

تعرض الجاليات العربية في أوروبا للفضائيات العربية "ألمانيا كنموذج" دراسة وصفية

ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الآداب إعلام
إعداد

محمد فيض محمد اسماعيل

مدخل إلى موضوع الدراسة وأهميته

بتعدد وسائل الإعلام وتعدد صوره ومستوياته؛ اهتم باحثون بدراسة تأثير هذه الوسائل داخل المجتمع، وخاصة الإلكترونية منها؛ الأمر الذي لفت اهتمام الكثير من المهتمين بالدراسات السياسية والاجتماعية¹، وذلك في ظل الانتشار الواسع للقنوات الفضائية وتعدد وزيادة البث يوما بعد يوم، من حيث اتساع مجال التغطية الإعلامية، وزيادة عدد القنوات، ويزداد الأمر أهمية مع المهاجرين العرب إلى بلدان ذات هوية غير عربية، والذين قد يكونوا أكثر عرضة من حيث التأثير لهذه الهوية غير العربية على هويتهم العربية؛ كما أن التعرف على طبيعة تعرض المواطنين العرب للقنوات الفضائية العربية خارج أوطانهم، يعد من الموضوعات التي يمكن أن تشرى الإعلام، سواء من الجانب الأكاديمي، أو التطبيقي؛ فمن ثم تأتي هذه الدراسة للتعرف على طبيعة تعرض الجاليات العربية في أوروبا للفضائيات العربية، ألمانيا كنموذج. وترجع أهمية هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدامات عينة الدراسة للقنوات الفضائية، و التعرف على أنماط وعادات المشاهدة، والتفضيلات المختلفة لعينة الدراسة، والتي قد تعطى بيانات ومعلومات للمخطط الإعلامي العربي؛ لمعرفة احتياجات عينة الدراسة من القنوات الفضائية العربية، وبالتالي المساعدة في تقديم خطاب إعلامي عربي يتناسب مع احتياجات عينة الدراسة؛ فالمخطط الإعلامي ظل في حاجة إلى دراسات تهدف إلى التعرف على أبعاد علاقة الجمهور العربي خارج الوطن بقنواته الفضائية؛ وذلك لخلق نوع من الترابط بين هذه الجاليات وأوطانهم²، بالإضافة إلى الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية، حيث أن وسائل الإعلام العابر للحدود يساعد على في تشكيل والبحث عن الأبعاد الثقافية المختلفة³، ويزداد الأمر أهمية في ظل ما تتعرض له البلاد العربية من تغييرات على أكثر من جانب: سياسي، اقتصادي، اجتماعي، وذلك في أكثر من قطر عربي.

الدراسات السابقة

قام الباحث بالإطلاع على العديد من الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة، ومن أهم هذه الدراسات:

(1) دراسة: كيفين سمتث⁴ (Kevin Smets 2012)

تحاول هذه الدراسة التعرف على العلاقة بين الدين ومشاهدة الأفلام، وذلك بالنسبة للجاليات المغربية في أنتويرت- بلجيكا- تم جمع البيانات والمعلومات لهذه الدراسة من خلال إجراء مقابلات متعمقة ومقابلات جماعية، بالإضافة إلى عمليات المسح والعمل الميداني، وتشير الدراسة إلى أن تفضيلات مشاهدة الأفلام تقوم إلى حد كبير على أسس اجتماعية وديموغرافية ولغوية، كما ركزت هذه الدراسة على فيلم الرسالة للمخرج مصطفى العقاد، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها أن فيلم الرسالة يحمل مكانه الرئيسية لدى الجاليات المغربية، وكذلك بين المجتمعات المسلمة في مناطق أخرى.

(2) دراسة محمد كحط الربيعي⁵ 2011.

سعت هذه الدراسة للتعرف على عادات التلقى لدى المهاجرين العرب في السويد كنموذج للدراسة، وتهدف الدراسة إلى تقييم علاقة المهاجرين العرب بالإعلام العربي، والإعلام الوطني، وتحديد علاقتهم بالفضائيات العربية، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي Survey وذلك بمسح عينة من الجمهور باستخدام الاستبيان، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها: وجود اقبال كبير من قبل المغتربين العرب في السويد على مشاهدة القنوات الفضائية العربية.

(3) دراسة: اسيل مهدي رشيد العامري⁶ 2011.

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الانفصال الإعلامي بمعنى: العزوف عن المشاهدة، أو الاستماع، أو القراءة بالنسبة للمهاجرين العرب لوسائل إعلام بلدان المهجر، اجريت هذه الدراسة في السويد كنموذج، لمحاولة التوصل إلى دور الانفصال الإعلامي على المهاجرين في مشكلة الاندماج، ولقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي من خلال أسلوب الدراسة المسحية عن طريق الاستبيان، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 401 مفردة من الجالية العربية- العراقيين على وجه التحديد- ، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أن نسبة قراءة الصحف بلغت 22.4% مقابل 77.5% لعدم قراءة الصحف، وأن نسبة مشاهدة الفضائيات بلغت 32.4% مقابل 67.6% لعدم المشاهدة.

(4) دراسة محمد هلال⁷ 2007.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على دور القنوات الفضائية فى إمداد الجاليات العربية فى مصر بالمعلومات السياسية، هدفت هذه الدراسة إلى اختبار فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، بالإضافة إلى دراسة أوجه التباين المختلفة بين القنوات الفضائية، تم وضع عدة فروض للدراسة منها: وجود علاقة دالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين عينة الدراسة للقنوات الفضائية ودرجة اعتمادهم عليها فى الحصول على المعلومات السياسية، قام الباحث بمسح عينة من الجمهور قوامها 420 مفردة من الجاليات العربية فى مصر حازى أطباق استقبال للقنوات الفضائية، وقام بعمل استقصاء للجمهور، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها أن 98.3% من عينة الدراسة يهتمون بالمعلومات السياسية حول الأحداث التى يشهدها العالم، مقابل 1.75% لا يهتمون بالحصول على المعلومات، وأن من أهم الوسائل للحصول على المعلومات القنوات الفضائية بنسبه 77.8%.

(5) دراسة: ذالا فولجيج⁸ (Zala Volcic 2006)

تركز هذه الدراسة على الوضع الثقافى المعقد للمجتمعات التى انتقلت من بلد إلى بلد جديد وثقافة جديدة، حيث تقوم هذه الدراسة برسم تفصيلى لبعض التحقيقات النظرية والتجريبية، حول قضايا المهاجرين واستخدامهم لوسائل الإعلام، وتركز هذه الدراسة بصورة خاصة على قناة الجزيرة التليفزيونية الفضائية وأهمية ما تقدمه، وقد تم جمع البيانات عن طريق المقابلات المتعمقة لعينة من الشباب المهاجرين العرب المسلمين الذين يتجمعون فى المعهد الثقافى الإسلامى فى ميلان - بإيطاليا- حول طبيعة الاستخدام لقناة الجزيرة.

(6) دراسة فاطمة نصر كرداش⁹ 2005.

تناول هذا البحث دراسة الجالية العربية فى كندا، والتى تواجه مشكلة معيشة أحداث أوطانها فى الوقت الذى تغلبت فيه الفضائيات على بعد المسافة، فتأتى هذه الدراسة للتعرف على استخدام الجالية العربية للفضائيات والإشباع التى يحققونها من خلال هذا التعرض، هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى وحجم أنماط مشاهدة القنوات الفضائية العربية لدى الجالية العربية فى كندا، ووضعت الباحثة عدة فروض للدراسة منها: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض الجاليات العربية فى كندا للفضائيات العربية والدوافع الطقوسية والنفعية لهذا التعرض، واستخدمت الدراسة منهج المسح لتصوير وتحليل وتقويم الحقائق المتعلقة بطبيعة استخدام عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة، اجريت الدراسة على عينة حصرية قوامها 400 مفردة معتمدة على أسلوب التوزيع المتساوى طبقاً للأقاليم الرئيسية للوطن العربى، وتوصلت هذه الدراسة إلى نتائج منها: أن 60.8% من الجالية

العربية في كندا يتابعون الفضائيات العربية بشكل دائم، مقابل 29.8 % يتابعون أحياناً، 8 % نادراً ما يتابعون الفضائيات العربية.

(7) دراسة ممدوح المشمشي¹⁰ 2002.

استهدفت هذه الدراسة التعرف على دوافع تعرض المشاهد المصري للقنوات الفضائية في دولة الإمارات العربية المتحدة، وكذلك التعرف على أهم القنوات الفضائية بالنسبة لعينة الدراسة في إطار مدخل الاستخدامات والإشباع، وذلك باستخدام منهج المسح لعينة قوامها 400 مفردة من المصريين المقيمين بدولة الإمارات العربية، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها : أن 85 % من عينة الدراسة تفضل مشاهدة القنوات الفضائية العربية والأجنبية، بينما 40.5 % يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية العربية فقط.

التعليق على الدراسات السابقة

اتفقت أغلب هذه الدراسات على أهمية دور القنوات الفضائية كأحد أهم مصادر المعلومات، وتأثيرها على القيم والاتجاهات، وكذلك التعرف على ما تقدمه هذه الوسائل بالنسبة للجاليات العربية من أخبار ومعلومات، ومدى اهتمام هذه الجاليات واتجاهاتها نحو هذه الوسائل، وتأتى أهمية هذه الدراسة بين الدراسات السابقة في الاهتمام بالجاليات العربية في أوروبا خاصة في ظل تواجد عدد كبير من أبناء الجاليات العربية في أوروبا، وتواجد عدد كبير أيضاً من هذه الجاليات بألمانيا، الأمر الذى من خلاله يعد التعرف على احتياجات واستخدامات هذه الجاليات لوسائل الإعلام كمؤشر يمكن من خلاله وضع خطط إعلامية عربية، من شأنها إشباع احتياجات هذه الجاليات.

مشكلة الدراسة: نظراً للانتشار الملحوظ للقنوات الفضائية وتعدددها، وما تقوم به هذه القنوات من دور في التأثير على المتلقى، ومع تواجد الكثير من أبناء الوطن العربى في أوروبا في مناخ إعلامى يتسم بالزخم والتنوع، بالإضافة إلى ما أتاحه التقدم التكنولوجى من فرص للدول لكي تصل ببرامجها إلى مناطق شاسعة تتضمن شعوبا تنتمى الى ثقافات مختلفة، وتتحدث بلغات مختلفة؛ الأمر الذى أظهر الاهتمام بقضايا إعلامية مختلفة كالغزو الثقافى، وحماية المواطنين من الدعايات المضادة¹¹ فمن ثم تظهر الحاجة إلى التعرف على طبيعة استخدامات الجاليات العربية في أوروبا للفضائيات العربي ورصد أنماط وعادات المشاهدة والتعرف على التفضيلات المختلفة.

ويرجع أسباب اختيار مشكلة الدراسة إلى :

(1) الأفراد يلجأون للتلفزيون للتفاعل الاجتماعى¹² ومن ثم التعرف على احتياجات العرب خارج أوطانهم من القنوات الفضائية.

- 2) الانتشار الملحوظ للقنوات الفضائية بالشكل الذى أتاح المجال لصعوبه تحديد هوية وأهداف بعض هذه القنوات.
- 3) أهمية الدور الذى تقوم به القنوات الفضائية ؛ ومن ثم الاهتمام بالرسالة الإعلامية المقدمة إلى الجاليات العربية خارج أوطانها.

أهداف الدراسة

- 1- رصد وتحليل حدود تعرض الجاليات العربية عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية.
- 2- التعرف على التفضيلات المختلفة للمواد التليفزيونية بالنسبة لعينة الدراسة .
- 3- التعرف على أنماط وعادات المشاهدة بالنسبة لعينة الدراسة .
- 4- التعرف على احتياجات عينة الدراسة من القنوات الفضائية العربية .

فروض الدراسة

- 1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الجاليات العربية -عينة الدراسة- للقنوات الفضائية العربية ومدة الإقامة.
- 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض عينة الدراسة لقنوات فضائية عربية وانتماء مفرداتها إلى أصولها.

نوع الدراسة ومنهجها

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، والتي تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين، وتكرارات حدوث الظواهرات المختلفة¹³، وتهدف الدراسة إلى وصف سمات وخصائص الجاليات العربية فى أوروبا، واستخدامها للفضائيات العربية، ومن ثم تعتمد هذه الدراسة على عدة مناهج وهى: منهج المسح الإعلامى ، من خلال مسح عينة من الجاليات العربية فى ألمانيا للتعرف على كيفية ودوافع استخدامهم للقنوات الفضائية العربية وتفضيلاتهم، وكذلك الاعتماد على أسلوب المقارنة المنهجية من خلال مقارنة أفراد العينة والتعرف على أوجه الشبه والاختلاف بينهما بالإضافة إلى الاعتماد على المنهج الإحصائى من خلال التحليل للإحصائيات المختلفة للدراسة الميدانية؛ للحصول على المعلومات والبيانات واختبار صحة فروض الدراسة.

عينة الدراسة

تتمثل عينة الدراسة الميدانية من خلال العينة المتاحة من الجاليات العربية فى ألمانيا، ويرجع اختيار للعينة المتاحة نظرا لكبر حجم العينة، وتبينها والتواصل من بعد عن طريق الوسائل الإلكترونية، كما يرجع اختيار الباحث للجاليات العربية فى ألمانيا نظرا لتعدد الجنسيات العربية فى ألمانيا، وتواجدها بها وبأعداد كثيفة.

أدوات جمع البيانات

تم الاعتماد على استمارة استبيان حيث أن الاستبيان أداة من أدوات جمع البيانات، يهدف إلى الحصول على الحقائق، والأفكار، والآراء، وهو من أكثر الأدوات البحثية شيوعاً واستخداماً في منهج المسح؛ وذلك لإمكانية تطبيقه على عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد¹⁴ ولقد قام الباحث باستخدام الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات وذلك في الدراسة الميدانية؛ بهدف جمع المعلومات والبيانات، واختبار صحة الفروض.

مفاهيم الدراسة والتعريفات الإجرائية

التعرض لوسائل الإعلام- " يتعرض الجمهور لوسائل الإعلام ويتأثر بها، وقد يكون هذا التأثير بدون وعي منه كما قد يكون مقصوداً أو غير مقصود ويختلف الأفراد عن بعضهم البعض في مدى تعرضهم لوسائل الإعلام، وكلما زاد عمق التعرض دل على وعي الجمهور برسالة الإعلام"¹⁵

الجمالية: هم الذين جلوا عن أوطانهم، وهي جماعة من الناس تعيش في وطن جديد غير وطنهم الأصلي¹⁶

نظرية الاستخدامات والإشباع

تتعمق نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، ومن المنظور التاريخي فإنه خلال فترة الأربعينات من القرن العشرين تم إدراك العلاقة بين الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، ومن ثم تحولت النظرة نحو الجماهير من أنها عنصر سلبي إلى عنصر فعال، من خلال عملية الانتقال للرسائل الإعلامية المختلفة¹⁷ وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباع لتحقيق ثلاثة أهداف هي:

- 1- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.
- 2- توضيح دوافع استخدام الأفراد للوسيلة الإعلامية دون غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى بالإضافة إلى التفاعل مع هذا الاستخدام.
- 3- التركيز على فهم أن عملية الاتصال هي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري¹⁸

علاقة الدراسة بنظرية الاستخدامات والإشباع

يوجد علاقة بين النظرية وما تسعى إليه الدراسة من حيث التعرف على استخدام الجاليات العربية في أوروبا- عينة الدراسة- للفضايات العربية، بالإضافة إلى التعرف على دوافع الاستخدام، كما تسعى الدراسة إلى التعرف على الإشباع المختلفة المتحققة من خلال استخدام وسائل الإعلام بالنسبة لعينة الدراسة، وبالإضافة إلى ما سبق فإن الدراسة تبحث في

الفروق الفردية ودورها في اختيارات الجمهور للوسيلة الإعلامية، والمادة الإعلامية التي يتعرض لها، أى أن الدراسة تعتمد على فكرة الجمهور النشط والذي يتعرض للوسيلة الإعلامية وفقا لدوافع مختلفة تؤدي إلى تحقيق إشباع ما.

الإعلام الفضائي العربي تطوره وتحدياته

بدأت مشاهدة التلفزيون في البلاد العربية على نطاق ضيق في أواخر الخمسينات في كل من العراق ولبنان، وذلك من خلال بث تلفزيوني في عاصمتي هاتين الدولتين في حين أن دول عربية أخرى كان في استطاعتها في أواخر الخمسينات مشاهدة تلفزيون غير عربي فدخل المغرب العربي كانت تتمكن من مشاهدة التلفزيون الفرنسي، كما كان بإمكان الليبيين الذين يقطنون بالقرب من قاعدة ويلييس الجوية من مشاهدة تلفزيون يديره طاقم عسكري من الولايات المتحدة الأمريكية، وكان بإمكان السعوديين القاطنين بالقرب من قيادة الأرامكو من مشاهدة بث شركة النفط العربية الأمريكية، في حين أنه لم يكتمل البث الإذاعي للدول العربية إلا عندما باشرت عمان بثها في 1970م، ولم يكتمل كامل الدول العربية قدرات بث تلفزيوني محلي إلا عندما بدأ التلفزيون اليمني عام 1975م من بث برامجه عبر الأثير¹⁹

في حين أفتتح أول نظام تلفزيوني تحت إدارة عربية في العراق في أيار 1956م، وكان ذلك عبارة عن تسهيلات بقدرة 500 واط ببرنامج معد بشكل خاص لتسليمة المشاهدين في بغداد، وفي حين آخر باشرت مصر وسوريا أنظمتها التلفزيونية عام 1960م كل منهما على حدة، وذلك بعد محاولة فاشلة للمباشرة في مشروع مشترك²⁰، وفي ظل العولمة تعيش الأمة العربية في مرحلة تمثل واحدة من أدق المراحل في حياتها، وذلك للمتغيرات الكثيرة التي تشهدها السياسة الدولية، واتساع حجم الغزو الثقافي والفكري للوطن العربي عن طريق الفضائيات²¹، وقد تستخدم وسائل الإعلام بطرق مختلفة وذلك باختلاف القوة والأنظمة والسياسات التي تحدد دورها ومهامها الحالية والمستقبلية، وبالرغم من التحديات التي تواجه الدول النامية إلا أنها إذا أحسنت استخدام الإعلام فإنه سيصبح أداءه فعاله لتحقيق التكامل الوطني، وذلك من خلال توفير مناخ من الابتكار مع إثارة دافع الانجاز وإرساء الطموحات التربوية والتعليمية والاقتصادية والمهنية، والسبيل إلى ذلك لن يحدث بدون نمو مشاعر الولاء للوطن والمشاركة الجماهيرية بطريقة متكاملة²² وبالنظر في وقتنا الحالي إلى القنوات الفضائية العربية يلاحظ الانتشار الواسع لها من حيث العدد، وبالرغم من أن هذه القنوات استطاعت جذب المشاهد العربي إلا أنه أصبح مشتتا بين هذا العدد الضخم من القنوات ومع ازدياد أعداد القنوات الفضائية زادت معها روح المنافسة لجذب الجمهور بطرق مختلفة الأمر الذي أوجد تفتيتا للجمهور، بالإضافة إلى اتجاه بعض القنوات الفضائية العربية بتقليد النموذج الغربي

في الشكل والمضمون²³ وهناك بعض الدراسات تؤكد أن الأطفال يقبلون على القنوات الفضائية الأجنبية أكثر من القنوات الفضائية العربية، حيث أن 12% من الأطفال يشاهدون قنوات غير وطنية منه 90.3% يشاهدون برامج أطفال بهذه القنوات الأمر الذي يدعو للاهتمام ببرامج الأطفال الوطنية لتحسينهم وربطهم بواقعهم وتاريخهم وحضارتهم²⁴.

قنوات فضائية عربية: تتميز القنوات الفضائية العربية بكثرة عددها واختلاف مجالاتها ومن هذه القنوات على سبيل المثال:

القناة الفضائية المصرية الأولى: بدأ التخطيط للقناة الفضائية المصرية عام 1989م، في حين بدأ البث التجريبي لها في الخامس من نوفمبر 1990م وتم إفتتاحها رسميا في الثاني عشر من ديسمبر 1990م وذلك لتقديم بديل عربي للمشاهد في المنطقة العربية في ظل انتشار القنوات الفضائية الأجنبية؛ وذلك حفاظا على الهوية ، ومن أهداف هذه القناة ربط الجاليات المصرية بوطنهم الأم، ، وتقوم هذه القناة على تمويل من اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصرى التابع لوزارة الإعلام المصرية²⁵

شبكة راديو وتلفزيون المتخصصة ART: بدأ البث التجريبي لشبكة ART في 13 أكتوبر 1993م، في حين أن بداية البث الرسمى لها كان في 18 أكتوبر 1993م على القمر الصناعى "عرب سات" ، وتمتلك شبكة ART بالإضافة إلى القنوات المتخصصة قناة أقرأ الفضائية، والتي بدأ بثها في 1998م كقناة دينية تحرص على تقديم برامج تلبي احتياجات أفراد الأسرة المسلمة، وتسعى إلى رفع الثقافة والمعرفة الدينية²⁶

قناة أوربت الإعلامية: تتبع قناة أوربت لشركة أوربت السعودية للاتصالات وقد بدأت هذه الشبكة في أبريل 1994م بحملة تعريفية لبرامج أوربت في حين أن البث المشفر للشبكة بدأ في 25 مايو 1994م ، وشبكة أوربت ذات صبغة تجارية وتدار بطريقة تجارية، وتهدف إلى توفير احتياجات المشاهد المعلوماتية والترفيهية²⁷.

قناة الجزيرة القطرية: بدأ بث قناة الجزيرة في الأول من نوفمبر 1996م لمدة ست ساعات يوميا على القمر الصناعى (عرب سات 2) ويقع أغلب اهتمامات قناة الجزيرة في الجانب الإخبارى من خلال النشرات والمواجيز والتغطيات الحية للأحداث، وقامت شبكة الجزيرة بإطلاق عدة قنوات أخرى منها الجزيرة الرياضية والجزيرة الوثائقية وغيرها²⁸

القناة الفضائية السعودية الأولى "Saudi1" والتي بدأ بثها في نهاية عام 1990م عبر العرب سات A1 كأول محطة خليجية تبث إرسالها إلى كافة الدول العربية، ويتم بثها حاليا بواسطة ثمانية أقمار صناعية ومنها العرب سات (A2- A3- D2) والقمر الآسيوى (آسيا سات 2)، والقمر الأوروبي (هوت برد4)²⁹.

المغترب والقنوات الفضائية

إن الجاليات العربية شأنها شأن أى جمهور لوسائل الإعلام فى أنها متلقى للرسالة الإعلامية، فالجمهور عبارة عن عدد كبير من الأفراد مشتركين فى مصلحة عامة أو اهتمام واحد يُعرفون به، كما أن أعضاء الجمهور الواحد عادة ما لا يتصلوا بعضهم البعض اتصالا مباشرا ولكنهم قد يسعوا إلى قراءة مادة مشتركة، أو مصادر مشتركة للمعلومات، أو القيام بأنشطة مشتركة، بل أن للجماهير تأثيرا واضحا من خلال الرسائل التى ترسلها إلى المؤلفين والمخرجين والمذيعين³⁰ ووسائل الإعلام بشكل عام لديها برنامج وخطه، وتُشكل الجمهور، كما أن هناك علاقة خاصة بين المغترب ووسائل الإعلام التى من خلالها يتحقق ما يُعرف "بالتعرض الإنتقائى" وذلك لعدة أسباب أهمها.

1. محاولة التكيف مع المجتمع الجديد والذى يختلف فى عاداته وأسلوب الحياة عما اعتاد عليه المغترب فى موطنه الأصلي.

2. الحصول على رفيق يفهمه المغترب ويتكلم لغته ويسهل الحصول عليه.

3. تحقق له التواصل الاجتماعى مع وطنه وأهله ولو عن بعد³¹

وهناك أسباب عديدة لاستخدام الجاليات العربية للقنوات الفضائية، ففى دراسة حول أسباب استخدام الجالية العربية فى كندا للقنوات الفضائية أكدت على أن السبب الأول لتفضيل عينة الدراسة للقناة التى تستخدمها يرجع إلى اهتمامها بما يدور فى الوطن العربى وذلك بنسبة 49.4% فى حين جاء السبب الثانى وبنسبة 44.3% لما تحمله هذه القنوات من رؤية عربية للأحداث، وبنسبة 31.7% يتم استخدامها بسبب تقديمها باللغة العربية فى حين أن 30.4% يستخدمون القنوات الفضائية العربية بسبب التزامها بالأخلاق العربية³² وتعتبر البيئة الجغرافية التى ينتمى إليها المشاهدين العرب متغيرا هاما ومؤثرا فى طبيعة القنوات الفضائية التى يستخدمونها ويشاهدون برامجها ويفضلون التعرض لها³³.

الجاليات العربية فى أوروبا

إن علاقة أوروبا بالعالم العربى تستند إلى أسس جغرافية وتاريخية تبدو شديدة التواصل، حيث أن الأفكار الجديدة والتيارات السياسية بل وحتى موضة الأزياء تنتقل من أوروبا إلى الشواطئ الشماليه العربية للعالم العربى³⁴ وفى إطار تواجد العديد من الجاليات العربية فى أوروبا شأنها شأن العديد من الجاليات الأخرى يعد من الأهمية التعرف على طبيعة هذه الجاليات العربية والحديث عن الجاليات العربية يعد بمثابة الحديث عن المغتربين، وتعتبر الجاليات العربية فى أوروبا مكونا غير متجانس لا من حيث التكوين المهنى أو العلمى ولا من حيث التركيبة العمرية³⁵ ويرجع تواجد العرب فى أوروبا إلى فترة إعادة بناء القارة الأوروبية فى أعقاب الحرب العالمية

الثانية، وذلك للاتجاه الذى كانت تنتهجه أوروبا فى استقدام العمالة المختلفة، كما لعب إستقلال المستعمرات الأوروبية فى شمال أفريقيا وآسيا دورا كبيرا فى زيادة معدل الهجرة من هذه المستعمرات إلى القارة الأوروبية، ففى هذا الإطار على سبيل المثال نجد أن مليوننا جزائريا استقروا فى فرنسا عقب إتفاقية إيفيان 1962م، فى حين أن الجيل الثانى للمهاجرين بدأ عام 1973م مع ظهور الأزمة الاقتصادية فى أوروبا، حيث لجئت معظم الحكومات الأوروبية إلى فرض قيود على استقدام العمالة من خارج أوروبا، إلا أن هذه الحكومات اتجهت إلى سياسة لم الشمل العائلى للمهاجرين³⁶

الجاليات العربية فى ألمانيا

تقع ألمانيا فى وسط أوروبا وتسمى بالألمانية "دويتشلاند" (Deutschland) وبالإنجليزية (Germany) واسمها بالكامل "جمهورية ألمانيا الاتحادية"، برلين هى عاصمتها والى تعد أكبر مدنها، تبلغ مساحة ألمانيا 357.021 كم مربع ويبلغ عدد سكانها 81.751.602 نسمة، وتعتبر ألمانيا الدولة الأكثر عددا وكثافة بالسكان بين دول الاتحاد الأوروبي³⁷ وتتميز ألمانيا بخصائص إعلامية تميزها عن غيرها ومنها: التأكيد على الأسس الفيدرالية فيما يتعلق بالثقافة والإذاعة، بالإضافة إلى تواجد الإعلام الحكومى إلى جانب الإعلام الخاص، كما تتميز ألمانيا بالتعددية الفكرية إضافة إلى تعدد مصادر الإعلام³⁸ ولقد بدأ وجود العرب يتزايد فى ألمانيا بعد الحرب العالمية الثانية، وذلك بحثا عن فرص العمل فى عملية تعمير البلاد، إلا أن هذه الأعداد لهؤلاء المهاجرين العرب كانت صغيرة نسبيا؛ ويرجع ذلك إلى طبيعة المجتمع الألماني فى تلك الفترة الذى لم يكن من المجتمعات المفتوحة التى تستوعب موجات كبيرة من الهجرة الخارجية، إضافة إلى أن ألمانيا لم تكن من الدول الاستعمارية التى كان يلجأ إليها أبناء هذه المستعمرات للعمالة فى نهاية الستينات وبداية السبعينات، وبالرغم أن أعداد العرب فى ألمانيا تزايد وأصبح كبيرا إلا أن تأثيرهم لا يكاد يكون حاضرا؛ حيث أن تجمعاتهم غلب عليها الطابع الإقليمى بالإضافة إلى أن العديد منهم يعيش بمعزل عن المجتمع الألماني³⁹ ويقدر عدد الجالية العربية فى ألمانيا نحو مليون شخص وأن حوالى 700 ألف من هذا العدد لديه الجنسية الألمانية، كما يحمل عددا كبيرا منهم للشهادات الجامعية، وتعتبر الجالية الفلسطينية من أكبر الجاليات العربية، حيث أنها قدمت إلى ألمانيا فى أواخر الخمسينات ومطلع الستينات للدراسة الجامعية، إلا أن عددا كبيرا استقر بها وخاصة هؤلاء القادمون من الأراضى المحتلة، ويعمل الكثير منهم فى مختلف المجالات ويتمركزون فى المدن الكبرى ويحمل جزء كبير منهم للجنسية الألمانية، أما الجالية اللبنانية فإن عددها غير محدود حيث يقارب خمسين ألفا، وذلك يرجع إلى أن السلطات الألمانية شملت تحت خانة لبنان فئات أخرى من الفلسطينيين والأكراد وغير

ذلك، ويتمتع جزء كبير من هذه الجالية بوضع اقتصادي ما بين جيد ومتوسط، بل أن جزءا كبيرا منها يشغل مراكز مهمة في الحقول الاقتصادية والعلمية والطبية، بالإضافة إلى امتلاك البعض لشركات تجارية. وتعتبر الجالية المغربية هي أكبر الجاليات العربية التي تتواجد في ألمانيا؛ حيث أن أفراد هذه الجالية هاجروا بعقود عمل في بعض المصانع ومناجم الفحم الحجري وبعض المصانع والسكك الحديدية، ويقدر عدد هذه الجالية بحوالي ثمانين ألفا. ويعد اعتزاز المهاجرين بجزورهم الثقافية واندماج هؤلاء المهاجرين في المجتمع هو ركيعة من أهم ركائز التنوع الحضاري الذي تشهده ألمانيا منذ عقود، وتعتبر عناية الجالية المصرية في ألمانيا بأصولهم العربية والإسلامية خير مثال لذلك، ويقدر عدد الجالية المصرية بألمانيا بحوالي خمسة وثلاثين ألفا فردا وفي تارة أخرى حوالي خمسين ألف فرد، ويرجع ذلك إلى أنه غالبا ما يكون الأرقام المعلنة من مكتب الإحصاء الاتحادي الألماني مختلف عن تلك الأرقام بالقنصليات المصرية، وذلك لوجود عدد كبير من المصريين شأهم شأن العديد من الجنسيات العربية لا يقوم بتسجيل بياناتهم بسجلات القنصليات فضلا عن أن كثير منهم يحمل الجنسية الألمانية، ويرجع أسباب هجرة المصريين إلى ألمانيا إلى عدة أسباب كالعامل أو التجارة أو الزواج أو الدراسة أو غير ذلك، ويؤكد "محمد العرابي" سفير جمهورية مصر العربية الأسبق ببرلين أن هذه الجالية تعد نموذجا يمكن أن يتخذى به في تفهمهما لواقع الحياة في ألمانيا، بالإضافة إلى إتقانهم اللغة وشغلهم الوظائف الهامة⁴⁰ في حين يتواجد العديد من الجالية السورية في ألمانيا وتتمتع بمراكز جيدة ونسبة تعليم عالية، حيث يتواجد عدد كبير منهم من الأطباء والمهندسين وأساتذة الجامعة بالرغم من أن هذه الجالية غير قديمة في التواجد بألمانيا كالجاليات الأخرى، ويوجد جاليات عديدة من مختلف الدول العربية إلا أن حضور الجاليات الخليجية شبه معدوم وبدأ ظهورها مع إقبال الطلاب على الدراسة في ألمانيا. وتعتبر الغالبية العظمى من الجاليات العربية في ألمانيا من شريحة العمال العرب الذين وفدوا إلى ألمانيا والتي تتميز بضعف المستوى الثقافي وبالتالي ضعف قدرتهم على التأثير الإيجابي في أبنائهم أو حتى توريث قيمهم وعاداتهم، وإن كانت شريحة العمال تحرص على التمسك بالدين الإسلامي الحنيف وكذلك توطيد الصلة بالوطن الأم⁴¹.

ويجدر الإشارة إلى أهمية الاهتمام بالعمل الإعلامي العربي بألمانيا، فعلى سبيل المثال يعاني العمل الإعلامي العربي بالعاصمة الألمانية برلين من معوقات عديدة وذلك لعدة أسباب، حيث أن نوعية المغتربين العرب والذين قدموا إلى العاصمة برلين سعيا إلى حياة أفضل مما هي في أوطانهم سواء إقتصاديا أو سياسيا أو اجتماعيا وكان أغلبهم في سن الشباب ولم يتمكنوا من التحصيل العلمي أو انتظام الحياة التربوية والاجتماعية واستقرارها، بالإضافة إلى العديد من المعوقات التي أدت إلى صعوبه الانسجام في المجتمع الألماني⁴² ومن ثم تظهر الحاجة إلى إيجاد

آلية تجمع الجاليات العربية بألمانيا في كيان مؤسسى واحد يتم من خلاله توحيد الجهود للتواصل والتنسيق من أجل الحفاظ على الهوية العربية والاستفادة من هذا الكيان في مساندة شتى القضايا العربية.

الدراسة الميدانية

أهداف الدراسة الميدانية

- 1- التعرف على صفات عينة الدراسة
- 2- رصد وتحليل حدود تعرض الجاليات العربية -عينة الدراسة- للقنوات الفضائية العربية.
- 3- التعرف على أنماط وعادات المشاهدة بالنسبة لعينة الدراسة.
- 4- التعرف على أهم القنوات الفضائية التي تتعرض لها عينة الدراسة.

تساؤلات الدراسة الميدانية

- 1- ماهى الصفات الديموغرافية للجاليات العربية -عينة الدراسة-؟
- 2- أهم أنماط وعادات تعرض الجاليات العربية -عينة الدراسة- للقنوات الفضائية؟
- 3- أهم القنوات الفضائية العربية التي تحرص عينة الدراسة على مشاهدتها.

عينة ومجال الدراسة

تمثلت عينة الدراسة الميدانية من 86 مفردة من الجاليات العربية في ألمانيا ممن يشاهدون القنوات الفضائية، من مختلف الأنواع والأعمار والمستويات الاجتماعية، وقد تم الاعتماد على العينة المتاحة، تحدد المجال المكاني للدراسة في قارة أوروبا - دولة ألمانيا كنموذج للدراسة- وذلك بتطبيق الدراسة على العينة المتاحة في الستة عشر ولاية ألمانية والتي تم إجراء الدراسة عليها، كما تم اختيار شهر ديسمبر 2014م ويناير وفبراير 2015م كمجال زمنى للدراسة حيث أن هذه الشهور تشمل على إجازات ومناسبات عديدة في ألمانيا، فضلا عن شدة البرودة في هذه الشهور مما يجعل الكثيرين يمكثون فترة أطول في المنزل فمن ثم يسهل التفاعل مع أفراد الجالية إلكترونيا في هذا التوقيت.

أدوات جمع البيانات: تم الاعتماد على صحيفة استبيان، ولقد تم تصميم الاستمارة ورقيا ثم تصميمها إلكترونيا بواسطة برنامج "جوجل درايف" Google Drive بالشكل الذى يسهل معه تفاعل الباحث فى الإجابة على الاستبيان، فى حين تم تطبيق الاستبيان عن طريق شبكة التواصل الاجتماعى فيسبوك Facebook.

نتائج الدراسة الميدانية

توصلت الدراسة الميدانية إلى العديد من النتائج؛ وذلك من خلال تفريغ إجابات الباحثين؛ للتوصل إلى البيانات والمعلومات المختلفة حول موضوع الدراسة:

- 1- أغلب أفراد عينة الدراسة من الذكور، حيث بلغ عدد الذكور 62 مفردة بنسبة 72.09%، مقابل عدد 24 مفردة من الإناث بنسبة 27.91% من إجمالي عدد العينة.
- 2- نسبة 70.93% من العينة تتراوح أعمارهم ما بين أكبر من 21 وحتى 40 سنة، أى أن أغلب العينة تتمثل في مرحلة الرشد والبلوغ، وتأتى في المرتبة الثانية نسبة العينة في المرحلة العمرية أكبر من 40 إلى 60 سنة أى مرحلة وسط العمر والتي بلغت 16 بنسبة 18.60%، وتأتى نسبة العينة للمرحلة العمرية من 13 إلى 21 سنة والتي تمثل مرحلة المراهقة في المرتبة الثالثة بعدد 7 مفردة وبنسبة 8.14% في حين تأتى في المرتبة الرابعة نسبة العينة في المرحلة العمرية مابعد 60 سنة (الشيخوخة وما بعدها) والتي بلغ عددها 2 مفردة بنسبة 2.33% من إجمالي عدد العينة.
- 3- توزيع الباحثين من حيث المؤهل الدراسي، تشير البيانات إلى أن نسبة الحاصلين على شهادة الليسانس أو البكالوريوس تحتل المرتبة الأولى حيث بلغ عددها 51 مفردة بنسبة 59.30%، وتأتى نسبة الحاصلين على درجة الماجستير في المرتبة الثانية بعدد 13 مفردة و بنسبة 15.12%، كما تأتى نسبة الحاصلين على شهادة الثانوية في المرتبة الثالثة بنسبة 13.95% من إجمالي عدد مفردات العينة، في حين تأتى نسبة الحاصلين على درجة الدكتوراه في المرتبة الرابعة بنسبة 6.98%، كما يوجد عدد واحد مفردة حاصلة على شهادة الإعدادية، وأفاد عدد 3 مفردة بإجابات أخرى؛ حيث ذكر أحد الباحثين مؤهلة الدراسي بطبيب أخصائي دون تحديد المؤهل الدراسي، وذكر آخر Student والتي تعنى طالب باللغة الألمانية دون أن يذكر المرحلة التي يدرسها، كما ذكر آخر Diplon والتي تشير إلى الدبلوم والذي يتم الحصول عليه بعد الليسانس أو البكالوريوس.
- 4- توزيع الباحثين من حيث الحالة الاجتماعية.
أكثر من نصف الباحثين من المتزوجين حيث بلغ عددها 47 مفردة بنسبة 54.65%، ويأتى في المرتبة الثانية فئة الأعزب والتي بلغ عددها 35 بنسبة 40.70% من إجمالي نسبة العينة، في حين أن عدد المطلق بلغت 2 مفردة بنسبة 2.33%، وتساوى عدد فئة الأرملة بعدد واحد مفردة مع فئة أعيش مع صديقى/ صديقتى بنسبة 1.16% لكل منهما على حدة.
- 5- جدول رقم (1) يوضح توزيع الباحثين من حيث مدة الإقامة بألمانيا.

الترتيب	%	ك	مدة الإقامة
2	31.40	27	من سنة إلى ثلاث سنوات
1	44.18	38	أكثر من ثلاث سنوات إلى عشر سنوات
3	13.95	12	أكثر من عشر سنوات إلى عشرين سنة
4	10.47	9	أكثر من عشرين سنة
	100	86	المجموع

6- جدول رقم (2) يوضح توزيع المبحوثين من حيث العمل.

الترتيب	%	ك	العمل
2	39.53	34	أعمل
3	15.11	13	لا أعمل
1	41.87	36	أدرس حالياً
4	3.49	3	أخرى تذكر
	100	86	المجموع

القنوات الفضائية والمواد الإعلامية التي يتعرض لها -عينة الدراسة

1- جدول رقم (3) يوضح توزيع المبحوثين من حيث مشاهدة القنوات الفضائية العربية.

الترتيب	%	ك	هل تشاهد القنوات الفضائية العربية
1	91.86	79	نعم
2	8.14	7	لا
	100	86	المجموع

2- جدول رقم (4) يوضح توزيع المبحوثين من حيث معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية.

الترتيب	%	ك	معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية
1	41.86	36	دائماً

2	32.56	28	أحيانا
3	17.44	15	نادرا
4	8.14	7	لا يشاهد
	100	86	المجموع

3- فيما يتعلق بالقنوات الفضائية العربية التي تحرص عينة الدراسة على مشاهدتها تم سؤال المبحوثين حول أهم ثلاث قنوات عربية يشاهدونها مع إتاحة اختيار المبحوثين لأكثر من بديل أو إضافة بدائل أخرى وتشير البيانات إلى أن حرص مشاهدة الجاليات العربية -عينة الدراسة- لقناة الجزيرة الإخبارية تأتي في المرتبة الأولى حيث بلغت نسبة مشاهدة عينة الدراسة لقناة الجزيرة الإخبارية 52.33% ويأتي في المرتبة الثانية الحرص على مشاهدة قناة العربية الإخبارية، وهو ما يشير إلى اهتمام عينة الدراسة بالقنوات الإخبارية وحرصهم على مشاهدتها، وجاءت في المرتبة الرابعة مشاهدة القناة الفضائية المصرية بنسبة 17.44%، كما جاءت مشاهدة قناة دبي في المرتبة الخامسة بنسبة 16.28%، تليها مشاهدة قناة المستقبل اللبنانية بنسبة 11.63%، وتأتي في المرتبة السابعة قناة الدولية الليبية بنسبة 9.30%، وتنخفض نسبة مشاهدة القنوات الأخرى تدريجيا للقنوات التي تم إدراجها في صحيفة الاستبيان.

4- فيما يتعلق بالمواد الإعلامية التي تفضل عينة الدراسة مشاهدتها على القنوات الفضائية العربية، تشير البيانات إلى أن البرامج الإخبارية تأتي في المرتبة الأولى بنسبة 63.95%، تليها البرامج السياسية بنسبة 38.37% في حين جاءت النشرات الإخبارية في المرتبة الثالثة بنسبة 32.56% من حيث تفضيل عينة الدراسة للمواد الإعلامية على القنوات الفضائية العربية، تليها الأفلام التسجيلية بنسبة 27.91%، كما جاءت في المرتبة الخامسة نسبة تفضيل مشاهدة البرامج الدينية والتي بلغت نسبتها 26.58%، تليها الدراما بنسبة 25.58%، في حين جاءت البرامج الثقافية في المرتبة السابعة بنسبة 19.77%، كما جاءت البرامج التعليمية في المرتبة الثامنة بنسبة 17.44%.

نتائج اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الجاليات العربية - عينة الدراسة- للقنوات الفضائية العربية ومدة الإقامة.

جدول رقم (5) يوضح العلاقة بين معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية ومدة إقامة عينة الدراسة في ألمانيا.

مدة الإقامة								معدل التعرض
أكثر من عشرين سنة		من عشر سنوات إلى أقل من عشرين سنة		من ثلاث سنوات إلى أقل من عشر سنوات		من سنة إلى أقل من ثلاث سنوات		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
44.45	4	38.47	5	39.47	15	46.15	12	دائما
22.22	2	30.77	4	28.95	11	42.31	11	أحيانا
22.22	2	15.38	2	26.32	10	3.85	1	.نادرا
11.11	1	15.38	2	5.26	2	7.69	2	لا يشاهد
100	9	100	13	100	38	100	26	المجموع

قيمة χ^2 المحسوبة = 7.38 مستوى المعنوية = 0.01 (دالة) درجة الحرية =

9

يتضح من الجدول السابق ومن خلال تطبيق χ^2 أن الدراسة الإحصائية توصلت إلى وجود علاقة دالة بين مدة الإقامة ومعدل التعرض للقنوات الفضائية العربية، حيث بلغت قيمة χ^2 المحسوبة = 7.38 عند مستوى معنوية = 0.01 وعند درجة حرية = 9 وتشير الأرقام الموضحة في الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة الفروق بين من يشاهد القنوات الفضائية العربية من عينة الدراسة (دائما وأحيانا) مع نسبة من يشاهد القنوات الفضائية العربية (نادرا) وذلك في مدة إقامة من سنة إلى أقل من ثلاث سنوات عن غيرها من المدد؛ حيث أشار 46.15% بمشاهدة القنوات الفضائية العربية (دائما)، وأشار 42.31% من عينة الدراسة بالمشاهدة (أحيانا)، في حين أشار 3.85% بالمشاهدة (نادرا)، إلا أنه يلاحظ أن الفروق بين من يشاهد دائما وأحيانا وبين من يشاهد نادرا تقل مع مدد الإقامة الأطول، حيث أن من مدة أكثر من ثلاث سنوات وحتى عشر سنوات أشار 39.47% بالمشاهدة (دائما) وأشار 28.95% بالمشاهدة (أحيانا)، في حين ارتفع نسبة عينة الدراسة التي تشاهد القنوات

تعرض الجاليات العربية في أوروبا للفضائيات العربية "ألمانيا كنموذج" دراسة وصفية

الفضائية (نادرا)؛ حيث أشار إلى ذلك نسبة 26.32%، كما يوضح الجدول السابق انخفاض نسبة الفروق في النسب بين من يشاهد القنوات الفضائية العربية دائما وأحيانا ومن يشاهدها نادرا وذلك في مدة إقامة سنة إلى أقل من ثلاث سنوات عن غيرها من مدد الإقامة الأطول.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض عينة الدراسة لقنوات فضائية عربية وانتماء مفرداتها إلى أصولها.

جدول رقم (6) يوضح العلاقة بين تعرض عينة الدراسة لقنوات فضائية عربية وانتماء مفرداتها إلى أصولها.

الجنسية	عدد من يتعرض لقنوات الموطن الأصلي	عدد من لا يتعرض لقنوات الموطن الأصلي	الترتيب
مصرى	11	7	18
ليبي	11	11	22
تونسى	4	1	5
مغربي	6	0	6
موريتانى	0	1	1
فلسطينى	3	5	8
سودانى	1	0	1
لبنانى	2	1	3
أردنى	3	4	7
سورى	3	6	9
عراقى	0	2	2
قطرى	1	0	1
يمنى	1	2	3
المجموع	46	40	86

قيمة كا² المحسوبة = 15.65 مستوى المعنوية = 0.01 (دالة) درجة الحرية = 12

فيما يتعلق بمشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية التي تنتمي إلى أصولها أى قنوات موطنهم الأصلي، يوضح الجدول السابق من خلال تطبيق كا² وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين

تعرض عينة الدراسة لقنوات فضائية عربية وانتماء مفرداتها إلى أصولها؛ حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة = 15.65 وهى قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية = 0.01 وعند درجة حرية = 12 وتشير الأرقام الموضحة إلى وجود فروق بين الجنسيات العربية وتعرضها لقنوات الموطن الأصلي، حيث أن جميع مفردات العينة من المغرب تتعرض لقناة موطنهم الأصلي، وترتفع نسبة تونسى الجنسية فى التعرض للقنوات التونسية عن من لا يتعرض للقنوات التونسية، كما ترتفع نسبة المصريين الذين يتعرضون للقنوات المصرية عن المصريين الذين لا يتعرضوا للقنوات المصرية، فى حين يتساوى مفردات العينة من ليبيا لمن يتعرض ومن لا يتعرض للقنوات الليبية، ويختلف الأمر مع الجنسية العراقية من مفردات العينة والتي لا تتعرض للقنوات العراقية.

الخلاصة:

خلصت الدراسة إلى أن عينة الدراسة تمثل مجتمع متجانس من الدول العربية، متباين فى الصفات و الخصائص الديموغرافية، من حيث (النوع، التعليم، الحالة الاجتماعية، العمل، المؤهل، مدة الإقامة وغيرها)، كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة بين مدة الإقامة فى بلاد المهجر والتعرض للقنوات الفضائية العربية وذلك لصالح المدد الأقصر، كما خلصت الدراسة إلى أن الجاليات العربية عينة الدراسة تتعرض لقنوات بلدانهم الأم أكثر من القنوات الفضائية العربية الأخرى.

التوصيات والمقترحات:

- 1- يجب على القائمين بتخطيط الإعلام العربى، تقديم مواد إعلامية من شأنها الحفاظ على الهوية العربية، مع مراعاة توجيه الرسالة للجاليات العربية فى الأوقات التى تتناسب معهم فى بلاد المهجر، مع توفير روابط إلكترونية مختلفة يمكن من خلالها الوصول إلى القنوات الفضائية العربية.
- 2- إطلاق قناة عربية للمهاجرين العرب فقط، ، يمكن من خلالها تعليم لغات أجنبية بالشكل الذى يحافظ على اللغة العربية.
- 3- ضرورة التأكيد على المصادقية والحيادية والسرعة للقنوات الفضائية العربية.
- 4- الاهتمام بالقنوات الفضائية الموجهة وذلك إما بالتعاون معها بالطريقة التى تعود بالفائدة على الهوية العربية، أو توجيه الجاليات العربية بتجنب ما قد يؤثر سلبيا بالتعرض للقنوات الموجهة على الهوية العربية.
- 5- الاهتمام بعناصر الجذب والتشويق للقنوات الفضائية العربية بالطريقة التى تساعد فى الحفاظ على مشاهديها.

مراجع ومصادر الدراسة

- (1) إنشراح الشال، مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2001)، ص9.
- (2) عبد الخالق يوسف، رسائل إعلامية، (القاهرة: اتحاد الإذاعة والتليفزيون، مجلة الفن الإذاعي، عدد182، أبريل 2006)، ص 145.
- (3) Marwan M. Kraidy, Arab Satellite Television Between Regionalization and Globalization. (Usa: University of Pennsylvania Global Media Journal. Volume 1. Issue 1. Fall 2002).p 9.
- (4) Kevin Smets. *Connecting Islam and Film culture: The reception of Message (Arisalah) among The Moroccan diaspora.*(Belgium: University of Antwerp. Volume 9. issue 1. May 2012).
- (5) محمد كحط الربيعي، عادات التلقي لدى المهاجرين العرب للقنوات الفضائية - المهاجرون العرب في السويد نموذجاً - دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (الدنمارك: الأكاديمية العربية المفتوحة، كلية الآداب والتربية، 2011).
- (6) اسيل مهدي رشيد العامري، الانفصال الإعلامي: علاقة المهاجرين العرب بوسائل إعلام بلدان المهجر (السويد نموذجاً) - رسالة دكتوراه، غير منشورة، (الدنمارك: كوبنهاجن، الأكاديمية العربية المفتوحة، كلية الآداب والتربية، 2011).
- (7) محمد هلال محمد سيد، "دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية" - دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام قسم الإذاعة، 2007).
- (8) Zala Volcic. Media. Identities. and Immigrants: *Arab Satellite Television in Italy.* (Australia: Queensland University. 2006). Pp 63-77.
- (9) فاطمة نصر كرداش، الإعلام الفضائي العربي واستخداماته بين الجالية العربية، تقديم: عاطف عدلى العبد، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2005).
- (10) ممدوح محمد السيد المشمشي، دوافع تعرض المشاهد المصري للقنوات الفضائية في دولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة المنيا: كلية الآداب، 2002).
- (11) جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي، (القاهرة: دار عطوة، 1986)، ص 6.
- (12) جون أويتز، مقدمة في علم الاتصال الجماهيري، ترجمة: مركز الكتاب الأردني، (الأردن: عمان، الطبعة الرابعة، 1986)، ص644.
- (13) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب، الطبعة الثانية، 1995)، ص123.
- (14) محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، (القاهرة: دار علاء للكتب، 1993)، ص 183.
- (15) محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2004)، ص 149، 150.
- (16) المعجم الوسيط، (القاهرة: مجمع اللغة العربية، الإدارة العامة للمجمعات وإحياء التراث، الطبعة الرابعة، 2004)، ص 132.
- (17) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الخامسة،

- (2004)، ص 239، 240.
- (18) محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2003)، ص 255.
- (19) وليم أيه روو، الصحافة العربية، الإعلام الإخباري وعجلة السياسة في العالم العربي، ترجمة: موسى الكيلاني، (عمان: مركز الكتاب الاردني، الطبعة الثانية، 1998)، ص 25.
- (20) وليم أيه روو، المرجع السابق، ص: ص 174 : 176.
- (21) سعد مطشر عبد الصاحب، نحلة عبدالرزاق عبدالخالق، دور الفضائيات في دعم الهوية الوطنية، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، مجلة الباحث الإعلامي، عدد14، 2011)، ص: ص 141 : 143.
- (22) جمال الجاسم محمود، دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي، (جامعة دمشق: كلية العلوم السياسية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد20، العدد الثاني، 2004)، ص: ص 349 : 351.
- (23) عدلى رضا، تأثير القنوات الفضائية على الثقافة العربية- رؤية تحليلية، (القاهرة: اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي، العدد 196، أكتوبر 2009)، ص 189، 188.
- (24) عاطف عدلى العبد، نهي عاطف العبد، وسائل الإعلام نشأتها .. تطورها .. آفاقها المستقبلية، عرض: أميرة حسن أبو بكر، (القاهرة: اتحاد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي، العدد 189، يناير 2008).
- (25) أيمن محمد حبيب، تأثير الشبكات والقنوات الفضائية التلفزيونية التي تستقبلها منطقة الخليج العربي على تطوير الخدمة الإخبارية في التلفزيون السعودي- دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 1997)، ص 73، 74.
- (26) محمد بن عبدالله الكبشى الزهراني، دوافع تعرض الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية المتخصصة: دراسة ميدانية على عينة من أفراد المجتمع السعودي، رسالة ماجستير، غير منشورة، (المملكة العربية السعودية: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، 2009)، ص 23.
- (27) أيمن محمد حبيب، المرجع السابق، ص 93، 94.
- (28) محمد بن عبدالله الكبشى الزهراني، المرجع السابق، ص 23، 24.
- (29) سامى الشريف، الفضائيات العربية والصورة الذهنية للعرب والمسلمين، (المملكة العربية السعودية: الرياض، المنتدى الإعلامي السنوى الثاني، 2004)، ص 182.
- (30) غريب عبد السميع غريب، علم الاجتماع مفهومات - موضوعات - دراسات، (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، الطبعة الأولى، 2009)، ص 15، 16.
- (31) إنشراح الشال، دراسات في علم الاجتماع الإعلامي (المغرب ووسائل الإعلام)، دراسة ميدانية على عينة من المصريين المغتربين، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1987)، ص 262، 263.
- (32) فاطمة نصر كرداش، الإعلام الفضائي العربي واستخداماته بين الجالية العربية، مرجع سابق، ص 117.
- (33) فاطمة نصر كرداش، المرجع السابق، ص 108، 109.
- (34) مصطفى الفقى، العرب الأصل والصورة، (القاهرة: دار الشروق، الطبعة الأولى، 2002)، ص 33، 34.
- (35) سلام الكواكبي، الجاليات العربية في أوروبا: اللاتأثير في المشهد المدني والسياسي، (القاهرة: جامعة الدول العربية، مجلة

- شؤون عربية، العدد 141، ربيع 2010)، ص 1.
- (36) المسلمون في أوروبا... أزمات الاندماج في بيئة مغايرة، التقرير الاستراتيجي العربي، (القاهرة: مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، 2004-2005)،
- تاريخ الإطلاع: <http://acpss.ahram.org.eg/ahram/2001/1/1/RARB77.HTM> 2011/3/7.
- (37) ألمانيا،
- <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A3%D9%84%D9%85%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A7>، تاريخ الإطلاع: 2015/1/3.
- (38) جوغروبل، الإعلام نظام متشعب، حقائق عن ألمانيا، <http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/ar/culture-and-media/main-content-09/media.html> تاريخ الإطلاع: 11 / 1 / 2015.
- (39) العرب في ألمانيا - المعرفة،
- http://www.marefa.org/index.php/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8_%D9%81%D9%8A_%D8%A3%D9%84%D9%85%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A7 تاريخ الإطلاع: 2011/5/12.
- (40) علاء الدين سرحان، الجالية المصرية في ألمانيا: نموذج للإندماج الاجتماعي ومصدر للإثراء الثقافي، <http://archive.is/Wpus>، تاريخ الإطلاع: 2012/4/11.
- (41) العرب في ألمانيا-المعرفة: المرجع السابق.
- (42) مهند إبراهيم أبو لطيفة، العمل الإعلامي العربي في برلين... الواقع والطموحات، (ألمانيا: ورقة عمل مقدمة إلى الملتقى الحوارى الذى نظمه اتحاد الصحفيين العرب في ألمانيا تحت عنوان الإعلام وقضايا العصر... الجالية العربية في ألمانيا وضرورة العناية بالعمل الإعلامى)، <http://www.mogtareb-lb.com/details-82.html> تاريخ الإطلاع 2015/4/6.