

تعرض الجمهور العراقي للفضائيات العربية وانعكاساته على التعرض للفضائيات العراقية

- دراسة مسحية - للعام ٢٠١٣

دراسة تقدم بها الاستاذ المساعد الدكتور سعد مطشر عبد الصاحب علي

مكان العمل / قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية - كلية الاعلام - جامعة بغداد

بغداد كانون الثاني ٢٠١٤ م

ربيع الاول ١٤٣٥ هـ

الكلمات المفتاحية : الجمهور

العراقي ، الفضائيات العربية ،

الفضائيات العراقية

الايمل: sam 1966

The Watching OF Iraqi Mass for the Arabian Satellite channels and the effects watching on the size of watching for the local Satellite channels channels –survey study of the year 2013.

Assistant prophase Dr.

Saad Mutashar Abdul Sahib

Work Place : University of Baghdad College of Information L department of Broadcasting and television Journalism

Key wards / IRAQ PUBLIC– ARAB SATELLITE TV–IRAQ SATELLITE TV

E-Mail : Sam 1966

2014

Baghdad

1435

Abstract

The Iraqi Information Environment are characterize with verity and multi of choices for the Arabian and National mass especially the television witnesses mass. Because more than 10 years the Iraq become open to the coming satellite without constrictions.

And the Iraqi witnesses become free in choosing and moving to get full wishes and getting which he want of forms and content if these generally or specialties..

A period of time was finish and the watching of mass media in Iraq was free , so this make new problems in the field of sender , the media , the message and the mass... , so the efforts of the researcher and the information men in Iraq is obvious in facing some of these problems, and knowing its causes and suggesting the solutions to it . but the other part of problems are for of studding in spite of they are known for the Iraqi researchers this study is an attempt and participating in the side of knowing and following an local problem that has side in order to rising the level of our Iraqi local satellite channels achievement to Join the development that happened in the working Arabian satellite channels.

So it is a survey study for a random sample in Baghdad, depending on theoretical comparing between local Iraqi satellite channels (the government and private) and coming Arabian satellite channels (government , Party, and private) form the side of mass watching for the programmers of these satellite channels and the relation in the watching size the mass full getting of these relation.

المستخلص:

يتميز المشهد الاعلامي في العراق بتنوع وتعدد الخيارات امام الجمهور وبخاصة جمهور المشاهدين والمتابعين للتلفزيون فمئذ اكثر من عشر سنوات والفضاء العراقي صار مفتوحاً امام الفضائيات العربية والدولية الوافدة وبدون أية عوائق او حواجز ، واصبح المشاهد العراقي حراً في الاختيار والتنقل لاشباع رغباته والحصول على ما يريد من اشكال ومضامين سواءً اكانت هذه المضامين عامة أو متخصصة .. لقد فات عقد من الزمن والتعرض الحر لوسائل الاعلام في العراق وهذا الزمن كان كفيلاً بافراز مشاكل جديدة على صعيد المرسل والوسيلة والرسالة والجمهور ولا يخفى على احد مثابرة الباحثين والاعلاميين العراقيين في رصد بعض هذه المشاكل ومعرفة اسبابها واقتراح الحلول لها .. بينما لا يزال القسم الاخر من المشاكل بعيداً عن التداول مع أنه مرصود ومعروف للباحثين العراقيين وهذه الدراسة هي محاولة ومساهمة في اتجاه رصد ومتابعة لمشكلة محلية ذات بعد اقليمي بغية رفع مستوى اداء الفضائيات العراقية المحلية واللاحق بركب التطور الحاصل في الفضائيات العربية العاملة وهي دراسة مسحية لعينة عشوائية من جمهور بغداد وتعتمد على المقارنة المنهجية بين الفضائيات المحلية العراقية العاملة الحكومية والحزبية والخاصة والفضائيات العربية الوافدة الحكومية والحزبية والخاصة من ناحية تعرض الجمهور لبرامج هذه الفضائيات والعلاقة التبادلية في حجم التعرض ومعدل الاشباع المتحققة للجمهور من هذه العلاقة .

الفصل الاول

منهجية البحث :

اولاً : مشكلة البحث :

تحدد مشكلة البحث الحالي في ايجاد اجوبة علمية للاسئلة الاتية :-

١. ما هي القنوات الفضائية التي يشاهدها الجمهور العراقي ممثلاً بعينة البحث الحالي؟
٢. هل هي محلية ام عربية؟
٣. اذا كانت محلية ، ما هي هذه القنوات ؟ هل هي حكومية او حزبية ام خاصة؟
٤. اذا كانت عربية ، ما هي هذه القنوات ؟
٥. ما نسبة التعرض للقنوات المحلية مقارنة بالتعرض للفضائيات العربية؟
٦. هل هناك قصور في اداء الفضائيات المحلية؟ واين يكمن القصور على مستوى الشكل ام المضمون؟

٧. ما الاشباعات المتحققة من التعرض للفضائيات العربية ؟ وما نوعية المواد والبرامج التي يشاهدها المشاهد العراقي ؟ هل هي اخبارية ام ثقافية او ترفيهية ام وثائقية ...الخ

ثانياً : اهداف البحث

يهدف البحث الحالي التعرف على ما يأتي :

١. رصد ومتابعة استعمال الجمهور العراقي للفضائيات المحلية والعربية واجراء المقارنة بين الحالتين لبيان اداء ومعدلات مشاهدة وتأثيرات الحالة الثانية من التعرض على الحالة الاولى اذا كان هناك عزوف عن التعرض للفضائيات المحلية.
٢. معرفة دوافع التعرض للفضائيات العربية؟
٣. التعرف على الاشباعات المتحققة من التعرض للفضائيات العربية؟
٤. مقارنة تأثيرات مشاهدة للفضائيات العربية مع مشاهدة القنوات الفضائية المحلية؟
٥. تحديد توجهات الجمهور العراقي نحو القنوات الفضائية بكافة اشكالها المحلية والعربية لمعرفة مستقبلها وتحديد نوعية العلاقة الحالية والمستقبلية.

ثالثاً : أهمية الدراسة :

- ١- الدراسة مساهمة لتقييم اداء الفضائيات العراقية المحلية من وجهة نظر الجمهور العراقي.
- ٢- هي محاولة لتحديد اتجاه المشاهدة لدى الجمهور العراقي المحلي.

٣- وضع تصور للقائمين على الاعلام العراقي عن أداء الفضائيات المحلية العراقية الحكومية والحزبية والخاصة من اجل تحقيق تكامل وتنسيق منافع بين قطاعات الاعلام المختلفة وتلبية حاجات الجمهور العراقي.

٤- يمكن عد هذه الدراسة بكونها رائدة في مجال المقارنة مع الاخرين لمواكبتهم وعدم التخلف عن الركب الاعلامي عربياً واقليمياً ودولياً.

رابعاً: نوع البحث واجراءاته:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة العشوائية وقام الباحث بأجراء المقارنة المنهجية في احياناً كثيرة وهي طريقة.

خامساً : عينة البحث :

غطت الدراسة عينة عشوائية قوامها (٤٥٠) مفردة بمحافظة بغداد وبجانب الكرخ والرصافة وبواقع (٢٢٥) مفردة لجانب الكرخ و(٢٢٥) لجانب الرصافة وجرى توزيع الاستمارات بالاعتماد على طلبية كلية التربية للعلوم الصرفة ابن الهيثم للاستفادة منهم ومن عوائلهم وابناء مناطقهم للاجابة عن الاسئلة الواردة في الاستمارة، وقد عادت الينا الاستمارات وبواقع (٣٢٠) بينما لم تعد (١٢٠) الينا وأهملت ثمان استمارات نتيجة الخطأ في الاجابات وملئ الاستمارة وتلف استمارتين

الفصل الثاني الخلفية النظرية

حاجات الجمهور العراقي والاشباع المتحققة:

اولاً : جمهور التلفزيون

يجمع الباحثون على أن المفهوم العام للجمهور هو (مجموعة من الافراد يجمع بينهم ميل أو اتجاه وعاطفة مشتركة وادراك وحدة المصالح لذلك يتولد شعور بالوحدة وتحقيق الذات ، ويختلف مقدار هذا الشعور من جمهور الى آخر)^(١).

وكذلك عرف الجمهور بأنه (عبارة عن تجمع عدد من الناس يتميز بنوع من الاهتمام المشترك والحاجات والقيم المشتركة)^(٢).

في حين عرف جمهور وسائل الاتصال بأنهم خليط متباين وغير متجانس من الافراد يختلف كل فرد عن الاخر بالكيفية التي يتعرض فيها للرسائل الاتصالية^(٣) أن الاتصال الجماهيري يوجه بصورة عامة صوب جمهور كبير غير معروف اي ان الرسائل الى افراد مخصصين لا تعد اتصالاً جماهيرياً عكس جمهور التلفزيون المقدر بالملايين فهو جمهور كبير يتعرض لاوقات طويلة لذا يسمى بالجمهور الكبير ويكون بحجم لا يستطيع صاحب الرسالة ان يتفاعل مع اعضائه على اساس مباشر ، وهذا هو معيار التعرف على مصطلح جمهور وسائل الاتصال او جمهور التلفزيون الذي يمتاز بكبره وعدم تماثله وتنوعه وعدم معرفته من قبل المرسل^(٤)، وللجمهور عدة خصائص وعدد من السمات التي تلعب دوراً مهماً في توجيه السلوك الاتصالي للجمهور ،

اما انواع الجمهور فهناك تصنيفات عديدة قام بها الباحثون ويمكن تصنيف الجمهور الى :-

(الجمهور العام والجمهور الخاص ، والجمهور الحساس والجمهور العنيد والجمهور المفترض والجمهور الفعلي والجمهور المستعرض)

اما بالنسبة لتقسيم (روبن) لجمهور التلفزيون فيحتوي على نوعين من المشاهدين:

أ. المشاهد الانتقائي.

ب. المشاهد المعتاد^(١٩).

ويمكن تصنيف تلك الخصائص الى :

اولاً : الخصائص الديمغرافية وتمثل

(١) التعليم حيث تؤثر درجة التعلم في بناء المجتمع وكذلك على اختيار نوع الوسيلة وتؤثر ايضاً في

تحديد سلوكيات الجمهور وتشكيل دوافعهم فالجماهير التي يسودها نظام تعليمي يهتم اساساً

بالعلم والاتجاهات الجديدة ويشجع على الابتكار تتصف هذه المجتمعات بأنها جماهيرية واسعة

الافق جادة التفكير ، تتجه الى التجديد والابتكار ، وهو ما يتفق مع نظرية التقمص الوجداني لصاحبها (ليرنر)^(٥).

(٢) **الحالة المادية** : وتؤثر الحالة المادية حيث يقتني الافراد ذوي الدخل المرتفع وسائل الاتصال الحديثة بينما يلجأ الافراد اصحاب الدخل المنخفض الى الوسائل ذات التكلفة الرخيصة كالصحف والراديو ، وكذلك يؤثر الدخل في حجم وكثافة التعرض ونوعية المضامين^(٦).

(٣) **الطبقة الاجتماعية** : ان وسائل الاعلام تقسم العالم الى مناطق مختلفة تراعي طبيعة وخصائص جمهور كل منطقة وتعمل على توجيه ما يشبع احتياجاته وتستخدم سياسة تلك الوسائل ، كما أن تقسيم الافراد على اساس الطبقة الاجتماعية ليس تقسيماً اقليمياً فقط بل هو تقسيم دولي حيث تقسم وسائل الاعلام العالم الى مناطق مختلفة وتراعي فيها طبيعة وخصائص جمهور كل منطقة وتعمل على توجيه ما يشبع احتياجاته وتستخدم سياسة تلك الوسائل^(٧).

ثانياً: الخصائص النفسية وتكاد تتعلق هذه الخصائص بسلوك الجمهور الاستجابي وهي^(٨):

- (١) اتجاهات الافراد والجماعات.
- (٢) الخصائص النفسية للافراد داخل الجماعة
- (٣) ردود افعال الجمهور آراء بعض القضايا الاعلامية والدعائية.
- (٤) متغيرات التكاليف والقدرة على المخالطة الاجتماعية والسيطرة والانطواء والاندفاع و تبني أفكار جديدة ومستحدثة.

ثانياً: الخصائص الحضارية: وهي الخصائص التي تشمل العادات والتقاليد والسمات الشخصية وترتبط هذه الخصائص بمجموعة من المتغيرات الاساسية الخاصة بالمرجعيات الثقافية وتصورات الجمهور مدركاته وانطباعاته واسلوب حياته.

ثالثاً: الموقع الجغرافي : حيث يساعد ذلك على رسم صور عامة عن خصائص وسمات الجمهور.

نظريات الجمهور :

هناك نظريات عديدة لجمهور وسائل الاعلام ومن أهم هذه النظريات هي:

اولاً : نظرية التعليم : ترى هذه النظرية ان الافراد يستطيعون تعلم السلوك من خلال مشاهدة التلفزيون الذي يعمل على تشكيل سلوكياتهم حسب سلوكيات الشخصية التي تعرضها برامج التلفزيون^(٩).

ثانياً: النظرية التطبيقية : وتقوم على اساس ان الجمهور يمكن أن يكيف اتجاهاته مع الرسائل التي يتلقاها من وسائل الاعلام لتحقيق بعض حاجاته^(٩).

ثالثاً: نظرية الاتساق والتنافر : وتفترض هذه النظرية ان الفرد تبريري اكثر من كونه عاقلاً ومن ثمة فأن تصرفه اتجاه الوسائل تبريرية لحماية آرائه وسلوكه واتجاهاته القائمة اي ان استقباله لمعلومات متناقضة يخلق لديه حالة من التوتر ترفعه الى السعي الى اختزالها وبذلك يحدث التنافر^(١٠).

رابعاً : نظرية الاعتماد المتبادل : وتقوم على اساس ان استخدامنا لوسائل الاتصال لا يتم بمعزل عن تأثير النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله ، وتتأثر وسائل الاتصال وبالطريقة التي تستخدم بها هذه الوسائل وتتفاعل بها معها بما تتعلمه من المجتمع^(١١).

خامساً : نظرية الاستخدامات والاشباع:

تكاد تكون هذه النظرية اقرب النظريات الى بحثنا الحالي ويقوم مفهوم هذه النظرية على أن الجمهور يستخدم الوسائل والمقاييس الواردة فيها التي يحتاجها في اشباع رغبات معينة لديه ومن ثمة فان وسائل الاعلام التي تستهدف الى استقطاب اكبر عدد من الجمهور تعطي المتلقي ما يحتاج اليه ومن هنا فأن الجمهور هو الذي يحدد مضمون المواد الاعلامية ومحتواها اي أن للجمهور ارادة من خلالها يحدد اي الوسائل والمضامين يختار^(١٢).

سادساً : نظرية الفجوة المعرفية : وفكرتها تقوم على اساس تدفق المعلومات الذي يتم بشكل متساوي بين الافراد لمختلف الاسباب الخاصة بالجمهور والوسيلة والمرسل وفي النهاية تساهم وسائل الاعلام في زيادة الفروقات واتساعها بين افراد الجمهور^(١٣).

سابعاً : نظرية الفروق الفردية : وفكرتها تقوم على اساس ان ما نلاحظه من جماهير ما هو الا نتاج لعمليات عديدة من الاختيار الشخصي المبني على اختلاف الافراد في ادواقهم واهتماماتهم وقدراتهم الذهنية والفرص المتاحة امامهم ، ولقد سمي دنيس ما كويل هذه النظرية بنظرية الاستجابة لطلب الجماهير ويظهر مبدأ العرض والطلب جلياً في هذه النظرية حيث يختلف متابعوا مضامين المواد الاعلامية بأختلاف الفروق الفردية في الجمهور المستقبل لها^(١٤).

ثامناً : نظرية ترتيب الاولويات : ويمكن عدّها من ضمن نظريات القائم بالاتصال ايضاً اذا ما نظرنا للموضوع من زاوية ان الذي يقوم بترتيب هذه الاولويات هو المرسل ولكن اذا ما افترضنا ان الاولويات هي حاجات تتعلق بأفراد الجمهور نفسياً واجتماعياً فأن النظرية تعد من نظريات الجمهور ايضاً^(١٥).

ثالثاً : حاجات الجمهور من مشاهدة برامج الفضائيات

يسعى الجمهور من خلال التعرض لوسائل الاعلام الى تحقيق عدد من الحاجات ، وهي^(١٦):

١. الحاجة المعرفية :حيث يحتاج الجمهور الى معلومات عن المجتمع المحيط به وهي حاجة تستند الى الرغبة في فهم البيئة والسيطرة عليها.

٢. الحاجة العاطفية: وهي حاجات الانسان للتمتع بالجمال والمتعة والتجارب العاطفية حيث ان اغلب مضامين الرسائل الاعلامية تقوم على مخاطبة العواطف والمشاعر الانسانية للجمهور كالفرح والحزن والخوف والقلق... الخ.

٣. حاجات التوافق الشخصي :- وهي مرتبطة بتقوية شخصية الافراد من ثقة بالنفس والاستقرار ومكانة الفرد ومركزه الاجتماعي حيث يمكننا مقارنة انفسنا بالآخرين ، عبر وسائل ومن ثم اختيار افضل الصفات.

٤. حاجات التعامل الاجتماعي :- وهي الحاجات المرتبطة بتتويه الفرد بالاتصال بالاصدقاء والعائلة والتعاليم وهي حاجات تشبع رغبة الفرد للانتماء ومعرفة كيف يعيش الآخرون حيث تساعد وسائل الاعلام الافراد الذين يعيشون بمفردهم في معرفة الشخصيات والمشاكل والقضايا في المجتمع.

٥. حاجة الهروب : وهي حاجة ترتبط برغبة الفرد في الهروب وازالة التوتر والرغبة في التسلية واللهو والهروب من الواقع الذي يعيش فيه الى الواقع الذي تصوره وسائل الاعلام.

رابعاً: علاقة الجمهور بالمرسل:

تؤثر علاقة كل من المرسل والمستقبل ببعضهم على فاعلية الاتصال ، فالمرسل لا يختار جمهور وانما يتعامل مع جمهور واقعي قائم بالفعل وعليه يجب أن تكون لديه توقعات حول الجمهور ومدى تقبلهم فاذا كانت صورة المرسل محببة لدى الجمهور فان فهمه للرسالة سيكون سهلاً نسبياً وتصبح هذه المهمة عندما تتضمن الرسالة افكاراً غير مقبولة او متناقضة مع وجهة نظر الجمهور وعندئذ يصبح على المرسل ان يتخذ من نقاط الاتفاق مع جمهوره مدخلاً لعرض وشرح وتقييم وجهات نظرة وحججة التي يستند اليها اما عندما تهتز صورته فيؤدي الى ان يكون غير مؤثر في جمهوره ، وعند ذلك يكون من الافضل ان يدعم المرسل رسالته بمصادر موثوقة وذات سمعة طيبة حتى تحظى بثقة الجمهور وتقديره^(١٧).

خامساً: علاقة الجمهور بالوسيلة:

على ضوء فهم الجمهور والوقوف على خصائصه وتوقع ردود افعاله وتصوراته لمرسل الاتصال يستطيع المرسل ان يتعرف على مدى ادراك الجمهور برسالته ويعدل ويكيف من ثمة الرسالة وفقاً لخصائص الجمهور ، كما فهمها المرسل ويتعلق هذا التعديل بجوانب متعددة ترتبط باختبار الموضوع وتحديد الهدف من الاتصال واختيار لغة الاتصال واختيار المادة المساعدة في الرسالة كالصور والمؤثرات الصوتية والتعرف على الجمهور ودراسته يتم باستخدام أساليب متنوعة فهناك البحوث المنظمة لدراسة الجمهور وتحديده والتعرف عليه من خلال الاجراءات والقواعد المنهجية^(١٨).

الفصل الثالث

الدراسة الميدانية

أنماط مشاهدة الجمهور العراقي للفضائيات المحلية والعربية

- مقارنة منهجية -

أخضع الباحث (٣٢٠) أستمارة للتحليل وكانت المؤشرات كالاتي:

ارتفاع كثافة التعرض للفضائيات المحلية بين افراد العينة حيث يشاهدها (٢١٠) مشاهد وبنسبة (٦٥.٦٣%) وبصورة دائمة ، بينما يشاهد (١١٠) مبحوثاً الفضائيات العربية وبنسبة تمثل (٣٤.٣٧%) وبصورة احياناً ، كان اكثر المبحوثين يشاهدون الفضائيات المحلية من (٤-٦) ساعات يوميا ، بينما يتعرضون للفضائيات العربية من ساعتين الى ثلاث ساعات يومياً.

كانت فترة العصر والمساء أكثر الاوقات المفضلة لدى افراد عينة البحث للتعرض للفضائيات المحلية ، بينما كانت مدة السهرة هي المفضلة لدى الجمهور العراقي لمتابعة الفضائيات العربية.

كانت الاخبار هي المادة الرئيسة للجمهور التي يحصل عليها من القنوات المحلية وبشكل كبير من خلال الشريط الاخبار، وبعدد تكرارات بلغ (١٨٠ تكراراً) وبنسبة (٥٦.٢٥%) بينما يحصل (١٤٠) مبحوثاً وبنسبة (٤٣.٧٥%) على الاخبار من الفضائيات العربية ، بينما كانت الافلام والمسلسلات المدبلجة والمسلسلات العربية والمسابقات والبرامج الرياضية هي البرامج التي تحظى بأهتمام ومتابعة الجمهور العراقي للفضائيات العربية وبنسبة (٢٦٠ تكراراً) وبنسبة (٨١.٢٥%) وفي المقابل اجاب (٦٠) مبحوثاً وبنسبة (١٩.٧٥) بأنهم يحصلون على هذه المواد التلفزيونية المشار اليه آنفاً من الفضائيات المحلية .

واجاب (٢٧٠) مبحوثاً وبنسبة (٨٤.٣٧%) انهم يشاهدون الفضائيات المحلية على مدى ايام الاسبوع بالكامل بينما اجاب (٥٠) مبحوثاً وبنسبة (١٥.٦٢%) من افراد العينة بأنهم يتابعون الفضائيات العربية في ايام معينة وخاصة العطل الاسبوعية والرسمية والمناسبات التي لا يذهبون فيها للدوام الرسمي .

احتلت قناة الشرقية المرتبة الاولى بالنسبة للقنوات المحلية التي يفضلون مشاهدتها وبنسبة (٥٠%) وبعدد تكرارات بلغ (١٦٠ تكراراً) تليها قناة البغدادية وبعدد تكرارات بلغ (٨٤) وبنسبة (٢٦.٢٥%) ثم العراقية وبنسبة (١١.٢٥%) وبعدد تكرارات بلغ (٣٦ تكراراً) ثم السومرية بعدد تكرارات (١٨) وبنسبة (٥.٦٢%) ثم الفيحاء بنسبة (٤.٣٧%) وبعدد تكرارات (٤ تكراراً) واخيراً جاءت قناة الاتجاه بعدد تكرارات (٨) وبنسبة (٢.٥%) وأما مشاهدة الفضائيات العربية فقد كانت مؤشرات اجابات المبحوثين موزعة بالشكل الآتي:

فضائيات MBC ويشاهدها (١٤٠) مبحوثاً من افراد عينة البحث وبنسبة (٤٥.٧٥%) ، والنيل سينما (٦٤) تكراراً وبنسبة (٢٠%) وجاءت دريم ١ بالمرتبة الثالثة بـ(٤٨ تكراراً) وبنسبة (١٥%) ثم فضائية

ميلودي افلام بالمرتبة ب (٣٦ تكرار) وبنسبة (١١.٢٥%) فالجزيرة ب (٢٤ تكراراً) بالمرتبة الخامسة وبنسبة (٧.٥%) واخيراً المحور بالمرتبة السادسة ب (٨ تكرارات) وبنسبة (٢.٥%)

جاء في اسباب تفضيل الحصول على الاخبار من القنوات المحلية بالنسبة لافراد العينة بأن ذلك يعود الى اعتقاد معظم المبحوثين بان الفضائيات العراقية اكثر أهتماً بالشأن المحلي العراقي وقرب معظم الفضائيات العراقية من المصادر الرسمية والحكومية ولمعرفة اخبار العطل الرسمية والقرارات وما يدور في أروقة السياسة والحصول على اجابات قطعية لكثير من الامور التي يكثر عليها الجدل فضلاً عن أنحياز الفضائيات العربية وتناولها للشأن العراقي بشيء من السلبية ... وآجاب (٢٤٠مبحوث) وبنسبة (٦٧%) بأنهم يعتمدون على الشريط الاخباري في الحصول على الاخبار من الفضائيات العراقية ... بينما يعتمد (٣٣%) وبعده ٨٠ مبحوثاً على النشرات الاخبارية في الحصول على الاخبار.

وجاء تفضيل الجمهور لقناة MBC لكثرة برامجها المتنوعة وطغيان الجانب الترفيهي على مواد برامجها وكذلك برامج المسابقات التي تعرضها بشكل فيه تجديد دائماً ، اما قناة النيل سينما فذلك للحصول على متعة مشاهدة الافلام المصرية السينمائية بعد ان اختفت السينما من المدن العراقية وصارت متعة مشاهدة الافلام السينمائية تتم من خلال التلفزيون كما اجاب بذلك العديد من المبحوثين اما دريم ١ فتكاد تكون المسلسلات الاجنبية المدبلجة هي الطاغية على اجابات المبحوثين بينما أمتازت ميلودي افلام بكسبها الجمهور العراقي لعرضها الدراما العربية ، في حين كانت البرامج السياسية ذات الطابع الساخن كما في الاتجاه المعاكس هي الدافع لمشاهدتها من قبل المبحوثين ، واما فضائية المحور المصرية فجاء تفضيلها لمشاهدة البرامج السياسية وبرامج (Talk Show).

من خلال تحليل البيانات تظهر دوافع تعرض الجمهور العراقي للفضائيات المحلية للحصول على الاخبار والمعلومات عن الواقع وسير الامور في البلاد وهي دوافع نفعية ويلى هذا الدافع جملة دوافع أخرى فيما يخص التعرض للفضائيات المحلية كالتعلم والتفاعل الاجتماعي والدوافع الطقوسية بينما كانت دوافع التسلية على راس الدوافع تعرض الجمهور العراقي للفضائيات العربية كنتيجة طبيعة جاءت دوافع الهروب وقضاء وقت الفراغ والترفيه ثم الهروب من الواقع واعباء الحياة وهي دوافع طقوسية.

جاءت الاشباعات المتمثلة بالحصول على الاخبار والمعلومات في مقدمة اشباعات المحتوى التي تحققت للجمهور العراقي في التعرض للفضائيات العراقية ، بينما جاءت الاشباعات المتمثلة بالمتعة والسعادة والاسترخاء والراحة النفسية والتخلص من الملل بسبب كثرة العطل الرسمية في مقدمة الاشباعات التي قدمتها الفضائيات العربية للمشاهد العراقي.

اما عن رأي الجمهور العراقي بالفضائيات المحلية فكان التنوع في التخصص فهناك فضائيات حكومية واخرى حزبية وثالثة خاصة وكذلك التنوع في التخصص فهناك الاخبارية والسياسية والدينية

والرياضية والاطفال والمرأة وكذلك والجرأة في طرح الموضوعات واختلافها في الاتجاهات والمواقف واستمرار بثها على مدار ٢٤ ساعة وهذه الاراء أجمعت عليها اغلب اجابات العينة فيما ركزت اجابات اخرى للمبحوثين على سلبيات الفضائيات المحلية والمتمثلة في تناقل الاخبار الكاذبة والمبالغة في الاتجاهات حيث تركز بعض الفضائيات على بث الاخبار السلبية كالانفجارات والتصريحات التي تؤجج العنف والارهاب والانحياز في عرض وجهات النظر وعدم التركيز على الايجابيات ونشر ثقافة الكراهية بدل التسامح والمصالحة وفيما يخص الشكل والاسلوب فقد ذكرت بعض الاجابات ان الفضائيات المحلية تكرر الافكار وتحاول تقليد البرامج المعروضة في بعض الفضائيات العربية ونمطية البرامج وعدم التجديد ، في مقابل هذه المعلومات ذكر (١٢٠) مبحوثاً وهم يشكلون نسبة (٣٧.٥%) من مجموع عينة البحث أن ايجابيات الفضائيات العربية تتمثل في التخصص وان بعض الفضائيات صارت تسير باتجاه تخصص التخصص كما في البرامج الخاصة بكرة القدم والقنوات المخصصة للقرآن الكريم والبرامج الوثائقية والتسليية وقنوات الدراما والقنوات المخصصة للافلام السينمائية...

ويرى المبحوثون ان الفضائيات العربية تتميز بمساحة حرية اكبر من الفضائيات العراقية ونسبة اجابات بلغت (٢٨٠) اجابة اي بنسبة ٨٧.٥% من عينة البحث بينما توزعت النسبة المتبقية بين (٣٣) اجابة لا أعرف وتشكل نسبة (١٠.٣%) و (٧) اجابات كان اصحابها يرون ان الفضائيات العراقية تتمتع بحرية اكبر من الفضائيات العربية وتشكل نسبة (٢.١٨%).

وعن مساحة التعرض للفضائيات العربية فيرى (٥٣.١٢%) وعددهم (١٧٠) من المبحوثين أن النخب والمتقنون يميلون للتعرض اليها بينما يعتقد (١٥٠) شخص وبنسبة (٤٦.٨٧%) من المبحوثين ان الفضائيات المحلية مثل الشرقية والبغدادية والعراقية والسومرية والاتجاه والفرات والرياضية العراقية لازالت تحظى بنسبة مشاهدة كبيرة كونها أكثر اهتماماً بالشأن العراقي وتقدم مشكلات المجتمع العراقي دوافعه اكثر من الفضائيات العربية التي يتخذ أغلبها موقفاً سلبياً من المشهد السياسي العراقي الجديد وهناك انحياز واضح في برامجها للارهاب والعنف وتزييف الواقع وعدم مراعاة اداب الحوار في برامجها وافتقارها الى الموضوعية في الطرح.

وقدم عدد من المبحوثين اراء بشأن تطوير افكار البرامج في القنوات الفضائية المحلية وعدم تقليد الفضائيات العربية فيما يخص البرامج .. ورأى عدد من المبحوثين وعددهم ٣٠٨ مبحوثاً وبنسبة (٩٦.٢٥) ان الفضائيات العراقية تفتقر الى انتاج وعرض الافلام الوثائقية والتسجيلية في حين ان الفضائيات العربية تنتج قنوات متخصصة لهذا النوع من البرامج والتي تعرض افلام عن الطبيعة والبحار والغابات والحيوانات واماكن الاحداث وشخصيات عالمية كان لها دور على مسرح الحياة وفي مختلف المجالات السياسية والادبية

والثقافية والاجتماعية والاقتصادية وهو ما يدفع بالجمهور العراقي الى تحقيق حاجات واشباعات من خلال التعرض للفضائيات العربية كالجزيرة الوثائقية والفضائيات الخليجية والمصرية.

وأنتقد (٢٥٨) ونسبة (٨٠.٦٢) مبحثاً من افراد العينة المضامين غير الواعية لبعض الفضائيات العربية التي تبث مشاهد وحوارات جنسية واباحية في محاولة لجذب الجمهور وقد اشاد هؤلاء المبحوثون بالفضائيات العراقية في تعاملها مع هذا الموضوع واقترح هؤلاء على الفضائيات العربية والمحلية الاقتراب من مشاكل الناس والتعبير عن هموم المجتمع والابتعاد عن الاثارة غير المسؤولة والاقتراب في طرح بعض القضايا الاجتماعية وتحقيق الحيادية والموضوعية في الطرح.

وكذلك ضرورة المساهمة في تقريب الشعوب العربية والاسلامية من خلال التعاون في الانتاج

البرامجي والاستعانة بالمندوب المحلي.

وانتقد (٣١٢) ونسبتهم (٩٧.٥) مبحثاً أسلوب بعض البرامج التي لا تحافظ على أدب الحوار واحترام الجمهور والتي تعتمدها الفضائيات العربية والمحلية معاً وضرورة التذكير بأن هناك جمهور يشاهد وهو جالس في بيته(مشاهدة عائلية).

واضاف (٦٠%) من المبحوثين اي (٢١٢) مبحثاً بأن مشاهدة الفضائيات العربية قللت من مشاهدة الفضائيات المحلية وصار لها نسبة من عملية التعرض والمشاهدة اليومية في حياة الفرد العراقي مع ان الفضائيات المحلية لازالت تشكل الرافد الرئيس وللمتابعة وجاء في مقدمة مقترحات افراد العينة هو ضرورة اعتماد المصادقية من قبل الفضائيات المحلية في تناول الاخبار وعدم الانسياق وراء المصالح الحزبية والسياسية والمنافع الشخصية على حساب المصلحة العامة للعراقيين وعدم المساس بالثوابت الوطنية وضرورة الاهتمام بقضايا المواطنين وعدم تحويل الفضائيات الى منابر لخطب السياسيين وضرورة فضح الفساد والمفسدين والضالعين بالإرهاب والعنف والتنوع بالشكل والمضمون وعدم تقليد البرامج الاخرى المعروضة في الفضائيات العربية والحياد وتحسين اداء مقدمي البرامج والمذيعين والاهتمام باللغة العربية الفصحى ، والاهتمام بالأشكال البرمجية ، وانتقاء الضيوف والمتحدثين في البرامج الحوارية ، وكانت ابراز مقترحات افراد العينة فيما يخص الفضائيات العربية هو ضرورة الكف عن سياسة التحريض على العنف والارهاب في العراق ، وتناول الشأن العراقي بواقعية واحترام ارادة العراقيين السياسية وابراز الجوانب الايجابية في العراق وبما يعزز روح الاخوة العربية والاسلامية ولا يسيء للعلاقة بين العراق وجيرانه ، وفي جانب آخر كانت هناك مقترحات تخص البرامج الحوارية وضرورة ترك البرامج التي يتحول فيها الضيوف الى أعداء يتشاجرون ويتضاربون ويشتمون بعضهم البعض الآخر ، وكذلك الاهتمام ببرامج الفئات الخاصة بالاطفال والمرأة.

ولكي يتحقق نوع من التوازن في التعرض بين الفضائيات المحلية والعربية وبما يحقق شيء من

الفائدة والمنفعة للمشاهد العراقي يتقدم الباحث ببعض التوصيات.

أولاً: على صعيد المضمون في الفضائيات العراقية والمحلية

١- الاهتمام بالاخبار الخاصة بالشأن العراقي من جانب الفضائيات المحلية والعربية وعرضها بطريقة موضوعية وحيادية والمحافظة على مصداقية وواقعية الحدث من دون أنحياز وذلك بالاعتماد على مراسلين محترفين لا يميلون لجهة سياسية او تحزب فهناك الكثير من الاجابات لافراد عينة البحث التي اكد فيها اصحابها بأنهم يتعرضون بكثرة لفضائيات دون قناعة وقد ذكر (٤٠) مبحوثاً اي نسبة (١٢.٥) مثال على ذلك قناة الشرقية الفضائية والبغدادية الفضائية وقنوات الجزيرة والعربية.

٢- عدم التقليد فقد ذكر (١٨٠) مبحوث وبنسبة (٥٠%) من عينة البحث ان الفضائيات العراقية تميل في برامجها السياسية والرياضية والثقافية والفنية الى تقليد برامج قنوات عربية وكما وردت امثلة على ذلك البرامج الصباحية واهتماماتها بالطبخ واعداد الطعام وبرامج الحوارات الساخنة والندوات وكذلك التشابه الاستساخ في شريط الاخبار ونشرات ومواجز الاخبار ومحاولة القرصنة على بعضهم البعض.. أما ما يخص القنوات العربية فقد ذكر العديد من المبحوثين بأن هذه الفضائيات عادة ما تلتقي بشخصيات سياسة ليست صاحبة شأن كبير للحديث عن قضايا ليست من اختصاصها أو أن هذه الفضائيات تمنح صفة المحلل السياسي لشخصيات ادبية أو ثقافية أو أكاديمية وليست سياسية.

ثانياً: على صعيد الشكل

١- تتفوق القنوات الفضائية العربية على نظيراتها القنوات الفضائية المحلية في الوضوح العالي للصورة ودرجة نقاوتها ووضوحها لذلك على القائمين على القنوات العراقية الاهتمام بموضوع وضوح الصورة ونقاوتها من خلال التنسيق مع هيئة الاتصالات والجهات ذات العلاقة والحجز على الاقمار الصناعية ذات الجودة العالية ومما يحقق الهدف اعلاه ويساهم في كسب الجمهور للمشاهدة المحلية.

٢- تتفوق القنوات الفضائية العربية على نظيراتها القنوات الفضائية المحلية العراقية في موضوع الاستوديوهات والديكورات والعوامل المساعدة في انتاج الصورة وهذا يعكس سلباً بدوره على حجم مشاهدة المشاهد العراقي لقنوات المحلية فقد ذكر اعداد من المبحوثين أن الديكورات واستوديوهات الاخبار في الفضائيات المحلية باقية على شكلها وديكورها منذ سنوات طويلة بينما يتم تغير ذلك باستمرار في الفضائيات العربية ولولا أن الجمهور العراقي محكوم بقيمة القرب والاهتمام بشؤونه التغيرات المعادلة تماماً لصالح القنوات العربية.

٣- الاهتمام بالوجوه التي تظهر على الشاشة من مذيعين ومقدمي برامج ويلاحظ ان الفضائيات العربية كالجزيرة والعربية وعموم القنوات الخليجية تهتم بهذا الموضوع في حين لا يظهر هذا الاهتمام سوى في قناة الشرقية وتميل الفضائيات الاسلامية العراقية الى عدم ظهور الاعلاميات (السافرات) على شاشاتها ويحبذ

ظهور (المحجبات) .. وفقاً لسايلوجية المشاهدة فان المعادلة تميل لصالح القنوات العربية مع هامش لبعض القنوات المحلية كالرشيد والفيحاء والعراقية.

٤- هناك تفوق للفضائيات العربية في عرض المسلسلات المدبلجة والاجنبية التي تتخذ من أسلوب الشكل على حساب المضمون في حين لازالت النمطية في عرض المسلسلات التقليدية العربية التي تظهر مشاكل المجتمعات العربية الفلاحية وحياء البؤس والفقر هي المسيطرة على شاشة الفضائيات المحلية.

٥- يلاحظ نمطية عرض البرامج الثقافية وفقاً للأساليب التقليدية في الفضائيات العربية هذا ما اجاب عنه (١٨٠) مبحوثاً وبنسبة (٥٠%) عدد كبير من المبحوثين ونؤكدده نحن ايضاً في حين نجحت الفضائيات العراقية في طرح المواضيع الثقافية وفق قوالب واساليب جديدة كأجراء المقابلات في الحدائق والمنتزهات وتوقيع الاصدارات الجديدة مع مؤلفيها في الاماكن العامة وبأشكال وأساليب فنية تخفف من ثقل المادة الاعلامية.

الهوامش :

- ١) حميدة سيمسم ، نظريات الراي العام - مدخل ادارة الشؤون الثقافية ، بغداد ، دار الشؤون الثقافية العام ، ١٩٩٢ ، ص٩٥.
- ٢) فلاح كاظم المحنة/ الاعلام والرأي العام والدعاية ، مطبعة العمال المركزية ، بغداد ١٩٨٦ ، ص١٩.
- ٣) محمد بن عبد الرحمن الحفيفي ، كيف تؤثر وسائل الاعلام دراسة في النظريات والاساليب ، مكتبة الغد ، الرياض ، ١٩٩٤ ، ص١٨.
- ٤) عاقل خورشيد ، الاتصال الجماهيري والاعلام ، ص٣١٥.
- ٥) يوسف مرزوق ، مدخل الى علم الاتصال ، دار المعرفة الجامعية الاسكندرية ، ص ١٨.
- ٦) محمد منير حجاب ، مهارات الاتصال ، ص٢٠٩.
- ٧) محمود اسماعيل ، ص١٣٢.
- ٨) سمير محمد حسين ، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام ، ص١٣٩.
- ٩) عاصم سليمان موسى ، المدخل في الاتصال الجماهيري ، ص٢٠٨.
- ١٠) محمد منير حجاب ، مهارات الاتصال ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ١٩٩٩ ، ص١٠٨.
- ١١) محمود حسن اسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، الدار العالمية القاهرة ، ١٩٩٨ ، ص
- ١٢) محمد منير حجاب ، نظريات الاتصال ، مصدر سابق ، ص٢٩٨.
- ١٣) مرفت الطرايبشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦، ص١٥٠.
- ١٤) دنيس ماكوفل ، ترجمة عثمان العربي ، الاعلام وتأثيراته ، دراسة في بناء النظرية الاعلامية ، دار الشبل ، الرياض ، ١٩٩٢ ، ص١٠٩-١١٠.
- ١٥) محمد بن سحر البشر نظريات التأثير الاعلامي ، غيناء للنشر ، الرياض ، ٢٠٠٣ ، ص٦٣.
- ١٦) دحام علي حسين ، دوافع استخدام الجمهور العراقي للقنوات التلفزيونية الفضائية وحدود الاشباع المتحققة ، اطروحة دكتوراه ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، ٢٠١١ ، ص١١٠.
- ١٧) محمد منير حجاب ، مصدر سابق ، ص١٩٨.
- ١٨) محمد منير حجاب ، المصدر نفسه ، ص١٩٨-١٩٩.
- ١٩) ماجد فاضل زيون ، التعرض للفضائيات التلفزيونية وعلاقته بظاهرة تشتت الجمهورية رسالة ماجستير غير منشورة كلية الاعلام جامعة بغداد ، ٢٠٠٩ ، ص١٠٥.

المصادر :

- ١) حميدة سيمسم ، نظريات الراي العام - مدخل ادارة الشؤون الثقافية ، بغداد ، دار الشؤون الثقافية العام ، ١٩٩٢ ، ص٩٥.
- ٢) دحام علي حسين ، دوافع استخدم الجمهور العراقي للقنوات التلفزيونية الفضائية وحدود والاشباع المتحققة ، اطروحة دكتوراه ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، ٢٠١١ ، ص١١٠.
- ٣) دنيس ماكوفل ، ترجمة عثمان العربي ، الاعلام وتاثيراته ، دراسة في بناء النظرية الاعلامية ، دار الشبل ، الرياضي ، ١٩٩٢ ، ص١٠٩-١١٠.
- ٤) سمير محمد حسين ، بحوث الاعلام الاسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٧٦ ، ص١٣٩.
- ٥) عاصم سليمان موسى ، المدخل في الاتصال الجماهيري، المدخل في الاتصال الجماهيري ، ط٦ ، مكتبة اثناء للطباعة والنشر والتوزيع ، عمان، ٢٠٠٩، ص٢٠٨.
- ٦) فلاح كاظم المحنة/ الاعلام والرأي العام والدعاية ، مطبعة العمال المركزية ، بغداد ١٩٨٦، ص١٩.
- ٧) كامل خورشيد مراد ، الاتصال الجماهيري والاعلام ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، ص٣١٥.
- ٨) ماجد فاضل زبون ، التعرض للفضائيات التلفزيونية وعلاقته بظاهرة تشتت الجمهورية رسالة ماجستير غير منشورة كلية الاعلام جامعة بغداد ، ٢٠٠٩ ، ص١٠٥.
- ٩) محمد بن سحر البشر نظريات التأثير الاعلامي ، غيناء للنشر ، الرياض ، ٢٠٠٣ ، ص٦٣.
- ١٠) محمد بن عبد الرحمن الحفيفي ، كيف تؤثر وسائل الاعلام دراسة في النظريات والاساليب ، مكتبة الغد ، الرياض ، ١٩٩٤ ، ص١٨.
- ١١) محمد منير حجاب ، مهارات الاتصال ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ١٩٩٩ ، ص ١٠٨ .
- ١٣) محمد منير حجاب ، مهارات الاتصال ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ١٩٩٩ ، ص١٠٨ ، و٢٠٩ و٢٩٨.
- ١٤) محمود حسن اسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، الدار العالمية ، القاهرة ، ١٩٩٨، ص١٣٢.
- ١٥) مرفت الطرابيشي، وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦، ص١٥٠.
- ١٦) يوسف مرزوق ، مدخل الى علم الاتصال ، دار المعرفة الجامعية الاسكندرية ، ص ١٨.