

الفصل الثاني

القنوات الفضائية

نماذج من دراسات

الفصل الثاني

القنوات الفضائية

نماذج من دراسات

تمهيد:

أن التطرق إلى بعض الدراسات السابقة التي تناولت موضوع البحث من الشروط الضرورية واللازمة لأي بحث اجتماعي رصين، وتتضح أهميتها في كونها تنير الباحث لمعرفة الحدود التي انتهت إليها جهود من سبقوه لكي يكمل ما أغفلته تلك الدراسات أو يضيف إليها من إبداع فكره في ضوء البيانات والمعلومات التي حصل عليها، من خلال جهده وسعيه وراء الحقيقة. لذلك استقرت الدراسات الجامعية على تخصيص فصل أو مبحث للدراسات السابقة من أجل معرفة وعرض ما توصلت إليه تلك الدراسات من نتائج وتوصيات وإضافات لتطوير المعرفة في حقل الدراسة للبحث المقصود، وبالتالي فإن مراجعة خلفيات موضوع البحث التي تتم عادة من خلال النظر إلى الدراسات السابقة فرصة للباحث لنقد ما هو موجود بشأن الموضوع، وهي تشكل قاعدة معرفية تساعد في تحديد تعريفه الإجرائي وصياغة مشكلة بحثه بدقة. أيضاً يستطيع الباحث معرفة المؤشرات أو الجوانب التي حظيت بالاهتمام وتلك التي لم تحظ بهذه الأهمية وعلى ضوءها قد يعتمد إلى تبني المؤشرات نفسها أو اختيار مؤشرات جديدة بما يتفق مع أهداف دراسته ومن هنا فمن الضروري أن يوضح الباحث العلاقة الموجودة بين دراسته والدراسات السابقة لتبيان مدى مساهمة تلك الدراسات في توضيح بعض جوانب الموضوع المدروس من ناحية وكذلك لتحديد أهمية دراسته في توسيع نطاق المعرفة العلمية حول موضوع البحث من ناحية أخرى.

وثمة فائدة أخرى يجنيها الباحث عند اطلاعه على الدراسات السابقة، حيث أنها توجه الباحث إلى طبيعة المنهجية العلمية التي اعتمدها الباحثون في دراساتهم والاطلاع على أهم الأدوات والوسائل العلمية المتبعة في إنجازها، كما أن هذه الدراسات تفيد الباحث في التعرف على أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة بغية مقارنتها بالنتائج التي يتوصل إليها الباحث.

ومن خلال دراستنا لقناة الشرقية الفضائية، أخذنا بالاعتبار عرض دراسات سابقة حديثة العهد نظراً لكون موضوع (القنوات الفضائية) من المواضيع الحديثة

والتي بدأت مظاهرها وآثارها تتضح مع بدايات القرن الحادي والعشرين. حيث تم اختيار ستة دراسات وهي كالآتي.

أولاً: دراسة الدكتور رحيم مزيد الموسومة: قناة الجزيرة وصراع الفضائيات 2002م:

يعد هذا الكتاب (قناة الجزيرة وصراع الفضائيات) من الكتب الرائدة في ميدان الدراسات التي اعتنت بدراسة قنوات البث التلفزيوني الفضائية وتأثير الإعلام على الحياة بعامة ولأسيما في الوطن العربي. وتعد الأولى في دراسة قناة الجزيرة، ومن الجدير ذكره انها دراسة أكاديمية قدمها الباحث رحيم مزيد إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد لنيل شهادة الدكتوراه 000 وقد حصل الباحث على تقدير امتياز.

لقد بحثت الدراسة قناة الجزيرة الفضائية منذ بدء بثها عام 1996 واشتملت على أمور مهمة كان بعضها مثار جدل واختلاف في وجهات نظر النقاد والباحثين في سبب تأسيسها أولاً وكيف نالت الصدارة على مجموع القنوات المناظرة لها في وسائل الإعلام العراقي والعربي.

وبحث الكاتب موضوعات أخرى مهمة هي أمور تخص صاحب القناة ومدى تمكنه من إدارتها وتمويلها وإمكاناتها التقنية والفنية وسوى ذلك.

الأدوات التي اعتمد عليها في جمع المعلومات :

1. الاستبيان

اعتمد المؤلف على الاستبيان للحصول على معلومات عن قناة الجزيرة الفضائية وقد تضمنت استمارة الاستبيان على العديد من الأسئلة التي تخص الموضوع المدروس وقد وضع المؤلف ان الاستمارة المقدمة التي تحمل عنوان "القيم الإخبارية في قناة الجزيرة" هي مقدمة للبحث العلمي ولا يوجد ارتباط بجهات أخرى. وان الاستمارة الاستبائية ستتقدم للحصول على معلومات لا يمكن الحصول عليها عن طريق أدوات جمع المعلومات الأخرى، وقد تضمنت استمارة الاستبيان على ثلاثة عشر سؤالاً شملت جوانب الموضوع كلها. وقد وزعت استمارة الاستبيان على العاملين في قناة الجزيرة والذين يبلغ عددهم (500) موظف ومن الجنسين كليهما ومن ثم تم تحليل المعلومات التي جمعت من اجل الحصول على صورة كاملة عن قناة الجزيرة.

2. المقابلة

اعتمد المؤلف على وسائل مساعدة أخرى من اجل الحصول على معلومات خاصة في الجوانب التي يمكن الحصول على معلومات عندما تم إجراء المقابلة مع عدد من الأشخاص والموظفين لتلافي النقص الذي يحصل في الاستبيان وتم إجراء مقابلات مع أصحاب القرار في قناة الجزيرة ومن أهم هذه المقابلات التي اعتمدها المؤلف للحصول على معلومات هي المقابلة التي أجراها مع مدير عام قناة الجزيرة (محمد جاسم العلي) حول نشرات الأخبار في قناة الجزيرة، وكانت اغلب هذه المقابلات التي أفاد من خلالها معلومات عن طبيعة العمل ومنهجيته التي تتبناها في تحرير الأخبار والشعار الذي ترفعه (الدقة والموضوعية والحياد) كل ذلك يتم عن تلك اللقاءات مع أصحاب القرار في قناة الجزيرة ومنهم مدير عام القناة وأصحاب المراكز الإدارية العليا وكذلك للحصول على مصدر تمويل هذه القناة التي كانت بلا منافس هي الأولى والأهم في الوطن العربي وفي منطقة الخليج بالذات، ومن أهم المقابلات كانت تلك التي تتم مع الموظفين لتحديد المبالغ المالية والامتيازات التي تقدم لهم للعمل في هذه القناة وخاصة ان هذه القناة استفادت من إغلاق تلفزيون الـ (BBC) الناطق باللغة العربية واستخدام موظفيه للعمل في هذه القناة ومن المقابلات الأخرى التي أجراها المؤلف مع مقدمي البرامج الإخبارية المهمة ومن أشهرهم الدكتور فيصل القاسم الذي يقدم برنامج (الاتجاه المعاكس).

3. الملاحظة

اعتمد المؤلف هذه الوسيلة للحصول على معلومات لا يمكن جمعها إلا للحصول عليها عن طريق المقابلة والاستبيان لذلك ترك لقدرته ودقة بديته وحسن

تقديره للحصول على معلومات كثيرة، ذلك انه عايش قناة الجزيرة زمناً من خلال الزيارات التي كان يقوم بها إلى مقر القناة في الدوحة (قطر) للاطلاع على تصميمها وطبيعة العمل فيها وان المؤلف قد لاحظ تصميم القناة وشكل الاستوديوهات وطريقة ربطها بالمراسلين في كل أنحاء العالم من اجل الحصول على الأخبار والمعلومات.

الأهداف التي سعت قناة الجزيرة لتحقيقها:

ان من أهم الأهداف التي سعت قناة الجزيرة لتحقيقها هي ان تكون لها الريادة والسيادة على العالم العربي وان تكون هي الموجه الحقيقي لكل أبناء الشعب العربي من خلال الوسائل التي تمتلكها في التأثير على الناس. أما الأهداف التي سعى الكتاب إلى توظيفها فهي:

1. مصادر التمويل: من أين تمول مثل هكذا قناة إخبارية وخاصة ان المبالغ المالية المخصصة إلى القناة خمسمائة مليون ريال قطري كرأس مال للقناة لمدة خمس سنوات قرضاً مقدماً من الحكومة على ان يسدد في هذه المدة المقررة. وان هذه المبالغ المالية كبيرة جداً تتجاوز المبالغ التي كانت تصرف على القنوات الفضائية في دول الخليج العربي.

2. الجهات السياسية الدولية المساندة والداعمة لهذه القناة، وكما هو معروف ان فكرة التأسيس قد طرحت في فترة زمنية (1995) كانت العلاقة بين الغرب والشرق علاقة سيئة وانه في هذه الفترة الزمنية قد حدثت الكثير من المشاكل ومنها علاقة الكثير من ول الوطن العربي مع إسرائيل كانت سيئة إلا ان هذه القناة الموجودة في الدوحة كانت تحصل على دعم معنوي وتشجيع من قبل بعض الجهات.

3. البرامج الإخبارية التي كانت تطرح وتقدم للمواطن العربي: ان اغلب هذه البرامج كانت برامج حساسة تخص الحياة السياسية للمواطن العربي وكانت أكثر جرأة ومصادقية في الطرح وتمس قضايا كانت على القنوات التي سبقتها لم تستطع التطرق إليها والتحدث عنها.

أما أهم النتائج التي توصل إليها الباحث في هذا الكتاب عن قناة الجزيرة وصراع الفضائيات:

1. ان فكرة التأسيس جاءت من عقول نخبة شابة لم تتجاوز أعمار معظمهم العقد الخامس وهم كل من الأمير ورئيس الوزراء ووزير الخارجية والداخلية والإعلام لبحثوا مما يظهر على سطح دولتهم ولتكون لهم كلمة على الواقع العربي والسيادة السياسية على مجمل الأحداث فوجدوا ان وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري هي في مقامة ما يحقق لهم غايتهم وخاصة في ظل المتغيرات الإقليمية والدولية، فقطر المدعومة من الغرب

- تحاول موازنة العلاقات بين دول الغرب ودول الوطن العربي من أهمها العراق وليبيا، لتكون بديلاً عن منظومة الإعلام السعودي التي ظلت مسيطرة على الإعلام العربي ولاسيما في الدول الغربية ولسنوات عديدة.
2. اعتماد قناة الجزيرة على مجموعة المعايير في اختيار موظفيها ومن أهم هذه المعايير هي العوامل الشخصية لصانعي الأخبار وتحدد حسب نوع الجنس والتحصيل الدراسي والتخصص في مجال الإعلام وممارسته للعمل الإخباري في فترات سابقة مع قنوات فضائية أخرى. أما المعيار الثاني فهو العوامل المهنية وهي مدى تناسب الأجور التي يحصل عليها العاملون مع الجهد المبذول، وهل هنالك تدخل أو ممنوحة حرية للموظفين في العمل الإخباري.
3. الكشف عن مصدر تمويل القناة فهي قناة حكومية أو مؤسسة قطرية تستخدمها الحكومة ضمن تحركها السياسي الخليجي العربي والعالمي وهي مؤسسة بإدارة وتمويل قطري وإشراف حكومي، لم تنشأ الحكومة القطرية بلا هدف سياسي بل كانت هنالك أهداف كثيرة تسعى الحكومة القطرية إلى تحقيقها من خلال هذه المؤسسة، وخاصة أنها اعتمدت في بعض برامجها على مبدأ الإثارة لاستمالة جمهور المشاهدين كما هو الحال في برنامج الاتجاه المعاكس.
4. توضيح سياسة قناة الجزيرة وخاصة أن قناة الجزيرة قد استقطبت أعداداً كبيرة من المشاهدين العرب في الوطن العربي بفضل الشعار الذي ترفعه دائماً وهو "الرأي والرأي الآخر" فقد أثار هذا الشعار وجهات نظر مختلفة تجاه هذه القناة من مؤيد أو معارض ومن أهم عوامل جذبها هي الجرأة في طرح الموضوعات المختلفة التي ظل الإعلام العربي الرسمي سنوات عدة يخشى التصدي لها.
- وقد ضمن المؤلف في هذا الكتاب بعض القضايا المهمة هي نص القرار الرسمي الأميري القاضي بتأسيس قناة الجزيرة واستمارة الاستبيان وملحق خاص عن موقع دولة قطر والأقمار الصناعية وصور عن موقع العمل في القناة وطبيعة التصميم الداخلي والخارجي وقائمة بأسماء موظفي القناة من مذييعي الأخبار وجدول خاص بأسماء مراسلي ومكاتب قناة الجزيرة.

ثانياً: دراسة الدكتور سعيد ناصف الموسومة: تأثير القنوات الفضائية في

منظومة القيم الاجتماعية 2007م:

ان دراسة تأثير القنوات الفضائية في منظومة القيم الاجتماعية تعد دراسة حديثة نشرت في مجلة مركز بحوث الشرق الأوسط بجامعة عين شمس في آذار 2006، وهذه الدراسة تتناول موضوعاً مهماً على الصعيدين النظري والتطبيقي، حيث تستهدف الكشف عن مدى التأثيرات (الإيجابية والسلبية) للقنوات الفضائية العربية والأجنبية في منظومة القيم الاجتماعية وبخاصة لدى الشباب الجامعي نظراً لأن الشباب الجامعي يعد من أكثر الفئات الاجتماعية تأثراً بما يبث من الفنون الفضائية، فقد كان من الأهمية انجاز هذه الدراسة التي تعد محاولة للتعرف على تلك التأثيرات. ولقد توصلت بمكان هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تكشف عن مدى تأثير هؤلاء الشباب بما تقدمه الفضائيات العربية والأجنبية من برامج وأعمال فنية وما تبثه من قيم ايجابية وأخرى سلبية تنعكس بصورة مباشرة أو غير مباشرة على اتجاهاتهم الفكرية والمعرفية، ومن ثم تتجسد في أنماط سلوكهم المختلفة.

تعد دراسة (تأثير القنوات الفضائية في منظومة القيم الاجتماعية) من الدراسات السوسيولوجية الحديثة لما لها من أهمية وانعكاساتها المختلفة، ومما لاشك ان العالم المعاصر يشهد تغيرات سريعة ومتنامية ليس فقط على الصعيدين الاقتصادي والسياسي ولكن أيضاً على الصعيدين الثقافي والإيديولوجي، فضلاً عن التغيرات السريعة في مجال الاتصال والإعلام، ولقد تجسدت تلك التغيرات فيما أطلق عليه (ظاهرة العولمة).

أصبحت العولمة تمثل واقعاً ملموساً تعيشه اغلب المجتمعات المعاصرة على اختلاف مستويات تقدمها وتطورها، كما ان هذه الظاهرة تتضمن جوانب وأبعاداً مختلفة تتسم بالتداخل والتشابك وانه من الصعوبة فهم وتحليل أي منها بمعزل عن الأبعاد الأخرى. وتتمثل تلك الأبعاد في البعد الاقتصادي، والبعد السياسي والبعد الثقافي، والبعد الإعلامي، فضلاً عن أبعادها التكنولوجية والمعلوماتية والعسكرية. ومن جانب آخر تمثل العولمة آلية جديدة من آليات القوى الرأسمالية العالمية لتحقيق السيطرة والهيمنة على المجتمع العالمي بشكل عام، ولتحقيق هذا الهدف تلجأ هذه القوى إلى استخدام أدوات ووسائل جديدة لتفعيل دور العولمة على كافة الأصعدة والمستويات. فعلى الصعيد الاقتصادي يبرز دور الشركات المتعددة الجنسيات ودور المؤسسات الدولية (البنك الدولي، صندوق النقد الدولي) وعلى الصعيد السياسي يبرز دور القيود المفروضة على الأنظمة السياسية والدول المتمثلة في سياسات الإصلاح الاقتصادي والسياسي وسياسيات الخصخصة وغيرها من الضغوط التي تحد من

قدرات الدول القومية وتقلص من دورها الاقتصادي والسياسي والاجتماعي، ومن ثم العمل على إضعاف تلك الدول على المستويين الخارجي والداخلي. وعلى الصعيد الإعلامي يبرز دور الشركات الإعلامية العالمية التي تتحكم في إنتاج وتوزيع المواد الإعلامية التي تبثها من خلال الأقمار الصناعية إلى كل الدول بهدف فرض ثقافة رأسمالية واعتبارها الثقافة الكونية التي ينبغي ان تسود على المستوى العالمي ومن ثم تدمير الثقافات القومية والمحلية أو العمل على إضعافها. وعلى الصعيد الثقافي فقد احتل اهتماماً كبيراً للدراسات والبحوث التي اهتمت بتحليل الظاهرة شأنه شأن الأبعاد الأخرى (الاقتصادية والسياسية)، وعلى الصعيد التكنولوجي تزداد الفجوة والتناقض بين الدول المتقدمة التي لديها الإمكانيات المادية والمعرفية لإنتاج التكنولوجيا الحديثة والمتطورة وبخاصة ما يطلق عليها (الرقمانية) وتسويقها والدول النامية والفقيرة والتي تنفقر إلى هذه المقومات، الأمر الذي يصاحبه ازدياد معدلات الفقر والتهميش للدول النامية وازدياد الثراء والتقدم للدول الصناعية المتقدمة.

مما لا شك فيه ان التغيرات السريعة التي شهدتها وما تزال تستهدف نظم الاتصال والإعلام على المستويات الثلاثة: العالمية والإقليمية والمحلية، قد لعبت وما تزال تلعب دوراً مهماً ومؤثراً في نشر العولمة وتجسيدها على شعوب دول العالم بشكل عام، وما يرتبط بها من تغيير في منظومة القيم الاجتماعية والثقافية والتأثير على مستوى الوعي الاجتماعي والثقافي وما يعكسه من ظهور أنماط سلوكية جديدة تختلف عن تلك التي كانت سائدة خلال عقود ما قبل انتشار الظاهرة بهذا المستوى. ولهذه الدراسة أهمية نظرية وتطبيقية، تأتي الأهمية النظرية للدراسة بوصفها محاولة للكشف عن تلك التأثيرات التي تحدثها القنوات العربية والأجنبية في منظومة القيم الاجتماعية ومن ثم تعد الدراسة بداية للمزيد من الدراسات والبحوث في مجال القيم الاجتماعية وهو يعد من المجالات المهمة في الدراسات السوسيولوجية. أما الأهمية التطبيقية (الميدانية) فتتمثل في الكشف عن أهم القيم الايجابية والسلبية التي يتأثر بها طلاب الجامعات من خلال مشاهداتهم للفضائيات العربية والأجنبية ومدى تأثير هذه القيم على توجهاتهم السلوكية، ومدى تأثير ذلك على عمليات التنمية على المستويين القريب والبعيد.

وتتضمن هذه الدراسة مفهومين أساسيين هما: القنوات الفضائية، ومنظومة القيم الاجتماعية احدهما يعد متغيراً مستقلاً والآخر يعتبر متغيراً تابعاً (أي سبب ونتيجة) فالقنوات الفضائية على الرغم من عدم وجود تعريف عام وحدد لها فأنها تعتبر من أهم الأدوات التي تلعب دوراً مهماً ومؤثراً في تدعيم العولمة الإعلامية ومن ثم فالدراسة الراهنة تتبنى تعريفاً إجرائياً (للقنوات الفضائية) بأنها تلك القنوات التي تعتمد البث التلفزيوني الفضائي المباشر من خلال الأقمار الصناعية، وقد تكون القنوات خاصة أم حكومية، كما انها تبث إرسالها من داخل العالم العربي أم من

خارجة وبشكل خاص من أوروبّا، كما أنّها قد تكون قنوات عامّة أم تشتمل على قنوات متخصصة.

أمّا بالنسبة لمفهوم (منظومة القيم الاجتماعيّة) فقد احتل مكانة مهمّة لدى علماء الاجتماع الذين ينتمون إلى مدارس فكرية متباينة ومن ثم جاءت تعريفاتهم للقيم متباينة وتعكس توجهاتهم النظرية والإيديولوجية المختلفة، ويمكن أن نعطي تعريفاً إجرائياً لمنظومة القيم الاجتماعيّة (بأنّها مجمل المبادئ والقواعد المكتوبة التي تحدد السلوك الاجتماعي لأفراد المجتمع في مواقف معيّنة، وفي سياقات اجتماعية واقتصادية وثقافية محدّدة، وفي مراحل تاريخية محدّدة، وأن هذه المنظومة القيمية ليست عامّة أو مطلقة، وإنّما تتسم بالنسبية والتمييز، ومن ثم تعدّ تجسيدا للتغيرات البنائية والثقافية التي يتعرض لها المجتمع خلال مراحل تطوره المختلفة، حيث تلعب التغيرات الداخلية والخارجية دوراً مهماً ومؤثراً في تشكيلها وإعادة صياغتها بما يتناسب والظروف البنائية والثقافية التي تتسم بها كل مرحلة.

وقد اعتمد الباحث الدكتور (سعيد ناصف) على بعض الدراسات السابقة والتي أنجزها الكثير من الباحثين العرب والتي اهتمت بدراسة القنوات الفضائية سواء العربية أم الأجنبية من حيث آثارها المختلفة، وكذلك اتجاهات وآراء جمهور المشاهدين فيما تقدّمه هذه الفضائيات من برامج وأعمال، وكذلك تحليل مضمون بعض البرامج والأعمال المقدّمة من خلال هذه القنوات، أن معظم هذه الدراسات قد جاءت من قبل الباحثين المتخصصين في مجال الاتصال والإعلام من ناحية، كما أن هناك جوانب ومجالات كثيرة تحتاج إلى دراسات وبحوث متعمّقة، وذلك انطلاقاً من التسليم بأن القنوات الفضائية أضحت تمثل إحدى الآليات المهمّة في مجال الإعلام الدولي في المرحلة الراهنة من ناحية أخرى. ومن هذه الدراسات: بعضاً منها:

1. دراسة (Chory) عن العلاقة بين التعرّض للمتغيرات العدوانية في التلفزيون والاعتقاد في العدوان، حيث هدفت الدراسة إلى قياس أثر التركيز على تصوير العنف في التلفزيون على حدوث السلوك العدواني في أشكاله المختلفة، نظراً لأن معظم الدراسات السابقة كانت تركز على التأثير قصير المدى للسلوك العدواني المتأثر بالمشاهد التلفزيونية العنيفة، وقد توصلت الدراسة إلى أن المؤثر الرئيسي على السلوك العدواني (وقت القياس) ليس مؤثراً رئيسياً بالفعل، ولا يوجد تفاعل بين قياس متغير العدوانية وعامل الوقت.
2. دراسة بعنوان (الهوية الثقافية الوطنية والقنوات الفضائية) دراسة في آثار القنوات التلفزيونية الفضائية على عينة من الشباب في مدينة الرياض بالملكة العربية السعودية، فقد هدفت الدراسة إلى معرفة مدى التأثير الثقافي للقنوات الفضائية في مجتمع الشباب السعودي ومدى تأثير ذلك في

الهوية الثقافية الوطنية للشباب السعودي. وتوصلت الدراسة إلى ان هناك تأثيراً واضحاً على الشباب السعودي حيال الاتجاه نحو الثقافة الغربية الانجذاب إليها. وأوصت الدراسة بضرورة التقنين السعودي للقنوات الفضائية، لذلك يجب مراعاة مدى ملائمة ما يبث مع القيم الإسلامية والاجتماعية، مع الاهتمام بالإنتاج التلفزيوني المحلي وتشجيعه. يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على التأثيرات المختلفة للقنوات الفضائية في منظومة القيم الاجتماعية لطلاب الجامعة. وانطلاقاً من ذلك فإن الدراسة تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الفرعية نجلها فيما يلي:

1. التعرف على أهم البرامج التي يفضل الطلاب مشاهدتها في الفضائيات العربية والأجنبية.
2. التعرف على أهم القيم الايجابية والسلبية التي يكتسبها الطلاب من الفضائيات الأجنبية.
3. التعرف على أهم القيم الايجابية والسلبية التي يكتسبها الطلاب من الفضائيات العربية.
4. الكشف عن آراء الطلاب فيما تقدمه الفضائيات العربية والأجنبية من برامج.
5. التعرف على آراء الطلاب حول دور الفضائيات العربية والأجنبية في إثارة النزعات الاستهلاكية لجمهور المشاهدين.
6. التعرف على مدى تأثير الفضائيات العربية والأجنبية في التوجهات السلوكية للطلاب.

وانطلاقاً من ذلك، تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما أهم البرامج التي يفضل الطلاب مشاهدتها في الفضائيات العربية والأجنبية؟
2. ما أهم القيم الايجابية والسلبية التي يكتسبها الطلاب من الفضائيات العربية؟
3. ما أهم القيم الايجابية والسلبية التي يكتسبها الطلاب من الفضائيات الأجنبية؟
4. إلى أي مدى تؤثر البرامج التي تقدمها الفضائيات في إثارة النزعات الاستهلاكية للمشاهدين؟
5. ما مدى تأثير الفضائيات العربية والأجنبية على التوجهات السلوكية للطلاب؟

واتبع الباحث أسلوباً منهجياً مناسباً للدراسة وهو الأسلوب الوصفي نظراً لعدم توافر دراسات وبحوث سوسيولوجية متخصصة حول تأثير القنوات الفضائية

التلفزيونية في منظومنا القيم الاجتماعية ولذلك استخدم المنهج الوصفي أيضاً لحدثة هذه الظاهرة، لكن بالرغم من عدم توافر الدراسات والبحوث إلا ان ثمة دراسات وبحوثاً عديدة قدمها متخصصون في مجال الاتصال والإعلام تناولت الظاهرة من زوايا مختلفة.

واشتملت الدراسة على مجالين الأول المجال المكاني فقد تم اختيار جامعة عين شمس مجاًلاً للدراسة الميدانية، حيث اختار الباحث ثمانى كليات هي (الطب والهندسة والعلوم والحاسبات) بوصفها نماذج للكليات العملية، و (الأداب، والحقوق والتربية والتجارة) بوصفها نماذج للكليات النظرية الإنسانية، وقد اختيرت هذه الكليات بطريقة عمدية مقصودة وذلك للكشف عن تأثير الفضائيات العربية والأجنبية على الطلاب (عينة الدراسة) الذين ينتمون لهذه الكليات وفقاً للاختلافات والفروق بينها. والمجال الثاني للدراسة هو المجال البشري (عينة الدراسة): تم اختيار عينة عمدية بواقع (40 طالباً وطالبة) من الكليات المختارة كلها وذلك وفقاً لعدة معايير من أهمها: (ملكية الأسرة التنوع في تخصصات الطلاب، وكذلك التنوع في السنوات الدراسية، وفي ضوء ذلك بلغ إجمالي عينة الدراسة (320 طالباً وطالبة) موزعين على الكليات المختلفة والتخصصات والفروق الدراسية المتنوعة وقد أنجزت الدراسة الميدانية خلال شهر نيسان 2005 المجال الثالث للدراسة (المجال الزماني). والأداة التي استخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات هي (الاستمارة الاستبيان) التي تضمنت عدة محاور رئيسية تضمن كل محور منها عدداً من التساؤلات التي ترتبط بشكل مباشر بأهداف الدراسة وتساؤلاتها الرئيسية والفرعية. واعتمدت الدراسة في تحليل البيانات على أساليب: أسلوبين لتحليل البيانات الميدانية وهما:

أولاً الأسلوب الكمي، فقد قام الباحث بتحليل الجداول البسيطة من خلال التكرارات والنسب المئوية التي تعتبر عن الاستجابات الواردة في الاستبيان.

وثانياً الأسلوب الكيفي، وذلك من خلال الاعتماد على الجداول المركبة (العلاقات بين المتغيرات المختلفة) والفروق ذات الدلالة الإحصائية حول بعض المتغيرات الأساسية مثل: السن والنوع والكلية والتخصص والحالة الزوجية والدخل الشهري والمستوى التعليمي للوالد والوالدة. وذلك في ضوء علاقة هذه المتغيرات ببعض المحاور الأساسية للدراسة والتي تضمنتها صحيفة الاستبيان، والتي تعبر عن آراء الطلاب وتغير هذه الفروق والدلالات في ضوء نتائج الدراسات السابقة من ناحية، والتوجه النظري للباحث من ناحية ثانية، والتغيرات المجتمعية من ناحية ثالثة.

وتوصلت الدراسة من خلال تحليل معطياتها وبياناتها الميدانية إلى مجموعة من النتائج من أهمها ان مشاهدة الطلاب على اختلاف مستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية للقنوات الفضائية قد تركز معظمها بشكل يومي ويرجع إلى مجموعة

من الأسباب والعوامل منها: الانتشار المتزايد للفضائيات في السنوات الأخيرة، وذلك بفعل تأثير التطور المستمر لنظم الاتصال والإعلام على جميع المستويات (العالمية والإقليمية والمحلية). وأوضحت التحليلات ان مشاهدة القنوات الفضائية غالباً ما تتم بشكل جماعي حيث أكدت الأغلبية العظمى من الطلاب على أنهم غالباً ما يشاهدون القنوات الفضائية مع أفراد أسرهم وهو الأمر الذي يؤكد على التماسك والترابط الأسري، كذلك كشفت التحليلات ان سلطة الوالد لا تزال موجودة، وان هناك رقابة من جانبه فيما يتعلق باختيار القنوات الفضائية التي يشاهدها أفراد الأسرة ويمكن تفسير ذلك في ضوء وعي الآباء بمدى خطورة بعض البرامج والأعمال التي تقدم من خلال تلك القنوات والتي يمكن ان تؤثر بشكل سلبي في وعيهم واتجاهاتهم وسلوكهم الاجتماعي، وهناك عوامل وأسباب تدفع الآباء للتدخل في اختيار القنوات الفضائية التي يشاهدها الأبناء منها ان بعض البرامج والأعمال التي تقدمها بعض الفضائيات سواء العربية أم الأجنبية لا تتناسب وثقافة المجتمع ومن ثم لا تتفق مع عاداتنا وتقاليدينا. كذلك أوضحت التحليلات الخاصة بالبرامج التي يفضل الطلاب مشاهدتها في الفضائيات العربية، ان نسبة الطلاب الذين يفضلون متابعة الأغاني والفيديو كليب تعد مرتفعة بالمقارنة مع البرامج الأخرى ومن جانب آخر كشفت التحليلات ان نسبة كبيرة من الطلاب يفضلون متابعة البرامج الدينية، كذلك هناك تباين بين الذكور والإناث في متابعة التلفزيون، فالذكور يفضلون مشاهدة ومتابعة البرامج الرياضية، بينما الإناث تفضل مشاهدة الأفلام والمسلسلات ومتابعتها، كذلك كشفت تحليلات الدراسة الميدانية أيضاً عن بعض الظواهر التي تؤكد على ان الفضائيات تثير النزعات الاستهلاكية لدى المشاهدين وقد جاء ترتيب تلك المظاهر حسب درجة أهميتها من وجهة نظر الطلاب كما يأتي:

الإعلان المستمر عن السلع، ربط الإعلان عن السلع ببعض الشخصيات المحببة للمشاهدين مثل الفنانين ولاعبي القدم على سبيل المثال. وأخيراً وليس آخراً كشفت التحليلات كذلك عن مجموعة من السلع التي يستهلكها الطلاب نتيجة لتأثرهم لما تقدمه الفضائيات من برامج تتمثل هذه السلع في "أجهزة الموبايل، الملابس، العطور، الكومبيوتر، الأحذية، وأخيراً المشغلات الذهبية".

ووضع الباحث مجموعة من المقترحات والتوصيات منها ضرورة تطوير القنوات المحلية سواء الأرضية أم الفضائية بما يتناسب وطبيعة التغيرات التي تشهدها المجتمع وضرورة الاهتمام بتقديم برامج ثقافية من خلال القنوات المحلية لتوعية الأسرة بخطورة المرحلة الراهنة والتحديات المستقبلية، ومن ثم الكشف عن الوسائل والأساليب التربوية المناسبة لتنشئة الأبناء التنشئة الصحيحة على ان يتم ذلك من خلال استضافة الخبراء والمتخصصين في مجالات علم الاجتماع، علم النفس، التربية الدين وغير ذلك من المجالات المهمة بقضية التنشئة الاجتماعية. وضرورة

التدخل من جانب الدولة في أحكام الرقابة قدر المستطاع على ما تقدمه الفضائيات سواء المحلية أم العربية أم الأجنبية من برامج وأعمال وبخاصة تلك البرامج التي تتنافى والقيم الاجتماعية والثقافية والتي تعمل ثوابت في الثقافة العربية والإسلامية وذلك بهدف التقليل من القيم السلبية التي تتضمنها تلك البرامج ومن ثم الحد من أنماط السلوك الانحرافي الذي يمكن ان يقع الشباب فيها بعامه وطلاب الجامعة بخاصة. وفي إعداد هذه الدراسة (تأثير لقنوات الفضائية في منظومة القيم الاجتماعية (على مصادر عديدة أجنبية وعربية وكذلك اعتمد على الانترنت).

ثالثاً: دراسة موريس دوفرليه الموسومة: الإعلام الدولي لقناة CNN 2010م:

تذكرنا الأخبار الرئيسية العالمية العاجلة مثل تغطية مظاهرات ميدان تايننمان في الصين، وحرب الخليج ومصرع الأميرة ديانا في باريس، وتفجير المباني الحكومية في موسكو وحرب حلب شمال الأطلنطي في يوغسلافيا وإعادة حصر الأصوات في انتخابات عام 2000 في فلوريدا، تذكرنا هذه الأخبار ان الصداقة دائماً ما تكون في مواقع الأحداث لكي تنتقل إلى الجماهير القصص الإخبارية دقيقة بدقيقة. وتتميز عملية جمع الأخبار في الولايات المتحدة بالوفرة التي تظهر في شبكات التلفزيونية ومنها شبكة الأخبار الأمريكية CNN.

وقد غيرت شبكة الأخبار الكابلية CNN الطريقة التي تعمل بها وسائل الإعلام بشكل مثير، فقد تغيرت أنماط المشاهدة من النمط القائم على نشرة الأخبار الرئيسية التي تستغرق ثلاثين أو ستين دقيقة إلى النمط الذي يقدم الأخبار وبرامج الشؤون العامة من وجهات نظر وطنية وعالمية على مدار الأربع والعشرين ساعة. وقد نجحت CNN والشبكات الإخبارية الأخرى بدرجات متفاوتة في متابعة القصص الإخبارية العاجلة أو التي تستمر لأيام وحتى الأسابيع. وقد رافق التغطية الإخبارية العالمية للأحداث، تصاعد المنافسة بين الشبكات الإخبارية وفي الثمانينات كانت شهية العالم مفتوحة للبرامج التلفزيونية بكل أنواعها بما فيها الأخبار والمعلومات وظهر (تيد تيرنر) الذي لم يكن له سابق خبرة في العمل الإذاعي وقام في مبادرة جريئة بإنشاء أول شبكة إخبارية كاملة تعمل على مدار اليوم وتتخذ من اطلانطا بولاية جورجيا مقراً لها وفي الأول من يونيو 1980 انشأ تيرنر شبكة الأخبار السلكية (الكابليه) Cable News Network التي عرفت باسم CNN وفي عام 1981 أطلق تيرنر محطة لعناوين الأخبار CNN، ثم أطلق في عام 1985 شبكة للعالمية (CNN International) وذلك لمواجهة المنافسة المتزايدة من جانب الشبكات التلفزيونية الإخبارية الأخرى، وقد تمثلت أهدافها في توسيع نطاق بث البرامج ذات الطابع العالمي وزيادة كفاءة الأرقام الصناعية، وتوسيع نطاق قدرتها في جمع الأخبار.

شبكة CNN:

لقد تغيرت عملية جمع الأخبار والمعلومات عالمياً بسبب شبكة (تيد تيرنر) الإخبارية CNN، وبدأ عهد جديد في العمل الإخباري بعد أن أصبحت الحدود الوطنية غير ذات قيمة في عصر الأقمار الصناعية وشبكات الكابيل. وتعد CNN، وهي قسم من شبكة تيرنر الإذاعية، الشبكة الرائدة عالمياً في مجال الأخبار الدولية وكانت شركة تأميم وارنر قد اشترت في أكتوبر 1996 شبكة تيرنر الإذاعية بمبلغ 6.54 بليون دولار، وأصبح تيرنر نائباً لرئيس تايم وارنر.

وقد تولد عن هذا الاندماج مجموعة إعلامية عملاقة تمتلك القدرة على التغطية الحية والفورية لأخبار العالم وبثها للجمهور في جميع أنحاء العالم.

ويعمل في شبكة CNN والشبكات المرتبطة بها نحو (3000) شخصاً في جميع أنحاء العالم، ولها (9) مكاتب محلية و (21) مكتباً عالمياً. وتتميز CNN بعدد من المزايا، فإلى جانب إطلاقها شبكة عناوين الأخبار CNN Headline News والشبكة العالمية (CNNI) فقد أنشأت قسماً للراديو CNN Radio يقدم الأخبار والبرامج الإخبارية إلى نحو (500) محطة راديو تغطي جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية وفي عام 1988 أطلق هذا القسم خدمة Noticiero CNN التي تنتج (6) ساعات من الأخبار باللغة الإسبانية وتقوم بتوزيعها الشبكة العالمية CNNI داخل الولايات المتحدة، وفي دول أمريكا اللاتينية. وفي عام 1995 انطلقت CNN إلى الفضاء الافتراضي، وأصبحت مواقعها التفاعلية على شبكة الانترنت الأولى على مستوى العالم في مجال الخدمات الإخبارية التفاعلية CNN Interactive.

وينذر العاملون في CNN الذين يمثلون مستويات عالمية رفيعة من الصحفيين والتقنيين أنفسهم لكي يوفروا لمستخدمي الانترنت وصولاً دائماً وعلى مدار الأربع والعشرين ساعة إلى الأخبار الدقيقة والموثوق بها وكذلك المعلومات من أي مكان في العالم.

الخطط الإستراتيجية لشبكة CNN العالمية:

1. الاستمرار في أن تكون المزود الأول للأخبار الدولية في العالم.
2. الاستمرار في جذب قادة الرأي الرئيسيين في كل المجالات.
3. أن تكون القناة التي يبت فيها الخبر للمرة الأولى، ويفصل ويحل.
4. تقديم برامج متنوعة ومبدعة تناسب العدد الهائل من المشاهدين حول العالم الذين يهتمون بالأخبار والشؤون العامة.
5. برمجة أفضل ما في CNN وتقديم خدمة إخبارية مناسبة من الولايات المتحدة ومن بقية أنحاء العالم.
6. تطوير أشكال جديدة من البرامج التي تدعم خدماتها القائمة.

7. دعوة المشاهدين إلى المشاركة والاستجابة - عندما يكون ذلك مناسباً - وتقديم وجهات نظرهم.
8. أقلمة خدماتها الإخبارية لتقديم أخبار مركزة وذات علاقة بكل إقليم.
9. تطوير برامج محددة لأسواق آسيا وأوروبا وأمريكا اللاتينية.

أفرع شبكة CNN الحالية:

تتكون شبكة CNN حالياً من عدد من الشبكات وهي:

1. شبكة CNN
2. شبكة عناوين الأخبار CNN Headline News
3. CNN Radio
4. الشبكة العالمية CNN International
5. شبكة تبادل التقارير الإخبارية العالمية CNN World Report News International
6. الخدمات الإخبارية CNN New Source
7. الشبكة الإيطالية CNN - Noticiero Telemund
8. شبكة المطار CNN Airport Network
9. الشبكة التفاعلية CNN Interactive
10. الشبكة الفرنسية CNN Fn
11. الشبكة الإسبانية CNN Espanola
12. وفي عام 1999 أطلقت CNN قناة باللغة الإسبانية في اسبانيا من خارج المركز الرئيسي في اطلانطا.

الأنشطة العالمية = عوامل النجاح:

تعمل شبكة CNN حالياً مع عدد من الشركاء الدوليين وتبدو هذه الشراكة واضحة في جنوب أفريقيا وكوبا وقبرص وانجولا وهولندا والمجر وبليز والأرجنتين والبرازيل والفلبين واليونان وفنزويلا. وقد تحركت CNN أيضاً في اتجاه مصر كل منها تعد واحدة من احدث الدول التي تبث فيها شبكة CNN فإنها تقدم مثلاً جيداً عن كيفية توسع CNN.

ويؤكد المديرون التنفيذيون في CNN على ان هدفهم الحالي هو ان يجعلوا الناس في جميع أنحاء العالم يشاهدون CNN، وهذا يعني ان تكون الشبكة أكثر عالمية في الإطار العام، وأكثر محلية من وجهة نظر المشاهدين في أجزاء العالم الأخرى، ولذلك تحرص CNN على تقديم برامج إخبارية تخاطب المشاهد العالمي

وتكون وثيقة الصلة به، كما تحرص أيضاً على متابعة الأحداث المهمة وقتما وأينما تقع.

وفي هذا الإطار أيضاً تحاول الشبكة ان توسع دورها كقائم عالمي بالاتصال وكقناة للدبلوماسيين والعامّة، بمن فيهم المتظاهرون الغاضبون في الشوارع والميادين، بهدف تشكيل الحياة العامة في كل ركن من أركان الكرة الأرضية.

عوامل النجاح لشبكة CNN:

لقد دعم تواجد شبكات تيرنر في الأسواق العالمية اتجاه وسائل الإعلام المملوكة للدول حول العالم إلى السماح بوجود منافسين معتدلين لها. فقد اتجهت دول مثل الهند واليابان وهونج كونج والاتحاد السوفيتي وجنوب أفريقيا إلى فتح باب أمام الخدمات الإخبارية الأجنبية لتصل في أراضيها إلى جانب الخدمات الوطنية التي تقدمها الدولة من خلال التلفزيونات المملوكة لها أو ذات الملكية العامة.

وبناءً على هذا التوجه تحرك تيرنر وبسرعة لكي يصل إلى المشاهدين الجدد عن طريق بث CNN عالمياً وتمتلك CNN حالياً نظاماً للأقمار الصناعية يغطي قارات العالم الستة، ويصل إلى نحو (210) دولة بمعدل يقترب من نصف بليون شخص يومياً. وفي الدول التي لا تتاح فيها شبكة CNN للأشخاص العاديين بسبب غياب أنظمة الكابيل والأقمار الصناعية أو بسبب الرقابة السياسية فإن الشبكة العالمية CNNI أصبحت الخيار المميز للمشاهدين في الفنادق الكبرى والمكاتب الحكومية والقصور الرئاسية. وقد زادت CNN عدد مكاتبها.

لقد بنت CNN جزءاً كبيراً من سمعتها كمصدر أخباري موثوق به استناداً إلى تغطيتها الإخبارية لأحداث مثل احتجاجات ميدان تاننمان في بكين، وضرب بغداد وحرق مبنى البرلمان في موسكو، وبفضل تغطيتها المكثفة لمثل هذه الأحداث العالمية المهمة تمارس CNN أنشطة في الصين وبغداد وروسيا وكوبا. وكذلك استخدامهما المبدع لتكنولوجيات الاتصال للوصول إلى جمهور كبير. فقد منحت الأقمار الصناعية شبكة CNN مشاهدين على امتداد الولايات المتحدة في الثمانينات ومكنت هذه الأقمار تيرنر من ان يكون أول إذاعي دولي يربط الكرة الأرضية عن طريق استخدام مزيج من الأقمار الصناعية مثل انتلسات وانترسبوتنل (Intersputnil & Intelsat) وأيه إم سات A M Sat بالإضافة إلى عدد من الأقمار الصناعية الإقليمية، وذلك في وقت كانت أنظمة البث الأرضي لا يمكنها على الإطلاق القيام بمثل هذا العمل.

ومكنت العلاقات القوية التي بنتها CNN مع الشبكات ووكالات الأنباء والاتحادات الإذاعية في جميع أنحاء العالم والكتاب والصحفيين غير المرتبطين

بمؤسسات إعلامية، الشبكة من تقديم تغطية خبرية ومعلوماتية إلى المنازل في جميع أنحاء العالم ويتركز الجزء الأكبر من هذه التغطية في برنامج تقرير العالم CNN'S World Report.

حرب الخليج:

كانت CNN مستعدة جيداً لأن تكون وسيلة الإعلام الأولى في العالم التي تقدم تغطية حية لأزمة الخليج عام 1991، ولم تنقل CNN أحداث ضرب العراق فقط ولكن نقلت أيضاً اجتماع صدام حسين بالرهائن البريطانيين، وعندما أراد الملك حسين ملك الأردن إذاعة بيان عن أزمة الخليج، قامت CNN ببث على الهواء مباشرة، وبدأ زعماء العالم يتصلون بعضهم ببعض حول أزمة الخليج من خلال CNN كما كان هؤلاء الزعماء في أمريكا الشمالية وأوروبا والشرق الأوسط يعرفون تطورات الحرب لأنهم كانوا ملتصقين معاً بالتغطية الحية لشبكة CNN.

وقد خلفت حرب الخليج نجماً صحفياً بارزاً من صحفيي شبكة CNN وهو بيتر أرانيت، وكان تيد تيرنر وكبار المسؤولين (في CNN) قد أقاموا علاقات طيبة مع حكومات دول الشرق الأوسط والمسؤولين عن التلفزيون فيها الأمر الذي أعطى ثماره أثناء حرب الخليج. فقد تم منح CNN تصريحاً بالبث الحي من بغداد، وتابعت الشبكات التلفزيونية الأمريكية الأخرى شبكة CNN وهي تقدم التغطية الحية العالمية الوحيدة من خلف خطوط العدو، وقد انضم برنارد شاولي إلى طاقم CNN في بغداد لكي يقدم تغطية للأحداث.

فبعد انتهاء عملية عاصفة الصحراء واجه بيتر أرانيت وشبكة CNN انتقادات عديدة على أساس أنه كان متساهلاً وسمح للمسؤولين العراقيين بالظهور على شاشات الشبكة لأوقات أكثر من اللازم لبث وجهة نظرهم خلال الحرب.

لقد مثلت حرب الخليج عام 1991 لشبكة CNN فرصة وتحدياً في نفس الوقت وكان التحدي ثنائياً، تمثل التحدي الأول في موقف الشعب الأمريكي ومدى تأييده العمل العسكري ضد دولة أجنبية، خاصة بعد الانهيار الأمريكي في حرب فيتنام، أما التحدي الثاني فقد تمثل فيما إذا كان طاقم شبكة CNN يستطيع تقديم بثٍ تلفزيوني حيٍّ لواحدٍ من أهم النزاعات الدولية الرئيسية، ليس فقط للمشاهدين الأمريكيين ولكن أيضاً لعدد ضخم من المشاهدين في جميع أنحاء العالم. ولعل ما جعل حرب الخليج الحدث الأكثر محورية في نجاح شبكة CNN هو أنها لم تكن فقط الشبكة الأولى ولكن أيضاً الوحيدة من بين الشبكات التلفزيونية التي سمح لها الطرفان (العراق والسلطات العسكرية الأمريكية) بالاستمرار في البث بينما حرمت الشبكات الأوروبية والآسيوية

المماثلة من الوصول إلى الخطوط الأمامية من الجبهة، وان زعماء الدولتين المتحاربين اعترفوا بأنهم كانوا يتابعون تطور الحرب على شاشة CNN. وقد ضايقته هذه الحقيقة الكثيرين من خبراء السياسة والسياسيين في الدول الأخرى، الذين اجبروا على مشاهدة الأحداث وفهم التاريخ. ونتيجة لذلك وبعد انتهاء الحرب سارعت حكومات عديدة وخاصة في أوروبا إلى إنشاء شبكات إخبارية منافسة وخدمات تلفزيونية بديلة لشبكة CNN لكي يكون لديهم عندما تقع أحداث دولية كبرى شبكات تلفزيونية إخبارية خاصة التي تنقل الأحداث وتقدم التحليلات وتخدم مصالحهم الوطنية، وقد شمل ذلك شبكة الأخبار الأوروبية Euro News، وتوسيع الخدمة التلفزيونية العالمية لهيئة الإذاعة البريطانية. تنتج CNN العالمية حالياً 70% من البرامج التي تبثها خلال الأسبوع بمتوسط 60% على مدار الأيام السبعة، ولا يقل عدد المشاهدين لشبكة CNN داخل الولايات المتحدة في اليوم العادي عن مليون منزل وعندما تقع أحداث رئيسية في العالم فإن معدلات المشاهدة تصل إلى القمة وتستأثر بالعدد الأضخم من مشاهدي الأخبار التلفزيونية، رغم وجود منافسين لها مثل شبكة MSNBC وشبكة Fox News، فإن CNN تحتفظ بقوة مركزها الأول بين الشبكات التلفزيونية الإخبارية.

تقرير العالم:

ما الذي يقدمه برنامج تقرير العالم الذي تقدمه شبكة CNN في مجال جمع وتوزيع الأخبار؟. لقد أصبح تقرير العالم من CNN منذ انطلاقه في عام 1987 برنامجاً إخبارياً ذا طابع دولي يتكون من مجموعة أخبار يشارك في تقديمه عدد من محطات التلفزيون الأجنبية.

ويمثل البرنامج منذ ظهوره منفذاً للمؤسسات الإخبارية من مختلف الاتجاهات السياسية لإذاعة تقارير خبرية عن دولها من وجهة نظرها الخاصة، وقد شاركت في البرنامج في عام 1997 أكثر من (200) محطة تلفزيونية تمثل أكثر من (160) دولة. وهذا ما يجعلنا نقول ان تقرير العالم من CNN يلبي حاجة الإذاعات العالمية في الوصول إلى الجمهور العالمي الواسع، وقد بلغ عدد الأخبار والتقارير التي أذيعت من خلال هذا البرنامج نحو (200) ألف خبر وتقارير من محطات تلفزيونية عامة وخاصة.

ولبرنامج تقرير العالم تأثير كبير على شبكة CNN وعلى تغطيتها للأخبار المهمة والمثيرة للجدل وفي هذا الإطار يقول تيد تيرنر:

"لم يكن من الممكن على الإطلاق ان يسمح لنا بالبقاء في العراق خلال الحرب إذا لم نضمها إلى تقرير العالم، لقد كنا في أماكن كثيرة نتيجة للجهود الحقيقية التي بذلناها لكي يشعر الناس في الدول الأخرى وفي المؤسسات الأخرى بالراحة تجاهنا، لقد نجحنا في الوصول كثيراً إلى زعماء العالم مما سمح لنا بالوجود خلف الخطوط والبقاء في قلب الأحداث بينما لم يسمح بذلك للمحطات الأخرى، وقد تحقق لنا هذا لأن زعماء كثيرين في العالم كانوا يشاهدوننا عندما يكون هناك نزاع في أي مكان في العالم أو أي شيء مثير للجدل، حيث يحتاج الناس ويحتاج الزعماء إلى نقل وجهة نظرهم، مثلما فعل صدام حسين لقد منحناه على الأقل فرصة لإيصال صوته إلى العالم لم يكن ليأخذها إذا لم تكن CNN هناك، لأننا في الأساس نؤمن ان كل شخص لديه الحق في ان يُسمع".

لقد ساعد تقرير العالم شبكة CNN على تغطية الأخبار بشكل أسرع وأكثر شمولاً بالمقارنة بتغطية أية شبكة تلفزيونية أخرى، كما ولد التقرير ارتياحاً بين شبكات التلفزيون في العالم، وفتح الأبواب أمام تغطية CNN للأحداث في المستقبل. لقد شهد العقد الأخير من القرن العشرين تغييرين بارزين طويلي المدى في الإعلام العالمي، تمثل الأول في نهوض شبكة CNN التي كانت كمحطة تلفزيونية صغيرة في مدينة اطلانطا بولاية جورجيا، وأصبحت الشبكة العالمية في مجال الأخبار العاجلة، وقد أسهم في فاعلية وانتشار شبكة CNN وبشكل جوهري ظهور المحطات الأرضية الفضائية الصغيرة التي قامت بالربط الافتراضي الفوري بين مركز الشبكة وبين صحفييها في أي جزء من العالم فأينما وقعت الأخبار العاجلة في مراكز حضرية كبيرة أو في أماكن صحراوية بعيدة أو في مناطق معزولة كانت CNN قادرة دائماً وبطاقم صغير من الفنيين وصحفي واحد على النقل الحي لعدد كبير من الأخبار العاجلة.

على الجانب الآخر خلق نجاح شبكة CNN مشكلة من نوع جديد، فمع تزايد دورها وتأثيرها وقدرتها على بث الأحداث الكبرى، أصبحت الدول الأخرى أكثر قلقاً من تجاهل وتهميش CNN لسياسات حكوماتها بما فيها السياسة الخارجية لكونها تركز على بث الرؤية الأمريكية للأحداث الدولية بشكل أساسي، ونتيجة لذلك بدأت بعض الدول في تطوير بدائل لشبكة CNN، ومن ابرز هذه البدائل تلفزيون هيئة الإذاعة البريطانية BBC، ورغم انها ما زالت محدودة في الانتشار العالمي إلا انها قد تصبح بمرور الوقت شبكة عالمية كبرى، ان هذه الأنظمة الإخبارية العالمية المتركزة في دول المركز قد صممت للوصول إلى الأسواق الخارجية حول العالم لأن غالبية هذه الخدمات تعمل بشكل تجاري وتسعى إلى زيادة قدراتها التجارية عن طريق جذب اكبر عدد من المشاهدين ذوي السمات الديمقراطية المناسبة للمعلنين وعلى هذا فإن الأنظمة العالمية لديها نوعين من المشاهدين:

الأول: داخل الدول التي تعمل منها.

الثاني: حول العالم. وبعض المشاهدين يعيشون في قرى صغيرة وآخرين في مراكز حضرية رئيسية ويمكننا القول ان كل الشبكات الإخبارية العالمية تقدم رؤية دول المركز في الأخبار التي تغطيها ونادراً ما تغطي الأخبار في المناطق الهامشية، وان فعلت فإنها تركز على الأخبار السيئة والانقلابات العسكرية والزلازل.

رابعاً: دراسة Mcphail - Thomas L الموسومة: دراسة عن محطة

Euro News 2011م:

في عام 1993 انشأ الاتحاد الأوروبي European Union شبكة الإخبارية الخاصة التي عرفت باسم Euro news. ويقع مركز الشبكة الرئيسي في فرنسا وتبث الأخبار التلفزيونية في خمس لغات أوروبية.

كان الدافع الرئيسي لإنشاء هذه الشبكة الإخبارية التلفزيونية الأوروبية هو تغطية شبكة CNN لحرب الخليج عام 1991. إذ ان الشبكات التلفزيونية الأوروبية لم يكن لها وجود في بغداد في بداية الحرب، واعتمدت بكثافة خلال الحرب على ما كانت تذيعه CNN لمتابعة الأحداث.

من هذا خصصت ثماني عشرة شبكة إذاعية وتلفزيونية أوروبية عامة من فرنسا وإيطاليا وألمانيا وإسبانيا وبلجيكا واليونان ميزانية ضخمة لإنشاء محطة يورو نيوز. تقبل يورو نيوز الإعلانات التجارية بالإضافة إلى التمويل، ولعل العفو الغائب عن يورو نيوز هو بريطانيا العظمى، مثل CNN فان هيئة الإذاعة البريطانية BBC دخلت في منافسة مباشرة على الجمهور مع E-N.

تأتي يورو نيوز بعد شبكة CNN فيما يتعلق بالمشاهدين عبر أوروبا وتليها في المقام BBC، وتصل E-N في أوروبا إلى أكثر من (90) مليون منزل وأكثر من (100.000) مئة ألف فندق، ويتم مشاهداتها في (43) دولة.

يمثل الهدف الأساسي من إنشاء محطة E-N في تقديم وجهة نظر أوروبية في الشؤون العالمية والإقليمية والمحلية، إذا يتم إنتاج البرامج في أوروبا وموجه إلى المواطن الأوروبي أساساً. وقد توسعت المحطة عالمياً ووصلت إلى أوروبا وعدد من دول شرق أوروبا كما انها متاحة في الشرق الأوسط.

وتنظم القناة الخامسة Channel 5 التلفزيونية التجارية التي تبث من المحطة المتحدة مع محطة E-N صباح كل يوم لإذاعة برنامج "صباح الخير أوروبا" وتبث قناة E-N حالياً على مدار 24 ساعة يومياً باللغات الانكليزية، الفرنسية، الألمانية،

الاسبانية، اليونانية، البرتغالية، الهولندية، الايطالية، الفارسية، العربية. وتركز القناة إلى جانب الأخبار السياسية والشؤون العامة على الفنون الأوروبية العالمية والعلوم والتقنية في جميع أنحاء أوربا بالإضافة إلى السياحة والسفر والأزياء. تقوم البرامج في E-N بشكل رئيسي على إيضاح عواقب القرارات المختلفة وبرامج التنمية السياسية والاقتصادية من وجهة نظر أوروبية، ولا تسيطر دولة واحدة على تغطية قناة Euro News للأحداث الأوروبية.

لعل الجانب الذي يشكل نقطة ضعف في قناة E-N منذ انطلاقتها عام 1993 ان التمويل الذي يتم تخصيصه لها يأتي بشكل غير مباشر من المحطات المالية التقليدية التي تقدمها الحكومات الأوروبية لشبكات تلفزيون الخدمة العامة الوطنية، وتحاول القناة التغلب على هذه العقبة، بالاعتماد عاماً بعد عام على عائدات الإعلان لكي تصبح أقل اعتماداً على الدول الأعضاء.

في النهاية تعد يورو نيوز من المحطات العالمية التي تتصف بسرعة الخبر ودقة التحليل وهو التي تديع الأخبار بدون مقدم وتلقائية عالية، ولديها طريقة مقبولة وسلسة في التعامل مع الحدث، واستطاعت إلى حد ما ان تصل إلى مدى واسع وتحقق شعبية كبيرة على مستوى العالم، سواء سياسياً أو حتى ثقافياً.

نرى من خلال مشاهدة يورو نيوز ان هناك بعداً معرفياً لدى القناة عند عرضها للحدث والخبر، قلما نشاهده في الوسائل الأخرى، وكذلك التنظيم الموجود في عرض الفقرات والتوقيت المناسب لها، فهي من خلال المعرفة والتنظيم تستطيع الدخول إلى عقول المشاهدين.

بالإضافة إلى ذلك، نوع المادة التي تقدمها وطريقتها وأسلوبها الخاص بالعرض، وتراعي التسلسل في الأحداث، بدأ بالسياسية والمجتمع ومروراً بالاقتصاد والثقافة والرياضة.

من كل هذا نرى ان هناك سمات خاصة بها تجعلها قناة متابعة من قبل الجمهور، خاصة في أوربا، بالإضافة إلى ذلك لديها الآن برامج تناقش وضع الاتحاد الأوروبي مباشرة مع الناس في الشارع، فهي بهذا تكون قريبة إلى الناس، مثل برنامج I talk.

TV BBC:

في البداية الـ BBC، بدأت مشوارها، هيئة إذاعية من بريطانيا في 1922م وبدأت البث عام 1923 لشركة راديو خاصة، ولكنها سرعان ما تعثرت في مطلع عام 1927م تحولت الهيئة إلى شركة عامة عندما تدخلت الحكومة للحفاظ عليها.

منذ ذلك الحين لم يسع راديو BBC إلى الحصول على عائدات الإعلان معتمداً بدلاً من ذلك على مصدرين خارجين للتمويل، الأول من الحكومة البريطانية في صورة منحة مالية سنوية، والثاني رسوم تراخيص خاصة بأجهزة استقبال الراديو.

بعدها انشأ في الثاني من نوفمبر 1936 أنشأت BBC أول تلفزيون خدمة عامة في العالم. وكان البث يتم من قصر الكندرا ويصل إلى أقل من (400) جهاز تلفزيون ولم يتطور التلفزيون كثيراً قبل الحرب العالمية الثانية بسبب نقص البرامج ومحدودية أنظمة النقل والتكلفة العالية لأجهزة الاستقبال ولأن أجهزة الاستقبال التلفزيونية كانت مرتفعة الثمن، فضلاً عن ارتفاع رسوم التراخيص، فإن الأغنياء فقط كانوا هم القادرين على شراء هذه الأجهزة، ولذلك كانت البرامج موجهة إلى المشاهدين الأغنياء.

وقد أغلق تلفزيون الـ BBC في أول سبتمبر 1939 مع اندلاع الحرب العالمية الثانية في ظل غياب التلفزيون، BBC وقدمت من خلال تقارير رخيصة المستوى عن الأنشطة العربية، وكانت تذيع تقريراً يومياً مسائياً عن الحرب بعد نشرة الأخبار المسائية المعتادة.

مع نهاية الحرب العالمية الثانية كان الـ BBC قد اكتسبت شهرة عالمية كبيرة باعتبارها إذاعة إخبارية، وفي 8 يونيو 1946 وكانت الحرب قد انتهت بدأ تلفزيون BBC البث مرة أخرى ليغطي مسيرة الاحتفال بالنهر.

وفي الفترة من 1936 إلى 1955 كان هناك قناة تلفزيونية واحدة وهي TV BBC التي سميت فيما بعد قناة BBC الأولى.

وفي 22 آب 1955 واجه تلفزيون BBC المنافسة للمرة الأولى بظهور قناة التلفزيون المستقلة أو ما عرفت باسم I TV - فقد أنهت هذه القناة الوضع الاحتكاري لتلفزيون BBC، وقدمت أسلوباً جديداً ومختلفاً في العمل التلفزيوني ومنحت المشاهدين للمرة الأولى، فرصة الاختيار.

يتمثل الاختلاف الرئيس بين قناة I TV وقناة BBC في أن المرة الأولى كان يتم رعايتها وتمويلها من جانب المعلنين، وكانت خلافاً لقناة BBC تستخدم نظام الجريدة السينمائية والصورة الثابتة في بث الأخبار، أقل رسمية في إذاعة التقارير المنقولة من نشرات الأخبار التلفزيونية الأمريكية المسائية.

لهذا أدى ظهور قناة I TV إلى تغير جوهرى آخر في مجال التلفزيون في بريطانيا، فقد حظي المشاهدون بفرحة أخرى للاختيار بين القنوات التلفزيونية بافتتاح القناة الثانية لتلفزيون BBC، التي عرفت باسم BBC Two في عام 1964 والتي سمحت لهيئة الإذاعة البريطانية بإذاعة برامجها الشهيرة على قناة BBC One والبرامج المتعمقة والأكثر تخصصاً على قناة BBC Two، ومن العوامل التي ساعدت في انتشار قناة BBC Two أنها كانت أول قناة تبدأ خدمة البث الملون عام 1967م.

بسبب ارتفاع سعر أجهزة التلفزيون الملون، فإن عدداً كبيراً من البريطانيين لم يستطيعوا اقتناءها، كما أن البرامج الملونة الأولى كانت قليلة ومحدودة ومن العيوب

المسيطرة الأخرى للتلفزيون الملون انها كانت ضخمة ولا يمكن الاعتماد عليها وذات كفاءة لونية منخفضة.

بعد سنوات قليلة تم حل معظم هذه المشكلات، في 16 مايو 1969 منحت قناة BBC One وقناة I TV تصريحاً بالبداية في البث التلفزيوني الملون وبحلول منتصف السبعينات كانت التلفزيونات الملونة قد أصبحت اصغر حجماً وارخص سعراً، وأصبحت البرامج الملونة هي السائدة.

في مطلع الثمانينات، قامت رئيسة الوزراء المحافظة مارجريت تاتشر بتشكيل لجنة لبحث إمكانية توفير عائدات إعلانية لهيئة الإذاعة البريطانية، رغم الفزع الذي أصاب المعجبين بالهيئة إلا ان الالتزام بتقديم خدمات رخيصة المستوى وغير تجارية ظل قائماً.

وبفضل التهديد الذي تلقته سنوات حكم مارجريت تاتشر، بتحويل هيئة الإذاعة البريطانية جزئياً إلى الملكية الخاصة أو إخضاعها للمصالح التجارية فقد بدأت BBC في التوسعيات البحث عن مصادر جديدة للدخل، ونتيجة لذلك أسست خدمة إذاعية رقمية جديدة لكي تنافس شبكة BSKYB التي يملكها روبرت مردوخ.

كما بدأت الهيئة في تسويق خدمة أجنبية متاحة حالياً عبر الكابيل في أمريكا الشمالية وأماكن أخرى من العالم. ويعد موقع BBC واحداً من أكثر مواقع الويب التي يزورها المستخدمون باستمرار في المملكة المتحدة.

تمتلك المملكة المتحدة حالياً بشبكة BBC العالمية المكافئة لشبكة CNN التي تشكلت جزئياً أثناء حرب الخليج عندما انفردت بتغطية الحرب وأجبرت BBC ووسائل الإعلام الأوروبية الأخرى على لعب دور ثانوي فيها. وقد حققت قناة BBC التي تذيع الأخبار على مدار 24 ساعة نجاحاً مبكراً.

وقد أطلقت BBC في نوفمبر 1991 خدمة التلفزيون العالمي المعروف باسم BBC WST V وهي قناة خدمة عامة يتم تمويلها من وزارة الخارجية البريطانية وتستخدم تكنولوجيا الأقمار الصناعية للوصول إلى قطاع كبير من المشاهدين الأجانب.

تعد خدمة BBC للتلفزيون العالمي، قناة أخبار ومعلومات تلفزيونية، تبث باللغة الانجليزية على مدار 24 ساعة في كل أنحاء العالم، وتقدم الأخبار والتقارير الاقتصادية وأخبار الطقس، إلى جانب أفضل ما تقدمه هيئة الإذاعة البريطانية في الشؤون التجارية والبرامج الوثائقية والبرامج الاجتماعية. وتتمتع خدمة الراديو العالمي - الموازنة للخدمة التلفزيونية - بجماهيريّة واسعة في العالم تقدر بثلاثين مليون مستمعاً وتبث في 43 لغة.

في نهاية التسعينات بدأت BBC في بث قناة دولية ثانية هي قناة BBC 4 وهي قناة عالمية للتسلية تقدم عدداً كبيراً ومتنوعاً من البرامج. وتتاح هذه القناة في معظم

الأقاليم المركزية وثيقة الهامشية والهامشية في العالم، وتمثل على برامجها الأعمال الكلاسيكية والكوميديّة والموسيقية الجيدة.

وقد تعرضت هيئة الإذاعة البريطانية BBC على مدى السنوات الماضية للمراجعة والتطوير وأصبحت مثار جدل الشبكات الإذاعية العالمية الكبرى لأنها وضعت المعايير التي يحتكم إليها الآخرون في العمل الإذاعي والتلفزيوني.

وتتميز الخدمة العالمية للهيئة بصعوبة تقليدها بسبب تفرد معايير الجودة فيها، ومع هذا، فإن تطور المنافسة خاصة من جانب CNN والخدمات الفضائية والانترنت جعلت البعض يتساءل عن دور وتكلفة الخدمات العالمية الـ BBC.

تواجه الـ BBC حالياً مشكلة تتصل بالاقتصاد والدعم الحكومي في المستقبل، إذ يتزايد القلق من احتمال خفض الدعم التقليدي الذي كانت تحمل عليه من رسوم الترخيص لأنها تجذب أقل من 50% من الجمهور المحلي.

رغم أن الـ BBC تتمتع بدعم كبير من مؤيديها، فإن آخرين يؤيدون بشدة فكرة أن عوامل مثل المحطات التجارية والإعلان، والمشاركة في السوق، وقياس معدلات الاستماع والمشاهدة يجب أن تحدد مستقبل الإذاعة وبزعم المنتقدون أن شعارات مثل الدعم الشعبي والخدمة العامة وتقديم العون المالي لوسائل الإعلام أصبحت من مخلفات الماضي.

يرى الكثيرون أن يتم تحديد مستقبل BBC والخدمات الإذاعية الأخرى من خلال قوى السوق المفتوحة وليس من خلال المسؤولين الجالسين خلف الأبواب الحكومية المغلقة، ومن المتوقع - نتيجة لهذه الانتقادات - أن يقوم قطاع الأخبار والخدمة العالمية في هيئة الإذاعة البريطانية BBC بدمج الوظائف بالنسبة للصحفيين بهدف خفض النفقات.

في النهاية تعد قناة BBC علامة فارقة في تاريخ الإعلام خاصة في المملكة المتحدة، بل حتى على مستوى العالم، أولاً لما لها من تاريخ طويل حافل بالمواد الإعلامية والتقارير ومتابعة الأحداث حول العالم، وثانياً لما وصلت إليه من خبرة وتجربة طويلة في المجال المهم في المجتمع الذي يقع ما بين الناس والسياسة، ما بين الحدث والمتابع له، بهذه حققت الـ BBC إلى حد ما هذا الهدف، بأن تكون حلقة وصل بين الناس والأحداث والسياسة، وعبر فترات تاريخية مختلفة ونادرة نسبياً، مثل التحول الذي شهده العالم قبل وبعد الحرب العالمية تحولاً جذرياً إلى حد ما، على مستوى الجغرافية أو الاقتصاد وحتى على مستوى الثقافة والتعامل.

خامساً: دراسة الدكتور أنشراح الشال الموسومة: قنوات للتلفزيون فضائية

في عالم ثالث: 1993م:

الدراسة تبحث في أثر القناة الفضائية المصرية في المتلقي أو المشاهد المصري والعربي ثم دراسة امتداد البث حتى يشتمل على مساحة واسعة من العالم. قسم الكتاب قسمين رئيسيين، الباب الأول بحث القناة الفضائية المصرية وأقمار الاتصال في محاور أربعة، قناة فضائية مصرية: لماذا، والقناة الفضائية المصرية، وأقمار عربسات، والقناة الفضائية المصرية، وأقمار أخرى للاتصال وأخيراً، تعددية القنوات الفضائية العربية، أما الباب الثاني فيبحث دراسة الجدوى تحت عنوان: القناة الفضائية المصرية (دراسة جدوى) ويشتمل على ثلاثة محاور، منهج البحث وأدواته، ونتائج الدراسة ثم المقترحات واختتمت الدراسة بملخص ثم خاتمة.

استغرق الكتاب مئة وستين صفحة من الحجم المتوسط، أكدت الباحثة فيه على زج الإعلام المصري عن طريق الفضائية المصرية في إطار الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية، وأكدت الرغبة في معرفة ما يمكن أن يجذب المقيمين من المصريين والعرب في الدول الأجنبية إلى مشاهدة برامج التلفزيون المصري مع وجود قنوات فضائية سبقت القناة المصرية في بثها الفضائي، فهي ترى أن القنوات المصرية تقف منافساً في ميدان البث الفضائي العالمي أو في الأقل تبرهن أنها قادرة على الوصول إلى المشاهد المصري والعربي في أصقاع العالم.

لقد ارتكز الكتاب على ثلاثة عناصر في العملية الاتصالية هي: الوسيلة والجمهور والتغذية المرتدة الشهيرة باسم (رد الفعل) (feed back) أو (reaction) تاركين إلى حين بقية عناصر العملية الاتصالية (الرسالة) (message) حتى اكتملت الفضائية ببرامجها الخاصة بها.

تناولت الباحثة بالدراسة القناة المصرية من حيث النشأة والتطور والأهمية مستعينة بالمنهج الوصفي متطرفة لمستقبل القناة في إطار المتغيرات الدولية ولاسيما في ميدان تكنولوجيا الفضاء من منظور المنهج الجدلي الذي يصلح للدراسة الاستشرافية للقناة الفضائية المصرية.

بدأ التخطيط للقناة الفضائية المصرية عام 1989، إذ سبق التعاقد بين اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري والمؤسسة العربية للاتصالات الفضائية الذي وقع في 1990 فترة دراسة للخصائص الفنية والإمكانات التكنولوجية لأقمار عربسات بأجيالها السابقة والقادمة بهدف التأكد من قدراتها في تغطية المناطق المستهدفة بكفاءة وجودة عالية.

ومن أهم بنود العقد بين الطرفين ان تبدأ فترة التخصيص أول نوفمبر 1990 لمدة 24 ساعة يومياً سبعة أيام في الأسبوع لمدة أذناها ثلاث سنوات لقاء مليوني دولار سنوياً ويقوم التلفزيون المصري ببث برامجه على القناة الفضائية من خلال المحطة الأرضية بالمعادي مع القمر العربي للاتصالات الذي يضم حالياً عدداً من المحطات، وفي آذار عام 1992 نقلت وكالة أنباء الشرق الأوسط ان القناة الفضائية المصرية تحتل مكانة هامة لدى المشاهدين ولاسيما السودانيون واستمرت هذه الفضائية تشق طريقها لتصل إلى قلب أوروبا وبدأت تأخذ مكانها على معظم شاشات دول أوروبا الطربية.

وبدأ التفكير في إطلاق الأقمار الصناعية بعد تحقق النجاح في إطلاق الصواريخ وذلك لإحراز التفوق في غزو الفضاء. وتتكلم الباحثة عن أجيال عربسات ومشاكلها فقد تعرضت القناة الفضائية المصرية لتشويش في الإرسال الأمر كوني معروف هو خسوف القمر مما أدى إلى تولد موجات أثرت في البث وهو أمر يحدث في فترات محدودة وهذا أدى بها إلى اتخاذ قرار بعدم بث الإرسال إبانها وكذلك كان للبقع الشمسية أثرها على اللاسلكي كل إحدى عشر سنة.

وبحثت المؤلفة عدداً من الأقمار لتعزيز اتصالاتها عالمياً، فقد تعاقدت مع بعضها لنقل البرامج المصرية إلى دول أوروبا ولاسيما الاسكندنافية. وسعت مصر إلى الاستعانة بأقمار أخرى لتوفير البث المنتظم ثم تكلمت على القمر الصناعي المصري وهو مشروع مصري كانت قد حددته الاتفاقية الدولية سنة 1977 بالاتحاد الدولي للاتصالات التي أقرت حق مصر في إنشاء قمر صناعي للبث التلفزيوني المباشر.

ميدان الدراسة الاستبائية:

جمعت الباحثة بياناتها من عينة تمثل المجتمع المدروس معتمدة الاستمارات التي تحقق نسبة عالية من الصدق، وكانت خصائص العينة:

أ. من حيث الجنس: اشتملت على نسبة كبيرة من المصريين ونسبة اقل من الكويتيين ونسبة الذكور تقارب نسبة الإناث.

وقد استخدمت الباحثة معامل (سبيرمان) من خلال تحليل البيانات ولكي تعمل على إثبات صحة البيانات، وقد اتضح من خلال الدراسة ان خصائص العينة من حيث الجنسية قد اشتملت على نسبة كبيرة من المصريين كما ذكرنا.

ب. أما من حيث السن فقد وزعت العينة بين الأعمار من (30-40) بالنسبة لفئة معينة من الناس المرتبطين بأعمال خاصة وفئة تجاوزت الأربعين.

ويتضح من خلال الدراسة وجود عدد من الأهداف التي تعمل على نشر الرسالة الإعلامية على نطاق واسع مع ربط المواطنين العرب بالإعلام المصري والثقافة العامة المصرية.

وكانت مميزات خصائص العينة هي التي تجعلنا نطمئن على صحة البيانات التي تم الحصول عليها في هذه الدراسة حيث أشارت الدراسة إلى صعوبة الحصول على الإجابات السليمة ممن يقل مستواهم العلمي وخاصة بالنسبة للاميين. حيث تم توزيع العينة على ثلاث فئات وهي الحصول على الثانوية والعامة أو دون ذلك، والحصول على مؤهل جامعي وما هو أعلى لكي تكون الإجابة على الأسئلة بكل عقلانية ووضوح.

نلاحظ ان النتائج التي توصلت إليها الدراسة وذلك عن علاقة العينة بالشاشة فقد اتضح ان مشاهدة التلفزيون ترتفع في وقات الأزمان ونتيجة أخرى توصل إليها البحث وهي تعدد المصادر التي عرف أفراد العينة بواسطتها ظهور قناة الفضائية المصرية مثلاً ظهور القناة الخليجية والشهيرة باسم المركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC) والتي جاءت تليها القناة الفضائية المصرية مع التنويه هنا ان هذه القناة السعودية مركزها الرئيسي في لندن تستعين في برامجها بمذيعين ومعددين مصريين كذلك يتضح من ان بعض مشاهدين يقوم بمشاهدة التلفزيون العراقي في عينة المدروسة وذلك لمعرفة الأخبار.

يتضح من الدراسة ان التلفزيون له آثار ايجابية وسلبية وذلك لما يقدم لنا من التسلية والقضاء على أوقات الفراغ لكن في نفس الوقت يؤثر على نفسية المشاهد. وأشارت الباحثة من خلال دراستها ان الإقبال على مشاهدة القناة الفضائية في فترة المساء يفوق ما عداه في فترات أخرى وخاصة لأصحاب المؤهلات الجامعية أو من هم أعلى من ذلك أما بالنسبة لمشاهدة القناة أطول فترة فالملاحظ هنا ارتفاعها بين الحاصلين على شهادة الثانوية العامة أما ما دون ذلك فهي نسبة الإناث.

ومن البرامج التي حددها المبحوثون في الدراسة فبرنامج حياتي ومن برامج الأطفال (ماما نجوى) وسينما الأطفال كذلك ظهرت الإعلانات أيضاً بين البرامج التي يشاهدها أفراد العينة على القناة الفضائية المصرية حيث أصبحت الإعلانات

مادة تلفزيونية تجذب انتباه المشاهد بصرف النظر عن الدور الاقتصادي التي تقدمه، والدليل على ذلك ترديد الأطفال بل والشباب لهذه الإعلانات (الراقصة) بصفة خاصة. ويتضح من خلال دراسة الباحثة بعض وصايا المبحوثين منها حذف بعض البرامج خصوصاً التي تتعرض لمشكلات مصر الداخلية والمشكلات الاقتصادية وكذلك الحد من الإعلانات لسلع غير متوافرة في الأسواق أو الأسلوب الذي يشوه صورة مصر، وحذف برامج الرقص والخلاعة من الأفلام.

ومن الوصايا الأخرى وضع خطة للقناة الفضائية وتنظيم دورات خاصة بها فقد طالبوا ببرامج موجهة للمصريين المغتربين وضرورة زيادة المادة الثقافية والسياحية، والاعتراض على نقل جلسات مجلس الشعب.

طبقت استمارة البحث في الكويت خلال الفترة من يناير - فبراير 1991 على عينة عشوائية غير احتمالية قوامها 60 مفردة من الذكور والإناث ومعظمهم من المصريين.

فقد فحصت الدراسة من قبل بعض المبحوثين الذين قد سمعوا عن القناة المصرية، واتضح من البحث ان جميع المفردات في العينة المدروسة تشاهد تلفزيون.

ولقد لوحظ إقبال عدد من الكويتيين في العينة على مشاهدة القناة الفضائية المصرية وبرنامج ثانٍ وبرامج أخرى بينما يركز المشاهد المصري في العينة على متابعة ما تبثه القناة الفضائية المصرية والقلة منه يشاهدون برامج أخرى.

وعند تحليل النتائج يتضح عدم وجود علاقة ارتباط بين جنس المشاهد والإقبال على مشاهدة القناة الفضائية المصرية أو بينها وبين المستوى التعليمي.

واظهر البحث ان هنالك علاقة طردية بين السن والإقبال على مشاهدة هذه القناة في المساء وتبين من نتائج البث ان هنالك علاقة بين ارتفاع المستوى التعليمي