

تأثير القنوات الاعلامية في توجهات المواطن العراقي دراسة استطلاعية لعينة من المحافظات

الباحث

د. فارس ابراهيم الكاتب

الملخص:

تعد المؤسسة الإعلامية بعامّة والقنوات الفضائية بخاصة أحد أهم المجالات المؤثرة في الرأي العام، وبخاصة فيما يتعلق بالشأن العراقي، وذلك لسببين متلازمين، اولاً هو أن الفضائيات تعد من أهم وسائل الاتصال الجماهيري على الإطلاق لاسيما السياسي منه. هذا فضلاً عن دورها التثقيفي والتوعوي والحضاري. وثانياً هو طبيعة المرحلة الحرجة والدقيقة للغاية التي يمر بها العراق منذ أكثر من منذ سقوط النظام السابق ولحد الان، والمتمثلة بحالة الاحتلال الأمريكي وما خلفه من تداعيات خطيرة شملت مختلف نواحي حياة العراقيين سواء السياسية أو الاجتماعية أو الثقافية أو الحضارية أو غيرها ليس في حاضرهم فحسب بل وفي خياراتهم المستقبلية أيضاً.

لذا تهدف الدراسة الى تسليط الضوء على كيف يمكن ان تؤثر القنوات الاعلامية في توجهات المواطن العراقي وقد اكدت الدراسة على تأثير القنوات العراقية على توجهات المواطن العراقي لما له من دور فاعل في اقناعه بالصوت والصورة.

المبحث الاول: الاطار النظري

تمهيد :

يعد الإعلام مؤثراً مباشراً على أفراد المجتمع كما أن للإعلام صلة وثيقة بثقافة المجتمع، فالإعلام له قوة اجتماعية واقتصادية هامة في المجتمع، وهي قوة رئيسية في تشكيل الرأي العام، وبالتالي تؤثر بشدة على الجهود الوطنية لا سيما في الانتخابات المحلية والتشريعية والتنفيذية .

وضح (الربيعي: ٢٠٠٧: ٣٧) ان البث الفضائي يشكل اليوم عصب الاتصالات الدولية، فقد ألغيت المسافات وغدا الإعلام الفضائي يشكل قضية سياسية في عصر تكنولوجيا الاتصال، حيث أتاحت الأجهزة الاتصالية المتطورة اليوم الاتصال السريع والمباشر ومعايشة الأحداث، أولاً بأول، وقد أصبحت القنوات الفضائية من الموضوعات التي تشغل أهتمام صناعات القرار والرأي العام والقادة، كونها وسيلة من أنجح الوسائل وأضمنها وأكثرها تأثيراً لتحقيق الاتصال المطلوب. وبلا شك فأن القنوات الفضائية اليوم تمثل أكبر وأخطر إنعطاف في ثورة الاتصالات.

وإزاء هذه التطورات المتواصلة في تكنولوجيا الاتصالات، بدأت العديد من القنوات الفضائية العامة والخاصة تلعب على أوتار المكبوت العاطفي، ونجحت في اجتذاب نسبة عالية من الجمهور من خلال البرامج الترفيهية وأخرى أخذت تعمل على عنصر المكبوت السياسي من خلال برامج تستخدم الإثارة في العرض والتقديم، في الوقت الذي تفتقد فيه القنوات الفضائية العربية والعراقية بشكل خاص الرسمية قدرتها على المنافسة.

اولاً: دور القنوات الاعلامية على سلوك الجمهور العراقي

للقنوات الاعلامية دور بارز في تحديد توجهات المواطن العراقي لا سيما في المجال الاجتماعي الاقتصادي والسياسي اذ يؤثر الإعلام بشكل مباشر على أفراد المجتمع من خلال قدرة وسائل الإعلام على الوصول إلى شريحة كبيرة من الناس تنطلق من قدرة وسائل الإعلام على مخاطبة جماهير عريضة في وقت واحد، وهذه خاصية من خصائص الإعلام الجماهيري بما يمكن معه التوجيه الجماعي نحو هدف أو قضية معينة واستنهاض الرأي العام لعمل ما سلباً أو إيجاباً وبث مشاعر معينة تحرك الجماهير نحو سلوك أو قرار محدد وكما هو معروف عن مجتمعنا العربي أنه مجتمع عاطفي نجد وسائل الإعلام تحاول أن تستميل الجمهور لصالحها عن طريق تحريك مشاعر العاطفة لديهم . لذا فقد استغلت الكثير من القنوات الفضائية لصالح حزب او كتلة سياسية في تحرض او دفع المشاهدين على الاتجاه السلبي او الايجابي في ظل الظروف التي يمر بها البلد من انفلات امني واقتصادي.

كما إن وسائل الإعلام تعتبر من المصادر الأساسية للمعلومة عند كثير من الناس، والتي يبني عليها الأفراد مواقفهم بل يمتد إلى القيم وأنماط السلوك، فقد يحدث أن يتقبل المجتمع قيماً كانت مرفوضة قبل أن تحملها الرسالة الإعلامية، أو يرفض قيماً كانت سائدة ومقبولة مستبدلاً بها قيماً جديدة، لذا فقد استغلت الكثير من الأحزاب ذات التوجهات المحايدة أو المعارضة للعملية السياسية أو الحكومة بأن تبث أخبارها في الشارع العراقي لغرض كسب نقاط لصالحها أو لصالح بلدان أو جهات مساندة وداعمة لها.

ان استخدام الوسائل الإعلامية الموثوقة والأشخاص الذي يتمتعون بمصداقية حيث يصبح القارئ أو المشاهد على مقدره بتحديد الإعلام والإعلامي الصادق الذي يستحق المتابعة . وهنا يأتي دور القنوات والاعلامى الصادق في نشر الحقيقة للمواطن العراقي.

ثانياً: دور القنوات الاعلامية فى نشر الحقيقة للمواطن العراقي

على الرغم من اتفاق الباحثين وخبراء الاتصال حول المكانة المتميزة لوسائل الإعلام في المجتمع المعاصر ، وبالذات بعد الثورة المعلوماتية ، فإن حقيقة التأثيرات التي تتركها هذه الوسائل ، كان وما زال ، موضوعاً للخلاف بين أصحاب الاتجاهات والتخصصات العملية المختلفة ، ويثير بينهم جدلاً نظرياً ومنهجياً واسعاً . بل واختلفت الرؤية والتقويم لهذه الآثار حسب التخصصات والاهتمامات ، ومن زوايا اجتماعية أو نفسية أو تربوية أو إعلامية ، وتفسيرها وفق الأيديولوجيات والعقائد ، وظروف المكان والزمان .

وقد اشار (البياتي:٢٠٠٨: ٦) ان نظرية غرس الأفكار التي ترتبط بشكل كبير باسم باحث الاتصال (جورج جيربنز) وهي تعبر عن قدرة القنوات التلفزيونية على خلق واقع معين لمشاهديه خصوصاً هؤلاء الذين يشاهدون التلفزيون بكثرة (أكثر من ٤ ساعات في اليوم) ، حيث يشكل التلفزيون لهم المصدر الرئيسي أو الوحيد للحصول على المعلومات والأفكار عما يدور حولهم ، وهذا يؤدي بدوره إلى "غرس" الأفكار التي يبثها التلفزيون في وعي المشاهدين بحيث يحل (واقع التلفزيون) محل واقعهم الطبيعي .

بينما ترى نظرية أخرى تبناها (كاتز) بأن الظروف الاجتماعية هي التي تدفع الأفراد إلى الاتجاه لوسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم ، وأبرزها ظروف تثير التوتر والصراع مما يدفع الفرد إلى اتخاذ اللازم نحو تخفيف حدة هذا الشعور باختيار وسائل الإعلام ، وظروف تخلق شعوراً بوجود مشكلات يوجب التعرف عليها وحلها، مما يؤدي الى توجه الفرد إلى وسائل الإعلام للحصول على معلومات تساعد على الوصول إلى الحل .

وتؤكد نظرية (التعلم من خلال الملاحظة) إلى أنه يمكن أن يتعلم الأفراد سلوك العدوان والعنف من مشاهدة برامج العنف والإثارة والرعب وخاصة بين الأطفال والمراهقين . وان التلفزيون يؤدي دورا في التعلم طالما كان هناك تغير سلوكي ناتج عن التعرض بمحتوى البرامج التلفزيونية . بينما ترى نظرية (التنفيس) بأن الفرد يحاول تصريف غضبه ومشكلاته وهمومه واحباطاته بفعل الحياة وتناقضاتها عن طريق مشاهدة سلوك العنف لا عن طريق قيامه فعليا بعمل عدواني .

وخلاصة النظريات الحديثة تؤكد على النظرة الشمولية لعملية الاتصال الجماهيري أي أن الأفراد يعتبرون أجزاء من أنظمة اجتماعية أكبر منهم ، وهذه الأنظمة تقع تحت تأثير عوامل متعددة منها الثقافي والاجتماعي والنفسي . وهذا ما دفع الكثير من الباحثين والمعاصرين بتطوير أساليب تأخذ في الاعتبار عوامل أخرى مثل المحيط الاجتماعي والبناء الأسري ، كما قل الاهتمام بقياس الاتجاهات وحل محله التركيز على قياس النواحي المعرفية . بمعنى التوجه العام نحو التعرف على المتغيرات التداخلية التي قد تؤثر على شكل العلاقة بين وسائل الإعلام وأفراد الجمهور ، أي النظر إلى تأثير وسائل الإعلام بنظرة شمولية دون عزل المتغيرات الاجتماعية الخاصة بالمستقبل (الجمهور)، واعتبار الفرد جزءاً من بيئة ونظام اجتماعي شامل يتأثر به .

ثالثاً: تأثير الصورة الاعلامية على الجمهور

لقد اشار (راضي: ٢٠٠٨: ٣) الى تباين الباحثون بشأن مفهوم الصورة من حيث بنيتها ومكوناتها وقدموا بشأنها تعاريف متعددة بعضها متضاربة لكن الأغلب بين الباحثين يميلون الى تبسيط المفهوم أكثر من تشبيهه وهم يعدون الصورة لا تتجاوز في كونها مجرد تصور ذهني قد يكون حقيقة صادقة أو وهماً باطلاً.

ويمكن تقديم تعريف الصورة بأنها ((انطباعات ثابتة لا تؤثر فيها الأحداث المتغيرة وهي ذات محتوى غاية في البساطة ، حيث لا تحتوي إلا على العناصر المتميزة للموضوع ، وهي تعد احد شروط تكوين المعتقدات والاتجاهات وهي أيضاً من السمات الثابتة التي تأخذ شكل العقيدة الجماعية والتي تصاغ على غير أساس علمي أو موضوعي تأثراً بأفكار متعصبة تتسم بالتبسيط)) (بدر: ١٩٧٤: ٢٣) وللصورة ثلاثة مكونات رئيسية وهي(خليفة: ١٩٧٢: ١١):

١- المكون الإدراكي : ويعني الجانب المعلوماتي في الصورة أي المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع ما.

٢- المكون العاطفي : ويتضمن تكوين اتجاهات عاطفية سلبية أو ايجابية نحو الظاهرة موضوع الصورة.

٣- المكون السلوكي : ويظهر هذا المكون في بعض السلوكيات المباشرة للظاهرة مثل التحيز لجماعة ما والصورة على وفق رؤية الباحثين النفسيين والاجتماعيين تمثل " بنية اجتماعية تنتج عن التأثير التراكمي لعمليات الاتصال الفعالة والمستمرة في المجتمع ، وتنتج عن السمع والأقويل والتحدث وليست بالخبرة المباشرة(خضور: ٢٠٠٠:٣٣).

ويظهر مفهوم الصورة الإعلامية اختلافاً بين الواقع الفعلي والواقع الرمزي الذي تقدمه وسائل الإعلام ، ويشير ذلك الى إمكانية تشكيل وسائل الإعلام لعقول الجمهور من خلال ما تطرحه من تصورات حول دول أو شعوب وقضايا مرتبطة بها ، إذ تركز تلك التطورات على مفاهيم معينة مرتبطة بتلك القضايا ويسعى الإعلام الى نشرها وإبرازها وترويجها على نطاق جماهيري وربط تلك الجماهير بتصور معين تجاه قضايا تلك الشعوب(البياتي: ٢٠٠٨: ١٩).

والصورة الإعلامية قد تكون متعلقة بالدولة وعند ذلك تسمى بالصورة الإعلامية للدولة وهي تعني ((الانطباع والتصور العقلي المقصود لدى القارئ على الوسيلة الإعلامية حيال دولة معينة ، في ظل جملة من المرتكزات ، أهمها السياسة الإعلامية المنبثقة أساساً من سياسة الممول لهذه الوسيلة ، سواء كانت الدولة أو جهات أو مؤسسات وذلك بهدف تشكيل جملة من الأفكار حول تلك الدولة تريد الوسيلة تقديمها للجمهور)) (الربيعي: ٢٠٠٧: ٤٥).

والصورة الإعلامية هي أساساً صورة في فكر صانع القرار الإعلامي المسيطر على وسيلة الإعلام ، والذي يرسم ملامح بخطوط عريضة تتناسب طردياً مع مدى سيطرة صانع القرار على الوسيلة ، وبهذا تتحدد هوامش الحرية التي تتركها السلطات سواء كانت سلطة الدولة أو النظام الإعلامي أم الممول الاقتصادي وبالتالي فان تعليمات صانع القرار الإعلامي تنتقل الى القائم بالاتصال الذي يحدد طبيعة تلك الصورة من خلال (فترة) أو تصفية المادة الإعلامية فتلويح المواد الإعلامية تكون من خلال تقديم تلك الصورة بطرق وأشكال متعددة ومختلفة لكنها في النهاية تصب في الاتجاه الذي يحدده صانع القرار الإعلامي(الدليمي: ٢٠٠٥: ١٣).

ومن هذا المنطلق يمكن القول حصلت نقلة نوعية وكمية في وسائل الإعلام العراقية بعد احتلال العراق عام ٢٠٠٣ م فبعد أن كان الإعلام المتوفرة هي قناتان أرضية وواحدة فضائية حيث كانت أجهزة استقبال القنوات الفضائية ممنوعة في العراق الا انه بعد احتلال العراق شهد العراق إطلاق العديد من القنوات الفضائية والأرضية ذات التوجهات المختلفة سياسياً ودينياً وبلغ أكثر ٤٧ قناة .

المبحث الثاني: المنهجية العلمية للدراسة والدراسات السابقة**أولاً: مشكلة الدراسة**

يمكن القول بأن الفضائيات اليوم باتت في مقدمة وسائل الاتصال الجماهيري بوصفها الأقوى والأقدر على نقل الأحداث والمعلومات لحظة وقوعها، والأكثر إقناعاً وتأثيراً على المتلقين، لكونها قد جمعت كافة سمات التلفزيون الذي يتمتع بخاصيتي الصوت والصورة، إضافة إلى الفورية التي تقدم المواد الإخبارية في نفس زمن ومكان حدوثها، بصورة لا يمكن أن تصل إليها وسائل الإعلام الأخرى، كما تقدم لنا المشاهد متكاملة للأحداث في صورة واقعية. هذا علاوة على أن الفضائيات أضافت إلى الصورة المرئية عناصر الحوار و المشاركة و التعمق و التركيز على التفاصيل من قبل الجمهور ومن مختلف بقاع العالم . وهذه بالطبع ليست إلا بعض المزايا التي جعلت من القنوات الفضائية في مقدمة وسائل الإعلام .

ولاهمية الفضائيات في تحقيق التواصل بين دول العالم "سعت هذه الدول إلى إقامة محطات فضائية خاصة ومتخصصة، فباتت تمثل إحدى أهم دعائم السيادة الوطنية للدول واللسان الناطق بإسمها، بالإضافة إلى تمثيلها لشخصية الدولة وأداة من الأدوات القادرة على نقل التراث والحضارة، والتعبير عنها وطرح الآراء والأفكار" (الدليمي: ٢٠٠٥، ٥٦)

ومن خلال ما تم طرحه اعلاه يلاحظ ان العديد من القنوات الفضائية الان تتحيز لحزب او كتله معينة او جهة سياسية او طائفة معينة وهذا ما يشنت اذهان المشاهد العراقي.. ويؤدي الى عرقلة العملية السياسية في العراق.

ثانياً: هدف الدراسة

تهدف الدراسة الى تقديم تصور علمي لأصحاب القرار في متابعة الثقافة العراقية ودور الاعلام في ذلك كي يتخذوا ما يلزم من خلال الدراسة العلمية الدقيقة والذي يبين مدى تأثير الاعلام في المواطن العراقي في توجيه ثقافته السياسية والاجتماعية والفكرية وغير ذلك من خصوصيات وتوجهات لا سيما تأثيرها في رسم سير العملية السياسية للحكومة لذا راينا من المناسب ان نجري استطلاعاً واسعاً لمعرفة مقدار تأثير القنوات الفضائية على المواطنين .

ثالثاً: حدود الدراسة

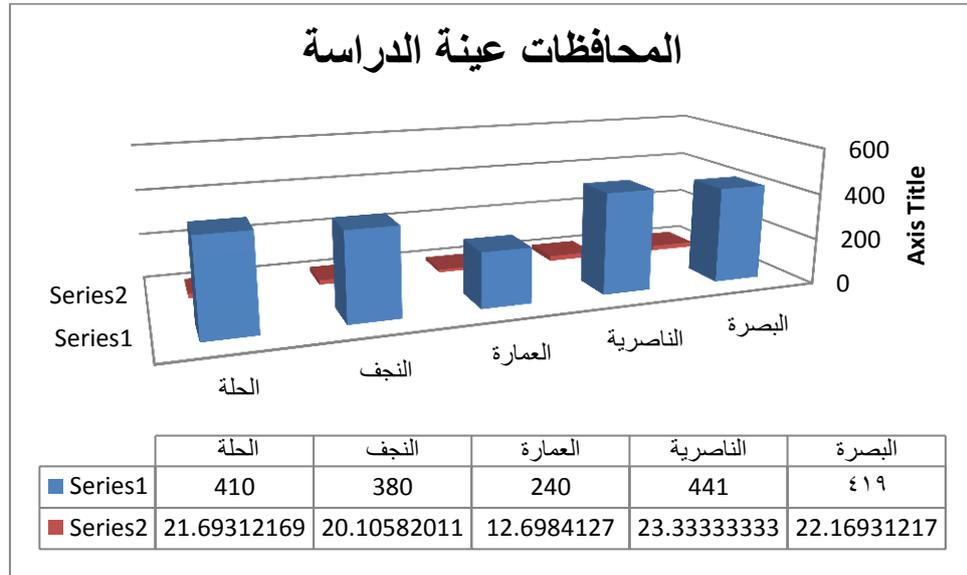
لكل عينة خصوصية من ناحية الثقافة والتقاليد والتوجهات لذا ركزت الدراسة على المحافظات العراقية في الجنوب والفرات الاوسط فقط وهي البصرة والناصرية والعمارة والنجف والحلة لمعرفة راي وتوجهات العراقيين وتأثيرات الاعلام عليها اما بغداد فأنها تحتاج الى استطلاع لوحدها كونها كبيرة جدا ويبلغ تعدادها اكثر من ٨ مليون لذا لا يمكن كشف تأثير الاعلام من خلال عينة صغيرة. ويكمن مبرر اختيار العينة كونها متقاربه من ناحية الثقافة والتوجهات.

رابعاً: النسب المشاركة في الدراسة

بلغ عدد الاستثمارات الموزعة على المشاركين في الاستطلاع والتي تم اخذ رأيها (١٨٩٠) من اصل (٢٠١٠) استثماراً واهمل الباقي لعدم دقتها وهي موزعة على النحو التالي، البصرة (٤١٩) عينة والناصرية (٤٤١) العمارة (٢٤٠) والنجف (٣٨٠) والحلة (٤١٠) كما مبين في الشكل والجدول ادناه.

جدول (١) يوضح عدد الاستثمارات الموزعة على عينة الدراسة

العينة	عدد الاستثمارات	النسبة
البصرة	419	22.1٧
الناصرية	441	23.33
العمارة	2٤0	12.69
النجف	٣٨0	20.11
الحلة	410	21.69
المجموع	1890	100



شكل (١) يوضح عدد الاستثمارات الموزعة على عينة الدراسة

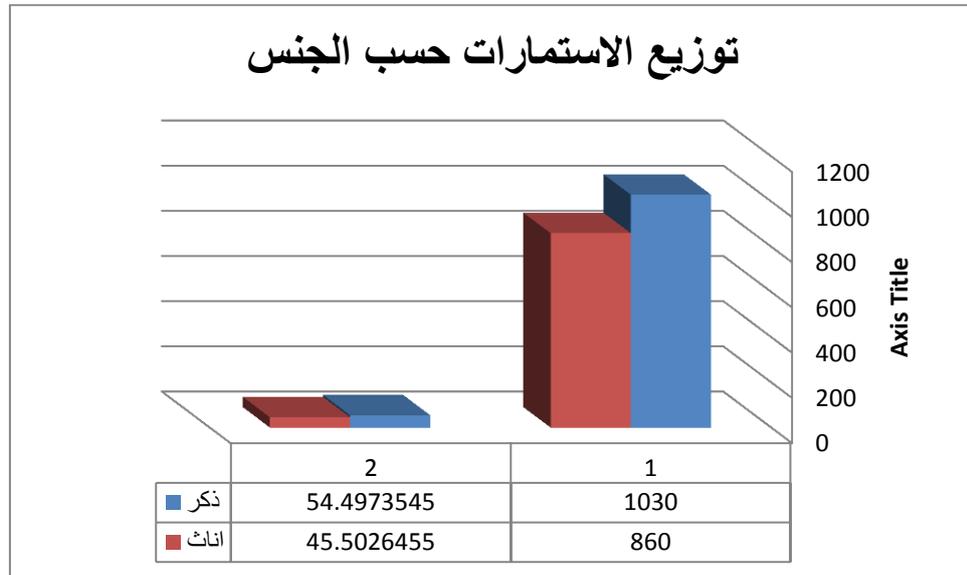
رابعاً: وصف وتحليل المعلومات المجمعة عن عينة الدراسة

١- الجنس

لقد تم توزيع استمارات الدراسة على عينة المحافظات لمعرفة مقدار تأثير القنوات الفضائية على الناخبين والمواطنين والتي اسهمت في زيادة عدد المشاركين في الانتخابات اذ شملت الدراسة على (١٠٣٠) رجل و(٨٦٠) امرأة موزعين على المحافظات ذات الاغلبية العراقية، والجدول رقم (٢) يوضح نسب وعدد الاستمارات الموزعة.

جدول (٢) يوضح عدد الاستمارات الموزعة حسب الجنس في عينة الدراسة

الجنس	العدد	النسبة
ذكر	1030	54.49
اناث	860	45.50
المجموع	1890	100



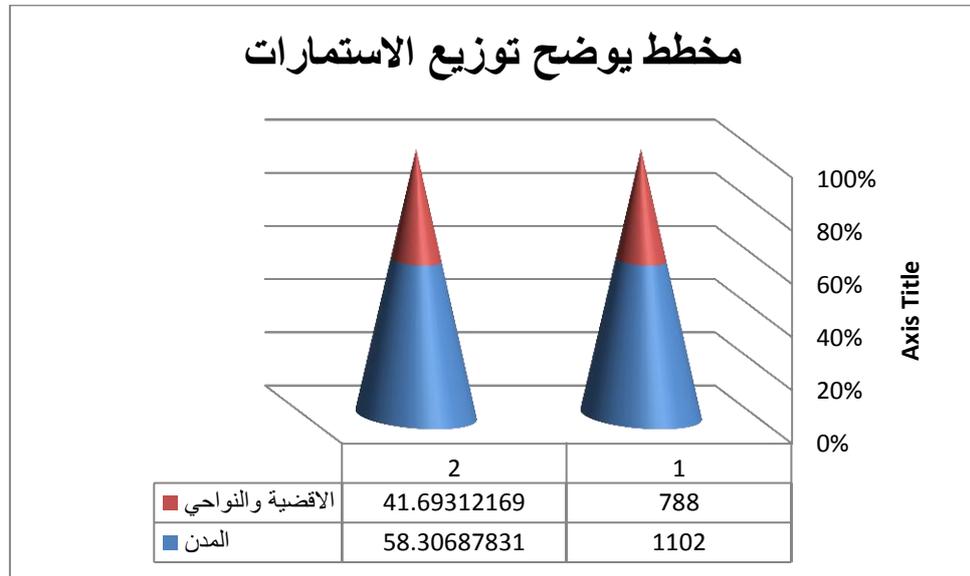
شكل (٢) يوضح عدد الاستمارات الموزعة على عينة الدراسة حسب الجنس

٢- البيئة:

لقد تم توزيع الاستثمارات على مركز المدن فقط اي داخل المحافظات والتي بلغت (١١٠٢) و(٧٨٨) شمل الاقضية والنواحي والجدول رقم (٣) يوضح ذلك.

جدول (٣) يوضح عدد الاستثمارات الموزعة حسب البيئة لعينة الدراسة

نوع العينة	العدد	النسبة
المدن	١١٠٢	58.31
الاقضية والنواحي	٧٨٨	41.69
المجموع	1890	100



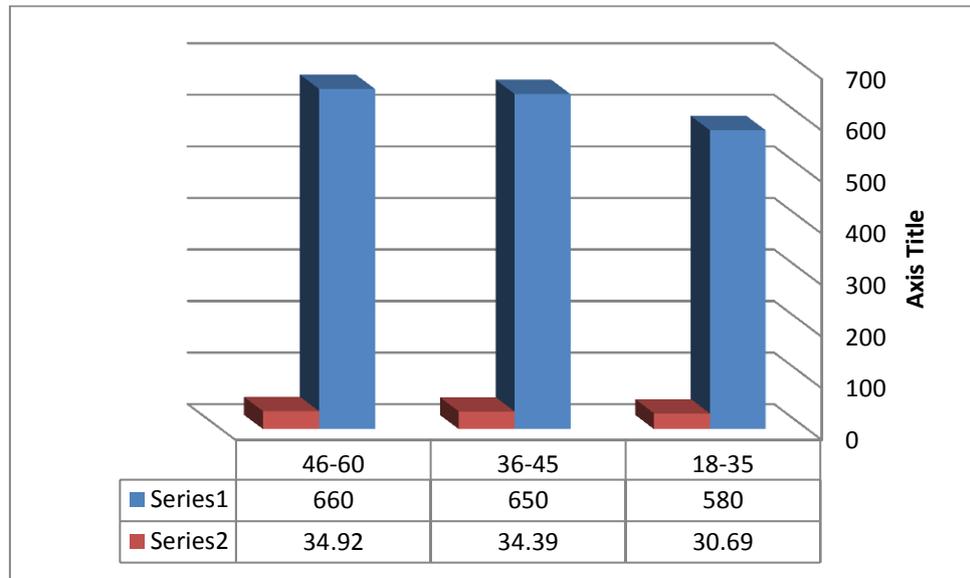
شكل (٣) يوضح عدد الاستثمارات الموزعة على عينة الدراسة حسب البيئة

٣- الفئات العمرية

توضح نتائج التحليل ان اعلى نسبة كانت من نصيب الفئة العمرية (٤٦-٦٠) والتي بلغت (٣٤.٩٢%) والتي هي متقاربة مع الفئة العمرية (٣٤.٣٩%) التي كانت من نصيب الفئة العمرية (٦٠-٣٦) ثم يليها حصة الفئة الاكثر شبابا وهي (٣٥-١٨) التي كانت نسبتها (٣٠.٦٩%) كما موضح في الجدول ادناه.

جدول (٣) يوضح عدد الاستثمارات الموزعة حسب الفئة العمرية لعينة الدراسة

الفئة العمرية	العدد	النسبة
18-35	580	30.6٩
36-45	650	34.39
46-60	660	34.92
المجموع	1890	100



شكل (٤) يوضح عدد الاستثمارات الموزعة على عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

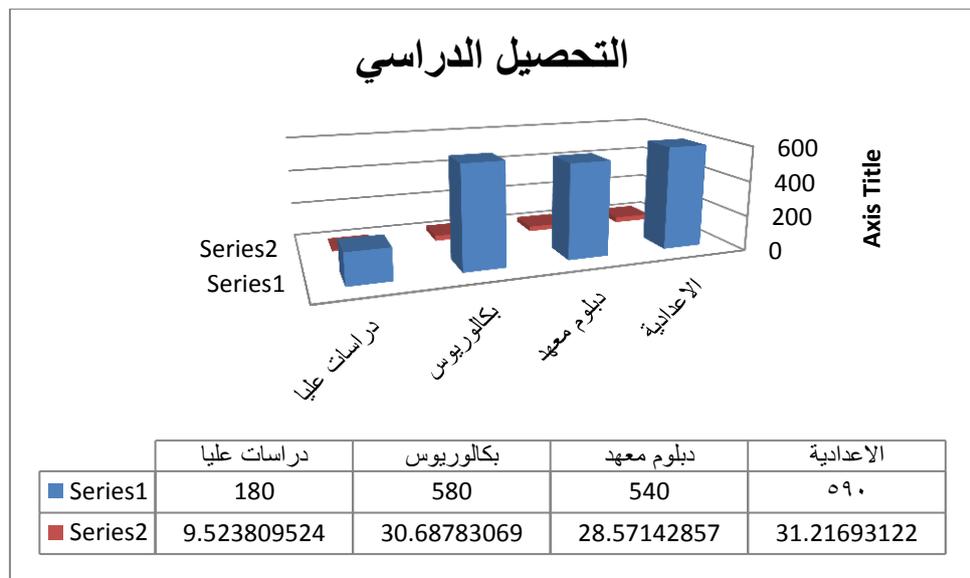
٤- التحصيل الدراسي

لقد توزعت استثمارات الاستبيان على عينة الدراسة والتي توضح بانها على عينة ذات تباين في المستويات التحصيل الدراسي اذ تم توزيع ما يقارب (٣١.٢١%) على عينة (المستوى التعليمي الاعدادي) اي (٥٩٠) فردا ، كذلك ما نسبته (٢٨.٥٧%) الحاصلين على درجة دبلوم معهد اي ما يقارب (٥٤٠) شخص ، ثم يليها (٣٠.٦٨%) للحاصلين على درجة بكالوريوس اي ما يقارب

(٥٨٠) شخص وهي اعلى نسبة في العينة، واخيرا فئة الحاصلين على شهادات عليا (دبلوم عالي ، او ماجستير، او دكتوراه) بنسبة (٩.٥٢%) اي ما يقارب (180) شخص كما موضح في الجدول ادناه.

جدول (٤) يوضح عدد الاستمارات الموزعة حسب التحصيل الدراسي لعينة الدراسة

التحصيل الدراسي	العدد	النسبة
الاعدادية	590	31.21
دبلوم معهد	540	28.57
بكالوريوس	580	30.68
دراسات عليا	180	9.52
المجموع	1890	100



شكل (٥) يوضح عدد الاستمارات الموزعة على عينة الدراسة حسب التحصيل الدراسي

خامسا: القنوات التي تم ادراجها ضمن الاستطلاع

يؤثر الإعلام بشكل مباشر على أفراد المجتمع من خلال قدرة وسائل الإعلام على الوصول إلى قطاع كبير من الناس تنطلق من قدرة وسائل الإعلام على مخاطبة جماهير عريضة في وقت واحد، وهذه خاصية من خصائص الإعلام الجماهيري بما يمكن معه التوجيه الجماعي نحو هدف أو قضية معينة واستنهاض الرأي العام لعمل ما سلباً أو إيجاباً وبث مشاعر معينة تحرك الجماهير نحو سلوك أو قرار محدد وكما هو معروف عن مجتمعنا العربي أنه مجتمع عاطفي نجد وسائل الإعلام تحاول أن تستميل الجمهور لصالحها عن طريق تحريك مشاعر العاطفة لديهم .

كما إن وسائل الإعلام تعد من المصادر الأساسية للمعلومة عند كثير من الناس، والتي يبني عليها الأفراد مواقفهم بل يمتد إلى القيم وأنماط السلوك، فقد يحدث أن يتقبل المجتمع قيماً كانت مرفوضة قبل أن تحملها الرسالة الإعلامية، أو يرفض قيماً كانت سائدة ومقبولة مستبدلاً بها قيماً جديدة. لذا يتم التعرف على تأثير الاعلام في العقل السياسي والاجتماعي والثقافي للشخص العراقي وذكرنا من خلال الدراسة وضمن فقرات الاستبانة اسئلة عن كل القنوات الاساسية التي يتابعها المواطن العراقي من عراقية اسلامية و علمانية وقومية وعربية والاجنبية وهي (الفرات والمسار والمسار ١ وبلادي وانوار وانوار ٢ وافاق والغدير والعهد والاتجاه والنعيم والولاية والمستقيم والفوجة والشرقية وبغداد والرافدين وسامراء والبغدادية والغربية والبابلية والديار والسومرية والتغير والحره-عراق والحرية والاضواء البي بي سي الجزيرة والعربية وروسيا اليوم السلام واسيا) وقد تم اختيار قنوات محددة من قبل عينة البحث وحسب مسار الدراسة.

ثانياً: الدراسات السابقة:

١- دراسة الربيعي ٢٠١١: مخاطر وانعكاسات القنوات الفضائية وتأثيره في الشباب

تهدف الدراسة الى معرفه المضامين والرسائل التي تحملها البرامج القنوات الفضائية وكذلك التعرف على القيم والاهداف المعلنه وغير المعلنه للافكار والمجالات التي تركز عليها البرامج، وقد طبقت الدراسة على عينة من عشوائية من الشباب تتراوح اعمارهم بين (١٥-٣٠) سنة للتعرف على نوعير البرامج للقنوات الفضائية التي تبثها (نايل سات وهوت برد) وقد كانت العينة متكونة من (٦٠) شخص. وقد توصلت الى ان هناك عدم سيطرة العائلة على افرادها في مشاهدة القنوات الفضائية وكذلك الوقت وفترة المشاهده له تاثير سلبي نفسي وجسماني على عينة الدراسة.

٢- دراسة فتح الله: ٢٠٠٦ " الوظيفة الاخبارية للقنوات التلفزيونية في اقليم كردستان

تسعى الدراسة الى التعرف على ملامح الوظيفة الاخبارية للفضائيات الكردية ومنها كورد سات وابعادها والية تلبية متطلبات تلك الوظيفة على مستوى العمل في النشرة الاخبارية وتشخيص الموضوعات الاكثر اهمية والتي نالت اهتمام عينة الدراسة وقد تم اختيار عينة الدراسة من محررين ومسؤولين وعددهم (٢١) شخص.وقد توصلت الدراسة ان اكثر الاهتمام بالشان السياسي العراقي والشان الاقليمي ...

٣- رمضان : ٢٠١٠ " العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستويات المعرفة بقضايا الإصلاح السياسي)

تهدف الدراسة الى التعرف على مدى اعتماد الجمهور العراقي على القنوات الفضائية الإخبارية كمصدر رئيسي في اكتساب المعلومات المتعلقة بقضايا الإصلاح السياسي المثارة في تلك الفضائيات، ومدى وجود فروق معرفية بين فئات الجمهور المتابع لتلك القنوات، وفقاً لاختلاف مستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية وتباين درجات انتباههم، ومناقشتهم لقضايا الإصلاح السياسي في العراق، وخصائصهم الديموغرافية. بالإضافة إلى معرفة

العلاقة بين متغير الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية من ناحية، والمعرفة بموضوعات قضايا الإصلاح السياسي من ناحية أخرى، تهدف الدراسة إلى التعرف على حجم اهتمام القنوات الفضائية الإخبارية العربية بقضايا الإصلاح السياسي في العراق، والتعرف على دور القنوات الفضائية الإخبارية العربية في تشكيل معارف الجمهور العراقي بقضايا الإصلاح السياسي.

المبحث الثالث: الجانب التطبيقي

أولاً: وصف استجابات عينة الدراسة

تشير نتائج الدراسة ان هناك تفاوت في استجابات العينة على فقرات الاستطلاع اذا يلاحظ ان الاجابة السؤال الاول المتضمن اي قناة اعلامية تفضلها في نشرت الاخبار " وهذا السؤال يشير الى مصداقية وموثوقية القناة في نشر الخبر، اذ يلاحظ من الجدول ان اعلى نسبة مشاهدة من قبل المواطنين العراق لنشرة الاخبار العراقية بنسبة (٢٠%) وبعدها قناة الشرقية بنسبة (١٧%) ومن ثم الحرة عراق (١٢.٤%)، (البي بي سي)، وتنبأين بقية القنوات في النسب وهذا يشير الى شدة ميول المواطن العراقي تجاه القناة الحكومية والرسمية التي تبث الاخبار المحايدة، ويجدها دقيقة في نشر الاخبار ومقنعة بها ويمكن ان يعتمد عليها والجدول (٥) يوضح ذلك.

جدول (٥) يوضح عدد الاستمارات الموزعة حسب السؤال الاول للقنوات الفضائية

القناة	النسبة	العدد
العراقية	20	378
الشرقية	17	321.3
الحرة - عراق	12.4	234.36
بي بي سي	10.90	206.01
روسيا اليوم	9.80	185.22
البغدادية	7	132.3
الفرات	7	132.3
الاتجاه	6.90	130.41
بلادي	6	113.4
السومرية	3	56.7
المجموع	100	1890

وتبين النتائج ان اجابة عينة الدراسة كانت متفاوتة على السؤال الثاني المتضمن "اي قناة محلية تهتم بالشأن السياسي العراقي والاقليمي" وهذا ما يوضحه الجدول (٦) ان هناك تفاوت في نتائج التحليل اذ تشير النتائج الى ان القناة العراقية قد فاقت القنوات الاخرى، وهذا يدل على ثقة الجمهور العراقي بهذه القناة لأنها رسمية وذات حيادية في بث الاخبار. تأتي بعدها المسار التي تعود لحزب الدعوة تنظيم الخارج ثم قناة الفيحاء التي ذات توجه ثم بعدها افاق التي تعود لحزب

الدعوة ومن ثم الحرة العراق بنسبة (١٠.٤%) وهكذا لبقية القنوات التي جاءت بنسب متفاوتة ، والجدول رقم (٦) يوضح ذلك.

جدول (٦) يوضح عدد الاستثمارات الموزعة حسب السؤال الثاني حول القنوات الفضائية

القناة	النسبة	العدد
العراقية	23	434.7
المسار	14	264.6
الفيحاء	11.7	221.13
افاق	10.9	206.01
الحرة عراق	10.4	196.56
بلادي	8	151.2
الغدیر	7	132.3
الاتجاه	5	94.5
العهد	4	75.6
الفرات	4	75.6
المسار ١	2	37.8
المجموع	100	1890

تظهر نتائج الدراسة ان هناك بعض القنوات الفضائية تكون مدعومه من قبل اصحاب المصالح والسياسيين والاحزاب لغرض بث الافكار التي هي مقتنعين فيها ويرغبون في اسر المواطنين فيها اذ يلاحظ من الجدول ان استجابات عينة الدراسة كانت متقاربه حول بعض القنوات اذ كان محتوى السؤال هو " اي من القنوات الاعلامية تكون مدعومة من قبل حزب معين او سياسي ، فكانت الاجابة كما في الجدول ادناه ، اذ توضح نتائج الدراسة ان نسبة العينة التي اشارت الى قناتي بغداد والافاق والتي حازت على نسبة متساوية وهي (١٢%) على التوالي، ثم قناة الشرقية بنسبة (١١%) ، تليها ايضا قناتي بلادي والبابلية الفرات بنسبة (١٠%) لكل منهما، وهذه القنوات تعد من القنوات العراقية ذات التوجه السياسي والحزبي في البلد ولديها شعبية للمشاهدة من قبل المجتمع العراقي ، ثم تأتي قناة مسار ١ بنسبة (٩%) يليها مسار وهي (٧%) اما بقية القنوات فكانت متفاوتة بالنسب الاقل ، والجدول (٧) يوضح ذلك.

جدول (٧) يوضح عدد الاستثمارات الموزعة حسب السؤال الثالث حول القنوات الفضائية

القناة	النسبة	العدد
بغداد	12	226.8
افاق	12	226.8
بلادي	10	189
البابلية	10	189
الشرقية	11	207.9

الفرات	10	189
مسار ١	9	170.1
مسار	7	132.3
اسيا	7.6	143.64
والبغدادية	6.9	130.41
الاضواء	4.5	85.05
المجموع	100	1890

تضمن السؤال الرابع " اي قناة تدعم العملية السياسية والحكومة " اذ تشير النتائج الى ان اكثر القنوات دفاعاً عن المكاسب العراقية في العراق هي (العراقية) التي جاءت بنسبة (١٧%) ثم قناة الافاق بنسبة (١٦.٩%) وبعدها المسار بنسبة(١٦%) ثم الاتجاه والعهد بنسب(١١.٨%) و(١١.٢%) على التوالي ثم قناة الغدير بنسبة (١٠%) واما بقية القنوات فقد جاءت بنسب متفاوتة، الا ان اقل نسبة كانت من نصيب قناة (الانوار) بنسبة (٤%). كما يوضحها الشكل رقم (٨) في ادناه.

جدول (٨) يوضح عدد الاستثمارات الموزعة حسب السؤال الرابع حول القنوات الفضائية

القناة	النسبة	العدد
العراقية	17	321.3
افاق	16.9	319.41
المسار	16	302.4
الغدير	10	189
الاتجاه	11.8	223.02
العهد	11.2	211.68
الفيحاء	7	132.3
بلادي	6.1	115.29
انوار ٢	4	75.6
المجموع	100	1890

توضح نتائج الدراسة حول السؤال الخامس المتضمن " اي قناة لدى الشارع والجمهور العراقي بانها اكثر مصداقية في نشر الخبر " ان نسبة عينة الدراسة التي اشارت الى قناة العراقية بنسبة (٢٩.٣%) تليها قناة المسار بنسبة (٢٧.٦%) ثم قناة بلادي بنسبة (١٣.١%) وهذه القنوات تعد من القنوات العراقية المحلية وذات الاكثريّة للمشاهدة من قبل المجتمع العراقي علما ان القناة العراقية هي من القنوات الحكومية الرسمية وتشاهدها كل الطوائف العراقية، ثم تأتي قناة الغدير بنسبة (١١%) يليها الفرات وافاق بنسبة متساوية وهي(٩%) اما قناة المسار فقد جاءت باقل نسبة مشاهدة وهي (١%) والجدول (٩) يوضح ذلك.

جدول (٩) يوضح عدد الاستثمارات الموزعة حسب السؤال الخامس حول القنوات الفضائية

القناة	النسبة	العدد
العراقية	29.3	553.77
المسار	27.6	521.64
بلادي	13.1	247.59
الغدِير	11	207.9
الفرات	9	170.1
أفاق	9	170.1
المسار ١	1	18.9
المجموع	100	1890

توضح نتائج الدراسة حول السؤال السادس المتضمن " اي قناة اعلامية ضد العملية السياسية وتعرقل مسيرة الحكومة العراقية " اذ تشير النتائج الاحصائية ان اعلى نسبة كانت من نصيب قناة الفلوجه بنسبة (٣٠ %)، ثم قناة الرافدين بنسبة (٢٠ %) وهما اكثر القنوات لديها التطرف واشاعة الفتن و الطائفية وتندد بشعارات ضد الحكومة والعملية السياسية ، ثم الشرقية بنسبة (١٩ %) تليها قناة بغداد بنسبة (١٦.٨ %) وهكذا لبقية القنوات كما موضح ادناه.

جدول (١٠) يوضح عدد الاستثمارات الموزعة حسب السؤال السادس حول القنوات الفضائية

القناة	النسبة	العدد
الفلوجة	٣٠	٥٦٧
الرافدين	٢٠.٢٠ %	٣٧٨
الشرقية	١٩.١٩	٣٥٩.١
بغداد	١٦.٨	٣١٧.٥٢
البغدادية	١٤.٢	٢٦٨.٣٨
المجموع	١٠٠	١٨٩٠

تضمن السؤال السابع " اي القنوات الاعلامية توضح المخاطر السياسية المقبلة " اذ تبين نتائج التحليل الاحصائي ان اعلى نسبة كانت من نصيب قناة العراقية وهي (١٩ %) والاتجاه بنسبة (١٧.٩ %) ثم قناة افاق والعهد بنسبة (١٧ %) على التوالي، وهي من القنوات التي توجه الشعب العراقي بالمخاطر التي تحيط بالعملية السياسية ، اما اقل نسبة كانت من نصيب قناة بلادي (٦.٤ %) كما موضحة بالجدول (١١) ادناه.

جدول (١١) يوضح عدد الاستمارات الموزعة حسب السؤال السابع حول القنوات الفضائية

القناة	النسبة	العدد
العراقية	19	359.1
افاق	17	321.3
الغدِير	15.9	300.51
الاتجاه	17.9	338.31
العهد	17	321.3
المسار	6.8	128.52
بلادي	6.4	120.96
المجموع	100	1890

توضح نتائج الدراسة للسؤال الثامن المتضمن " اي القنوات اكثر اهتماما بالخدمات المقدمة للجمهور والشؤون الصحية والاجتماعية" " ان نسبة عينة الدراسة التي اشارت الى قناة الفيحاء هي (١٩%) تليها قناة العهد بنسبة (١٨%) ثم قناة الفرات بنسبة (١٧%) وهذه القنوات تعد من القنوات العراقية المحلية، ثم تأتي قناة المسار بنسبة (١٥%) يليها الاتجاه والغدير بنسبة متقاربة وهي (١٢%) (١١%) على التوالي اما قناة افاق فقد جاءت باقل نسبة مشاهدة وهي (٨%) والجدول (١٢) يوضح ذلك.

جدول (١٢) يوضح عدد الاستمارات الموزعة حسب السؤال الثامن حول القنوات الفضائية

القناة	النسبة	العدد
الفيحاء	19	359.1
العهد	18	340.2
الفرات	17	321.3
المسار	15	283.5
الاتجاه	12	226.8
الغدِير	11	207.9
افاق	8	151.2
	100	1890

تشير النتائج الاحصائية حول السؤال التاسع المتضمن "" اي القنوات المحلية العراقية اكثر استقلالية في نشر الخبر ولم تتبع لجهة خاصة او كيان او حزب محدد"" يلاحظ من الجدول (١٣) ان هناك تفاوت في نتائج التحليل اذ تشير النتائج الى ان القناة العراقية (٣٣%) قد فاقت القنوات الاخرى ، وهذا يدل على ثقة الجمهور العراقي بهذه القناة لأنها رسمية وذات حيادية في بث الاخبار. تأتي بعدها الفيحاء وهي قناة مستقلة وذات حيادية في بث الاخبار وبالغية نسبتها (٢٢%) ، تليها نسبة (١٩%) من نصيب قناة الحرة ثم قناة الاتجاه بنسبة (١٥%) ثم قناة العهد التي حازت على اقل الاصوات ، والجدول رقم (١٣) يوضح ذلك.

جدول (١٣) يوضح عدد الاستثمارات الموزعة حسب السؤال التاسع حول القنوات الفضائية

القناة	النسبة	العدد
العراقية	33	623.7
الفيحاء	22	415.8
الحررة	19	359.1
الاتجاه	15	283.5
العهد	11	207.9
	100	1890

توضح نتائج الدراسة ان السؤال العاشر المتضمن "" اي القنوات الاعلامية تسند الحشد الشعبي وما هو مستوى تأثيرها "" نسبة عينة الدراسة التي اشارت الى اعلى نسبة راي للقناة التي تسند الجيش والحشد الشعبي الى قناة المسار هي (٣٣.٢%) تليها قناة الاتجاه بنسبة (٣٠.٨%) ثم قناة الغدير بنسبة (٢١%) وهذه القنوات تعد من القنوات العراقية المحلية، ثم تأتي قناة العهد بنسبة (١٠%) يليها قناة الانوار (٥%) على وهي اقل نسبة والجدول (١٤) يوضح ذلك.

جدول (١٤) يوضح عدد الاستثمارات الموزعة حسب السؤال العاشر حول القنوات الفضائية

القناة	النسبة	العدد
المسار	33.2	627.48
الاتجاه	30.8	582.12
الغدير	21	396.9
العهد	10	189
انوار ٢	5	94.5
المجموع	100	1890

يلاحظ من الجدول (١٥) ان هناك تفاوت في نتائج التحليل اذ تشير النتائج الى السؤال الحادي عشر المتضمن "" القنوات الليبرالية والعلمانية والتي تبلغ للمشروع الغربي برايك وما هو مستوى تأثيرها "" اذ نجد ان القناة الحررة العراق والفيحاء هي من القنوات المحايدة العلمانية، فقد فاقت القنوات الاخرى، وهذا يدل على ثقة الجمهور العراقي بهذه القنوات لأنها ذات حيادية في بث الاخبار وقد حازا على اعلى النسب وبالتساوي لكلا منهما (٢١%) على التوالي. تأتي بعدها الحرية بنسبة (١٦%) ومن ثم السومرية بنسبة (١٣.٩%) تليها الديار والسلام التي جاءت بنتيجة متقاربة وهي (١٠.١%) و(١٠%) على التوالي، اما قناة اسيا فقد جاءت باقل النسب ربما ليس لديها جمهور او لضعف التثقيف او الترويج والاعلان عنها، والجدول رقم (١٥) يوضح ذلك.

جدول (١٥) يوضح عدد الاستمارات الموزعة حسب السؤال احد عشر حول القنوات الفضائية

القناة	النسبة	العدد
الحررة عراق	21	396.9
الفيحاء	21	396.9
الحرية	16	302.4
السومرية	13.9	262.71
الديار	10.1	190.89
السلام	10	189
اسيا	8	151.2
	100	1890

ثانيا: الاستنتاجات والتوصيات:

اولاً: الاستنتاجات

- ١- تشير الدراسة الى إن وسائل الإعلام تعد من المصادر الأساسية للمعلومة عند كثير من الناس، والتي يبني عليها الأفراد مواقفهم بل يمتد إلى القيم وأنماط السلوك.
- ٢- تظهر نتائج الدراسة ان اكثر قناة نالت المرتبة الاولى وذات استقلالية ولها قبولية لدى الشارع والجمهور العراقي من نصيب القناة العراقية، ربما لكونها رسمية واكثر حيادية.
- ٣- ان استخدام الوسائل الإعلامية الموثوقة والمحايدة اصبح محور الحديث الان بسبب تضخيم بعض الاخبار وعدم نقل الحقيقة للمواطن العراقي ، اذ تظهر النتائج هناك العديد من القنوات الاعلامية مسنودة ومدعومة من قبل بعض الساسة او كتل واحزاب ، والتي تكون لها توجهات سلبية ترغب في بثه وارساله للجمهور العراقي.
- ٤- تظهر نتائج الدراسة ان هناك بعض القنوات الفضائية تكون مدعومه من قبل اصحاب المصالح والسياسيين والاحزاب لغرض بث الافكار التي هي مقتنعين فيها ويرغبون في اقناع واسر المواطنين بها..
- ٥- تبين ان القنوات الليبرالية والعلمانية هي القناة الحررة العراق والفيحاء هي من القنوات المحايدة وذات توجه علماني فقد فاقت القنوات الاخرى ، وهذا يدل على ثقة الجمهور العراقي بهذه القنوات لأنها ذات حيادية في بث الاخبار .

ثانياً: التوصيات

- ١- إيمان الإعلامي برسالته الإعلامية وأن يكون صاحب مبدأ لا يتنازل عنه أبداً وتحمل الضغوطات التي قد يتعرض لها الإعلامي للتخلي عن قضيته.
- ٢- نشر الوعي الوقائي والأخلاقي وعدم استغلال المواطنين من أجل مصلحة خاصة .
- ٣- على الحكومة وضع معايير ومؤشرات لتأسيس اي قناة اعلامية وتشتترط عليها ان تكون حيادية وموضوعية في نشر الخبر .
- ٤- يتطلب من الجهات الحكومية التعاون الكامل مع وسائل الإعلام وهيئة الاتصالات والاعلام وعدم إخفاء المعلومات اللازمة عن الإعلاميين من قبل المؤسسات العاملة .

المصادر العربية :

١. إجلال خليفة، اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، (القاهرة: دار الهنا للطباعة، ١٩٧٢).
٢. أحمد بدر، الاتصال بالجمهير والدعاية الدولية، (الكويت: دار القلم، ١٩٧٤).
٣. أديب خضور، مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة، ط٢، (دمشق: المكتبة الإعلامية، ٢٠٠٠).
٤. شمس الدين الرفاعي، الصحافة العربية العلمية، (منشورات جامعة قاريونس، ١٩٧٨).
٥. صحيفة الأهرام المصرية، العدد ٤١٨٧٩ في ٤/٩/٢٠٠١.
٦. صلاح عيسى، الأهرام الصحفية والديوان، قضايا وآراء، صحيفة الأهرام، العدد ٤٢٦١٠ بتاريخ ٦/٧/٢٠٠٣.
٧. وسام فاضل راضي: ٢٠٠٨ " دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل الصورة الإعلامية والسياسية عن العراق " دراسة ميدانية على طلبة جامعتي الانبار والكوفة "مجلة الباحث العلمي، العدد ٥.
٨. ياسين البياتي: ٢٠٠٨ " المجتمع الخليجي وإشكاليات تأثير الصورة المتلفزة"، مجلة الباحث العلمي، العدد ٨.
٩. محمد كحط عبيد الربيعي: ٢٠٠٧ " (الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية) المضامين والأشكال والتلقي (دراسة تحليلية وميدانية لنماذج مختارة من القنوات الفضائية) رسالة ماجستير، مقدمة لمجلس الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.
١٠. عبد الرزاق محمد الدليمي - ٢٠٠٥ - عولمة التلفزيون - عمان - مكتبة جرير -
١١. عبد الكريم الربيعي: ٢٠١١ " مخاطر وانعكاسات القنوات الفضائية وتأثيرها في الشباب.

Abstract

The media organization in general and satellite channels in particular one of the key areas affecting public opinion, particularly with regard to the Iraqi issue, and inseparable for two reasons, first is that satellite television is one of the most important means of mass communication at all, especially political him. This as well as the role of educational and awareness and civilization. Second is the nature of the critical and very delicate stage through which Iraq for more than since the fall of the former regime and so far, and of the status of the US occupation and the successor of serious repercussions, including various aspects of Iraqi life, whether political or social, cultural or civilizational or other not only in their present but In the future choices as well.

12. So study aims to shed light on how it would affect media channels in the orientation of the Iraqi citizen, the study confirmed the impact of the Iraqi channels on the orientations of the Iraqi citizen, because of its active role in the sound and image to convince him.