دور القنوات الفضائية المحلية في تعزيز اللغة العربية لدى الشباب الاماراتي

د. فوزيه آل علي

مقدمة :

ان اللغة العربية ليست لغة إقليمية تخص بلداً معيناً أو شعباً مخصصا بل هي لغة جميع الامم ولا نعني الأمة العربية فقط بل الأمة الإسلامية أجمع لأنها لغة القرآن ألكريم ومن ثمّ كانت العربية اللغة المقدسة لدى نحو خمس سكان ألعالم لأنها لغة العقيدة والقيم والثقافة والحضارة والعبادة لدى كل المسلمين في أنحاء الأرض.لذا كان من الطبيعي أن تحظى اللغة - أي لغة - باهتمام الشعوب على امتداد التاريخ ألإنساني وتوليها اهتماما بالغا وعناية كبيرة. ولا تكاد توجد أمة لم تقم بدراسة لغتها ووضع القواعد الكفيلة لفهمها وتيسيرها لمتعلميها. باعتبار أن هذه اللغة - وكل لغة- هي هوية الأمة وأحد مقومات وجودها واستمرارها.i

ولقد أسهمت المحطات الفضائية إسهاما كبيراً في انتشار كثير من الأساليب والتراكيب والكلمات غير ألسليمة وأدى ذلك إلى شيوع هذه الأساليب واستخدام الناس لها، وتفشيها في محادثاتهم وجلسات عملهم،، وانعكس ذلك على استخدامهم لها في كتاباتهم. وانتقل قسم كبير من هذه الأساليب والتراكيب اللغوية إلى الكتب والدراسات والأبحاث عن طريق الترجمات المشوهة والناقصة، والبعيدة عن الأساليب الواضحة المشرقة ألبيان وقدر لهذه الأساليب أن تنتشر وتلقى رواجاً في ظل غياب وسائل الإعلام التي تستخدم اللغة العربية السليمة. إن الواقع العملي أثبت أن انتشار المحطات الفضائية في الوطن العربي ليس مرهونا باستخدامها العامية أطلاقا ولا بلجوئها إلى اللهجات ألمحلية والدليل على ذلك أن أهم القنوات العربية التي تحظى بمتابعة كبيرة في أرجاء الوطن العربي تعتمد على اللغة العربية الفصحى المبسطة في برامجها، كما أن أكثر محطات الأطفال العربية انتشارا ومتابعة هي المحطات التي تقدم برامج شائقة، مستخدمة لغة عربية فصحى مبسطة ومألوفة، وهذا يناقض أهم مبدأ يستند إليه دعاة اللجوء إلى العامية ومفاده أن ذلك يجعل القناة أكثر مشاهدة وانتشارا.

إن القائمين على المحطات الفضائية العربية مدعوون ألآن أكثر من أي وقت مضى، إلى تعزيز حضور اللغة العربية الفصحى المبسطة والمألوفة في جميع برامجهم، والابتعاد عن اللجوء إلى ألعامية والحد - قدر ألمستطاع من استخدام اللهجات المحلية وبذلك نحافظ على أحد المقومات الأساسية لوجودنا وهويتنا .ii

نظرا للتسليم بالأدوار المهمة التي تؤثر بها كل من المنظومة التعليمية والثقافية والدينية والسياسية والإعلامية في تشكل الشق الثقافي والقيمي السائد في المجتمعات العربية تبرر أهمية الدور الذي تقوم به الفضائيات المحلية والسياسات المرتبطة بها والتي تتمثل في قدرتها الهامة على التأثير المباشر والمتعدد الابعاد على مختلف الشرائح الاجتماعية والمتعلمة، وعلاوة على ما تشير به هذه القنوات من طبقة مزدوجة تساعد على نشر وترويج الأفكار والقيم والقضايا المتناقضة في آن وأحد فهي تساعد على تغيير العادات والتقاليد والقيم والأفكار والمفاهيم ألتقليدية وتسهم بذلك في خلق أشكال جديدة من الوعي أو تعمل على تثبيت وتعميق القيم والرؤى التقليدية فتسهم عندئذ في تزييف وعي الافراد بواقعهم وذاتهم وأدوارهم الحقيقيه .

وقد تؤثر المضامين المختلفة عبر الفضائيات العربية على المجالات الحياتيه المختلفة الاجتماعية والثقافية واللغوية والدينية والاخلاقيه والصحية والسياسية وغيرها .كما انها تؤثر على مدى ادراك المشاهدين من حولهم وما يقع فيه من احداث وما

يستجد ويطرأ عليه من تغيرات وتحولات وبالتالي فان التأثير الاجل او الطويل المدى يصبح تاثير تراكميا عميقا وقويا يترك في النهاية بصماته على شخصية المتلقي او المشاهد وذلك اذا تكررت القيم وأنماط السلوك في برامج متتالية وإذا كانت القيم ترتبط باحتياجات المشاهدين مباشره كما ترتبط كذلك باهتماماتهم .iii

مشكلة البحث :

تأسيا لما سبق تستهدف الدراسة معرفة الدور الذي يجب أن تقوم به القنوات الفضائية المحلية في هذه المرحة الراهنة من عصر العولمة ، و كيفية تدعيم اللغة العربية والقيم الاجتماعية والثقافية والدينية و من خلالها ومردود ذلك كله بإيجابياته وسلبياته على المجتمع الإماراتي ،حيث تسعى هذه الدراسة الى التعرف على اتجاهات وآراء ألجمهور نحو دور القنوات الفضائيه المحليه ، وذلك بالتطبيق على مجتمع الامارات من خلال عينة من جمهور عام تمثل في طلاب وطالبات جامعة ألشارقة وتوفير معلومات كافيه لدور هذه القنوات في تدعيم القيم لمتخذي القرار في تلك المحطات لاستخدام اللغة العربية الصحيحة لتحسين برامجها وثم الاستفادة منها .iv

اهمية البحث :

تعود اهمية الموضوع نتيجة لتعدد القنوات الفضائيه ومرافق ذلك تنوعا كبيرا في البرامج التي تقدمها تلك القنوات ، واللغة المستخدمه في تقديمها . ورافق ذلك ايضا قلق كبير من تاثير هذه البرامج على الجمهور الاماراتي وخصوصا بعد ان اصبحت تلك البرامج تعنى بكثير من الاحتياجات النفسيه والاجتماعية التي تحظى باهتمام الجمهور –وهو ما تعكسه كل اشكال التفاعل مع تلك البرامج من قبل الجمهور الاماراتي . .كما تتبلور اهمية هذه الدراسة فى توفيرها لقاعدة معلوماتية عن هذه القنوات تمثل بدورها مرجعية ذات دلالة لصناع القرارات السياسية الاعلامية فى الامارات ، كما تنطلق الدراسة من مفهوم منهجي يهدف إلى تقييم الاداء اللغوي في تلك البرامج ومعرفة كل ما هو ايجابي فى ذلك الاداء ، وعلى العكس تقويم وإصلاح كل ما هو سلبي أو من شأنه الاضرار بمصالح المجتمع .

ويعود الاهتمام اللغة المستخدمه في تلك القنوات وجود وسائل التواصل مع تلك البرامج ومع دخول تطورات فنيه في اساليب الانتاج والاخراج لتلك البرامج وظهور اساليب تفاعليه مع مقدمي هذه البرامج وضيوفها وذلك من خلال الاتصالات الهاتفيه وعبر البريد الالكتروني ومواقع هذه البرامج على شبكة الانترنت ورسائل sums

التساؤلات التي يسعى البحث الإجابة عليها :

× ما القنوات المحلية الفضائية التي يتم مشاهدتها وتتعرض لها عينة الدراسة بانتظام .
× نوعية البرامج المفضلة لدى جمهور العينة ؟
× ما أهم اللغات التي تستخدمها القنوات المحلية في برامجها ؟
× ما الموضوعات التي يتم تناولها في برامج تلك الفضائيات ؟
× ما الآثار المترتبة على مشاهدة هذه القنوات على مستوي اللغة العربية من وجهة نظر العينة المبحوثة ؟
× ا ما الجوانب الايجابية لاستخدام اللغة العربية وما هي عوامل تطوير الاداء اللغوي للقنوات الفضائيه
× كيف يمكن التصدي للسلبيات فيما تعرضه القنوات الفضائية المحلية ، وكيف يمكن تقرير ايجابيات المشاهدة تدعيما للغة العربية ؟.
× ماهي عوامل تطوير استخدام اللغة العربية في الفضائيات المحليه

وتستند الدراسة في اطارها النظري الى نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام والتي تتمثل في اختلاف درجة اعتماد الافراد على وسائل الاعلام للحصول على معلوماتهم نظرا لاختلاف درجة استقرار النظام الاجتماعي ،فكلما زادت الصراعات الاجتماعية والأزمات ازدادت حاجة الافراد للمعلومات والتوجيه وبالتالي زادت حاجتهم لوسائل الاعلام .

وتستعين الباحثه بهذه لنظريه في دراستها لمعرفة حجم ودرجة اعتماد الجمهور في دولة الامارات على القنوات الفضائيه المحليه في استقاء معلوماتهم ومدى دعمها للغة العربية والقيم الدينيه .

الإطار النظري

تتطلب دراسة اتجاهات الجمهور نحو الاداء اللغوي للقنوات الفضائية الاماراتية تبني النظريات المناسبة بغية تقديم تفسير علمي ومنطقي لطبيعة هذه الاتجاهات. وتعتمد الدراسة الحالية على نموذجين من أبرز النماذج العلمية التي يمكن أن تقوم بتفسير عملية تشكيل الاتجاهات لدى الأفراد نحو الموضوعات المختلفة وهي: (١) نموذج توقع القيم Expecting value model (٢) نموذج نموذج خضوع الآخرين وتأثرهم بمضامين وسائل الإعلام أو تأثير الشخص الثالث The Third Person Effect model

والنموذج الأول (نموذج توقع القيمة) يرى أن فهم عملية تشكيل الاتجاهات تحتاج الى التعرف على الكاتزم الذي يستطيع من خلاله معرفة الجانب الوجدانى لمعلومات المشاهدين نحو الموضوعات والمؤسسات والقنوات المتنوعة فى المجتمع وخصوصًا عندما تتصف تلك القنوات بالحداثة ، حيث تعد القنوات الفضائية الإماراتية كيانًا حديثًا على المشاهدين ألإماراتيين إلا أن لدى المشاهدين إطار مرجعى متشابه القنوات الأرضية والفضائية السابقة يمكن الاستعانة به فى تشكيل أرائه فى اتجاه القنوات الجديدة ، فضلاً عما يقوم به من تقييم لها وتحديد وزنها النسبى ـ أدائها فى المجتمع المصري.v

ويعد نموذج " توقع القيمة " الذى طرحه " فيشبان " " Fishbeinفى صورته النهائية عام ١٩٦٧ نموذج للإطار النظرى التفسيري للدراسة الحالية ، حيث يشير هذا النموذج الى أن المعلومات والحقائق المختلفة التى لها علامة بموضوع ما تحمل اوزانا نسبية من الأهمية ، ويتوقف ذلك على إدراك الفرد للأهمية النسبية لمكونات هذه المعلومات بالإضافة إلى بروزها ومدى ملاءتها لقيم الموضوع وتفسيره وبالتالى تكون تلك المعلومات ذات تأثير فعال فى تكوين الاتجاه النهائى للفرد نحو هذا الموضوع vi.

ويشير الباحثون المتخصصون فى مجال الإنتاج التلفزيونى والاعلامى إلا أن قياس اتجاهات المشاهدين نحو الأداء التلفزيونى عامة والاعلامى خاصة بمثابة أن يتم من خلال الربط بين معتقدات المشاهدين بشأن الوظائف التى يعرفون عنها من خلال التلفزيون أو التى تقدم للمستهلكين من خلال الإعلان.

ولذلك تبرز أهمية نموذج توقع القيمة " الذى يمثل رابطا نظريا ومنهجيا فى المعتقدات والاتجاهات حيث يطرح هذا النموذج رؤية علمية ومنظمة لأبيات تكوين اتجاه وتعديله عبر ألوقت وذلك على أساس أنها تعتبر عمليات Processes تحتوى على العديد من المتغيرات التى تحكم الاتجاه النهائى لدى الفرد نحو الموضوعات المختلفة فالاتجاه هو ـــ Cognitive summation لإجمالي الأوزان النسبية لسمات الموضوع ، اى المداخلات التى تقود الى المحرمات "الاتجاه النهائي لدى ألفرد فعلى سبيل المثال قد تتشكل اتجاهات المشاهدين نحو أداء القنوات الفضائية فى عدد من السمات البارزة مثل : التزام هذه القنوات بأخلاقيات المجتمع ودرجة الحرية فى طرح الموضوعات والقضايا المهمة فى المجتمع الاماراتى ، وإشباعها لاحتياجات المشاهدين ، ومستوى التطور الفنى والابداعى لبرامجها "وتمثل السمات ألسابقة المداخلات التى يقيمها المشاهدين فى ضوء أهميتها النسبية لهم وصولاً إلى المخرجات اى اتجاهاتهم النهائية نحو أداء القنوات ألفضائيةvii

ثانيا نموذج خضوع الآخرين وتأثرهم بمضامين وسائل الإعلام The third person effect.: وهو نموذج جديد ومبتكر في دراسة الرأي العام ومحاولة معرفة تأثيرات وسائل ألإعلام وهو نموذج يرى أن اعتقاد الفرد وأمثاله فى نفس الشريحة

الاجتماعية أو الثقافية أو المهنية لا تمتد إليهم تأثيرات وسائل الإعلام بيد أنها تنتج بفاعلية مع الآخرين من أفراد الجمهور . وفي هذه الدراسة تحاول الباحثة رصد مدى وجود هذه التأثيرات على مستوى الإعلاميين (الجمهور المتخصص) فضلاً عن الجمهور العام واتجاهه وان الأمر يتعلق بتقييمهم لتأثيرات كيان اعلامى جديد وهو القنوات الفضائية التي تعبر عن مصالح وتوجهات أفراد وجماعات مصالح بعينها.viii

وقد انطلق نموذج خضوع الآخرين لتأثيرات وسائل الإعلام من منظور سيكلوجى يتعلق بالاختلاف فى ــ الفرد لتأثيرات هذه الوسائل والتي تقع عليه مقارنة بالآخرين من أفراد الجمهور فالفرد يعتقد انه فريد ويختلف عن الآخرين على حين أن الآخرين من أفراد الجمهور العام يتسمون بالسلبية والايقاعة الخداع وسائل الإعلام . ويفسر براين وآخرون عام ١٩٩٧ المستفاد الفرد بالتأثيرات المباشرة لوسائل الإعلام في الآخرين على النحو التالي(١) اعتقاد الفرد بأنه أكثر ذكاء من الآخرين يعود إلى دوافع مرتبطة بتدعيم صورة ايجابية عن الذات . وان تأثيرات وسائل الإعلام تطال الآخرين فقط لأنهم اقل ذكاء وأكثر ميل للخضوع لتأثيرات وسائل الإعلام. (٢) وجود اعتقاد سائد لدى بعض الأفراد بأنه مضايف وسائل الإعلام في مضايف انتفاعية Persuasive وإنها فى الغالب تستهدف خداع الجماهير واحتوائهم وفقا لنوايا القائمين بالاتصال وأهدافهم المعينة. ix

وينطوي نموذج خضوع الآخرين لتأثيرات وسائل الإعلام في (١) المكون الادارى : Perceptual componentويتعلق هذا المكون بتصنيف الفرد لتأثيرات وسائل الإعلام إلى نوعين : تأثيرات خفيفة : وقد يكون هو عرضه لها فضلا عن المطابقة له فى الثقافة والمهنة .تأثيرات فعالة ومتعاظمة : يخضع لها باقي أفراد الجمهور الذى يفتقرون إلى القدرة على دفاعية self-defense لمقاومة تأثيراتها المختلفة معرفية ووجدانية وسلوكية (٢) المكون السلوكي: behavioral component ويرتبط ارتباط وثيق بالرغبة فى ممارسة رقابة ما عن وسائل الإعلام ضد محتوى وسائلها التى تهدد المجتمع وتجعله عرضة للانهيار الإعلامى والثقافيx

الدراسات السابقه:

١-. وخلصت هويدا مصطفى إلى وجود ثلاثة اتجاهات معيارية لدى الجمهور نحو الأداء الإخباري للفضائيات العربية ؛ أشاد الاتجاه الأول بالأداء من حيث معايير: الكفاءة المهنية ، والجدية ، وكسر الاحتكار الغربي للتغطية الإخبارية. وهاجم الاتجاه الثاني أداء القنوات الفضائية العربية لافتقاره لقواعد ومعايير المهنية ، والكفاءة ، والمصداقية. وتراوح الاتجاه الثالث بين الإشادة والنقد بدرجات متفاوتة.xi

٢- وأشار عادل عبد الغفار إلى علاقة تقييم الأداء المهني للقنوات الإخبارية العربية عند جمهور النخبة الإعلامية المصرية بمعايير مهمة مثل: مستوى الأداء ، والمعالجات المهنية والفنية للمواد والنشرات الإخبارية ، ومدى الالتزام بتطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والمهنية ، إضافة إلى مستوى الكفاءة الإدارية في كل منها.xii

٣- وكشفت دراسة " محمد الفقيه " (٢٠٠٢) على الجمهور اليمني أن قناة الجزيرة تأتي في مقدمة القنوات الإخبارية التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على المعلومات حول الأحداث الجارية.xiii

وخلص " عادل عبد الغفار " (٢٠٠٢) إلى أن قناة الجزيرة جاءت في مقدمة مصادر المعلومات العربية التي اعتمد عليها طلاب الجامعات المصرية في متابعة أحداث ١١ سبتمبر وتداعياتها المختلفة.xiv

٥- وأجريت فوزيه ال علي وعاطف العبد دراسة استهدفت التعرف على تصورات طالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات نحو مشاهدة القنوات الفضائية (١٩٩٤) : وخلصت إلى أن المسلسلات والأفلام العربية والمواد التجارية تأتى فى مقدمة المواد التي تهتم بها عينة البحث ، وأكدت فيه ٩٥٪ تعرضهم للقنوات الفضائية ، وتأثير ذلك على تعرضهم للقنوات ألأرضية المحلية.xvxvi

٦- اجرى عبدالله بدران دراسة بعنوان تأثير الشبكات والقنوات الفضائية التليفزيونية :موقف المشاهدين في دولة الكويت

من القناة الفضائية المصرية بعد التحرير (١٩٩٤) هدفت الدراسة إلى قياس حجم مشاهدة برامج التي تعرضها القناة الفضائية المصرية في دولة الكويت للتعرف عن عاداته وكانت أهم نتائج الدراسة. أن بلغت نسبة في أفراد القيمة (٤, ٩٤٪) وان ٨, ٧٨٪ يفضلون مشاهدة الأفلام الدرامية ، كما ١ دبي ٣, ٧٦٪بأنهم يفضلون مشاهدة الأفلام العربية ، دبي ٥, ٧٣٪تفضل مشاهدة نشرات الأخبار.xvii

٧- هدفت دراسة (سوزان الفلبيني ٢٠٠٠ م) إلى معرفة استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية فى عصر العولمة وتم إجرائها على ١٨٠ فرد من ثلاث دول عربية وهى مصر والمغرب والسعودية وخلصت إلى أن ارتفاع قيمة تفضيل الجمهور للفضائيات الأجنبية والعربية بواقع (٩, ٥٣٪) للأجنبية مقابل (١, ٤٦) للعربية ،وكما لاحظت أن هناك علاقة ارتباطيه ايجابية فى إجادة اللغات لدى الجمهور العربي والميل لاستخدام القنوات الفضائية وان تأثر الجمهور بالقنوات الفضائية الأجنبية أكثر من العربية.xviii

٨- وهدفت دراسة انشراح الشال ١٩٩٤عن البث الوافد على شاشات التليفزيون إلى معرفة تأثير البرامج الوافدة من وجهة نظر مشاهديها وأجريت الدراسة على عينة قوامها ١٧٣ فرد . وتوصلت إلى أن القنوات الفضائية تشكل تهديد للقيم والدين والأخلاق ذلك وتؤثر على الولاء والهوية ، حيث ترى فيه ٣٨٪ من عينة الدراسة أن البرامج الوافدة منافية لتعاليم الدين وان عينة ٢٢٪ أنها تهدم القيم.xix

انتهى " وليد عمشة " (٢٠٠١) من دراسته التحليلية لقناتي الجزيرة ومركز تليفزيون الشرق الأوسط ، إلى أن الأخبار المقدمة في كلتا القناتين تتسم بالحداثة، كما يبرز فيهما التوازن في معالجة الأحداث الدولية ، إضافة إلى أن البرامج الإخبارية تعالج موضوعات تتسم بالآنية والسخونة واللحظية ، والاعتماد النسبي على مبادئ الموضوعية والشمول والتوازن في المعالجة

٩- دراسة أيمن منصور ندا بعنوان نظرية تأثير الآخرين فى دراسات الرأي العام: أسسها النظرية وبعض تطبيقاتها فى المجتمع المصري، حيث عرض حيث الباحث القنوات الفضائية الإباحية فقد تم التيقن على عينة قوامها١٧٠ مفردة من سكان القاهرة والجيزة ، ممن يمتلكون الاطباق الطائره ، تم اختيار عينة واعية المتطوعين ومن أهم ما توصلت إليه نتائج الدراسة : ٢ ٪ من العينة يعتقدون أنهم أكثر مشاهدة للمواد الخليعة في حين يعتقد ٧, ٩٧ ٪ ملاحظه اين بقية الفكره .xx

١٠- وهدفت دراسة سامي الشريف عن واقع القنوات الفضائية العربية ومستقبلها، وتبلورت أهم نتائج الدراسة وتوصياتها في التالي (١) ضرورة السعي لإنشاء قنوات فضائية عربية تبث إرسالها باللغات ألأجنبية يكون هدفها التعريف بثقافتنا وحضارتنا وتبث لدى الشعوب ألأخرى والتزام القنوات الفضائية بأداء حقوق التأليف والإيداع للمصنفات البرمجية التي تقدمها وسن التشريعات تحرم عمليات السطو في هذا المحال وضرورة الإسراع في إصدار ميثاق إعلامي تلتزم به القنوات ألفضائية. xxi

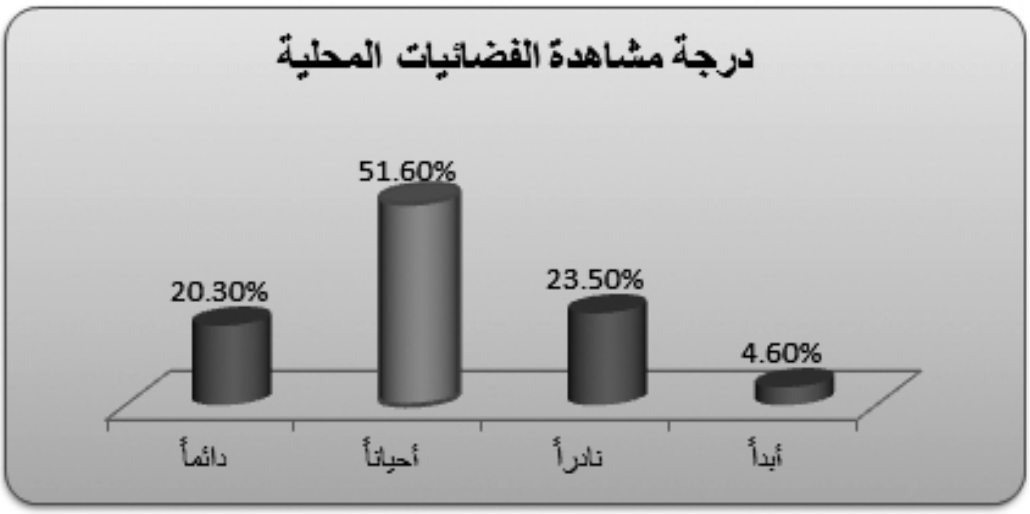
جدول رقم (١) يبين أكثر الفضائيات مشاهدة بالنسبة للعينة

نوع الفضائيات	ك	٪
)محلية، عربية و أجنبية)	٧٨	٥١, ٠
عربية	٥٠	٣٢, ٧
أجنبية	٣١	٢٠, ٣
محلية	١٨	١١, ٨

يتضح من الجدول السابق أن أكثر بقليل من نصف عدد المبحوثين يشاهدون الفضائيات المحلية لعربية والأجنبية مجتمعة بنسبة بلغت ٥١٪. وهذا يدل على اقبال لجمهور عامة على مشاهدة الفضائيات عامة واحتلت المركز الاول بين الفضائيات ، أما

الفضائيات العربية فقد جاءت في المركز الثاني وبنسبة بلغت(٣٢,٧٪) ،وتلتها الفضائيات الاجنبيه بنسبة(٢٠,٣٪) احتلت المركز الثالث ،بينما نالت الفضائيات المحليه نسبة بسيطة بلغت(١١,٨٪) ونالت المركز الرابع الأخير .هذا يدل علي قلة اقبال المبحوثين على الفضائيات المحليه .

الرسم البياني لرقم (١) درجة مشاهدة الفضائيات المحلية بالنسبة للعينة المبحوثة



يتضح من الشكل البياني (١) أن أكثر بقليل من نصف عدد المبحوثين يشاهدون الفضائيات المحلية أحياناً بنسبة بلغت ٥١,٦٠٪، و ٢٠,٣٠٪ منهم يشاهدونها دائما و ٢٣,٥٠٪ يشاهدونها نادراً وأخيراً ٤,٦٠٪ لايشاهدون الفضائيات المحلية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسات عدة أوضحت نفس النتيجة ومنها دراسة كل من فوزيه وعاطف العبد حيث اجريت دراسة على مدى مشاهدة الجالية الإماراتية للقنوات الفضائية ،وتتفق مع دراسة ممدوح المشمشي حيث اجرى دراسة على دوافع تعرض المشاهد المصري للقنوات الفضائية التلفزيونية في دولة الإمارات فوزية آل علي،عاطف العبد ١٩٩٤.[xxii]

الجدول رقم (٢) درجة مشاهدة عينة الدراسه لبرامج القنوات الفضائيات:

			درجة مشاهدة برامج الفضائيات											
			المجموع		أبداً		نادراً		أحياناً		دائماً			
الدلالة	قيمة المعنوية	مان ويتني	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	النوع	
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية	٧٧٨.	٢٧٩٠,٠٠٠	٤٢,٥٪	٦٥	٣,٣٪	٥	٩,٢٪	١٤	١٩,٦٪	٣٠	١٠,٥٪	١٦	ذكر	

أنثي	١٥	٪٩,٨	٤٩	٪٣٢,٠	٢٢	٪١٤,٤	٢	٪١,٣	٨٨	٪٥٧,٥			
المجموع	٣١	٪٢٠,٣	٧٩	٪٥١,٦	٣٦	٪٢٣,٥	٧	٪٤,٦	١٥٣	٪١٠٠,٠			

يتضح من الجدول السابق أن نسبة الاناث الذين يشاهدون برامج الفضائيات بلغت ٥٧,٥٪ مقابل مشاهدة الذكور التي بلغت نسبتها ٤٢,٥٪ و أنه لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من حيث درجة مشاهدة برامج الفضائيات حيث بلغت قيمة المعنوية p Value ٠,٧٧٨ وهي أعلى من ٠,٠٥. وهذا يدل على مدى اقبال العينه من الذكور والإناث على مشاهدة برامج الفضائيات .

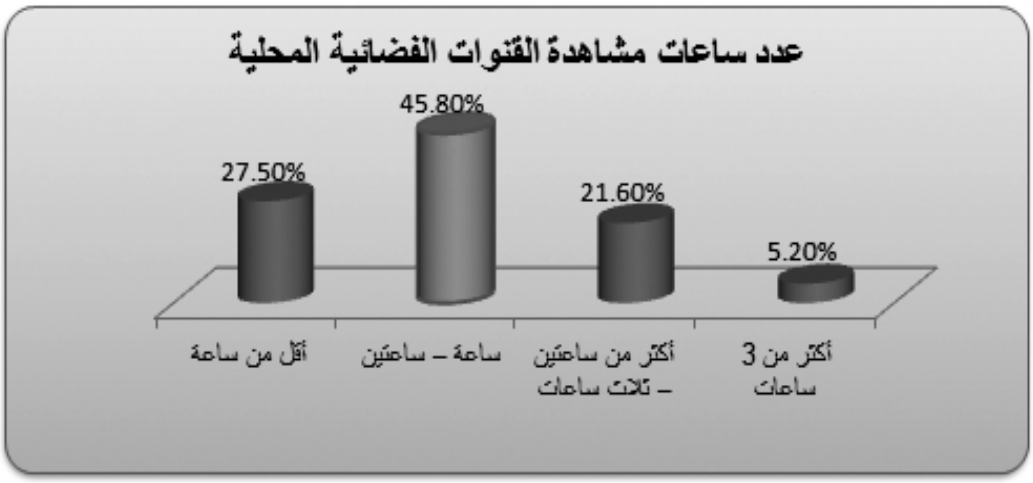
جدول رقم (٣)يبين القنوات الفضائية الأكثر متابعة من قبل عينة الدراسة

القنوات	ك	٪
قناة دبي الفضائية	٩٣	٪٦٠,٨
قناة أبو ظبي الفضائية	٧٦	٪٤٩,٧
قناة سما دبي الفضائية	٦٣	٪٤١,٢
قناة الشارقة الفضائية	٤٧	٪٣٠,٧
قناة عجمان الفضائية	٣٨	٪٢٤,٨
اخرى تذكر	١١	٪٧,٢

يتضح من الجدول السابق أن القنوات الفضائية المحلية الأكثر متابعة جاءت على الترتيب التالي:

متابعة من قبل العينة هي قناة دبي لفضائية حيث بلغت النسبه (٦٠,٨٪) ،ويليها قناة ابوظبي وبلغت النسبه ٤٩,٧٪) واحتلت المركز الثاني وجاءت قناة سما دبي في المركز الثالث بنسبة(٤١,٢٪) وتلتها قناة الشارقة بنسبة ٢٤,٨٪ واحتلت المركز الرابع بينما جاءت قناة عجمان في المركز الخامس والأخير بنسبة ٧,٢٪ وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات قامت بها الباحثة حيث اجرى دراسة على عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية في دولة الامارات عام ١٩٩٤ .وهذا يدل على ان مستوى المشاهدة لم يختلف بالنسبة للجمهور رغم الفارق الزمني بين الدراسيتين ويدل هذا على عدم الاستفادة من الدراسة السابقه من قبل المسؤلين على المحطات الفضائية المحلية xxiii.

رسم بياني رقم ٠٢) يبين عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية المحلية من قبل عينة الدراسة



يتضح من الشكل البياني السابق أن مايقارب من نصف عدد المبحوثين بنسبة بلغت ٤٥,٨٠٪ يشاهدون القنوات الفضائية المحلية من ساعة إلى وساعتين وشاهدون أقل من ساعة بنسبة بلغت ٢٧,٥٠٪، ويشاهدون أكثر من ساعتين إلي ثلاث ساعات بنسبة بلغت ٢١,٦٠٪، وأخيراً يشاهدون أكثر من ثلاث ساعات بنسبة بلغت ٥,٢٠٪. وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسات قامت بها الباحثه على القنوات الفضائيه عام ٢٠٠٢،١٩٩٤.وهذا يدل ايضا على معدل المشاهدة من قبل الجمهور لم تختلف رقم الفارق الزمني بين الدراستين .xxiv

× جدول رقم (٤) يبين عدد ساعات مشاهدة الفضائيات المحلية من قبل عينة الدراسة

	عدد ساعات مشاهدة الفضائيات المحلية												مان ويتني	قيمة	الدلالة
	أقل من ساعة		ساعة – ساعتين		أكثر من ساعتين – ثلاث ساعات		أكثر من ٣ ساعات		المجموع						
النوع	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪					
ذكر	١٧	٪١١,١	٢٩	٪١٩,٠	١٥	٪٩,٨	٤	٪٢,٦	٦٥	٪٤٢,٥			٢٧١٩,٠٠٠	.٥٧٨	لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية
أنثي	٢٥	٪١٦,٣	٤١	٪٢٦,٨	١٨	٪١١,٨	٤	٪٢,٦	٨٨	٪٥٧,٥					
المجموع	٤٢	٪٢٧,٥	٧٠	٪٤٥,٨	٣٣	٪٢١,٦	٨	٪٥,٢	١٥٣	٪١٠٠,٠					

يتضح من الجدول السابق ان عدد الساعات التي يشاهد بها الاناث القنوات الفضائيه المحليه بلغت (٥٧,٥٪) ونالت المركز الاول بينما بلغت نسبة عدد الساعات التي يشاهد بها الذكور القنوات الفضائيه (٤٢,٥٪) ونالت المركز الثاني والأخير وعلى مستوى الذكور والإناث تبين انه لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث عدد ساعات مشاهدة الفضائيات المحلية حيث بلغت قيمة المعنوية p Value ٠,٥٧٨ وهي اعلي من (٠,٠٥)وهذا يدل على أن الفضائيات لها قدره هائلة لجذب

المشاهدين على مستوى كل الفئات العمريه وأيضا تتطبق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة د.عاطف العبد (١٩٩٤). وهذا يدل على ان للفضائيات المحلية قدرة هائلة لجذب الجمهور للإقبال على مشاهدتها .xxv

جدول رقم (٥) يبين عدد ساعات المشاهدة للقنوات الفضائيه من قبل عينة الدراسة حسب السن

العمر	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	كروسكال والاس	قيمة	الدلالة
من ٢٠ إلي ٢٩	٣٨	٢٤,٨٪	٥٧	٣٧,٣٪	٣٢	٢٠,٩٪	٨	٥,٢٪	١٣٥	٨٨,٢٪	١,٢٥٧	.٥٣٣	لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية
من ٣٠ إلي ٣٩	٤	٢,٦٪	٩	٥,٩٪	١	.٧٪	٠	.٠٪	١٤	٩,٢٪			
من ٤٠ إلي ٤٩	٠	.٠٪	٤	٢,٦٪	٠	.٠٪	٠	.٠٪	٤	٢,٦٪			
أكثر من ٥٠	٠	.٠٪	٠	.٠٪	٠	.٠٪	٠	.٠٪	٠	.٠٪			
المجموع	٤٢	٢٧,٥٪	٧٠	٤٥,٨٪	٣٣	٢١,٦٪	٨	٥,٢٪	١٥٣	١٠٠,٠٪			

يتضح من الجدول السابق ان اكثر فئات العمر من حيث عدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية هي الفئه الواقعه بين ٢٠-٢٩ أي فئة الشباب حيث بلغت النسبه (٨٨,٢٪) كما إنه لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من فئات العمر المختلفة من حيث عدد ساعات مشاهدة الفضائيات المحلية حيث بلغت قيمة المعنوية p Value ٠,٥٣٣ وهي اعلى من ٠,٠٥.

جدول رقم (٦) يبين عدد ساعات المشاهدة القنوات الفضائيه من قبل عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوي التعليمي	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	كروسكال والاس	قيمة	الدلالة الإحصائية
أقل من ثانوي	٠	.٠٪	٠	.٠٪	٠	.٠٪	٠	.٠٪	٠	.٠٪	١,٧٧٠	.٤١٣	لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية
ثانوي	٥	٣,٣٪	٦	٣,٩٪	٤	٢,٦٪	٠	.٠٪	١٥	٩,٨٪			
جامعي	٣٣	٢١,٦٪	٥٧	٣٧,٣٪	٢٨	١٨,٣٪	٨	٥,٢٪	١٢٦	٨٢,٤٪			
فوق الجامعي	٤	٢,٦٪	٧	٤,٦٪	١	.٧٪	٠	.٠٪	١٢	٧,٨٪			
المجموع	٤٢	٢٧,٥٪	٧٠	٤٥,٨٪	٣٣	٢١,٦٪	٨	٥,٢٪	١٥٣	١٠٠,٠٪			

يتضح من الجدول السابق أنه لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في المستويات التعليمية المختلفة من حيث عدد ساعات مشاهدة الفضائيات المحلية حيث بلغت قيمة المعنوية p Value ٠,٤١٣ وهي أعلي من ٠,٠٥.

البرامج	ك	٪
برامج اجتماعية	٨٥	٥٥,٦
برامج إخبارية	٤٨	٣١,٤
برامج ثقافية	٤٥	٢٩,٤
أخري	٤٢	٢٧,٥
برامج رياضية	٢٩	١٩,٠
برامج سياسية	٢٨	١٨,٣
برامج وثائقية	١٧	١١,١

يتبين من الجدول رقم (٧) ان أكثر البرامج مشاهدة في الفضائيات المحلية من قبل العينه يتضح من الجدول السابق أن أكثر البرامج مشاهدة في الفضائيات المحلية جاء علي الترتيب التالي برامج اجتماعية بنسبة (٥٥,٦٪،) ، ويليها في المركز الثاني البرامج إخبارية بنسبة(٢٧,٥٪) ،والبرامج الثقافية نالت المركز الثالث بنسبة(١٩,٠٪) ويليها البرامج السياسيه في المركز الرابع بنسبة (١٨,٣٪) وجاءت البرامج الوثائقية في المركز الاخير بنسبة (١١,١٪) وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسات قامت بها الباحثه على القنوات الفضائية المحليه عام ١٩٩٤.ويدل هذا على أن مدى اقبال العينة على برامج القنوات الفضائيه المحليه لم يتغير كثيرا.[xxvi]

جدول رقم (٨) يبين اللغة / اللهجة التي تقدم بها برامج الفضائيات المحلية:

اللغة / اللهجة	ك	٪
العربية والإنجليزية	٨٦	٥٦,٢
اللهجة المحلية	٤٥	٢٩,٤
العربية الفصحى	٤٢	٢٧,٥
الإنجليزية	٢٩	١٩,٠
أخري	١٥	٩,٨

يتضح من الجدول السابق أن اللغة العربية والإنجليزية هي أكثر اللغات التي تقدم بها برامج الفضائيات المحلية حيث بلغت نسبتها(٥٦,٢٪) يليها اللهجة المحلية بنسبة (٢٩,٤٪)ونالت المركز الثاني ثم العربية الفصحى ،وجاءت الإنجليزية في المركز الاخير بنسبة(١٩,٨٪) وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة قامت بها الباحثه على عادات وأنماط تعرض الشباب الاماراتي للانترنت عام ٢٠١٤ . [xxvii]

جدول رقم (٩) يبين أسباب تعرض عينة الدراسة للقنوات الفضائية الإماراتية المحلية

أسباب التعرض	ك	٪
تناولها موضوعات تهم الأسرة والمجتمع	٥٤	٣٥,٥
معالجتها لمشكلات محلية	٤٧	٣٠,٩
التسلية وقضاء وقت الفراغ	٤٥	٢٩,٦
معرفة الأخبار المهمة	٣٣	٢١,٧
تميز برامجها وجدتها	٣١	٢٠,٤

لأن برامجها تقدم باللهجة المحلية	٢٤	١٥,٨
تنمي العقل والفكر	١٨	١١,٨
تنمية الوعي الديني	١٤	٩,٢
لاأعرف	١٢	٧,٩

يتضح من الجدول السابق أن أسباب التعرض للقنوات الفضائية الإماراتية المحلية جاء علي الترتيب ألتالي ان اكثر الاسباب تعرضا للقنوات الفضائيه هي لأنها تناولت موضوعات تهم الأسرة والمجتمع حيث بلغت النسبه(٣٥,٥٪) ونالت المركز الاول ويليها وبفارق نسبي بسيط معالجتها لمشكلات محليه ،بنسبة (٣٠,٩٪) والفرق بين النسبيتين ليس له دلاله احصائيه عن مستوى ثقة ٩٥، وجاء السبب التسلية وقضاء وقت الفراغ المركز الثالث بنسبة(٢٩,٦٪)واحتل المركز الثالث ،وتساوى السبب معرفة الاخبار وتميز برامجها حيث بلغت نسبة كل منهما ٢١,٧٪) (٢٠,٤٪)والفرق بين السبتين ليس له دلاله إحصائيه عند مستوى ثقة ٩٥.بينما جاء الوعي الديني في المرتبه قبل الاخيره بنسبة (٩,٢٪) وهذا يدل على ضعف البرامج التي تعالج موضوع التوعية الينيه .وتختلف نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة الدراسة التي قامت بها الباحثه عن الفضائيات المحليه وتدعيم القيم ٢٠٠٧.[xxviii]

جدول رقم (١٠) يبين مميزات القنوات الفضائية من وجهة نظر العينه

المميزات	ك	٪
ملتزمة بتنمية الهوية الوطنية المحلية	٤٨	٣١,٦
تسعي إلي الحفاظ علي الهوية العربية الإسلامية	٤٢	٢٧,٦
تتميز بجرأتها وطرحها لموضوعات حساسة تهم المجتمع	٤٢	٢٧,٦
تتميز بطرحها مضامين جاده في برامجها	٣٩	٢٥,٧
مميزة عن غيرها من القنوات الفضائية العربية	٣٤	٢٢,٤
ملتزمة بالتعريف بالتراث والتاريخ الإماراتي	٣١	٢٠,٤
معظم برامجها مستوردة من الخارج	١١	٧,٢
تروج لثقافات ومفاهيم غربية عن مجتمع الإمارات	١١	٧,٢

يتضح من الجدول السابق أن اهم مميزات القنوات الفضائية هي ملتزمة بتنمية الهوية الوطنية المحليه حيث بلغت نسبتها ٣١,٦٪ ،وتلاها تسعى للحفاظ على الهوية العربية والإسلامية ،بنسبة ٢٧,٦)٪) ،وتلالها تتميز بجرأتها وطرحها لموضوعات حساسة تهم المجتمع،بنسبة(٢٧,٦٪) ،وتلالها تتميز بطرحها مضامين جادة في برامجها ،بنسبة٢٥,٧)٪) ،وتلالها مميزة عن غيرها من القنوات الفضائية العربية ،بنسبة(٢٢,٤٪) ،وتلاها ملتزمة بالتعريف بالتراث والتاريخ الإماراتي،بنسبة (٢٠,٤٪)، وتلاهاا معظم برامجها مستوردة من الخارج و تروج لثقافات ومفاهيم غربية عن مجتمع الإمارات ، حيث بلغت نسبة كلا منهما (٧,٢٪)وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسات أجرتها الباحثة على اتجاهات الاعلاميين والجمهور ازاء دور القنوات الفضائيه المحليه (٢٠١٣) وهذا يدل على مدى التزام القنوات الفضائيه بالبرامج التي تبثها .[xxix]

جدول رقم (١١) يبين الجوانب الإيجابية لاستخدام اللغة العربية في القنوات الفضائية الإماراتية:

الجوانب الإيجابية	ك	٪
الإهتمام بحماية التراث الثقافي والتاريخي للمجتمع	٥٥	٣٥,٩
انفتاح الجمهور الإماراتي علي الخارج	٥٤	٣٥,٣
زيادة معارف ومعلومات الجمهور المحلي	٤٧	٣٠,٧
مناقشة القضايا المحلية بفاعلية	٤٠	٢٦,١
ربط ما بين إمارات الدولة وسكانها	٢٨	١٨,٣

يتضح من الجدول السابق أن الجوانب الإيجابية لاستخدام اللغة العربية في القنوات الفضائية الإماراتية جاءت على الترتيب التالي الاهتمام بحماية التراث الثقافي والتاريخي للمجتمع حيث بلغت النسبه،٣٥,٩)٪) ،وتلاها انفتاح الجمهور الإماراتي علي الخارج،بنسبة (٣٥,٣٪) ،وتلاها ،زيادة معارف ومعلومات الجمهور المحلي،بنسبة ٣٠,٧)٪) ،وتلالها ،مناقشة القضايا المحلية بفاعلية،بنسبة (٢٦,١٪)، وتلاها ربط ما بين إمارات الدولة وسكانها،بنسبة ١٨,٣٪، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التي اجرتها الباحث على القنوات الفضائيه عام ٢٠٠٧ .xxx

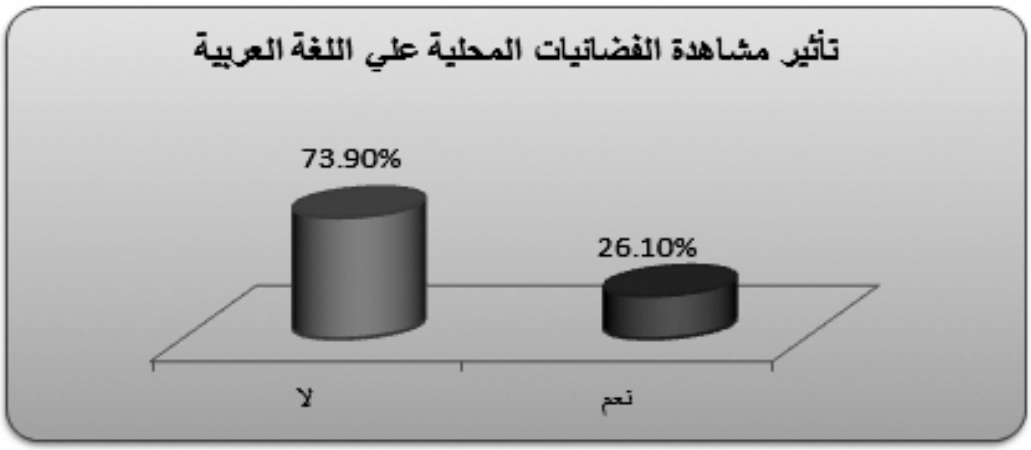
جدول رقم (١٢) يبين تقييم الجوانب في أداء القنوات الفضائية للغة العربيةمن وجهة نظر العينه المبحوثة

تقييم الجوانب	ك	٪
أسلوب التقديم	٧١	٤٦,٧
الإعداد الجيد للبرامج	٦١	٤٠,١
النطق الصحيح	٥٩	٣٨,٨
تمكن المذيعين والمذيعات المواطنات	٢٧	١٧,٨
توظيف المؤثرات المرئية والرقمية	٢٣	١٥,١

يتضح من الجدول السابق أن تقييم أداء القنوات الفضائية للغة العربية جاء من خلال:

١) أسلوب التقديم بنسبة(٤٦,٧٪) ونال المركز الاول ،وتلاها لإعداد الجيد للبرامج بنسبه(١٠٪) ونال المركز الثاني ،وتلالها النطق الصحيح بنسبة (٣٨,٨٪) ،وتلاها وجودا لمذيعين والمذيعات المواطنات ،بنسبة (١٧,٨٪ الجدول رقم (٧) ان أكثر البرامج مشاهدة في الفضائيات المحلية من قبل العينه)، وتلاها توظيف المؤثرات المرئية والرقمية،بنسبة ،(١٥,١٪). وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التي اجرتها الباحثة على القنوات الفضائيه عام ٢٠٠٧ .xxxi

رسم بياني رقم (٣) يبين تأثير مشاهدة الفضائيات المحلية على اللغة العربية:



تضح من الشكل البياني السابق أنه لم يكن هناك تأثير من مشاهدة الفضائيات المحلية على اللغة العربية لدى المبحوثين بنسبة (٧٣,٩٠٪)، و (٢٦,١٠٪)منهم تأثرت لغتهم العربية من مشاهدة الفضائيات المحلية. وهذا يدل على مدى اهتمام القنوات الفضائيه باللغة العربية

جدول رقم (١٣) يبين مشاهدة الفضائيات المحلية وتأثيرها على اللغة العربية:

	تأثير مشاهدة الفضائيات المحلية علي اللغة العربية								
	نعم		لا		المجموع				
النوع	ك	٪	ك	٪	ك	٪	مان ويتني	قيمة المعنوية	الدلالة الإحصائية
ذكر	١٣	٨,٥٪	٥٢	٣٤,٠٪	٦٥	٤٢,٥٪	٢٥٥٤,٥٠٠	.١٣٨	لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية
أنثي	٢٧	١٧,٦٪	٦١	٣٩,٩٪	٨٨	٥٧,٥٪			
المجموع	٤٠	٢٦,١٪	١١٣	٧٣,٩٪	١٥٣	١٠٠,٠٪			

يتضح من الجدول السابق أنه بلغت نسبة الاناث الذين اثرت مشاهدة الفضائيات المحلية على لغتهم ،(٥٧,٥٪) ،بينما بلغت نسبة الذكور الذين تأثرت لغتهم بمشاهدة الفضائيات المحلية ٤٢,٥٪) وعلى مستوى الذكور والإناث نجد انه لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بينهم من حيث مشاهدة الفضائيات المحلية وتأثيرها على اللغة العربية حيث بلغت قيمة المعنوية p Value ٠,١٣٨ وهي أعلى من ٠,٠٥.

جدول رقم (١٤) يبين مشاهدة الفضائيات المحلية وتأثيرها على اللغة العربيةمن حيث عمر عينة الدراسة

العمر	ك	٪	ك	٪	ك	٪	كروسكال والاس	قيمة المعنوية	الدلالة الإحصائية
من ٢٠ إلي ٢٩	٣٦	٢٣,٥٪	٩٩	٦٤,٧٪	١٣٥	٨٨,٢٪	٢,٢٠٣	.٣٣٢	لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية

من ٣٠ إلي ٣٩	٢	٪١,٣	١٢	٪٧,٨	١٤	٪٩,٢			
من ٤٠ إلي ٤٩	٢	٪١,٣	٢	٪١,٣	٤	٪٢,٦			
أكثر من ٥٠	٠	٪٠.	٠	٪٠.	٠	٪٠.			
المجموع	٤٠	٪٢٦,١	١١٣	٪٧٣,٩	١٥٣	٪١٠٠,٠			

يتضح من الجدول السابق أن نسبة الذين يقعون في فئة السن مابين ٢٠-٢٥ ٨٨,٢٪) ،وتلتها فئة السن من ٣٠-٣٩ ،بنسبة(٩,٢٪) وتلتها فئة السن من ٤٠-٤٩،بنسبة بلغت (٢,٥٪) ،وتلتها فئة السن من ٥٠ فأكثر وبمقارنة فئات السن يتضح من الجدول السابق أنه لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في فئات العمر المختلفة من حيث مشاهدة الفضائيات المحلية وتأثيرها علي اللغة العربية حيث بلغت قيمة المعنوية p Value ٠,٣٣٢ وهي أعلى من ٠,٠٥.

نوع التأثير	ك	٪
إيجابي	٣٣	٢١,٦
سلبي	٧	٤,٦
المجموع	٤٠	٢٦,١

رقم (١٥) يبين نوع التأثير من وجهة نظر العينه ايجابي ام سلبي نوع التأثير:

يتضح من الجدول السابق أن الذين أجابوا بأن التأثير على اللغة العربية كان تأثير إيجابي بلغت نسبتهم(٢١,٦٪) بينما الذين جابو بان التأثير علي اللغة العربية من مشاهدة الفضائيات المحلية كان سلبي ،بلغت نسبتهم(٤,٦٪) لمن تأثرت عندهم اللغة الغة العربية من مشاهدة الفضائيات المحلية ، وهذا يدل على مدى اهتمام المسؤلين في القنوات الفضائية بالبرامج التي تبث من خلال تلك الفضائيات .

جدول رقم (١٦) يبين أثار مشاهدة الفضائيات المحلية علي مستوي اللغة العربية:

أثار المشاهدة	ك	٪
إغناء ثروتك اللغوية	٨٥	٥٦,٧
تطوير قدراتك في الكتابة	٦٨	٤٥,٣
إضعاف مستواك في اللغة العربية	١١	٧,٣
إفتقار ثروتك اللغوية	١٠	٦,٧

يتضح من الجدول السابق أهم آثار مشاهدة الفضائيات المحليه على مستوى اللغة العربية لدى عينة الدراسة وهي،إغناء ثروتك اللغويه حيث بلغت النسبة (٥٦,٧٪) ونال المركز الاول و،يليها تطوير قدرتك على الكتابه بنسبة (٤٥,٣٪) وهذا يدل على أن مشاهدة الفضائيات المحلية علي مستوي اللغة العربية له تأثير كبير في إغناء الثروة اللغوية ثم تطوير القدرات في الكتابة لدلى افراد العينه المبحوثة ،وهذا يدل ايضا على مدى اهتمام الفضائيات المحليه باللغة العربية . وعلى مستوى الذكور والإناث فقد بلغت نسبة الذكور(٤٢,٧٪) ،والإناث ،بلغت النسبة ٥٧,٣٪)) وبالمقارنة بين النسبتين تبين انه ليس هناك فروق جوهريه ذات دلاله احصائيه بين النسبتين وهذا يدل على ان كلا الجنسين تساوى في آ ثار المشاهده ..

جدول رقم (١٧) يبين مقترحات تطوير استخدام اللغة العربية في الفضائيات المحلية من وجهة نظر عينة الدراسة

المقترحات	ك	٪
اهتمام المؤسسات الرسمية باللغة العربية في الفضائيات المحلية	٦٥	٤٢,٨
أن تهتم أكثر بالحفاظ علي الهوية العربية والإسلامية	٥٩	٣٨,٨
القيام بحملات توعية بحماية اللغة العربية في الفضائيات المحلية	٥٩	٣٨,٨
أن تهتم بطرح ومعالجة المشكلات المجتمعية	٤٧	٣٠,٩
الدعوة الي وضع ضوابط لحماية اللغة العربية أسوة بدول أخري في العالم	٤٠	٢٦,٣
أن تهتم بمخاطبة جميع الفئات العمرية والاجتماعية	٣٤	٢٢,٤
أن تسمح بمشاركة أوسع	٢٦	١٧,١
أن تهتم أكثر بقضايا المرأة	٢١	١٣,٨
أن تهتم برصد القضايا العربية والإسلامية أكثر	٢٠	١٣,٢
أن تعتني أكثر بنوعية المذيعات ومظهرهن	١٥	٩,٩

يتضح من الجدول السابق أن مقترحات تطوير استخدام اللغة العربية في الفضائيات المحلية جاءت على الترتيب التالي اهتمام المؤسسات الرسمية باللغة العربية في الفضائيات المحلية،بنسبة ٤٢,٨)٪) ،وتلتها أن تهتم أكثر بالحفاظ علي الهوية العربية والإسلامية بنسبة (٣٨,٨٪) وتلتها القيام بحملات توعية بحماية اللغة العربية في الفضائيات المحلية بنسبة ((٣٨,٨، وتلتها أن تهتم بطرح ومعالجة المشكلات المجتمعية بنسبة (٣٠,٩٪) وتلتها الدعوة الى وضع ضوابط لحماية اللغة العربية أسوة بدول اخرى في العالم،بنسبة ٢٦,٣)٪) وتلتها أن تهتم بمخاطبة جميع الفئات العمرية والاجتماعية بنسبة (٢٢,٤٪) ،وتلتها أن تسمح بمشاركة أوسع بنسبة(١٧,١٪) ،وتلتها أن تهتم أكثر بقضايا المرأة بنسبة ١٣,٨٪ وتلتها أن تهتم برصد القضايا العربية والإسلامية أكثر بنسبة ١٣,٢ ،وتلتها أن تعتني أكثر بنوعية المذيعات ومظهرهن بنسبة (٩,٩٪).

× الجداول في الملحق

جدول رقم (١٨) يبين الأمور التي يجب اتباعها لحماية اللغة العربية في الفضائيات المحلية:

الأمور الواجب اتباعها لحماية اللغة العربية في الفضائيات المحلية	ك	٪
يجب توعيتهم إلي أهمية اللغة العربية	٧٣	٤٨,٣
عقد ندوات للتوعية باللغة الأم علي أن تبث في كل القنوات العربية الخاصة منها والعامة تعميماً للفائدة	٦٣	٤١,٧
توجية الأبناء للغة والمصطلحات الصحيحة فيها وجعلهم يدركون مكانة اللغة العربية من خلال كتاب الله كأفضل وسيلة	٥٦	٣٧,١
عقد دورات تثقيفية في المدارس والجامعات	٤٨	٣١,٨
علي الأسرة والمجتمع متابعة المستجدات	٣٣	٢١,٩

يتضح من الجدول السابق أن الأمور التي يجب اتباعها لحماية اللغة العربية في الفضائيات المحلية جاءت على الترتيب التالي يجب توعيتهم الي أهمية اللغة العربية بنسبة ٤٨,٣)٪) ، وتلتها عقد ندوات للتوعية باللغة الأم على أن تبث في كل القنوات العربية

الخاصة منها والعامة تعميماً للفائدة بنسبة (٤١,٧٪)، وتلتها توجيه الأبناء للغة والمصطلحات الصحيحة فيها وجعلهم يدركون مكانة اللغة العربية من خلال كتاب الله كأفضل وسيلة بنسبة ٣٧,١)٪) وتلتها عقد دورات تثقيفية في المدارس والجامعات، بنسبة (٣١,٨٪،وتلتها علي الأسرة والمجتمع متابعة المستجدات بنسبة (٢١,٩٪). من هذه النتيجة يتضح لنا ان اهم الامور الواجب اتباعها لحماية اللغة العربية في الفضائيات المحليه هي التوعية بأهمية اللغة العربية وعقد الندوات باللغة الام على كل القنوات الفضائيه الخاصة منها والعامة لتعميم الفائدة وتوجيه الابناء للغة والمصطلحات الصحيحة .

النتائج والتوصيات

١- أن أكثر بقليل من نصف عدد المبحوثين يشاهدون الفضائيات المحلية والعربية والأجنبية مجتمعة بنسبة بلغت (٥١٪). وهذا يدل على إقبال الجمهور عامه على مشاهدة الفضائيات عامة .

٢- أن أكثر بقليل من نصف عدد المبحوثين يشاهدوا الفضائيات المحلية أحياناً بنسبة بلغت ٥١,٦٠٪)، و (٢٠,٣٠٪) منهم يشاهدونها دائما و(٢٣,٥٠٪) يشاهدونها نادراً وأخيراً(٤,٦٠٪) لايشاهدون الفضائيات المحلية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسات عدة اوضحت نفس النتيجة ومنها دراسة كل من فوزيه ال علي فوزية آل وحيث اجريت دراسة على مدى مشاهدة الجالية الإماراتية.

٣- نسبة الاناث الذين يشاهدون برامج الفضائيات بلغت (٥٧,٥٪) مقابل مشاهدة الذكور التي بلغت نسبتها(٤٢,٥٪) و لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من حيث درجة مشاهدة برامج الفضائيات حيث بلغت قيمة المعنوية p Value ٠,٧٧٨ وهي أعلى من ٠,٠٥. وهذا يدل على مدى اقبال العينه من الذكور والإناث على مشاهدة برامج الفضائيات .

٤- أن اكثر القنوات المحلية متابعة من وجهة نظر العينة هي قناة دبي لفضائية حيث بلغت النسبه ٦٠,٨٪)واحتلت المركز الاول ويليها قناة أبوظبي وبلغت النسبه(٤٩,٧٪) واحتلت المركز الثاني وجاءت سما دبي في المركز الثالث بنسبة (٤١,٢٪) وتلتها قناة الشارقة بنسبة(٢٤,٨٪) واحتلت المركز الرابع.

٥- أن مايقارب من نصف عدد المبحوثين بنسبة بلغت (٤٥,٨٠٪) يشاهدون القنوات الفضائية المحلية من ساعة الى ساعيتين وشاهدون أقل من ساعة بنسبة بلغت(٢٧,٥٠٪)، ويشاهدون أكثر من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة بلغت(٢١,٦٠٪).

٦- أن عدد الساعات التي يشاهد بها الاناث القنوات الفضائيه المحليه بلغت (٥٧,٥٪) ونالت المركز الاول بينما بلغت نسبة عدد الساعات التي يشاهد بها الذكور القنوات الفضائيه (٤٢,٥٪)ونالت المركز الثاني والأخير وعلى مستوى الذكور والإناث تبين انه لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث عدد ساعات مشاهدة الفضائيات المحلية حيث بلغت قيمة المعنوية p Value ٠,٥٧٨ وهي اعلى من ٠,٠٥. .

٧- أن أكثر فئات السن من حيث عدد الساعات مشاهدة هي الفئه الواقعه بين ٢٠-٢٩ أي فئة الشباب حيث بلغت النسبه(٨٨,٢٪) أنه لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من من فئات العمر المختلفة من حيث عدد ساعات مشاهدة الفضائيات المحلية حيث بلغت قيمة المعنوية p Value ٠,٥٣٣ وهي اعلى من ٠,٠٥.

٨- لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في المستويات التعليمية المختلفة من حيث عدد ساعات مشاهدة الفضائيات المحلية حيث بلغت قيمة المعنوية p Value ٠,٤١٣ وهي أعلي من ٠,٠٥.

أن أكثر البرامج مشاهدة في الفضائيات المحلية جاء على الترتيب التالي، برامج اجتماعية بنسبة ٥٥,٦٪)، ونالت المركز الاول ويليها في المركز الثاني البرامج إخبارية بنسبة (٢٧,٥٪)،والبرامج الثقافية نالت المركز الثالث بنسبة (١٩,٠٪) ويليها البرامج السياسيه في المركز الرابع بنسبة (١٨,٣).

١٠- أن اللغة العربية والإنجليزية هي أكثر اللغات التي تقدم بها برامج الفضائيات المحلية حيث بلغت نسبتها ٥٦,٢٪ يليها اللهجة المحلية بنسبة ٢٩,٤٪ ونالت المركز الثاني، ثم العربية الفصحى وجاءت الإنجليزية في المركز الأخير بسبة ١٩,٨٪ وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة قامت بها الباحثه على عادات وأنماط تعرض الشباب الاماراتي للقنوات الفضائية عام ٢٠١٤ .

١٢- بينت الدراسة أن اكثر الاسباب تعرض العينة للقنوات الفضائية هي لأنها تناولت موضوعات تهم الأسرة والمجتمع حيث بلغت النسبه(٣٥,٥٪) ونالت المركز الأول ويليها وبفارق نسبي بسيط معالجتها لمشكلات محليه ،بنسبة ٣٠,٩٪) والفرق بين النسبيتين ليس له دلاله احصائيه عن مستوى ثقة ٩٥، وجاء السبب التسلية وقضاء وقت الفراغ المركز الثالث بنسبة(٢٩,٦٪) واحتل المركز الثالث ،وتساوى السبب معرفة الاخبار وتميز برامجها حيث بلغت نسبة كل منهما (٢١,٧٪)،(٢٠,٤ ٪)والفرق بين النسبتين ليس له دلاله احصائية عند مستوى ثقة ٩٥.بينما جاء الوعي الديني في المرتبه قبل الأخيرة بنسبة ٩,٢٪

١٣- أن اهم مميزات القنوات الفضائية هي ملتزمة بتنمية الهوية الوطنيه المحليه حيث بلغت نسيتها ٣١,٦٪ ،وتلاها تسعى للحفاظ على الهوية العربية والاسلاميه ،بنسبة (٢٧,٦٪) ،وتلالها تتميز بجرأتها وطرحها لموضوعات حساسة تهم المجتمع،بنسبة (٢٧,٦٪)،وتلالها تتميز بطرحها مضامين جادة في برامجها ،بنسبة٢٥,٧)٪)،وتلالها ،مميزة عن غيرها من القنوات الفضائية العربية ،بنسبة (٢٢,٤٪) ،وتلالها ملتزمة بالتعريف بالتراث والتاريخ الإماراتي،بنسبة(٣٥,٩٪).

١٤- أن الجوانب الإيجابية لاستخدام اللغة العربية في القنوات الفضائية الإماراتية جاءت على الترتيب التالي :الإتمام بحماية التراث الثقافي والتاريخي للمجتمع ،٣٥,٩)٪) ،وتلتها انفتاح الجمهور الإماراتي على الخارج،بنسبة (٣,٥٣٪)،وتلالها ،زيادة معارف ومعلومات الجمهور المحلي،بنسبة ٣٠,٧)٪)،وتلالها ،مناقشة القضايا المحلية بفاعلية،بنسبة (٢٦,١٪)، وتلاها ربط ما بين إمارات الدولة وسكانها،بنسبة (١٨,٣٪)، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التي اجرتها الباحث على القنوات الفضائيه عام ٢٠٠٧م .

١٥- أن تقييم أداء القنوات الفضائية للغة العربية جاء من خلال أسلوب التقديم بنسبة(٤٦,٧٪) ونال المركز الاول ،وتلالها الإعداد الجيد للبرامج بنسبة ونال المركز الثاني ،وتلاها ، ،وتلالها النطق الصحيح بنسبة (٣٨,٨٪)،وتلالها المذيعين والمذيعات المواطنات ،بنسبة (١٧,٨٪،) وتلالها توظيف المؤثرات المرئية والرقمية،بنسبة ، ١٥,١)٪). وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة الدراسة التي اجرتها الباحث على القنوات الفضائيه عام ٢٠٠٧ م.

١٦- أنه بلغت نسبة الاناث الذين اثرت مشاهدة الفضائيات المحليه على لغتهم ،٥٧,٥٪،بينما بلغت نسبة الذكور الذين تأثرت لغتهم بمشاهدة الفضائيات المحلية (٤٢,٥٪) وعلى مستوى الذكور والإناث نجد انه لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بينهم من حيث مشاهدة الفضائيات المحلية وتأثيرها علي اللغة العربية حيث بلغت قيمة المعنوية p Value ٠,١٣٨ وهي أعلي من ٠,٠٥.

١٧- بلغت نسبة الذين يقعون في فئة السن مابين ٢٠-٢٥ (٨٨,٢٪) ،وتلتها فئة السن من ٣٠-٣٩ ،بنسبة (٩,٢٪) وتلتها فئة السن من ٤٠-٤٩،بنسبة(٢,٥٪) ،وتلتها فئة السن من ٥٠ فأكثر وبمقارنة فئات السن يتضح من الجدول السابق أنه لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في فئات العمر المختلفة من حيث مشاهدة الفضائيات المحلية وتأثيرها علي اللغة العربية حيث بلغت قيمة المعنوية p Value ٠,٣٣٢ وهي اعلى من ٠,٠٥.

١٨- اهم اثار مشاهدة الفضائيات المحليه على مستوى اللغة العربية ،اغناء ثروتك اللغويه حيث بلغت النسبة (٥٦,٧٪) ونال المركز الاول و،يليها تطوير قدرتك على الكتابه بنسبة (٤٥,٣٪) وهذا يدل على أن مشاهدة الفضائيات المحلية علي مستوي اللغة العربية له تأثير كبير في إغماء الثروة اللغوية ثم تطوير القدرات في الكتابة لدلى افراد العينه المبحوثة ،وهذا يدل ايضا على مدى اهتمام الفضائيات المحليه باللغة العربية . وعلى مستوى الذكور والإناث فقد بلغت نسبة الذكور(٤٢,٧ ٪)

،والإناث ،بلغت النسبة ٥٧,٣٪ وبالمقارنة بين النسبتين تبين انه ليس هناك فروق جوهريه ذات دلاله احصائية بين النسبتين وهذا يجدل على ان كلا الجنسين تساوى في آثار المشاهده.

١٩- اهم آثار مشاهدة الفضائيات المحليه على مستوى اللغة العربية ،اغناء ثروتك اللغويه حيث بلغت النسبة(٥٦,٧٪) ونال المركز الاول و،يليها تطوير قدرتك على الكتابه بنسبة(٤٥,٣٪) وهذا يدل على أن مشاهدة الفضائيات المحلية علي مستوي اللغة العربية له تأثير كبير في إغماء الثروة اللغوية ثم تطوير القدرات في الكتابة لدلى افراد العينه المبحوثة ،وهذا يدل ايضا على مدى اهتمام الفضائيات المحليه باللغة العربية . وعلى مستوى الذكور والإناث فقد بلغت نسبة الذكور(٤٢,٧ ٪) ،والإناث ،بلغت النسبة ٥٧,٣٪ وبالمقارنة بين النسبتين تبين انه ليس هناك فروق جوهريه ذات دلاله احصائية بين النسبتين وهذا يجدل على ان كلا الجنسين تساوى في آثار المشاهده . الجداول في الملحق .

بيمنا جاءت النتائج بالنسبة للمستوى التعليمي كالتالي الجامعي ٨٢,٧٪))، ويليها الثانوي بنسبة (٩,٣٪) ، والفرق الجامعي بنسبة (،(٨,٠٪،ومن هذه النتيجة يتبين لنا ان المرحله الجامعيه هي اكثر المراحل تأثرا بمشاهدة الفضائيات المحليه ويعود ذلك ربما لزيادة معدل المشاهدة بين هذه الفئه .

٢٠- أن الأمور التي يجب اتباعها لحماية اللغة العربية في الفضائيات المحلية جاءت على الترتيب ألتالي يجب توعيتهم إلي أهمية اللغة العربية بنسبة (٤٨,٣٪)، وتلتها عقد ندوات للتوعية باللغة الأم علي أن تبث في كل القنوات العربية الخاصة منها والعامة تعميماً للفائدة بنسبة(٤١,٧٪)، وتلتها توجيه الأبناء للغة والمصطلحات الصحيحة فيها وجعلهم يدركون مكانة اللغة العربية من خلال كتاب الله كأفضل وسيلة بنسبة ٪(٣٧,١)وتلتها عقد دورات تثقيفية في المدارس والجامعات، بنسبة(٪(٣١,٨،وتلتها علي الأسرة والمجتمع متابعة المستجدات بنسبة ٢١,٩. من هذه النتيجة يتضح لنا ان اهم الامور الواجب اتباعها لحماية اللغة العربية في الفضائيات المحليه هي التوعية بأهمية اللغة العربية وعقد الندوات باللغة الام على كل القنوات الفضائيه الخاصة منها والعامة لتعميم الفائدة وتوجيه الابناء للغة والمصطلحات الصحيحة .

اهم التوصيات :

١- وتوصي الدراسة بإجراء مزيد من البحوث حول تأثير القنوات الفضائية على قطاعات مختلفة من ألجمهور وبإجراء دراسات مستفيضة حول طبيعة العمل في القنوات ألفضائية والعوامل المؤثرة في توجهات القنوات ألفضائية كما توصي بإجراء دراسات حول جمهور القنوات الفضائية المتخصصة واتجاهات الجمهور نحوها .

٢-.كما توصي الدراسة أن الأمور التي يجب اتباعها لحماية اللغة العربية في الفضائيات المحلية: توعيتهم على أهمية اللغة العربية، وعقد ندوات للتوعية باللغة الأم علي أن تبث في كل القنوات العربية الخاصة منها والعامة تعميماً للفائدة توجيه الأبناء للغة والمصطلحات الصحيحة فيها وجعلهم يدركون مكانة اللغة العربية من خلال كتاب الله كأفضل وسيلة وعقد دورات تثقيفية في المدارس والجامعات، ،بناء على ما ابدته العينه في هذا الشأن .

٤-أهم آثار مشاهدة الفضائيات المحليه على مستوى اللغة العربية ،اغناء ثروتك اللغويه و تطوير قدرة الجمهور على الكتابه وهذا يدل على أن مشاهدة الفضائيات المحلية علي مستوي اللغة العربية له تأثير كبير في إنماء الثروة اللغوية ثم تطوير القدرات على الكتابة لدلى افراد العينه المبحوثة ،وهذا يدل ايضا على مدى اهتمام الفضائيات المحليه باللغة العربية وتوصي الباحثة الاستمرار بهذا النوع من البرامج باللغة العربية تلبية لرغبة الجمهور ..

٦- الاهتمام ببرامج التراث في القنوات الفضائيه لأنها نالت نسبة بسيطة ،حيث أن برامج التراث من البرامج الهامه التي يجب ان تتميز بها القنوات الفضائيه لأنها تنقل تراث الاجيال السابقة للجيل الجديد.

٧- تخصيص قناة خاصة لتعليم اللغة العربية الفصحى عن بعد من خلال المناشط اللغوية ، والمواقف الحياتية المختلفة .

٨- تدريب المعلمين على طرائق جديدة في اكتساب مهارات اللغة العربية ، مثل : طريقة تمثيل الأدوار

٩- تكثيف البرامج التربوية الهادفة الى تنمية مفاهيم الترابط الأسري و الاهتمام بالبرامج التوعية
١٠- والتثقيفية التي تحث على التسامح والعفو والتعاون والانتماء
١١. توعية الشباب بايجابيات وسلبيات القنوات الفضائية المحلية
١٢- توعية الوالدين بأهمية رقابة سلوك الأبناء في مجال المشاهدة والاستماع للقنوات الفضائيةالمحلية للاستفادة من البرامج التي تبثها القنوات الفضائية المحلية في تنمية اللغة العربية .
١٣- وأن يكونا قدوة لأبنائها مع عقد الندوات والدورات التي تحث على كيفية اختيار ما نشاهده من مواد إعلامية هادفة وحثهم على مشاهدة القنوات الفضائيه المحلية للاستفادة من البرامج التي تبثها القنوات الفضائيه المحلية . .
١٣-. تنمية الرقابة الداخلية للأبناء بعدم مشاهدة كل ما يعرض على القنوات الفضائية المحلية مع اختيار البرامج الهادفة والمفيدة و تحديد زمن ومدة المشاهدة .
١٤- تنمية القدرات اللغوية لدى المذيعين وتنقية الفضائيات من شوائب الخطأ اللغوي،ومما لاشك فيه أن التزام القائمين على الاعلام بقواعد اللغة من شأنه أن يضبط التطور اللغوي ويضعه في مجراه الصحيح.
١٥- استغلال الرسالة الإعلامية للفضائيات المحلية بما يخدم اللغة العربية ويساهم في الارتقاء بها،من خلا ضبط النشاط التلفزيوني وإخضاعه للسياسة التربوية الشاملة.

إنتاج المصطلحات العربية وترويجها إعلامياً والمتابعة المستمرة لأنشطة المجامع اللغوية ومراكز التعريب وتوظيف الجديد منها إعلاميا حتى تجد هذه المفاهيم طريقها للوصول للجماهير.،وتكون اللغة العربية أكثر مواكبة للتطور المعرفي والتقني للحضارة المعاصرة،.

المراجع

i – هالة كمال احمد نوفل : دور القنوات الفضائية العربية في دعم القيم والقضايا القومية . دراسة ميدانية على عينة من الجمهور في محافظة قنا منشور فى المجلة المصرية للبحوث الرأي العام . المجلد السادس العدد
iii – White، H.A. (١٩٩٧) ، Considering Interacting Factors in Third Person Effect،
v Fishbein، M (١٩٦٧) . Attitude and the prediction of behaviour. In: Fishbein، M (Ed.). Readings in attitude theory and measurement. New York: Wiley
vi. White، H.A (١٩٩٧) ، Considering Interacting Factors in Third Person Effect،
vii ايمن منصور ندا : نظرية تأثير الآخرين فى دراسات الرأي العام ، أسسها النظرية وبعض تطبيقاتها فى المجتمع المصري ، (القاهرة ، لمجلة المصرية ----- الاعلام ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الخامس عشر ، ابريل يونيو ، ٢٠٠٠) ص ٣٥ – ٤٦ التاسع لكلية الاعلام . الجزء الثاني مايو ٢٠٠٣ حتى ٦٦٥-٦٦٦
viii هويدا مصطفى ، اتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث ١١ سبتمبر وتداعياتها : دراسة استطلاعية على عينة من الصفوة المصرية، مجلة بحوث الرأي العام، المجلد الثالث ، العدد الرابع ، أكتوبر – ديسمبر ، ٢٠٠٢ م .
ix- عادل عبد الغفار ، أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ٢ ، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٣ م .
ix عاطف عدلي العبد ، وفوزية العلى عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية : دراسة استطلاع عن كلية وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة دراسة فى الإعلام الفضائي ، دار الفكر العربي ، العالمى١٩٩٤
ix عبدا لله بدران ::سطوة اللهجات المحليه على القنوات الفضائيه : ة مجلة الكويت
سوزان القليني ، مدى اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون وقت الأزمات: دراسة حالة على حادث الأقصر ، المجلية العلمية لبحوث

الإعلام، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، العدد الرابع ، ديسمبر ١٩٩٨م.

ix جيهان يسري ، اتجاهات الإعلاميين نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث الإرهاب ، المؤتمر العلمي السنوي الثامن : الإعلام وصورة العرب والمسلمين ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٢ ، ص ٥٩٩ – ٦٦٦ .

ix عادل فهمي،: دور التلفزيون المصري في تكوين الوعي الاجتماعي ضد الجريمة، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٥).

x سوزان القليني ، مدى اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون وقت الأزمات: دراسة حالة على حادث الأقصر ، المجلية العلمية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، العدد الرابع ، ديسمبر ١٩٩٨م.

xi الضبيبان، أ ، م . (١٩٩٧) .المادة الإخبارية في القنوات الفضائية، دراسة تقويمية لعينة من المادة الإخبارية واستخدام الجمهور لها . رسالة دكتوراه جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية .الرياض.

xii عادل ضيف ، رأي النخبة حول دور الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين بالخارج، المؤتمر السنوي الثامن : الإعلام وصورة العرب والمسلمين، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٢ م .

xiii عادل عبد الغفار ، أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ٢ ، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٣ م .

xiv عادل عبد الغفار ، تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية العربية في ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية . كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ٢٠٠٥م.

xivعاطف عدلي العبد ، وفوزية العلى عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية : دراسة استطلاع عن كلية وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة دراسة فى الإعلام الفضائي ، دار الفكر العربي ، العالمى١٩٩٤

xviii هويدا مصطفى ، اتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث ١١ سبتمبر وتداعياتها : دراسة استطلاعية على عينة من الصفوة المصرية، مجلة بحوث الرأي العام، المجلد الثالث ، العدد الرابع ، أكتوبر – ديسمبر ، ٢٠٠٢ م .

xix هويدا مصطفى ، استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التغطية التليفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام ٢٠٠٠ م ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني ، العدد الأول – يناير / مارس ٢٠٠١ م .

xx وليد عمشة. ، أثر التكنولوجيا المستخدمة في جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية : دراسة على القنوات الفضائية غير الحكومية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو ٢٠٠٢ .

xxii ياسمين طه على سيد ومحمد معوض إبراهيم موقف المشاهدين فى دولة الكويت من القناة الفضائية المصرية بعد التحرير ، دراسة ميدانية ، (دار الفكر العربي ١٩٩٤)

xxiii عاطف عدلي العبد ، وفوزية العلى عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية : دراسة استطلاع عن كلية وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة دراسة فى الإعلام الفضائي ، دار الفكر العربي ، العالمى١٩٩٤

xxiv عاطف عدلي العبد ، وفوزية العلى عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية مرجع سابق

xxv وفوزية العلى عادات وأنماط مشاهدة الجالية الاماراتية للقنوات الفضائية في المملكه المتحدة : دراسة استطلاع عن كلية ٢٠٠٧.

xxvi فوزيه ال علي تقويم الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية ألإماراتية دراسة مقارنة بين اتجاهات الجمهور والإعلاميين/مجلة العلوم الاجتماعية /جامعة الشارقة كلية الدراسات العليا والبحث العلمي /المجلد ٩ /العدد /٣ /السنه ٢٠١٢ ص٢

xxvii عاطف عدلي العبد ، وفوزية العلى عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية مرجع سابق

xxviii فوزيه ال علي تقويم الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية ألإماراتية دراسة مقارنة بين اتجاهات الجمهور والإعلاميين/مرجع سابق

xxix فوزيه ال علي تقويم الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية ألإماراتية دراسة مقارنة بين اتجاهات الجمهور والإعلاميين/مرجع سابق

xxx عاطف عدلي العبد ، وفوزية العلى عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية مرجع سابق

xxxi فوزيه ال علي تقويم الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية ألإماراتية دراسة مقارنة بين اتجاهات الجمهور والإعلاميين