اعتماد الشباب الفلسطيني على الفضائيات العربية في تلبية احتياجاتهم الاتصالية

داود عبد الكريم داود(*)

تنبع أهمية هذه الدراسة من طبيعة الموضوع الذي تتناوله، حيث تُعد علاقة الشباب بوسائل الإعلام عامة وبالقنوات الفضائية بصفة خاصة - في عصر اتسم بأنه عصر الاتصال عن بُعد عبر الفضائيات وعصر ثقافة الصورة - من المواضيع المهمة التي قد تفيد المخططين والقائمين على شأن القنوات الفضائية العربية، حيث تم تقسيم أهمية الموضوع إلى:

(أ) الأهمية النظرية:

١- تفسير علاقة الشباب بالقنوات الفضائية العربية، وخاصة فيما يتعلق بالاحتياجات الاتصالية، مما يجعل هذا الموضوع جديرًا بالدراسة والبحث والمناقشة.

٢- تكمن أهمية الدراسة في أنها تبحث وتناقش الواقع الإعلامي للبرامج والمواد التي تُعرض على القنوات الفضائية العربية، ومدى تلبيتها للاحتياجات الاتصالية للشباب الفلسطيني المقيم في مصر، وتأثير هذه القنوات على الشباب من الناحية المعرفية والوجدانية والسلوكية، ومدى اعتماد الشباب على تلك القنوات الفضائية العربية.

٣- الثقل الكمي والنوعي لقطاع الشباب، وتأثيرهم الواقعي والمحتمل في جوانب الحياة المختلفة، ولأهمية الشباب في المجتمع.

(*) باحث عربي من فلسطين، وهذه الدراسة جزء من رسالته للماجستير التي حصل عليها من معهد البحوث والدراسات العربية في شباط / فبراير ٢٠١٢ تحت إشراف أ.د. منى الحديدي.

(ب) الأهمية التطبيقية:

١- الوصول إلى رؤية واضحة لتحقيق الهدف الأساسي للقنوات الفضائية العربية من خلال الاستغلال الرشيد للإمكانيات المتاحة؛ للمساهمة في صقل المجتمع ومعرفته بالقضايا الأساسية، وخاصة القضية الفلسطينية.

٢- تقديم مقترحات تساعد الباحثين على التعمق في دراسة الواقع الاتصالي للشباب الفلسطيني في دول العالم المختلفة، وتفيد القائمين على القنوات الفضائية العربية في تطوير أدائهم لخدمة الإعلام العربي ولإدارة التواصل بين الشعوب العربية.

٣- تعتبر أول دراسة يتم تطبيقها على الشباب الفلسطيني في مصر فيما يخص الاحتياجات الاتصالية.

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيس: توضيح مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على القنوات الفضائية العربية في تلبية احتياجاتهم الاتصالية، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية، على النحو الآتي:

١- توضيح مدى اعتماد الشباب الفلسطيني المقيم في مصر على القنوات الفضائية العربية في تلبية احتياجاتهم الاتصالية، في معرفة الأوضاع الجارية في وطنهم الأم.

٢- تحديد العادات الاتصالية للشباب الفلسطيني المقيم في مصر، وأنماط مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية.

٣- معرفة القنوات الفضائية العربية المفضلة عند الشباب الفلسطيني المقيم في مصر موضع الدارسة.

٤- تحديد وتحليل تفضيلات الشباب الفلسطيني فيما يخص القنوات الفضائية العربية والبرامج والمواد التي تذاع من خلال هذه القنوات.

الدراسات السابقة:

في إطار مسح أدبيات الموضوع المرتبطة بمجال الإعلام التليفزيوني الفضائي العربي المتوفرة سيتم عرض تناولها في محورين أساسيين من الأحدث إلى الأقدم:

المحور الأول: الدراسات المتعلقة باعتماد فئة الشباب على القنوات الفضائية.

١- دور وسائل الاتصال في تنمية وعي الشباب الكويتي لقضية المخدرات (٢٠١٠)[١].

٢- استخدامات الشباب لخدمة الرسائل القصيرة (SMS) عبر الفضائيات والإشباعات المتحققة (٢٠٠٩)[٢].

٣- استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية العربية الإسلامية والإشباعات المتحققة منها (٢٠٠٨)[٣].

٤- اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على وسائل الإعلام وقت الأزمات (٢٠٠٨)[٤].

٥- تأثير الدراما العربية والأجنبية المقدمة في القنوات الفضائية العربية على قيم واتجاهات الشباب العربي (٢٠٠٦)[٥].

٦- علاقة التعرض للقنوات الفضائية بالقيم السائدة لدى الشباب اليمني (٢٠٠٦)[٦].

٧- استخدام الشباب العربي للقنوات الفضائية وتأثيرهم فيها (٢٠٠٦)[٧].

٨- استخدام المشاهد المصري للقنوات الفضائية المصرية والعربية والأجنبية (٢٠٠٥)[٨].

٩- استخدام الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية (٢٠٠٥)[٩].

١٠- استخدام الشباب للقنوات الفضائية الغنائية والإشباعات المتحققة (٢٠٠٤)[١٠].

١١- استخدام الشباب الجامعي للقنوات الفضائية وعلاقتها بمنظومة القيم في مجتمع الصعيد (٢٠٠٣)[١١].

١٢- استخدامات القنوات التليفزيونية المحلية والدولية (٢٠٠٢)[١٢].

١٣- استخدام طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفرنسية وما تحققه من إشباعات (٢٠٠١)[١٣].

14- The International channel Via Direct Broadcasting Satellite in Egypt (2000)[14].

15- Impact of watching International Television programs dole scents India (2000)[15].

16- Chumunmmanee-Sunsanee: Relationship between television viewing and adaptation of Thai scholarship students in the United states.(1999)[16].

المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بالجاليات العربية:

١- دور النشرات الإخبارية في الفضائيات العربية في ترتيب أولويات الفلسطينيين المقيمين في مصر تجاه القضايا العربية (٢٠٠٩)[١٧].

٢- اعتماد الجالية العراقية في مصر على وسائل الإعلام في متابعة الأوضاع الداخلية في العراق (٢٠٠٨)[١٨].

٣- دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية (٢٠٠٧)[١٩].

٤- دور إذاعة وادي النيل في تلبية الاحتياجات الاتصالية للسودانيين المقيمين في مصر (٢٠٠٧)[٢٠].

٥- دور إذاعة فلسطين في تلبية الاحتياجات الإعلامية للفلسطينيين المقيمين في مصر (٢٠٠٧)[٢١].

٦- استخدامات الجالية العربية في كندا للقنوات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة (٢٠٠٥)[٢٢].

7- Satellite television use among ethnic minorities: A case study of Arab Americans (2005)[23].

نوع الدراسة ومنهجها ومتغيراتها:

(أ) نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات والبحوث الوصفية، حيث تهتم بوصف الاحتياجات الاتصالية للشباب الفلسطيني المقيم في مصر جراء اعتمادهم على القنوات الفضائية العربية.

والبحوث الوصفية تهتم بدراسة وإيضاح خصائص ظاهرة ما، أو حالة معينة كما هي كائنة في الواقع، وتفسيرها وتحديد علاقتها في إطار ظواهرها والمتغيرات المحيطة بها، ويتطلب ذلك جمع بيانات حول الظاهرة محل البحث، وفق الملاحظة والمشاهدة، وإجراء مسوحات ميدانية، وهي تعتمد بدرجة كبيرة على اختيار عينات مناسبة بمختلف أنواعها، وذلك اعتمادًا على مصدرين للمعلومات وهما:

(١) الرجوع إلى ما يخص الموضوع من مؤلفات وتقارير ودراسات ذات علاقة بموضوع الدراسة.

(٢) توزيع استبانة يجمع من خلالها الدارس بيانات ترصد اعتماد الشباب الفلسطيني المقيم في مصر على القنوات الفضائية العربية في تلبية احتياجاتهم الاتصالية، ثم القيام بتحليل هذه البيانات للإجابة عن تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها والوصول إلى النتائج، ومن ثم الخروج بمقترحات ترتبط بموضوع الدراسة.

(ب) منهج الدراسة:

استخدم في الدراسة منهج المسح الوصفي والتحليلي، والذي يُعتبر من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، وخاصة البحوث الوصفية.

ومسح جمهور وسائل الإعلام: هو دراسة ميدانية يتم إجراؤها على (المستمعين أو المشاهدين)، سواء لأغراض الدراسة الأكاديمية أم لأغراض تطوير أساليب الممارسة الإعلامية أو الإعلان والتسويق[٢٤].

(ج) متغيرات الدراسة:

تنقسم متغيرات الدراسة إلى متغيرات مستقلة، ومتغيرات وسيطة، ومتغيرات تابعة على النحو الآتي:

١- **المتغير المستقل:** اعتماد الشباب الفلسطيني على القنوات الفضائية العربية.

٢- **المتغير الوسيط:** العوامل الديموجرافية: (النوع، العمر، المستوى التعليمي، مستوى الدخل، مكان الإقامة، المهنة، الحالة الزواجية).

٣- **المتغير التابع:** مدى استفادة الشباب من القنوات الفضائية العربية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

(أ) الدراسة الاستطلاعية:

أجريت دراسة استطلاعية في الفترة ما بين (٢٥ - ٣٠ أكتوبر ٢٠١٠)، على عينة متاحة حجمها (٤٠) مبحوثًا من الشباب الفلسطيني المقيم في مصر والذي يقدر بستة آلاف شاب بكافة قطاعاتهم المختلفة[٢٥]، وأهم نتائج الدراسة ما يلي:

- كانت تفضيلات أفراد عينة الدراسة بخصوص القنوات الفضائية الفلسطينية قناة القدس الفضائية في الترتيب الأول، يليها تليفزيون فلسطين في الترتيب الثاني، وقناة الأقصى في الترتيب الثالث.
- تفضيل القنوات الفضائية العربية الإخبارية التي تهتم بالشأن الفلسطيني وتنقله بموضوعية دون تحيز لطرف عن آخر.

جاءت قناة القدس الفضائية بالمرتبة الأولى بين القنوات الفلسطينية المفضلة بسبب حيادها بنقل الأخبار وموضوعيتها، وجاءت قناة العربية بالمرتبة الأولى في القنوات العربية الإخبارية، وتلتها قناة الجزيرة القطرية، وأخيرًا قناة MBC من القنوات الفضائية العربية.

(ب) مجتمع الدراسة:

شمل مجتمع الدراسة الشباب الفلسطيني المقيم في جمهورية مصر العربية في محافظتي القاهرة والجيزة في كل من المناطق التالية: (الدقي، المهندسين، الهرم، ٦ أكتوبر، فيصل، إمبابة، جاردن سيتي، المنيل، مصر الجديدة، مدينة نصر، جسر السويس، عين شمس، التحرير وسط البلد، العباسية، حدائق القبة، المرج، عزبة النخل، ألف مسكن، الزهراء، مصر القديمة، المعادى، شبرا الخيمة)، واختيرت هذه المناطق على اعتبار أنها أكثر تجمع سكاني للفلسطينيين في جمهورية مصر العربية، حيث إن الفلسطينيين في مصر لم يقطنوا في مناطق سكنية معينة مثل بقية الفلسطينيين المقيمين بالدول المجاورة في الأردن، وسوريا، ولبنان، وإنما مندمجون في المجتمع المصري وفى أماكن متنوعة على مستوى الجمهورية، ونظرًا لهذا الانتشار اختار الدارس عينة متاحة من الشباب الفلسطيني المقيم في هذه المناطق المذكورة أعلاه.

(ج) الدراسة الميدانية وعينتها:

شمل نطاق الدراسة الميدانية على عينة من الشباب الفلسطيني المقيم في جمهورية مصر العربية لمعرفة مدى اعتمادهم على القنوات الفضائية العربية في تلبية احتياجاتهم الاتصالية.

وأجريت الدراسة على عينة متاحة غير احتمالية من مشاهدي القنوات الفضائية العربية -عينة الدراسة - قوامها (٤٠٠) مبحوث من الشباب الفلسطيني من الذكور والإناث بكافة قطاعاتهم المختلفة، من الفئة ١٩ سنة إلى ٣٥ سنة، الذين يقطنون في محافظتي القاهرة والجيزة، بهدف التعرف على مدى اعتمادهم على الفضائيات العربية في تلبية احتياجاتهم الاتصالية.

واسترشد الدارس في توزيع الاستمارة بالأسلوب الذي اتبعته الدراسات السابقة، وكذلك الاسترشاد بالاتحادات والنقابات الفلسطينية مثل: (اتحاد عمال فلسطين، واتحاد المرأة الفلسطينية، واتحاد الكتاب، ومكتب حركة فتح في القاهرة، ومؤسسة أسر الشهداء، وسفارة فلسطين، ومستشفى فلسطين).

خصائص عينة الدراسة الميدانية:

١- توزيع عينة الدراسة طبقًا للنوع:

جدول رقم (١)

توزيع عينة الدراسة طبقًا للنوع

النوع	ك	٪
الذكور	٢٢١	٥٥,٣
الإناث	١٧٩	٤٤,٨
المجموع	٤٠٠	١٠٠

٢- توزيع عينة الدراسة طبقًا للفئات العمرية:

جدول رقم (٢)

توزيع عينة الدراسة طبقًا للفئات العمرية

الفئات العمرية	ك	٪
من ١٩ - ٢٤	١٦٨	٤٢,٠
من ٢٥ - ٢٩	١٢١	٣٠,٣
من ٣٠ - ٣٥	١١١	٢٧,٨
المجموع	٤٠٠	١٠٠

٣- توزيع عينة الدراسة طبقًا للحالة الزواجية:

جدول رقم (٣)

توزيع عينة الدراسة طبقًا للحالة الزواجية

الحالة الزواجية	ك	٪
عزب	٢٤٥	٦١,٣
متزوج	١٤٣	٣٥,٨
أرمل	٥	١,٣
مطلق	٧	١,٨
المجموع	٤٠٠	١٠٠

٤- توزيع عينة الدراسة طبقًا للمستوى التعليمي:

جدول رقم (٤)

توزيع عينة الدراسة طبقًا للمستوى التعليمي

المستوى التعليمي	ك	٪
أقل من ثانوية عامة	٢٠	٥,٠

المستوى التعليمي	ك	٪
المتوسط (ثانوي)	٢٤	٦,٠
دبلوم فوق المتوسط	٣٧	٩,٣
جامعي بكالوريوس	٢٢٠	٥٥,٠
دراسات عليا (دكتوراه أو ماجستير)	٩٩	٢٤,٨
المجموع	٤٠٠	١٠٠

٥- توزيع عينة الدراسة طبقا للمهنة:

جدول رقم (٥)

توزيع عينة الدراسة طبقًا للمهنة

المهنة	ك	٪
يعمل	١٤٨	٣٧,٠
لا يعمل (طلاب، وربات بيوت)	٢٥٢	٦٣,١
المجموع	٤٠٠	١٠٠

٦- توزيع عينة الدراسة طبقًا لمحل الإقامة:

جدول رقم (٦)

توزيع عينة الدراسة طبقًا لمحل الإقامة

محل الإقامة	ك	٪
محافظة القاهرة	٢٢٢	٥٥,٥
محافظة الجيزة	١٧٨	٤٤,٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

٧- توزيع عينة الدراسة طبقًا لمستوى الدخل الشهري:

جدول رقم (٧)

توزيع عينة الدراسة طبقًا لمستوى الدخل الشهري

مستوى الدخل	ك	٪
أقل من ٣٠٠ دولار	١٥٠	٣٧
من ٣٠٠ - ١٠٠٠ دولار	٢١٨	٥٤
١٠٠٠ دولار فأكثر	٣٢	٨
المجموع	٤٠٠	١٠٠

(د) أدوات جمع البيانات:

استخدم في جمع بيانات الدراسة استمارة ميدانية أعدت بهدف التعرف من خلالها على مدى اعتماد الشباب الفلسطيني المقيم في مصر على القنوات الفضائية العربية في تلبية احتياجاتهم الاتصالية، بمساعدة عدد من الباحثين الميدانيين الذين لهم خبرة في مجال العمل الميداني وتعبئة الاستمارة الميدانية بالطرق التي يتم من خلالها التأكد من صحة الإجابة عن الأسئلة المجاب عنها من قبل المبحوثين.

وتضمنت الاستمارة عدة أسئلة تعكس أهداف البحث وفروضه عددها (١٧) سؤالاً، بالإضافة إلى أسئلة البيانات الشخصية تضمنت (٦) أسئلة.

وتتكون الاستمارة من عدة محاور وهي:

١- علاقة المبحوثين بالقنوات الفضائية العربية.

٢- التفضيلات الخاصة بالقنوات الفضائية العربية.

٣- الاحتياجات الاتصالية جراء اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية العربية .

٤- القنوات الفضائية العربية والاعتماد عليها كمصادر للمعلومات.

٥- تأثير الاعتماد على القنوات الفضائية العربية.

وأجريت المراجعة المكتبية والميدانية لكل استمارة من الاستمارات عقب المقابلة المباشرة للتأكد من الإجابة عن الأسئلة المطلوبة، وتمثلت المراجعة المكتبية في مراجعة أسئلة الصدق والتأكد من مدى تطابق إجابات المبحوثين وترقيم الاستمارة بأرقام مسلسلة بحيث يكون الرقم المسلسل هو المميز لكل حالة من حالات الدراسة، وأجريت الدراسة الميدانية من ٢٥ أكتوبر ٢٠١١ حتى ١ ديسمبر ٢٠١١، واختيرت هذه الفترة بعد الانتهاء من الإطار المنهجي، والإطار النظري للاستفادة في إعداد الاستمارة.

(هـ) اختبار الصدق والثبات:

١- اختبار الصدق:

تم إعداد الاستمارة الميدانية في صورتها النهائية بالاستعانة بفروض الدراسة والتساؤلات والدراسات السابقة التي تمت في هذا المجال في صياغة الأسئلة، وتم التأكد من صدق الاستمارة (الصدق الظاهري Face Validity) من خلال عرضها على مجموعة من الخبراء الممارسين والمختصين في المجال العلمي، وتم تحكيمها بداية شهر يونيو ٢٠١١ حتى ٢٥ أكتوبر ٢٠١١، من الممارسين والخبراء في مجال الإعلام والإحصاء ومناهج البحث الإعلامي[٢٦]، وعدلت الاستمارة طبقًا لإضافاتهم وتعليقاتهم، وبالاتفاق مع الأستاذ المشرف على الدراسة.

وتمثلت أهم أوجه الاستفادة من عملية مراجعة الاستمارة منهجيًا وعلميًا فيما يلي:

حذف بعض الأسئلة الزائدة، ودمج الأسئلة المكررة، واستبدال بعض الألفاظ الصعبة، وإضافة بعض الأسئلة، وإغلاق بعض الأسئلة المفتوحة، وإلغاء بعض البدائل.

٢- اختبار الثبات:

تم تحقيق الثبات عن طريق استخدام أسلوب (Test - Re - Test)، وأعيد تطبيق (١٠٪) من عينة الدراسة (٤٠ مفردة) بعد أسبوعين من انتهاء العمل الميداني، وبلغ معامل الثبات الكلي (٠,٨١٪) وهي درجة مقبولة لثبات الاستمارة الميدانية بالمقابلة، ويشير إلى صلاحيتها بالتطبيق.

(و) المعالجة الإحصائية:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة تم إدخالها بعد ترميزها إلى الحاسوب ثم جرت معالجتها وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية المعروف باسم (SPSS) اختصارًا (Science Statistical Package for Social).

وذلك باستخراج المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية:

١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية:للاستجابات على جميع بنود الأسئلة، ومتغيرات الاستبيان.

٢- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري: لتقصى معنوية الفروق بين مجموعات العين على مقياس الاحتياجات الاتصالية، ومتوسطات التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.

٣- اختبار (ت) للمجموعة المستقلة (Sample T- Test - Independent) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات لنوع الفئة أو النسبة (Interval or Ratio) لتقصى متوسطات اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية العربية، وتأثير الاعتماد على القنوات الفضائية العربية، ومتوسطات التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمجموعة العينة، ومتوسطات التأثيرات.

٤- تحليل التباين ذو البعد الواحد (One Way Analysis of Variance) المعروف اختصارًا باسم (Anova أنوفا) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين

المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval or Ratio).

للتحقق من الفرض الثاني وهو (العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية ومتغيرات النوع والسن، والتعليم، والدخل).

٥- معامل الارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة (Interval or Ratio).

لتقصى الفرض الأول للدراسة الحالية وهو (العلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية ومستوى الاعتماد عليها كمصادر، وكذلك للتحقق من الفرض الثالث (العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية العربية والتأثيرات المتحققة جراء هذا الاعتماد، وأيضًا للتحقق من الفرض الرابع للدراسة وهو (العلاقة بين أنماط التأثيرات المتحققة بعضها البعض جراء الاعتماد على القنوات الفضائية العربية).

وتقصى الفرض الخامس (العلاقة بين الاحتياجات الاتصالية وكل من الاعتماد على القنوات الفضائية العربية والتأثيرات المتحققة).

٦- وتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (٩٥٪) فأكثر، أي عند مستوى معنوي (٠,٠٥) فأقل.

وفيما يلي نتناول نتائج الدراسة الميدانية وتحليل مؤشراتها.

أولاً- النتائج العامة للدراسة الميدانية:

فيما يلي عرض للنتائج العامة التي توصلت إليها الدراسة، وذلك من خلال النقاط الآتية:

(أ) علاقة عينة الدراسة بالقنوات الفضائية العربية.

(ب) التفضيلات الخاصة بالقنوات الفضائية العربية.

(ج) الاحتياجات الاتصالية جراء اعتماد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العربية .

(د) القنوات الفضائية العربية والاعتماد عليها كمصادر للمعلومات.

(هـ) تأثير الاعتماد على القنوات الفضائية العربية .

وفيما يلي عرض ومناقشة للنتائج التي توصلت إليها الدراسة بشأن هذه النقاط:

(أ) علاقة عينة الدراسة بالقنوات الفضائية العربية:

تقصت هذه الدراسة علاقة عينة الدراسة بالقنوات الفضائية العربية، وذلك من خلال معرفة مدى مشاهدة هذه القنوات وعدد أيام المشاهدة، وعدد الساعات اليومية للمشاهدة، وأوقات المشاهدة، واتصال العينة بالقنوات الفضائية العربية، والجدوى المتحققة جراء هذا الاتصال، وذلك على النحو الآتي:

(١) مدى مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية:

ما معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية؟ لقد كشف تحليل البيانات عن أن عينة الدراسة تشاهد القنوات الفضائية العربية وفق المعدلات المبينة بالجدول التالي:

جدول رقم (٨)

توزيع عينة الدراسة طبقًا لمدى مشاهدة القنوات الفضائية العربية

المشاهدة	ك	٪
أحيانًا	٢٠٧	٥١,٨
دائمًا	١٧٥	٤٣,٨
لا أتعرض	١٨	٤,٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

أكثر من نصف عينة الدراسة تحرص على مشاهدة القنوات الفضائية العربية، حيث جاءت أحيانًا بالمرتبة الأولى بنسبة ٥١,٨٪، بينما دائمًا جاءت في المرتبة الثانية بنسبة ٤٣,٨٪، وأخذت أدنى نسبة ٤,٥٪ لا أتعرض من أفراد العينة، لعدة أسباب، حيث لوحظ عند المراجعة المكتبية للاستمارة الميدانية أن هناك من أفراد العينة من لا يشاهدون القنوات الفضائية العربية؛ لأنهم يكتفون فقط بمشاهدة المحطات الأرضية، وهناك من أفراد العينة من يسكنون في مساكن خاصة بالطلبة مثل: سكن الطالبات الفلسطينيات[٢٧]، حيث لا تتوفر أجهزة تليفزيون في غرف النوم، وإنما جهاز تليفزيون واحد فقط في قاعة استقبال السكن، وهناك من يسكنون في مساكن بالإيجار ولا يملكون أجهزة تليفزيون أو أطباقًا هوائية ليشاهدوا الفضائيات، وقد يرجع أيضًا إلى أن هناك أفرادًا من العينة لا يشاهدون التليفزيون نهائيًا، وليس من هواة مشاهدته، ويستخدمون وسائل إعلامية أخرى، وهناك من لا يوجد لديهم وقت للجلوس أمام التليفزيون لارتباطاتهم بعملهم ومصالحهم الحياتية.

يُستنتج من ذلك أن القنوات الفضائية العربية تُعتبر من الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها عينة الدراسة كوسيلة في المتابعة والحصول على المعلومات وملازمة التليفزيون.

تتقارب نتائج هذه الدراسة من حيث نسبة المشاهدة مع دراسة رياض يوسف صلاحات[٢٨]، حيث خلصت إلى أن (٩٥,٥٪) من الفلسطينيين عينة الدراسة يشاهدون الفضائيات العربية، فيما تبين أنّ الأفراد الذين لا يشاهدون الفضائيات العربية قد بلغت نسبتهم (٤,٥٪) من مجمل العينة.

تتقارب نتائج هذه الدراسة من حيث حجم العينة مع دراسة منى الحديدي، وعاطف العبد[٢٩]، حيث طبقت على عينة حجمها (٤٠٠) مفردة من طلاب معهد البحوث والدراسات العربية بالقاهرة.

كما تقاربت نتائج هذه الدراسة من حيث حجم العينة مع دراسة هشام أحمد شرف الدين[٣٠]، حيث طبقت على عينة عشوائية طبقية حجمها (٤٠٠) شاب وشابة من طلاب جامعتي (صنعاء الحكومية، واليمنية الخاصة) في المرحلة العمرية من ١٨ - ٢٦.

(٢) أيام الأسبوع التي تحرص فيها عينة الدراسة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن عينة الدراسة ممن تشاهد القنوات الفضائية العربية على مدار الأسبوع وبأيام مختلفة كما هو موضح بهذا الجدول:

جدول رقم (٩)

توزيع عينة الدراسة ممن يشاهدون القنوات الفضائية العربية على أيام الأسبوع

أيام الأسبوع	ك	٪
حسب الظروف	١٢٦	٣٣,٠
٤-٦ أيام	٧٩	٢٠,٧
٦ أيام فأكثر	٧٩	٢٠,٧
٢-٤ أيام	٧٣	١٩,١
١-٢ يوم	٢٥	٦,٥
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن ثلث عينة الدراسة ممن يشاهدون القنوات الفضائية العربية، يشاهدون الفضائيات حسب ظروفهم وليس بطريقة منتظمة، حيث جاءت حسب الظروف بالمرتبة الأولى بنسبة ٣٣٪، وتطابقت كل من ٤-٦ أيام، و٦ أيام فأكثر بنسبة

٢٠,٧٪ وتأتى بالمرتبة الثانية، ثم جاءت مشاهدة عينة الدراسة من ٢-٤ أيام في المرتبة الثالثة بنسبة ١٩,١٪، وبالمرتبة الأخيرة جاءت من ١-٢ يوم بنسبة ٦,٥٪.

تعكس النتائج السابقة أن جلوس عينة الدراسة أمام التليفزيون مرتبط بوقت فراغهم، بسبب ارتباطهم بأشياء أخرى عملية أو تعليمية بغرض الدراسة، أو ربما لأن معظمهم يقضي وقته بالعمل ولم يكن لديه الوقت الكافي لمشاهدة القنوات الفضائية العربية بشكل عام، وقد يتجهون فقط إلى مشاهدة الأخبار قصيرة الوقت لمعرفة ما يدور في العالم.

ونجد أن الشباب الفلسطيني المقيم في مصر قد تطابقت مشاهدته للقنوات الفضائية من أربعة أيام إلى ستة أيام في الأسبوع ليس بشكل منتظم، وقد يرجع ذلك لأن هناك وسائل إعلامية أخرى يقضي وقته في متابعتها مثل: المواقع الإلكترونية أو الاستماع إلى الإذاعة عبر الإنترنت، أو قضاء الوقت برفقة أصدقائه خارج المنزل.

(٣) عدد الساعات التي تشاهدها عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية يوميًا:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة ممن يشاهدون القنوات الفضائية العربية لعدد الساعات اليومية جاءت موضحه في هذا الجدول:

جدول رقم (١٠)

توزيع عينة الدراسة طبقًا لعدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية العربية يوميًا

عدد الساعات	ك	٪
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	٧٩	٢٠,٧
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	٧٤	١٩,٤
من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات	١٦٨	٤٤,٠

عدد الساعات	ك	٪
أربع ساعات فأكثر	٣٨	٩.٩
أقل من ساعة	٢٣	٦.٠
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن نصف عينة الدراسة تقريبًا تشاهد القنوات الفضائية العربية من ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات بنسبة ٤٤٪، يليه من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة ٢٠.٧٪، وجاءت من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات ١٩.٤٪، وجاءت أربع ساعات فأكثر بنسبة ٩.٩٪، وأخيرًا جاءت أقل من ساعة بنسبة ٦٪.

وترجح هذه النتيجة أن الشاب الفلسطيني المقيم بمصر في حال جلوسه أمام التليفزيون ويشاهد القنوات الفضائية العربية، يبقى لمدة ثلاث ساعات إلى أقل من أربع ساعات، إما لمشاهدة فليم عربي أو أجنبي، أو مسلسل درامي على إحدى القنوات الفضائية العربية، أو برنامج ترفيهي، أو برنامج سياسي أو اجتماعي، أو بعد الانتهاء من متابعة نشرة الأخبار الساخنة يبحث عمّا هو أقل سخونة في البرامج والمواد الترفيهية، وأثناء جلوسه ربما يتم تغيير المحطات كحب استطلاع، والبحث عن إشباع احتياجاته الاتصالية.

(٤) الأوقات التي تحرص فيها عينة الدراسة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن الأوقات التي تشاهدها عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية جاءت على النحو الذي يوضحه هذا الجدول:

جدول رقم (١١)

توزيع عينة الدراسة طبقًا لأوقات مشاهدة القنوات الفضائية العربية

(ن = ٣٨٢)

عدد الساعات	ك	٪
فترة السهرة (١٠- ١٢ مساءً)	١٥١	٣٩,٥
فترة العصر والمساء (٤- ٩ مساءً)	١١٨	٣٠,٠
حسب الظروف	٨٢	٢١,٥
فترة السهرة الممتدة (٠١ - ٥ صباحًا)	٤٤	١١,٥
الفترة الصباحية (٦- ١٠ صباحًا)	٣٥	٩,٢
فترة الضحى والظهيرة (١١ - ٣ مساءً)	٢٤	٩,٣
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن أغلب الأوقات المفضلة التي تشاهدها عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية هي فترة السهرة من (١٠- ١٢ مساءًا) جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة ٣٩,٥٪، يليه فترة العصر والمساء (٤- ٩ مساءًا) بنسبة ٣٠٪، ثم جاءت المرتبة الثالثة حسب الظروف بنسبة ٢١,٥٪، وفى المرتبة الرابعة فترة السهرة الممتدة (٠١- ٥ صباحًا) بنسبة ١١,٥٪، يليه الفترة الصباحية من (٦- ١٠ صباحًا) بنسبة ٩,٢٪، وجاءت فترة الضحى والظهيرة من (١١- ٣ مساءًا) بالمرتبة الأخيرة بنسبة ٦,٣٪.

تظهر هذه النتيجة أن الشباب الفلسطيني المقيم في جمهورية مصر العربية يحرص في المعتاد على مشاهدة القنوات الفضائية العربية في الفترة المسائية من الساعة العاشرة حتى الساعة الثانية عشرة في منتصف الليل، وذلك لعدة أسباب أهمها: أنه قد يكون في الفترة الصباحية موجودًا في الجامعة ليتلقى

تحصيله العلمي، أو في عمله الذي يعمل به، وربما يكون هناك شباب ممن ينامون في الفترة الصباحية، وحين يفيقون من نومهم يتابعون القنوات الفضائية العربية.

(٥) هل سبق اتصال عينة الدراسة بالقنوات الفضائية العربية؟:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة لديهم الرغبة في الاتصال بالقنوات الفضائية العربية بهدف المشاركة، فهل عادت بالفائدة عليهم جراء هذا الاتصال؟ يتضح ذلك من خلال هذا الجدول:

جدول رقم (١٢)

توزيع عينة الدراسة ممن يشاهدون القنوات الفضائية العربية طبقًا لاتصالهم بإحدى الفضائيات

(ن = ٣٨٢)

الاتصال	ك	٪
لا	٣٤٩	٩١,٤
نعم	٣٣	٨,٦
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على نتائج عدة أهمها:

إن نسبة الذين لم يسبق لهم الاتصال من عينة الدراسة بإحدى القنوات الفضائية العربية هي ٩١,٤٪، بينما نسبة الذين اتصلوا بإحدى القنوات الفضائية العربية بنسبة ٨,٦٪، وهذا يدلل على أن هناك وعيًا للمشاركة بالقنوات كوسائل للتعبير عن الرأي للإنسان الفلسطيني خارج وطنه، ويجد في الاتصال نوعًا من أنواع تلبية احتياجاته بالتعبير عمّا يجول بخاطره، وكانت القضايا التي يُناقشها المبحوثون من خلال الاتصال بالقنوات الفضائية عبر

البرامج السياسية والاجتماعية والثقافية تتمثل في: (حب المشاركة، والتوضيح والفهم، والاستشارة حول قضية أو مشكلة ما، وبرنامج المسابقات، والمصالحة الفلسطينية)(*).

وعند سؤال عينة الدراسة عمّا إذا كانوا قد وجدوا فائدة جراء اتصالهم بالقنوات الفضائية العربية، جاءت النتيجة على النحو الآتي كما هو موضح بالجدول:

جدول رقم (١٣)

توزيع إجابات عينة الدراسة حسب
فائدة الاتصال بالقنوات الفضائية العربية
(ن = ٣٣)

الاتصال	ك	٪
نعم	٢٠	٦٠,٦
لا	١٣	٣٩,٤
المجموع	٣٣	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أظهرت إجابات عينة الدراسة أن اتصالهم بالقنوات الفضائية العربية قد حقق لهم فائدة بنسبة ٦٠,٦٪، بينما لم يجد فائدة من الاتصال بنسبة ٣٩,٤٪، وهذا يعنى أن القنوات الفضائية استطاعت أن تعود بالفائدة على عينة الدراسة ممن يشاهدون القنوات الفضائية العربية في تلبية احتياجاتهم الاتصالية.

(*) هذا السؤال مفتوح وتم الحصول على هذه المواضيع والقضايا من خلال استجابات المبحوثين عن سبب الاتصال والمشاركة بالقنوات الفضائية العربية، فذكر أهم القضايا التي يشارك في طرحها عبر الفضائيات.

وتعد مشاركة الشباب الفلسطيني والاتصال بالقنوات الفضائية العربية سواء عبر الرسائل القصيرة، أم البريد الإلكتروني، أم الاتصال بالتليفون والمشاركة بالبرامج والمواد التي تبث عبر الفضائيات، نقلة في التعبير عن الشخصية والوجود الفلسطيني، أو رغبة منه بأن يُسمع رسالته إلى الأهل والأقارب في فلسطين المحتلة.

(ب) التفضيلات الخاصة بالقنوات الفضائية العربية:

بينت هذه الدراسة تفضيلات عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية التي تحرص على مشاهدتها، وهي: (الإخبارية، والمنوعات، والرياضية، والثقافية، والدرامية، والعلمية، والوثائقية)، كما كشفت الدراسة على وجه التحديد والتوضيح ما القناة المفضلة في كل نوع من أنواع القنوات الفضائية العربية؟ مع تحديد نسبة التفضيل لكل قناة في إطار منفصل، وكذلك معرفة أسباب تفضيل المبحوثين لهذه القنوات، وأيضًا معرفة نوعية المواد والبرامج التي يفضل المبحوثون متابعتها، وذلك من خلال التقسيم في الجداول الآتية:

(١) ترتيب القنوات الفضائية العربية التي تحرص- عينة الدراسة - على تفضيلها:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة تفضل القنوات الفضائية العربية التالية: (الإخبارية، والمنوعات، والرياضية، والثقافية، والدرامية، والعلمية، والوثائقية)، كما كشف التحليل الإحصائي عن كل قناة تفضلها عينة الدراسة كل على حدة من هذه القنوات الفضائية العربية، وذلك كما سيوضحه هذا الجدول، والجداول التي تليه.

جدول رقم (١٤)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقًا لتفضيلهم القنوات الفضائية العربية

(ن = ٣٨٢)

الاتصال	درجة التفضيل		
	الأولى	الثانية	الثالثة
القنوات الإخبارية	٢٨٠ (٧٣,٣٪)	٥٠ (١٣,١٪)	٣٠ (٧,٩٪)
قنوات المنوعات	٥٨ (١٥,٢٪)	١١٥ (٣٠,١٪)	٣٦ (٩,٤٪)
القنوات الرياضية	٤٠ (١٠,٥٪)	٧٢ (١٨,٨٪)	٥٨ (١٥,٢٪)
القنوات الثقافية	١٨ (٤,٧٪)	١٩ (٥٪)	٢٦ (٦,٨٪)
قنوات الدراما	٦٣ (١٦,٥٪)	٤١ (١٠,٧٪)	٩٤ (٢٤,٦٪)
القنوات العلمية	٨ (٢,١٪)	١١ (٢,٩٪)	٢٠ (٥,٢٪)
القنوات الوثائقية	٢١ (٥,٥٪)	١٨ (٤,٧٪)	٦٨ (١٧,٨٪)

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن أكثر من نصف عينة الدراسة تفضل القنوات الإخبارية فجاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٧٣,٣٪، وجاءت قنوات المنوعات في المرتبة الثانية بنسبة ٣٠,١٪، وفى الترتيب الثالث قنوات الدراما بنسبة ٢٤,٦٪، وجاءت في الترتيب الرابع القنوات الرياضية بنسبة ١٨,٨٪، وفى الترتيب الخامس القنوات

الوثائقية بنسبة ١٧,٨٪، وفى الترتيب السادس جاءت القنوات الثقافية بنسبة ٦,٨٪، وفى الترتيب السابع القنوات العلمية بنسبة ٥,٢٪.

ترجع هذه النتيجة إلى أن الشباب الفلسطيني المقيم في مصر لديه وعى سياسي، وهذا لأن الإنسان الفلسطيني ارتبطت حياته بالسياسة والأخبار والمتابعة؛ لأن وضعه وحياته خارج وطنه تجبره على أن يكون متابعًا وعلى دراية بكل ما يجرى من حوله، بسبب الارتباط الوثيق بالتغييرات والأحداث التي تحدث في فلسطين والمنطقة، وانعكاسها على مجرى حاضره ومستقبله، وهذا لا يغنيه عن متابعته كذلك لقنوات المنوعات كنوع من التنفيس والاستراحة والخروج من جو الأخبار الساخنة التي ربما تشد أعصاب المشاهد، حيث إن الأحداث اليومية التي تجرى في فلسطين لا يمكن أن تخلو من حدث مأساوي سواء من قصف قوات الاحتلال للمناطق الفلسطينية، أم الاعتقال والاغتيال، كل هذه الأخبار تنعكس على حياة الشباب خارج وطنه.

تتقارب نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة إياد البرنيه[٣١]، حيث خلصت الدراسة إلى اعتماد (٥٤,٧٪) من المبحوثين على القنوات الإخبارية الفضائية العربية في الحصول على المعرفة بالقضايا العربية .

ولكن على وجه التحديد ما القنوات الفضائية العربية التي تفضلها عينة الدراسة؟ للإجابة عن هذا التساؤل، تم تحديد إجابات نسبة عينة الدراسة لكل قناة في إطار التقسيم السابق الموضح أعلاه في الجدول، وكانت النتيجة على النحو الآتي:

(١/١) ما القنوات الإخبارية الفضائية العربية التي تحرص عينة الدراسة على تفضيلها؟

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة تفضل القنوات الفضائية العربية الإخبارية التالية التي يوضحها هذا الجدول:

جدول رقم (١٥)

توزيع إجابات عينة الدراسة التي تحرص على تفضيل القنوات الإخبارية الفضائية

(ن = ٣٨٢)

القناة	ك	٪
العربية	١٥٩	٤١,٦
الجزيرة	١٤٠	٣٦,٦
فلسطين	٣١	٨,١
النيل	٩	٢,٣
BBC عربي	٧	١,٨
روسيا اليوم	٢	٠,٥
المنار	٢	٠,٥
الأقصى	١	٠,٢
المصرية	١	٠,٢
ON TV	١	٠,٢

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن عينة الدراسة ممن تشاهد القنوات الفضائية العربية تفضل قناة العربية فجاءت بالمرتبة الأولى بنسبة ٤١,٦٪، وفى الترتيب الثاني قناة الجزيرة بنسبة ٣٦,٦٪، وفى الترتيب الثالث قناة فلسطين بنسبة ٨,١٪، وفى الترتيب الرابع قناة النيل الإخبارية بنسبة ٢,٣٪، وفى الترتيب الخامس قناة BBC عربي بنسبة ١,٨٪، وجاءت قناتا روسيا اليوم والمنار في الترتيب السادس بنسبة ٠,٥٪، وفى الترتيب السابع كل من: قناة الأقصى وقناة المصرية وقناة ON TV بنسبة ٠,٢٪.

وجاءت هذه النتائج عكس الدراسات السابقة التي كانت تظهر فيها نسبة تفضيل قناة الجزيرة القطرية في المرتبة الأولى، ويرجع ذلك من وجهة نظر الدارس إلى: التحريض على قناة الجزيرة، واكتشاف البعض السياسة التحريضية لها، وكذلك التركيز على دول دون الأخرى، أي الانتقائية في تناولها للموضوعات، والهجوم الشخصي الذي تشنه القناة على بعض الشخصيات العربية دون غيرها.

وكذلك التراجع الذي حصل في الأداء المهني للمحطة بسبب الانشغال في تغطية الثورات العربية وإعطائها الأولوية عما عداها، وبسبب إيقاف البرامج الحوارية لأكثر من ستة أشهر على الأقل، ويقول القائمون على قناة الجزيرة: إن خطة التطوير التي يعكفون عليها حاليًا تتمثل في إيلاء عناية خاصة بغرفة الأخبار، وتنشيط عمل المراسلين في البلدان المهمة، خاصة في القاهرة وبيروت، حيث يجري البحث حاليًا عن ملء الفراغ الذي نجم عن استقالة كل من غسان بن جدو (مدير مكتب بيروت) وحسين عبد الغني مدير مكتب القاهرة، وقد تعرضت مجموعة من مقدمي البرامج من السيدات خاصة إلى حملات تشهير بذيئة تضمنت أشرطة فيديو مركبة وصورًا، كما تعرض بعض الضيوف الكبار جدا في برامج المحطة للشيء نفسه، الأمر الذي أدى إلى إصابة بعض المذيعات بحالات من الإحباط النفسي.

وكان برنامج "الاتجاه المعاكس" هو الوحيد تقريبًا من بين البرامج الأخرى الذي عاد بقوة بعد فترة إيقاف البرامج الحوارية، ونجح في استعادة الكثير من متابعيه، ويسود اعتقاد بأن أحد البرامج الجديدة المقترحة برنامج حواري على غرار برنامج "أكثر من رأي" الذي كان يقدمه الإعلامي سامي حداد.

كما تعرضت قناة "الجزيرة" لانتقادات من بعض الأوساط بسبب تغطيتها للثورات العربية بطريقة تتسم بانعدام التوازن في بعض الأحيان، كما أن شعبيتها تراجعت في بعض البلدان التي نجحت فيها الثورات في إطاحة أنظمة مثل: مصر وتونس، حيث باتت المحطات التليفزيونية المحلية وما تتمتع به من

حرية في برامجها الحوارية، تستقطب أعدادًا أكبر من المشاهدين، وخاصة البرامج التي يقدمها نجوم الجزيرة السابقين مثل: يسري فودة وحافظ الميرازي وحسين عبد الغني وسوزان الحرفي وغيرهم.

كما نستنتج مما سبق خوض تليفزيون فلسطين تنافسًا مع فضائيات عملاقة تهتم بالشأن السياسي الفلسطيني وحقق مراتب متقدمة في سياق التنافس من خلال وضوح الرؤية وانتهاج المهنية والشمولية في التحليل، وتطوير الكادر وتحديث المعدات، وتوسيع مساحة التغطية.

وتليفزيون فلسطين الذي بدأ مسيرته منذ ١٧ عامًا في غزة وراكم الخبرات والمعدات والأرشيف إلا أن الانقسام الذي حدث في منتصف يونيو / حزيران ٢٠٠٧م أعاق تقدم مسيرة التليفزيون بعد تحويل مبناه إلى أكاديمية لشرطة حماس ومنع كوادره من العمل هناك، ومصادرته والاستيلاء على الأرشيف والمعدات، لذلك عندما تحاكم تاريخ التليفزيون لا بد من الإشارة إلى أن العمر الحقيقي للتلفزيون بدأ من جديد منذ عام ٢٠٠٦.

وعلى الرغم من أن تليفزيون فلسطين الذي انتقل مقره الرئيس من غزة إلى رام الله بالضفة الغربية تغير منذ عامين، وبدأ التليفزيون يُعطي اهتمامًا واضحًا للفلسطينيين في كل مكان من: تشيلي والبرازيل وهولندا ولبنان وسوريا وداخل الخط الأخضر مرورًا بكل المحافظات وعلى رأسها القدس وغزة، لم يعد التليفزيون مغرقا في نقل الرواية الرسمية أو منحازًا لصالح فصيل ما ولكن هذه الصورة بدأت بالتغير والانفتاح على كافة الفصائل الوطنية والإسلامية، وبدأ التفاعل مع المنظمات غير الحكومية والشبابية والأهلية مرسخًا علاقة شراكة وتكامل مع هذه المؤسسات.

وحاليًا الهيئة المشرفة على تليفزيون فلسطين تقوم بتوسيع مكاتبها وتجهيزها على أكمل وجه من أجل إنتاج التقارير الإخبارية وحتى البرامج، ولكن معوقات وإجراءات العطاءات المركزية والشركات المنفذة تعيق الإسراع في

تنفيذ ذلك، وتبلغ التكلفة الإجمالية لهذا المشروع بشكل عام حوالي ٣ مليون شيكل[٣٢].

إن تليفزيون فلسطين كونه من أهم رموز السيادة الوطنية، ويمثل كافة أطياف الشعب الفلسطيني في الوطن والشتات تقع على عاتقه مسؤولية كبرى في عكس الواقع الفلسطيني والتفاعل مع القضايا المحلية والاجتماعية والتنموية المحلية من جهة، والتصدي لآلة الإعلام الإسرائيلي التي تعمل على تشويه صورة الفلسطيني ونضاله من جهة أخرى، الأمر الذي يلقي على عاتقه مسؤولية أكبر، وهو ما يتطلب التعاون والتكامل مع الإعلام المحلي والخاص.

(٢/١) ما قنوات المنوعات الفضائية العربية التي تحرص عينة الدراسة على تفضيلها:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن قنوات المنوعات التي تفضلها عينة الدراسة من مجمل قنوات المنوعات الفضائية العربية كانت كما هو موضح في هذا الجدول:

جدول رقم (١٦)

توزيع إجابات عينة الدراسة التي تحرص على تفضيل قنوات المنوعات الفضائية

(ن = ٣٨٢)

القناة	ك	٪
MBC 1	١٠٠	٢٩,١
روتانا	٢٦	٦,٨
الحياة المصرية	١٠	٢,٦
دريم	٦	١,٥
روتانا مصرية	٤	١,٠

القناة	ك	٪
مزيكا	٢	٠,٥
روتانا موسيقى	١	٠,٢
النيل للمنوعات	١	٠,٢

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن عينة الدراسة ممن تشاهد القنوات الفضائية العربية تفضل قناة MBC1 فقد جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٢٩,١٪، وفى الترتيب الثاني قناة روتانا بنسبة ٦,٨٪، وفى الترتيب الثالث قناة الحياة المصرية بنسبة ٢,٦٪، وفى الترتيب الرابع قناة دريم بنسبة ١,٥٪، وفى الترتيب الخامس قناة روتانا مصرية بنسبة ١,٠٪، وفى الترتيب السادس مزيكا بنسبة ٠,٥٪، وجاءت كل من قناتي روتانا موسيقى والنيل للمنوعات في الترتيب السابع بنسبة ٠,٢٪.

تتقارب نتائج هذه الدراسة مع دراسة عبد الرحمن محمد سعيد الشامي[٣٣]، في ارتفاع نسبة التعرض للقنوات الفضائية العربية بين المبحوثين، وقد جاءت قناة MBC1 في مقدمة القنوات الفضائية العربية.

كذلك تتقارب نتائج الدراسة الحالية مع دراسة العنود ناصر إبراهيم الرشيد[٣٤] في تفضيل أغلبية المبحوثين قناة MBC1 الفضائية العربية بنسبة ٧١,٣٪ وجاءت في الترتيب الأول، تليها الوطن الكويتية بنسبة ٣١,٦٪، ثم الرأي الكويتية بنسبة ٣٠,٢٪، حيث يتضح تزايد إقبال الإناث على مشاهدة قنوات MBC بنسبة ٨٠,٧٪ في مقابل ٦٠,٣٪ للذكور.

(٣/١) ما قنوات الدراما الفضائية العربية التي تحرص عينة الدراسة على تفضيلها؟

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة تفضل قنوات الدراما الفضائية العربية من مجمل القنوات الدرامية العربية، وذلك كما هو موضح في هذا الجدول:

جدول رقم (١٧)

توزيع إجابات عينة الدراسة التي تحرص على تفضيل قنوات الدراما الفضائية العربية

(ن =٣٨٢)

القناة	ك	٪
MBC دراما	٨٥	١٥,١
MBC 4	٢٥	٦,٥
نايل دراما	٢١	٥,٤
ميلودي أفلام	٢٠	٥,٢
بانوراما دراما	١٥	٣,٩
روتانا سينما	١٠	٢,٦
الحياة مسلسلات	٩	٢,٣

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن عينة الدراسة ممن تشاهد القنوات الفضائية العربية تفضل قناة MBC دراما جاءت بالترتيب الأول بنسبة ١٥,١٪، وفى الترتيب الثاني جاءت قناة MBC4 بنسبة ٦,٥٪، وفى الترتيب الثالث جاءت قناة نايل دراما بنسبة ٥,٤٪، وفى الترتيب الرابع قناة ميلودي أفلام بنسبة ٥,٢٪، وجاءت قناة بانوراما دراما بالترتيب الخامس بنسبة ٣,٩٪، وفى الترتيب السادس قناة روتانا سينما بنسبة ٢,٦٪، وجاءت قناة الحياة مسلسلات في الترتيب السابع بنسبة ٢,٣٪.

(٤/١) ما القنوات الرياضية الفضائية العربية التي تحرص عينة الدراسة على تفضيلها؟

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن إجابات عينة الدراسة تفضل القنوات الفضائية الرياضية العربية التالية (مودرن سبورت، والجزيرة

الرياضية، ونايل سبورت، والأهلي، وميلودي رياضة) وذلك بنسب مختلفة يوضحها هذا الجدول:

جدول رقم (١٨)

توزيع إجابات عينة الدراسة التي تحرص على تفضيل القنوات الرياضية الفضائية العربية

(ن = ٣٨٢)

القناة	ك	٪
الجزيرة الرياضية	١٢٣	٣٢,١
مودرن سبورت	٣١	٨,١
نايل سبورت	١٤	٣,٦
الأهلي	٥	١,٣
ميلودي رياضة	٣	٠,٣

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن عينة الدراسة ممن تشاهد القنوات الفضائية العربية تفضل قناة الجزيرة الرياضية فجاءت بالترتيب الأول بنسبة ٣٢,١٪، وفى الترتيب الثاني قناة مودرن سبورت بنسبة ٨,١٪، وفى الترتيب الثالث قناة نايل سبورت بنسبة ٣,٦٪، وفى الترتيب الرابع قناة الأهلي بنسبة ١,٣٪، وجاءت قناة ميلودي رياضة في الترتيب الخامس بنسبة ٠,٣٪.

(٥/١) ما القنوات الوثائقية الفضائية العربية التي تحرص عينة الدراسة على تفضيلها؟

القنوات الوثائقية الفضائية العربية التي تفضلها عينة الدراسة هي: (الجزيرة الوثائقية، أبو ظبي الوثائقية، ناشيونال جيوجرافيك) ويكشف التحليل الإحصائي النسب المختلفة للتفضيل كما هو موضح في الجدول:

جدول رقم (١٩)

توزيع إجابات عينة الدراسة التي تحرص على
تفضيل القنوات الوثائقية الفضائية العربية

(ن = ٣٨٢)

القناة	ك	٪
الجزيرة الوثائقية	٧٣	١٩,١
ناشيونال جيوجرافيك	١٩	٤,٩
أبو ظبي الوثائقية	٥	١,٣

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن عينة الدراسة ممن تشاهد القنوات الفضائية العربية تفضل قناة الجزيرة الوثائقية جاءت بالترتيب الأول بنسبة ١٩,١٪، وفى الترتيب الثاني جاءت قناة ناشيونال جيوجرافيك بنسبة ٤,٩٪، وفى الترتيب الثالث قناة أبو ظبي الوثائقية بنسبة ١,٣٪.

(٦/١) ما القنوات الثقافية الفضائية العربية التي تحرص عينة الدراسة على تفضيلها؟

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة تفضل القنوات الثقافية الفضائية العربية التالية: (النيل الثقافية، والجزيرة الثقافية، وأبو ظبي الثقافية، وناشيونال جيوجرافيك، والرسالة) والجدول الآتي يوضح النسب الإحصائية:

جدول رقم (٢٠)

توزيع إجابات عينة الدراسة التي تحرص على تفضيل القنوات الثقافية الفضائية العربية

(ن = ٣٨٢)

القناة	ك	٪
ناشيونال جيوجرافيك	١٦	٤,١
الجزيرة الثقافية	١٤	٣,٦
النيل الثقافية	١٣	٣,٤
أبو ظبي الثقافية	٥	١,٣
الرسالة	٣	٠,٧

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن عينة الدراسة ممن تشاهد القنوات الفضائية العربية تفضل قناة ناشيونال جيوجرافيك الثقافية جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٤,١٪، وفى الترتيب الثاني جاءت قناة الجزيرة الثقافية بنسبة ٣,٦٪، وفى الترتيب الثالث قناة النيل الثقافية بنسبة ٣,٤٪، وجاءت قناة أبو ظبي الثقافية في الترتيب الرابع بنسبة ١,٣٪، وقناة الرسالة في الترتيب الخامس بنسبة ٠,٧٪.

(٧/١) ما القنوات العلمية الفضائية العربية التي تحرص عينة الدراسة على مشاهدتها؟

القنوات العلمية التي تفضلها عينة الدراسة هي: (النيل العلمية، وجامعة القاهرة، والجزيرة العلمية، واقرأ) والتحليل الإحصائي كشف النسب التفضيلية وذلك كما يوضحه هذا الجدول:

جدول رقم (٢١)

توزيع إجابات عينة الدراسة التي تفضل القنوات العلمية الفضائية

(ن = ٣٨٢)

القناة	ك	٪
النيل العلمية	٦	١,٥
الجزيرة العلمية	٣	٠,٥
المنارة	١	٠,٢
اقرأ	١	٠,٢
جامعة القاهرة	١	٠,٢

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن عينة الدراسة ممن تشاهد القنوات الفضائية العربية تفضل قناة النيل العلمية، فقد جاءت بالترتيب الأول بنسبة ١,٥٪، وفي الترتيب الثاني قناة الجزيرة العلمية بنسبة ٠,٥٪، وجاءت قنوات كل من: جامعة القاهرة، والمنارة، واقرأ بنفس الترتيب بنسبة ٠,٢٪.

(٢) أسباب تفضيل عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة تفضل متابعة القنوات الفضائية العربية لمعرفة ما يدور في الوطن والعالم العربي، وزيادة المعلومات، وقضاء وقت الفراغ والتسلية، وهذا الجدول يوضح بالتفصيل:

جدول رقم (٢٢)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقًا لأسباب تفضيل القنوات الفضائية العربية

(ن = ٣٨٢)

خيارات التفضيل	ك	٪
لمعرفة ما يدور في وطني والعالم العربي	١٨٥	٤٨,٤
لزيادة معلوماتي في كافة المعارف والعلوم	٩٥	٢٤,٩
لقضاء وقت الفراغ والتسلية	٦١	١٦
لأنها تقدم برامج ومواد تلبى احتياجاتي الاتصالية	٤١	١٠,٧
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

جاءت أسباب تفضيل عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية مرتبة طبقًا لما أحرزته من تكرارات من قبل الذين أجابوا عن السؤال كالآتي: جاء بديلا لمعرفة ما يدور في الوطن والعالم العربي بنسبة ٤٨٪، حيث جاءت درجة التفضيل الأولى، وجاء في المرتبة الثانية (لزيادة معلوماتي في كافة المعارف والعلوم) بنسبة ٢٤,٩٪، يليه (قضاء وقت الفراغ والتسلية) بنسبة ١٦٪، وجاءت درجة التفضيل الأخيرة (لأنها تقدم برامج ومواد تلبى احتياجات الشباب الفلسطيني) - عينة الدراسة - بنسبة ١٠,٧٪.

وهذه النتائج تتفق مع ما جاءت به نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى أن أفراد الجمهور يعتمدون على وسائل الإعلام رغبة منهم في إشباع حاجاتهم وتحقيق رغباتهم وأهدافهم في إطار وجود تفاعلات تسير في اتجاهات ثلاثة بين وسائل الإعلام وأفراد الجمهور، ثم النظام الاجتماعي.

فالشباب الفلسطيني المقيم في مصر البعيد عن وطنه الأم بحاجة إلى

معرفة كل ما هو جديد، وما يدور هناك وفى العالم حتى لا يكون مغيبًا عن مجريات الأحداث في الأراضي الفلسطينية والعالم.

(٣) تفضيل عينة الدراسة لنوعية المواد والبرامج التي يحرص على متابعتها في القنوات الفضائية العربية حسب الأهمية:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة ممن تشاهد القنوات الفضائية العربية تحرص على متابعة المواد والبرامج التي تُقدم على القنوات الفضائية العربية حسب ما هو موضح بهذا الجدول:

جدول رقم (٢٣)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقًا لنوعية المواد والبرامج التي تحرص على تفضيلها في القنوات الفضائية العربية

(ن = ٣٨٢)

المواد والبرامج	درجة التفضيل					
	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس
نشرات الأخبار	٢٤٥ (٦٤,١٪)	٣٦ (٩,٤٪)	٢٣ (٦٪)	٢٢ (٥,٨٪)	١١ (٢,٩٪)	٦ (١,٦٪)
البرامج السياسية	٨٢ (٢١,٥٪)	٩٨ (٢٥,٧٪)	٢١ (٥,٥٪)	١٦ (٤,٢٪)	٦ (١,٦٪)	١٤ (٣,٧٪)
البرامج الثقافية	٦٤ (١٦,٨٪)	٢٦ (٦,٨٪)	٣٦ (٩,٤٪)	٢٦ (٦,٨٪)	٢١ (٥,٥٪)	١٦ (٤,٢٪)
البرامج الاجتماعية	٥١ (١٣,٤٪)	٢١ (٥,٥٪)	٣٩ (١٠,٢٪)	١٧ (٤,٥٪)	٨ (٢,١٪)	١٢ (٣,١٪)
البرامج الدينية	٥٧ (١٤,٩٪)	٩ (٢,٤٪)	٤٣ (١١,٣٪)	٣١ (٨,١٪)	٢٥ (٦,٥٪)	١٥ (٣,٩٪)
البرامج الاقتصادية	١١ (٢,٩٪)	٢ (٠,٥٪)	٢ (٠,٥٪)	١٤ (٣,٧٪)	١٢ (٣,١٪)	١٣ (٣,٤٪)

المواد والبرامج	درجة التفضيل					
	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس
البرامج الرياضية	٦٢ (١٦,٢٪)	٢٢ (٥,٨٪)	١٦ (٤,٢٪)	١٩ (٥,٠٪)	١٨ (٤,٧٪)	
برامج الدرامية	٨٦ (٢٢,٥٪)	٧ (١,٨٪)	٢١ (٥,٥٪)	٤٤ (١١,٥٪)	٤٠ (١٠,٥٪)	١٥ (٣,٩٪)
برامج المرأة	٥١ (٦٤,٧٪)	٩ (٢,٤٪)	١٧ (٤,٥٪)	٢٦ (٦,٨٪)	١٩ (٥,٠٪)	١٣ (٣,٤٪)
برامج الشباب	٣٥ (٩,٢٪)	٧ (١,٨٪)	٨ (٢,١٪)	٨ (٢,١٪)	١٦ (٤,٢٪)	١٨ (٤,٧٪)
البرامج التعليمية	١٨ (٤,٧٪)	٧ (١,٨٪)	٦ (١,٦٪)	١٠ (٢,٦٪)	٨ (٢,١٪)	٨ (٢,١٪)
البرامج الفنية	٤٢ (١١,٠٪)	٢ (٠,٥٪)	٧ (١,٨٪)	١٥ (٣,٩٪)	١٨ (٤,٧٪)	٢٣ (٦,٠٪)
فترات البث المباشر للأحداث السياسية	٧٥ (١٩,٦٪)	١٦ (٤,٢٪)	١٥ (٣,٩٪)	٨ (٢,١٪)	٥١ (١٣,٤٪)	٥٢ (١٣,٦٪)
فترات البث المباشر للمباريات الرياضية	٥١ (١٣,٤٪)	٥ (١,٣٪)	٩ (٢,٤٪)	١٠ (٢,٦٪)	٧ (١,٨٪)	٤١ (١٠,٧٪)

تتلخص أهم استنتاجات الجدول السابق في الآتي:

إن عينة الدراسة ممن تشاهد القنوات الفضائية العربية تفضل البرامج السياسية في القنوات الفضائية العربية، حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٨٢٪، وفى الترتيب الثاني البرامج الإخبارية بنسبة ٦٤,١٪، وجاءت البرامج الدرامية في الترتيب الثالث بنسبة ٢٢,٥٪، وجاءت برامج فترات البث المباشر في الترتيب الرابع بنسبة ١٩,٦٪، والبرامج الدينية جاءت في الترتيب الخامس بنسبة ١٤,٩٪، وفى الترتيب السادس جاءت كل من: برامج فترات البث المباشر للمباريات الرياضية، والبرامج الاجتماعية بنسبة ١٣,٩٪.

(ج) الاحتياجات الاتصالية الخاصة بالاعتماد على القنوات الفضائية العربية:

اهتمت الدراسة الحالية ببحث مدى إشباع الاحتياجات الاتصالية لعينة الدراسة من خلال الاعتماد على القنوات الفضائية العربية، وقد تم تحديد هذه الاحتياجات في الآتي:

(١) الاحتياجات الاتصالية التي تم التحقق منها على عينة الدراسة:

- متابعة ما يحدث في الوطن .
- إيجاد حلول لمشاكلك .
- تفسير الظواهر المحيطة بك .
- تحقيق التواصل مع الغير .
- الانفتاح على الثقافات .
- التعرف على الآراء والتحليلات للأحداث الجارية.
- التعلم.
- التسلية وقضاء وقت الفراغ.
- التنفيس .

كما بينت الدراسة مدى كفاية القنوات الفضائية العربية في تلبية الاحتياجات الاتصالية، وأيضًا معرفة الوسائل الاتصالية غير القنوات الفضائية التي تساعد عينة الدراسة في تلبية احتياجاتهم الاتصالية، وتم تفسير ذلك من خلال ما كشفه التحليل الإحصائي للبيانات عن الاحتياجات الاتصالية المذكورة أعلاه وذلك على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (٢٤)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقًا لمدى تحقق الاحتياجات الاتصالية جراء الاعتماد على القنوات الفضائية العربية

(ن = ٣٨٢)

الاحتياجات الاتصالية	مدى تحققها			
	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	يصعب التحديد
متابعة ما يحدث في الوطن	٢٢٩ (٪٥٩,٩)	١٣٠ (٪٣٤)	١٤ (٪٣,٧)	٩ (٪٢,٤)
إيجاد حلول لمشاكلك	٧٨ (٪٢٠,٤)	٩٦ (٪٢٥,١)	١٤٨ (٪٣٨,٧)	٦٠ (٪١٥,٧)
تفسير الظواهر المحيطة بك	١٢٤ (٪٣٢,٥)	١٨٩ (٪٤٩,٥)	٤٥ (٪١١,٨)	٢٤ (٪٦,٣)
تحقيق التواصل مع الغير	٩٩ (٪٢٥,٩)	١٤٤ (٪٣٧,٧)	١٠٣ (٪٢٧)	٣٦ (٪٩,٤)
الانفتاح على الثقافات	١٧٨ (٪٤٦,٦)	١٥٧ (٪٤١,١)	٢٩ (٪٧,٦)	١٨ (٪٤,٧)
التعرف على الآراء والتحليلات للأحداث الجارية	٢٠٧ (٪٥٤,٢)	١٣٣ (٪٣٤,٨)	٢٨ (٪٧,٣)	١٤ (٪٣,٧)
التعلم	١٦١ (٪٤٢,١)	١٢٧ (٪٣٣,٢)	٧٤ (٪١٩,٤)	٢٠ (٪٥,٢)
التسلية وقضاء وقت الفراغ	١٠٩ (٪٢٨,٥)	١٤٦ (٪٣٨,٢)	٨٩ (٪٢٣,٣)	٣٨ (٪٩,٩)
التنفيس	٨٠ (٪٢٠,٩)	١٤٢ (٪٣٧,٢)	١٢٠ (٪٣١,٤)	٤٠ (٪١٠,٥)

تدل بيانات الجدول السابق على عدة بيانات أهمها:

اختلاف درجة تحقق الاحتياجات الاتصالية جراء اعتماد عينة الدراسة على القنوات الفضائية العربية، فبالنظر إلى نسبة الإجابات الدالة على تحقق الاحتياجات الاتصالية المذكورة أعلاه بدرجة كبيرة نجد أنها على الترتيب الآتي:

- متابعة ما يحدث في الوطن بنسبة ٥٩,٩٪
- التعرف على الآراء والتحليلات للأحداث الجارية بنسبة ٥٤,٢٪
- الانفتاح على الثقافات بنسبة ٤٦,٦٪
- التعلم بنسبة ٤٢,١٪
- تفسير الظواهر المحيطة بك بنسبة ٣٢,٥٪

بينما نسبة الإجابات الدالة على تحقق الاحتياجات الاتصالية المذكورة أعلاه بدرجة متوسطة نجد أنها على الترتيب الآتي:

- تحقيق التواصل مع الغير بنسبة ٣٧,٧٪
- التسلية وقضاء وقت الفراغ بنسبة ٣٨,٢٪
- التنفيس بنسبة ٣٧,٢٪

وجاءت نسبة الإجابات الدالة على تحقق الاحتياجات الاتصالية بدرجة ضعيفة بالنسبة للمبحوثين في أن القنوات الفضائية العربية لم تقدم حلولاً لمشاكل الشباب بنسبة ٣٨,٧٪.

هذا التحليل يكشف بالمجمل أن القنوات الفضائية العربية التي تشاهدها عينة الدراسة تقوم بتلبية الاحتياجات الاتصالية بدرجة كبيرة وتحديدًا فيما

يخص الشأن الفلسطيني، وما تدور من أحداث يومية في فلسطين المحتلة سواءً عبر نشرات الأخبار المذاعة بالصوت والصورة على مدار الساعة، أم من خلال البرامج والمواد التي تقدم عبر القنوات الفضائية العربية من خلال البث المباشر والمسجل، وبالتالي نالت القنوات الفضائية العربية رضا المبحوثين ومن خلال تحقيق الاحتياجات الاتصالية فيما يخص معرفة ما يحدث وما يدور في الأراضي الفلسطينية من أحداث، وجعل الشاب الفلسطيني يعيش الحدث على أرض الواقع.

بينما لم تقم القنوات الفضائية العربية بتقديم الحلول للمشاكل الاجتماعية والاقتصادية التي يعاني منها الشباب الفلسطيني المقيم في مصر، ولا حتى ذكر معاناته اليومية، وهذا يستدعي اهتمام القنوات الفضائية بشكل كبير بتسليط الضوء على الواقع الاجتماعي والاقتصادي المعاش لحياة الشاب الفلسطيني المقيم في مصر، وذلك من خلال تخصيص برامج تعبر عن الواقع المعاش لهؤلاء الشباب وتعكسه.

وتتقارب نتائج الدراسة الحالية مع دراسة إياد البرنيه[٣٥]، في دوافع المبحوثين للتعرض للقنوات الفضائية العربية الإخبارية، حيث جاءت اهتماماتهم بمتابعة القنوات الفضائية العربية من أجل متابعة الأخبار والأحداث الجارية في فلسطين بالمرتبة الأولى.

وتدل استنتاجات الدراسة الحالية على أن القنوات الفضائية العربية تعمل بدرجة متوسطة في تحقيق تواصل الشاب الفلسطيني المغترب عن وطنه الأم ومع الغير، وعند تقصي معنوية الفروق بين مجموعات العينة على مقياس الاحتياجات الاتصالية جاءت النتيجة على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (٢٥)

متوسطات الاحتياجات الاتصالية حسب مجموعات العينة (ن = ٣٨٢)

مجموعة العينة		ن	م	ع	مؤشرات إحصائية
النوع	ذكور	٢٠٩	٢٧,١	٤,٦	T=1.20
	إناث	١٧٣	٢٧,٦	٣,٩	الدلالة = 0.229
السن	من ١٩-٢٤	١٦٠	٢٦,٩	٤,٥	F=1.562
	من ٢٥- ٢٩	١١٦	٢٧,٨	٤,٢	الدلالة = 0.211
	من ٣٠ - ٣٥	١٠٦	٢٧,٠	٤,٦	
الحالة الزواجية	عزب	٢٣٠	٢٧,١	٣,٩	F=1.562
	متزوج	١٤٠	٢٧,٤	٥,١	الدلالة = 0.875
	أرمل	٥	٢٧,٨	٣,٨	
	مطلق	٧	٢٧,٩	٢,٧	
التعليم	أقل من ثانوية عامة	٢٠	٢٩,٩	٣,٧	F=4.55
	المتوسط (ثانوية)	٢٣	٢٩,٩	٤,٧	الدلالة = 0.001
	متوسط (دبلوم)	٣٢	٢٧,٤	٥,٣	
	جامعي بكالوريوس	٢٠٩	٢٦,٦	٤,٣	
	دراسات عليا	٩٨	٢٧,٧	٤,١	
المهنة	يعمل	١٤٨	٣٧,٠	٥,٣	F=4.40
	لا يعمل (طلاب وربات بيوت)	٢٥٢	٦٣,١	٨,٣	الدلالة = 0.005
الدخل الشهري	أقل من ٣٠٠ دولار	١٤٢	٢٧,٤	٤,٥	F=0.464
	من ٣٠٠ - ١٠٠٠	٢١١	٢٧,٣	٤,٤	الدلالة = 0.629
	١٠٠٠ دولار فأكثر	٢٩	٢٦,٦	٤,٢	

اختبار دلالة الفروق بين متوسطي مجموعتين: T- TEST

دلالة الفروق بين متوسطات من ثلاث مجموعات: F- ANOVA

يتضح من هذا الجدول:

أنه لا توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على الاحتياجات الاتصالية وذلك حسب متغيرات: النوع والسن والحالة الزواجية والدخل (p > .05).

بينما توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة من حيث: الاحتياجات الاتصالية حسب متغير التعليم (p<.01) والمهنة (p > .05).

وفيما يخص متغير التعليم، فإن الجدول يوضح وجود فروق دالة إحصائيًا بين مجموعات العينة (F=4.55. Sig=.001)، وباستخدام اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة تبين أن الفروق توجد بين مجموعة التعليم جامعي بكالوريوس (م= ٢٧,٤) وبقية المجموعات الأخرى، بمعنى أن هذه المجموعة دلت استجاباتها على مجمل التأثيرات أقل مقارنة بالمجموعات الأخرى، ومن الملاحظ أن متوسط الدرجات العليا للاحتياجات الاتصالية كانت للمستويات التعليم الأقل (أقل من ثانوية عامة) (م= ٢٩,٩) والمتوسط (ثانوية) (م= ٢٩,٢).

أما فيما يخص متغير المهنة، فإنه يوجد فروق دالة إحصائيًا بين مجموعة العينة (F=4.40. Sig=.001)، وباستخدام اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة تبين أن الفروق التي توجد بين مجموعة الطلاب (م = ٢٦,٦) كانت أقل المستويات من حيث الاحتياجات الاتصالية، في حين كان أعلاهم احتياجًا للاتصال هو مهن أخرى (م = ٢٩,٦) وأيضًا مجموعة لا يعمل(م = ٢٨,٧).

وإذا كان ذلك على مستوى بنود الاحتياجات الاتصالية كل بند على حدة، فلقد كشف تحليل البيانات عن أن قيمة الاستجابة على جميع تلك البنود جاءت بمتوسط ٢٧,٢ وانحراف معياري ٤,٣٦، وهذا يعني أن القنوات الفضائية العربية تلبى الاحتياجات الاتصالية للشباب الفلسطيني المقيم في مصر - عينة الدراسة - من ناحية تزويده بالأخبار الجارية في وطنه، وعند تصنيف المبحوثين حسب مستوى تحقق الاحتياجات الاتصالية يكشف تحليل البيانات عن النتيجة المبينة بالجدول التالي:

جدول رقم (٢٦)

مستوى الاحتياجات الاتصالية

(ن = ٣٨٢)

المستوى	ك	٪
متوسط	٢٥٠	٦٥,٤
مرتفع	٨٨	٢٣
منخفض	٤٤	١١,٥
المجموع	٣٨٢	١٠٠

يكشف هذا الجدول عن أن ٦٥,٤٪ من المبحوثين عبرت إجاباتهم عن مستوى الاحتياجات الاتصالية بدرجة (متوسطة)، مقابل ٢٣٪ عبرت إجاباتهم عن مستوى احتياجات اتصالية (مرتفع)، ونسبة ١١,٥٪ عبرت عن مستوى الاحتياجات الاتصالية (منخفض)، أي أن ٨٨,٤٪ تقريبا من عينة الدراسة كشفت إجاباتهم عن تحقق مستوى الاحتياجات الاتصالية بدرجة متوسطة أو مرتفعة، وهذا يعني أن القنوات الفضائية العربية من خلال برامجها وموادها التي تقدمها تلبى الاحتياجات الاتصالية بشكل أو بآخر لدى غالبية المبحوثين.

(٢) مدى كفاية القنوات الفضائية العربية في تلبية الاحتياجات الاتصالية لعينة الدراسة:

هل المواد والبرامج التي تُقدم على القنوات الفضائية العربية تلبى الاحتياجات الاتصالية لعينة الدراسة، وهل هي كافية؟ التحليل الإحصائي للبيانات كشف مدى الكفاية؟ وذلك كما هو موضح في هذا الجدول:

جدول رقم (٢٧)

توزيع عينة الدراسة طبقًا لمدى تلبية
القنوات الفضائية العربية للاحتياجات الاتصالية
(ن = ٣٨٢)

تلبية الاحتياجات	ك	٪
إلى حد ما	٢٥٢	٦٦,٠
محدودة جدًا	٦٠	١٥,٧
إلى حد كبير	٤٩	١٢,٨
لا تلبى	٢١	٥,٥

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

ثلثا عينة الدراسة بنسبة (٦٦٪) دلت إجاباتهم على أن الفضائيات العربية تلبى احتياجاتهم الاتصالية (إلى حد ما)، حيث جاءت بالمرتبة الأولى، وفى المرتبة الثانية (محدودة جدًا) بنسبة ١٥,٧٪، وفى المرتبة الثالثة (إلى حد كبير) بنسبة ١٢,٨٪، وجاءت (لا تلبى) بأدنى نسبة ٥,٥٪.

يُستنتج من ذلك أن القنوات الفضائية العربية تقوم بتلبية الاحتياجات الاتصالية للشباب الفلسطيني المقيم في مصر بدرجة متوسطة وليست عالية أو منخفضة، وهذا يدل على أن القضية الفلسطينية وما يتعلق بها لها مساحة مناسبة في المواد والبرامج المقدمة عبر القنوات الفضائية العربية.

(٣) الوسائل الاتصالية غير القنوات الفضائية التي تساعد عينة الدراسة في تلبية احتياجاتهم الاتصالية:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة تفضل وسائل اتصالية غير القنوات الفضائية العربية تعمل على تلبية احتياجاتها الاتصالية

وهى: (الإذاعات المسموعة عبر موجة FM، والإذاعات المسموعة عبر شبكة الإنترنت، والمواقع الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي، والصحافة المكتوبة، والاتصال الشخصي، والتليفزيون الأرضي المحلي) وهذا الجدول يوضح اختلاف النسب بين كافة الوسائل الاتصالية:

جدول رقم (٣٨)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقًا للوسائل الاتصالية

ومدى تلبيتها الاحتياجات الاتصالية

(ن = ٣٨٢)

الوسائل الاتصالية	ك	٪
المواقع الإلكترونية	١١٦	٣٠,٣
شبكات التواصل الاجتماعي	١٠٤	٢٧,٢
الاتصال الشخصي	٩٢	٢٤,٠
الصحافة المكتوبة	٢٤	٦,٢
التليفزيون الأرضي المحلي	١٩	٤,٩
الإذاعات المسموعة عبر موجة FM	١٧	٤,٤
الإذاعات المسموعة عبر شبكة الإنترنت	١٠	٢,٦
المجموع الكلى	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن المواقع الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة ٣٠,٣٪، حيث إنها تلبى احتياجاتهم الاتصالية، وجاءت في المرتبة الثانية شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٢٧,٢٪، يليه في المرتبة الثالثة الاتصال الشخصي بنسبة ٢٤٪.

يُستنتج من ذلك أن الشباب الفلسطيني بكافة قطاعاته المتنوعة المقيم في مصر مواكب لتطور التكنولوجيا باستخدامه جهاز الكمبيوتر، حيث ارتبط الإنترنت بالفضاء الاتصالي من خلال مشاهدة القنوات الفضائية عبر المواقع الإلكترونية التي تبث مباشرة، أو من خلال التصفح بالمواقع الإخبارية والمزج بين مشاهدة المادة الإعلامية (بالصوت والصورة وكذلك مكتوبة بإمكان المتلقي قراءتها)، وحاليًا تسلك بعض القنوات الإخبارية ذات الإمكانيات الضخمة على إعادة بث البرامج مسجلة عبر صفحة القناة على الشبكة العنكبوتية، ويدل ذلك على أن شبكة الإنترنت ارتبطت بالاتصال الفضائي ارتباطًا وثيقًا.

(د) الفضائيات العربية والاعتماد عليها كمصادر للمعلومات:

تقصيت هذه الدراسة القنوات الفضائية العربية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول على المعلومات حول القضايا التالية:

- تهويد المسجد الأقصى.
- الأحداث السياسية الجارية في الأراضي الفلسطينية.
- الأوضاع الاقتصادية في الأراضي الفلسطينية.
- الحياة المعيشية وتأثير الاقتصاد العالمي على الفلسطينيين.
- حياة الأسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال الإسرائيلي وأوضاع أسرهم الاجتماعية.
- المشاكل الاجتماعية للشباب الفلسطيني في الوطن والشتات.
- الثورات الشعبية في العالم العربي وتأثيرها على الواقع السياسي العربي.

وكانت استجابات المبحوثين موزعة على القنوات الفضائية العربية التالية: (فلسطين، الأقصى، القدس، الجزيرة، العربية، النيل الإخبارية، مصادر أخرى)، مع تحديد كل قناة على حدة في جداول مستقلة، ومعرفة هل المواد

والبرامج في القنوات الفضائية العربية تمد عينة الدراسة بمعلومات لم يكونوا يعرفونها من قبل، هذا كله كشفه التحليل الإحصائي للبيانات كما ستوضحه الجداول الآتية:

(١) تحديد المصادر التي تعتمد عليها عينة الدراسة للحصول على المعلومات حول:

(١/١) قضية تهويد المسجد الأقصى:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة تتابع قضية تهويد المسجد الأقصى من خلال عدة قنوات فضائية عربية إخبارية، بالإضافة إلى مصادر أخرى حسبما يوضحه هذا الجدول.

جدول رقم (٢٩)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقا للقنوات الإخبارية التي تعتمد عليها كمصادر للمعلومات حول تهويد المسجد الأقصى (ن = ٣٨٢)

القنوات الفضائية	ك	٪
تلفزيون فلسطين	١٧٢	٤٥,٠
قناة الجزيرة	٦٣	١٦,٥
قناة القدس الفضائية	٥١	١٣,٤
مصادر أخرى	٤٤	١١,٥
قناة العربية	٢٣	٦,٠
قناة الأقصى	٢٠	٥,٢
قناة النيل الإخبارية	٩	٢,٤
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن أغلب عينة الدراسة ممن تشاهد القنوات الفضائية العربية تعتمد على تليفزيون فلسطين، فجاءت بالمرتبة الأولى بنسبة ٤٥٪ للتزود حول ما يدور في المسجد الأقصى من تهويد واستهداف من قبل الاحتلال الإسرائيلي، وجاءت في المرتبة الثانية قناة الجزيرة القطرية بنسبة ١٦,٥٪، وفي المرتبة الثالثة قناة القدس الفضائية بنسبة ١٣,٤٪، وفي المرتبة الرابعة المصادر الإعلامية الأخرى، وجاءت قناة العربية في المرتبة الخامسة بنسبة ٦,٠٪، يليها قناة الأقصى الفضائية بنسبة ٥,٢٪، وأخيرًا قناة النيل الإخبارية بنسبة ٢,٤٪.

تتقارب نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة حسين أبو شنب، وماجد التربان[٣٦]، في اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على القنوات الفضائية العربية في الدرجة الأولى في قائمة الحصول على المعلومات بوجه عام بنسبة ٧٦,٦٪، وذلك بحصول تليفزيون فلسطين على الدرجة الأولى من حيث الاعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات بنسبة ٦٣,٥٪، يليه الفضائيات العربية في الدرجة الثانية بنسبة ٦١,٥٪.

(٢/١) الأحداث السياسية الجارية في الأراضي الفلسطينية:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة تتابع الأحداث السياسية الجارية في الأراضي الفلسطينية من خلال عدة قنوات فضائية عربية إخبارية، بالإضافة إلى مصادر أخرى حسبما يوضحه هذا الجدول.

جدول رقم (٣٠)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقًا للقنوات الإخبارية التي تعتمد عليها كمصادر للمعلومات عن الأحداث السياسية الجارية في الأراضي الفلسطينية

(ن = ٣٨٢)

القنوات الفضائية	ك	٪
قناة فلسطين	١٥٠	٣٩,٣
قناة الجزيرة	١١٣	٢٩,٦
قناة العربية	٤٢	١١,٠
قناة القدس الفضائية	٣٦	٩,٤
قناة الأقصى	٢٦	٦,٨
مصادر أخرى	١٠	٢,٦
قناة النيل الإخبارية	٥	١,٣
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن درجة اعتماد عينة الدراسة على قناة فلسطين جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة ٣٩,٣٪ في معرفة الأحداث السياسية الجارية في الأراضي الفلسطينية، وفى المرتبة الثانية قناة الجزيرة القطرية بنسبة ٢٩,٦٪، وفى المرتبة الثالثة قناة العربية بنسبة ١١,٠٪، وفى المرتبة الرابعة قناة القدس الفضائية بنسبة ٩,٤٪، وفى المرتبة الخامسة قناة الأقصى بنسبة ٦,٨٪، وتعتمد عينة الدراسة على المصادر الأخرى بالمرتبة السادسة بنسبة ٢,٦٪، وفى المرتبة السابعة قناة النيل الإخبارية بنسبة ١,٣٪.

(٣/١) الأوضاع الاقتصادية في الأراضي الفلسطينية:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة تتابع الأوضاع الاقتصادية في الأراضي الفلسطينية من خلال عدة قنوات فضائية عربية إخبارية، بالإضافة إلى مصادر أخرى حسبما يوضحه هذا الجدول.

جدول رقم (٣١)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقًا للقنوات الاخبارية التي تعتمد عليها كمصادر للمعلومات عن الأوضاع الاقتصادية في الأراضي الفلسطينية

(ن = ٣٨٢)

القنوات الفضائية	ك	٪
قناة فلسطين	١٥٦	٤٠,٨
قناة الجزيرة	٨٣	٢١,٧
قناة القدس الفضائية	٥١	١٣,٤
مصادر أخرى	٤٢	١١,٠
قناة الأقصى	٢٨	٧,٣
قناة العربية	١٩	٥,٠
قناة النيل الإخبارية	٣	٠,٨
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن درجة اعتماد عينة الدراسة على قناة فلسطين جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة ٤٠,٨٪ لمعرفة الأوضاع الاقتصادية في الأراضي الفلسطينية، وفى المرتبة الثانية قناة الجزيرة القطرية بنسبة ١٣,٤٪، وفى المرتبة الثالثة قناة القدس الفضائية، وفى المرتبة الرابعة مصادر أخرى، وفى المرتبة الخامسة جاءت قناة الأقصى، وفى المرتبة الأخيرة قناة النيل الإخبارية.

(٤/١) الحياة المعيشية وتأثير الاقتصاد العالمي على الفلسطينيين:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة تتابع ما يدور عن الحياة المعيشية وتأثير الاقتصاد العالمي على الفلسطينيين من خلال عدة قنوات فضائية عربية إخبارية، بالإضافة إلى مصادر أخرى حسبما يوضحه هذا الجدول.

جدول رقم (٣٢)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقًا للقنوات الإخبارية التي تعتمد عليها كمصادر للمعلومات عن الحياة المعيشية وتأثير الاقتصاد العالمي على الفلسطينيين

(ن = ٣٨٢)

القنوات الفضائية	ك	٪
قناة فلسطين	١٥٢	٣٩,٨
قناة الجزيرة	٩٠	٢٣,٦
مصادر أخرى	٤٨	١٢,٦
قناة القدس الفضائية	٣٥	٩,٢
قناة العربية	٢٨	٧,٣
قناة الأقصى	١٥	٣,٩
قناة النيل الإخبارية	١٤	٣,٧
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن درجة اعتماد عينة الدراسة على قناة فلسطين جاءت بالمرتبة الأولى لمعرفة الحياة المعيشية وتأثير الاقتصاد العالمي على الفلسطينيين بنسبة ٣٩,٨٪، وفى المرتبة الثانية قناة الجزيرة القطرية بنسبة ٢٣,٦٪، وفى المرتبة الثالثة مصادر إعلامية أخرى بنسبة ١٢,٦٪، وجاءت قناة القدس الفضائية في

المرتبة الرابعة بنسبة ٩,٢٪، بينما جاءت قناة العربية في المرتبة الخامسة بنسبة ٧,٣٪، وفي المرتبة الأخيرة قناة النيل الإخبارية بنسبة ٣,٧٪.

(٥/١) حياة الأسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال الإسرائيلي وأوضاع أسرهم الاجتماعية:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة تتابع حياة الأسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال الإسرائيلي، وأوضاع أسرهم الاجتماعية من خلال عدة قنوات فضائية عربية إخبارية، بالإضافة إلى مصادر أخرى حسبما يوضحه هذا الجدول.

جدول رقم (٣٣)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقًا للقنوات الإخبارية التي تعتمد عليها كمصادر للمعلومات عن حياة الأسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال الإسرائيلي وأوضاع أسرهم الاجتماعية

(ن = ٣٨٢)

القنوات الفضائية	ك	٪
قناة فلسطين	١٨٧	٤٩,٠
قناة الأقصى	٤٨	١٢,٦
قناة الجزيرة	٤٩	١٢,٨
قناة القدس الفضائية	٤٦	١٢,٠
مصادر أخرى	٣٢	٨,٤
قناة العربية	١٣	٣,٤
قناة النيل الإخبارية	٧	١,٨
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن درجة اعتماد عينة الدراسة على قناة فلسطين جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة ٤٩,٠٪، لمعرفة حياة الأسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال الإسرائيلي وأوضاع أسره الاجتماعية، وفى المرتبة الثانية قناة الجزيرة القطرية بنسبة ١٢,٨٪، وفى المرتبة الثالثة قناة الأقصى بنسبة ١٢,٦٪، وفى المرتبة الرابعة قناة القدس بنسبة ١٢,٠٪، وجاءت قناة العربية في المرتبة الخامسة بنسبة ٣,٤٪، وفى المرتبة الأخيرة قناة النيل الإخبارية بنسبة ١,٣٪.

(٦/١) المشاكل الاجتماعية للشباب الفلسطيني في الوطن والشتات:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة تتابع المشاكل الاجتماعية للشباب الفلسطيني في الوطن والشتات من خلال عدة قنوات فضائية عربية إخبارية، بالإضافة إلى مصادر أخرى حسبما يوضحه هذا الجدول.

جدول رقم (٣٤)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقًا القنوات الإخبارية التي تعتمد عليها كمصادر للمعلومات عن المشاكل الاجتماعية للشباب الفلسطيني في الوطن والشتات

(ن = ٣٨٢)

القنوات الفضائية	ك	٪
قناة فلسطين	١٦٤	٤٢,٩
قناة الجزيرة	٧٨	٢٠,٤
قناة القدس الفضائية	٤٦	١٢,٠
مصادر أخرى	٤٤	١١,٥
قناة العربية	٢٤	٦,٣
قناة الأقصى	٢١	٥,٥
قناة النيل الإخبارية	٥	١,٣
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن درجة اعتماد عينة الدراسة على قناة فلسطين جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة ٤٢,٩٪ لمعرفة المشاكل الاجتماعية للشباب الفلسطيني في الوطن والشتات، وفى المرتبة الثانية قناة الجزيرة القطرية بنسبة ٢٠,٤٪، وفى المرتبة الثالثة قناة القدس الفضائية بنسبة ١٢,٠٪، وفى المرتبة الرابعة مصادر إعلامية أخرى بنسبة ١١,٥٪، وجاءت قناة العربية في المرتبة الخامسة، تليها قناة الأقصى بنسبة ٥,٥٪، ومن ثم قناة النيل الإخبارية بنسبة ٣,١٪.

(٧/١) الثورات الشعبية في العالم العربي وتأثيرها على الواقع السياسي العربي:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة تتابع الثورات الشعبية في العالم العربي، وتأثيرها على الواقع السياسي العربي من خلال عدة قنوات فضائية عربية إخبارية، بالإضافة إلى مصادر أخرى حسبما يوضحه هذا الجدول.

جدول رقم (٣٥)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقًا للقنوات الإخبارية التي يعتمد عليها كمصادر للمعلومات حول الثورات الشعبية في العالم العربي وتأثيرها على الواقع السياسي العربي (ن = ٣٨٢)

القنوات الفضائية	ك	٪
قناة فلسطين	٣٧	٩,٧
قناة الأقصى	٥	١,٣
قناة القدس الفضائية	٢٣	٦,٠
قناة الجزيرة	١٨٧	٤٩,٠
قناة العربية	٨٧	٢٢,٨
قناة النيل الإخبارية	٢٣	٦,٠

القنوات الفضائية	ك	٪
مصادر أخرى	٢٠	٥,٢
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن درجة اعتماد عينة الدراسة على قناة الجزيرة القطرية جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة ٤٩,٠٪ للحصول على معلومات حول الثورات الشعبية في العالم العربي وتأثيرها على الواقع السياسي العربي، وفى المرتبة الثانية قناة العربية بنسبة ٢٢,٨٪، وجاءت قناة فلسطين بالمرتبة الثالثة بنسبة ٩,٧٪، وتساوت النسب في كل من قناتي القدس الفضائية وقناة النيل الإخبارية بالمرتبة الرابعة بنفس النسبة ٦,٠٪، وجاءت مصادر أخرى الترتيب الخامس بنسبة ٥,٢٪، يليها قناة الأقصى بالمرتبة الأخيرة بنسبة ١,٣٪.

(٢) هل مواد البرامج في القنوات الفضائية العربية تمد عينة الدراسة بمعلومات لم تكن تعرفها من قبل؟:

كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن القنوات الفضائية العربية تمد عينة الدراسة بمعلومات لم تكن تعرفها من قبل وذلك حسبما يوضحه هذا الجدول.

جدول رقم (٣٦)

توزيع عينة الدراسة طبقًا لتزويد القنوات الفضائية بمعلومات لم تكن تعرفها من قبل (ن = ٣٨٢)

مدى المشاهدة	ك	٪
أحيانًا	٢٦٦	٦٩,٦
دائمًا	٩٦	٢٥,١
نادرًا	٢٠	٥,٢
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن ثلثي عينة الدراسة عبرت إجاباتهم عن: (هل تمد المواد والبرامج التي تقدم على القنوات الفضائية العربية بمعلومات لم تكن تعرفها من قبل؟)، بـ: (أحيانًا) في المرتبة الأولى بنسبة ٦٩,٦٪، وجاءت (دائمًا) بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٥,١٪، و(نادرًا) أخذت أدنى نسبة ٢٠٪، وعند تقصى معنوية الفروق بين مجموعات العينة على مقياس الاعتماد على القنوات الفضائية العربية جاءت النتيجة على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (٣٧)

توزيع متوسطات الاعتماد على القنوات الفضائية

حسب مجموعات عينة الدراسة (ن = ٣٨٢)

مجموعة العينة		ن	م	ع	مؤشرات إحصائية
النوع	ذكور	٢٠٩	٢١,٣	٨,١	T=0.330
	إناث	١٧٣	٢١,١	٨,٩	الدلالة = 0.740
السن	من ١٩-٢٤	١٦٠	٢٢,١	٨,١	F=1.28
	من ٢٥- ٢٩	١١٦	٢٠,٤	٨,٧	الدلالة = 0.277
	من ٣٠ - ٣٥	١٠٦	٢٠,٩	٩,١	
الحالة الزواجية	عزب	٢٣٠	٢٢,١	٨,٣	F=1.42
	متزوج	١٤٠	١٩,٧	٨,٥	الدلالة = 0.017
	أرمل	٥	٢٥,٢	٩,٩	
	مطلق	٧	١٦,٧	١٠,٣	
التعليم	أقل من ثانوية عامة	٢٠	١٩,٧	٧,٥	F=6.23
	المتوسط (ثانوية)	٢٣	١٥,٢	٧,٢	الدلالة = 0.000
	متوسط (دبلوم)	٣٢	١٧,٦	٦,٩	
	جامعي بكالوريوس	٢٠٩	٢٢,٦	٨,٧	
	دراسات عليا	٩٨	٢١,١	٨,٥	

مجموعة العينة		ن	م	ع	مؤشرات إحصائية
المهنة	يعمل	١٤٨	٣٧,٠	١٤,٨	F=6.02
	لا يعمل (طلاب وربات بيوت)	٢٥٢	٦٣,١	١٥,٥	الدلالة = 0.001
الدخل الشهري	أقل من ٣٠٠ دولار	١٤٢	٢١,٤	٨,٩	F=0.464
	من ٣٠٠ ـ ١٠٠٠	٢١١	٢٠,٩	٨,٣	الدلالة = 0.629
	١٠٠٠ دولار فأكثر	٢٩	٢٣,٤	٨,٧	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

لا توجد فروق جوهرية بين مجموعات عينة الدراسة في درجة الاعتماد على القنوات الفضائية، وذلك حسب متغيرات النوع والسن والدخل (p > .05).

بينما توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة من حيث الاعتماد على القنوات الفضائية حسب متغير الحالة الزواجية (p > .05)، والتعليم (p > .01)، والمهنة (p > .015).

وبالنسبة لمتغير الحالة الزواجية فالجدول يوضح وجود فروق دالة إحصائيًا بين مجموعات العينة (F=3.42, Sig=.005)، وباستخدام اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة تبين أن الفروق توجد بين مجموعة مطلق (م= ١٦,٧) في الاعتماد على القنوات الفضائية، بينما كان مجموعة الأرمل هي أعلى متوسط في الاعتماد على القنوات الفضائية (م = ٢٥,٢).

أما متغير التعليم فإن متوسط مجموعة (المتوسط ـ ثانوية) (م = ١٥,٢) كانت أقل درجة في الاعتماد على القنوات الفضائية بينما كانت مجموعة (يعمل) (م= ٢٢,٥) أعلى درجة في الاعتماد على القنوات الفضائية .

وبالنسبة لمتغير المهنة فإن مجموعة (لا يعمل) (م= ١٧,٨) كانت أقل درجة في الاعتماد على القنوات الفضائية بينما كانت مجموعة (جامعي بكالوريوس) (م= ٢٢,٦) أعلى درجة في الاعتماد على القنوات الفضائية .

(هـ) تأثير الاعتماد على القنوات الفضائية العربية:

اتفاقًا مع منطق نظرية الاعتماد على سائل الإعلام فإن الدراسة تعرض تأثير الاعتماد على القنوات الفضائية العربية على الشباب الفلسطيني في تلبية احتياجاتهم الاتصالية، وقد تم دراسة هذا التأثير من منظور متعدد الأبعاد ويتضمن التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية وذلك على النحو التالي:

(١) التأثيرات المعرفية:

ما التأثيرات المعرفية جراء الاعتماد على الفضائيات؟ تقرر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، أن هذا الاعتماد يترتب عليه تأثيرات معرفية لدى الجمهور، ومن منظور الدراسة الحالية، فقد تم تقصى التأثيرات المعرفية الآتية:

- التعرف على عادات وتقاليد وشعوب دول العالم.
- تعرفني بأخبار فلسطين وما يدور بها من أحداث.
- تعرفني بقضايا الدول العربية.
- أتعرف على أساليب جديدة في حياتي اليومية.
- أتعرف على الأوضاع الاجتماعية في فلسطين.
- تزداد معلوماتي حول أحدث صيحات الموضة.
- أتعلم طرق أسرع في تنظيم حياتي اليومية.

فإلى أي حد يرى المبحوثون أن هذه التأثيرات تحققت لديهم بالفعل؟ الجدول الآتي يوضح أنماط إجابات المبحوثين على بنود التأثيرات المعرفية.

جدول رقم (٣٨)

توزيع عينة الدراسة طبقًا لبنود التأثيرات المعرفية (ن = ٣٨٢)

التأثيرات المعرفية	الاستجابات			
	لا		نعم	
	ك	٪	ك	٪
التعرف على عادات وتقاليد وشعوب دول العالم	٥٨	١٥,٢	٣٢٤	٨٤,٨
تعرفني بأخبار فلسطين وما يدور بها من أحداث	٤٠	١٠,٥	٣٤٢	٨٩,٥
تعرفني بقضايا الدول العربية	٥٤	١٤,١	٣٢٨	٨٥,٩
أتعرف على أساليب جديدة في حياتي اليومية	١١٨	٣٠,٩	٢٦٤	٦٩,١
أتعرف على الأوضاع الاجتماعية في فلسطين	٦٦	١٧,٣	٣١٦	٨٢,٧
تزداد معلوماتي حول أحدث صيحات الموضة	١٩٤	٥٠,٨	١٨٨	٤٩,٢
أتعلم طرق أسرع في تنظيم حياتي اليومية	١٨٠	٤٧,١	٢٠٢	٥٢,٩

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن درجة تأثير البرامج والمواد السياسية في القنوات الفضائية العربية على الشباب الفلسطيني للتزود ومعرفة أخبار فلسطين وما يدور بها من أحداث جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة ٨٩,٥٪، يليه تأثير (تعرفني بقضايا الدول العربية) بنسبة ٨٥,٩٪، يليه تأثير (التعرف على عادات وتقاليد شعوب دول العالم) بنسبة ٨٤,٨٪، وجاء تأثير (أتعرف على الأوضاع الاجتماعية في فلسطين) بنسبة ٨٢,٧٪، ثم جاء تأثير (أتعرف على أساليب جديدة في حياتي اليومية) بنسبة ٦٩,١٪، وجاء تأثير (أتعلم طرق أسرع في تنظيم حياتي اليومية) بنسبة ٥٢,٩٪، وأخيرًا جاء تأثير (تزداد معلوماتي حول أحدث صيحات الموضة) بنسبة ٤٩,٢٪.

بينما جاءت درجة عدم تأثير البرامج والمواد السياسية في القنوات الفضائية على الشباب الفلسطيني على بند (تزداد معلوماتي حول أحدث

صيحات الموضة) بنسبة ٥٠,٨٪، يليه عدم تأثير (أتعلم طرق أسرع في تنظيم حياتي) بنسبة ٤٧,١٪، ثم جاء عدم تأثير (أتعرف على أساليب جديدة في حياتي اليومية) بنسبة ٣٠,٩٪، بينما جاء عدم تأثير (أتعرف على الأوضاع الاجتماعية في فلسطين) بنسبة ١٧,٣٪، وجاء درجة عدم تأثير (التعرف على عادات وتقاليد وشعوب دول العالم) بنسبة ١٥,٢٪، وجاءت درجة عدم تأثير (تعرفني بقضايا الدول العربية) بنسبة ١٤,١٪، وجاء عدم تأثير (تعرفني بأخبار فلسطين وما يدور بها من أحداث) بنسبة ١٠,٥٪.

وإذا كان الجدول السابق يوضح أنماط إجابات المبحوثين على بنود التأثيرات المعرفية كل على حدة، فإنه على مجمل هذه البنود كشف التحليل الإحصائي عن أن إجابات المبحوثين جاءت بمتوسط قدره ١٣,٩٧ بانحراف معياري قدره ١,٧ وتختلف قيمة هذا المتوسط حسب خصائص العينة على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (٣٩)

متوسطات التأثيرات المعرفية لمجموعة عينة الدراسة

(ن = ٣٨٢)

مجموعة العينة		ن	م	ع	مؤشرات إحصائية
النوع	ذكور	٢٠٩	١٣,٧٣	١,٨	T=2.98
	إناث	١٧٣	١٤,٢٥	١,٦	الدلالة = 0.003 *
السن	من ١٩-٢٤	١٦٠	١٤,٢	١,٥	F=2.67
	من ٢٥- ٢٩	١١٦	١٣,٧	١,٩	الدلالة = 0.077
	من ٣٠ - ٣٥	١٠٦	١٤,٠	١,٦	
الحالة الزواجية	عزب	٢٣٠	١٥,٠	١,٧	F=0.278
	متزوج	١٤٠	١٣,٩	١,٨	الدلالة = 0.841
	أرمل	٥	١٤,٢	١,٥	
	مطلق	٧	١٣,٨	١,٩	

مجموعة العينة		ن	م	ع	مؤشرات إحصائية
التعليم	أقل من ثانوية عامة	٢٠	١٢,٩	١,٧	F=2.9 الدلالة = 0.022 *
	المتوسط (ثانوية)	٢٣	١٤,٥	١,١	
	متوسط (دبلوم)	٣٢	١٤,١	٢,١	
	جامعي بكالوريوس	٢٠٩	١٤,٩	١,٧	
	دراسات عليا	٩٨	١٤,١	١,٦	
المهنة	يعمل	١٤٨	٣٧,٠	٣,٢	F=2.9 الدلالة = 2.243
	لا يعمل (طلاب وربات بيوت)	٢٥٢	٦٣,١	٣,٥	
الدخل الشهري	أقل من ٣٠٠ دولار	١٤٢	١٣,٩	١,٧	F=0.564 الدلالة = 0.569
	من ٣٠٠ ـ ١٠٠٠	٢١١	١٤,١	١,٦	
	١٠٠٠ دولار فأكثر	٢٩	١٣,٧	١,٧	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

لا توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التأثيرات المعرفية، وذلك حسب متغيرات: السن والحالة الزواجية والمهنة والدخل ($p > .05$)، بينما توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة من حيث التأثيرات المعرفية حسب متغير النوع ومتغير التعليم ($p<.05$)، وفيما يخص متغير النوع يوضح الجدول أن التأثيرات المعرفية تزداد بفروق جوهرية بين الإناث (م = ١٤,٢٥) مقارنة بالذكور (م= ١٣,٧٣)، أي أن الإناث أكثر استفادة معرفية جراء الاعتماد على الفضائيات العربية مقارنة بالذكور.

يُستنتج من ذلك أن الإناث أكثر تأثرًا ومتابعة للقنوات الفضائية العربية، وذلك لأسباب كثيرة، منها: أن الإناث في الأغلب يمكثن في البيوت كثيرًا، أما الذكور فأغلبهم مرتبطون بمصالح ومهام مختلفة، مثل: العمل خارج المنزل أو بالوظيفة أو بالدراسة وغير ذلك.

أما فيما يخص متغير التعليم، فإن الجدول يوضح وجود فروق دالة إحصائيًا بين مجموعة العينة (F=2.9. Sig=.022)، وباستخدام اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة، تبين أن الفروق توجد بين مجموعة التعليم الأقل من الثانوي (م=١٢,٩) وبقية المجموعات الأخرى، بمعنى أن هذه المجموعة (المبحوثين دون التعليم الأقل من الثانوي) دلت إجاباتهم على تأثيرات معرفية أقل مقارنة بالمجموعات الأخرى ذات التعليم الأعلى.

يُستنتج من ذلك أن الشباب الفلسطيني المتعلم لديه اهتمامات معرفية تختلف عن اهتمامات الشاب غير المتعلم، من حيث متابعة القنوات الفضائية العربية واختياره للبرامج المقدمة سواء كانت سياسية أم إخبارية أم رياضية أم درامية، بمعنى أنه كلما كان الشخص ذا تعليم أعلى يكون لديه معرفة أكثر في الحصول على المعلومات، وكلما قلت درجة تحصيله العلمي قل تأثير معرفته في الحصول على المعلومات.

ولكن ما مستوى التأثيرات المعرفية جراء الاعتماد على القنوات الفضائية العربية؟ لقد كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن عينة الدراسة تتوزع حسب مستويات التأثيرات المعرفية على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (٤٠)

مستوى التأثيرات المعرفية

(ن = ٣٨٢)

مدى المشاهدة	ك	٪
متوسط	٢٥٧	٦٧,٣
منخفض	٦٧	١٦,٨
مرتفع	٦١	١٦
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن ٦٧,٣٪ من عينة الدراسة عبرت إجاباتهم عن مستوى تأثيرات معرفية (متوسط)، مقابل ١٦٪ عبرت إجاباتهم عن مستوى تأثيرات معرفية (مرتفع)، والنسبة نفسها تقريبًا عبرت إجاباتهم عن مستوى تأثيرات معرفية (منخفض)، أي أن ٨٣,٣٪ تقريبًا من عينة الدراسة عكست إجاباتهم عن تأثيرات معرفية متوسطة أو مرتفعة، وهذا يعنى أن البرامج والمواد السياسية في القنوات الفضائية العربية تحقق تأثيرات معرفية بشكل أو بآخر لدى غالبية عينة الدراسة.

(٢) التأثيرات الوجدانية:

ما التأثيرات الوجدانية جراء الاعتماد على الفضائيات ؟ تقرر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، أن هذا الاعتماد يترتب عليه تأثيرات وجدانية لدى الجمهور، ومن منظور الدراسة الحالية، فقد تم تقصى التأثيرات الوجدانية الآتية:

- لعدم الشعور بالوحدة والاغتراب.
- تساعدني على القيام بدوري كشاب لحماية وطني.
- تعزز فيّ روح القومية العربية.
- تزيد من ارتباطي بأسرتي أثناء المشاهدة.
- تساعدني على التخلص من الشعور بالوحدة.

فإلى أي حد يرى المبحوثون أن هذه التأثيرات تحققت لديهم بالفعل؟ الجدول الآتي يوضح أنماط إجابات المبحوثين على بنود التأثيرات المعرفية.

جدول رقم (٤١)

توزيع عينة الدراسة طبقًا لبنود التأثيرات الوجدانية

(ن = ٣٨٢)

التأثيرات المعرفية	الاستجابات			
	لا		نعم	
	ك	٪	ك	٪
لعدم الشعور بالوحدة والاغتراب	٢٣٤	٦١,٣	١٤٨	٣٨,٧
تساعدني على القيام بدوري كشاب لحماية وطني	١٦٤	٤٢,٩	٢١٨	٥٧,١
تعزز فيّ روح القومية العربية	١١٩	٣١,٢	٢٦٣	٦٨,٨
تزيد من ارتباطي بأسرتي أثناء المشاهدة	١٨٤	٤٨,٢	١٩٨	٥١,٨
تساعدني على التخلص من الشعور بالوحدة	١٩٨	٥١,٨	١٨٤	٤٨,٢

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن درجة تأثير البرامج والمواد السياسية في القنوات الفضائية العربية على الشباب الفلسطيني المقيم في مصر وجدانيًا لتعزز فيهم روح القومية العربية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٦٨,٨٪، يليه تأثير (مساعدة الشباب على القيام بدورهم كشباب لحماية وطنهم) بنسبة ٥٧,١٪، ثم جاء تأثير (زيادة الارتباط بالأسرة أثناء المشاهدة) بنسبة ٥١,٨٪، يليه تأثير (المساعدة على التخلص من الشعور بالوحدة) بنسبة ٤٨,٢٪، وجاء بالمرتبة الأخيرة تأثير (عدم الشعور بالوحدة والاغتراب) بنسبة ٣٨,٧٪.

بينما جاءت درجة عدم تأثير البرامج والمواد السياسية في القنوات الفضائية العربية على الشباب الفلسطيني المقيم بمصر لعدم الشعور بالوحدة والاغتراب بنسبة ٦١,٣٪، ثم جاء عدم تأثير (تساعدني على التخلص من الشعور بالوحدة) بنسبة ٥١,٨٪، يليه عدم تأثير (تزيد من ارتباطي بأسرتي أثناء المشاهدة) بنسبة ٤٨,٢٪، ومن ثم جاء عدم تأثير (تساعدني على القيام

بدوري كشاب لحماية وطني) بنسبة ٤٢,٩٪، وأخيرًا جاء بند (تعزز فيّ روح القومية العربية) بنسبة ٣١,٢٪.

وعليه فإنه ومن خلال توضيح إجابات المبحوثين على بنود التأثيرات الوجدانية كل على حدة، فإنه على مجمل هذه البنود كشف التحليل الإحصائي عن أن إجابات المبحوثين جاءت بمتوسط قدره ٧,٦٤ بانحراف معياري قدره ١,٤، وتختلف قيمة هذا المتوسط حسب خصائص العينة على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (٤٢)

متوسطات التأثيرات الوجدانية لمجموعة عينة الدراسة

(ن = ٣٨٢)

مجموعة العينة		ن	م	ع	مؤشرات إحصائية
النوع	ذكور	٢٠٩	٧,٧	١,٤	T=0.130
	إناث	١٧٣	٧,٦	١,٥	الدلالة = 0.897
السن	من ١٩-٢٤	١٦٠	٧,٧	١,٥	F=0.186
	من ٢٥- ٢٩	١١٦	٧,٨	١,٦	الدلالة = 0.830
	من ٣٠ - ٣٥	١٠٦	٧,٥	١,٥	
الحالة الزواجية	عزب	٢٣٠	٧,٦	١,٥	F=0.637
	متزوج	١٤٠	٧,٧	١,٥	الدلالة = 0.592
	أرمل	٥	٨,٤	١,٢	
	مطلق	٧	٧,٣	١,٦	
التعليم	أقل من ثانوية عامة	٢٠	٧,٤	١,٧	F=2.85
	المتوسط (ثانوية)	٢٣	٨,١	١,٢	الدلالة = 0.118
	متوسط (دبلوم)	٣٢	٧,٧	١,٢	
	جامعي بكالوريوس	٢٠٩	٧,٦	١,٥	
	دراسات عليا	٩٨	٧,٩	١,٤	

مجموعة العينة		ن	م	ع	مؤشرات إحصائية
المهنة	يعمل	١٤٨	٣٧,٠	١,٢	F=0.389
	لا يعمل (طلاب وربات بيوت)	٢٥٢	٦٣,١	١,٧	الدلالة = 0.761
الدخل الشهري	أقل من ٣٠٠ دولار	١٤٢	٧,٨	١,٥	F=2.06
	من ٣٠٠ - ١٠٠٠	٢١١	٧,٧	١,٥	الدلالة = 0.128
	١٠٠٠ دولار فأكثر	٢٩	٧,٢	١,٥	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

لا توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة على مقياس التأثيرات الوجدانية، وذلك حسب متغيرات النوع والسن والحالة الزواجية والتعليم والمهنة والدخل ($p > .05$).

ولكن ما مستوى التأثيرات الوجدانية جراء الاعتماد على القنوات الفضائية العربية؟ لقد كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن المبحوثين عينة الدراسة يتوزعون حسب مستويات التأثيرات الوجدانية على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (٤٣)

مستوى التأثيرات الوجدانية

(ن = ٣٨٢)

المستوى	ك	٪
متوسط	٢٥١	٦٥,٧
منخفض	٨٩	٢٣,٣
مرتفع	٤٢	١١
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

٦٥,٧٪ من عينة الدراسة عبرت إجاباتهم عن مستوى تأثيرات وجدانية (متوسط)، مقابل ٢٣,٣٪ عبرت إجاباتهم عن مستوى تأثيرات وجدانية (منخفض)، بينما عبرت إجابات المبحوثين عن مستوى تأثيرات وجدانية مرتفع بنسبة ١١٪، أي أن ٨٩٪ تقريبًا من عينة الدراسة عكست إجاباتهم عن تأثيرات وجدانية متوسطة أو منخفضة، وهذا يعني أن البرامج والمواد السياسية في القنوات الفضائية العربية تحقق تأثيرات وجدانية بشكل أو بآخر لدى غالبية المبحوثين.

(٣) التأثيرات السلوكية:

ما التأثيرات السلوكية جراء الاعتماد على الفضائيات؟ تقرر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، أن هذا الاعتماد يترتب عليه تأثيرات سلوكية لدى الجمهور، ومن منظور الدراسة الحالية، فقد تم تقصي التأثيرات السلوكية الآتية:

- تعلمني مهارات عملية جديدة في مجال عملي أو دراستي.
- ترشدني في حل المشكلات المختلفة التي تواجهني.
- تساعدني على إيجاد موضوعات للنقاش مع الآخرين.
- تحسن أسلوبي في تفضيل الملابس.

الجدول التالي يوضح أنماط استجابات إلى أي حد ترى عينة الدراسة أن هذه التأثيرات تحققت بالفعل على بنود التأثيرات السلوكية؟

جدول رقم (٤٤)

توزيع عينة الدراسة طبقًا لبنود التأثيرات السلوكية (ن = ٣٨٢)

التأثيرات السلوكية	الاستجابات			
	لا		نعم	
	ك	٪	ك	٪
ترشدني في حل المشكلات المختلفة التي تواجهني	١٩٣	٥٠,٥	١٨٩	٤٩,٥
تساعدني على إيجاد موضوعات للنقاش مع الآخرين	١٢٤	٣٢,٥	٢٥٨	٦٧,٥
تحسن أسلوبي في تفضيل الملابس	٢٥٠	٦٥,٤	١٣٢	٣٤,٦

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن درجة تأثير البرامج والمواد السياسية في القنوات الفضائية العربية على الشباب الفلسطيني المقيم في مصر جاء بالمرتبة الأولى بند (تساعدني على إيجاد موضوعات للنقاش مع الآخرين) بنسبة ٦٧,٥٪، يليه تأثير (ترشدني في حل المشكلات المختلفة التي تواجهني) بنسبة ٤٩,٥٪، ومن ثم تأثير (تحسين الأسلوب في تفضيل الملابس) بنسبة ٣٤,٦٪.

بينما جاءت درجة عدم التأثير على سلوك الشباب الفلسطيني عينة الدراسة في تحسين الأسلوب في تفضيل الملابس بنسبة ٦٥,٤٪، يليه عدم تأثير (ترشدني في حل المشكلات المختلفة التي تواجهني) بنسبة ٥٠,٥٪، وأخيرًا جاء عدم تأثير (تساعدني على إيجاد موضوعات للنقاش مع الآخرين) بنسبة ٣٢,٥٪.

وإذا كان الجدول السابق يوضح أنماط إجابات المبحوثين على بنود التأثيرات السلوكية كل على حدة، فإنه على مجمل هذه البنود، كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن إجابات المبحوثين جاءت بمتوسط قدره ٤,٥١٪ بانحراف معياري قدره ٠,٩٪ وتختلف قيمة هذا المتوسط حسب خصائص العينة على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (٤٥)

توزيع متوسطات التأثيرات السلوكية لمجموعة عينة الدراسة

(ن = ٣٨٢)

مجموعة العينة		ن	م	ع	مؤشرات إحصائية
النوع	ذكور	٢٠٩	٤,٥	٠,٩	T=1.43
	إناث	١٧٣	٤,٦	٠,٨	الدلالة = 0.152
السن	من ١٩-٢٤	١٦٠	٤,٥	٠,٩	F=0.453
	من ٢٥- ٢٩	١١٦	٤,٦	٠,٩	الدلالة = 0.636
	من ٣٠ - ٣٥	١٠٦	٤,٧	٠,٩	
الحالة الزواجية	عزب	٢٣٠	٤,٦	٠,٨	F=0.137
	متزوج	١٤٠	٤,٥	٠,٩	الدلالة = 0.938
	أرمل	٥	٤,٧	١,٣	
	مطلق	٧	٤,٨	١,٢	
التعليم	أقل من ثانوية عامة	٢٠	٤,٥	٠,٩	F=2.09
	المتوسط (ثانوية)	٢٣	٤,٩	٠,٩	الدلالة = 0.080
	متوسط (دبلوم)	٣٢	٤,٧	١,١	
	جامعي بكالوريوس	٢٠٩	٤,٥	٠,٩	
	دراسات عليا	٩٨	٤,٧	٠,٩	
المهنة	يعمل	١٤٨	٣٧,٠	٠,٩	F=1.09
	لا يعمل (طلاب وربات بيوت)	٢٥٢	٦٣,١	١,١	الدلالة = 0.851
الدخل الشهري	أقل من ٣٠٠ دولار	١٤٢	٤,٦	٠,٩	F=0.777
	من ٣٠٠ - ١٠٠٠	٢١١	٤,٥	٠,٨	الدلالة = 0.460
	١٠٠٠ دولار فأكثر	٢٩	٤,٥	٠,٩	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

لا توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على مقياس التأثيرات السلوكية وذلك حسب متغيرات: النوع والسن والحالة الزواجية والتعليم والمهنة والدخل ($p > .05$).

ولكن ما مستوى التأثيرات السلوكية جراء الاعتماد على القنوات الفضائية العربية؟ لقد كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن المبحوثين عينة الدراسة يتوزعون حسب مستويات التأثيرات السلوكية على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (٤٦)

توزيع مستوى التأثيرات السلوكية

(ن = ٣٨٢)

المستوى	ك	٪
متوسط	٢٧٠	٧٠,٧
منخفض	٦٢	١٦,٢
مرتفع	٥٠	١٣,١
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن ٧٠,٧٪ من عينة الدراسة عبرت إجاباتهم عن مستوي تأثيرات سلوكية (متوسط)، مقابل ١٦,٢٪ عبرت إجاباتهم عن مستوى تأثيرات سلوكية (مرتفع)، بينما جاءت نسبة ١٣,١٪ من إجابات عينة الدراسة تعبر عن مستوى تأثيرات سلوكية (منخفض)، أي أن ٨٦,٩٪ تقريبًا من عينة الدراسة عكست إجاباتهم عن تأثيرات سلوكية متوسطة أو مرتفعة، وهذا يدلل على أن الفضائيات العربية تحقق تأثيرات سلوكية بشكل أو بآخر.

إن مجمل تأثير الاعتماد على القنوات الفضائية العربية، يتحدد في التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، وقد كشف تحليل البيانات عن أن مجمل التأثيرات جاءت بمتوسط قدره ٢٦,١٣ بانحراف معياري قدره ٣,٢ وتختلف قيمة هذا المتوسط حسب خصائص العينة على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (٤٧)

توزيع مستوى التأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية

(ن = ٣٨٢)

المستوى	ك	٪
متوسط	٣٠٥	٧٩,٨
منخفض	٥٠	١٣,١
مرتفع	٢٧	٧,١
المجموع	٣٨٢	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

إن نسبة ٧٩,٨٪ من عينة الدراسة عبرت إجاباتهم عن مستوى تأثيرات (متوسط)، مقابل ١٣,١٪ عبر إجاباتهم عن مستوى تأثيرات معرفية، ووجدانية، وسلوكية (منخفض)، ونسبة ٧,١٪ عبر إجاباتهم عن مستوى (مرتفع)، أي أن ٨٦,٩٪ تقريبًا من عينة الدراسة عكست إجاباتهم عن تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية متوسطة، وهذا يعني أن القنوات الفضائية العربية تحقق تأثيرًا معرفيًا ووجدانيًا وسلوكيًا بشكل أو بآخر لدى عينة الدراسة، والجدول التالي يوضح متوسطات مجمل التأثيرات:

جدول رقم (٤٨)

توزيع متوسطات مجمل التأثيرات لمجموعة عينة الدراسة

(ن = ٣٨٢)

مجموعة العينة		ن	م	ع	مؤشرات إحصائية
النوع	ذكور	٢٠٩	٢٥,٨٤	٣,٢	T=1.898
	إناث	١٧٣	٢٦,٤٧	٣,٢	الدلالة = 0.058
السن	من ١٩ـ٢٤	١٦٠	٢٦,٣٥	٣,١٠	F=0.654
	من ٢٥ـ ٢٩	١١٦	٢٥,٩١	٣,٣٦	الدلالة = 0.521
	من ٣٠ ـ ٣٥	١٠٦	٢٦,٠٤	٣,٣٦	
الحالة الزواجية	عزب	٢٣٠	٢٦,١٤٧	٣,٠٨	F=0.225
	متزوج	١٤٠	٢٦,٠٩	٣,٤٨	الدلالة = 0.879
	أرمل	٥	٢٧,٢	٣,٤٩	
	مطلق	٧	٢٥,٧	٤,١٩	
التعليم	أقل من ثانوية عامة	٢٠	٢٤,٦	٣,٣٦	F=3.03
	المتوسط (ثانوية)	٢٣	٢٧,٣	٢,٤٤	الدلالة = 0.018
	متوسط (دبلوم)	٣٢	٢٦,٧١	٤,٠٧	
	جامعي بكالوريوس	٢٠٩	٢٥,٨٥	٣,٢١	
	دراسات عليا	٩٨	٢٦,٥٦	٣,٠٤	
المهنة	يعمل	١٤٨	٣٧,٣	٤,١٣	F=1.027
	لا يعمل (طلاب وربات بيوت)	٢٥٢	٦٣,١	٥,٨	الدلالة = 0.380
الدخل الشهري	أقل من ٣٠٠ دولار	١٤٢	٢٦,٣٠	٣,٥٠	F=0.777
	من ٣٠٠ ـ ١٠٠٠	٢١١	٢٦,١	٣,٠٤	الدلالة = 0.460
	١٠٠٠ دولار فأكثر	٢٩	٢٥,٢٧	٣,٤٧	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

لا توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة في الدرجة على مجمل التأثيرات، وذلك حسب متغيرات: النوع والسن والحالة الزواجية والمهنة والدخل (p > .05).

بينما توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة من حيث مجمل التأثيرات حسب متغير التعليم (p > .05).

أما فيما يخص متغير التعليم، فإن الجدول يوضح وجود فروق دالة إحصائيًا بين مجموعات العينة (F=3.03. Sig=.018)، وباستخدام اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة، تبين أن الفروق توجد بين مجموعة التعليم الأقل من الثانوي (م=٢٤.٦) وبقية المجموعات الأخرى، بمعنى أن هذه المجموعة (المبحوثين دون التعليم الأقل من الثانوي) دلت إجاباتهم على مجمل التأثيرات أقل مقارنة بالمجموعات الأخرى ذات التعليم الأعلى.

- يُستنتج من ذلك أن القنوات الفضائية العربية تُؤثر معرفيًا ووجدانيًا وسلوكيًا جراء اعتماد الشباب الفلسطيني عليها بنسبة متوسطة، وبفوارق بسيطة بين متغيرات الدراسة.

ثانيًا - نتائج اختبار فروض الدراسة:

يتضمن هذا الجزء عرض نتائج وتفسير فروض الدراسة التالية:

- **الفرض الأول:** يوجد ارتباط طردي موجب بين معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية ومستوى الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات.

- **الفرض الثاني:** توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة من حيث الاعتماد على القنوات الفضائية العربية، وذلك حسب متغيرات، النوع والسن والتعليم والدخل.

- **الفرض الثالث:** يوجد ارتباط دال إحصائيًا بين الاعتماد على القنوات الفضائية العربية والتأثيرات المتحققة جراء هذا الاعتماد.

- **الفرض الرابع:** يوجد ارتباط طردي موجب بين أنماط التأثيرات المتحققة جراء الاعتماد على القنوات الفضائية العربية.

- **الفرض الخامس:** يوجد ارتباط طردي موجب بين الاحتياجات الاتصالية للمبحوثين وكل من: الاعتماد على القنوات الفضائية العربية والتأثيرات المتحققة جراء هذا الاعتماد.

وفيما يلي عرض النتائج الخاصة بالتحقق من الفروض المذكورة:

الفرض الأول: يوجد ارتباط طردي موجب بين معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية ومستوى الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات.

للتحقق من هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون، وقد كشف تحليل البيانات النتيجة المجملة بالجدول التالي:

جدول رقم (٤٩)

العلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية

ومستوى الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات

الاعتماد	المشاهدة		المجموع
	أحيانًا	دائمًا	
مرتفع	٩٠	٧٦	١٦٦
متوسط	٧٧	٦٦	١٤٣
منخفض	٤٠	٣٣	٧٣
المجموع	٢٠٧	١٧٥	٣٨٢

ر = ٠,٠٠٤ الدلالة = ٠,٩٦٨

تم حساب معامل الارتباط بين المجموعات وكانت قيمة (ر=٠,٠٠٤) عند مستوى دلالة ٠,٩٨٦ وهذا يعنى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل مشاهدة الفضائيات ومستوى الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات، وبذلك لم يتحقق الفرض القائل بأنه يوجد ارتباط طردي موجب بين معدل مشاهدة الفضائيات ومستوى الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات.

الفرض الثاني: توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة من حيث الاعتماد على القنوات الفضائية العربية، وذلك حسب متغيرات: النوع والسن والتعليم والدخل.

للتحقق من هذا الفرض تم استخدام اختبار T لمعرفة معنوية الفروق بين مجموعتين، وكذلك تحليل التباين أحادى الاتجاه ANOVA لمعرفة معنوية الفروق بين ثلاث مجموعات أو أكثر، وقد خلصت الدراسة إلى النتيجة المبينة بالجدول التالي:

جدول رقم (٥٠)

العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية العربية ومتغيرات النوع والسن والتعليم والدخل

مجموعة العينة		ن	م	ع	مؤشرات إحصائية
النوع	ذكور	٢٠٩	٢١,٣	٨,١	T=0.332
	إناث	١٧٣	٢١,١	٨,٩	الدلالة = 0.740
السن	من ١٩-٢٤	١٦٠	٢٢,١	٨,١	T=1.28
	من ٢٥- ٢٩	١١٦	٢٠,٤	٨,٧	الدلالة = 0.277
	من ٣٠ - ٣٥	١٠٦	٢٠,٩	٩,١	
الحالة الزواجية	عزب	٢٣٠	٢٢,١	٨,٣	F=3.42
	متزوج	١٤٠	١٩,٧	٨,٥	الدلالة = 0.017
	أرمل	٥	٢٥,٢	٩,٩	
	مطلق	٧	١٦,٧	١٠,٣	

مجموعة العينة		ن	م	ع	مؤشرات إحصائية
التعليم	أقل من ثانوية عامة	٢٠	١٩,٧	٧,٥	F=6.23 الدلالة = 0.000
	المتوسط (ثانوية)	٢٣	١٥,٢	٧,٢	
	متوسط (دبلوم)	٣٢	١٧,٦	٦,٩	
	جامعي بكالوريوس	٢٠٩	٢٢,٦	٨,٧	
	دراسات عليا	٩٨	٢١,١	٨,٥	
المهنة	يعمل	١٤٨	٣٧,٠	٩,٤	F=6.02 الدلالة = 0.001
	لا يعمل (طلاب وربات بيوت)	٢٥٢	٦٣,١	١٠,٣	
الدخل الشهري	أقل من ٣٠٠ دولار	١٤٢	٢١,٤	٨,٩	F=1.12 الدلالة = 0.326
	من ٣٠٠ - ١٠٠٠	٢١١	٢٠,٩	٨,٣	
	١٠٠٠ دولار فأكثر	٢٩	٢٣,٤	٨,٧	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة بيانات أهمها:

لا توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة في درجة الاعتماد على القنوات الفضائية، وذلك حسب متغيرات النوع والسن والدخل (p > .05).

بينما توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة من حيث الاعتماد على القنوات الفضائية حسب متغير الحالة الزواجية (p > .05)، والتعليم (p > .01)، والمهنة (p > .015).

وبالنسبة لمتغير الحالة الزواجية فالجدول يوضح وجود فروق دالة إحصائيًا بين مجموعات العينة (F=3.42. Sig=.005)، وباستخدام اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة تبين أن الفروق توجد بين مجموعة مطلق (م= ١٦,٧) في الاعتماد على القنوات الفضائية، بينما كانت مجموعة الأرمل هي أعلى متوسط في الاعتماد على القنوات الفضائية (م = ٢٥,٢).

أما متغير التعليم فإن متوسط مجموعة المتوسط (ثانوية) (م = ١٥,٢)

كانت أقل درجة في الاعتماد على القنوات الفضائية، بينما كانت مجموعة يعمل (م= ٢٢,٥) أعلى درجة في الاعتماد على القنوات الفضائية .

وبالنسبة لمتغير المهنة فإن مجموعة (لا يعمل) (م= ١٧,٨) كانت أقل درجة في الاعتماد على القنوات الفضائية، بينما كانت مجموعة (جامعي بكالوريوس) (م= ٢٢,٦) أعلى درجة في الاعتماد على القنوات الفضائية، وبهذه النتيجة تحقق الفرض الثاني جزئيًا، القائل بأنه توجد فروق جوهرية بين مجموعات العينة من حيث الاعتماد على القنوات الفضائية العربية، وذلك حسب متغيرات: النوع والسن والتعليم والدخل.

الفرض الثالث: يوجد ارتباط دال إحصائيًا بين الاعتماد على القنوات الفضائية العربية والتأثيرات المتحققة جراء هذا الاعتماد.

للتحقق من هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون، وقد كشف تحليل البيانات النتيجة المجملة بالجدول التالي:

جدول رقم (٥١)

العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية العربية والتأثيرات المتحققة جراء هذا الاعتماد

التأثيرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
مجمل التأثيرات	٠,١٥٥	**٠,٠٠٢
الوجدانية	٠,١٤٤	**٠,٠٠٥
المعرفية	٠,١١٧	*٠,٠٢٣
السلوكية	٠,١٠٣	*٠,٠٤٣

** P <.01

* P <.05

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن هناك ارتباطًا جوهريا بين الاعتماد على الفضائيات وكل من التأثيرات المعرفية (٠,١١٧)، والتأثيرات الوجدانية (٠,١٤٤)، والتأثيرات السلوكية (٠,١٠٣) ومجمل التأثيرات (٠,١٥٥) المتحققة جراء هذا الاعتماد .

وكانت أكبر قيمة ارتباط تعبر عن العلاقة بين الاعتماد على الفضائيات والتأثيرات الوجدانية، وهذا يعنى أنه كلما زاد الاعتماد على الفضائيات زادت التأثيرات الوجدانية، وهذا ينطبق على التأثيرات المعرفية والتأثيرات السلوكية ومجمل التأثير، وإن كانت قيمة الارتباط أقل في حالة العلاقة بين الاعتماد على الفضائيات والتأثيرات المعرفية والسلوكية، بينما تصل قيمة العلاقة إلى ٠,١٥٥ وذلك بين الاعتماد على الفضائيات العربية ومجمل التأثيرات.

وبهذه النتيجة ثبتت صحة الفرض القائل بأنه يوجد ارتباط دال إحصائيًا بين الاعتماد على الفضائيات والتأثيرات المتحققة جراء هذا الاعتماد .

الفرض الرابع: يوجد ارتباط طردي موجب بين أنماط التأثيرات المتحققة بعضها البعض جراء الاعتماد على القنوات الفضائية العربية.

للتحقق من هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون، وقد كشف تحليل البيانات النتيجة المجملة بالجدول التالي:

جدول رقم (٥٢)

العلاقة بين أنماط التأثيرات المتحققة بعضها البعض جراء الاعتماد على الفضائيات العربية

التأثيرات	المعرفية	الوجدانية	السلوكية	مجمل التأثيرات
المعرفية	١			
الوجدانية	**٠,٣٨١	١		
السلوكية	**٠,٤٩٤	**٠,٤٥٦	١	
مجمل التأثيرات	**٠,٨٣٥	**٠,٧٨٠	**٠,٧٤٦	١

** P <.01

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

أن هناك ارتباطًا ذا دلالة إحصائية بين أنماط التأثيرات المتحققة بعضها البعض وذلك عند مستوى دلالة (٠,٠١)، وهذا يعني أن جميع التأثيرات مرتبطة ببعضها البعض ارتباطًا طرديًا، أي كلما ارتفع تأثير ما، ارتفعت معه التأثيرات الأخرى، ومجملهم أيضًا والعكس صحيح.

وبهذه النتيجة تحقق الفرض الرابع القائل بأنه يوجد ارتباط طردي موجب بين أنماط التأثيرات المتحققة بعضها البعض جراء اعتماد المبحوثين على الفضائيات العربية.

الفرض الخامس: يوجد ارتباط طردي موجب بين الاحتياجات الاتصالية وكل من الاعتماد على القنوات الفضائية العربية والتأثيرات المتحققة جراء هذا الاعتماد.

للتحقق من هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون، وقد كشف تحليل البيانات النتيجة المجملة بالجدول التالي:

جدول رقم (٥٣)

العلاقة بين الاحتياجات الاتصالية وكل من الاعتماد على الفضائيات والتأثيرات المتحققة

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
مجمل التأثير	٠,٣٠٢	٠,٠٠٠
الاعتماد	٠,٢٩٧	٠,٠٠٠
التأثيرات السلوكية	٠,٢٥٢	٠,٠٠٠
التأثيرات المعرفية	٠,٢٤٢	٠,٠٠٠
التأثيرات الوجدانية	٠,٢٣٠	٠,٠٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج أهمها:

بالنظر إلى مستوى الدلالة (العمود الأخير في الجدول) يتبين أن هناك ارتباطًا جوهريًا بين الاحتياجات الاتصالية وكل من الاعتماد على القنوات الفضائية العربية والتأثيرات المتحققة ($p = 0.000$)، وهذا الارتباط موجب أي أنه كلما زادت الاحتياجات الاتصالية، زاد كل من: الاعتماد، التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية، مجمل التأثير.

وبهذا تثبت صحة الفرض القائل بوجود ارتباط دال إحصائيًا بين الاحتياجات الاتصالية وكل من الاعتماد على الفضائيات والتأثيرات المتحققة.

الخلاصة:

بناءً على النتائج السابقة وتحليل الدارس لها ومقارنتها بالتراث العلمي، تمكن الدارس من استخلاص مجموعة من المقترحات تساهم في تزويد القائمين على القنوات الفضائية العربية بها؛ بغرض الاهتمام بفئة الشباب الفلسطيني المقيم في مصر وذلك على النحو الآتي:

١- الاهتمام بتقديم برامج اجتماعية واقتصادية عن وضع الشباب الفلسطيني المقيم في جمهورية مصر العربية، أي التركيز على الواقع المعاش لحياة هؤلاء الشباب وبالتحديد في المناطق الشعبية في مصر، حيث لا يعرف عن هؤلاء (الشريحة الشبابية) الآخرون، وكذلك فيما يخص حياتهم التعليمية والظروف الحياتية التي يسلكونها.

٢- الاهتمام بتسليط الضوء على الواقع السياسي والثقافي، وذلك من خلال تخصيص برنامج أسبوعي يتحدث عن المشاكل التي يعانيها الشباب الفلسطيني المقيم في مصر، وهذا يقع على عاتق قناة فلسطين، والقنوات الفضائية الفلسطينية الخاصة، وكذلك القنوات العربية الفضائية.

٣- اهتمام القنوات الفضائية العربية والقنوات الفلسطينية بعرض مواضيع ومشكلات وقضايا الفلسطينيين المقيمين في مصر، حيث لا يوجد أي برنامج يطرح قضاياهم التي يعانونها، ولم تقم القنوات الفضائية العربية بتغطية ونقل ما يريدون توصيله للعالم، وذلك على غرار ما يتم تغطيته للواقع الفلسطيني المعاش في الأردن، ولبنان، وسوريا، وباقي الدول العربية والأجنبية.

٤- العمل على قيام القنوات الفضائية العربية بإشباع الشباب الفلسطيني من خلال ما تقدمه من مواد وبرامج حول مبادئ حقوق الإنسان المدنية من حريات: العمل والتنقل والاستقرار التي ستحقق فائدة أولى بتهيئته للتفرغ للدفاع عن قضيته، وثانية بإجهاض المحاولات المستترة لمسخ هويته النضالية وفحوى مظلوميته.

٥- تنفيذ بحوث ميدانية تهتم بالشباب بكافة فئاتهم ومشكلاتها واستعراض نتائج هذه البحوث والدراسات من خلال حلقات البرامج، وبمشاركة متخصصين وخبراء في مجال علم الاجتماع والنفس والعمل على تقديم الحلول عبر القنوات الفضائية العربية.

٦- إعادة فتح مكتب قناة فلسطين في القاهرة الذي أغلق نتيجة أحداث منتصف حزيران ٢٠٠٧، وسيطرة حركة حماس على قطاع غزة.

٧- مطلوب من قيادة منظمة التحرير الفلسطينية - كونها الممثل الشرعي والوحيد للشعب الفلسطيني - الاهتمام بأوضاع الفلسطينيين المغتربين في كل أماكن اللجوء في العالم العربي والغربي، والتوصية بتعزيز الروابط بين وسائل الإعلام الحكومية الرسمية ووسائل الإعلام العربية التي يوجد بها الفلسطينيون، والعمل على ربط أوقات البث الفضائي العربي مع الفلسطيني لحجز مساحة يتم تخصيصها في التليفزيون الفلسطيني الرسمي.

مقترحات الدراسات والبحوث المستقبلية:

من منطلق ما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج وما أشارت إليه من مقترحات، نقدم بعض القضايا التي تصلح أن تكون موضوعات لبحوث ودراسات مستقبلية:

١- إجراء دراسة تحليلية لصورة الشباب الفلسطيني المقيم بمصر في البرامج والمواد المقدمة على شاشة القنوات الفضائية العربية، وخاصة القنوات الفضائية الفلسطينية وأثرها على الجمهور.

٢- إجراء دراسة عن دور القنوات الفضائية العربية كوسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري في التأثير على الشباب الفلسطيني المقيم في مصر، وتغيير وجهة نظره نحو القضايا الفلسطينية والعربية والعالمية.

٣- إجراء دراسة علمية عن الشكل والمضمون المناسب والمثالي للبرامج الخاصة بالشباب الفلسطيني المقدمة على القنوات الفضائية العربية وخاصة القنوات الفضائية الفلسطينية .

٤- إجراء دراسة ميدانية عن استخدام الشباب الفلسطيني لوسائل الإعلام الإلكتروني والقنوات الفضائية العربية وتأثيرهما على حياته.

٥- العمل على دراسة احتياجات الشباب الفلسطيني المقيم في مصر ورغباته الفعلية بشكل عام ومعالجتها عبر القنوات الفضائية العربية.

٦- إجراء دراسة عن استخدام الشباب الفلسطيني المقيم في مصر لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك والتويتر) في تحقيق إشباعاته ورغباته بالتواصل مع العالم الخارجي.

٧- إجراء دراسة عن الوظيفة الاتصالية لسفارة فلسطين بالقاهرة وتواصلها الإعلامي والثقافي مع المقيمين في مصر.

٨- علاقة الشباب الفلسطيني المقيم في مصر بالإنترنت الفضائي وتأثيره على حياته الاجتماعية.

الهوامش والمصادر والمراجع

(١) العنود ناصر إبراهيم الرشيد: دور وسائل الاتصال في تنمية وعى الشباب الكويتي بقضية المخدرات، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلام، جامعة القاهرة ٢٠١٠).

(٢) سلوى حسن البنا محمد: استخدامات الشباب لخدمة (SMS) عبر الفضائيات والإشباعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة:جامعة عين شمس، كلية البنات، قسم الاجتماع شعبة الإعلام ٢٠٠٩).

(٣) نهى محمد عبده حشيش: استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية العربية الإسلامية والإشباعات المتحققة منها - دراسة ميدانية تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الدراسات الإسلامية والعربية، فرع البنات - شعبة الصحافة والإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون ٢٠٠٨).

(٤) حسين أبو شنب وماجد التربان: اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على وسائل الإعلام وقت الأزمات، أزمة الاقتتال بين فتح وحماس نموذجًا، في: المؤتمر العلمي الرابع، وسائل الإعلام الجديدة، وآفاق المستقبل، الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، القاهرة، مايو ٢٠٠٨).

(٥) رانيا أحمد محمود مصطفى: تأثير الدراما العربية والأجنبية المقدمة في القنوات الفضائية العربية على قيم واتجاهات الشباب العربي رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: قسم الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، ٢٠٠٦).

(٦) هاشم أحمد شرف الدين: علاقة التعرض للقنوات الفضائية بالقيم السائدة لدى الشباب اليمني - دراسة مسحية على طلاب الجامعات اليمنية، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية ٢٠٠٦).

(٧) منى الحديدي وعاطف العبد وأيمن ندا: استخدام الشباب العربي للقنوات الفضائية وتأثيرهم فيها، دراسة حالة طلاب معهد البحوث والدراسات العربية، دراسة منشورة (القاهرة: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية ٢٠٠٦).

(٨) اتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري: استخدام المشاهد المصري للقنوات الفضائية المصرية والعربية والأجنبية، غير منشورة (القاهرة: اتحاد الإذاعة والتلفزيون، الأمانة العامة، ٢٠٠٥).

(٩) إياد البرنيه: استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: كلية الآداب جامعة عين شمس، قسم الاتصال والإعلام ٢٠٠٥).

(١٠) أنور محمد الرواس: استخدامات الشباب للقنوات الفضائية الغنائية العربية الإشباعات المتحققة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الخامس، العدد ٢، ٢٠٠٤، ص ص ١-٧٨.

(١١) محمد هلال سيد: استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية وعلاقتها بمنظومة القيم في مجتمع الصعيد، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة أسيوط، كلية الآداب - قسم الإعلام ٢٠٠٣).

(١٢) عبد الرحمن محمد سعيد الشامي: استخدامات القنوات المحلية والدولية: الدوافع والإشباعات، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الإعلام ٢٠٠٢).

(١٣) فتحية مرابط: استخدامات طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفرنسية وما تحققه من إشباعات، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام - قسم الإذاعة والتلفزيون ٢٠٠١).

(14) Hanan Kamal: Kilani: The International channel Via Direct broadcasting Satellite in Egypt case study on a sample of Egyptian Users in Great Cairo Unpublished PHD . Cairo: Broadcasting Department. faculty of mass communication .Cairo university .

(15) Varma Archita (2000). "Impact of watching International programs on Adolescents India" In Journal of comparative Family Studies. Vo 1.31. winter . p.p: 117-126.

(16) Chumnummanee - Sunsanee: Relationship between television viewing and adaptation of Thai scholarship students in the United States Unpublished PHD. U.S.A. The - university - of - Southern - Mississippi 1999.

(١٧) رياض يوسف صلاحات: دور النشرات الإخبارية في الفضائيات العربية في ترتيب أولويات الفلسطينيين المقيمين في مصر تجاه القضايا العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، (معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية ٢٠٠٩).

(١٨) خالد محمد رشيد: اعتماد الجالية العراقية في مصر على وسائل الإعلام في متابعة الأوضاع الداخلية في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية ٢٠٠٨).

(١٩) محمد هلال محمد سيد: دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية - رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة، قسم الإذاعة والتليفزيون ٢٠٠٧).

(٢٠) نيرمين إبراهيم أحمد: دور إذاعة وادي النيل في تلبية الاحتياجات الاتصالية للسودانيين المقيمين في مصر - رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة: قسم الإذاعة والتليفزيون ٢٠٠٧).

(٢١) هشام عبد الملك عبد الرحيم: دور إذاعة فلسطين في تلبية الاحتياجات الإعلامية للفلسطينيين المقيمين في مصر - رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة. قسم الإذاعة والتليفزيون ٢٠٠٧).

(٢٢) فاطمة نصر كرداش: استخدام الجالية العربية في كندا للقنوات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية ٢٠٠٥).

(23) Etefa. Abeer: Satellite television use among ethnic minorities: A case study of Arab Americans. (Unpublished PHD.. Portland State University. 2005).

(٢٤) بركات عبد العزيز: مناهج البحث الإعلامي (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٢)، ص ٣٨

(٢٥) مقابلة أجراها الدارس مع محمد الأزعر المستشار الثقافي لسفارة دولة فلسطين بالقاهرة في مكتبه بتاريخ ١٥ أبريل ٢٠١١م.

(٢٦) محكمو الاستمارة الميدانية (الترتيب هجائيًا):

- ابتسام الجندي أستاذ الإذاعة والتليفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- بركات عبد العزيز أستاذ الإذاعة والتليفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- حسن الخولى أستاذ علم الاجتماع - كلية البنات - جامعة عين شمس.
- حسين أبو شنب عميد كلية الإعلام - جامعة فلسطين - غزة، أستاذ الإذاعة والتليفزيون.
- رفيق حجازي أستاذ الإحصاء ومناهج البحث - قسم الإحصاء - جامعة الإمارات العربية المتحدة.

- سامي الشريف عميد كلية الإعلام - الجامعة الحديثة، والأستاذ بالمعهد .
- سلوى إمام أستاذ الإذاعة والتليفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- سوزان القليني عميد المعهد الكندي الدولي للإعلام، والأستاذ بالمعهد .
- وداد البرغوثي أستاذ الإعلام - قسم الإعلام - جامعة بيرزيت - فلسطين.

(٢٧) قام الدارس بزيارة سكن الطالبات الواقع في ميدان المساحة بالدقي بمحافظة الجيزة والذي يُشرف عليه الاتحاد العام للمرأة الفلسطينية بالقاهرة أثناء جمع البيانات وتوزيع الاستمارة على المبحوثين، والتقى ببعض الطالبات الموجودات هناك بتاريخ ٢٧ أكتوبر ٢٠١١، وشاهد جهاز تليفزيون واحد فقط.

(٢٨) رياض يوسف صلاحات: دور النشرات الإخبارية في الفضائيات العربية في ترتيب أولويات الفلسطينيين المقيمين في مصر تجاه القضايا العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، (معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية ٢٠٠٩).

(٢٩) منى الحديدي، وعاطف العبد، وأيمن ندا: استخدام الشباب العربي للقنوات الفضائية العربية وتأثيرهم فيها، دراسة حالة طلاب معهد البحوث والدراسات العربية، دراسة منشورة (القاهرة: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم البحوث والدراسات الإعلامية ٢٠٠٦).

(٣٠) هشام أحمد شرف الدين: علاقة التعرض للقنوات الفضائية بالقيم السائدة لدى الشباب اليمني - دراسة مسحية على طلاب الجامعات اليمنية، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم البحوث والدراسات الإعلامية ٢٠٠٦).

(٣١) إياد البرنيه: استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: كلية الآداب جامعة عين شمس، قسم الاتصال والإعلام ٢٠٠٥).

(٣٢) بسام دغلس رئيس وحدة المكاتب الخارجية والداخلية في تليفزيون فلسطين: "تلفزيون فلسطين ١٧ عام من العطاء المستمر" في برنامج واجه الصحافة، عبر شبكة معًا الإخبارية، تاريخ الدخول ١٧ يناير ٢٠١٢.

http://www.maannews.net/arb/ViewDetails.aspx?ID=453189

(٣٣) عبد الرحمن سعيد الشامي: استخدامات القنوات المحلية والدولية، الدوافع والإشباعات، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة الأزهر كلية اللغة العربية، قسم الإعلام ٢٠٠٢).

(٣٤) العنود ناصر إبراهيم الرشيد: دور وسائل الاتصال في تنمية وعي الشباب الكويتي بقضية المخدرات، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة، جامعة القاهرة ٢٠١٠).

(٣٥) إياد البرنيه: استخدام الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: كلية الآداب جامعة عين شمس، قسم الاتصال والإعلام ٢٠٠٥).

(٣٦) حسين أبو شنب وماجد الترباني: اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على وسائل الإعلام وقت الأزمات، أزمة الاقتتال بين فتح وحماس نموذجًا، في: المؤتمر العلمي الرابع، وسائل الإعلام الجديدة، وآفاق المستقبل، الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، القاهرة، مايو ٢٠٠٨) ص ١٥.

معهد البحوث والدراسات العربية
INSTITUTE OF ARAB RESEARCH AND STUDIES
مقر الجامعة الدول العربية

معهد البحوث والدراسات العربية
INSTITUTE OF ARAB RESEARCH AND STUDIES
عضو اتحاد الجامعات العربية