

أنماط مشاهدة الشباب لبرامج التلفزيون في المملكة العربية السعودية

ساعد خضر العرابي الحارثي

أستاذ مشارك، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية

(ورد بتاريخ ٢٩/٨/١٤٠٨هـ وقبل للنشر بتاريخ ١٥/١٠/١٤٠٨هـ)

ملخص البحث . على الرغم من الفترة الزمنية الطويلة نسبياً التي مرّت على نشأة وسائل الإعلام في المملكة العربية السعودية إلا أن الحاجة إلى أبحاث إعلامية «كمية» تهدف إلى دراسة المتلقي لهذه الوسائل لاتزال مأسّة . . . ولعل أكثر ما يحتاج له الإعلام العربي بشكل عام والإعلام السعودي بشكل خاص هو معرفة العلاقة المتبادلة بينه وبين المجتمع الذي يعمل فيه، وهي العلاقة التي لاتزال غير واضحة حتى الآن، مما أدى ويؤدي إلى بناء المضمون الإعلامي في معزل عن معرفة حاجة المتلقي ورغبته . ونظراً إلى المكانة التي يحتلها التلفزيون في حياة الشباب في المملكة فإن هذا البحث يهدف إلى معرفة علاقة واستخدام الشباب للتلفزيون من جانب وانتشار هذه الوسيلة من جانب آخر وكذلك معرفة البرامج المفضلة للذكور والإناث منهم . وقد توصل البحث إلى نتائج كان معظمها غير متوقع خاصّة فيما يتعلق بمكانة البرامج الترفيهية بشكل عام، كما أن الفروق في الاهتمامات والتفضيل تفاوتت بشكل ملحوظ بين الجنسين .

مقدمة

لاتزال الدراسات الإعلامية في المملكة العربية السعودية مقتصرة على الساحة التاريخية بشكل واضح وكبير، وإذا خرجت عن حدود هذه الساحة فهي لم تتجاوز الدراسات ذات الطابع الوصفي بصرف النظر عن طريقة المعالجة . . . وهو الأمر الذي يدعو إلى القول بأن الدراسات «الكمية» نادرة إن لم تكن معدومة . . . ولكن إذا أخذنا في الاعتبار أن الدراسات

الإعلامية الأكاديمية حديثة عهد في هذه البلاد فإن بروز المرحلة «الكيفية» يبدو طبيعياً، ويؤكد ذلك أيضاً ظروف خارجية مثل الظروف الاجتماعية والثقافية والسياسية التي تشكل هي الأخرى عقبات في طريق البحوث الميدانية. . . وهي الظروف التي برهنت تجربتنا مع هذا البحث أنه ليس من السهولة إغفالها أو تجاوزها عند التفكير في الدراسات الإعلامية الميدانية.

وفي الحقيقة فإن البحوث العلمية في العلوم الإنسانية لم تصل إلى ما وصلت إليه دون المرور بمراحل مختلفة. كان أولها المرحلة التاريخية الوصفية التي سبقت غيرها من المراحل ليس في المملكة فقط ولكن حتى في الدول الأكثر تقدماً والتي وصلت إلى مرحلة مرموقة في ميدان البحث العلمي وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا.

ويبدو أن الوقت أصبح الآن مناسباً وقد وصلت وسائل الإعلام السعودية إلى مستوى جيد مرئي بوضوح وبعد أن قطعت الدراسات الأكاديمية في الجامعات السعودية شوطاً كبيراً كي تتجه جهود الباحثين إلى ارتياد الميادين البحثية التي لاتزال بكرًا. . . ولإثراء المكتبة الإعلامية وكذا تصحيح المسارات لوسائل الإعلام بما يحقق استثمارها الاستثمار الناضج في البناء الوطني والوعي الاجتماعي نرى أن البحوث الميدانية هي الساحة التي يجب أن تستقطب الجهود. . . ولعل هذا البحث يعدُّ أحد البدايات لمرحلة الأبحاث «الكمية» رغم ما اعترضه من صعوبات ليست إجرائية فقط ولكنها منهجية في المقام الأول ترتبط ببعض الظروف الخارجية التي سبق الحديث عنها.

ومهما يكن فإن الإذاعة والتلفزيون السعودي يمثلان ميدان إغراء للباحث الإعلامي وذلك لأسباب منها ندرة الأبحاث التي تتناول هذين الجهازين المهمين في المملكة من حيث المضمون والعلاقة بالجمهور والتأثير وغير ذلك من عوامل قياس متانة العلاقة بينهما وبين المتلقي ومدى تأثيرهما على السلوك. وسبب آخر هو أن التلفزيون السعودي على وجه الخصوص يتمتع بخاصية عدم المنافسة التي تتمثل في الوسائل الأخرى كالمرح والسنيما وأماكن الترفيه الأخرى المعروفة في غير المملكة. . . إذ إن المسرح شبه معدوم والسنيما غير

موجودة بالإضافة إلى ظاهرة الأمية التي صاحبت نشأة الإذاعة والتلفزيون في المملكة وهما الجهازان اللذان يزداد تأثيرهما — وبشكل خاص التلفزيون — بين قليلي الحظ في التعليم .

وعلى الرغم من أنه ليس هناك — كما أعرف — بحث علمي واحد يتناول مدى تأثير الإذاعة والتلفزيون السعودي على المتلقين . فليس من شك في أنها قد لعبت دوراً بارزاً في الحياة الاجتماعية السعودية . ولكن يبقى هذا الكلام في إطار التخمين ما لم ينبر الباحثون لاستقصاء هذا الموضوع المهم .

ويظل هذا البحث محاولة أولية في ميدان الدراسات الكمية لمعرفة علاقة الشباب — وهم الشريحة الأكبر في المجتمع السعودي — بالتلفزيون، وسوف يعقبه — إن شاء الله — بحث آخر عن الإذاعة .

التلفزيون السعودي

لقد نشأ التلفزيون في المملكة العربية السعودية نشأة ضعيفة الكم والكيف ولكنه ما لبث أن تطور بشكل وضعه في مكانة مرموقة بين أمثاله على المستوى العالمي من حيث امتلاك أحدث التقنيات التلفزيونية .

لقد بدأ أول إرسال تلفزيوني (أبيض وأسود) من محطتي جدة والرياض عام ١٩٦٥م بقوة (٢) كيلوات لتغطية قطر دائرة ما يقارب مائة كيلو متر مربع . . . وقد كانت هذه بداية لانطلاقة تطور كبير للتلفزيون السعودي فيما بعد بدأت بتحويل الإرسال إلى ملون منذ عام ١٩٧٦م، وبناء العديد من محطات الإرسال في مختلف مناطق المملكة، وبناء شبكات للميكروويف، والارتباط بشبكات الاتصال الإذاعية عن طريق الأقمار الصناعية ثم بالوصول إلى مرحلة البث عبر الأقمار الصناعية إلى محطات الاستقبال المختلفة في المملكة حيث وصلت التغطية إلى أكثر من ٨٠٪ من مساحة المملكة وارتفع عدد ساعات الإرسال من حوالي عشر ساعات في الأسبوع إلى أكثر من مائة ساعة أسبوعياً^(١)

(١) محمد أحمد الصيحي، تلفزيون المملكة العربية السعودية ومراحل تطوره (المدينة المنورة: شركة المدينة المنورة للطباعة والنشر، ١٩٨٧م)، ص ٢٧ .

ورغم أنه من الصعوبة بمكان تحديد مؤشر التشبع بالأجهزة set saturation index أي معرفة كم جهاز تلفزيون لكل ألف مواطن سعودي وذلك في غياب المصادر الإحصائية الموثوقة التي يمكن أن يُعول عليها في مثل هذا الموضوع، إلا أن عدد أجهزة التلفزيون التي تم استيرادها إلى المملكة من عام ١٩٧٧م إلى عام ١٩٨١م بلغ ١٣٣, ٥٣٦, ٧ جهازاً. (٢)

وصف العينة ومنهج البحث

أجري هذا البحث على عينة من الشباب في أربع جامعات تم اختيارها من بين الجامعات السعودية السبع لأسباب عملية منها أن هذه الجامعات المختارة تستقطب أكبر عدد من الطلاب وتقع في المناطق الرئيسة الثلاث من المملكة (الشرقية والوسطى والغربية) وكذلك أقدمية معظمها في التأسيس بالإضافة إلى صعوبة توزيع العينة — عملياً ومادياً — على جميع الجامعات؛ هذا إلى جانب تجانس homogeneity الجمهور السعودي إلى حد كبير.

ولقد تم اعتماد درجة الثقة confidence limits ٩٩٪ بخطأ محتمل tolerated error ٣٪. ولهذا تكون العينة ١٨٤٣ شخصاً... إلا أنه رُئي زيادة العينة إلى ٢٠٠٠ شخص... وهذه الزيادة هي فقط للاحتياط في حالة عدم توافر نسبة معينة من الإحصاء النهائي بسبب عدم الإجابة أو عدم وجودها.

وبما أن الإحصائيات تبين أن عدد الطالبات في جامعات المملكة يصل إلى ٢٥٪ من العدد الكلي للطلاب. (٣) فقد تم تقسيم العينة إلى ١٥٠٠ طالب وتمثل ٧٥٪ من حجم العينة و ٥٠٠ طالبة وتمثل ٢٥٪ من العينة تتراوح أعمارهم ما بين ١٨ - ٢٤ سنة. وقد جاء اختيار العينة بشكل عشوائي وذلك باختيار شعب من التي كانت تدرس خلال الفصل الدراسي الثاني للسنة الأكاديمية ١٤٠٧ / ١٤٠٨ هـ وذلك بعد الحصول على إحصائية

(٢) وزارة التجارة، التجارة الخارجية، تقرير إحصائي، الرياض، ١٩٨٢م.

(٣) وزارة المالية والاقتصاد الوطني السعودي، مصلحة الإحصاءات العامة، الكتاب الإحصائي

السنوي، العدد ٢٠ لعام ١٤٠٤ هـ / ١٩٨٤ م (الرياض، ١٤٠٦ هـ / ١٩٨٦ م)، ص ص

رسمية للطلاب والطالبات المسجلين في الفصل الدراسي المذكور في الجامعات محل البحث وكذلك الشعب المطروحة للتدريس .

وتم تطبيق المعادلة التالية :

- معدل عدد الطلاب في كل شعبة = $\frac{\text{عدد الطلاب في الجامعة}}{\text{عدد الشعب المطروحة}}$ وذلك للحصول على معدل الطلاب أو الطالبات في كل شعبة .

- عدد شعب العينة في كل جامعة = $\frac{\text{عدد أفراد العينة من كل جامعة}}{\text{معدل عدد الطلاب في كل جامعة}}$

ومن ثم تم اختيار الشعب بشكل عشوائي وذلك بإعطاء كل شعبة رقماً متسلسلاً باستخدام أسلوب skip-interval ثم تم اختيار الشعب الدراسية التي مثلت أفراد عينة هذا البحث، ولهذا يمكن القول إن عينة هذا البحث هي عشوائية نسبية quota. وقد تم توزيعها بحيث كانت نسبة جامعة الملك سعود ٨٨٥ طالباً وتمثل ٥٩٪ من العينة ككل، وجامعة الملك عبدالعزيز ٤٢٠ طالباً وتمثل ٢٨٪، وجامعة الملك فهد للبترول والمعادن ١٩٥ طالباً وتمثل ١٣٪. أما بالنسبة للطالبات واللائي بلغ مجموعهن ٥٠٠ طالبة فقد استحوذت جامعة الملك سعود على نسبة ٥٠٪ من العينة أي ٢٥٠ طالبة وجامعة الملك عبدالعزيز على ١٨٥ طالبة وتمثل ٣٧٪ و٦٥ طالبة من جامعة الملك فيصل وتمثل ١٣٪ من عينة الطالبات. وبهذا يصبح المجموع الإجمالي للعينة ٢٠٠٠ طالب وطالبة.

منهج البحث

اعتمدت هذه الدراسة على استخدام أسلوب الاستبانة ذات الأسئلة مقفولة النهاية close-ended poll كوسيلة لجمع البيانات مع إعطاء عدد من الاستجابات المحتملة التي تم اختبارها قبل البدء في الدراسة الفعلية pretest وفقاً للأسس العلمية المتبعة في مثل هذه

الأبحاث. وقد كان أسلوب المواجهة face to face في الموقف الواحد والوقت المحدد هو الأسلوب الذي استخدم لتوزيع الاستمارات وجمعها من قبل فريق بحث ميداني من طلاب قسم الإعلام تمّ تدريبهم لهذا الغرض.

الهدف

يهدف هذا البحث إلى معرفة علاقة واستخدام الشباب للتلفزيون من جانب وانتشار هذه الوسيلة من جانب آخر، وكذلك معرفة البرامج المفضلة التي تستقطب اهتمام ومتابعة الشباب. كما يهدف أيضاً إلى اكتشاف الفروق بين الذكور والإناث فيما يستهويهم من البرامج التلفزيونية. ومن المتوقع أن يخدم هذا البحث التلفزيون السعودي من حيث معرفة واقعه لدى المتلقي، وهو الأمر المطلوب لتحسين برامجه، بما يحقق رغبة المتلقي وبالتالي تحقيق أهداف الإرسال.

عرض النتائج وتحليلها

لقد تناولت هذه الدراسة جمع معلومات عن مشاهدة التلفزيون السعودي وغيره من التلفزيونات التي يصل إرسالها إلى المملكة، ومدى أهمية البرامج التلفزيونية حسب التفضيل، والمدة الزمنية للمشاهدة. هذا بالإضافة إلى تصنيف وسائل الإعلام الجماهيرية حسب أهميتها بالنسبة للمتلقي ومعرفة الوسيلة الجماهيرية التي تحظى بالثقة من غيرها، وفيما يلي عرض لأهم النتائج.

الإقبال على مشاهدة التلفزيون

لمعرفة فيما إذا كان أفراد العيّنة يشاهدون التلفزيون السعودي وأي القنوات تحظى بمتابعة أكثر يتضح من الجدول رقم ١:

إن القناة الأولى تحظى بنسبة أكبر من المشاهدين الشباب الذكور والإناث إذ بلغت نسبتهم ٥٣, ٢٠٪ ولكنها بين الذكور أكثر منها بين الإناث: ٢١, ١٥٪، ٣٢, ٥٪ على التوالي. وهذا أمر متوقع عندما نأخذ عامل اللغة والثقافة في الاعتبار ولعلّ هذا هو العامل

الذي جعل القناة الثانية (لغة إنجليزية) لا تلقى قبولاً لدى المتلقين. إذ لم تتجاوز نسبة الذين يشاهدونها وحدها ٢١, ٥٪ من العينة ككل، إلا أن الذين يشاهدون القناتين الأولى والثانية دون الاقتصار على إحدهما دون الأخرى هم النسبة الأكبر، إذ بلغت نسبتهم ٦٣, ٤٪ وهم بين الذكور أكثر منهم بين الإناث، إذ بلغت نسبة الذكور ٤٦, ٤٨٪ والإناث ١٤, ٩٥٪، ولكن الأمر غير المتوقع هو أن نسبة ٢٦, ٩٪ من أفراد العينة — بصرف النظر عن مقدار النسبة — أجابوا بأنهم لا يشاهدون التلفزيون، وليس هناك تفسير لمثل هذه الظاهرة إلا أن هناك البعض من الشباب يرى أن مشاهدة التلفزيون غير مقبولة من منظور ديني.

جدول رقم ١. توزيع عينة البحث بحسب النوع من حيث تفضيلهم لقناة معينة في المشاهدة

المسلسل	القنوات	الذكور		الإناث		المجموع	
		عدد	نسبة مئوية	عدد	نسبة مئوية	عدد	نسبة مئوية
١	القناة الأولى فقط	٢٨٦	١٥,٢١	١٠٠	٥,٣٢	٣٨٦	٢٠,٥٣
٢	القناة الثانية فقط	٧١	٣,٧٨	٢٧	١,٤٤	٩٨	٥,٢١
٣	القناة الأولى والثانية معاً	٩١١	٤٨,٤٦	٢٨١	١٤,٩٥	١١٩٢	٦٣,٤
٤	لا أشاهد	١٣٩	٧,٣٩	٣٥	١,٨٦	١٧٤	٩,٢٦
٥	لا أعرف	٢١	١,١٢	٩	٠,٤٨	٣٠	١,٦
	المجموع	١٤٢٨*	٧٥,٩٦	٤٥٢	٢٤,٠٤	١٨٨٠	٪١٠٠

*النقص في العينة هنا يعود لعدم الإجابة على بعض الأسئلة.

أهمية البرامج التلفزيونية: مقارنة بالعدد والنسب

ومن أهم الساحات التي يهدف هذا البحث إلى ارتيادها ومعرفة أبعادها هي اكتشاف البرامج التلفزيونية التي تحظى باهتمام أكثر لدى المشاهد. ومن أجل ذلك تمّ تصميم

الجدولين (الثاني والثالث) لتوضيح مدى الأفضلية التي تحظى بها بعض البرامج دون الأخرى. وبينما يركز الجدول رقم ٢ على معرفة الأعداد والنسب المئوية لكل من الذكور والإناث في تحديد مستوى الأهمية للبرامج التلفزيونية وإعطاء صورة تفصيلية بمقارنة إجابات العينة ككل مقسمة وفقاً للعدد والنسب المئوية بين الذكور والإناث وحسب درجة الأهمية التي وردت في السؤال (مهم جداً . . .) فإن الجدول رقم ٣ ركّز على حساب متوسط درجة الأهمية والترتيب.

جدول رقم ٢. أهمية البرامج التلفزيونية للشباب: مقارنة بالعدد والنسب حسب الجنس.

م	البرامج	الجنس	مهم جداً		مهم		مهم أحياناً		غير مهم		جملة	
			عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة		
١	البرامج الإخبارية	ذكور	٦٠٤	٤٣.٩٩	٤٣٣	٣١.٥٤	٢٦٧	١٩.٤٥	١٩	٥.٣٠	١٣٧٢	٧٦.٥٣
		إناث	١٥٧	٣٧.٢٩	١١٩	٢٨.٢٧	١٩٩	٢٨.٢٦	٢٦	٦.١٨	٤٢١	٢٣.٤٧
		جملة	٧٦١	٤٢.٤٢	٥٥٢	٣٠.٧٧	٣٦٦	٢١.٥٢	٤٥	٥.٣٠	١٧٩٤	١٠٠
٢	المسلسلات العربية بشكل عام	ذكور	١٩٩	١٤.٧٣	٣٢٨	٢٤.٢٨	٤٩٧	٣٦.٧٩	٣٢٧	٢٤.٢٠	١٣٥١	٧٦.٠٧
		إناث	٨١	١٩.٠٦	١١٥	٢٧.٠٦	١٥٨	٣٧.٨٨	٧١	١٦.٧١	٤٢٥	٢٣.٩٣
		جملة	٢٨٠	١٥.٧٧	٤٤٣	٢٤.٩٤	٦٥٥	٢٦.٨٨	٣٩٨	٢٢.٤١	١٧٧٦	١٠٠
٣	المسلسلات الأجنبية بشكل عام	ذكور	١٢٧	٩.٦١	٢٥٧	١٩.٤٥	٥٥٥	٤٢.٠١	٣٨٢	٢٨.٩٢	١٣٢١	٧٦.٣٦
		إناث	٥٥	١٣.٤٥	٨٣	٢٠.٢٩	١٦٧	٤٠.٨٣	١٠٤	٢٥.٤٣	٤٠٩	٢٣.٦٤
		جملة	١٨٢	١٠.٥٢	٣٤٠	١٩.٦٥	٧٢٢	٤١.٧٣	٤٨٦	٢٨.٠٩	١٧٢٠	١٠٠
٤	البرامج الدينية	ذكور	٣٩٠	٢٨.٨٢	٤٧٨	٣٥.٣٣	٣٦٩	٢٧.٢٧	١١٦	٨.٥٧	١٣٥٣	٧٦.٣٥
		إناث	١٨٩	٤٥.١١	١٢٤	٢٩.٥٩	٨٧	٢٠.٧٦	١٩	٤.٥٣	٤١٩	٢٣.٦٥
		جملة	٥٧٩	٣٢.٦٧	٦٠٢	٣٣.٩٧	٤٥٦	٢٥.٧٣	١٣٥	٧.٦٢	١٧٧٢	١٠٠
٥	برامج الكرتون	ذكور	١٨٥	١٤.٠٢	٢١٩	١٦.٥٩	٤٢٩	٣٢.٥٠	٤٨٧	٣٦.٨٩	١٣٢٠	٧٦.٦٦
		إناث	٩٥	٢٣.٦٣	٥٣	١٣.١٨	١٢٤	٣٠.٨٥	١٣٠	٣٢.٣٤	٤٠٢	٢٣.٢٤
		جملة	٢٨٠	١٦.٢٦	٢٧٢	١٥.٨٠	٥٥٣	٣٢.١١	٦١٧	٣٥.٨٣	١٧٢٢	١٠٠
٦	البرامج الغنائية والموسيقية	ذكور	١٧٤	١٣.١٦	٢٩٠	٢١.٩٤	٤٠١	٣٠.٣٢	٤٥٧	٣٤.٥٧	١٣٢٢	٧٦.٢٠
		إناث	٧٥	١٨.١٦	٧٣	١٧.٦٨	١٠٥	٢٥.٤٢	١٦٠	٣٨.٧٤	٤١٢	٢٣.٨٠
		جملة	٢٤٩	١٤.٣٥	٣٦٣	٢٠.٩٢	٥٠٦	٢٩.١٦	٦١٧	٣٥.٥٦	١٧٣٥	١٠٠
٧	البرامج الرياضية	ذكور	٤٢٠	٣٠.٩٥	٣٢٤	٢٣.٨٨	٣٦٧	٢٧.٠٤	٢٤٦	١٨.١٣	١٣٥٧	٧٧.٥٠
		إناث	٢٨	٧.١١	٤٦	١١.٦٨	١٠٦	٢٦.٩٠	٢١٤	٥٤.٣١	٣٩٤	٢٢.٥٠
		جملة	٤٤٨	٢٥.٥٩	٣٧٠	٢١.١٣	٤٧٣	٢٧.٠١	٤٦٠	٢٦.٢٧	١٧٥١	١٠٠
٨	البرامج الفكاهية	ذكور	٥٥٨	٤٠.٩٤	٤٢٦	٣١.٢٥	٢٨١	٢٠.٦٢	٩٨	٧.١٩	١٣٦٣	٧٦.٢٧
		إناث	١٣٠	٣٠.٦٦	١٢٥	٢٩.٤٨	١٣٨	٣٢.٥٥	٣١	٧.٣١	٤٢٤	٢٣.٧٣
		جملة	٦٨٨	٣٨.٥٠	٥٥١	٣٠.٨٣	٤١٩	٣٠.٤٥	١٢٩	٧.٢٢	١٧٨٧	١٠٠
٩	البرامج الوثائقية	ذكور	٤٢٤	٣١.٩٨	٣٩٤	٢٩.٧١	٣٩٩	٣٠.٠٩	١٠٩	٨.٢٢	١٣٢٦	٧٦.٥١
		إناث	٨٥	٢٠.٨٨	١١٨	٢٨.٩٩	١٢٩	٣٤.١٥	٦٥	١٥.٨٧	٤٠٧	٢٣.٤٩
		جملة	٥٠٩	٢٩.٣٧	٥١٢	٢٩.٥٤	٥٢٨	٣١.٠٤	١٧٤	١٠.٠٤	١٧٣٣	١٠٠

* محسوبة بالنسبة لمجموع الذكور والإناث والمجموع.

● النقص في العينة هنا يعود إلى عدم الإجابة على بعض الأسئلة.

جدول رقم ٣. مدى أهمية البرامج التلفزيونية للمشاهد من العينة موزعة حسب الجنس وفقاً لمتوسط درجة الاهتمام.

م	البرامج	الذكور		الإناث		المجموع
		الترتيب	متوسط درجة الاهتمام	الترتيب	متوسط درجة الاهتمام	
١	البرامج الإخبارية	١	٣,٢٦١٤	٢	٣,٢١٩٦	١
٢	المسلسلات العربية بشكل عام	٧	٢,٧١١٢	٧	٢,٧٢٧٥	٨
٣	المسلسلات الأجنبية بشكل عام	٩	٢,٥٥٠٢	٨	٢,٥٦٤١	٩
٤	البرامج الدينية	٥	٣,٠١٨٤	١	٣,٠٧٤٣	٣
٥	برامج الكرتون	٨	٢,٧٠٧١	٤	٢,٧٥١٦	٧
٦	البرامج الغنائية والموسيقية	٦	٢,٧٤٠٠	٥	٢,٧٦٨٩	٦
٧	البرامج الرياضية	٣	٣,٠٤٨٣	٩	٢,٩٧٩٩	٥
٨	البرامج الفكاهية	٢	٣,٢١٩٨	٣	٣,٦١٢٤	٢
٩	البرامج الوثائقية	٤	٣,٠١٨٨	٦	٢,٩٨٢٧	٤

أهمية برامج التلفزيون

على الرغم من أهمية التفصيلات الدقيقة التي وردت في الجدول رقم ٢ إلا أن الجدول رقم ٣ تم تصميمه بطريقة ترمي إلى توضيح الصورة بأسلوب يتم استيعابه بدون جهد، إذ تم حساب متوسط درجة الأهمية بطريقة الترجيح بالأوزان (السلم التقديري الجمعي summated rating sciae حيث أعطيت (مهم جداً) رقم ٤ و(مهم) رقم ٣ و(مهم أحياناً) رقم ٢ و(غير مهم) رقم ١. وبحاصل النقاط التي تم جمعها من جميع الإجابات وتقسيمها على عدد المشاهدات كان الناتج متوسط درجة الأهمية. ومن هذا المتوسط تم استخراج ترتيب البرامج من حيث الأهمية. حيث أعطي الأكبر متوسطاً رقم (١) والأقل أهمية رقم (٢) وهكذا معتمدين في ذلك على متوسط درجة الأهمية المشار إليها أعلاه وقد اتبع هذا الأسلوب بالنسبة للذكور والإناث للمجموع.

ومن أهم الحقائق التي نستطيع أن نخرج بها من الجدول رقم ٣ هي أن البرامج الإخبارية تحتل المرتبة الأولى في الأهمية بالنسبة للذكور والمرتبة الثانية بالنسبة للإناث ولكن إذا أخذنا في الاعتبار العينة ككل — ذكوراً وإناثاً — نجد أن البرامج الإخبارية تحتل أيضاً الدرجة الأولى في الأهمية.

وهذا يؤكد معظم ما انتهت إليه الأبحاث الميدانية في هذا المجال، وفي العديد من البحوث التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية والتي أثبتت أن البرامج الإخبارية تجذب نسبة من الرجال أكثر من النساء، ونسبة من الشباب أكثر من الشيوخ. وذلك أن النظرة والاعتقاد السائد تجاه البرامج الإخبارية أنها تنطلق من الحقيقة بعكس النسبة الكبيرة من البرامج الأخرى التي تعتمد على الخيال والرأي، كما أن العلم بما يدور من أحداث أصبح هدفًا للمتلقين نظرًا لما لذلك من انعكاسات تكون مباشرة وأحيانًا غير مباشرة على حياته العامة والخاصة.

وتأتي البرامج الدينية لتحتل المرتبة الأولى من الأهمية لدى الإناث بينما تقع هذه البرامج في المرتبة الثالثة بالنسبة للعينّة ككل. وإذا أخذنا في الاعتبار النشأة الدينية الخاصة التي تربي عليها الشباب السعودي وكثافة المقررات الدينية في المدارس من الابتدائي حتى الجامعة، وأيضًا كثافة وتعددية البرامج التي تعنى بالدين في التلفزيون فإن هذه النتيجة متوقعة وكان يمكن أن تحتل مكانة أعلى لولا أن مضمون وطريقة عرض البرامج الدينية في التلفزيون تعتمد على المباشرة في المخاطبة بعيدًا عن استخدام عناصر الجذب للتأثير. وإذا كانت البرامج الفكاهية قد احتلت المرتبة الثانية من وجهة نظر العينّة ككل فإن هذا قد يفسر الانطباع السائد لدى الشباب بأن التلفزيون منفذ ترفيهي أكثر منه أي شيء آخر. وهي النظرة التي رافقت — حتى على المستوى الرسمي — نشأة التلفزيون في معظم دول العالم الثالث وعلى وجه الخصوص العالم العربي. أضف إلى ذلك أن التلفزيون في المملكة العربية السعودية يمثل منفذًا ترفيهيًا رئيسًا وذلك لانعدام المنافذ الترفيهية الأخرى المعروفة في دول أخرى كالسينما والمسرح وما إلى ذلك، وقد تعتبر هذه المرتبة من الأهمية للبرامج الفكاهية طبيعية أيضًا فيما إذا أخذنا السن كعامل مؤثر، فالمعروف أن الشباب يميل إلى الترفيه وهو المضمون الذي يمكن استثماره من قبل مخططي البرامج بمحتوى توجيهي غير مباشر.

الأمر الذي لم يكن متوقعًا هو أن البرامج الرياضية لم تحتل مرتبة متقدمة كما هو الاعتقاد السائد في الأوساط الإعلامية، فقد جاء ترتيبها في المركز الخامس بالنسبة لمجمل العينّة، وإن كان الذكور من العينّة يعطون البرامج الرياضية المكانة الثالثة من الأهمية إلّا

أن الإناث لا يعطونها أكثر من المرتبة التاسعة على الرغم من أن التلفزيون يمثل المنفذ الوحيد للإناث في المملكة لتابعة الرياضة، إذ إنه من غير المسموح به حضور الإناث للمباريات أو الألعاب الرياضية المختلفة وليس هناك تفسير واضح لهذه الظاهرة إلا إذا كانت عوامل التربية والتنشئة الخاصة للفتاة السعودية هي المسؤولة عن إضعاف اهتمام الفتاة بالرياضة وذلك أن الفتاة في المجتمع السعودي لاتمارس ولا تحضر أي نوع من الرياضة العامة مما يجعل متابعتها أمراً غير مهم . وقد يتصدى بحث آخر لمعرفة أسباب أكثر وضوحاً .

وتوقع آخر جانب الصواب أيضاً هو أن المسلسلات العربية بشكل عام لم تحتل إلا المرتبة الثامنة على الرغم من أن التلفزيون السعودي وكذا بعض تلفزيونات دول الخليج الأخرى تعرض على الأقل مسلسلة يومية . وهذا العرض اليومي بالإضافة إلى كون التلفزيون وسيلة وحيدة للترفيه كما سبق أن قيل جعل التوقع بأن تحتل هذه المسلسلات مكانة متقدمة من الأهمية أمراً شبه مؤكد، غير أن التوقع شيء والواقع شيء آخر . وقد يكون ضعف الاهتمام بهذه المسلسلات يعود لعدة أسباب لعل من أهمها هو تكرار المضمون على مدى سنوات طويلة فأغلب هذه المسلسلات — كما تثبتته المتابعة — هي صناعة مصرية شكلاً ومضموناً نظراً للتقدم المصري في مجال الفن التمثيلي وضعف المملكة وكذا بعض دول الخليج فيما إذا استثنينا الكويت في هذا المجال، مما جعل تكرار وجوه الممثلين وتكرار الموضوعات وعدم صلة المضمون بقضايا وشؤون المتلقي في المملكة عوامل سببية يمكن اعتمادها تبريراً منطقياً لضعف الاهتمام بهذه المسلسلات .

وإذا كان الشباب — كما هو في العرف العام — يهتم بالغناء والموسيقى بحكم عامل السن إلا أن البرامج الغنائية والموسيقية لم تحتل إلا المرتبة السادسة بالنسبة للعيننة ككل إلا أن اهتمام الإناث بهذا النوع من هذه البرامج أكثر من الذكور وذلك قد يكون أمراً طبيعياً فيما إذا أخذنا في الاعتبار العوامل العاطفية وحساسية الفتاة تجاه الكلمة الغنائية . ولعل قلة اهتمام الشباب في المملكة بهذا الصنف من البرامج التي تدعى أحياناً بـ «البرامج الشبابية» في بعض الدول الأخرى يعود إلى قلة عرضها أساساً في التلفزيون السعودي، إذ تؤكد المتابعة أن ليس هناك اهتمام كبير من قبل التلفزيون بعرض البرامج الموسيقية بقدر الاهتمام

المعتدل بالأغاني، وهي الأغاني المتوافرة في أشرطة التسجيل التي يمكن الاستماع لها حسب رغبة المتلقي.

مشاهدة قنوات تلفزيونية غير سعودية (خليجية)

بالإضافة إلى التلفزيون السعودي بقناتيه الأولى والثانية فإن إرسال بعض التلفزيونات العربية الأخرى يمكن مشاهدته بسهولة ووضوح في المملكة وخاصة في المنطقة الشرقية التي يمكن التقاط الإرسال التلفزيوني لمعظم دول الخليج. ويتضح من الجدول رقم ٤ في هذه الدراسة أن ٨٠،٤٪ من العينة ككل يشاهدون تلفزيون البحرين، يليه قطر ٦٠،٢٪، ثم الكويت ١٠،٤٪، فالإمارات العربية المتحدة ١٦،١٪. ولا يبدو هنا أن للمضمون البرامجي دخلاً في زيادة أعداد المشاهدين لقناة دون أخرى من قنوات تلفزيون دول الخليج ولكن يبدو أن قوة الإرسال ووضوح المشاهدة هي المسؤولة عن مشاهدة قناة أكثر من غيرها. وهذا هو التفسير الذي أعتقد بصحته بناء على الملاحظة وما توافر لي أيضاً من إجابات خلال أسئلة عامة، فنتيجة لقرب دولة البحرين من المنطقة الشرقية في المملكة والتي لا تبعد أكثر من نصف ساعة بالسيارة يمكن مشاهدة إرسال التلفزيون البحريني بوضوح وبدون تشويش ميكانيكي وبشيء ذاته يقال عن التلفزيون القطري وإن كان أقل وضوحاً من سابقه بينما تعتمد رؤية القنوات الأخرى على ظروف المناخ قوة وضعفاً، واستخدام هوائيات إضافية قد تكون مكلفة أحياناً لإمكانية المشاهدة. ولعلّ الذين أجابوا أنهم لا يشاهدون تلفزيونات أخرى ويمثلون نسبة ٧٣،٥٣٪ من مجمل العينة يعبرون إما عن قناعة بما يعرضه التلفزيون السعودي خاصة وأن محتويات برامج تلفزيونات الخليج متقاربة إلى حدّ كبير أو لاستحالة مشاهدة قنوات أخرى كما هو الحال في المنطقة الوسطى. فليس هناك إمكانية التعرض لإرسال تلفزيوني خارجي. وهذا هو الأرجح خاصة إذا أخذنا في الاعتبار أن النسبة الغالبة من أفراد العينة تمّت مقابلتهم في جامعة الملك سعود بالرياض. وعلى الرغم من أن هناك قناة تلفزيونية محلية في المنطقة الشرقية هي قناة «أرامكو» التي تبث برامجها يومياً من الظهران ويغطي إرسالها معظم مدن المنطقة إلاّ أنّها لم تحظ بأكثر من ٢،٠٦٪ وقد يعود ذلك إلى طبيعة اللغة (إنجليزية) التي تبثُّ بها هذه القناة برامجها.

جدول رقم ٤ . توزيع العينة بحسب الجنس لمشاهدة قنوات تلفزيونية غير سعودية (خليجية).

التلفزيون	ذكور		إناث		المجموع	
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
البحرين	١٢٧	٧٩,٣٨	٣٣	٢٠,٦٣	١٦٠	٨,٤٠
قطر	٨٢	٦٩,٤٩	٣٦	٣٠,٥١	١١٨	٦,٢٠
الإمارات	١٩	٨٦,٣٦	٣	١٣,٦٤	٢٢	١,١٦
الكويت	٢٢	٨١,٤٨	٥	١٨,٥٢	٢٧	١,٤٢
عمان	٠٠	٠,٠٠	١	١٠٠,٠٠	١	٠,٠٥
لا أشاهد	١٠٥٢	٧٥,١٤	٣٤٨	٢٤,٨٦	١٤٠٠	٧٣,٥٣
لا أدري	١٤٥	٨٢,٣٩	٣١	١٧,٦١	١٧٦	٩,٢٤
المجموع	١٤٤٧	٧٦,٠٠	٤٥٧	٢٤,٠٠		*١٩٠٤

* النقص في العينة هنا يعود إلى عدم الإجابة عن بعض الأسئلة.

مشاهدة قنوات تلفزيونية عربية أخرى

وكما تتعرض المنطقة الشرقية من المملكة للإرسال التلفزيوني من دول الخليج المجاورة فإن المنطقة الغربية هي الأخرى تتعرض لإرسال التلفزيون المصري الذي يمكن مشاهدته بوضوح وخاصة في مدينة جدة خلال فصل الصيف، وكما هو مبين في الجدول رقم ٥ فإن ١٣, ١٩٪ من مجموع أفراد العينة الذين أجابوا عن هذا السؤال يشاهدون قناة التلفزيون المصري وهي نسبة عالية بالمقارنة بأعداد الذين يشاهدون القنوات الخليجية رغم تعددها في المنطقة الشرقية. إلا أن الأمر يختلف هنا وذلك أن التلفزيون المصري أقدم في النشأة بكثير من تلفزيونات دول الخليج العربية بما فيها التلفزيون السعودي. وأيضاً فإن التلفزيونات في دول الخليج تعتمد كثيراً وبنسبة عالية من برامجها وخاصة التمثيلية منها على الإنتاج المصري. وهذا ما يبرر مشاهدة لقناة التلفزيون المصري، مع الأخذ في الاعتبار التشابه في

المضامين الاجتماعية بين سكان بعض مدن المنطقة الغربية والمصريين. أما القنوات التلفزيونية الأخرى التي جاءت في هذا الجدول فإن نسبة الذين ذكروا أنهم يشاهدونها نسبة ضئيلة جداً لاتذكر وذلك لأن الإرسال العراقي وكذا الأردني بالكاد يشاهد على حدود المملكة الشالية. ويمكن أن يكون الذين أجابوا بأنهم يشاهدون هاتين القناتين هم أصلاً من سكان تلك المناطق. وقد ورد ذكرهما هنا فقط من باب العلم والإحاطة بأن الجزء الشمالي من المملكة معرض لمشاهدة قنوات تلفزيونية أخرى فيما إذا عمل الأردن وسوريا والعراق وكذا إسرائيل على تقوية الإرسال.

جدول رقم ٥. توزيع العينة بحسب الجنس لمشاهدة قنوات تلفزيونية غير سعودية (عربية أخرى).

التلفزيون	ذكور		إناث		المجموع	
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
مصر	٢٣٠	٦٣,١٩	١٣٤	٣٦,٨١	٣٦٤	١٩,١٣
العراق	٢	٥٠,٠٠	٢	٥٠,٠٠	٤	٠,٢١
الأردن	٦	١٠٠,٠٠	—	—	٦	٠,٣٢
السودان	١	١٠٠,٠٠	—	—	١	٠,٠٥
لا أشاهد	١٠٦٤	٧٨,٦٤	٢٨٩	٢١,٣٦	١٣٥٣	٧١,١٠
لا أدري	١٤٤	٨٢,٢٩	٣١	١٧,٧١	١٧٥	٩,٢٠
المجموع	١٤٤٧	٧٦,٠٤	٤٥٦	٢٣,٩٦	١٩٠٣	٪١٠٠

* النقص في العينة هنا يعود إلى عدم الإجابة عن بعض الأسئلة.

المدة الزمنية لمشاهدة التلفزيون

الشائع في الأوساط الإعلامية الأكاديمية وأيضاً ما توحى به دراستهم بأن سكان العالم الثالث هم أكثر استهلاكاً لبرامج التلفزيون من سكان الدول الأكثر تقدماً. إلا أن ذلك — فيما يبدو — بحاجة إلى دراسات أكثر. ومهما يكن فقد كان التوقع بأن مشاهدي

التلفزيون من الشباب في المملكة يقضون وقتاً طويلاً أمام الشاشة الفضية قد يكون أكثر من غيرهم في بعض الدول العربية الأخرى وذلك — كما سبق أن قيل — لكون هذه الوسيلة تمثل وسيلة رئيسة للترفيه وكذا لقضاء وقت الفراغ إلا أن النتيجة — كما هو في الجدول رقم ٦ — أطاحت بهذا التوقع بشكل يثير أكثر من علامة استفهام . فقد اتضح من هذا الجدول فيما إذا أضفنا التقسيمات الأربعة (من أقل من ٣٠ إلى ما بين ٩٠ - ١٢٠) أن ٨٧,٨٧٪ من العينة ككل لا يقضون أكثر من ساعتين يومياً في مشاهدة التلفزيون على الرغم من أن التلفزيون السعودي بقناتيه يث برامج على فترتين صباحية ومسائية . وعموماً فإن هذه الدراسة قد بينت — على الأقل لرجال الإعلام — بأن الشباب في المملكة لا يقبل على مشاهدة التلفزيون . وهو الواقع الذي يخالف الاعتقاد السائد والذي من أجله يمتدُّ التلفزيون السعودي في فترة بث برامجه إلى ساعة متأخرة من الليل . وبنظرة على الجدول رقم ٦ نجد أن الفروق ليست كبيرة بل أنها متقاربة إلى درجة التطابق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بنسبة الوقت الذي يقضونه في متابعة البرامج . فبينما نجد أن ٩٣,١٠٪ من الذكور لا يقضون أكثر من ٣٠ دقيقة في مشاهدة التلفزيون نجد أيضاً أن نسبة الذين يقضون الوقت ذاته من الإناث هي ٨٤,١٠٪ . أما أكبر نسبة ٢٨,٩٠٪ من أفراد العينة ككل والذين أجابوا عن هذا السؤال فإنها لا تقضي أكثر من ساعة في متابعة البرامج التلفزيونية . فقد أجاب ٧٣,٢٨٪ من الذكور بأنهم يمضون ما بين ٣٠ - ٦٠ دقيقة للمشاهدة، بينما بلغت نسبة الإناث ٤٢,٢٩٪ . ثم تتناقص النسبة بعد ذلك حتى تصل إلى ٥,٠٦٪ من أفراد العينة الذين يشاهدون التلفزيون أكثر من ١٥٠ دقيقة .

وعلى الرغم من مكانة التلفزيون في المجتمع السعودي وأهميته بالنسبة له ليس فقط لجدته novelty التي تجذب المتلقي وخاصة في المجتمعات التقليدية ولكن لكونه منفذاً خارجياً ومنفذاً ترفيهياً ومنفداً لقضاء وقت الفراغ وهذه صفات قد ينفرد بها التلفزيون السعودي لعدم وجود منافس داخلي على هذه المنافذ . رغم كل ذلك إلا أن نتيجة هذه الدراسة عن الوقت الذي يمضيه المشاهدون الشباب أمام التلفزيون — كما سبق الشرح — تدعو إلى التأمل في المحتوى البرامجي للتلفزيون، وهو المحتوى الذي يجد الكثير من النقد على صفحات الصحافة المحلية وفي حديث المجالس . وقد تؤخذ هذه كمؤشر على عدم رضا

المتلقين عن برامج التلفزيون وإن كان ذلك لا يعني عن بحث منفصل لمعرفة الأسباب وبحث آخر لتحليل المضمون.

جدول رقم ٦. التوزيع التكراري للعيّنة بحسب المدة الزمنية لمشاهدة التلفزيون

المجموع		إناث		ذكور		الوقت بالدقائق
نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	
١٠,٩١	٢٠٥	(١)٢٣,٩٠ (٢)١٠,٨٤	٤٩	(١)٧٦,١٠ (٢)١٠,٩٣	١٥٦	أقل من ٣٠
٢٨,٩٠	٥٤٣	٢٤,٤٩ ٢٩,٤٢	١٣٣	٧٥,٥١ ٢٨,٧٣	٤١٠	٣٠ - ٦٠
٢٥,٨٦	٤٨٦	٢٣,٢٥ ٢٥,٠٠	١١٣	٧٦,٧٥ ٢٦,١٤	٣٧٣	٦٠ - ٩٠
١٨,٢٠	٣٤٢	٢١,٣٥ ١٦,١٥	٧٣	٧٨,٦٥ ١٨,٨٥	٢٦٩	٩٠ - ١٢٠
٣,٣٥	٦٣	١٧,٤٦ ٢,٤٣	١١	٨٢,٥٤ ٣,٦٤	٥٢	١٢٠ - ١٥٠
٥,٠٦	٩٥	٢٦,٣٢ ٥,٥٣	٢٥	٧٣,٦٨ ٤,٩١	٧٠	أكثر من ١٥٠
٣,٤١	٦٤	٢٨,١٣ ٣,٩٨	١٨	٧١,٨٨ ٣,٢٢	٤٦	لا أشاهد
٤,٣١	٨١	٣٧,٠٤ ٦,٦٤	٣٠	٦٢,٩٦ ٣,٥٧	٥١	لا أعرف
/١٠٠,٠٠ (٣)١٨٧٩		٢٤,٠٦	٤٥٢	٧٥,٩٤	١٤٢٧	المجموع

- (١) نسبة الذكور أو الإناث إلى مجموع كل منها على حدة في الخلية المقابلة.
 (٢) نسبة العدد إلى مجموع الذكور أو إلى مجموع الإناث الذين أجابوا عن السؤال.
 (٣) النقص في العيّنة هنا يعود إلى عدم الإجابة عن بعض الأسئلة.

مصدقية الوسائل الإعلامية

إن المصدقية تأتي في طليعة دوافع الإقبال على الوسيلة الإعلامية، كما أنها تتحكم في مدى التأثير على المتلقي . ومتى استطاعت أية وسيلة إعلامية كسب ثقة المتلقي فإن هذا يمثل قمة النجاح . إلا أنه على الرغم من أن المصدقية تمثل معياراً أساسياً للإقبال والتأثير إلا أنه لا يجب إغفال طبيعة وخصائص الوسيلة التي تتدخل بدرجة أو بأخرى في درجة الاهتمام والإقبال . وبالرجوع إلى معظم البحوث والدراسات الإعلامية نجد أنها تؤكد بأن التلفزيون هو الأكثر إقبالاً والأكثر تأثيراً . وذلك يعود — في المقام الأول — إلى طبيعة هذه الوسيلة وخصائصها التي تخاطب أهم حواس المتلقي مباشرة والقدرة على تجسيد ونقل الواقع في صورة حية تفصيلية .

جدول رقم ٧ . مصداقية الوسيلة الإعلامية

الوسيلة	ذكور		إناث		المجموع	
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
الجرائد	١٤٥	١٠,٢٨	٧٩	١٧,٧١	٢٢٤	١٢,٠٧
الراديو	٥٣٦	٣٨,٠١	١٣٠	٢٩,١٥	٦٦٦	٣٥,٨٨
التلفزيون	٥٨٠	٤١,١٣	١٨٨	٤٢,١٥	٧٦٨	٤١,٣٨
المجلات	٥٨	٤,١١	١٢	٢,٦٩	٧٠	٣,٧٧
لا أعرف	٩١	٦,٤٥	٣٧	٨,٣٠	١٢٨	٦,٩٠
المجموع	١٤١٠	٧٥,٩٧	٤٤٦	٢٤,٠٣	١٨٥٦*	١٠٠

* النقص في العينة يعود إلى عدم الإجابة عن بعض الأسئلة .

وللإجابة عمّا إذا حصل المتلقي على روايات متناقضة للخبر نفسه بأي وسيلة إعلام يعتقد أنها أكثر صدقاً من غيرها وتحظى بثقته أجاب ٤١,٣٨٪ من أفراد العينة ككل بأنهم يثقون في التلفزيون، مما يعطي التلفزيون المرتبة الأولى بين الوسائل الإعلامية الأخرى،

وإن كانت الإناث (١٥, ٤٢٪) تثقن في التلفزيون أكثر من الذكور ١٣, ٤١٪، إلا أن التلفزيون كان من الممكن أن يحصل على نسبة أعلى إلا أن طريقة صياغة وعرض الأخبار التلفزيونية تحتاج — في رأيي — إلى الشيء الكثير من المعالجة لكسب ثقة المشاهدين. وعلى الرغم من مزاحمة ومنافسة التلفزيون للراديو إلا أن هذه الوسيلة القديمة مقارنة بعمر التلفزيون وخاصة في المملكة العربية السعودية لاتزال تحظى بثقة كبيرة، إذ احتلت المرتبة الثانية بنسبة ٨٨, ٣٥٪ من أفراد العينة ككل. وعلى عكس التلفزيون فإن الفارق هنا بين ثقة الذكور والإناث يعتبر فارقاً كبيراً، إذ أن الذكور الذين يثقون في الراديو بلغت نسبتهم ٣٨, ٠١٪ بينما هي ٢٩, ١٥٪ عند الإناث. أما الصحافة فلم تحظ بأكثر من ١٢, ٠٧٪ وهي نسبة ضعيفة جداً بالنظر إلى أسبقيتها في النشأة وتعدددها في المملكة. غير أن إمكانية قراءة الصحافة بتأني وروية بعكس الأنية المباشرة في التلفزيون. وواقع الصحافة السعودية وتعاملها مع الأحداث من منظور (who من) وليس من منظور (what ماذا)، والمبالغة والإسهاب في الصياغة، وضعف المفهوم الصحافي فيما يتعلق بالأخبار والأحداث. (٤) كل هذه العوامل — فيما يبدو — من أهم الأسباب في ضعف ثقة القراء في الصحافة وتأتي المجالات في المرتبة الأخيرة، إذ لم تتجاوز نسبة من يثقون فيها ٣, ٧٧٪ وهي نسبة متدنية كثيراً. ولعل البحث في محتويات هذه المجالات يعطي تفسيراً أكثر تفصيلاً.

تصنيف وسائل الإعلام حسب الأهمية

وكما جاء في معظم البحوث والدراسات الإعلامية الأخرى فإن الجدول رقم ٨ يوضح بأن التلفزيون يتربع في المكانة الأولى بدون منافس ثم يليه الجرائد ثم الإذاعة فالمجلات، إلا أن الفرق بين الجرائد والمجلات ليس كبيراً وهذا ما يجعل المنافسة بين هاتين الوسيطتين كبيرة في المملكة العربية السعودية وإذا لم تعد الجرائد النظر في واقعها وتحسين محتواها فإن الإذاعة قد تتجاوزها خاصة إذا عملت على تحسين برامجها.

(٤) تركي عبدالله السديري رئيس تحرير جريدة الرياض، والدكتور هاشم عبده هاشم رئيس تحرير

جريدة عكاظ، في ندوة العلاقات المتبادلة بين الصحافة والمجتمع، عقدت بجامعة الملك سعود، ٩

شعبان ١٤٠٨ هـ.

جدول رقم ٨. تصنيف وسائل الإعلام حسب أهميتها لدى الشباب

الترتيب	المتوسط	مجموع درجات التحصيل	عدد المشاهدات	الوسيلة الإعلامية
الأول	٣,٠٣٨	٣٩٦٢	١٣٠٤	التلفزيون
الثاني	٢,٨٢١	٣٦٨٧	١٣٠٧	الجرائد
الثالث	٢,٧٣٨	٣٦٤٧	١٣٣٢	الإذاعة
الرابع	١,٦٢٥	١٩٩٦	١٢٢٨	المجلات

العلاقة بين العوامل الديموغرافية وبرامج التلفزيون

ثبتت البحوث الإعلامية المختلفة أن هناك علاقة قوية بين العوامل الديموغرافية ومدى الإقبال على الوسيلة الإعلامية وأطر استخدامها وتفضيل البرامج وكذا مدى التأثير. وللتأكد ومعرفة هذا النوع من العلاقة التي تؤثر على مدى الأهمية التي تستقطبها البرامج التلفزيونية في المملكة العربية السعودية تم استخدام المؤشر الإحصائي (ك^٢).

وعلى الرغم من أن عينة هذه الدراسة — وهم من الشباب — متقاربو المستوى الدراسي لكونهم جميعاً من طلاب الجامعة، ومتقاربو السن ١٨ - ٢٤ سنة، ومتشابهو الحالة الاجتماعية إلى حد ما، إذ إن نسبة المتزوجين من العينة ككل لا تزيد على ١٤٪ فقط، والمطلقون ١٪، رغم ذلك كله فإنه يتضح من الجدول رقم ٩ أن هناك علاقة نسبية معنوية قوية بين العوامل الديموغرافية ودرجة الاهتمام بالبرامج.

مثلاً نجد أن العلاقة المعنوية بين العمر والبرامج الإخبارية واضحة وقوية إذ بلغت قيمة الاحتمال (أ) ٠,٢٤، أي أقل من ٠,٥، ولعل هذا يعود إلى أن تدرج العمر يؤثر تأثيراً مباشراً على مدى درجة الأهمية، إذ إن صغار السن قليلاً ما يهتمون بالبرامج الإخبارية بينما يزداد الاهتمام مع تقدم السن. ومن جانب آخر لم يتضح أن هناك علاقة بين العمر والبرامج الدينية، إذ إن قيمة الاحتمال (أ) في هذا النوع من البرامج بلغت ١,٥٣، أي أكبر من ٠,٥.

وليس من المستغرب ألا تكون هناك علاقة بين العمر والإقبال على برامج الدين في أوساط الشباب بالمملكة وذلك لأن التربية الدينية الملتزمة في المملكة تبدأ منذ الطفولة وتصحبه طيلة سنواته الدراسية، وتهتم الأسرة بتوجيه أبنائها وجهة دينية صحيحة تطبيقاً لحديث رسول الله ﷺ «مروا أولادكم بالصلاة لسبع واضربوهم عليها لعشر» كما يتبين أن هناك علاقة معنوية بين البرامج الدينية والجنس. وهذا يؤكد ما جاء في الجدول رقم ٣ بأن الإناث أكثر اهتماماً بالبرامج الدينية، ولعل ذلك يعود بالإضافة إلى عوامل التربية إلى مدة المشاهدة التي هي أطول عند الإناث منها عند الذكور نتيجة لوضع المرأة في السعودية.

جدول رقم ٩. العلاقة بين العوامل الديموغرافية والبرامج المشاهدة باستخدام المؤشر الإحصائي كا

البرامج	العمر		الجنس		الحالة الاجتماعية		المستوى الدراسي		الدخل
	كا	الاحتمال	كا	الاحتمال	كا	الاحتمال	كا	الاحتمال	الاحتمال
١ البرامج الإخبارية	٠,٠٢٤	١٦,٩٨٢	٠,٠٠١	١٣,١٢٨	٠,٠٤١	١٤,٦٨٥	٠,٢٥٩	٢١,٧٤٠	٠,١١٥
٢ السلسلات العربية بشكل عام	٠,٠١٢	١٢,٩٧٠	٠,٠٠٥	٥,٢٢٥	٠,٥١٥	٢٢,٩٤٢	٠,٠٢٨	١٩,١٦٩	٠,٢٠٦
٣ السلسلات الأجنبية بشكل عام	٠,٠٢١	٥,٩٣٣	٠,١١٥	١٦,٣٠٠	٠,١١٢	٩,٠٠٧	٠,٧٠٢	٣٥,٢٩٢	٠,٠٠٢
٤ البرامج الدينية	٠,١٥٣	٤١,١٧٣	٠,٠٠٠	١١,٠١٣٤	٠,٠٨٤	٣٨,٦٦٢	٠,٠٠٠	٥٦,٣٣٥	٠,٠٠٠
٥ برامج الكارتون	٠,٦٣٥	٢١,٨٣٨	٠,٠٠٠	١٠,٢٤٩	٠,١١٥	١٣,٧٦٣	٠,٣١٦	١٥,٩١٤	٠,٣٨٨
٦ البرامج الفغائية والموسيقى	٠,١٢٢	١٢,٣٤٩	٠,٠٠٦	١٣,٢٥٥	٠,٠٣٩	٨,١٢٣	٠,٧٧٥	٢٣,٦٦٦	٠,١٧٢
٧ البرامج الرياضية	٠,٠٧٢	٢٤١,٥٦٤	٠,٠٠٠	٣٥,٤٨٩	٠,٠٠٠	٤٦,٧٧٥	٠,٠٠٠	١٤,٢٧٨	٠,٥٠٥
٨ البرامج الفكاهية	٠,٠٠٠	٢٨,٨٤٤	٠,٠٠٠	٢٣,٤٤٠	٠,٠٠١	٢٣,٢٩٥	٠,٠٢٥	١٥,٧٥٣	٠,٣٩٩
٩ البرامج الوثائقية	٠,٠٠٠	٣٣,٣٨٤	٠,٠٠٠	٤,٦٥٦	٠,٥٨٩	١٩,٢٧٨	٠,٠٨٢	١٤,٧٠٨	٠,٤٧٣

• تدل على وجود علاقة معنوية بين العوامل الديموغرافية والبرامج المشاهدة.

وعلاقة معنوية قوية أخرى بين مشاهدة المسلسلات الأجنبية ومستوى الدخل إذ بلغت قيمة (أ) . . . وقيمة (كا) ٣٣٥, ٥٦ وهي العلاقة التي يمكن تفسيرها بأن أصحاب الدخل العالية يملكون القدرة على كثرة الأسفار والاحتكاك بالحضارات الأخرى بالإضافة إلى أن الحضارة الغربية بحكم الغزو الثقافي تمثل لدى بعض الأغنياء — بكل أسف — مظهراً من مظاهر الوجاهة.

وبالنظر إلى الجدول يمكن معرفة العلاقات بسهولة وبوضوح وذلك أن علامة (*) تدل على وجود علاقة معنوية بين العوامل الديموغرافية والبرامج باحتمال (أ) ٠,٥ , فأقل أي بدرجة ثقة ٩٥٪ فأكثر. وهذا لايعني أنه لا توجد علاقة بين العوامل الديموغرافية والبرامج التي لا يوجد أمامها علامة (*) ولكن العلاقة هي بدرجة أقل .

الخلاصة والتعليق

يحظى التلفزيون في المملكة العربية السعودية بمكانة قد تكون متميزة، وذلك أن هذه الوسيلة الجماهيرية تمثل منفذاً رئيساً، إن لم تكن الوحيدة للترفيه والثقافة الجماهيرية خاصة في غياب الوسائل الأخرى المشابهة كالسينما والمسرح . أضف إلى أنه وسيلة فعالة في ربط أجزاء المملكة المتباعدة ربطاً حضارياً وثقافياً . وانطلاقاً من هذه المكانة فإنه يمكن الاعتقاد بأن التلفزيون قد أثر كثيراً في الحياة الاجتماعية السعودية خاصة وأن التلفزيون — بحكم خصائصه — وسيلة مؤثرة . إلا أنه — حسب علمي — ليست هناك دراسة ميدانية لقياس مثل هذا التأثير في المملكة العربية السعودية وليس هناك أبحاث سابقة عن أطر الاستخدام أو إشباع الرغبات وما شابه ذلك من الدراسات الميدانية التي تعتبر أساساً ليس فقط لإثراء المعرفة الأكاديمية ولكن حتى للمخططين والقائمين على البرامج التلفزيونية وذلك لضمان قبول المحتوى البراجمي وتحقيق التأثير المرغوب . ولعل هذه الدراسة الأولية عن أنماط مشاهدة الشباب في المملكة لبرامج التلفزيون تكون أساس انطلاقاً نحو أبحاث ميدانية متعددة ومتنوعة خاصة وأن ساحة البحث العلمي في مجال الإعلام لاتزال بكرّاً .

وفي الحقيقة أن هذه الدراسة ليست إلا بداية لمعرفة أطر استخدام الشباب لبرامج التلفزيون والتي اقتصر على شريحة من المجتمع في المملكة هم فئة الشباب من طلاب الجامعات والذين تتراوح أعمارهم ما بين ١٨ - ٢٤ سنة . ولكي تقترب هذه البحوث من الكمال ويمكن أن يعوّل عليها في اتخاذ القرار فإن هناك أيضاً فئات أخرى من المجتمع السعودي التي يجب أن تتم دراستها . كما أنني أعتقد أن المرحلة التالية لبحث الاستخدام use تكون أبحاثاً عن إشباع الرغبات gratification . ومثل هذه الأبحاث هي في واقع الأمر مطلب أساسي من أجل إيجاد برامج تلقى القبول .

لقد كان من الضروري إعطاء نبذة مختصرة عن نشأة التلفزيون السعودي وتطوره كمقدمة لهذا البحث وذلك لتكوين فكرة لدى القارئ قبل الحديث عن العلاقة بين المشاهد والتلفزيون ثم وصف العيّنة ومنهج وأهداف البحث.

وكان من المهم معرفة مدى الإقبال على برامج التلفزيون السعودي بقناتيه الأولى (عربي) والثانية (إنجليزي). وكما هو متوقع فقد حظيت القناة الأولى بالنصيب الأكبر من أفراد العيّنة ككل، ولعلّ اللغة من الدوافع الأساسية لذلك وإن كان نسبة الذين يشاهدون القناتين معاً هي أكبر نسبة ٤، ٦٣٪ وذلك أمر طبيعي في انعدام الخيارات الأخرى. ولتنوع البرامج واختلافها بين القناتين إلّا أنّ ما كان غير متوقع هو أن ٢٦، ٩٪ من أفراد العيّنة أجابوا بأنهم لا يشاهدون التلفزيون. وليس هناك تفسير لهذه الظاهرة سوى أن بعض الملتزمين دينياً يرون في مشاهدة التلفزيون خروجاً عن المسار الديني الصحيح. وبصرف النظر عن صحة هذا الاعتقاد إلّا أنّه فيما يبدو هو دافع عدم المشاهدة.

وعلى الرغم من أنه يمكن مشاهدة برامج بعض تلفزيونات دول الخليج في المنطقة الشرقية وكذلك مشاهدة برامج التلفزيون المصري في مدينة جدة بالمنطقة الغربية إلّا أنّ الذين ذكروا أنهم يشاهدون القنوات التلفزيونية غير السعودية لا يمثلون نسبة كبيرة، فأكثر نسبة كانت ١٣، ١٩٪ الذين يشاهدون التلفزيون المصري ٤٠، ٨٪ التلفزيون البحريني، ثم يليها تلفزيون قطر ٢٠، ٦٪ وهذه نتيجة تسجل لصالح التلفزيون السعودي ولكن لا يمكن البناء عليها فيما إذا أخذنا في الاعتبار عدد العيّنة من المنطقة الشرقية وكذا من المنطقة الغربية، فأعداد العيّنة في كلا المنطقتين أقل من حجم العيّنة في المنطقة الوسطى وهي التي لا يصلها إرسال تلفزيوني غير سعودي. ثم إن متابعة برامج التلفزيون في دول الخليج تظهر الكثير من التشابه خاصة فيما يتعلق بالمسلسلات وهي معظمها مصرية الصناعة. أما ارتفاع أعداد الذين يشاهدون التلفزيون المصري فذلك قد يعود إلى أقدمية مصر في مجال البث التلفزيوني وكذلك إمكاناتها الفنية بالإضافة إلى التشابه الثقافي بين بعض سكان المنطقة الغربية والمصريين.

وتؤكد نتائج هذا البحث ما جاء في دراسات أخرى وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية بأن البرامج الإخبارية تستقطب اهتمام الشباب أكثر من غيره من الفئات. فقد احتلت البرامج الإخبارية المرتبة الأولى من الأهمية لدى كل من الذكور والإناث. بينما احتلت البرامج الفكاهية المرتبة الثانية وتلقى اهتماماً لدى الشباب وخاصة بين الذكور ولعل ذلك يتماشى مع المفهوم السائد تجاه التلفزيون بأنه منفذ ترفيهي رئيس بالإضافة إلى أن عامل السن لهذه العينة يبرر هذه النتيجة. أما المرتبة الثالثة فقد احتلتها البرامج الدينية إلا أنها تمثل للإناث أهمية خاصة في المقام الأول بينما هي ليست كذلك لدى الذكور. وعندما نأخذ في الاعتبار التنشئة الدينية الخاصة للشباب السعودي فإن مثل هذه النتيجة متوقعة حتى وإن كان مضمون البرامج الدينية وطريقة عرضها في التلفزيون لا يخضع للأسس العلمية في الجذب والتأثير فهي في معظمها خطابية مباشرة. وبالمقارنة بين البرامج الوثائقية والمسلسلات العربية بشكل عام نجد أن الأولى تحتل المرتبة الرابعة بينما تحتل الثانية على التوالي المرتبة الثامنة. وقد يكون ذلك بسبب إكثار التلفزيون من عرض البرامج الوثائقية عن مشروعات الدولة وأنشطتها بدافع الإعلام والدعاية وبهم الشباب أن يعرفوا عنها ما يدور في بلادهم إلا أن المستغرب أن المسلسلات العربية لم تحظ باهتمام كبير رغم اهتمام التلفزيون بها وعرض أكثر من مسلسل في اليوم الواحد، إلا أنها في معظمها مصرية الشكل والمضمون، مما يعني عدم صلتها بالمجتمع والمتلقي وقضاياها. وعلى الرغم من ذلك وبما يكتب في الصحافة المحلية حول هذه المسلسلات والمطالبة بالحد منها إلا أن التلفزيون يصر على الاستمرار فيها ولعل عذره في ذلك عدم وجود البديل، ولكنني أفضل اختصار فترة البث بدلاً من الحشو الذي قد يبعد المشاهدين عن التلفزيون، هذا إذا كانت وزارة الإعلام لاتستطيع إعداد كوادر تمثيلية وطنية وتعمل على تشجيع الإنتاج المحلي.

وقد كان من المتوقع أن تحتل البرامج الرياضية مرتبة متقدمة وذلك بحكم الاهتمام الرسمي والشعبي بالرياضة وخاصة كرة القدم وكذلك بحكم عامل السن للعينة وهم من الشباب إلا أن النتيجة كانت أن الرياضة لاتحتل أكثر من المرتبة الخامسة وإن كان اهتمام الذكور أكثر من الإناث إذ تخطى الرياضة بالمرتبة الثالثة من الاهتمام عند الذكور بينما تحتل المرتبة التاسعة عند الإناث. أما البرامج الغنائية والموسيقية فإنها تحتل المرتبة السادسة من

الأهمية وإن كان اهتمام الإناث — وهذا أمر متوقع — أكثر من الذكور. إنه يجب الإشارة إلى أن هذا النوع من البرامج لا يجذب اهتماماً كبيراً في التلفزيون السعودي وذلك أن الأغاني التي تغنيها امرأة أو تظهر فيها ممنوعة من العرض. أضف إلى ذلك قلة إن لم يكن انعدام البرامج الموسيقية ما عدا أغاني الرجال تمر عرضاً بين البرامج وهو الأمر الذي يستوجب إعادة النظر ليس من أجل الأغاني ولكن من أجل البرامج الموسيقية المتكاملة.

وعلى الرغم من مكانة التلفزيون في المجتمع السعودي ليس فقط لحدائته نشأته إذ لم يصل الإرسال لبعض القرى والهجر السعودية إلا حديثاً إلا أن هذه الدراسة أوضحت أن الشباب في المملكة غير مستهلك لبرامج التلفزيون كثيراً ولم يكن من المتوقع أن ما يقارب ٨٤٪ من أفراد العينة ككل لا يقضون أكثر من ساعتين في مشاهدة التلفزيون الذي يثبث برامجه على فترتين صباحية ومساءلية تستمر في معظم أيام الأسبوع إلى ما بعد منتصف الليل. بينما لا تتجاوز نسبة الذين يشاهدون برامج التلفزيون أكثر من ساعتين عن حوالي ٨٪. وفي الواقع إن هذه النتيجة تخالف إلى حد كبير نتائج العديد من البحوث الإعلامية في ساحة التلفزيون التي تؤكد أن دول العالم الثالث أكثر استهلاكاً للتلفزيون من سكان الدول المتقدمة. ولعل هذه النتيجة مبنية على أساس أن مدة المشاهدة تتناقص بزيادة التعليم. وهذا ما قد يبرر نتيجة هذه الدراسة إذ إن أفراد العينة من طلاب الجامعات الذين قطعوا مرحلة كبيرة في التعليم مما يفترض أن مستوى وعيهم يؤهلهم إلى «الانتقائية» لما يريدون أن يشاهدوا. وهناك عامل مهم يمكن أخذه في الاعتبار عند النظر إلى قصر مدة استخدام التلفزيون السعودي. ويتمثل هذا العامل في مضمون البرامج وهذا ما يجب أن تتم دراسته وذلك لاعتقادي الشخصي أن معظم برامج التلفزيون لا تلقى قبولاً لدى معظم المشاهدين لضعف في المضمون وضعف في العرض وبعدها عما يهم المشاهد أن يراه وهو ما يتناسب مع حاجاته ورغباته وقضاياه... إلا أنه يصعب تعميم هذا الرأي ما لم تؤكد دراسة أخرى غير أن متابعة برامج التلفزيون السعودي وما يدور من أحاديث بين المشاهدين وما يكتب في الصحافة المحلية كلها تسير في اتجاه تأكيد هذا الرأي.

ولا شك أن أي وسيلة إعلامية تتأثر سلباً وإيجاباً بمدى مصداقيتها. والمصداقية هي العنصر الأساسي الذي تحرص عليه الوسائل الإعلامية لاستقطاب المتلقين والتأثير فيهم بما

يحقق أهداف الإرسال. إلا أن هذه «المصدقية» — فيما يبدو — تشكو كثيراً من عدم العناية بها في معظم وسائل الإعلام العربي. ولعل ذلك يعود إلى الظروف التي تعيش في داخلها هذه الوسائل. وقد أظهرت هذه الدراسة أن التلفزيون يحظى بمصدقية طيبة في أوساط الشباب في المملكة، إذ قال حوالي ٤١٪ من العينة أنهم يثقون في التلفزيون في حالة تناقض الروايات لخبر واحد. ولعل هذا يعود بالإضافة إلى خواص التلفزيون أن النقل الحي بالصورة لبعض الأحداث تمكن المشاهد من الحكم على الصحة من عدمها وهذا يعني أن على التلفزيون مسؤولية كبيرة لتأكيد مصداقيته وزيادة نسبة من يثقون فيه. ويبدو أن الراديو رغم المنافسة القوية له من التلفزيون لا يزال يتمتع بقوة أهله للحصول على حوالي ٣٦٪ من العينة الذين يثقون في رواية الراديو غير أن الجرائد والمجلات لم تجد الكثير ممن يثقون فيها (١٢٪) و(٣٠،٧٧٪) على التوالي. ولعل ذلك يعود إلى المبالغات الكبيرة في الروايات وإعطاء الرأي في الأخبار حتى ضمن العنوان الرئيس ونزوع العرض إلى الصيغ الأدبية وهذه عوامل فيما يبدو مسؤولة عن تردي مصداقية الجرائد والمجلات لدى المتلقين. وهو الواقع الذي يدعو إلى إعادة نظر في المحتويات الصحافية.

وليس من غير المتوقع أن تبين هذه الدراسة علاقة نسبية معنوية قوية بين العوامل الديموغرافية ودرجة الاهتمام بالبرامج التلفزيونية. وقد اتضح أن هذا النوع من العلاقة يؤثر كثيراً في مدى الاهتمام وهو الأمر الذي سبق أن أثبتته معظم الدراسات الميدانية في مثل هذا الموضوع.

Patterns of T.V. Watching among the Youth of Saudi Arabia

Sa'id Al-Orabi Al-Harithi

*Associate Professor, Department of Mass Communications, College of Arts,
King Saud University, Riyadh, Saudi Arabia*

Abstract. Despite the long time that has passed since the inception of mass media in Saudi Arabia, the need for quantitative research to study the audience of the media message still exists.

Generally it seems that the mass media in the Arab World, and in the Kingdom in particular needs a thorough knowledge of the relationship between the media organs and the society in which they operate. This relationship is still neither clear nor comprehensible. As a result, the content of the media is built and formulated in isolation from the needs and wishes of the audience.

Due to the role television plays in the life of the youth in the Kingdom, this paper is one of the first attempts to try to understand the relationship between the media usage by the youth in the Kingdom on the one hand and the rapid growth of the medium on the other hand. This research also seeks to discover the programs preferred by males and females.

The paper's findings reveal unexpected results, specifically in the area of entertainment programs. They also show that there are noticeable differences in interests and preferences between male and females.