يسهم في تقوية الأواصر وتوحيد المشاعر ، وبذلك يمكن أن يحدث نوع من إعادة الصياغة والتأهيل للوجدان العربي الذي تأثر بسبب الخلافات السياسية التي حدثت في عهود ما قبل الاتصال الفضائي بسبب نقص المعلومات الصحيحة حول الشأن العربي أو بسبب الاستماع للإعلام الأجنبي المتاح والذي يتناول الشأن العربي بطريقة تخدم وجهة نظره هو وتؤدي إلى تعميق الخلاف بين الأشقاء، مما أدى إلى ظهور بعض الحساسيات التي تعمقت عبر السنين ما بين بعض الدول العربية ، فالانسياب السهل والمتواصل للمضامين الإعلامية ما بين العرب سيجعلهم في توحّد واندماج حقيقي يفوق ما هو قائم الآن بين كثير من الدول الأوروبية لأن ما يجمع بين العرب أكثر مما يجمع بين الأوروبيين، وما يفرق بينهم لم يعد أكثر من أمور هامشية صنعها أعداء العروبة وربما أسهم في تأجيحها الضعف المهني في المعالجة الخبرية للشأن العربي من قبل بعض الفضائيات العربية، ويرى كذلك أن كثير من الدول العربية قد حققت نجاحات كبيرة باستخدامهم للبث عبر الأقمار الاصطناعية وأسست إضافة للفضائيات الحكومية الرسمية قنوات خاصة حققت نجاحاً ليس على المستوى الإقليمي فحسب بل على المستوى العالمي ، منها ما يقدم خدمات إعلامية متميزة في مختلف المجالات ومنها ما عليه بعض المآخذ المتمثلة في الانفتاح المفرط والخروج عن كثير من الضوابط القيمية والأخلاقية للمجتمع المسلم المحافظ في غياب كوابح قانونية وقيود مهنية تحد من هذا المد التحرري والحرية المطلقة لهذه الفضائيات، ليبقى الحاكم في هذه المعادلة ترقية ذوق المشاهد العربي بالإنتاج الراقي للفنون المنضبطة وتوظيف فنون الإخراج وأساليب التقديم لجذب المشاهد ثم المحافظة عليه لإحداث أثر تراكمي إيجابي من خلال المضامين الإعلامية التي يتعرض لها من هذه الفضائيات الملترمة.

المطلب الثالث

واقع الإعلام التلفزيوني العربي

مراحل تطور الإعلام العربي :

مر الإعلام العربي في مسيرة تطوره بمراحل مختلفة من حيث أداء الرسالة الإعلامية ومن حيث مخاطبة الجمهور أهمها :

مرحلة الصفوة: Elite في هذه المرحلة دور وسائل الإعلام يتمثل في مخاطبة الأفراد الأكثر تعليماً وثقافةً وثراءً مالياً بحيث تصمم الرسالة الإعلامية بما يتوافق مع هذه الصفوة من حيث لغة الرسالة ومضمونها وربما توقيت البث.

مرحلة الحشد: Mass وفيها تخاطب وسائل الإعلام كافة شرائح وقطاعات المجتمع دون تمييز أو انتقاء والتي دائماً تتباين في خصائص عديدة تتعلق بالنوع والعمر والمستويات التعليمية والثقافية والاجتماعي والتواجد وغير ذلك.

مرحلة التخصص: Specialization وسائل الإعلام في هذه المرحلة تخاطب قطاعات اجتماعية بعينها ومحددة لإرضاء رغباتها وتلبية احتياجاتها انطلاقاً من الخصائص التي تتسم بها تلك القطاعات كقطاعي المرأة والطفل على سبيل المثال.

مرحلة التفاعل: Interactivity هي المرحلة التي يستطيع فيها الجمهور اختيار المضامين الإعلامية والتحكم بنوعية المادة المقدمة عبر القناة والتواصل المباشر مع البرامج والمشاركة بالرأي في الموضوع المطروح أو قضية النقاش ويستطيع أن يسهم برأيه وملاحظاته حتى في بعض مراحل التخطيط الإذاعي وترتيب الخارطة البرمجية للإذاعة أو التلفزيون (cm seduction, 2018) ، وتضاف إلى جهود منظمة عرب سات في تنظيم بث القنوات العربية الحكومية والتعاون الإعلامي في ما بينها جهود أخرى يقودها وزراء الإعلام العرب من حين إلى آخر مثال ذلك اجتماعهم في فبراير 2008م في العاصمة المصرية القاهرة وصادقوا فيه على وثيقة تتضمن ضوابط للقنوات الفضائية في العالم العربي تشتمل على 12 بنداً تهدف إلى وضع مبادئ لتنظيم البث الفضائي العربي ومنع التحريض وتطالب بالالتزام باحترام كرامة الدول وسيادتها وتجنب تناول قاداتها أو الرموز الوطنية فيها بالتجريح (أجيال الإلكترونية، 2019) .

بعض سمات ومميزات البث الفضائي العربي:

- 1- تعدد الفضائيات العربية أدى إلى تنوع المضامين الإعلامية أمام المشاهد العربي.
- 2- القنوات الإخبارية أدت إلى كسر هيمنة القنوات الغربية في مجال الأخبار وأصبحت أحد المصادر الأساسية للأخبار على المستويين الإقليمي والعالمي.
- 3- التزايد في أعداد القنوات المتخصصة أدى إلى توسيع مجال الاختيار أمام المشاهد العربي في مختلف المجالات الخاصة بواقع المجتمع العربي.
- 4- تطور تكنولوجيا الأقمار الاصطناعية أدى إلى انخفاض أسعار وسائل الاستقبال وسهولة اقتنائها مما أدى إلى زيادة حجم الجمهور العربي المتلقي للبرامج.

5- ما تتمتع به الفضائيات الخاصة من مساحة أوسع للحريات مكنها من طرح ومناقشة العديد من الموضوعات التي يتجنب تناولها الإعلام الحكومي العربي.

6- تعدد الآراء المطروحة عبر الفضائيات العربية المختلفة حد من قدرة الحكومات العربية على احتكار الحقائق والمعلومات وحجبها عن المواطن العربي .

7- انتشار وتطور البث الفضائي العربي أدى إلى تطوير مدن الإنتاج الإعلامي العربية الرئيسية في كل من القاهرة ودبي وعمان وحفز على قيام مدن إعلامية جديدة في دول أخرى وعمل على جذب مئات القنوات الفضائية العربية للبث من المدن الإعلامية العربية الثلاث بعد أن كانت تبث من خارج الوطن العربي كشبكة BBC التي انتقلت من لندن إلى دبي وشبكة ART التي انتقلت من روما إلى عمان .

8- نشر اللهجات المختلفة بين العرب وتعزيز اللغة العربية الفصحى (cm seduction,2019)

بعض سلبيات البث الفضائي العربي:

- 1- عدم التنسيق بين القنوات العربية المختلفة وإطلاق قنوات جديدة دون دراسة دقيقة لاحتياجات الجمهور العربي أدى إلى تكرار الكثير من المضامين الإعلامية.
- 2- تعدد القنوات وزيادة ساعات البث اليومي والنقص في الإنتاج العربي أدى إلى الاعتماد على الإنتاج العربي المصري بصفة خاصة والإنتاج الأجنبي.
- 3- غالبية القنوات تهتم بتوسيع انتشارها الجغرافي على حساب المحتوى وتجويده.
- 4- القنوات الفضائية الحكومية تركز على القضايا المحلية والدعاية للأنظمة الحاكمة.
- 5- قلة القنوات العربية الموجهة للجماهير الأجنبية الناطقة بغير اللغة العربية باستثناء البعض كالجريدة الدولية Jazeera International في الوقت الذي يوجد فيه عدد كبير من القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية والموجهة لمواطني الدول العربية.
- 6- تقليد بعض القنوات العربية للفضائيات الأجنبية في بعض البرامج مثل برامج الواقع والكلبيات Video Clip الفاضحة يؤثر على أخلاق الشباب العربي المسلم ويغرس فيه قيماً تضعف انتماءه للثقافة العربية والحضارة الإسلامية (cm seduction,2019).

- 7- السعي وراء الربح المادي من قبل القنوات الفضائية العربية أدى إلى عرض مضامين هابطة من الناحية الفنية ومن حيث المحتوى المبني على الإثارة والتعامل الواسع مع الرسائل النصية SMS والاتصالات الهاتفية لاستجداء وجذب الجمهور .
- 8- استغلال مناخ المرونة والانفتاح النسبي للإعلام في الدول العربية من قبل قوى سياسية وطائفية ودينية أدى إلى إطلاقها لقنوات لا هوية لها ولا أهداف واضحة في ظل عدم المراقبة الرسمية (cm seduction,2019). وبالنظر إلى مميزات وسلبيات البث الفضائي العربي يستخلص الباحث أن المردود التتموي في مجالاته البشرية والمادية والسياسية والروحية والثقافية والقيمية وغيرها لا يتناسب مع ما ينفق في هذه الفضائيات من جهد ومال رغم أن الدول العربية التي ينطلق منها هذا البث لا زالت تصنف ضمن دول العالم الثالث التي تقع على مسافة بعيدة من التقدم والإزدهار، ولا زالت شعوبها في حاجة إلى التسلح بالعلم والمعرفة والحفز على تفجير الطاقات لتحقيق التنمية، علماً أن خبرة العرب مع البث الفضائي بلغت 28 عاماً منذ انطلاق أولى

القنوات الفضائية في المنطقة العربية عام 1991م (MBC) ، تؤكد ذلك دراسة لمجموعة المرشدين العرب (Arab Advisors Group) أوضحت أن عدد القنوات الفضائية العربية المجانية على عريسات ونيلسات قد وصل إلى 263 قناة منذ نهاية أكتوبر 2006م وأن أكثر من 73% من هذه القنوات يملكها القطاع الخاص وأن عدد القنوات الفضائية العربية بلغ 696 قناة متنوعة بنهاية العام 2009م(المختصر، 2019) ، وتقيد دراسة أخرى أعدها طارق السويدان المدير العام لقناة الرسالة الدينية التابعة للوليد بن طلال أن عدد القنوات العربية سيصل إلى 7000 قناة في العام 2012م في الوقت الذي يغيب فيه عن بال المهتمين بالمشهد الفضائي العربي مجرد مناقشة مضمون ما تبثه هذه القنوات، ويقول الدكتور وديع العزي في كتابه (القنوات الفضائية في عصر العولمة- الثقافة الوافدة وسلطة الصورة)، إن الناظر إلى خريطة الفضاء الدولية يلمس تواجداً كبيراً وحضوراً مكثفاً للفضائيات العربية بالمقياس الكمي ولكن هل القائمين على هذه الفضائيات قاموا بتوظيفها لخدمة أهداف التنمية في المجتمع العربي ومساعدته على مواكبة حاضره وتوجيه طاقاته نحو تحقيق مستقبل أفضل يمكنه من مساهمة الركب الحضاري في القرن الحادي والعشرين وهو مسلح بالفكر والعلم والمعرفة؟(الدورية الإخبارية الأسبوعية، 2019) وظل كثير من الرأسماليين العرب يتعامل مع الإعلام العربي ك مجال فقط من مجالات الاستثمار ، وأبرز المستثمرين العرب في مجال البث الفضائي ويقع على عاتقهم جزء من المسؤولية الاجتماعية لهذا البث تجاه المجتمع العربي كما أوردت مجلة فوربس Forbes النسخة العربية هم :

الشيخ وليد الإبراهيم آل إبراهيم: يعتبر أحد رواد الإعلام العربي الفضائي ومن أقدم العاملين في المجال التلفزيوني، أسس شركة (آراء) للإنتاج التلفزيوني في مطلع الثمانينيات من القرن العشرين، وهو أول من بدأ الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي ذلك بإطلاق محطة مركز تلفزيون الشرق الأوسط MBC من لندن بمشاركة الشيخ صالح كامل ، وكانت للإبراهيم أغلبية الأسهم ثم امتلاكها كاملة فيما بعد.

الشيخ صالح كامل: يعد الشيخ صالح كامل رئيس مجموعة دلة البركة، من أوائل المستثمرين السعوديين في الإعلام، وأول من أنشأ مؤسسة للإنتاج الإعلامي، هي الشركة العربية للإنتاج الإعلامي، ومن أوائل مؤسسي دار عكاظ السعودية للنشر، ومساهم في صحيفة الوطن السعودية، وكان شريكاً في مشروع محطة مركز الشرق الأوسط MBC ، بالمشاركة مع السعودي الشيخ وليد الإبراهيم عندما بدأ المشروع من لندن ثم باع حصته في MBC وأسس محطة راديو وتلفزيون العرب ART برأس مال قدره 1.5 مليار دولار(الديار سات، 2019) ، وهنا يشير الباحث إلى الخطوة التي اتخذتها ART مؤخراً ببيع قنواتها الرياضية إلى شبكة قنوات الجزيرة الرياضية.

الأمير الوليد بن طلال: تقدر ثروته بأكثر من 20 مليار دولار، وكان مسيطراً على سوق الكاسيت ثم قام فيما بعد بشراء شركة ART (Arab Radio And TV) راديو وتلفزيون العرب ويسهم الشيخ صالح كامل معه في شركة روتانا للإنتاج الفني بنسبة 25% ، وهي كانت الداعم الرئيسي لقناة الموسيقى بشبكة راديو وتلفزيون العرب.

الأمير خالد بن عبد الله بن عبد الرحمن بن عبد العزيز: هو مالك قناة أوربت المتخصصة في الخدمات التلفزيونية المشفرة Coded ، وتملك حقوق عدد من الشركات التلفزيونية الغربية، وكانت أوربت قد دخلت في شراكة مع هيئة الإذاعة البريطانية، وأطلقتا محطة بي بي سي العربية (BBC ARABIC)، إلا أن العلاقة لم تدم طويلاً بسبب الخلافات حول إدارة الشأن التحريري

للمحطة ، وانتهت العلاقة في عام 1995م بعد عام ونصف العام تقريباً، ولمجموعة أوربت مشروع جديد يقوم على تقديم الخدمات التلفزيونية عبر الإنترنت برأس مال يصل إلى 300 مليون دولار.

د. أحمد بهجت :أنشأ قناة دريم الفضائية في عام 2001م برأس مال قدره 40 مليون جنيه مصري وهي أول قناة فضائية مصرية خاصة وكان يدفع بهجت سنوياً ما يقارب 38 مليون جنيه مصري كقيمة إعلانات تجارية للتلفزيون المصري والفضائيات الأخرى لذا قرر إنشاء هذه القناة لتؤدي الوظائف الإعلامية والإعلانية .

د.حسن راتب: هو صاحب الحصة الأكبر في قناة المحور التي بدأت بثها الفضائي في عام 2002م ولا تحظى بمشاهدة عربية كبيرة وليست لها استراتيجية أو هوية محددة تمكنها من الوصول إلى مكانة متقدمة بين الفضائيات العربية الأخرى.

ظفر صديقي: هو بريطاني من أصل باكستاني، اقتحم مجال القنوات الفضائية العربية مستندا على خبرته الثرة في مجال الحسابات والتدقيق وفترة عمله الطويلة في منطقة الشرق الأوسط حيث أسس شركة ميدل إيست نيوز Middle East News في مدينة دبي للإعلام، ليحصل بعدها على ترخيص من شركة (Consumer News and Business Channel) CNBC العالمية لتأسيس CNBC العربية وهي المحطة الاقتصادية العربية الوحيدة، بعد خروج محطة دبي الاقتصادية من الساحة بعد فشلها في منافسة المحطات العالمية في هذا المجال(الديار سات،2019).

المطلب الرابع

إجراءات الدراسة التطبيقية والتحليلية

في هذا المطلب الخاص بالدراسة التطبيقية والتحليلية صمم الباحث استبانة (Questionnaire) للحصول على بيانات من المبحوثين وهم عينة من فئات الجمهور العربي المتواجدين بالعاصمة السودانية الخرطوم بما فيهم بعض السودانين، وبعد حصوله على المعلومات قام بتفريغها في جداول وحولها إلى نسب وتكرارات وقام بتحليلها للحصول على نتائج الدراسة وتم ذلك على النحو التالي :-

- من الجدول والشكل رقم(1) يتضح أن غالبية أفراد العينة من فئة الذكور بنسبة وصلت إلى 65% أما فئة الإناث نسبتها تفوق نصف نسبة الذكور بقليل أي 35%.

- من الجدول والشكل رقم (2) يتبين أن غالبية المبحوثين تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية 31 -40 وذلك بنسبة 40% يليهم من تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية 20-30 بنسبة 25% ، ومن تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية 41 - 50 جاءت نسبتهم 20%، بينما الفئة العمرية 51 فأكثر نسبتهم 12% .

- الجدول والشكل رقم (3) يبين أن نصف المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية (أحيانا) وذلك بنسبة 50% وهذه النسبة كبيرة تشير لمستوى المشاهدة العالي للفضائيات العربية ، يليهم من يشاهدون باستمرار بنسبة بلغت 35% وهذا يعزز النتيجة الأولى لارتفاع مستوى المشاهدة، وهناك من يشاهدون بالصدفة توقفت نسبتهم عند 5%، أما من لا يشاهدون نسبتهم 10%.

- الجدول والشكل رقم (4) يوضح أن نصف المبحوثين وبنسبة 50% يعود سبب عدم مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية إلى عدم وجود الوقت المناسب للمشاهدة وذلك يعود لإنشغالهم بمهام حياتية مختلفة، وهذا يتفق مع ماجاء بالجدول رقم(3) ، يليهم وبنسبة بلغت 33.4% من يعود السبب لعدم إمتلاكهم لجهاز تلفزيون، أما من يعود السبب لأشياء أخرى توقفت نسبتهم عند 16.6%.

- الجدول والشكل رقم (5) يوضح أن نصف المبحوثين 50% لا يتابعون قنوات الترفيه والتسلية وهذا يتفق مع ماجاء بالجدول رقم (4) ، يليهم من يتابعونها أحيانا بنسبة بلغت 17.6%، ومن يتابعونها حسب الظروف بلغت نسبتهم بلغت 15% ، أما من يشاهدونها باستمرار وبالصدفة تساوت نسبتاهم 8.7% لكل .

- الجدول والشكل رقم (6) يوضح أن غالبية المبحوثين يتابعون القنوات الإخبارية وذلك بنسبة 45% وهذه النسبة كبيرة تدل على ثقة المبحوثين في محتوى القنوات الإخبارية العربية، يليهم وبنسبتين متساويتين 20% لكل من يتابعون قنوات الدراما والأفلام، ومن يتابعون القنوات الرياضية ، أما من يتابعون قنوات الأغاني جاءت نسبتهم منخفضة 10% وهذا يشير إلى أن معظم الجمهور العربي لا يميل إلى هذا النوع من القنوات، ومن يتابعون قنوات أخرى من المبحوثين توقفت نسبتهم عند 5%.

- الجدول والشكل رقم (7) يوضح أن غالبية المبحوثين وبنسبة 40% غير راضين عن واقع الإعلام التلفزيوني العربي وهذه النسبة ليست قليلة وهي تشير إلى ضرورة مراجعة الواقع الإعلامي التلفزيوني العربي وتوجيهه وتطويره ، يليهم الراضون إلى حدما والراضون تماما بنسبتين مختلفتين مجموعهما 42.5% ، وهذا يتفق مع ماجاء بالجدول رقم (6) ، بينما غير المتأكدين جاءت نسبتهم 17.5%.

- الجدول والشكل رقم (8) يوضح أن غالبية المبحوثين وبنسبة 40% يرون أن الجوانب غير المرضية لديهم في واقع الإعلام العربي، أن بعض الفضائيات تقدم برامج تعمل على تجهيل المتلقي بدلا من تثقيفه ، يليهم وبنسبة 20% ، من كان السبب لديهم يكمن في التسييس للرسالة الإعلامية ، وجاء بنسبتين متساويتين 15% لكل من كان السبب في رأيهم هو عدم الحيادية والمهنية في بعض البرامج الإخبارية ، وكذلك تجاهل مايعزز التضامن العربي وتوحيد مصير الأمة ، ومن يعود عدم رضائهم لأسباب أخرى توقفت نسبتهم عند 10%.

- الجدول رقم(9) يوضح أن أكثرية المبحوثين وبنسبة 45% غير متأكدين من مقدرة الفضائيات العربية على تحقيق التوازن الثقافي والمعرفي لدى المتلقي العربي ، والذين لا يوافقون نسبتهم 17.5% ، ومجموع هاتين النسبتين يعطي مؤشرا سلبيًا حول هذا المتغير مما يحتم ضرورة مراجعة دور الفضائيات العربية في هذا الجانب ، أما الذين يوافقون ويوافقون بشدة بلغ مجموع نسبتيهما 30% ، وهذا يعزز النتيجة السابقة .

المطلب الخامس

النتائج، التوصيات، الجداول، الأشكال، قائمة المصادر والمراجع.

أولاً: نتائج الدراسة:

- 1- أثبتت الدراسة أن أفراد العينة المبحوثة يشاهدون القنوات الفضائية العربية .
- 2- أكدت أن بعض المبحوثين الذين لا يشاهدون الفضائيات العربية يعود السبب في ذلك لعدم امتلاك بعضهم لجهاز التلفزيون وعدم توفر الوقت الكافي للبعض الآخر .
- 3- أوضحت الدراسة أن معظم المبحوثين لا يتابعون قنوات التسلية والترفيه.
- 4- بينت الدراسة أن أغلب أفراد العينة المبحوثة يتابعون القنوات الإخبارية ثم القنوات الرياضية وقنوات الدراما والأفلام.
- 5- أبانت الدراسة عدم رضا غالبية المبحوثين عن واقع الإعلام التلفزيوني العربي.
- 6- أكدت الدراسة أن الجوانب غير المرضية لدى المبحوثين في واقع الإعلام التلفزيوني العربي هي ، تخصص بعض القنوات الفضائية العربية في برامج لتجهيل الجمهور، عدم الحيادية والمهنية في بعض البرامج الإخبارية، تجاهل مايعزز التضامن العربي وتوحيد مصير الأمة، التسييس للرسالة الإعلامية .
- 7- أوضحت الدراسة أن المبحوثين غير متأكدين من مقدرة الفضائيات العربية على تحقيق التوازن الثقافي والمعرفي لدى المتلقي العربي .

ثانياً: توصيات الدراسة:

- 1- على الفضائيات العربية مراجعة برامجها حتى تلبي رغبات المشاهد العربي.
- 2- على قنوات الترفيه والتسلية أن تتبنى خطأ ملتزماً لصناعة الترفيه المباح .
- 3- على أصحاب الفضائيات العربية الخاصة مراعاة النواحي التربوية والأخلاقية والقيمية بدلاً من التركيز فقط على الكسب المادي.
- 4- على القنوات الفضائية العربية الابتعاد عن برامج تجهيل الجمهور العربي.
- 5- إلترام الحيادية والمهنية في البرامج الإخبارية، والإهتمام بمايعزز التضامن العربي ويوحيد مصير الأمة.
- 6- ضرورة الابتعاد عن تسييس الرسالة الإعلامية والعمل على تحقيق التوازن الثقافي والمعرفي لدى المتلقي العربي .

ثالثاً: المصادر والمراجع:

- 1- عثمان عبد الرحمن، (1995م) مناهج البحث العلمي وطرق كتابة الرسائل الجامعية، دار جامعة أفريقيا العالمية للنشر، الخرطوم.
- 2- أبوعلام رجاء ، (1998م) مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، ط1، دار النشر للجامعات ، القاهرة.
- 3- المبارك محمد ، (1992م)، البحث العلمي، أسسه وطريقة كتابته، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة.
- 4- شمو علي، (د . ت) تكنولوجيا الفضاء وأقمار الإتصالات، دار القومية العربية للثقافة والنشر، القاهرة.
- 5- شمو علي ، المرجع نفسه.
- 6- 2018/12/3 cms.education.gov.il/NR/rdonlyres./Arabit1.docx
- 7 - مرجع سابق، 2018/12/5 cms.education.gov.il/NR/rdonlyres/Arabit1.docx

- 8- الجمال راسم، (2006م)، الاتصال والإعلام في العالم العربي في عصر العولمة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة.
- 9- مرجع سابق، cms.education.gov.il/NR/rdonlyresArabit1.docx 2018/12/7م.
- 10- الجمال راسم ، مرجع سابق.
- 11- أبوعرجة تيسير، (2006م) ، قضايا ودراسات إعلامية ، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 12- مركز دراسات الوحدة العربية، (أغسطس 2004م)، العرب والإعلام الفضائي، ط1، سلسلة كتب المستقبل العربي(34)، بيروت، لبنان .
- 13- مرجع سابق cms.education.gov.il/NR/rdonlyres 2018/12/8م
- 14- مجلة أجيال الالكترونية، <http://www.ajeal.net/porta> 2019/1/18م
- 15- مرجع سابق/ cms.education.gov.il/NR/rdonlyres 2019/1/21م
- 16- المرجع نفسه 2019/1/27م
- 17- مرجع سابق، cms.education.gov.il/NR/rdonlyres 2019/2/2م
- 18- <http://www.almokhtsar.com/news.php?actio> -18 2019/2/7م
- 19- <http://www.26sep.net/newsweekarticle.php?lng> 2019/2/9م
- 20- <http://www.aldiyarsat.net/news/129/ARTICLE04> 2019/2/11م
- 21- مصدر سابق ، <http://www.aldiyarsat.net/news/129> ، 2019/2/13م
- رابعاً: الجداول:

جدول رقم (1) يبين العينة المبحوثة حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	52	65%
أنثى	28	35%
المجموع	80	100%

جدول رقم (2) يبين الفئة العمرية للمبحوثين

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
20- 30	20	25%
31- 40	32	40%
41- 50	16	20%
51 فأكثر	12	15%
المجموع	80	100%

جدول رقم (3) يوضح مدى مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية العربية

مدى المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
بإستمرار	28	%35
أحيانا	40	%50
بالصدفة	4	%5
لا أشاهد	8	%10
المجموع	80	%100

جدول رقم (4) يوضح سبب عدم مشاهدة بعض المبحوثين للقنوات الفضائية العربية

سبب عدم المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
لا أملك تليفزيون	4	%33.4
عدم وجود الوقت المناسب للمشاهدة	6	%50
أخرى	2	%16.6
المجموع	12	%100

جدول رقم (5) يوضح مدى متابعة المبحوثين لقنوات الترفيه والتسلية

مدى المتابعة	التكرار	النسبة المئوية
بإستمرار	7	%8.7
أحيانا	14	%17.6
بالصدفة	7	%8.7
حسب الظروف	12	%15
لا أتابع	40	%50
المجموع	80	%100

جدول رقم (6) يوضح نوع القنوات الفضائية العربية التي يتابعها المبحوثون

نوع القناة	التكرار	النسبة المئوية
القنوات الإخبارية	36	%45
قنوات الدراما والأفلام	16	%20
قنوات الأغاني	8	%10
القنوات الرياضية	16	%20
أخرى	4	%5
المجموع	80	%100

جدول رقم (7) يوضح رضاء المبحوثين عن واقع الإعلام التلفزيوني العربي

نوع الرضاء	التكرار	النسبة المئوية
راضي تماما	12	%15
راضي إلى حدما	22	%27.5
غير متأكد	14	%17.5
غير راض	32	%40
المجموع	80	%100

رقم(8) يوضح الجوانب غير المرضية لدى المبحوثين في واقع الإعلام التلفزيوني العربي

الجوانب غير المرضية	التكرار	النسبة المئوية
تخصصت بعض القنوات في برامج لتجهيل الجمهور	32	%40
عدم الحيادية والمهنية في بعض البرامج الإخبارية	12	%15
تجاهل مايعزز التضامن العربي وتوحيد مصير الأمة	12	%15
التسييس للرسالة الإعلامية	16	%20
أخرى	8	%10
المجموع	80	%100

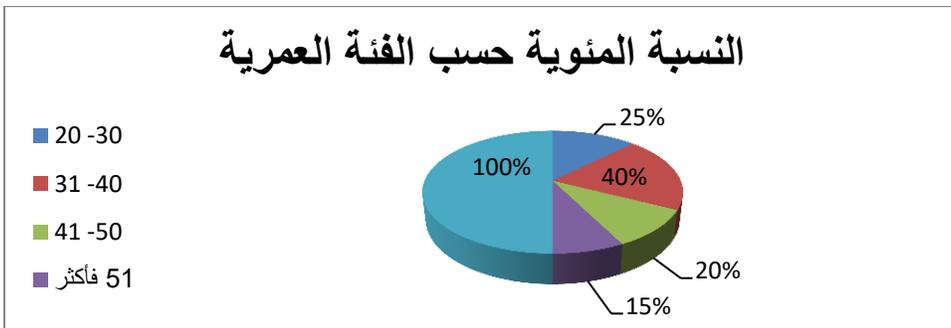
جدول رقم(9) يوضح موافقة المبحوثون على مقدرة الفضائيات العربية على تحقيق التوازن الثقافي والمعرفي لدى المتلقي العربي

درجة الموافقة	التكرار	النسبة المئوية
أوافق بشدة	10	%12.5
أوافق	20	%25
غير متأكد	36	%45
لا أوافق	14	%17.5
المجموع	80	%100

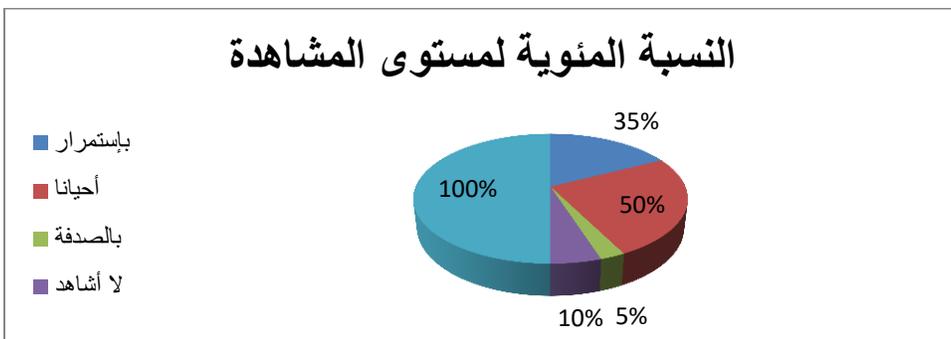
شكل رقم (1) يبين العينة المبحوثة حسب النوع



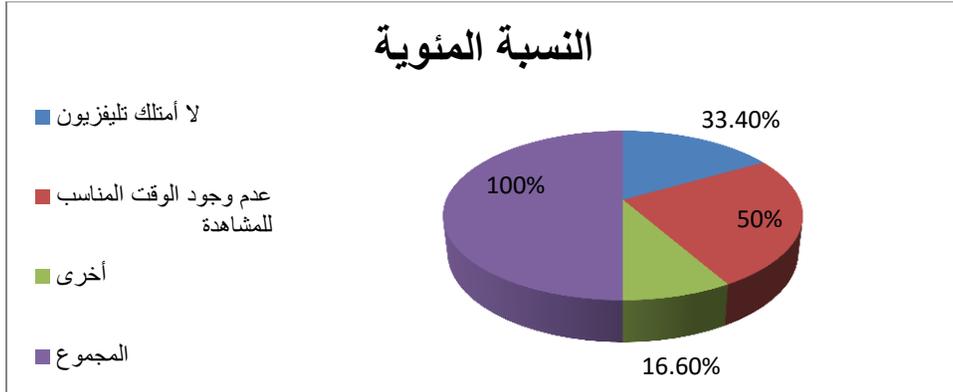
شكل رقم (2) يبين الفئة العمرية للمبحوثين



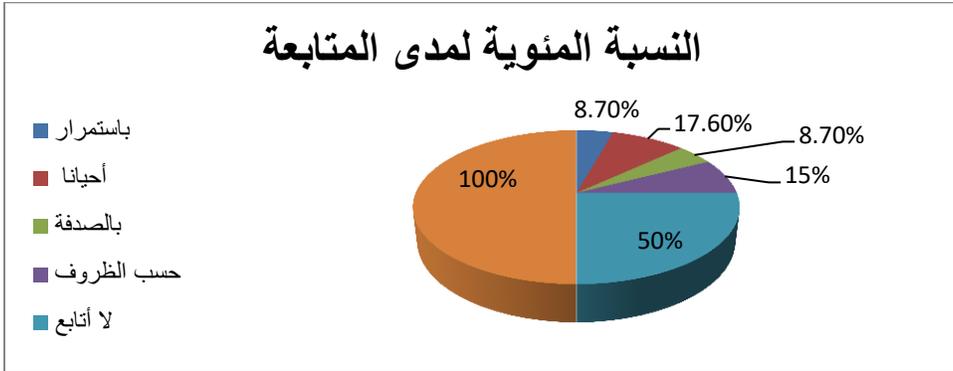
شكل رقم (3) يوضح مدى مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية العربية



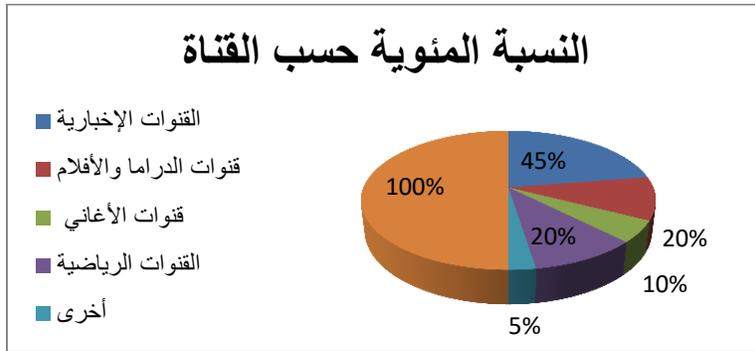
شكل رقم (4) يوضح سبب عدم مشاهدة بعض المبحوثين للفضائيات العربية



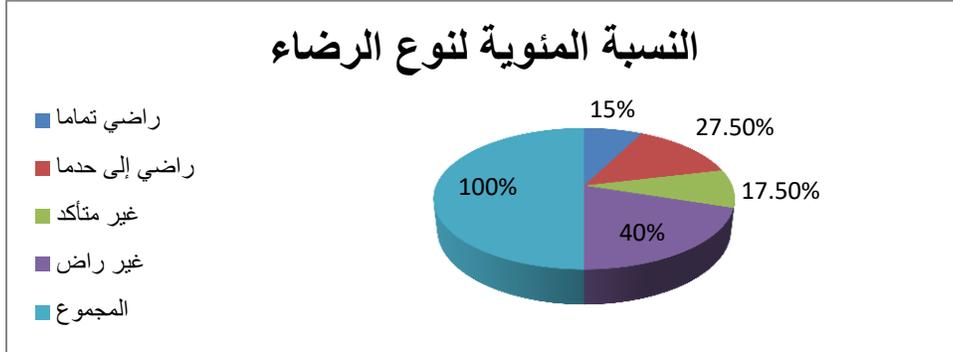
شكل رقم (5) يوضح مدى متابعة المبحوثين لقنوات الترفيه والتسلية



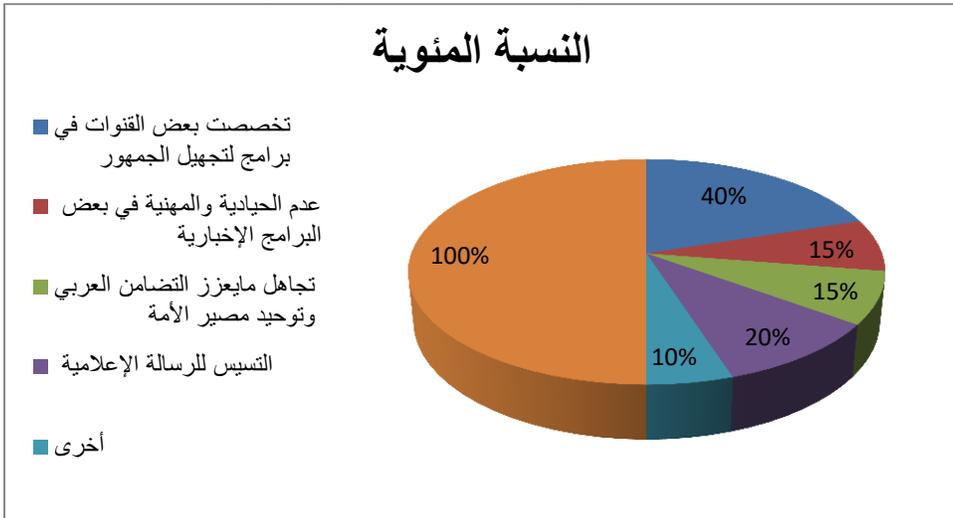
شكل رقم (6) يوضح نوع القنوات الفضائية العربية التي يتابعها المبحوثون



شكل رقم (7) يوضح رضا المبحوثين عن واقع الإعلام التلفزيوني العربي



شكل رقم (8) يوضح الجوانب غير المرضية لدى المبحوثين في واقع الإعلام التلفزيوني العربي



شكل رقم (9) يوضح موافقة المبحوثون على مقدرة الفضائيات العربية على تحقيق التوازن الثقافي والمعرفي لدى المتلقي العربي

