

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

دراسة ميدانية

د/ فوزية آل علي *

مقدمة :

ان التقدم المذهل في وسائل الإعلام أصبح في ذاته من أكثر المظاهر التي تقلق بال العالم، وبعد أن خبر العالم المراحل الأولية للتجديد التكنولوجي السريع وما يسمى (بانفجار المعلومات) وتكون البيانات يشعر المراقبون العالمون ببواطن الأمور تعليق على الرحلة التالية، التي ستفتح فيها تكامل النظر، ما طرأ من توسعات ضخمة في القدرة على الإرسال من آفاق لا حد لها بصفة خاصة، مما هي بالقدرة التي تكمن في هذه هل ستحظى التكنولوجيا القدرة على استخدامها لغايات يمكن قبولها اجتماعياً ومصالح من ستحقق أولاً ما هي الاتجاهات التي يمكن إدراكها¹. وفي إطار التسليم بالأدوار المهمة التي تؤثر بها كل من المنظومة التعليمية والثقافية والدينية والسياسية والإعلامية في تشكل الشق الثقافي والقيمي السائد في المجتمعات العربية تبرر أهمية الدور الذي تقوم به الفضائيات المحلية والسياسات المرتبطة بها والتي تتمثل في قدرتها الهامة على التأثير المستمر والمقصود الأبعاد على مختلف الشرائح الاجتماعية والمتعلمة، وعلاوة على ما تشير به هذه القنوات من طبقة مزدوجة تساعد على نشر وترويج الأفكار والقيم والقضايا المتناقضة في آن واحد، فهي تساعد على تغيير العادات والتقاليد والقيم والأفكار والمفاهيم التقليدية، وتسهم بذلك في خلق أشكال جديدة من الوعي أو تعمل على تثبيت وتعميق القيم والرؤى التقليدية².

* الاستاذ المشارك بكلية الاتصال - جامعة الشارقة

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

مشكلة البحث :

تأسيا لما سبق تستهدف الدراسة معرفة الدور الذي يجب ان تقوم به القنوات الفضائية المحلية في هذه المرحلة الراهنة من عصر العولمة، و كيفية تدعيم القيم الاجتماعية والثقافية والدينية و من خلالها ومردود ذلك كله بإيجابياته وسلبياته على المجتمع الإماراتي ، وذلك بالتطبيق على عينة من جمهور الإمارات وتوفير معلومات كافية لدور هذه القنوات في تدعيم القيم لمتخذي القرار في تلك المحطات لتحسين برامجها و ثم الاستفادة منها.

التساؤلات التي يسعى البحث الإجابة عليها :

- ما القنوات المحلية الفضائية التي يتم مشاهدتها وتعرض لها العينة بانتظام .
- ما أهم القيم الاجتماعية والثقافية والدينية التي تسعى تلك الفضائيات لتدعيمها من وجهة نظر العينة ؟
- ما الآثار المترتبة على مشاهدة هذه القنوات من وجهة نظر العينة المبحوثة ؟
- كيف يمكن التصدي للسلبيات فيما تعرضه القنوات الفضائية المحلية ، وكيف يمكن تقرير ايجابيات المشاهدة تدعيما للقيم المجتمعية ؟.
- ما الموضوعات التي يتم تناولها في برامج تلك الفضائيات ؟
- نوعية البرامج المفضلة لدى جمهور العينة وأسباب التفضيل؟
- ما مدى توفير معلومات دقيقة للمسؤولين و متخذي القرار في تلك الفضائيات عن دورها في تدعيم القيم ؟

أهمية البحث :

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

تتبلور أهمية البحث في التالي :

تبرز أهمية هذه الدراسة في التصدي لمعالجة الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية المحلية في تشكيل صورة المجتمع الخليجي المعاصر ، لا بد ان يندرج ضمن سياق الدور الذي تقوم به هذه القنوات في تشكيل الشق القيمي والثقافي السائد في المجتمع الإماراتي، كما تعود أهميتها في السعي للتعرف على اتجاهات وأراء الجمهور نحو دور القنوات الفضائية المحلية في تدعيم وتشكيل النسق أقيمي للمجتمع الإماراتي ، وذلك بالتطبيق على عينة من جمهور الإمارات تمثلت في طلبة جامعة الشارقة.

الإطار النظري

تتطلب دراسة اتجاهات الجمهور العام فضلا عن الاعلاميين نمو اداء القنوات الفضائية الاماراتية تبني النظريات بغية تقدم بدورها تفسيراً علمياً ومنطقياً لاثبات تشكيل الاتجاهات

وتعتمد الدراسة الحالية على نموذجين من أبرز النماذج العلمية التي يمكن ان تقوم بتفسير عملية تشكيل الاتجاهات لدى الافراد نحو الموضوعات المختلفة جماعة كالتالي .

- نموذج توقع القيم Expecting value model

- نموذج خضوع الآخرين وتأثيرهم بمضامين وسائل الاعلام

The third person Effect model

اولا : نموذج توقع القيمة :

ان فهم عملية تشكيل الاتجاهات تحتاج الى التعرف على الكاتزم الذي يستطيع من خلاله معرفة الجانب الوجداني لمعلومات المشاهدين نحو الموضوعات والمؤسسات والقنوات المتنوعة في المجتمع وخصوصا عندما تتصف تلك القنوات بالحدائة ، حيث تعد القنوات الفضائية الإماراتية كيانا حديثا على المشاهدين الإماراتيين ، إلا أن لدى المشاهدين إطار³.

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

مرجعي متشابه القنوات الأرضية والفضائية السابقة يمكن الاستعانة به في تشكيل آرائه في اتجاه القنوات الجديدة ، فضلا عما يقوم به من تقييم لها وتحديد وزنها النسبي – أدائها في المجتمع المصري.⁴

ويعد نموذج " توقع القيمة " الذي طرحه " فيشباين " Fishbein " في صورته النهائية عام 1967 نموذج للإطار النظري التفسيري للدراسة الحالية ، حيث يشير هذا النموذج الى أن المعلومات والحقائق المختلفة التي لها علامة بموضوع ما تحمل اوزانا نسبية من الأهمية ، ويتوقف ذلك على إدراك الفرد للأهمية النسبية لمكونات هذه المعلومات بالإضافة إلى بروزها ومدى ملاءمتها لقيم الموضوع وتفسيره وبالتالي تكون تلك المعلومات ذات تأثير فعال في تكوين الاتجاه النهائي للفرد نحو هذا الموضوع . ويشير الباحثون المتخصصون في مجال الإنتاج التلفزيوني والإعلامي إلا أن قياس اتجاهات المشاهدين نحو الأداء التلفزيوني عامة والإعلامي خاصة بمثابة أن يتم من خلال الربط بين معتقدات المشاهدين بشأن الوظائف التي يعرفون عنها من خلال التلفزيون أو التي تقدم للمستهلكين من خلال الإعلان.⁵

ولذلك تبرز أهمية نموذج " توقع القيمة " الذي يمثل رابطا نظريا ومنهجيا في المعتقدات والاتجاهات حيث يطرح هذا النموذج رؤية علمية ومنظمة لأبيات تكوين اتجاه وتعديله عبر الوقت، وذلك على أساس أنها تعتبر عمليات PROCESSES تحتوى على العديد من المتغيرات التي تحكم الاتجاه النهائي لدى الفرد نحو الموضوعات المختلفة فالاتجاه هو – Cognitive summation – لأجمالي الأوزان النسبية لسمات الموضوع، أي المدخلات التي تقود الى المحرمات "الاتجاه النهائي" لدى الفرد.⁶

فعلى سبيل المثال قد تتشكل اتجاهات المشاهدين نحو أداء القنوات الفضائية في عدد من السمات البارزة مثل : التزام هذه القنوات بأخلاقيات المجتمع ودرجة الحرمة في طرح الموضوعات والقضايا المهمة في المجتمع الإماراتي، وإشباعها لاحتياجات المشاهدين، ومستوى التطور الفني

الفصائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

والإبداعي لبرامجها " وتمثل السمات السابقة" المدخلات التي يقيمها المشاهدين في ضوء أهميتها النسبية لهم وصولا الى المخرجات اى اتجاهاتهم النهائية نحو أداء القنوات الفضائية.⁷

ويشير (ايثمان وزملاؤه) Bethman etal إلى:-

أن الأفراد يقيمون الموضوع في ضوء عدد كبير من المعتقدات المرتبطة به، وهو ما أشار إليه (فيشايين) في نموذج الخامس بتوقع القيمة إلا أن الخير قد أضاف مفهوم المحصلة المعرفية لأوزان هذه المعتقدات المرتبطة به التي تشكل في مجموعها الحكم النهائي للفرد على الموضوعات البارزة في محيطه سواء الشخصي أو المجتمعي.

ويتدرج نموذج توقع القيمة ضمن إطار نماذج السمات المتعددة -Mulbi attirute model. والتي تقدم تفسيراً علمياً ومنتظماً لآلية بناء اتجاهات الأفراد نحو الموضوعات المختلفة ، وينطلق هذا النموذج لدى (فسشباين) في عدة اعتبارات كآلاتي :

1- يشكل الفرد اتجاهه نحو الموضوعات التي تتصف بالأهمية

والبروز والتي تمس اهتماماته الذاتية أو المجتمعية سواء أكانت هذه الموضوعات ملموسة أو مجردة

2- يمثل الموضوع الإطار العام الذي يشتمل على مكونات عدة وفقا

لنطاق الاتجاه ومداه ، فقد يكون الموضوع شخصا بعينه أو جماعة

بعينها أو مؤسسة أو هيئة ما وقد يكون كيانا إعلاميا أو سياسيا أو

اقتصاديا.

3- ينطوى الموضوع في طبيته على عدد من السمات البارزة salient attributes والتي ترتبط ارتباطا وثيقا بمعتقدات الفرد حال تقييمه للموضوع

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

4- يمثل الاتجاه النهائي محصلة للأوزان النسبية التي يعطيها الفرد لسمات الموضوع التي تتحدد وفقا (ايجابي ،سلبى) .⁸

ويعبر عن عدم التحديد بأنه الاتجاه نحو الموضوع البارز.

5- تتزايد قدرة الفرد على تشكيل الاتجاه كلما زادت المعلومات المتوفرة لديه عن الموضوع البارز ويعنى ذلك إن الاتجاهات تبنى على قاعدة معلوماتية حيث يتوازى الاتجاه مع محدودية هذه القاعدة المعلوماتية المتوفرة لدى الفرد.

ويمثل نموذج توقع القيمة مزاجا جديدا في قياسه للاتجاه فى هيئة محصلة معرفية على حين ركزت النماذج إتاحة بتشكيل الاتجاه وتعديله على عمليات الإنسان أو على العكس التنافر الداخلي لدى الفرد اى توازنه المعرفي Cognitive banana حال تشكيله لاتجاهاته نحو الموضوعات المختلفة، وبالتالي لا تقدم هذه النماذج رؤية تفسيرية لآلية تشكيل الاتجاهات والعوامل المؤثرة فيها.⁹

ثانيا نموذج خضوع الآخرين وتأثرهم بمضامين وسائل الإعلام : The third person effect. يعبر عن اعتقاد الفرد وأمثاله فى نفس الشريحة الاجتماعية أو الثقافية أو المهنية لا تمتد إليهم تأثيرات وسائل الإعلام بيد أنها تنتج بفاعلية مع الآخرين من أفراد الجمهور وفى التعميم المنهجي لهذه الدراسة يحاول الباحث رصد مدى وجود هذه التأثيرات على مستوى الإعلاميين (الجمهور المتخصص) فضلا عن الجمهور العام واتجاهه وان الأمر يتعلق بتقييمهم لتأثيرات كيان إعلامي جديد وهو القنوات الخاصة التي تعبر عن مصالح وتوجهات أفراد وجماعات مصالح بعينها وقد انطلق نموذج خضوع الآخرين لتأثيرات وسائل الإعلام من منظور سيكولوجي يتعلق بالاختلاف فى — الفرد لتأثيرات هذه الوسائل والتي تقع عليه مقارنة بالآخرين من أفراد الجمهور فالفرد يعتقد انه فريد ويختلف عن الآخرين على حين أن الآخرين من أفراد الجمهور العام يتسمون بالسلبية والايقاعة

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

الخداع وسائل الإعلام .

ويفسر براين وآخرون عام 1997 المستفاد الفرد بالتأثيرات المباشرة لوسائل الإعلام في الآخرين على النحو التالي .

اعتقاد الفرد بأنه أكثر ذكاء من الآخرين يعود إلى دوافع مرتبطة بتدعيم صورة ايجابية عن الذات . وان تأثيرات وسائل الإعلام تطال الآخرين فقط لأنهم اقل ذكاء وأكثر ميل للخضوع لتأثيرات وسائل الإعلام.

وجود اعتقاد سائد لدى بعض الأفراد بأنه مضايف وسائل الإعلام في مضايف انتفاعية Persuasive وإنها في الغالب تستهدف خداع الجماهير واحتوائهم وفقا لنوايا القائمين بالاتصال وأهدافهم المعينة وينطوي نموذج خضوع الآخرين لتأثيرات وسائل الإعلام في:

المكون الادارى : Perceptual component

ويتعلق هذا المكون بتصنيف الفرد لتأثيرات وسائل الإعلام إلى نوعين

- تأثيرات خفيفة :

وقد يكون هو عرضه لها فضلا عن المطابقة له في الثقافة والمهنة .

- تأثيرات فعالة ومتعاضمة :

- يخضع لها باقي أفراد الجمهور الذى يفتقرون إلى القدرة على دفاعية selk denenc لمقاومة تأثيراتها المختلفة معرفية ووجدانية وسلوكية

2- المكون السلوكي: behavioral component

ويرتبط ارتباط وثيق بالرغبة في ممارسة رقابة ما عن وسائل الإعلام ضد محتوى وسائلها التي تهدد المجتمع وتجعله عرضة للانهايار الاعلامى والثقافى.¹⁰

الدراسات السابقة :

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

انتهت " هويدا مصطفى " (2002) إلى أن الإعلام المصري لم يفي باحتياجات النخبة من المعلومات بما يتوافق مع مستوياتها المعرفية وأناسقها العلمية ، وهو ما أدى إلى عدم تأثرها بتوجهات التغطية الإعلامية حول أحداث الحادي عشر من سبتمبر.

وأكدت دراسة " خالد صلاح الدين " (2003) أن الإعلاميين يرون أن القنوات الخاصة المصرية لا تضطلع بمهام الحفاظ على الهويتين العربية والإسلامية ، وأنها تتجاوز حدود العادات والتقاليد في المجتمع، وإن كانت هذه القنوات تتمتع بقدر من الحرية.

وأشارت حنان سليم (2005) إلى وجود اتجاهات إيجابية لدى الصفوة المصرية نحو مكونات الأداء الإعلامي للقنوات الإخبارية العربية (النيل والجزيرة والعربية) ومنها: الفورية في نقل الأحداث ، والجرأة في طرح الموضوعات ، والمصداقية والدقة في طرح المعلومات ، والتوازن في طرح مختلف الآراء ، والحياد والموضوعية في التناول.

وانتهى " Caspi " (1981) إلى أن السياسيين في إسرائيل أكثر انتقاداً لوسائل الاتصال الإلكترونية مقارنة بوسائل الاتصال المطبوعة ، كما أن التلفزيون كان وسيلة الإعلام الأكثر انتقاداً من جانب النخبة ، حيث يعد أكثر وسائل الإعلام تحيزاً للحكومة الإسرائيلية.

وأشارت " هويدا مصطفى " (2001) إلى أن النخب المصرية ترى أن ما يخصصه التلفزيون من وقت لعرض برامج الأحزاب السياسية المعارضة أثناء انتخابات مجلس الشعب يعد غير كاف ، كما أن توقيت عرض برامج الأحزاب تلفزيونياً غير ملائم للقاعدة العريضة من الجماهير.

واستهدفت دراسة عن اتجاهات الجمهور الإعلاميين نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة في مصر (2003) معرفة مدى التزام هذه القنوات بالقوانين العربية والإسلامية ، ومدى التزامها بالأخلاق في أنماط

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

ممارستها للعمل الإعلامي، ومدى مشاركة الجمهور في برامجها ، ونوعية المضامين المذاعة ، وقدر الحرية المتاحة لهذه القنوات وأهم النتائج التي تبلورت عرض الدراسة هي اتفاق الجمهور العام والإعلاميين في أن تلك القنوات لا تضطلع بمهام الحفاظ على الأعراف العربية والإسلامية ، وأن هذه القنوات ليست ملتزمة العادات والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع بعرض موضوعات هامة من الناحية الأخلاقية ، كما أن أنماط سلوك المذيعين والمذيعات ليست منسجمة مع عادات وتقاليد المجتمع. وأوضحت النتائج وجود اتفاق في إجابات المبحوثين على أن هذه القنوات تتمتع بقدر مرتفع من حرية التعبير مما يدعم بدوره ديمقراطية الإعلام ، وأبدى المبحوثين اتجاهات ايجابية في مدى مشاركة الجمهور في البرامج التي تذيعها تلك القنوات

انتهى " وليد عمشة " (2001) من دراسته التحليلية لقناتي الجزيرة ومركز تليفزيون الشرق الأوسط ، إلى أن الأخبار المقدمة في كلتا القناتين تتسم بالحدثة، كما يبرز فيهما التوازن في معالجة الأحداث الدولية ، إضافة إلى أن البرامج الإخبارية تعالج موضوعات تتسم بالأنية والسخونة واللحظية ، والاعتماد النسبي على مبادئ الموضوعية والشمول والتوازن في المعالجة .

وانتهت دراسة " رحيم مزيد " (2002) حول قناة الجزيرة إلى نتائج عدة ، تتمثل أهمها في تعدد عوامل الجذب في المعالجة الإخبارية المقدمة في هذه القناة ، وتشتمل على الجرأة في طرح الموضوعات المختلفة ، والابتعاد عن الرتابة والرسمية ، والاهتمام بقضايا المواطن العربي ، والاحتراف في جمع وتحرير وتقديم الأخبار ، ويقابل هذه المزايا وجود سلبيات عديدة في ممارسة العمل الإخباري بهذه القناة تتمثل في خضوعها للسياسة القطرية في أحيان كثيرة. وخلصت الدراسة ذاتها إلى أن القائمين بالاتصال في هذه القناة يتمتعون بمستوى خبرة متميز ، وأن لديهم قدراً كبيراً من الحرية النسبية في معالجتهم للأحداث العربية والدولية ، كما

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

أشارت هذه الدراسة أيضاً إلى اتساع جماهيرية قناة الجزيرة كمصدر للمعلومات بين المواطنين العرب داخل الدول العربية وخارجها ، وفق استطلاعات الرأي العام التي أجريت على عدد من العواصم العربية والدولية.

وانتهت " نشوى عقل " (2002) إلى أن قناة النيل الإخبارية تركز في نشراتها وبرامجها الإخبارية على القضايا المحلية الخاصة بمصر ، يليها الاهتمام بالقضايا العربية ولاسيما القضية الفلسطينية ، كما أكدت الدراسة ذاتها تراجع قيم الفورية والتوازن في المعالجة الإخبارية للأحداث التي تقدمها نشرات الأخبار، ورصدت هذه الدراسة أهم الضغوط التي يواجهها القائمون بالاتصال في هذه القناة ، وتمثلت في الضعف التقني ، وضعف التدريب، ونقص الموارد ، إضافة إلى الضغوط المهنية والروتين اليومي.

التعقيب على الدراسات السابقة:

ويكشف استعراض الدراسات السابقة عن أنها ركزت على دراسة القنوات الفضائية الخاصة من حيث كونها وسائل كما ركزت على الإشباع المتحققة من مشاهدة تلك القنوات الفضائية إلا أنها لم تهتم بدراسة تحليل ورصد دورها وتأثيرها على النسق-القيمي للمجتمع ومساندة القضايا العربية والقومية والوطنية فيما يعد مبرراً للقيام بهذه الدراسة

التعليق على الدراسات السابقة:

اجمعت الدراسات السابقة على ان القنوات العربية قد ساعدت على تطوير الاداء الاعلامي خلال مبدأ التنافس مع القنوات الدولية

- اهتمت بعض الدراسات العربية - التأثيرات السلبية للقنوات الفضائية وعلى الجمهور بأنواعه المختلفة ، وفيما لم تهتم كثيرا بالقيم الإيجابية التي يمكن ان تبثها هذه البرامج ومدى تأثيرها على الجمهور

- استخدمت بعض الدراسات السابقة اسلوب دراسة الحالة case study

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

وذلك حتي يمكن توفير قاعدة البيانات عن الظاهرة محل الدراسة وبالتالي يمكن فهم للطرق التي تعمل من خلالها القنوات الخاصة في المجتمع .

الإطار المنهجي للدراسة :

تحددت مشكلة هذا البحث، ومن ثم نوعه في معرفة اتجاهات الجمهور نحو دور القنوات المحلية في تدعيم القيم الاجتماعية والدينية والثقافية وأثارها السلبية والايجابية.

ويعد هذا البحث من البحوث الاستطلاعية التي ترمز إلى الكشف عن ظاهرة معينة لمجموعة من الظواهر وإلقاء المزيد من الضوء عليها، ومثل هذه النوع من الدراسات الخطوة الارتيادية الأولى في عملية البحث العلمي وفقاً لذلك. فإن هذا البحث يسعى إلى تعرف مدى إقبال الجمهور على القنوات الفضائية المحلية وعادات وأنماط التعرض لهذه القنوات كما انه يسعى لكشف عن العلاقات بين الحقائق التي يتم استنباطها ، ويعتمد هذا البحث على التكنيك الإحصائي في العد و القياس واستخدام المؤشرات التي يستند إليها في الاستدلال ، ويستخدم في الوقت نفسه التحليل الكيفي، و بالإضافة إلى التحليل الإحصائي لاستكمال جوانب الدراسة وتفسير النتائج¹¹.

واعتمدت الباحثة على منهج المسح، حيث تم القيام بدراسة ميدانية في إطار منهجية البحث من خلال عينة مكونة من 180 مفردة من مجتمع الإمارات وتمثل جامعة الشارقة :

عينة البحث :

تم استخدام أسلوب العينة المتاحة (Available Sample) في إطار نوع العينات غير الاحتمالية (Non Probability sample) ، وقد عمدت الباحثة أن تتضمن العينة مستويات علمية واجتماعية مقارنة وفئات عمرية مختلفة بقدر المستطاع، من حيث الإقامة في الحضر والريف، واختيرت

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

المدن أبو ظبي والشارقة ودبي، أما بالنسبة للريف فاختيرت المناطق التالية : خورفكان والذيد ودبا الحصن ويبلغ عدد مفردات العينة (110) حصر مقابل (70) ريف¹².

أسلوب جمع البيانات :

في إطار منهج المسح صمم استبيان يتضمن تساؤلات الدراسة ويحتوي على مجموعة من الأسئلة التي تعكس أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وتضمن الاستبيان على أسئلة عن مدى تعرض العينة للقنوات الفضائية المحلية ومدى تدعيم تلك الفضائيات للقيم وأثرها السلبي والايجابي وتوفير محتويات للمسؤولين في تلك الفضائيات لتعديل البرامج التي تتضمنها.

تحديد نوع الاستبيان :

رأت الباحثة إمكانية تسليم الاستبيان للعينة المبحوثة حتى يتولى كل مبحوث ملء الاستبيان بنفسه .

خطوات إعداد الاستبيان :

تم تصميم الاستبيان في صورته الأولية من خلال معايشة الباحثة وملاحظتها للقنوات المحلية، ومر إعداده بالخطوات والشروط العلمية.

دراسة الاستبيان ومراجعته منهجياً :

عرض مشروع الاستبيان على مجموعة من الاساتذة المختصين في الاتصال والخبراء في موضوع البحث و المخصصين في مناهج البحث العلمي، والإعلام لمراجعته منهجياً و علمياً لتحقيق عدة أهداف منها : دراسة الشكل العام للاستبيان، مراجعة الجداول الهيكلية للوقوف على مدى تغطية الأسئلة لأهداف البحث . *

الاختبار القبلي :

اختبر الاستبيان بواقع (10%) من المجتمع الأصلي الذي سيجري عليه

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

الدراسة الميدانية، لتصرف مدى وضوح الأسئلة بصفة عامة وقياسها، لما هو مطلوب قياسه وتعرف الأسئلة التي قد تسبب حرجاً للمبحوثين أو تحاول عدم إسهامه فيها لإعادة صياغتها وتركيبها بطريقة لا تسبب أي حرج للبحوث .

أسلوب تحليل البيانات :

اعتمدت الباحثة خط التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية على استخراج وحساب النسب المئوية للإجابات المختلفة، وترتيب بعض الإجابات بين مفردات كل استمارة لمتغير الجنس .

الإعداد النهائي وتطبيق الاستمارة :

أعدت استمارة بشكلها النهائي بعد مراجعتها والبدء في تطبيقها على العينة لتقديمها دون معوقات .

نتائج الدراسة الميدانية

جدول رقم (1)

يبين توزيع العينة حسب المنطقة والجنس

| المجموع | | الإناث | | الذكور | | المنطقة / النوع |
|---------|-------|--------|-------|--------|-------|-----------------|
| % | العدد | % | العدد | % | العدد | |
| 29.4 | 53 | 20 | 18 | 38 | 35 | دبي |
| 27.7 | 50 | 27 | 25 | 27 | 25 | أبو ظبي |
| 26.6 | 48 | 42.2 | 38 | 11.11 | 10 | الشارقة |
| 9.4 | 17 | 5.5 | 5 | 13.3 | 12 | العين |
| 6.6 | 12 | 4.4 | 4 | 11.5 | 8 | الإمارات الأخرى |
| 100 | 180 | 100 | 90 | 90 | 90 | المجموع |

دل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج من أهمها :

- إن نسبة الذكور تعادل نسبة الإناث من طلبة طالبات كلية الاتصال بجامعة الشارقة الذين استجابوا لملاء الاستبيان واعتبرت استبياناتهم بعد المراجعة المكتبية مستكملة وصالحة للتحليل.
- تبلغ أعلى نسبة من هؤلاء الطلاب الذكور 35 في دبي بنسبة 38%

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

مقابل الإناث 18 بنسبة 20 % الذين يقيمون إقامة دائمة بها.

جدول رقم (2)

توزيع مجموعة الدارسة طبقاً للحالة الاجتماعية والمناطق التي يقيمون فيها إقامة دائمة.

| المناطق والحالة الاجتماعية | أعزب | | متزوج | | المجموع | |
|----------------------------|-------|------|-------|-----|---------|------|
| | العدد | % | العدد | % | العدد | % |
| دبي | 43 | 27.7 | 7 | 28 | 50 | 27.7 |
| أبو ظبي | 54 | 34.8 | 5 | 20 | 59 | 32.7 |
| الشارقة | 28 | 18.0 | 6 | 24 | 34 | 18.8 |
| العين | 22 | 14.1 | 3 | 12 | 25 | 13.8 |
| الإمارات الأخرى | 8 | 5.1 | 4 | 16 | 12 | 6.6 |
| المجموع | 155 | 99.7 | 25 | 100 | 180 | 100 |

- تدل بيانات طلاب وطالبات كلية الاتصال بجامعة الشارقة أن أفراد العينة طبقاً للحالة الاجتماعية على (الأعزب بلغت نسبتهم 58.5)، والمتزوجين (13.8) . وان أعلى نسبة للمتزوجين ظهرت في إمارة دبي حيث بلغت 30% وهذا يدل على أن المجتمع في دبي يساعد على الالتقاء والتعارف عن غيره من الإمارات لكثرة الأنشطة المقامة.
- تبين من النتائج التفصيلية أن المتزوجين يتوزعون على الذكور (22) و الإناث (6).

جدول رقم (3)

يبين توزيع إجابات عينة الدراسة حسب القنوات الفضائية المفضلة لمتابعتها

| القنوات الفضائية المحلية | الذكور | | الإناث | | المجموع | |
|--------------------------|--------|------|--------|------|---------|-------|
| | العدد | % | العدد | % | العدد | % |
| أبو ظبي | 15 | 5.3 | 28 | 15.3 | 43 | 23.8 |
| دبي | 64 | 22.6 | 80 | 43.7 | 144 | 80 |
| الشارقة | 25 | 8.8 | 15 | 8.1 | 40 | 22.2 |
| عجمان | 8 | 2.8 | 4 | 2.1 | 12 | 6.6 |
| سما دبي | 35 | 12.3 | 30 | 16.3 | 65 | 36.1 |
| الإمارات | 9 | 3.1 | 11 | 11 | 20 | 11.11 |
| One TV. | 6 | 2.1 | 8 | 4.3 | 14 | 7.7 |
| قناة دبي الرياضية | 121 | 42.7 | 7 | 3.8 | 128 | 71.1 |
| أخرى تذكر | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

| | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------|
| 100 | 180 | 100 | 183 | 100 | 283 | المجموع |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------|

تبين من الجدول السابق رقم (3) ما يلي :

بلغت نسبة الذين يفضلون مشاهدة قناة دبي على المستوى الإجمالي بن الذكور والإناث (80%) احتلت المركز الأول وقناة سما دبي (36.1%) في المرتبة الثانية و أبو ظبي المركز الثالث بنسبة (23.8) و منها الشارقة المركز الرابع بنسبة (22.2%).

- أما على مستوى الذكور والإناث فلقد بلغت نسبة الذكور الذين يشاهدون قناة دبي (22.2%) مقابل (43.7%) للإناث والفرق بين النسب ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة (95) ، واحتلت المركز الأول فيما بلغ نسبة الذكور الذين يشاهدون سما دبي بنسبة (12.3%) مقابل (16.3%) للإناث وأيضا الفرق بين النسب ليس له دلالة إحصائية.

- وفيما بلغت نسبة الذين يشاهدون قناة الشارقة (8.8%) للذكور مقابل (8.1%) للإناث وأبو ظبي فقد بلغت النسبة (15.3%) للإناث مقابل (5.3) للذكور، أما باقي القنوات نالت نسب ضئيلة تراوحت ما بين (3.1%) و (2%) إلى (2.1%) لكل من القنوات الإمارات (One TV) وقناة دبي الرياضية.

- مقابل (12.2%) (8.7) (7.7) للإناث لنفس القنوات وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن الذكور والإناث لديهم نفس الميول لمشاهدة لقنوات الفضائية المحلية: وربما يعود ذلك إلى مدى قدرة تلك القنوات في جذب المشاهدين من الذكور و الإناث فيما تقدمه من برامج .

جدول رقم (4)

يبين توزيع إجابات مفردات العينة حسب مشاهدتها للقنوات الفضائية المحلية

| المجموع | | الإناث | | الذكور | | أسباب المشاهدة للقنوات الفضائية المحلية |
|---------|-------|--------|-------|--------|-------|---|
| % | العدد | % | العدد | % | العدد | |
| 28.5 | 40 | 8 | 20 | 10.5 | 20 | تزويدي بالمعلومات |
| 77.7 | 140 | 30 | 75 | 34.2 | 65 | التسلية والترفيه |
| 22.2 | 40 | 10 | 25 | 7.8 | 15 | تقديم البرامج للمرأة |
| 30.5 | 55 | 18 | 45 | 5.2 | 10 | تقديم برامج تهتم الطفل |
| 30.5 | 55 | 12 | 30 | 13.1 | 25 | تقديم برامج تهتم بالأسرة |
| 63.8 | 115 | 22 | 55 | 28.9 | 55 | تقديم برامج تحافظ على العادات والتقاليد |

الفصائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

| | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------|
| 100 | 180 | 100 | 250 | 100 | 190 | المجموع |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------|

تبيين من الجدول السابق رقم (4) ما يلي :

- احتلت التسلية والترفيه المركز الأول بين الذكور والإناث بسبب مشاهدة القنوات الفضائية المحلية بنسبة (34.2%) مقابل (30%).
- أما العادات والتقاليد فقد نالت المركز فقد بلغت النسبة لكل من الذكور والإناث في هذا السبب كالتالي حيث بلغت النسبة (28.9%)، (22%)
- أما بالنسبة للأسباب الأخرى، فقد نالت نسب اقل كالتالي (7.8%)، (10%) للذكور والإناث البرامج والمرأة، وتقديم برامج للأطفال (5.2%) للذكور مقابل (18%) للإناث والفرق بين النسبتين واضح، وهذه نتيجة طبيعية حيث إن الإناث تميل دائما لبرامج الأطفال وتهتم بها تبعا لغريزة الامومه التي دائما تبحث عن الأفضل للأطفال وتهتم بهم .
- أما تقديم برامج للأسرة فقد بلغت نسبة الذكور (13.1%) مقابل (12%). والفرق بين النسب ليس له دلالة إحصائية.
- أما على المستوى الإجمالي فقد بلغت النسبة المشاهدة التسلية والترفيه (77.7) واحتلت المركز الأول ويليها في المركز الثاني المحافظة على العادات والتقاليد حيث بلغت النسبة (63.8) على مستوى الذكور والإناث ويليها في المركز الثالث تقديم برامج للأطفال وتقديم برامج للأسرة، حيث بلغت النسبة (30.5%) لكل منهما.

جدول رقم (5)

يبين توزيع إجابات مفردات العينة حسب البرامج المفضلة

| المجموع | | الإناث | | الذكور | | بيان البرامج المفضلة |
|---------|-------|--------|-------|--------|-------|----------------------|
| % | العدد | % | العدد | % | العدد | |
| 73.8 | 133 | 83.3 | 75 | 64.40 | 58 | برامج دينية |
| 42.7 | 77 | 35.5 | 32 | 50 | 45 | برامج إخبارية |
| 10.5 | 19 | 70.7 | 7 | 13.3 | 12 | برامج سياسية |
| 63.8 | 115 | 61.1 | 55 | 66.6 | 60 | برامج اجتماعية |
| 25.0 | 45 | 22.2 | 20 | 27.7 | 25 | برامج ترفيهية |
| 11.6 | 21 | 12.2 | 11 | 11.11 | 10 | برامج عامة |
| 45.0 | 81 | 27.8 | 25 | 72.2 | 65 | برامج رياضية |
| 8.3 | 15 | 8.8 | 8 | 7.7 | 7 | برامج ثقافية |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | أخرى تذكر |
| 100 | 180 | 100 | 90 | 100 | 90 | المجموع |

تبين من الجدول السابق رقم (5) ما يلي :

- يتساوى الذكور والإناث في الإقبال على مشاهدة عدة برامج تلفزيونية من القنوات الفضائية، حيث أن قيمة (ي) المحسوبة كما سيتضح
- أقل من قيمة أجدوليه (1.96) النسبة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرات بمستوى ثقة (96) وهذه الموارد والبرامج هي : البرامج الاجتماعية (ي = 1.1) والمواد الترفيهية (ي = 0.27) و البرامج الدينية (ي = 1.5) .
- تزيد نسبة إقبال الذكور مقارنة بالإناث على تفضيل مشاهدة المنوعات التلفزيونية بدرجة مختلفة على النحو التالي:
- 1. تزيد نسبة إقبال الذكور مقارنة بالإناث على مشاهدة المواد الإخبارية والمواد الرياضية بمستوى ثقة (95%) وحيث يشاهد المواد الإخبارية (50%) للذكور مقابل (35.5) للإناث و الفارق بين النسب دال إحصائياً، حيث أن قيمة (ي) المحسوبة (2.47) وهي أكبر من قيمة الجدولية (1.96) المنبئة بوجود علاقة فارقة

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

بني المتغيرين بمستوى ثقة (95%) .

2. يفضل مشاهدة البرامج الرياضية نسبة (72.2) من الذكور مقابل (27.7%) من الإناث والفارق بين النسب دال إحصائياً حيث أن قيمة (ي) المحسوبة (2.3) هما أكبر من قيمة الجدولية (1.96) الدالة على أن الفروق جوهرية بمستوى ثقة (95%) .

3. وعلى المستوى الإجمالي نجد أنه احتلت البرامج الدينية المركز الأول بنسبة (73.8) ويليهما البرامج لاجتماعية المركز الثاني بنسبة (63.8) والرياضية بنسبة (45.0) والإخبارية بنسبة (42.0) وأما باقي البرامج فقد حازت نسب ضئيلة تراوحت ما بين (8%) .

جدول رقم (6)

يبين توزيع مفردات العينة ومدى قدرة البرامج لنقل الواقع الذي نعيشه

| المجموع | | الإناث | | الذكور | | قدرة البرامج لنقل الواقع الذي نعيشه |
|---------|-------|--------|-------|--------|-------|-------------------------------------|
| % | العدد | %6.6 | العدد | % | العدد | |
| 6.10 | 11 | 50.0 | 6 | 5.5 | 6 | بعضها على الواقع |
| 57.7 | 104 | 44.4 | 45 | 61.1 | 55 | لا تمثل الواقع الذي نعيشه |
| 36.1 | 65 | 0 | 40 | 33.3 | 35 | بعض هذه البرامج لا علاقة له بالواقع |
| 100 | 180 | 100 | 90 | 100 | 90 | المجموع |

تدل بيانات الجدول السابق رقم (6) على ما يلي :

- تساوى الذكور والإناث بالنسبة لمدى تمثيل البرامج للواقع الذي نعيشه، حيث بلغت نسبة الذكور (5.5%) مقابل (6.6%) للإناث والفارق بين النسب ليس دال إحصائياً عند مستوى ثقة (95%) .
- بلغت نسبة الذين أدلوا بأنها لا تمثل الواقع من الذكور (61.1%) مقابل (50.0%) للإناث والفارق بين النسب ليس دال إحصائياً واحتلت المركز الأول.
- تساوى الذكور والإناث بالنسبة بأنها لا علاقة لها بالواقع وحيث بلغ نسبة (23.3%) للذكور مقابل (44.4%) للإناث والفارق بين النسب ليس دال إحصائياً عند مستوى ثقة (95%) .

جدول رقم (7)

توزيع مفردات العينة حسب مدى تقديم البرامج الفضائية للعينة والأنماط الاجتماعية والدينية

| المجموع | | الإناث | | الذكور | | بيان العينة الدينية |
|---------|-------|--------|-------|--------|-------|---------------------|
| % | العدد | % | العدد | % | العدد | |
| 45.5 | 82 | 38.8 | 35 | 7.7 | 7 | الإيمان بالله |
| 69.4 | 25 | 61.1 | 55 | 83.3 | 75 | بر الوالدين |
| 7.2 | 13 | 5.5 | 5 | 8.8 | 8 | الجهاد في سبيل الله |
| 100 | 180 | 100 | 90 | 100 | 90 | المجموع |

تبين من الجدول رقم (7) ما يلي :

- تبين أن نسبة الذي رأوا أن مدى تدعيم القنوات الفضائية للقيم والأنماط الاجتماعية للفئات المعروضة الإيمان بالله (7.7%) من الذكور مقابل (38.8%) للإناث والفرق بين النسب له دلالة إحصائية ، وهذا يدل على أن الإناث يتابعون قنوات الفضائية أكثر من الذكور لذلك تفاوتت نسبتهم أكثر من الذكور. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات سابقة .
- احتل بر الوالدين بالنسبة للذكور والإناث المركز الأول حيث بلغت النسبة (83.3%) للذكور مقابل (5.5%) للإناث هذا وان دل على شيء فإن القنوات الفضائية المحلية قليلة البرامج ذات الموضوعات التي تحتوي على الجهاد في سبيل الله .
- وعلى المستوى الإجمالي فقد بلغت بين الوالدين (69.4%) واحتل المركز الأول ويليه الإيمان بالله بنسبة (45.5) . وهذا فإن دل على شيء فإنما يدل على أن البرامج الفضائية في حاجة إلى تغيير قيم الإيمان بالله والجهاد في سبيله. حيث لابد من إضافة

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

جرعه كبيرة من البرامج التي تتحدث عن الأيمان بالله والجهاد في سبيله وخصوصا في مثل هذا الوقت الذي بدأت فيه الانتقادات للدين الإسلامي والرسول صلى الله عليه وسلم فلا بد من تقديم برامج لتثبيت العقيدة في عقول النشء والكبار ود حظ الادعاءات والأقويل الكاذبة ضد الإسلام .

جدول رقم (8)

توزيع مفردات العينة حسب رأيها في تدعيم البرامج الملحية للقيم الاجتماعية

| المجموع | | الإناث | | الذكور | | القيم الاجتماعية |
|---------|-------|--------|-------|--------|-------|-------------------|
| % | العدد | % | العدد | % | العدد | |
| 47.2 | 85 | 83.3 | 75 | 11.11 | 10 | العادات والتقاليد |
| 40 | 72 | 18.8 | 110 | 61.1 | 55 | التعارف |
| 33.3 | 60 | 27.7 | 25 | 38.8 | 35 | نجدة المحتاج |
| 30.5 | 55 | 23.3 | 30 | 27.7 | 25 | تحمل المسؤولية |
| 8.3 | 15 | 5.5 | 5 | 11.11 | 10 | الكرم والضيافة |
| 100 | 80 | 100 | 90 | 100 | 90 | المجموع |

تبين من الجدول السابق رقم (8) ما يلي :

- تبين من الجدول السابق من العادات والتقاليد نالت المركز الأول بالنسبة للقيم الايجابية التي ترى العينة أن القنوات الفضائية تدعمها ، حيث بلغت للذكور (11.7) مقابل (83.3) للإناث، والفرق بين النسب له دلالة إحصائية عند مستوى ثقة (95%) وهذا وان دل على شيء، فإنما يدل على أن الإناث يقبلون على مشاهدة الأفلام والمسلسلات والبرامج التي تحتوي على هذه العادات والتقاليد أكثر من الذكور الميالين للبرامج الرياضية.
- أما تدعيم قيم التعاون فقد نالت المركز الثاني في العينتين، حيث بلغ عند الذكور (61.1) مقابل (23.3) للإناث والفرق بين العينتين ليس له دلالة إحصائية.

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

- أما المستوى الإجمالي فقد نالت العادات والتقاليد (47.2) واحتلت المركز الأول ويلبها التعاون بنسبة (40) و نجدة المحتاج (30) .
- أما تحمل المسؤولية فنالت المركز الرابع بنسبة (3.5) و أما لكرم والضيافة بلغة نسبة (8.3) رغم أن من أهم عادات العرب الكرم والضيافة.

جدول رقم (9)

يبين توزيع تكرارات إجابات العينة حسب دعم البرامج الملحية للقيم الثقافية

| المجموع | | الإناث | | الذكور | | القيم الثقافية |
|---------|-------|--------|-------|--------|-------|-------------------------|
| % | العدد | % | العدد | % | العدد | |
| 61.1 | 110 | 27.7 | 25 | 94.4 | 85 | الاهتمام بالعلم والعطاء |
| 38.8 | 70 | 66.6 | 60 | 11.11 | 10 | الاهتمام بالأدب |
| 13.8 | 45 | 22.2 | 20 | 27.7 | 25 | الاهتمام بالفن |
| 100 | 180 | 100 | 90 | 100 | 90 | المجموع |

تبين من الجدول السابق رقم (9) ما يلي :

- على المستوى الإجمالي نال الاهتمام بالعلم والعلماء بالنسبة للقيم الثقافية بنسبة (61.1%) ونالت المركز الأول ويليه الاهتمام بالأدب بنسبة (38.8%) واحتل المركز الثاني، أما الاهتمام بالفن فقد بلغت نسبته (13.8%) وهذا يدل على عدم اهتمام البرامج المحلية والقنوات الفضائية بالفن رقم أن من ابرز معالم الحضارة في العالم.
- وعلى المستوى التفصيلي : فقد بلغت قيمة الاهتمام بالعلم والعلماء (94.4%) للذكور مقابل (27.7%) للإناث .
- أما الاهتمام بالأدب (11.11) للذكور مقابل (66.6) للإناث وهذا يدل على اهتمام البرامج عامة بالأدب .
- وأما الاهتمام بالفن فقد نال المركز الثالث حيث بلغت نسبة الذكور (27.7) مقابل (22.2) للإناث والفرق بين العينتين ليس له دلالة

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

إحصائية عند مستوى ثقة (95%).

جدول رقم (10)

يبين تكرار اجابات مفردات العينة حسب رأيها الجوانب السلبية التي تعرضها القنوات الفضائية

| المجموع | | الإناث | | الذكور | | الجوانب السلبية |
|---------|-------|--------|-------|--------|-------|-------------------------------------|
| % | العدد | % | العدد | % | العدد | |
| 58.3 | 105 | 63.3 | 57 | 53.3 | 48 | دخول ثقافات تعارض العادات والتقاليد |
| 40.0 | 72 | 38.8 | 32 | 41.1 | 37 | عرض سلوكيات تدعم ثقافة الاستهلاك |
| 25.0 | 45 | 22.2 | 20 | 27.7 | 25 | عرض مشاهد غير مستحبة (إباحية) |
| 183 | 33 | 16.6 | 15 | 20.0 | 18 | ترشيح العنف |
| 46.1 | 83 | 42.2 | 38 | 50.0 | 45 | نشر أفكار الجريمة |
| 66.6 | 120 | 61.0 | 55 | 72.2 | 65 | كل ما سبق ذكره |
| 100 | 180 | 100 | 90 | 100 | 90 | المجموع |

تبين من الجدول السابق رقم (10) ما يلي :

- بلغت الفئة نشر افكار الجريمة نسبة على المستوى الإجمالي نسبة (66.6) ونال المركز الأول فإن هذا يدل على أن البرامج التي تعرضها القنوات المحلية والفضائية تحتوي على نسبة عالية من الجريمة.
- و تساوت نسب الذكور والإناث في الجدول التفصيلية في هذه القيمة السلبية حيث بلغت لدى الذكور (72.2) مقابل (61.1) الإناث والفرق بين النسب ليس له دلالة إحصائية .
- و ثقافات تعارض العادات والتقاليد فقد بلغت على المستوى الإجمالي نسبة (58.3) ونالت المركز الثاني.
- أما على المستوى الجداول التفصيلية فقد بلغت نسبتها عند الذكور (53.3) مقابل (63.3) لدى الإناث والفرق بين النسب ليس له دلالة إحصائية.
- جاء ترسيخ العنف في المركز الثالث على المستوى الإجمالي ونال (46.1) وعلى مستوى الجداول التفصيلية فقد نال الذكور بنسبة

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

(50.0) مقابل (42.2) للإناث.

- والفرق بين النسب ليس له دلالة إحصائية عند مستوى ثقة (95%) .
- ويدل أيضا على أن الذكور والإناث وجهة نظرهم واحده في هذه الجوانب السلبية التي تعرضها القنوات الفضائية المحلية .
- أما العادات والتقاليد فقد نالت المركز الرابع على المستوى الإجمالي، حيث بلغت النسبة (40.0) وعلى المستوى التفصيلي فقد نال الذكور (41.1) مقابل (38.8) للإناث، والفرق بين النسب ليس جوهري.
- أما عرض السلوكيات تدعيم ثقافة المجتمع فقد نالت على المستوى الإجمالي المركز الخامس حيث لغت النسبة (25.0) وعلى مستوى الجداول التفصيلية فقد بلغت لدى الذكور (27.7) مقابل (22.2) للإناث، والفرق بين النسب ليس له دلالة إحصائية.
- وهذا يدل على أن تساوي الذكور والإناث من وجهة نظرهم بالنسبة لعرض الفضائيات للقيم والسلوكيات السلبية السابقة.

جدول رقم (11)

يبين توزيع العينة حسب رأي العينة في كيفية التصدي للسلبات

| المجموع | | الإناث | | الذكور | | كيفية التصدي للسلبات |
|---------|-------|--------|-------|--------|-------|--|
| % | العدد | % | العدد | % | العدد | |
| 44.4 | 80 | 38.8 | 35 | 50.0 | 45 | الإكثار من البرامج الدينية |
| 30.0 | 54 | 42.4 | 220 | 35.5 | 32 | الإكثار من الإرشاد وتوعوية |
| 52.7 | 95 | 50.0 | 45 | 55.5 | 50 | الإكثار من الاهتمام بدور الأسرة |
| 42.4 | 77 | 35.5 | 32 | 47.7 | 43 | الإكثار من وضع رقاة على الفضائيات |
| 47.7 | 86 | 45.5 | 41 | 44.4 | 45 | الإكثار من البرامج المحلية |
| 25.0 | 45 | 25.5 | 23 | 24.4 | 22 | الإكثار من البرامج الثقافية |
| 35.0 | 63 | 38.8 | 35 | 31.1 | 28 | تقليل البرامج الأجنبية |
| 66.6 | 120 | 61.1 | 55 | 72.2 | 65 | الإنتاج المحلي |
| 75.5 | 136 | 67.7 | 61 | 83.3 | 75 | إشراك العنصر المواطن في الكادر الفضائي |
| 73.3 | 132 | 57.7 | 52 | 88.8 | 80 | الاهتمام بواقع المجتمع |
| 58.3 | 105 | 44.4 | 40 | 72.2 | 65 | أخرى تذكر |

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

| | | | | | | |
|-----|-----|-----|----|-----|----|---------|
| 100 | 180 | 100 | 90 | 100 | 90 | المجموع |
|-----|-----|-----|----|-----|----|---------|

تبين من الجدول السابق رقم (11) ما يلي :

- مال رأي العينة في كيفية التصدي للسلبيات على المستوى الإجمالي هو الإكثار من إشراك العنصر المواطن في الكادر الفضائي، حيث نال على المستوى الإجمالي بنسبة (73.3) ونال المركز الأول وعلى مستوى الجداول التفصيلية بلغ لدى الذكور (88.8) مقابل (57.7) للإناث والفرق بين النسب ليس له دلالة إحصائية.
- وأما بالنسبة إلى العينة في تقليل البرامج الأجنبية فقد نال على المستوى الإجمالي (66.6) واحتل المركز الثاني وأما على مستوى الجداول التفصيلية فقد بلغ لدى الذكور (72.2) مقابل (69.1) لدى الإناث والفرق بين النسب ليس له دلالة إحصائية.
- أما بالنسبة للعينة بالاهتمام بالواقع فقد جاء في المركز الثالث على المستوى الإجمالي ونال (58.3) وعلى مستوى الجداول التفصيلية فقد بلغ لدى الذكور (72.2) مقابل (44.4) والفرق بين النسب له دلالة إحصائية عند مستوى ثقة (95%).
- وجاء الاهتمام بدور الأسرة في المركز الرابع على المستوى الإجمالي حيث بلغت نسبة (52.7) وعلى مستوى الجداول التفصيلية فقد نال الذكور نسبة (55.5) مقابل (50.0) للإناث والفرق بين النسب ليس له دلالة إحصائية حيث بلغت (ي) المحسوبة (1.96) ** بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين عند مستوى ثقة (95%).
- وجاء الاهتمام بالإنتاج المحلي على المستوى الإجمالي في المركز الأول ، حيث بلغت نسبة (75.5) وعلى مستوى الذكور و الإناث فقد نال الذكور (83.3) مقابل (67.6) الفرق بين النسب ليس له دلالة إحصائية.

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

- جاء الإكثار من البرامج الثقافية والأدبية والاجتماعية والعلمية على المستوى الإجمالي بنسبة (47.7) ونال المركز السادس وعلى مستوى الذكور والإناث فقد بلغت النسبة (44.4) مقابل (45.5) والفرق بين النسب ليس له دلالة إحصائية عن مستوى ثقة (95%).
- أما الإكثار من البرامج الدينية حيث بلغت على المستوى الإجمالي (44.4) ونال المركز السابع وعلى مستوى الذكور والإناث فقد نال الذكور (50.0) مقابل (38.8) للإناث والفرق بين النسب ليس له دلالة إحصائية.
- أما وضع رقابة على مستوى الجمالي (42.7) وعلى المستوى الذكور والإناث فقد نال الذكور (47.7) مقابل (53.3) والفرق بين النسب ليس له دلالة إحصائية.
- أما بالنسبة لباقي النسب فقد تراوحت ما بين (30.0) إلى (25.0) .

النتائج والتوصيات :

- بتوزيع طلاب وطالبات جامعة الشارقة – كلية الاتصال – الذين بلغ عددهم (180) طالب وطالبة ، ووجدت استثماراتهم صالحه للتفرغ على دبي (29%) وأبو ظبي (27.07%) و الشارقة (25.6%) و العين (9.4%) والإمارات الأخرى (12.2%) .
- وعلى الذكور والإناث وطبقاً للحالة الاجتماعية الذي لم يسبق لهم الزواج (58.5) للذكور مقابل (1.8) للإناث .
- أهم القنوات الفضائية التي يقبل المبحوثين على مشاهدتها هي : دبي (80%) سما دبي (36.1%) وأبو ظبي (23.8%) والشارقة (22.2%) و (One TV.) (11.19%) و قناة دبي الرياضية (7.7%) و عجمان (6.6%) .
- أهم المواد والبرامج التلفزيونية حسب أسباب مشاهدتها للقنوات

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

الفضائية: التسلية والترفيه (77.7%) وتحافظ على العادات والتقاليد (63.8%) ، تقديم برامج تهتم بالطفل (30.5%) وتقديم برامج تهتم بالأسرة (30.5%) وتزويد بالمعومات (28.5%) وأخيرا تقديم برامج تهتم المرأة (22.2%).

- أهم البرامج المفضلة لمفردات العينة فهي البرامج الدينية بنسبة (73.8%) و الاجتماعية (63.8%) والرياضية (45.0%) والإخبارية (42.7%) والعلمية (11.6%) والسياسية (10.5%) والثقافية (8.2%).

- أهم آراء العينة في مدى قدرة البرامج لتمثيل الواقع الذي نعيشه فقد نال الرأي (لا تمثل الواقع الذي نعيشه) نسبة (57.7%) وبعضها لا علاقة له بالواقع (36.7%) وبعضها يميل إلى الواقع (6.1%).

- يرى (69.4%) من المبحوثين بان البرامج الفضائية التي تدعم القيم والأنماط الدينية وبر الوالدين (45.5%) الإيمان بالله والجهاد في سبيل الله (7.2%) .

- وعلى مستوى القيم الاجتماعية فقد بلغت نسبة العادات والتقاليد (47.2%) و العادات (40%) و نجدة المحتاج (33.3%) وتحمل المسؤولية (30.5%) و الكرم والضيافة (8.3%).

- وعلى مستوى القيم الثقافية جاءت الاهتمام بالعلم والعلماء (60.1%) و الأدب (38.8%) والفن (25.0%) .

- يرى (66.6%) من المبحوثين أن نشر أفكار الجريمة العنيفة من أهم الجوانب السلبية التي تعرها القنوات الفضائية و (58.3%) دخول ثقافات تعارض العادات مع العادات والتقاليد وترسيخ العنف (46.1%) وعرض سلوكيات تدعيم ثقافة الاستهلاك (40.0%) وعرض مشاهد غير مستحبة (25.0%) والإباحية (8.3%) .

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

- يرى (75.5%) من المبحوثين أن الإكثار من الإنتاج المحلي حسب رأيها للتصدي للسينات (73.3%) وإشراك العنصر المواطن في الدار الفضائي (66.6%) وتقليل البرامج الأجنبية و الاهتمام بالواقع (58.3%) ووضع الرقابة على الفضائيات المحلية (47.7%).
- الإكثار من البرامج الدينية (44.4%) والإنتاج المحلي (35.0%) والإكثار من البرامج الإرشادية والتوعية (30.0%) والإكثار من البرامج المحلية (25.0%).

التوصيات :

أهم التوصيات التي خرجت بها الدراسة ما يلي :

- إجراء دراسات ميدانية على معرفة قلة إقبال الجمهور لمشاهدة القنوات الفضائية المحلية مثل قناة الشارقة وأبو ظبي ودبي الرياضية وقناة عجمان حيث نالت نسب بسيطة.
- الاهتمام ببرامج المرأة، حيث نالت برامج التي تهتم بالمرأة (22.2%) وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالأسباب الأخرى و ذلك لمدى أهمية المرأة في المجتمع الإماراتي وما أحرزته من تقدم.
- الاهتمام ببرامج الأطفال والأسرة، حيث اقبل عليها بنسبة ضئيلة نوعاً ما وربما يعود ذلك لعدم تدريبها على جذب المشاهد بما تحتويها من مضامين ربما غير هادفة ولا تشبع رغبة المشاهد.
- الاهتمام بالبرامج الثقافية حيث بلغت نسبة الذين يفضلونها (8.3%) وربما يعود إلى عدم مقدرة البرامج ومحتواها الثقافي في إرضاء المشاهدين ورغم إن الدولة مهتمة بالثقافة بشكل ملحوظ بما تعده من مراكز ثقافية وندوات ومحاضرات علمية وثقافية.
- لابد من الاهتمام بالبرامج لتمثيل الواقع بشكل أفضل، حيث أدلى

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

- معظم مفردات العينة بان البرامج لا تمثل الواقع الذي نعيشه.
- الاهتمام بالبرامج التي تحث على الجهاد في سبيل الله والإيمان بالله ، حيث بلغت نسبتها قليلة في البرامج الفضائية المحلية.
- الاهتمام بالبرامج التي تبرز قيمة الكرم والضيافة حيث بلغت نسبتها ضعيفة رغم أن أهم ما يشتهر به العرب هو الكرم والضيافة.
- الاهتمام بالفن وهو رمز الحضارة والتقدم في الدول المتقدمة، وقد نال نسبة ضئيلة بالنسبة للبرامج الأخرى، حيث أن الدولة مهتمة بالفن و المسابقات والمعارض الفنية على مستوى الجمهور. يرى نسبة (66.6%) من المبحوثين أن نشر أفكار الجريمة والعنف هي أهم الجوانب السلبية التي تعرضها القنوات الفضائية ودخول ثقافات تتعارض مع العادات (58.3%) وترسيخ العنف (42.1%) لذلك لا بد من الاهتمام بالبرامج في القنوات الفضائية بتقليل من احتوائها على تلك المضامين سواء بزيادة البرامج المحلية أو فرض رقابة صارمة على البرامج و الأفلام التي تعرض وتدعم تلك السلبيات.
- لا بد من الأكثر من الإنتاج المحلي، حيث يرى (75.5%) من المبحوثين انه لا بد من إشراك المواطن في الكادر الفضائي وتقليل البرامج الإباحية ووضع رقابة على الفضائيات وذلك من خلال إجراء دراسات ميدانية وتحليلية على تلك البرامج ومعرفة محتواها ووجهة نظر الجمهور .

مراجع الدراسة:

1. ايمن منصور ندا : نظرية تأثير الآخرين في دراسات الرأي العام ، أسسها النظرية وبعض تطبيقاتها في المجتمع المصري ، (القاهرة ، لمجلة المصرية الاعلام ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الخامس عشر ، ابريل يونيو ، 2000) ص 35 - 46 التاسع لكلية الاعلام . الجزء الثاني مايو 2003 حتى 665-666
2. بهجت أبو ز عنونه عن استطلاع آراء الشباب الفلسطيني نحو دور الفصائيات، بحث منشور في كتاب المؤتمر الفصائيات العربية والعولمة / جامعة الشارقة/ كلية الدراسات العليا/ 2010 ص 113.
3. خالد صلاح الدين ، اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة في مصر ، المؤتمر العلمي السنوي التاسع : أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق ، مايو 2003م .الجمهور نحو الفصائيات المصرية الخاصة مجلة المصريةالرأي العام . المجلد الرابع العدد المزدوج يناير / ديسمبر 2003، في 1.
4. وليد فتح الله بركات /تعرض الصفوة المصرية ببرامج الرأي العام فى القنوات التلفزيون العربية / المجلة العربية والرأي العام المجلد الرابع العدد المزدوج / يناير / ديسمبر 2003 ص 49
- 5- Fishbein, M (1967). Attitude and the prediction of behaviour. In: Fishbein, M (Ed.). *Readings in attitude theory and measurement*. New York: Wiley.
- 6-Alwitt, L. F & Prabhaker, R.P., (1992), Functional and Belief dimensions of Attitudes to TV Advertising, *Journal of Advertising Research*, Vo.32. No.5.
- 7-White, H.A. (1997), Considering Interacting Factors in Third Person Effect, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol.74, No.3.
- 8-Lo, V. & Paddon, R. (2000), Third Person Perception and Support for Pornography Restrictions, *International Journal of Public Opinion Research*, Vol. 12, No.1
- 9-Price, V. et al., Third Person effect of News Coverage, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Bol.74, No.3

الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

- 10- هويدا مصطفى ، اتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث سبتمبر وتدايعياتها : دراسة استطلاعية على عينة من الصفوة المصرية، مجلة بحوث الرأي العام، المجلد الثالث ، العدد الرابع ، أكتوبر – ديسمبر ، 2002 م
- 11- خالد صلاح الدين ، اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التليفزيونية الإخبارية للأزمات العربية في إطار مدخل إدارة الصراع ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي العاشر : الإعلام المعاصر والهوية العربية ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو 2004 م.
- 12- حنان سليم. ، اتجاهات الصفوة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الإخبارية العربية ، ورقة بحث مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر بجامعة القاهرة : مستقبل وسائل الإعلام العربية : الجزء الأول ، 2005 م ، ص 176 - 177
- 14-ويدا مصطفى ، اتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث 11 سبتمبر وتدايعياتها : دراسة استطلاعية على عينة من الصفوة المصرية، مجلة بحوث الرأي العام، المجلد الثالث ، العدد الرابع ، أكتوبر – ديسمبر ، 2002 م .
- 15-هالة كمال احمد نوفل : دور القنوات الفضائية العربية في دعم القيم والقضايا الوطنية ص 51 المجلة المصرية لبحوث الرأي العام
- 16-عاطف عدلي العبد ، وفوزية العلى عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية : دراسة استطلاع عن كلية وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة دراسة في الإعلام الفضائي ، دار الفكر العربي ، العالمى 1994
- 18-مزيد د. رحيم، قناة الجزيرة وصراع الفضائيات ، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية ، القاهرة ، 2002 ، ص 12 - 13
- 20-نشوى عقل. ، تقييم نشرات الأخبار في قناة النيل الإخبارية المتخصصة : دراسة مسحية للمحتوى والقائمين بالاتصال ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2002 ، ص 80 - 81
- 21-ويدا مصطفى ، استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التغطية التليفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام 2000 م ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني ، العدد الأول – يناير / مارس 2001 م .
- 22-ليد عمشة. ، أثر التكنولوجيا المستخدمة في جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية : دراسة على القنوات الفضائية غير الحكومية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو 2002 .

الفصائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات

3