

مدى تأثير طلبه الإعلام بشاشات الفضائية وانعكاس التعرض إليها

م.م. امجد محسن ثجيل
جامعة ذي قار - كلية الاعلام

المقدمة:

تعد القنوات الفضائية من بين الوسائل الرئيسية للاتصال الجماهيري، وتصبح أكثر أهمية في ظل التطورات السريعة في مجالات الاتصالات والنقل، التي جعلت العالم يتحول إلى قرية صغيرة؛ حيث تتمتع هذه القنوات بقدرة كبيرة على جذب الجماهير إلى شاشاتها، وتوجيه الرأي العام في أي مكان في العالم، بالإضافة إلى استخدامها في التأثير على التوجهات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وغير ذلك الكثير. إن العالم يشهد منذ بداية القرن العشرين، ثورة ثقافية إعلامية كبيرة أدت الى احداث تغييرات هامة في مجالات الحياة الانسانية المعاصرة، ألغت المسافات واجتازت الحدود الجغرافية، فحملت اسكالا ونماذج متعددة من الافكار والعادات والقيم الاجتماعية، أدت الى تلاقي الثقافات وتقارب الشعوب. استخدام الأقمار الصناعية يعتبر جزءاً أساسياً من التقدم التكنولوجي في معظم دول العالم، حيث توفر تأثيراً كبيراً على جميع جوانب الحياة. فقد أصبحت الأقمار الصناعية جزءاً من حياة الناس، مما يؤدي إلى آثار إيجابية وسلبية في مختلف جوانب الحياة. تعتبر الأقمار الصناعية العصب الرئيسي للاتصالات الدولية، حيث حولت العالم إلى قرية صغيرة.

وتعتبر فئة الشباب أكثر الفئات استخداماً للمحطات الفضائية، نظراً لوضعهم الاجتماعي ومرحلة الانتقال التي يمرون بها. يعتبر الشباب فئة تعيش في مرحلة من التغيير الفكري والاجتماعي، حيث يسعى الكثيرون منهم إلى تحصيل العلم والمعرفة. إن الشباب هم الأكثر قدرة على فهم التقنيات الحديثة واستخدامها بشكل فعال، مما يجعلهم يسعون بشدة للاستفادة منها والتأثير بها.

ويمثل الطلاب الجامعيون فئة خاصة، حيث ليسوا فقط الأكثر تعرضاً للتغير، بل إنهم يشكلون قوة تأثيرية كبيرة في المجتمع، نظراً لروايتهم وتصوراتهم التي تختلف عن تلك للأجيال السابقة. إنهم يساهمون بشكل كبير في التغيير الثقافي والاجتماعي، نظراً لخلفيتهم وتعليمهم واستعدادهم لتبني التقنيات الحديثة واستخدامها في حياتهم اليومية.

وتعد القنوات الفضائية أحد المعالم الحديثة للإعلام، واستطاعت العديد من القنوات الفضائية العربية جذب اهتمام طلبة الجامعات بشكل ملفت للانتباه، رغم وجود بعض وجهات النظر التي تدحض فكرة الاستقلال التام لبعض المحطات.

بالتأكيد، يمكن أن يؤدي تعرض الطلاب الجامعيين لشاشات التلفاز والمحطات الفضائية لساعات طويلة يومياً إلى تشكيل اتجاهات وروى وتصورات مختلفة حول هذه المحطات وبرامجها المتنوعة، وقد يؤدي ذلك أيضاً إلى تطوير أنماط وعادات مشاهدة معينة لديهم. ومن هنا جاءت أهمية هذا البحث، الذي يهدف إلى رصد تعرض طلبة الجامعات للقنوات الفضائية ودراسة تأثير ذلك على تصوراتهم وسلوكياتهم الاستهلاكية والاجتماعية.

الفصل الاول

الاطار المنهجي

مشكلة البحث:

هناك إقبال كبير من قبل فئة الشباب ومن بينهم طلبة الجامعات على مشاهدة القنوات الفضائية والتركيز على نوعية معينة منها، مما يؤدي إلى نتائج سلبية على السلوك الاجتماعي لهذه الفئة من المجتمع. وتظهر مشكلة البحث الحالي لقلّة الدراسات التي تحدد وبدقة الآثار السلبية للفضائيات على المجتمعات العربية من الجوانب النفسية والثقافية وغيرها. وكذلك تظهر مشكلة البحث في عدم قدرة الانظمة والحكومات في مواجهة ما تبثه الفضائيات وتأثيراتها السلبية المدمرة ثقافياً واجتماعياً وأخلاقياً ودينياً، إضافة إلى تأثيرها السلبي في التحصيل الدراسي لشريحة طلاب الجامعات.

أهمية البحث:

إن أهمية بحثنا تتجلى في التأكيد على دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي لدى الطلبة الجامعيين، وهو جانب من جوانب التنمية الشاملة التي تشكل هدفاً أساسياً من أهداف التعليم. كما يهدف البحث أيضاً إلى التعرف على القنوات الفضائية التي تسهم في تنمية هذا الوعي لدى الطلبة، بهدف تحسين أدائهم وتطوير قدراتهم، وذلك في ضوء متطلبات المرحلة التي يمر بها العراق لبناء الإنسان والدولة.

أهداف البحث:

يُعد هذا البحث من المحاولات التي تهدف الى:

١. التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات نحو الفضائيات، ومعرفة تأثيراتها السلبية والإيجابية فيهم.
٢. تحليل العادات والأنماط التي يتبعها طلاب الجامعات في متابعتهم للقنوات الفضائية كمصدر للتنقيف والوعي.
٣. تحديد القنوات الفضائية المفضلة لدى طلاب الجامعات وتقييم أسباب تفضيلهم لهذه القنوات.

منهج البحث:

تمثل هذه الدراسة نموذجاً للدراسات التي تركز على التحليل والوصف، حيث اعتمدت على منهج البحث المسحي الوصفي. يهدف هذا المنهج إلى استقصاء الحقائق الراهنة المتعلقة بالظاهرة المدروسة، بهدف فهمها وتفسيرها وتحليلها بشكل أعمق.^(١)

حدود البحث:

١- المجال المكاني:

محافظة ذي قار كلية الاعلام

٢- المجال الزماني

استغرق العمل الميداني ثلاثة أشهر للفترة من ٢٠٢٣/٨/١ ولغاية ٢٠٢٤/١/٥

عينة ومجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث من طلبة قسم الاعلام في كلية الاعلام الجامعة للعام الدراسي ٢٠٢٣ - ٢٠٢٤ وأختار الباحث عينة البحث بطريقة عشوائية حيث اشتملت على (١٢٥) طالب وطالبة.

أدوات البحث

- ١- مصاد المعلومات الورقية والالكترونية

٢- قام الباحث بعمل استبانة تتكون من ١٠ فقرات وزعها على عينة البحث واستخدم مقياس ليكرت الخماسي لملائمته وشموليته.

أولاً : الدراسات السابقة:

دراسة محمد (٢٠٠٣) ^(١) بعنوان ((استخدامات طلبة الجامعات للقنوات الفضائية وعلاقتها بمنظومة القيم في مجتمع الصعيد)) ، على عينة قوامها ٤٠٠ فرد من طلاب وطالبات جامعتي أسيوط والمنيا، توصلت الدراسة الى عدة نتائج من أهمها : أن (٨٠.٥%) من عينة الدراسة يشاهد القنوات الفضائية بانتظام ، ويشاهدها (١٩.٥%) بصفة غير منتظمة، كذلك احتلت القنوات الفضائية العربية المرتبة الاولى في تفضيلات عينة الدراسة بنسبة (٧٥.٥%) مقابل (٢٤.٥%) يشاهدون القنوات الفضائية العربية والاجنبية معاً . أما أهم القنوات الفضائية العربية المشاهدة لدى عينة الدراسة فهي : قناة الجزيرة ، وقناة mbc ، وقناة LBC ، وقناة ART الرياضية، وأهم القنوات الفضائية الاجنبية المشاهدة لدى عينة الدراسة هي: Euro News , CNN , BBC , Pol – sat , Super Movies كما أظهرت نتائج الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للشباب الجامعي في مجتمع الصعيد، والاشباع التي يحققها التعرض للقنوات الفضائية سواء العربية أو الاجنبية.

دراسة فتحي رمضان (٢٠٠٧) ^(٢) بعنوان تأثير برامج القنوات الفضائية على الوظائف الأساسية للأسرة. تناولت الدراسة الأسر المقيمة في العمارات السكنية بأحد أحياء ليبيا، وبلغ عدد مجتمع الدراسة (١٥) الف أسرة موزعين على (٣٧٠٠) سقة سكنية ، وبلغت العينة (١٢٠٠) أسرة ومن أبرز نتائج الدراسة: الفضائيات هي من أكثر الوسائل الاتصالية متبعة لدى العوائل الليبية، الغالبية منهم يجدون سلبيات الفضائيات أكثر من ايجابياتها فاتجاههم نحوها سلبية.

أما سلبيات الفضائيات برأيهم فهي: القضاء على الهوية الوطنية ونشر ثقافات وأخلاقيات مخالفة لثقافتنا ومنافية مع قيمنا وعاداتنا وتقاليدنا العربية الاسلامية ، وتشير الدراسة الى دور الأمهات والاباء الكبير في مواجهة هذه السلبيات من خلال تدعيم أدوارهم في الاسرة والمجتمع . وتوصي الدراسة بأن تلعب الاسرة دوراً أساسياً في بلورة مفاهيم إيجابية لدى أفرادها، وتعميق وعيهم إزاء التعامل مع برامج الفضائيات واختيار البرامج المفيدة.

دراسة الحسن، نديم ربحي (٢٠٠٨) ^(٣) بعنوان اتجاهات طلبة الجامعات الاردنية نحو المحطات الفضائية العربية. وهدفت الدراسة الى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، والى معرفة العادات الاتصالية وأنماط المشاهدة ، إضافة الى حجم تعرضهم لهذه المحطات. وتتلخص أبرز نتائج هذه الدراسة فيما يلي:

جاءت محطة MBC الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة من بين جميع المحطات الفضائية العربية ، وتلتها MBC٢ وروتانا والجزيرة الاخبارية و LBC وتجدر الإشارة الى أن الفضائية الاردنية جاءت بالمرتبة السابعة من ضمن مايفضل الطلبة للمشاهدة اتفق معظم الطلبة على ان الكليات الغنائية التي تبث عبر المحطات الغنائية العربية فاضحة وخادشة للحياء العام ولا تراعي الادب.

جاء نوع محطات الدراما (المسلسلات والافلام) الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة

جاء نوع البرامج الدرامية (المسلسلات والافلام) الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة

يشاهد معظم الطلبة الفضائيات من ١-٢ ساعة يومياً في أيام الدراسة بينما يرتفع الى ٤ ساعات وأكثر أيام العطل ونهاية الاسبوع.

الهدف الابرز للطلبة من المشاهدة هو الترفيه والتسلية ثم قتل الفراغ والملل.

ثانياً: تعريف المصطلحات

١- التعرض

كلمة "التعرض" في اللغة العربية تعني "عرضاً" وتعبر لغوياً عن إظهار الشيء وتبينه للجمهور، أما "العرض" فهو مصطلح يُشير إلى الظاهرة الزائلة والمؤقتة، ويُقسم إلى ثمانين جوانب: الكمية، الكيفية، الإضافة، المكان، الزمان، الوضع، الإرادة، والحدوث العفوي.^(٥)

تفسير مفهوم "التعرض" يشير إلى الإظهار الذي يقوم به الفرد للحقائق والأحداث، ويمكن أن يكون هذا العرض واضحاً، ضمنياً، أو غامضاً، ويتضمن الشرح، والبيان، والتفسير. ويمكن أيضاً أن يشير المصطلح إلى المكان المخصص لهذا العرض.^(٦)

التعرض يشكل أحد العناصر الأساسية في عمليات الاتصال، حيث يُعتبر وسيلة لإقامة الاتصال بين الرسالة الاتصالية ووسائل الاتصال الجماهيري من جهة، وبين الجمهور من جهة أخرى.^(٧)

المرسل يهدف إلى نقل رسالته وتأثيرها على المتلقي، ومن المهم أن يتم تفاعل المستقبل مع الرسالة لإتمام عملية الاتصال بشكل كامل. التعرض يعبر عن هذا التفاعل، حيث يتعين على الجمهور أن يستقبل الرسالة ويفهمها بشكل صحيح ليتمكن من الاستفادة منها. يُعتبر التعرض الوصلة الرئيسة بين الرسالة ووسيلة الاتصال من جهة، وبين الجمهور من جهة أخرى.^(٨)

وللتعرض أشكال يمكن إصباحها بما يلي :-

التعرض المباشر يشير إلى وصول المعلومات مباشرة إلى الأفراد دون وجود وسيط، مثل قراءة المطبوعات، أو الاستماع للراديو، أو مشاهدة التلفزيون.^(٩)

التعرض الغير مباشر يتمثل في انتقال المعلومات عبر مرحلتين رئيسيتين؛ الأولى هي من وسيلة الاتصال الجماهيرية إلى الأفراد، ومن ثم يقوم هؤلاء الأفراد بنقل المعلومات والأفكار والمعاني التي تلقوها من الوسيلة إلى الآخرين، حيث يتحولون إلى قادة رأي في المجتمع.^(١٠)

التعرض الانتقائي يشمل ميل الأفراد إلى التعرض للرسائل الإعلامية بشكل اختياري، حيث يختارون الرسائل التي يهتمون بها أو التي يجدونها مناسبة لاتجاهاتهم أو آرائهم. وفي الوقت نفسه، يتجنبون بشكل مدرك أو غير مدرك رسائل وسائل الإعلام التي قد تكون مثيرة للاهتمام أو التي لا تتماشى مع اتجاهاتهم.^(١١)

التعرض الانتقائي يعتمد على اختيار الأفراد للمعلومات التي تتفق مع معتقداتهم ومخزونهم المعرفي، والتي يتعرضون لها بشكل نشط. في هذه العملية، يميل الأفراد إلى استقبال المعلومات التي تعزز مواقفهم السابقة أو تتفق مع آرائهم وميولهم، بينما يتجنبون المعلومات التي تتعارض مع تلك المعتقدات أو قد تتسبب في تحديثها.^(١٢)

هذا السلوك الاتصالي يعتمد على العوامل الاجتماعية التي تؤثر في ادراك الفرد وتشكل رؤيته للعالم وفقاً لقيمه الشخصية ومعاييرها. ينبع هذا التأثير من الاتجاهات الثقافية والقيم الخاصة بالفرد، مما يؤدي إلى عملية اختيار شخصية تعكس ميوله واهتماماته. يُظهر هذا السلوك الانتقائي للجمهور توجههم إلى الاتصالات الجماهيرية التي تتوافق مع آرائهم واهتماماتهم الحالية.

وفي السياق ذاته، فإن عملية تعرض الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيرية تتجلى في فكرة مهمة مقدمة من باحثي الإعلام لازار فيلد وبيرلسون وجوديث، حيث يشيران إلى أن التعرض لوسائل الإعلام يكون دائماً انتقائياً، أي أن هناك علاقة دائمة بين آراء الأفراد والمحتوى الذي يختارون الاستماع إليه أو قراءته. ويميل الأفراد بشكل عام إلى التعرض لتلك الاتصالات الجماهيرية التي تتوافق مع اتجاهاتهم وآرائهم الحالية.^(١٣)

ثانياً : معوقات تعرض الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيري :

وبالفعل، يواجه الناس عدة معوقات في طريق تعرضهم لوسائل الاتصال الجماهيرية، حيث تتدرج بعضها تحت فئة العوامل المتعلقة بالوسائل الاتصالية نفسها، في حين تتدرج البعض الآخر تحت فئة العوامل المرتبطة بالجمهور. ومن أبرز هذه المعوقات:

١. درجة تيسر الوسيلة: قد يكون عامل تسهيل أو عائق لتعرض الأفراد لوسائل الاتصال الجماهيرية. فالفرد غالباً ما يميل إلى اختيار الطرق الأسهل والأكثر تيسيراً لتلقي المعلومات، مما يعني أن الوصول السهل إلى وسائل الاتصال قد يزيد من احتمالية التعرض لها.

٢. القصور في المهارات الاتصالية لدى الجمهور: تتجلى هذه المعوقة في قدرة الأفراد على القراءة والكتابة والاستخدام الفعال للتكنولوجيا، بما في ذلك العمل على الحواسيب واستخدام الإنترنت. فإذا كانت لدى الجمهور مهارات ضعيفة في هذه المجالات، فقد يكون من الصعب عليهم التفاعل مع وسائل الاتصال الجماهيرية بشكل فعال.

نعم، هذا ميل طبيعي للأفراد حيث يميلون إلى التعرض للوسائل الإعلامية والاتصالية التي تتماشى مع آرائهم ومعتقداتهم وأفكارهم. يعزز هذا الميل من الشعور بالراحة والتأكيد على المعتقدات الحالية، كما يمكن أن يقلل من الإزعاج النفسي الذي قد ينجم عن تعارض الرسائل مع القيم الشخصية. وفي الوقت نفسه، قد يتجنب الأفراد بشكل عام التعرض للوسائل الإعلامية التي لا تتماشى مع اتجاهاتهم الحالية أو التي تتناقض مع معتقداتهم، مما يؤثر على مدى تنوع وتعدد الآراء والمعلومات التي يتعرضون لها.

نعم، هذه المعوقات هي عوامل مهمة تؤثر على مدى تعرض الأفراد للوسائل الإعلامية:

١. الثقة بالمصدر: إذا كان لدى الفرد ثقة عالية بالمصدر، فمن المرجح أن يزيد ذلك من استعداده للتعرض للرسائل الإعلامية من هذا المصدر، بينما قد يتجنب التعرض للرسائل من مصادر لا يثق بها. على الجانب الآخر، إذا كانت الثقة ضعيفة، فقد يؤدي ذلك إلى العزوف عن التعرض للرسائل أو انخفاض التعرض لها.^(١٤)

٢. اللغة المستخدمة: تلعب لغة الرسالة دوراً حيوياً في فهم الرسالة وتأثيرها على المتلقي. إذا كانت اللغة صعبة أو غير واضحة، فقد يزداد احتمال عدم فهم الرسالة وبالتالي ينخفض مستوى التعرض لها. وعلى العكس، إذا كانت اللغة سهلة الفهم وواضحة، فقد يزيد ذلك من استعداد الأفراد للتعرض للرسالة وفهمها.^(١٥)

التشويش: ويعني كل ما يسبب اضطراباً في سلامة النقل الطبيعي للرسالة الاتصالية ويعد من معوقات التعرض للوسيلة الاتصالية وأنواعه :-

تلك العوامل والمعوقات تسهم في تقليل التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري، وهي تشمل:

أ. التشويش الهندسي: يشير إلى أي نوع من أنواع التشويش الذي يحدث بسبب العوامل التقنية، مثل التداخل في الإشارات أو سوء جودة الصورة أو الصوت.

ب. التشويش الدلالي: يتعلق بعوامل الرسالة نفسها، مثل عدم وضوح الرسالة أو تضليل المعلومات.
ج. التشويش النفسي: يشمل العوامل النفسية التي قد تؤثر على توجه الفرد للتعرض للرسائل الإعلامية، مثل المزاج، والتوتر، والتعب.
بالطبع، طلبة الجامعة يشكلون فئة مهمة من الشباب، حيث يمرون بفترة انتقالية مهمة من مرحلة الإعدادية إلى الكليات للحصول على شهادة البكالوريوس. وخلال هذه المرحلة، قد يواجهون تحديات وعوائق تؤثر على تعرضهم لوسائل الإعلام الجماهيرية، مثل:

أ. الضغوط الدراسية: قد يكون لديهم ضغوط دراسية كبيرة تجعلهم يميلون إلى تقليل وقتهم المخصص للتعرض لوسائل الإعلام لصالح الدراسة والاستعداد للامتحانات.

ب. الوقت المحدود: قد يكون لديهم وقت محدود بسبب الجدول الدراسي الكثيف والأنشطة الأكاديمية الإضافية، مما يقلل من فرصهم للتعرض للوسائل الإعلامية.

ج. التفضيلات الشخصية: قد يختلف اهتمام الطلاب وميولهم الشخصية فيما يتعلق بالمحتوى الإعلامي، مما يؤثر على مدى تعرضهم لبعض الوسائل الإعلامية على حساب الأخرى.

هذه العوامل وغيرها قد تلعب دوراً في كيفية تعرض طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجماهيرية وتفضيلاتهم في هذا الصدد.^(١٦)

٣- القنوات الفضائية:

القنوات التلفزيونية التي تبث بواسطة الأقمار الصناعية تتجاوز الحدود الجغرافية لمنطقة البث، ويمكن استقبالها في مناطق أخرى باستخدام أجهزة خاصة لاستقبال وتقاط الإشارات الواردة من القمر الصناعي. تلك الأجهزة تقوم بمعالجة البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون.^(١٧)

الفصل الثاني

الاطار النظري

بفضل التقدم التكنولوجي، زاد عدد القنوات الفضائية بشكل كبير بواسطة التقنيات الحديثة، وزادت قدرتها على التأثير على المشاهدين في كل مكان. يعود ذلك إلى التقدم العلمي والتكنولوجي الذي يشهده العالم، مما

أدى إلى تغييرات كبيرة في العديد من المفاهيم الإنسانية والاتجاهات العلمية والنظم الاجتماعية والثقافية لتلك المجتمعات.

تتميز هذه القنوات بقدرات عالية في أداء وظائفها بفعالية وبطريقة مفهومة، حيث تساهم في نقل التراث والتقاليد بين الأجيال وبين المجتمعات. كما تسهم في تعزيز الاتصال الحضاري والحوار الثقافي، وزيادة الوعي الاجتماعي الصحيح للأفراد في المجتمعات المختلفة، شريطة استخدامها بشكل ملائم.

ويمتلك هذا الجهاز القدرة على رفع مهارات الأفراد في المجتمع من خلال توفير التدريب ونقل المهارات بينهم، وذلك بفضل قدرته على جذب الانتباه وإثارة الاهتمام المستمر، والملاحظة الدقيقة، والاستماع الواعي. تعرض الأشياء بصورة واضحة وفعالة وبحركة حية، مما يسهم في تحقيق الأثر الأكبر وتحقيق الأهداف المرجوة.^(١٨)

يعتقد أنصار هذا الرأي أن التلفزيون يشجع على الاستسهال في التفكير والاستسهال في التفسير، لأنه يقدم المعلومات جاهزة دون الحاجة إلى التفكير العميق. بالإضافة إلى ذلك، يعتقدون أن للتلفزيون تأثيراً سلبياً يشجع على اعتماد المواقف العاطفية على حساب المواقف العقلانية، ويساهم في نشر المعرفة السطحية والمعلومات غير الدقيقة. ويؤكدون أيضاً أن التدهور الثقافي يعود إلى انخفاض القدرات الفعلية للأفراد في تحليل وفهم المحتوى الذي يتلقونه.^(١٩)

وعلى الرغم من التناقضات في الآراء، فإن هناك اتفاقاً على أن التلفزيون يؤدي دوراً تثقيفياً مهماً. يتجلى هذا الدور من خلال الإذاعة المرئية كوسيلة فعالة لنقل الأفكار والمعلومات ونماذج السلوك، وللتعبير عن قيم المجتمع والحفاظ على تراثه الأصيل. كما يساهم التلفزيون في تنشئة الأجيال من خلال إيصال مبادئ قومية وأنماط حضارة إنسانية متقدمة، مما يسهم في تطوير وعي الفرد وتعزيز التفاهم والتواصل في المجتمع.^(٢٠)

القنوات الفضائية:-

١- تعريف القنوات الفضائية:-

تلك القنوات التلفزيونية، المعروفة باسم القنوات الفضائية، تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية بهدف توسيع نطاق تغطيتها إلى مناطق خارج منطقة الإرسال الجغرافية. يمكن استقبال بثها في مناطق مختلفة عبر استخدام أجهزة خاصة بالاستقبال والتقاط الإشارات القادمة من القمر الصناعي، مثل عربسات، ونابل سات، وهوت بيرد، ويسيا سات، وبوتل سات، وبانام سات، بالإضافة إلى غيرها من الأقمار الصناعية. وتشمل هذه القنوات مجموعة متنوعة من القنوات العربية الخاصة والعامة، فضلاً عن القنوات الفضائية الأجنبية التي تبث برامجها ومحتواها للمشاهدين في المنطقة العربية وأجزاء أخرى من العالم.^(٢١)

٢- نشأة وتطوير قنوات الفضائي:-

جاء التفاز نتيجة لجهود جبارة شارك فيها عدد كبير من العلماء والمتخصصين الأمريكيين والانجليزيين والفرنسيين والالمانيين وهذا مع نهاية القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر وكانت البداية في عام ١٨٨٣ من قبل العالم الرائد نيكو الذي توصل في تجاربه الى المرئيات وبذلك نقل الصورة وفي عام ١٩٢٥ فجر العالم الإنجليزي جون بايرد الاختراع الهام لنقل صورة جسم من مكان الى آخر عبر الشاشة وبه تحقق أكبر أنجاز علمي لخدمة البشرية في مختلف أرجاء العالم ومن خلال متابعة تاريخ البث التلفزيوني وتطوره يمكن تقسيم هذا التاريخ الى أربع مراحل زمنية الا وهي^(٢٢):-

(أ) مرحلة البداية

لقد ظهرت التجارب حول بث الصور المرئية الصامتة طبعاً في نهاية العشرينات وبداية الثلاثينات من القرن العشرين وبعد ذلك بدأ بث الصورة المرئية مع شريط صوتي متزامن مع الصورة ولكن أول بث تلفزيوني منظم بدأ عام ١٩٣٥ في بريطانيا كانت بداية البث التلفزيوني في نوفمبر ١٩٢٢ على يد شركة الإذاعة البريطانية التي أصبحت تعرف في عام ١٩٢٧ بهيئة الإذاعة البريطانية وفي نوفمبر ١٩٣٦ بدأت هيئة الإذاعة البريطانية BBC البث التلفزيوني بصورة منتظمة وفي عام ١٩٣٧ بدأ أول بث^(٢٣) أما في الولايات المتحدة الأمريكية فقد بدأ أول بث تلفزيوني في بداية الثلاثينات والبث التلفزيوني بصورة منتظمة فقد بدأ عام ١٩٣٩ ببرامج شركة NBC وشركة CBC.

وبالتالي فإن تطور التلفزيون الأمريكي في نهاية الثلاثينات فقد ارتبط بهاتين الشركتين أما في فرنسا فقد بدأ الإرسال للصور عام ١٩٣١ وفي ألمانيا فقد بدأ أول بث تلفزيوني عام ١٩٣٥ هذه هي الدول التي بدأت إرسالها التلفزيوني قبل الحرب العالمية الثانية^(٢٤).

ب) مرحلة الانتشار السريع
تمتد هذه المرحلة من عام ١٩٤٥ الى نهاية عقد الخمسينات وفي بداية الخمسينات بدأ الانتشار السريع للتلفزيون في الكثير من بلدان العالم وفي عام ١٩٥٠ وصل التلفزيون الى ألمانيا الغربية وكذلك أول إرسال تلفزيوني الى بريطانيا وفي عام ١٩٥٢ أصبحت اليابان صاحبة ثاني قوة تلفزيونية في العالم^(٢٥).
أما في البلاد العربية فقد ظهر التلفزيون في بعض البلدان قبل استقلالها منها الجزائر عام ١٩٥٦ ثم لبنان عام ١٩٥٩ ومصر وسوريا عام ١٩٦٠ والكويت عام ١٩٦١ والمغرب والسودان عام ١٩٦٢ وصار التلفزيون مع بداية السبعينات أحد الوسائط الإخبارية والدعائية الرسمية^(٢٦).

ج) مرحلة العصر الذهبي للتلفزيون:-
وتمتد هذه المرحلة في عقد الستينات والسبعينات وهذه المرحلة مثلت مرحلة الانطلاقة للتلفزيون.
د) رقمنة التلفزيون:-

ان آخر مرحلة توصل اليها التطور التلفزيوني هي المرحلة العصرية وفيها تم الانتقال من التلفزيون القياسي الى التلفزيون الرقمي ، ان رقمنة الصورة تعد تقنية حديثة جداً وهي مستوحاة من الاعلام العالي وبهذا فنجد مئات القنوات التي تبث في هذه الهوائية الرقمية والتي تصل الى كل مجتمعات العالم أينما وجدوا^(٢٧).

٣- إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية:-

القنوات الفضائية، في صورتها الإيجابية، تقوم بأدوار متعددة ومهمة، ومن أبرز هذه الأدوار:

أ) المساهمة في تثقيف وتوعية المواطنين.

ب) الكشف عن الفساد.

ج) تقوم بدور الرقيب والحارس فيما يتعلق بحرية التعبير وحرصها على أن يكون هذا الحق ملكية خاصة لكل مواطن.

(د) الحرية والمساواة واحترام القوانين وغيرها من الأدوار التي يجب أن تتضمن رسائل الوسائل الإعلامية المختلفة.

(هـ) تبني أنماط فكرية اجتماعية واقتصادية وسياسية تحظى بموافقة شعبية هامة لتطوير وتغيير الأنماط السائدة لتحقيق التطور والتقدم الذي يرفع من مستوى البلاد.

(و) خلق المثل الاجتماعي وذلك بتقديم النموذج الإيجابي في كافة مجالات الحياة.

(ح) الإعلان والترويج: وهي مهمة بالنسبة للبائع والمنتج وقد تعود المتلقي والمتصفح للإعلانات المنشورة في الإذاعات والتلفزيون والصحف، حيث أصبح الإعلان جزءاً أساسياً من الاتصال في المجتمعات الحديثة.

(ط) الخدمات العامة: تتمثل في النشرات الجوية وأحوال الطقس ونشرات مواقيت الصلاة وبث الأذان وفي الاستشارات الطبية والشرعية والقانونية والاجتماعية.

(ك) خلق الدوافع وتكوين الآراء والاتجاهات: يقوم الإعلام بدعم الأهداف المباشرة وغير المباشرة والرئيسة لكل مجتمع، وتشجيع الاختيارات الشخصية ودعم الأنشطة المختصة بالأفراد والجماعات، وتشجيع الذات الفردية باتجاه الأهداف المتفق عليها ضمن الإطار الجماعي.

(ل) الوظيفة الثقافية: تكمن أهمية هذه الوظيفة بتعريفها بالمنتج الثقافي ودورها في تثبيت الذاكرة الجماعية والهوية الخصوصية وترسيخ التاريخ المشترك والربط بين الموروث الثقافي والإبداعات الحديثة لبناء المستقبل.

(م) الوظيفة التعليمية: تلعب وسائل الاتصال دوراً كبيراً في تعليم الأفراد، حيث تقترب أهداف التربية والإعلام في معظم الجوانب في مجتمعاتنا المعاصرة من خلال نشر المعرفة وتشكيل الشخصية وتعزيز المهارات والقدرات في مختلف مراحل العمر. والقنوات الفضائية في صورتها السلبية^(٢٨).

(ا) إذا نظرنا إلى برنامج نموذجي للأخبار التلفزيونية المحلية، سنجد قصصاً تتعلق بالعنف مثل القتل والاغتصاب والحرائق وحوادث السيارات. فعدد من برامج الأخبار التلفزيونية المحلية وحتى بعض البرامج الإخبارية الوطنية تظهر الكثير من المشاهد العنيفة، ويعود ذلك جزئياً إلى وجود العديد من حالات العنف الحقيقية في بعض المدن والمناطق في العالم.^(٢٩)

(ب) من الواضح أن مشاهدة التلفزيون بشكل عام تُعتبر تجربة سلبية. يجلس الشخص أمام الشاشة دون أدنى نشاط بدني، والنشاط الوحيد المعني هو الضغط على زر التحكم أو تناول الطعام. هذا النمط من الحياة السريعة والجلوس المطول قد يؤدي إلى زيادة معدلات السمنة لدى الأفراد، وهو أمر يثير قلقاً متزايداً.^(٣٠)

(ت) تواصل التلفزيون تقديم نماذج وصور من الحياة تبدو بعيدة كل البعد عن الواقع، حيث يشمل ذلك اللجوء إلى الخيال وروايات المغامرات والكوميديا العائلية. يهدف هذا النوع من البرامج الخيالية بشكل أساسي إلى تلبية حاجات الإنسان في عالم الخيال والابتعاد عن مشاكل الحياة اليومية.

(ث) أظهرت الدراسات التي أجريت حول الأفراد الذين يقضون الكثير من وقتهم في مشاهدة التلفزيون أن ٥٠% من الأطفال الذين يقضون أربع ساعات يومياً في مشاهدة التلفزيون سيصابون بارتفاع معدلات الكوليسترول. يعود ذلك إلى الخمول وقلة الحركة المرافقة لمشاهدة التلفزيون. هـ.

الفصل الثالث

الاطار العملي

عرض ومناقشة النتائج

جدول رقم (١)

توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	٨٤	٦٧.٢%
اناث	٤١	٣٢.٨%
المجموع	١٢٥	١٠٠%

من خلال بيانات الجدول رقم (١) يتبين ان أكثر العينة المبحوثة هم من الذكور وهذا واضح من خلال التكرارات والبالغة (٨٤) تكرار وبنسبة بلغت (٦٧.٢%) بينما كانت الاناث اقل تكرارات اذ جاءت بـ (٤١) تكرار وبنسبة بلغت (٣٢.٨%).

جدول رقم (٢)

توزيع افراد العينة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
٢٩-٢٠	٤٧	٣٧.٦%
٣٩-٣٠	٥١	٤٠.٨%
٤٩-٤٠	٢٤	١٩.٢%
٥٠ فأكثر	٣	٢.٤%
المجموع	١٢٥	١٠٠%

الجدول رقم (٢) يبين اكثر الفئات المستهدفة عمراً في الاستبيان كانت الاعمار (٣٠-٣٩) سنة بنسبة ٤٠.٨% اما بالمرتبة الثانية كانت الفئات المستهدفة اعمارهم (٢٠-٢٩) سنة بنسبة ٣٧.٦% اما الفئة الثالثة بنسبة ١٩.٢% والفئة الرابعة بنسبة ٢.٤%.

جدول رقم (٣)

س/ ماهي درجة ثقتك القنوات الفضائية؟

ت	الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	اوافق بشدة	٣٧	٢٩.٦%
٢	اوافق	٢٦	٢٠.٨%
٣	محايد	٢٨	٢٢.٤%
٤	لا اوافق	٢٠	١٦%
٥	لا اوافق بشدة	١٤	١١.٢%
	المجموع	١٢٥	١٠٠%

من الجدول رقم (٣) يتبين ان نسبة المبحوثين الذين لديهم درجة ثقة عالية هي النسبة الاكبر حيث بلغت ٢٩.٦% ؛ كون قناة بلادي تتميز بكباقي القنوات العراقية بنشر الاخبار بمصداقية وواقعية اما النسبة الاقل فهي كانت للعينة الاخيرة من المبحوثين بنسبة ١١.٢%. اما النسب الاخرى فتراوحت بين ١٦% الى ٢٢.٤%

جدول رقم (٤)

س/ ماهو متوسط عدد ساعات مشاهدتك القنوات الفضائية؟

ت	متوسط عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
١	٨-١٢ صباحا	٤٧	٣٧.٦%
٢	١-٨ مساءً	٥٤	٤٣.٢%

٣	١٠-٩ ليلاً	٢٤	١٩.٢%
	المجموع	١٢٥	١٠٠%

من الجدول رقم (٤) يتضح ان النسبة الاكبر للعينة التي تشاهد من الساعة ١ - ٨ مساءً حيث بلغت النسبة ٤٣.٢ % ؛ وذلك كون هذه الفترة هي فترة توقف الدراسة والاعمال وكذلك لاجتماع اغلب العوائل في هذه الفترة لمشاهدة القنوات الفضائية. اما النسبة الاصغر فكانت من نصيب الذين يشاهدون القناة من الساعة ٩ - ١ ليلاً.

جدول رقم (٥)
س/ ماهو وقت متابعتك القنوات الفضائية؟

ت	وقت المتابعة	التكرار	النسبة المئوية
١	فترة صباحية	٤٧	٣٧.٦%
٢	فترة مسائية	٧٨	٦٢.٤%
	المجموع	١٢٥	١٠٠%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (٥) ان فترة متابعة القنوات الفضائية المفضلة للبحوثين هي الفترة المسائية وقد حصلت على نسبة ٦٢.٤ % وهي نسبة عالية قياساً الى الفترة الصباحية التي بلغت نسبتها ٣٧.٦% ؛ ويرجع سبب ذلك كما ذكرناه في تحليل الجدول رقم (٤) .

جدول رقم (٦)
س/ أي البرامج التي تتابعها؟

ت	البرامج	التكرار	النسبة المئوية
١	الاخبارية	٣١	%٢٤.٨
٢	الثقافية	٣٦	%٢٨.٨
٣	الرياضية	٢٨	%٢٢.٤
٤	الدينية	٣٠	%٢٤
	المجموع	١٢٥	١٠٠

من خلال جدول رقم (٦) نلاحظ ان نسبة الذين يتابعون الاخبار الثقافية بلغت %٢٨.٨ وهي النسبة الاكبر قياساً الى النسب الاخرى التي تراوحت بين %٢٢ الى %٢٤.٨ وهي نسب متقاربة جداً ويعزو الباحث السبب الى مايدور في المنطقة من احداث سياسية واقتصادية

جدول رقم (٧)
س/ مدى تقبل طريقة تقديم البرامج الفضائية؟

ت	الأجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	اوافق بشدة	٢٤	%١٩.٢
٢	اوافق	٢٥	%٢٠
٣	محايد	٢٨	%٢٢.٤
٤	لا اوافق	٢٥	%٢٠
٥	لا اوافق بشدة	٢٣	%١٨.٣

	المجموع	١٢٥	%١٠٠
--	---------	-----	------

الجدول رقم (٧) يبين تقبل طريقة تقديم البرامج في القنوات الفضائية كانت متقاربة حيث كانت النسب تتفاوت بين ١٨.٣ % الى ٢٢.٤ وهي نسب مقبولة تقريباً .

جدول رقم (٨)

س/ مدى مقبولة مقدمي برامج الفضائية للطلبة؟

ت	الأجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	وافق بشدة	٢٠	%١٦
٢	وافق	٢٤	%١٩.٢
٣	محايد	٤١	%٣٢.٨
٤	لا اوافق	٢٢	%١٧.٦
٥	لا اوافق بشدة	١٨	%١٤.٤
	المجموع	١٢٥	%١٠٠

من الجدول رقم (٨) نلاحظ ان تقبل المبحوثين لمقدمي برامج كان متفاوتاً ولكن كانت النسبة الاكبر للمحايدين حيث بلغت %٣٢.٨ اما النسب الاخرى فكانت بين %١٤.٤ الى %١٩,٢ وهي نسب متقاربة نوعاً ما.

جدول رقم (٩)

س/ معالجة برامج القنوات الفضائية لمشاكل الطلبة ؟

ت	الأجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	اوافق بشدة	٢٨	٢٢.٤%
٢	اوافق	٢٥	٢٠%
٣	محايد	٤٢	٣٣.٦%
٤	لا اوافق	١٦	١٢.٨%
٥	لا اوافق بشدة	١٤	١١.٢%
	المجموع	١٢٥	١٠٠%

من الجدول رقم (٩) نلاحظ ان نسبة الطلبة المبحوثين المحايدين هي الاكبر حيث بلغت ٣٣.٦% بينما جاءت بالمرتبة الثانية نسبة ٢٢.٤% وهي نسبة المبحوثين الذين يوافقون بشدة اما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب الطلبة الذين يوافقون حيث بلغت ٢٠% اما الطلبة الذين لا يوافقون فبلغت نسبة ١٢.٨% ، وبلغت نسبة الطلبة المبحوثين الذين لا يوافقون بشدة ١١.٢% وهي النسبة الاقل.

جدول رقم (١٠)

س/ مدى فائدة برامج القنوات الفضائية للطلبة ؟

ت	الأجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	اوافق بشدة	٢٠	١٦%
٢	اوافق	٢٥	٢٠%
٣	محايد	٣٨	٣٠.٤%
٤	لا اوافق	١٦	١٢.٨%
٥	لا اوافق بشدة	١٦	١٢.٨%

	المجموع	١٢٥	١٠٠%
--	---------	-----	------

من الجدول رقم (١٠) نلاحظ ان النسبة الاكبر كانت ٣٣.٦% وهي نسبة الطلبة المحايدين وجاءت الاجابة الرابعة والخامسة بنسبة متساوية حيث بلغت ١٢.٨%

جدول رقم (١١)

س/ تتناسب برامج الفضائية مع اهتماماتي؟

ت	الأجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	اوافق بشدة	٣١	٢٤.٨%
٢	اوافق	٣٦	٢٨.٨%
٣	محايد	٢٣	١٨.٤%
٤	لا اوافق	١٦	١٢.٨%
٥	لااوافق بشدة	١٩	١٥.٢%
	المجموع	١٢٥	١٠٠%

من خلال الجدول رقم (١١) نلاحظ ان النسبة الاكبر جاءت للاجابة الثانية (اوافق) حيث بلغت ٢٨.٨% اما النسبة الاقل فكانت للاجابة الرابعة (لااوافق) حيث بلغت ١٢.٨% وتفاوتت النسب الاخرى بين ١٥.٢% الى ٢٤.٨% .

جدول رقم (١٢)

س/ تزيد الفضائيات من حصيلتي العلمية والثقافية؟

ت	الأجابة	التكرار	النسبة المئوية
---	---------	---------	----------------

١	وافق بشدة	٣٧	٢٩.٦%
٢	وافق	٣٦	٢٨.٨%
٣	محايد	٣١	٢٤.٨%
٤	لا اوافق	١٤	١١.٢%
٥	لا اوافق بشدة	٧	٥.٦%

الجدول رقم (١٢) يبين ان الاجابات التي تؤيد ان الفضائيات تزيد من حصيلة الطلبة العلمية كانت هي الاعلى فبلغت الاجابة الاولى (وافق بشدة) نسبة ٢٩.٦% وهي الاكبر وجاءت الاجابة الثانية (وافق) بالمرتبة الثانية حيث بلغت نسبة ٢٨.٨% وجاءت الاجابة الثالثة (محايد) في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٤.٨% وهي نسب جيدة لهذه الفقرة، أما الاجابة الرابعة (لا اوافق) فكانت نسبتها ١١.٢% اما النسبة الاقل جاءت للفقرة الاخيرة حيث بلغت ٥.٦% وهي نسبة متدنية جداً.

النتائج والتوصيات

توصل الباحث الى مجموعة من النتائج والتوصيات :

النتائج:

- ١- أظهرت نتائج البحث ان الذكور هم اكثر تعرضا من الاناث للقنوات الفضائية.
- ٢- اظهرت النتائج ان الفئة العمرية (٣٠ - ٣٩) كانت هي الاكبر.
- ٣- اثبت البحث ان القنوات العراقية حازت على ثقة المبحوثين بدرجة عالية.
- ٤- كان متوسط عدد ساعات التعرض للقنوات من ١-٨ مساءً.
- ٥- ان فترة متابعة المبحوثين القنوات هي الفترة المسائية.
- ٦- اظهرت النتائج ان البرامج الثقافية والاعلامية هي الاكبر من بين الاجابات.
- ٧- اظهرت النتائج تقارب الاجابات لمقبولية تقديم برامج قناة بلادي الفضائية.
- ٨- اظهرت نتائج البحث ان مقبولية تقديمي لدى المبحوثين كانت محايدة.

التوصيات:

- ١- حث القنوات الفضائية وتوعيتها بنشر البرامج التي تزيد من اهتمامات الطلبة العلمية والثقافية.
- ٢- يجب مراقبة القنوات الفضائية وسن القوانين الخاصة بها من قبل السلطات المختصة وتقنين حرية تلك القنوات ومحاسبة المخالفة منها .
- ٣- يوصي الباحث بالاهتمام بهذه البحوث والاستفادة منها وعدم ركنها على الرفوف .

المصادر:

القرآن الكريم

أولاً/ الكتب:

- (١) أحمد زكي بدوي ، معجم مصطلحات الاعلام ، ط ١ ، دار الكتاب المصري ودار الكتاب اللبناني ، بيروت ، ١٩٨٥ .
- (٢) جيهان رشتي ، نظم الاتصال ، ج ١ ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٧٢ .
- (٣) شاهيناز طلعت، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية ، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، ١٩٨٠ .
- (٤) عصام سليمان موسى ، المدخل في فن الاتصال الجماهيري ، جامعة اليرموك ، عمان ، ١٩٨٦ .
- (٥) محمد علي العويني ، دور التكنولوجيا في الاعلام الدولي ، عالم الكتب ، القاهرة ، ١٩٧٩ .
- (٦) محمد هلال محمد السيد، استخدامات طلبة الجامعات للقنوات الفضائية وعلاقتها بمنظومة القيم في مجتمع الصعيد، كلية الاداب، جامعة اسيوط، ٢٠٠٣ .
- (٧) محي الدين عبد العليم، الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي ، دار الفكر العربي ، القاهرة، ١٩٨٤ .
- (٨) المركز العربي للبحوث ، بحث خصائص وعادات الجمهور العربي في التعرض للاذاعة ، اتحاد اذاعات الدول العربية، بغداد .
- (٩) ملفينزل وبفيلر ساندربول - روكيتس ، نظريات وسائل الاعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، القاهرة ، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٢ .
- (١٠) هناء السيد: الفضائيات وقادة الرأي، ط١، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ٢٠٠٥ .
- (١١) يوسف الخياط ، معجم المصطلحات العلمية والفنية ، المجلد الرابع ، دار لسان العرب، بيروت ، بلا تاريخ.

ثانياً/ الرسائل والاطاريح

- (١) نديم ربحي الحسن، اتجاهات طلبة الجامعات الاردنية نحو المحطات الفضائية العربية ، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، عمان، الاردن، ٢٠٠٨ .

ثالثاً/ الدوريات

- (١) د. سعد مطشر عبدالصاحب، مدى تعرض طلبة جامعة بغداد للبرامج الثقافية والتلفزيونية دراسة ميدانية لقناة المنار الفضائية، مجلة الباحث الاعلامي ، العدد ٣، حزيران ٢٠٠٧ .
- (٢) فتحي رمضان، تأثير برامج القنوات الفضائية على الوظائف الأساسية للأسرة، دراسة ميدانية ، مجلة البحوث الاعلامية، القاهرة، العدد ٣٩، ٢٠٠٧ .

رابعاً/ المواقع الالكترونية:

- (١) tv/index.php.

(١) محي الدين عبد العليم، الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي ، دار الفكر العربي ، القاهرة، ١٩٨٤ ، ص ٣٩ .

(٢) محمد هلال محمد السيد، استخدامات طلبة الجامعات للقنوات الفضائية وعلاقتها بمنظومة القيم في مجتمع الصعيد، كلية الاداب، جامعة اسيوط، ٢٠٠٣ .

(٣) فتحي رمضان، تأثير برامج القنوات الفضائية على الوظائف الأساسية للأسرة، دراسة ميدانية ، مجلة البحوث الاعلامية، القاهرة، العدد ٣٩، ٢٠٠٧ .

- (٤) نديم ربحي الحسن، اتجاهات طلبة الجامعات الاردنية نحو المحطات الفضائية العربية ، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، عمان، الاردن ، ٢٠٠٨.
- (٥) يوسف الخياط ، معجم المصطلحات العلمية والفنية ، المجلد الرابع ، دار لسان العرب ، بيروت ، بلا تاريخ، ص ٤٣٨.
- (٦) أحمد زكي بدوي ، معجم مصطلحات الاعلام ، ط ١ ، دار الكتاب المصري ودار الكتاب اللبناني ، بيروت ، ١٩٨٥، ص ١٥٤.
- (٧) المركز العربي للبحوث ، بحث خصائص وعادات الجمهور العربي في التعرض للاذاعة ، اتحاد اذاعات الدول العربية، بغداد، ص ١٠.
- (٨) ملفينزل وبفلير ساندرابول - روكيتس ، نظريات وسائل الاعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، القاهرة ، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٢، ص ٢٧٥.
- (٩) د. سعد مطشر عبدالصاحب، مدى تعرض طلبة جامعة بغداد للبرامج الثقافية والتلفزيونية دراسة ميدانية لقناة المنار الفضائية، مجلة الباحث الاعلامي ، العدد ٣، حزيران ٢٠٠٧، ص ١٨٧.
- (١٠) المصدر نفسه، ص ١٨٨.
- (١١) جيهان رشتي ، نظم الاتصال ، ج ١ ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٧٢، ص ٧١.
- (١٢) شاهيناز طلعت، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية ، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، ١٩٨٠، ص ٤٤.
- (١٣) عصام سليمان موسى ، المدخل في فن الاتصال الجماهيري ، جامعة اليرموك ، عمان ، ١٩٨٦، ص ٤٦.
- (١٤) شاهيناز طلعت، المصدر السابق، ص ٤٦.
- (١٥) محمد علي العويني ، دور التكنولوجيا في الاعلام الدولي ، عالم الكتب ، القاهرة ، ١٩٧٩، ص ١٧.
- (١٦) محي الدين عبد العليم، المصدر السابق، ص ١٣.
- (١٧) هناء السيد: الفضائيات وقادة الرأي، ط١، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ٢٠٠٥، ص ٢٢.
- (١٨) نواف عدوان ، تقرير أولي عن ندوة مشروع انتشار الفيديو كاسيت في العالم ، مجلة البحوث ، العدد (١٧) حزيران، بغداد ، ١٩٨٦ ، ص ٣.
- (١٩) جون برنز ، التلفزيون والمجتمع ، ترجمة أديب خضور ، المكتبة الاعلامية ، دمشق ، ١٩٩٩، ص ٢.
- (٢٠) عبد الرزاق النعاس، الوظيفة الثقافية للتلفزيون ، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة بغداد ، كلية الاداب ، قسم الاعلام، ١٩٩٦، ص ٤٠.
- (٢١) هناء السيد: الفضائيات وقادة الرأي ، دراسة اثرها على السلوك الاتصالي، العربي للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٥، ص ٣٧، نقلاً من خديجة بريك، جمهور البرامج الوثائقية في القنوات الفضائية، رسالة ماجستير، قسم الاعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج خضر، الجزائر، ٢٠٠٩-٢٠١٠، ص ٢٤.
- (٢٢) فضيلة اكلي، استهلاك المراهق للصورة التلفزيونية، رسالة ماجستير، كلية العلون الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، ٢٠٠٦-٢٠٠٧، ص ١٢٤.
- (٢٣) الفرا عبدالله عمر، تكنولوجيا التعليم والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص ٢٦٠. نقلاً من فضيلة اكلي، المصدر نفسه.
- (٢٤) الفرا عبدالله عمر، المصدر نفسه، ص ٢٦١، نقلاً من فضيلة اكلي ، المصدر السابق، ص ١٢٥.
- (٢٥) دلبو فضيل ، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، مرجع سبق ذكره، ص ٤٦، نقلاً من فضيلة اكلي، نفس المصدر.
- (٢٦) الفرا عبدالله عمر، نفس المصدر، ص ٢٦٢، نقلاً من فضيلة اكلي، ص ١٢٧.
- (٢٧) فضيلة اكلي، المصدر نفسه، ص ١٢٨.
- (٢٨) آرثر سبايرغر، وسائل الاعلام والمجتمع، ترجمة: صالح خليل أبو اصبع، ط١، عالم المعرفة، الكويت، ٢٠١٢، ص ١٧٦.
- (٢٩) المصدر نفسه، ص ١٨٠.
- (٣٠) فضيلة اكلي، المصدر السابق، ص ١٣٧-١٣٩.