
Exposure to political shows on satellite channels

Baraa Amer Yahya

E-mail: baraaamers100@gmail.com

prof. Assistant. Hussein D. AL-Zwaini, PHD

University of Baghdad / College of Media / Media-Radio and
Television Journalism Dep.

DOI: [10.31973/aj.v2i139.2626](https://doi.org/10.31973/aj.v2i139.2626)

Abstract

The problem of research was summarized in the exposure of the public (city of Baghdad) and the exposure to political programs in satellite channels, as the problem was identified by the following main question:

(What is the nature of exposure to political programs in satellite television?)

By conducting a survey of the audience of the city of Baghdad, the research sample of 460 individuals was selected from the population projections for 2019 issued by the Central Bureau of Statistics of the Iraqi Ministry of Planning.

The aim of the research was to detect the habits and patterns of public exposure to political programs in satellite television, as well as to determine levels of exposure to political television programs. This research is descriptive research that describes what exists by collecting, scheduling and tabulating information and data on the phenomenon and then interpreting the data and drawing conclusions, and the researcher used the survey method and the correlation method to verify the research assumptions.

Keywords: political programs, satellite channels, audience.

التعرض للبرامج السياسية في القنوات الفضائية

الباحث براء عامر يحيى
جامعة بغداد / كلية الإعلام
قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية
baraaamers100@gmail.com

أ.م.د. حسين دبي الزويني
جامعة بغداد / كلية الإعلام
قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية

مُلخَصُ البَحْثِ

تلخصت مشكلة البحث في تعرض جمهور (مدينة بغداد) والتعرض للبرامج السياسية في الفضائيات، إذ تم تحديد المشكلة بالتساؤل الرئيس الآتي:
(ما طبيعة التعرض للبرامج السياسية في الفضائيات؟)
وذلك بإجراء دراسة مسحية لجمهور مدينة بغداد، وتم اختيار عينة البحث التي بلغت (٤٦٠) مفردة سحبت من الإسقاطات السكانية لسنة ٢٠١٩ الصادرة من الجهاز المركزي للإحصاء التابع لوزارة التخطيط العراقية.

وهدف البحث الكشف عن عادات وأنماط تعرض الجمهور للبرامج السياسية في الفضائيات، فضلاً عن تحديد مستويات التعرض للبرامج السياسية التلفزيونية، ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية إذ يقوم بوصف ما موجود عن طريق جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة وجدولتها وتبويبها، ثم تفسير البيانات واستخلاص الاستنتاجات، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي، وأسلوب العلاقة الارتباطية للتحقق من فروض البحث.
الكلمات المفتاحية: البرامج السياسية، الفضائيات، جمهور.

المقدمة Introduction

إن التغيير الحاصل في مجال تقنيات الاتصال وما أفرزته من منتجات فائقة السرعة والدقة في توفير مجال اتصالي أثر في طبيعة التعرض للبرامج السياسية في الفضائيات ولا سيما مع ظهور تقنيات وأشكال مختلفة والتي أوجدت بظهورها شكلاً جديداً من الاتصال.
يشهد العالم تطورات سريعة في ميدان الاتصال انعكست بصورة كبيرة على ميدان الإعلام والاتصال، مما أدى إلى ظهور سوق حقيقي للتعرض للبرامج السياسية في الفضائيات والتي باتت ترسم له علاقته بالبيئة المحيطة وتحديد نمط وشكل مشاركته الاجتماعية.

وتعدّ البرامج السياسية إحدى أهم الوسائل التي برزت لتتنافس في تقديمها القنوات الفضائية إذ تركز على الجوانب السياسية لأجل تحقيق أهدافها الاتصالية وإن تلاحق الأحداث والقضايا والأزمات السياسية يزيد من تعرض الجمهور للبرامج السياسية في

الفضائيات ومتابعتها، إذ تمثل البرامج السياسية الأداة البارزة التي تمكن الجمهور من التواصل مع الأحداث وتؤدي دوراً ملموساً في تكوين الانطباعات والاتجاهات للجمهور وتساعده في تحقيق أهدافه في الحصول على المعلومات واكتساب المعرفة في الموضوعات السياسية المختلفة، كما أصبح الجمهور يجري نقاشات وحوارات حول تلك الأحداث والقضايا السياسية في كل يوم، فيما بينهم لكونها من الأمور المتعلقة بحياتهم على وفق ما تحقق لهم من معرفة عبر تلك البرامج السياسية. ومن هذه الزاوية تفتحت أمامنا ابواباً بحثية مهمة لمعرفة طبيعة هذا التعرض وكيف أثر فيهم.

الإطار المنهجي Methodological Frame

أولاً: مشكلة البحث The Problem

تقتضي الأصول العلمية ضرورة أن لا تنشأ فكرة البحث العلمي من فراغ؛ كي لا ينتهي إلى فراغ، وتأسيساً على ذلك فإن السمة الرئيسية التي تتميز بها البحوث العلمية هي أن تكون ذات مشكلة محددة ينبغي التصدي لها بالدراسة والتحليل من جوانبها المتعددة، ومن هذا فإن نقطة البدء في البحث العلمي هي إحساس الباحث بوجود مشكلة معينة ينتقها من بين مشكلات عديدة (حسين س.، بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، ٢٠٠٦، صفحة ٦٩)، ويمكن تعريف مشكلة البحث بأنها "موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقة بين عناصرها ونتائجها الحالية وإعادة صياغاتها في ضوء نتائج الدراسة بوضعها في الإطار العلمي السليم (عبد الحميد، ٢٠٠٠، صفحة ٧٠). تمثلت مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس، ما طبيعة استخدام التعرض للبرامج السياسية في الفضائيات. والذي ينبثق عنه مجموعة من التساؤلات تتمثل بما يأتي:

- ١_ ما عادات وأنماط تعرض الجمهور للبرامج السياسية في الفضائيات؟
- ٢_ ما البرامج السياسية المفضلة لدى جمهور مدينة بغداد؟
- ٣_ ما مستويات اهتمام الجمهور بالتعرض للبرامج السياسية التلفزيونية؟
- ٤_ ما الموضوعات السياسية التلفزيونية المفضلة لدى جمهور مدينة بغداد؟

ثانياً: أهمية البحث The Importance

ترتبط أهمية البحث بالظاهرة التي يتم دراستها وعلى أساس قيمتها العلمية وما تحققه من نتائج يمكن الاستفادة منها وما تخرج به من حقائق يمكن الاستناد إليها (مسعد، ٢٠٠٠، صفحة ٢٨)، إذ تأتي الأهمية من الموضوع الذي يتناوله البحث وهو مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت موضوع اهتمام الباحثين في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري، ويمكن إيجاز أهمية البحث من الناحيتين المجتمعية والعلمية فيما يأتي:

١_ الناحية المجتمعية:

للبحث أهمية للمجتمع للأسباب التالية:

أ_ يعطي رؤية مجتمعية بشأن عادات وأنماط ودوافع وحاجات الجمهور بالتعرض للبرامج السياسية في القنوات الفضائية.

ب_ يوضح طبيعة تعرض الجمهور للبرامج السياسية في الفضائيات.

٢_ الناحية العلمية:

للبحث أهمية علمية تتجسد في:

أ_ يرفد المكتبة العلمية بحقائق بحثية دقيقة متعلقة بالآثار المترتبة في التعرض للبرامج السياسية في القنوات الفضائية.

ب_ قلة الدراسات التي تناولت التعرض للبرامج السياسية في القنوات الفضائية.

ت_ يعد البحث إضافة علمية، فضلاً عن أنه يوفر مادة علمية للباحثين ويفتح آفاقاً جديدة لهم في دراسة مواقع التواصل الاجتماعي بوصفه نمطاً اتصالياً جديداً في التفاعلية الرقمية.

ثالثاً: أهداف البحث The Aims

في ضوء تحديدنا مشكلة البحث وأهميته يمكن تحديد أبرز لأهداف على وفق ما يأتي :

١_ الكشف عن عادات وأنماط تعرض الجمهور للبرامج السياسية في الفضائيات.

٢_ تحديد البرامج السياسية المفضلة لدى جمهور مدينة بغداد.

٣_ التعرف على مستويات اهتمام الجمهور بالتعرض للبرامج السياسية التلفزيونية.

٤_ الكشف عن الموضوعات السياسية التلفزيونية المفضلة لدى جمهور مدينة بغداد.

رابعاً: نوع البحث ومنهجه Research Type and its Methodology

يعد البحث وصفيًا وهو يستهدف تحليل خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين أو دراسة حقائق ظاهرة ما تغلب عليها صفة التحديد، أو دراسة مجموعة من الجمهور أو الأحداث للحصول على البيانات والمعلومات وجمعها وتبويبها وجدولتها، ثم تفسير تلك البيانات واستخلاص التعميمات والاستنتاجات (إسماعيل، ٢٠١١، صفحة ٩٦)

اعتمد البحث على المنهج المسحي الذي يرمي إلى جمع البيانات من العديد من الأفراد في مدة زمنية محددة وفي سياق زمني معين، ثم تنظيم تلك البيانات ومعالجتها والوصول إلى إجابات محددة عن التساؤلات أو التحقق من فروض معينة (عبد العزيز، ٢٠١٢، صفحة ٣٧)، استخدم هذا المنهج؛ لأنه الأنسب لدراسة مشكلة البحث وضرورة جمع بيانات مجموعة من جمهور مدينة بغداد بشأن طبيعة التعرض للبرامج السياسية في القنوات الفضائية.

خامساً: مجتمع البحث وعينته Research Community and Sample**إجراءات البحث****أولاً: حدود البحث**

١_ **الحدود الزمانية:** تحددت الحدود الزمانية للبحث بالمدة ٢٠٢٠/١١/١١ إلى ٢٠٢٠/١٣/١٣ وهي المدة التي استغرقها العمل المسحي الميداني بدءاً من تصميم الاستمارة النهائية للبحث وعرضها على الخبراء لتحكيمها وتوزيعها على عينة البحث ثم جمع الاستمارات من المبحوثين وفحصها وتصنيفها وفرزها يدوياً وعملية الإدخال الإلكتروني لبياناتها وتحليل البيانات ومعالجتها إحصائياً ومعرفة نتائجها.

٢_ **الحدود المكانية:** تمثلت الحدود المكانية للبحث في جمهور مدينة بغداد المتمثل ب:
أ_ الكرخ.
ب_ الرصافة.

ت_ مدينة الصدر الأولى.

ث_ مدينة الصدر الثانية.

٣_ **الحدود البشرية:** تتمثل عينة البحث من سكان جمهور مدينة بغداد إذ تم اختيار عينة البحث التي بلغت (٤٦٠) مفردة سحبت من الاسقاطات السكانية لسنة ٢٠١٩ الصادرة من الجهاز المركزي للإحصاء التابع لوزارة التخطيط العراقية.

سادساً: مجتمع البحث وعينته Search and sample community

يتمثل مجتمع البحث بسكان مدينة بغداد في مناطق (الكرخ، الرصافة، مدينة الصدر الأولى، مدينة الصدر الثانية) ولما كان أو المستحيل أحياناً دراسة المجتمع بأكمله؛ لأن ذلك يستغرق وقتاً طويلاً وكلفة باهظة فإن اختيار عينته (simple) من المجتمع إذا ما اختيرت على نحو صحيح يعد حلاً لهذه المشكلة. فالعينة هي ذلك الجزء من المجتمع يجري اختيارها وفق قواعد وطرائق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً (السماك و واخرون، ١٩٨٦، صفحة ٥١)، بلغت عينة البحث ٤٦٠ مفردة توزعت على المناطق الأربع، حدد حجمها على وفق توزيع الجهاز المركزي للإحصاء وزارة التخطيط العراقية بمعادلة إحصائية(*) واعتمدت على العينة العمدية (القصدية) وسحبت بطريقة متعددة المراحل (العنقودية)؛ لأن المجتمع المستهدف كبير، وتنتشر مفرداته على مساحة جغرافية واسعة وهذه الطريقة هي الأنسب في جمع البيانات (عبد العزيز، ٢٠١٢، صفحة ١٥٣) وكما موضح في الجدول (١).

(*) تم الاعتماد على المعادلة الآتية:
$$n = \frac{z^2 a/2 * p(1-p)}{E^2}$$

جدول (1)

يبين توزيع حجم العينة المسحوبة بحسب المناطق السكنية و على وفق النوع الاجتماعي

اسم القضاء	النوع	حجم العينة المسحوبة من المجتمع الأصلي
الرصافة	ذكور	١١٢
	إناث	١١٢
	المجموع	٢٢٤
الصدر الأولى	ذكور	٢٣
	إناث	٢٢
	المجموع	٤٥
الصدر الثانية	ذكور	١٧
	إناث	١٧
	المجموع	٣٤
الكرخ	ذكور	٧٨
	إناث	٧٩
	المجموع	١٥٧
المجموع الكلي	ذكور + إناث	٤٦٠

سابعاً: المصطلحات الإجرائية للبحث Procedural terms for search

- ١- **التعرض:** استقبال الجمهور للرسائل الاتصالية ذات الطابع السياسي وفهم رموزها الاتصالية وما تحمله من معاني بشكل واع ومقصود.
- ٢- **البرامج السياسية:** المضامين التلفزيونية التي تتناول الموضوعات السياسية المختلفة، والتي تسعى إلى إثارة اهتمام الجمهور على وفق سياسة المؤسسة الإعلامية.
- ٣- **الفضائيات:** القنوات الفضائية المحلية والعربية والموجهة التي تناولت الموضوعات السياسية في برامجها التلفزيونية.

الإطار النظري Theoretical Frame

أولاً: التعرض للبرامج السياسية في القنوات الفضائية

أصل مفردة التعرض في اللغة يعود إلى الفعل " عرض " الذي يعني: أظهر الشيء أو أراه إياه " (معلوف، ٢٠١٥، صفحة ٤٩٧)، أما المعنى الاصطلاحي، فيذهب إلى ما يصدر عن الفرد من عرض شفهي أو كتابي لحقائق ووقائع، ويتضمن الشرح والبيان التفسيري للفكرة أو الموضوع (فتيان، ١٩٨٧، صفحة ١١٧).

تعد البرامج السياسية من أهم ركائز البث التلفزيوني في العالم، وتشغل مساحة كبيرة من خريطة البث التلفزيوني يومياً، وتثير قدراً كبيراً من الجدل بين مؤيد ومعارض، وهناك من يقول إن معظم هذه البرامج في العالم العربي يقوم على التزلف إلى المسؤولين وأنظمة الحكم ومجاملتها، وتفتقر إلى الجرأة وحرية التعبير بسبب أزمة في الديمقراطية (عبدالله ع.، ٢٠١٩).. وهناك من يرى أن هذه البرامج يغلب عليها السطحية والفجاجة وعدم النضج والتشجيع على التحريض عن طريق الهجوم الشخصي والتجريح ما يفقده القدرة على التأثير وعلى إثراء معلومات المشاهد ومعارفه (عبدالله ع.، ٢٠١٩). وعلى الرغم من كل الانتقادات الموجهة إلى هذه البرامج يبقى هناك من يقول إن وجوده فقط على خريطة البرامج التلفزيونية هو إنجاز ومكسب في حد ذاته، وأنه يمكن تطويرها شكلاً ومضموناً عن طريق استمرارها (عبدالله ع.، ٢٠١٩).

ثانياً: مفهوم البرامج السياسية

لم تحظ البرامج السياسية على الاهتمام الكافي من الباحثين لتحديد مفهومها بشكل واضح، إذ ترتبط تلك البرامج بقضية أو مشكلة أو حدث سياسي مهم دعت الضرورة إلى مناقشته؛ لذلك تعرف هذه البرامج بأنها "البرامج المرئية التي تستضاف فيها شخصية أو أكثر متخصصة بالموضوعات السياسية ويجري معها أحد المقدمين المتخصصين حواراً سياسياً أو نقاشاً حول قضية، ويكون لهذه البرامج موعداً واطاراً محدداً وتراعي اهتمام المشاهدين ومتابعاتهم عندما تقدم بصيغ مؤثرة ومقنعة وهادفة (الحديثي، ٢٠٠٥، صفحة ٢٣).

وتعد البرامج السياسية مرآة للبيئة السياسية والأحداث والصراعات والتفاعلات المحلية والإقليمية والدولية على الصعيد السياسي، ومن غير وجود تلك البرامج المتخصصة بالشأن السياسي لا يستطيع أي أحد خارج الحلقة السياسية الاطلاع على تطورات الأحداث السياسية (ويليامز، ٢٠١٢، صفحة ٢١) وفرضت الظاهرة السياسية نفسها على الواقع الاجتماعي وبدأت ترتفع أهميتها إلى مصاف أولويات هذا العصر، فقد أصبح الفرد متأثراً بكل ما يدور حوله في العالم من أحداث سياسية (الدليمي ح.، ٢٠٠٨، صفحة ١٥)

تسعى البرامج السياسية إلى تحقيق حملة إخبارية منظمة هادفة يطلقها القائمون بالاتصال السياسي لغرض التأثير في الجمهور وتوجيههم نحو أهداف تتعلق بأيدولوجياتهم في موقف محدد أو معين ويكتمل شكل البرنامج السياسي عن طريق استضافة الشخصيات والتي اكتسبت أهميتها من كثرة المعلومات التي تمتلكها حول الموضوع المراد مناقشته أو صفتها الاجتماعية الهامة، إذ تجري تلك البرامج عادة مع شخصية مهمة أو مسؤولة لها علاقة معينة بالأحداث المهمة، فإلى جانب أنها تلقي الضوء على كثير من الأمور وتعرض لشرح وتفسير عدد من الأخبار في تقدم في الوقت نفسه أخباراً جديدة يلتقي بها الجمهور أول

مرة، وتتعدد أشكال برامج تلك المقابلات، إذ قد يكون المحاور شخصاً واحداً أو قد يكون أكثر من شخص من بينهم محور واحد على الأقل يتكرر ظهوره في البرنامج ويتغير الباقي الذين عادةً ما يختارون من بين الصحفيين المعروفين (عبدالصاحب، ٢٠٠٨، صفحة ٧٦-٧٧).

ثالثاً: أهداف البرامج السياسية

تسعى البرامج السياسية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها (شلال، ٢٠٠٦، صفحة ٤١-٤٢):

١- ترتيب قائمة الاهتمامات السياسية: أي أن البرامج السياسية تسعى إلى ترتيب قائمة الاهتمامات السياسية لدى الجمهور في إطار من القيم السياسية الثابتة واستبعاد القضايا المغايرة لهذه القيم، مما يوحي بأهمية القضايا المثارة في ذهن الجمهور الذي لا يبذل جهداً في التحري عن القضايا السياسية المهمة فعلاً، لأنه يعتمد كما أثبتت الدراسات على الديناميكية المعرفية السهلة التي تساعدهم في قراره السياسي.

٢- التنشئة السياسية لأفراد المجتمع: لا شك أن البرامج السياسية لها الدور المتميز في تنشئة الأفراد وتنقيفهم سياسياً براحة أكبر من بقية المصادر الاجتماعية، فتثاقف الفرد السياسية واطلاعه على ما يستجد من آراء تتعلق بالقضايا السياسية هي- في الأغلب- نتاج ما يقع من أحداث في محيط الفرد وتحملها إليه البرامج السياسية.

٣- التأثير المقصود في العملية السياسية: تقوم البرامج السياسية عن طريق أنشطتها الإعلامية المختلفة بمحاولة التأثير في العمل السياسي عن طريق التركيز على بعض المطالب السياسية وإثارة بعض القضايا السياسية، إذ يتم طرح القضايا السياسية في ضمن إطار ايدلوجي يبرز السمات الشخصية لبعض الشخصيات السياسية.

٤- مخاطبة الجمهور كزبائن: تعتمد بعض البرامج السياسية على أسلوب مخاطبة الجمهور كزبائن إزاء أشكال التغليف المختلفة للقرار السياسي الذي يتم تحفيزهم لشرائه عن طريق الخيارات السياسية التي يطرحها البرنامج السياسي.

رابعاً: البرامج السياسية وإثراء الوعي السياسي

وجد الباحثون الأمريكيون أن للتقارير الإخبارية المتلفزة أثراً كبيراً على المشاهدين الباحثين عن الأوضاع السياسية وذلك من أربع طرائق وأساليب تكمل الواحدة منها الأخرى، وهي (اينزلابير، بير، و إينجر، ١٩٩٩، صفحة ١٣٣):

أ . تمكين الناس من الإحاطة بما يجري في العالم (أسلوب التعلم).

ب . تحديد القضايا والأحداث السياسية المهمة أو مشاكل الساعة (أسلوب ترتيب الأحداث).

ج . التأثير في تحديد من السياسيين ينبغي لومه أو مكافأته بشأن الموضوعات والأحداث التي توردها الأخبار (تحديد المسؤولية).

د . أسلوب التأثير في الخيارات والميول السياسية للناس (الإقناع).

كما تسهم البرامج السياسية مساهمة فاعلة في تحقيق إثراء الوعي السياسي للأفراد وتطوير قابليتهم عن طريق تزويدهم بالمعارف السياسية كافة وإطلاعهم على الحقائق بسرعة وثبات لتحفيزهم على المشاركة السياسية بروحية عالية لامتلاكهم المعلومات ولتهيئة ذهنيهم للاستقبال والمشاركة الفاعلة في المجالات التي تطرحها (الموسوي، ٢٠٠٨، صفحة ٤٩). وتسعى تلك البرامج على الصعيد السياسي إلى تزويد الجمهور بالمعلومات التي تخص الشأن السياسي من أجل تنمية شعور الاحساس بالمسؤولية السياسية تجاه السلطة والمجتمع الذي يعيش فيه (الموسوي، ٢٠٠٨، صفحة ٤٩).

وتوفر البرامج السياسية الكثير من التوجهات والمواقف التي تعبر عن الواقع السياسي في التقلبات السياسية المتقاربة زمنياً، إذ تساعد تلك البرامج على ما يأتي (عبدالصاحب، ٢٠٠٨، صفحة ٧٧_٧٨):

١_ على مستوى الوعي، إذ يوجد اكتساب معرفة أو فهم سياسي ويمكن القول أن هناك ارتفاعاً

في الوعي السياسي لدى شرائح واسعة من الجمهور .

٢_ على مستوى السلوك إذ يتم اكتساب قدرة مشابهة لإصدار أحكام واتخاذ مواقف سياسية واضحة لم تكن ممكنة في السابق.

٣_ على مستوى القدرة على الممارسة السياسية أصبح هناك قدرة على الالتزام والفعل لدى القوى الشعبية.

خامساً: البرامج السياسية وصناعة القرار السياسي

بفضل التطور التكنولوجي وبحكم سرعة التدفق المعلوماتي أضحت البرامج السياسية تؤدي دوراً كبيراً في صناعة القرار السياسي، إذ أصبح صناع القرار السياسي والمهتمين بالشأن السياسي يستقون معلوماتهم من أجهزة الإعلام وأدواتها المختلفة، وبشكل خاص القنوات الفضائية الإخبارية، وهذا ما أكده الرئيس الأمريكي الأسبق "جورج بوش" عن طريق اعتماده على شبكة (CNN) بوصفها مصدراً رئيساً للمعلومات السياسية والعسكرية وقت وقوعها أولاً بأول في حرب الخليج الثانية عام ١٩٩١ (الزغبى، ١٩٩٩، صفحة ٩٩).

وتتضح أهمية البرامج السياسية في عملية صنع القرار عن طريق الآتي (الخرجي، ٢٠٠٦، صفحة ٦٢):

١_ تمدد صانعي القرار بالمعلومات بشأن الأحداث الجارية والبيئة السياسية لسياساتهم.

٢_ تجعل صانعي القرار والحكومة يشعرون باهتمامات الشعب عن طريق القصص الخبرية والتي تشكل النقاش الجماهيري الذي تثيره تلك البرامج.

٣_ تستطيع البرامج السياسية توفير الفرصة لشرح سياسات المسؤولين ومهاجمة مواقف معارضتهم أحياناً.

٤_ تتيح للمسؤولين إمكانية الحضور في ذهن الجمهور عن طريق عرضهم المستمر لنشاطاتهم السياسية واستعراض صفاتهم الشخصية.

الإطار الميداني (الدراسة التحليلية) (Field Frame (Analytical Study)

اولاً: عرض نتائج الدراسة وتفسيرها Presentation and Interpretation of the Study Results

التعرض للبرامج السياسية في القنوات الفضائية

١_ الأوقات المفضلة لدى المبحوثين في التعرض للبرامج السياسية في القنوات الفضائية: جاءت فئة وقت المساء (٦_ ١٠ مساءً) بالمرتبة الأولى، إذ بلغ عددها (٢١٩) تكرار من مجموع (٤٦٠) تكرار ونسبة (٤٧,٦%)، تلتها بالمرتبة الثانية فئة وقت الظهيرة (١٢_ ٣ ظهراً)، وبلغ عددها (٧٩) تكرار ونسبة (١٧,٢%)، أما فئة وقت السهرة (١٠_ ما بعد منتصف الليل) فقد احتلت المرتبة الثالثة، إذ بلغ عددها (٦٧) تكراراً ونسبة (١٤,٦%)، تلتها بالمرتبة الرابعة فئة (الفترة الصباحية)، بينما بلغ عددها (٥٢) تكراراً ونسبة (١١,٣%)، في حين جاءت فئة وقت ما بعد الظهيرة (٣_ ٦ مساءً) بالمرتبة الأخيرة، في حين بلغ عددها (٤٣) تكراراً ونسبة (٩,٣%). ينظر جدول (١٧).

جدول (١٧)

يبين الأوقات المفضلة لدى المبحوثين في التعرض للبرامج السياسية في القنوات الفضائية

المرتبة	النسبة	التكرار	الأوقات المفضلة لدى المبحوثين في التعرض للبرامج السياسية
١	٤٧,٦	٢١٩	وقت المساء (٦_ ١٠ مساءً)
٢	١٧,٢	٧٩	وقت الظهيرة (١٢_ ٣ ظهراً)
٣	١٤,٦	٦٧	وقت السهرة (١٠_ ما بعد منتصف الليل)
٤	١١,٣	٥٢	الفترة الصباحية
٥	٩,٣	٤٣	وقت ما بعد الظهيرة (٣_ ٦ مساءً)
—	١٠٠,٠	٤٦٠	المجموع

٢_ نوعية البرامج السياسية التي يشاهدها المبحوثين في القنوات الفضائية: احتلت فئة (البرامج السياسية الحوارية) المرتبة الأولى، وبلغ عددها (١٩٨) تكراراً من مجموع (٤٦٠) تكراراً وبنسبة (٣٧,٤%)، تلتها بالمرتبة الثانية فئة (البرامج الإخبارية السياسية)، بينما بلغ عددها (١٢٩) تكراراً وبنسبة (٢٤,٤%)، أما فئة (البرامج الوثائقية السياسية) فقد جاءت بالمرتبة الثالثة، في حين بلغ عددها (١٢١) تكراراً وبنسبة (٢٢,٩%)، تلتها بالمرتبة الأخيرة فئة (برامج المناظرات السياسية)، وبلغ عددها (٨١) تكراراً وبنسبة (١٥,٣%). ينظر جدول (١٨). وترى الباحثة أن الجمهور يفضل البرامج السياسية الحوارية والتي تسهم في إثراء النقاش بدلاً من البرامج السياسية التي تهدف إلى تأطير الأحداث السياسية وفقاً لأجندتها الإعلامية.

جدول (١٨) يبين نوعية البرامج السياسية التي يشاهدها المبحوثين في القنوات الفضائية

المرتبة	النسبة	التكرار	نوعية البرامج السياسية التي يشاهدها المبحوثين في القنوات الفضائية
١	٣٧,٤	١٩٨	البرامج السياسية الحوارية
٢	٢٤,٤	١٢٩	البرامج الإخبارية السياسية
٣	٢٢,٩	١٢١	البرامج الوثائقية السياسية
٤	١٥,٣	٨١	برامج المناظرات السياسية
—	١٠٠,٠	*٥٢٩	المجموع

٣_ أهم الموضوعات التي تتناولها البرامج السياسية في القنوات الفضائية المفضلة بالنسبة للمبحوثين: احتلت فئة (الموضوعات السياسية المرتبطة بالأزمات المحلية) المرتبة الأولى، وبلغ عددها (١٧٣) تكراراً من مجموع (٤٦٠) تكراراً وبنسبة (٣٧,٦%)، تلتها بالمرتبة الثانية فئة (الموضوعات السياسية المرتبطة بالتظاهرات)، بينما بلغ عددها (١٧١) تكراراً وبنسبة (٣٧,٢%)،

أما فئة (الموضوعات السياسية المرتبطة بملفات الفساد) فقد جاءت بالمرتبة الثالثة، في حين بلغ عددها (٦٢) تكراراً وبنسبة (١٣,٥%)، تلتها بالمرتبة الأخيرة فئة (الموضوعات السياسية المرتبطة بقضايا الإرهاب)، وبلغ عددها (٥٤) تكراراً وبنسبة (١١,٧%). ينظر جدول (١٩). وترى الباحثة أن الجمهور يهتم بالموضوعات السياسية المرتبطة بالأزمات المحلية، لكثرة التصريحات غير المسؤولة التي يدلي بها العديد من السياسيين والتي وجدت لها منبراً وبيئة خصبة للتفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (١٩) يبين أهم الموضوعات التي تتناولها البرامج السياسية

المرتبة	النسبة	التكرار	أهم الموضوعات التي تتناولها البرامج السياسية
١	٣٧,٦	١٧٣	الموضوعات السياسية المرتبطة بالأزمات المحلية
٢	٣٧,٢	١٧١	الموضوعات السياسية المرتبطة بالتظاهرات
٣	١٣,٥	٦٢	الموضوعات السياسية المرتبطة بملفات الفساد
٤	١١,٧	٥٤	الموضوعات السياسية المرتبطة بقضايا الإرهاب
—	١٠٠,٠	٤٦٠	المجموع

ثانيا : نتائج الدراسة: The Results

- 1_ أغلب المبحوثين يفضلون وقت المساء (١٠ - ٦) مساءً بالتعرض للبرامج السياسية في القنوات الفضائية ونسبة (٤٧,٦%) .
- 2_ حصلت البرامج السياسية الحوارية على المرتبة الأولى ونسبة (٣٧,٤%) بالنسبة لنوعية البرامج السياسية التي يشاهدها المبحوثون في القنوات الفضائية.
- 3_ احتلت الموضوعات السياسية المرتبطة بالأزمات المحلية المرتبة الأولى ونسبة (٣٧,٦%) كأهم الموضوعات التي تناولتها البرامج السياسية في القنوات الفضائية المفضلة بالنسبة للمبحوثين، في حين تراجع اهتمامات المبحوثين بالموضوعات السياسية المرتبطة بقضايا الإرهاب وكانت بالمرتبة الأخيرة بنسبة (١١,٧%) .

ثالثا: الاستنتاجات Conclusions

- 1_ ما زالت البرامج السياسية تشاهد في وقت الذروة من اليوم.
- 2_ ضعف اهتمام المبحوثين بالموضوعات السياسية المرتبطة بقضايا الإرهاب، وذلك لأن الجمهور يعتبر أن أغلب اتجاهات الإرهاب تدار من سياسيين يرتبطون بأجندات دولية.

المصادر:

- ١- أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه (المجلد ٢). الكويت: وكالة المطبوعات، (١٩٧٥).
- ٢- أندريا بريس وويليامز، البيئة الإعلامية الجديدة. (شويكار زكي، المترجمون) القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، (٢٠١٢).
- ٣- أفتيان، التعبيرات الأجنبية في اللغة الأنكليزية. (سمير عبدالرحيم، المترجمون) بغداد: دار المأمون للترجمة والنشر، (١٩٨٧).
- ٤- بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي، الأصول النظرية ومهارات التطبيق. القاهرة: دار الكتاب الحديث، (٢٠١٢).
- ٥- حافظ علوان حمادي الدليمي، مدخل إلى علم السياسة (المجلد ٢). السلبيانية، (٢٠٠٨).

٦- حسين علي نور الموسوي، الدعوات السياسية في القنوات الفضائية المحلية_دراسة مقارنة للدعوات السياسية في القنوات التلفزيونية(العراقية_الحرية_الفرات)، اطروحة دكتوراه. بغداد: جامعة بغداد، كلية الإعلام، (٢٠٠٨).

٧- حيدر محمود محسن الخزرجي، التغطية الاخبارية للشأن السياسي العراقي في قناة أبو ظبي الفضائية"دراسة مسحية لاخبار العراق في برنامج المدار"، رسالة ماجستير. بغداد: جامعة بغداد، كلية الإعلام، (٢٠٠٦).

٨- راضي محمد الحديثي، واقع البرامج الحوارية في قناة العراقية الفضائية. بغداد: جامعة بغداد، كلية الإعلام، (٢٠٠٥).

٩- ستيفن اينزلابير ، وروي بير ، و وشانتو اينجر ، لعبة وسائل الإعلام. (شحدة فارغ، المترجمون) عمان: دار البشير للنشر والتوزيع، (١٩٩٩).

١٠- سلافة فاروق الزغبى، أخبار العراق في شبكة سي أن ان الامريكية من خلال أزمة القصور الرئاسية، رسالة ماجستير. بغداد: جامعة بغداد، كلية الآداب، (١٩٩٩).

١١- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي. القاهرة: عالم الكتب، (٢٠٠٦).
١٢- ضرغام سعدي عبدالصاحب، مضامين البرامج السياسية في القنوات الفضائية العراقية "دراسة تحليلية لبرنامج لقاء مفتوح في قناة الفضائية العراقية انموذجاً"، رسالة ماجستير. بغداد: جامعة بغداد، كلية الإعلام، (٢٠٠٨).

١٣- عقيل عبدالله. www.emaratyoun.com. تاريخ الاسترداد ٢٧ ١٢، ٢٠١٩، من موقع

الامارات اليوم، البرامج السياسية التلفزيونية بين السطحية والموضوعية، (٢٠١٩).

١٤- عمر عناد شلال، الوظيفة السياسية لبرامج إذاعة بي بي سي العربية، رسالة ماجستير. بغداد: جامعة بغداد، كلية الإعلام، (٢٠٠٦).

١٥- لويس معلوف، المنجد في اللغة والإعلام. بيروت: دار المشرق، (٢٠١٥).

١٦- محمد زهر سعيد السماك، وآخرون، أصول البحث العلمي (المجلد ٢). الموصل: مطبعة جامعة صلاح الدين، (١٩٨٦).

١٧- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب، (٢٠٠٠).

١٨- محي محمد مسعد، كيفية كتابة الأبحاث والإعداد للمحاضرات (المجلد ٢). القاهرة: مكتب العربي الحديث، (٢٠٠٠).

Sources:

- Ahmed Badr, The Origins and Methods of Scientific Research (Volume 2). Kuwait: Printing Agency, (1975).
- Andrea Bryce Williams, New Media Environment. (Shoikar Zaki, Translators) Cairo: Al-Fajr Publishing and Distribution House, (2012).
- Aqeel Abdullah. www.emaratyoun.com. Recovery Date 27 12, 2019, from Emirates Today, Political TV Programs Between Surface and Objective, (2019).
- B.A. Boys, foreign expressions in English. (Samir Abdul Rahim, Translators) Baghdad: Al-Maamoun Translation and Publishing House, (1987).
- Barakat Abdul Aziz, Media Research Curriculum, Theoretical Origins and Application Skills. Cairo: Modern Book House, (2012).
- Dhargam Saadi Abdul Sahib, contents of political programs on Iraqi satellite channels "an analysis of an open meeting program on the Iraqi satellite channel

- Model", the thesis master. Baghdad: Baghdad University, Faculty of Media, (2008).
- Hafiz Alwan Hammadi al-Dulaimi, Introduction to Political Science (Volume 2). Sulaimaniyah, (2008).
 - Haidar Mahmoud Mohsen al-Khazraji, News Coverage of Iraqi Political Affairs on Abu Dhabi Satellite Channel "A Survey of Iraq News in The Orbit Program", Master's Thesis. Baghdad: Baghdad University, Faculty of Media, (2006).
 - Hussein Ali Nour al-Musawi, political calls on local satellite channels, a comparative study of political calls on iraqi television channels, doctoral thesis. Baghdad: Baghdad University, Faculty of Media, (2008).
 - Louis Maalouf, upholstered in language and media. Beirut: Dar al-Mashreq, (2015).
 - Mohamed Abdel Hamid, Scientific Research in Media Studies. Cairo: The World of Books, (2000).
 - Mohammed Azhar Saeed Al-Sammak, and others, the origins of scientific research (Volume 2). Mosul: Salah al-Din University Press, (1986).
 - Mohi Mohammed Massad, how to write research and prepare for lectures (Volume 2). Cairo: The Office of the Modern Arab, (2000).
 - Omar Anad Shallal, Political Career for BBC Arabic Radio Programmes, Master's Thesis. Baghdad: Baghdad University, Faculty of Media, (2006).
 - Radhi Mohammed al-Hadithi, realist of the talk shows on al-Iraqiya satellite channel. Baghdad: Baghdad University, Faculty of Media, (2005).
 - Samir Mohammed Hussein, Media Research: Studies in scientific research methods. Cairo: The World of Books, (2006).
 - Slava Farouk Al Zoghbi, Cnn's Iraq News through the Crisis of Presidential Palaces, master's thesis. Baghdad: University of Baghdad, Faculty of Arts, (1999).
 - Stephen Inzelaber, Roy Beer, and Shantou Inger, media game. (Shada Fara, Translators) Amman: Al-Bashir Publishing and Distribution House, (1999).