

تعرض طلبة الجامعة للقنوات الفضائية التلفزيونية ودورها في التأثير على سلوكهم وأدائهم الدراسي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعة العراقية

د. عبد القادر صالح معروف

كلية الإعلام / قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية

الجامعة العراقية

المقدمة...

احتلت القنوات الفضائية التلفزيونية في عالمنا الحاضر دوراً أساسياً ومهماً لدى مختلف فئات الجمهور نظراً لأنها تستحوذ على النسبة الكبيرة من وقته على الرغم من تعدد الأسباب التي تدفع الجمهور للتعرض للقنوات الفضائية، وأصبح الجميع أسير لهذه الشاشة الصغيرة خاصة في ظل وفرة الأطباق الفضائية وتنوع أحجامها وأقمارها مما جعلها متاحة للجميع وبأسعار مناسبة توفر الفرصة لجميع فئات الجمهور ومستوياته الاقتصادية من اقتناء بل دفع بعض العوائل إلى شراء أكثر من طبق فضائي داخل العائلة الواحدة وينطبق ذلك على العديد من المجتمعات الأخرى في عالمنا العربي في ظل الاهتمام والرغبة لمتابعة مجريات الأحداث حولها على جميع الأصعدة، لاسيما توفر هذا التنوع الواسع للبرامج الإعلامية في عصر الحدود المفتوحة وانحسار دور حارس البوابة الذي كان يسيطر على ما يبث عبر شاشة التلفزيون عبر القنوات الوطنية المحلية المحدودة آنذاك، وأصبح الجمهور العربي بذاته هو الرقيب على نفسه وهي عملية قد تكون صعبة في أحيان كثيرة نظراً لضعف الإنتاج العربي المناسب الذي يمكن أن يغطي رغبات جمهوره مما يدفعه للتوجه إلى البرامج والثقافات الوافدة عبر البرامج المستنسخة أو الغربية مما انعكس ذلك على شكل تأثيرات على طبيعة وبيئة المجتمع العربي منها ما كان سلبياً ومنها إيجابياً، مما جعل لهذه الثقافات ان تصبح لدى البعض من أبناء العالم العربي خاصة منهم فئة الشباب كأنها ممارسات طبيعية يومية دون التحييص في أثارها السلبية عليهم خاصة وهم يشكلون الجزء الحيوي في بنية المجتمعات العربية.

المبحث الأول المجال المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة وفروض البحث

يعد تحديد مشكلة البحث من الأركان الأساسية في العملية البحثية وتأتي أهميتها في أنها تؤثر تأثيراً كبيراً في جميع الخطوات التي تليها، إذ تعرف مشكلة البحث بأنها موضوع يحبطه الغموض^(١)، لذا فهي تحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية وإعادة صياغتها عن طريق نتائج الدراسة ووضعها

في الإطار العلمي السليم^(٢)، فيما يعد التعرض للقنوات الفضائية التلفزيونية من أولويات اهتمام الشباب الجامعي في ظل تعدد القنوات وتنوع برامجها التي بدأت تستقطب بشكل رئيسي هذه الفئة المهمة من المجتمع، تتصدى مشكلة البحث للإجابة على الفروض الآتية:

أ. هناك علاقة بين التعرض للقنوات الفضائية التلفزيونية والتأثير على سلوك وتصرفات الطلبة اليومية.

ب. هناك علاقة بين التعرض للقنوات الفضائية التلفزيونية والتأثير على مستوى التحصيل الدراسي للطلبة.

ت. هناك علاقة بين التعرض للقنوات الفضائية التلفزيونية والتأثير على علاقاتهم مع الأسرة.

ث. هناك علاقة بين التعرض للقنوات الفضائية التلفزيونية والتأثير باكتساب عادات اجتماعية جديدة.

ثانياً: أهمية البحث

أ- أهمية البحث للعلم: تعد هذه الدراسة من بحوث الجمهور التي تسعى للوقوف على مديات التأثير وقياس التغيرات التي توديعها وسائل الإعلام على الجمهور بين مدة وأخرى لذا يساعد البحث المختصين في قياس مدى تأثير فئة الطلبة في سلوكهم وعاداتهم اليومية ومستواهم الدراسي بما يؤمن وضع المعالجات المناسبة وتشخيصها بشكل دقيق في ضوء أهمية هذه الشريحة من المجتمع.

ب- أهمية البحث للمجتمع: يساعد البحث أرباب العوائل في التعرف على التغيرات السلوكية والتصرفات الجديدة التي يمكن أن تظهر على أبنائهم خاصة فئة الطلبة منهم بسبب المشاهدة والمتابعة المستمرة لوسائل الإعلام والتلفزيونية منها بشكل خاص.

ثالثاً: أهداف البحث

تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف الآتية:

أ. تحديد طبيعة ونوع البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الفضائية التلفزيونية.

ب. التعرف على حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة لمشاهدة القنوات الفضائية التلفزيونية.

ت. الوقوف على مديات التأثير الذي تتركه مشاهدات الطلبة للقنوات الفضائية التلفزيونية وانعكاسات ذلك على سلوكهم وتصرفاتهم وعاداتهم اليومية فضلاً عن دوره في التأثير على مستوياتهم الدراسية وعلاقاتهم العائلية.

ث. التعرف على عملية التقليد والمحاكاة التي تبرز لدى الطلبة من جراء تعرضهم المستمر للقنوات الفضائية التلفزيونية.

رابعاً: مجتمع البحث وعينته

تم أجراء البحث على عينة عشوائية بسيطة من طلبة الجامعة العراقية في مدينة بغداد مؤلفة من (١٣٥) طالباً وطالبة توزعت بعدد (٨١) طالباً من العدد الكلي للطلبة البالغ عددهم (١٦٦٥) طالباً من كليات الجامعة التي خضعت للبحث فيما كان عدد الطالبات (٥٤) طالبة من العدد الكلي للطالبات البالغ عددهن (١١٥٢) طالبة من الكليات التي خضعت للدراسة في ضوء أن عدد الذكور في الجامعة أكثر من عدد الإناث، وبذلك وصلت نسبة العينة المختارة (٥%) من حجم المجتمع الكلي وقد شملت العينة كليات (الآداب والبنات والإدارة والاقتصاد والقانون والشرعية وأصول الدين)، وتراوحت أعمار الطلبة الذين شملهم البحث من كلا الجنسين ما بين (١٨-٢٧) عاماً، وكان توزيع أفراد العينة حسب العمر وفق الجدول الآتي:

جدول (١) يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر

العمر	العدد		المجموع	%
	ذكور	إناث		
١٩-١٨	١١	١٦	٢٧	٢٠
٢١-٢٠	٢٧	٢٧	٥٤	٤٠
٢٣-٢٢	٢٩	١٠	٣٩	٢٨,٨
٢٥-٢٤	١٢	١	١٣	٩,٧
٢٧-٢٦	٢	-	٢	١,٥
مج الكلي	٨١	٥٤	١٣٥	١٠٠

فيما كان توزيع أفراد العينة حسب الكليات التي ضمتها الجامعة وفق الجدول الآتي:

جدول (٢) يبين توزيع أفراد العينة وفق الكليات التي ضمتها الجامعة

التخصص الدراسي	ذكور	إناث	المجموع	%
كلية القانون	١٤	٥	١٩	١٤
كلية الإدارة والاقتصاد	٥	٥	١٠	٧,٤
كلية البنات	—	٣٨	٣٨	٢٨,٢
كلية الآداب	٣٨	٢	٤٠	٢٩,٦
كلية الشريعة	٢٤	١	٢٥	١٨,٥
كلية التربية	—	٣	٣	٢,٣
مج كلي	٨١	٥٤	١٣٥	١٠٠

خامساً: منهجية البحث

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت المنهج المسحي عبر صحيفة الاستقصاء التي اعتمدت كأداة للدراسة، ويعد المنهج المسحي من المناهج التي يتلائم تطبيقه في كثير من الأحيان مع بحوث الجمهور.

سادساً: أداة البحث

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء كأداة للدراسة والتي تضمنت محورين أختص الأول منها على محور التعرض للقنوات الفضائية التلفزيونية بينما تألف الثاني من محور التأثيرات الناجمة عن تعرض طلبة الجامعة، أستخدم الباحث في صياغة الأسئلة عدة أنواع من الأسئلة منها المفتوحة والأسئلة المغلقة والأسئلة المفتوحة المغلقة وترك الباحث الفرصة للمبحوثين لإبداء آرائهم وأفكارهم في بعض الأحيان.

سادساً: المجال الزمني والمكاني للبحث

أ- المجال الزمني: شمل المجال الزمني للبحث توزيع الاستثمارات على المبحوثين خلال الفصل الثاني من العام الدراسي ٢٠٠٩-٢٠١٠.

ب- المجال المكاني: المجال المكاني كانت هي القاعات الدراسية في كليات الجامعة العراقية التي يتواجد فيها الطلبة والطالبات.

سابعاً: التعريفات الإجرائية لمفاهيم البحث

أ. **التعرض:** هي عملية مقصودة أو عرضية يقوم بها الأفراد لغرض الإطلاع على ما تبثه أو تنشره وسائل الإعلام المختلفة «المقروءة والمرئية والمسموعة» التي تستغرق وقتاً من الزمن، وذلك لإشباع حاجات إنسانية معينة تتعلق برغبات واهتمامات هؤلاء الأفراد تجاه القضايا المختلفة.

ب. **التأثير:** هي التصرفات السلوكية أو الانطباعات الجديدة التي تشكلت لدى الجمهور الناجمة عن عمليات المشاهدة المستمرة للقنوات التلفزيونية والتي تنعكس سلباً أو إيجاباً على حياتهم اليومية وعلاقاتهم بالآخرين.

ثامناً: دراسات سابقة

أ- **دراسة خلود إبراهيم القرعان^(٣):** تعد من بحوث الجمهور شملت العينة (١٥٠٠) طالب وطالبة موزعين على خمس جامعات أردنية استخدمت المنهج المسحي والأداة استمارة الإستبانة وقد توصلت الدراسة بأن وسائل الاتصال الحديثة منها التلفاز أثرت على قيم التعلم وقيم العمل والقيم الدينية وقيم الاستهلاك حيث ثبت أن الطلبة يتجهون في حياتهم الى تقليد الحياة الغربية بأبعادها المختلفة.

ب- **دراسة أياد البكري^(٤):** توصل الباحث في دراسته إلى أن للمحطات الفضائية العديد من التأثيرات السلبية والإيجابية في الوطن العربي منها تأثيرات محتملة على المستوى الاتصالي حيث شملت انعكاسات الثورة التكنولوجية في ميدان الاتصالات جميع مراحل الاتصال، مما أدى إلى تغيير ظروف العمل، وهيكلية برامج الإنتاج بجميع مراحله، ومساحة التغطية في الزمان والمكان. وتأثيرات محتملة على المستوى السياسي خصوصاً وأن البث التلفزيوني الفضائي قد ألغى الحدود والمسافات، وبالتالي فإن الإرباك الذي تنذر به المحطات الفضائية هو سياسي بالدرجة الأساسية، وأن الفرصة أصبحت مهيأة لتتحكم الدول المتقدمة في الدول النامية عن طريق الاستخدام السياسي لهذا البث بما

يمكنها من التأثير في الرأي العام في الدول المستهدفة عن طريق إعلامهما وتغيير اتجاهاتهم وبالتالي التأثير على حكوماتهم بالشكل الذي يكرس في الأذهان الأنموذج الغربي في مختلف المجالات، ومنها السياسي على وجه الخصوص، من أجل سلب إرادة تلك الشعوب، والقضاء على أي نوع من أنواع المقاومة لديها، بعد أن يتم تضليل المشاهد سياسياً، وزرع اليأس فيه، وأما بالنسبة للتأثيرات المحتملة على المستوى الثقافي فهي ستتعاظم نتيجة لدخول توابع الاتصال إلى الميدان الثقافي في المستقبل، ذلك أن البرامج التي تبث عن طريق المحطات الفضائية قد نقلت من الرقابة، الأمر الذي سيؤدي إلى تعرض العالم لغزو مستديم وشامل من ثقافة الكترونية آتية من فضاء لا حدود له، الذي تتمثل مشكلاته بتدفق المعلومات غير المنتقاة، والترويج للأفكار الغربية، وتعزيز الهيمنة والتبعية للدول المتقدمة.

المبحث الثاني المجال النظري للبحث

أولاً: الاتصال الجماهيري Mass Communication

هي عملية تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية وتتميز بقدرتها على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال تصلهم الرسالة في اللحظة نفسها وبسرعة فائقة مع قدرتها على خلق رأي عام، وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً وقدرتها على نقل الأفكار والمعارف والترفيه^(٥).

ثانياً: الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام

تشغل وسائل الإعلام في وقتنا الحالي وظيفة أساسية في حياة المجتمعات المختلفة بسبب توسعها وتواجدها الكثيف وسهولة التعامل معها من قبل الجمهور فضلاً عن التعقيدات والصعوبات اليومية التي ألقت بكاهلها على الأفراد والتي تدفع قسماً منهم إلى وسائل الإعلام للهروب من الواقع أحياناً خاصة في ظل تزايد الأزمات الاقتصادية والمعاشية اليومية، بالإضافة إلى ذلك أضحت وسائل الإعلام بمثابة الوعاء الكبير الذي يحوي كل ما يحتاجه

الأفراد من تسليية وثقافة وتعليم وإطلاع مباشر وسريع على ما يجري حولنا من أحداث وأخبار في العالم، وفي ضوء ذلك يمكن تقسيم الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام للمجتمع ووفقاً لما يأتي:

أ- **وظيفة الإعلام والإخبار** تشمل عملية جمع ومعالجة الأخبار ونشر الرسائل والبيانات والصور والحقائق والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل تزويد الجمهور حول الظروف الشخصية والبيئية والمحلية والدولية، مما يدفع إلى التصرف تجاهها بمعرفة ودراية للوصول إلى وضع يمكن من خلاله اتخاذ القرارات الصائبة حول مختلف القضايا^(٦).

ب- **وظيفة تحديث المجتمع** تسهم وسائل الإعلام بعملية تحديث وانتشار المعرفة في المجتمع وتنمية القواعد والقوانين الجديدة وبذلك فإنه يقوم بدفع عملية التنمية والتبشير بالتعبير والتدريب على اكتساب المهارات وتهيئة الأجواء الملائمة للمناقشة والحوار بحيث يكون الاتصال بين القيادة والجمهور اتصالاً متبادلاً لتكوين الرأي العام السليم^(٧).

ت- **وظيفة التعليم والتنشئة الاجتماعية** يدخل في إطار هذه الوظيفة إكساب الأفراد المهارات الاجتماعية وتعريفه بالخصائص الثقافية للمجتمع، والتأكيد عليها منذ الصغر وخلال مراحل حياته حتى يتم تحقيق التماسك الاجتماعي والإجماع حول الرموز والأهداف الوطنية، وكذلك التمسك بالعادات والتقاليد والقيم الاجتماعية التي تهدد هوية المجتمع وتجعل الفرد يكتسب هذه الهوية^(٨).

ث- **وظيفة الترفيه والتسليية** تساعد وسائل الإعلام جمهورها المختلف على الترفيه وتمضية وقت الفراغ بطريقة مفيدة كما أنها تساعد أحياناً على الهروب من روتين الحياة ومن المشكلات اليومية بقضاء وقت ممتع أمام الأجهزة الإعلامية المختلفة أو بسماع الموسيقى والأغاني مما يساعد على تنمية المواهب والهوايات المختلفة بين أفراد الجمهور^(٩)، ويعد التلفزيون ملاذاً للهروب عبر كوميديات المواقف الهزلية التي يقدمها وبرامج العنف والمغامرات، وأنواعاً مماثلة من المواد قليلة القيمة الاجتماعية أو الجمالية لأن هذه البرامج سطحية ولا تتناول قضايا جادة أو مهمة، ويستهلك الجمهور كميات كبيرة من هذه المواد، وحتى البرامج الإخبارية المقدمة الآن طغت عليها الحاجة إلى

الترفيه من قبل الجمهور مقارنة بالقضايا الجادة التي كان يقدمها التلفزيون في الثلاثين سنة الماضية^(١٠).

ثالثاً: التأثير الاتصالي للتلفزيون على الجمهور

إن أهم ما يميز التلفزيون عن باقي وسائل الإعلام هو اعتماده على حاسة البصر بالدرجة الأولى إلى جانب حاسة السمع، وعن طريق حاسة البصر يكتسب الإنسان ثمانية أعشار معلوماته، كما أن استيعاب المرء للمعلومات يزداد بنسبة ٣٥% عند استخدام الصورة والصوت في وقت واحد، كما تطول مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات بنسبة ٥٥%^(١١)، كما أن ما يميز التلفزيون عن وسائل الإعلام الأخرى هو قدرته على أحداث تأثير أدماني على متابعيه إذ أصبح جزءاً من حياة المشاهد يفقده إذا لم يكن موجوداً بل أن كثيراً من المشاهدين يتركونه يعمل حتى وأن لم يكونوا يتابعون ما يعرض فقط لأن إيقافه يجعلهم يحسون بهدوء غير مرغوب وتشغيله يذهب الوحشة من الغرفة أو المنزل، وتُضح أيضاً أن عدد ساعات المشاهدة للجمهور تتزايد تدريجياً لتصل إلى مستوى معين لا تقل عنه بعد ذلك^(١٢)، وتهدف محطات التلفزيون إلى جذب المشاهد والاحتفاظ به حتى يظل متابعاً لبرامجها على مدار اليوم ولذلك تعمل هذه المحطات على تقديم نوعيات مختلفة من البرامج والمضامين تتفق مع حاجات ورغبات الجمهور المشاهد^(١٣)، وبدأت وسائل الإعلام تلعب دوراً في التأثير على الاستخدامات اللغوية لبعض فئات الشباب خاصة ما يتعلق منها بالمسلسلات الاجتماعية المدبلجة الوافدة فعندما يتم استخدام كلمات ومصطلحات وتعبيرات لغوية جديدة في شتى وسائل الإعلام وتصبح النمط اللغوي الشائع في المنتجات الإعلامية المختلفة تبدأ هنا عملية التغيير والتأثير على لغة الجمهور والمستخدمين وخاصة منهم كثفي المتابعة لوسائل الإعلام^(١٤).



المبحث الثالث

المجال الميداني للبحث ويشمل تحليل إجابات المبحوثين على أسئلة الاستمارة البحثية

أولاً: عدد الصحن أو الأطباق الفضائية التي يمتلكها المبحوثين

جدول (١) يمثل عدد الصحن أو الأطباق التي يمتلكها المبحوثين

عدد الأطباق	ذكور	%	إناث	%	المجموع الكلي	%
١	٤٩	٦٠,٥	٢٧	٥٠	٧٦	٥٦,٢
٢	٢١	٢٦	١٩	٣٥,٢	٤٠	٢٩,٦
٣	١١	١٣,٥	٨	١٤,٨	١٩	١٤,٢
المجموع الكلي	٨١	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

يتضح من خلال الجدول (١) أعلاه إن النسبة الكبيرة من المبحوثين بعدد (٧٦) بنسبة (٥٦,٢%) يمتلكون في دور سكنهم (طبق واحد)، فيما أشار باقي المبحوثين بعدد (٥٩) بنسبة (٤٣,٨%) من المبحوثين ممن يمتلكون ما بين (٢-٣) أطباق مما يشير بأن هناك اهتماماً كبيراً لديهم في متابعة البرامج التي تقدمها الفضائيات التلفزيونية وتزديداً في اقتناء هذه الصحن لرخص ثمنها وتنوع أشكالها مما دفع بالعائلة الواحدة لاقتناء أكثر من طبق لإشباع رغبات جميع أفراد العائلة.

ثانياً: أنواع الأقمار التي يستخدمها المبحوثين لمشاهدة برامج القنوات الفضائية

جدول (٢) أنواع الأقمار التي يستخدمها المبحوثين

أنواع الأقمار	ذكور	%	إناث	%	المجموع الكلي	%
عربية فقط	٦٦	٨١,٤	٤٥	٨٣,٤	١١١	٨٢,٣
عربية وأجنبية	١٥	١٨,٦	٩	١٦,٦	٢٤	١٧,٧
المجموع الكلي	٨١	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

فيما يبين جدول (٢) أعلاه تفوق الرؤوس أو الأقمار العربية التي يستخدمها المبحوثين بعدد (١١١) مبحوثاً بنسبة (٨٢,٣%)، فيما جاءت الرؤوس والأقمار العربية والأجنبية التي يستخدمها بوقت واحد بعدد (٢٤) مبحوثاً بنسبة (١٧,٧%)، ما يؤكد

اهتمامهم بمتابعة ما تبثه الأقمار العربية نظراً لاستخدامها اللغة واللهجات القريبة منهم فضلاً عن تنوع البرامج المقدمة فيها التي تغطي مختلف الأعمار.

ثالثاً: عدد ساعات المشاهدة اليومية للقنوات الفضائية التلفزيونية من قبل الباحثين.

جدول (٣) يبين عدد ساعات المشاهدة اليومية للفضائيات التلفزيونية

عدد الساعات	ذكور	%	إناث	%	المجموع الكلي	%
ساعتين	٢٩	٣٥,٨	١٩	٣٥,١	٤٨	٣٥,٥
ثلاث ساعات	٢٦	٣٢	١١	٢٠,٣	٣٧	٢٧,٤
ساعة واحدة	١١	١٣,٥	١٦	٢٩,٦	٢٧	٢٠
أربع ساعات	١٢	١٤,٩	٤	٧,٥	١٦	١١,٩
أكثر من أربع ساعات	٣	٣,٨	٤	٧,٥	٧	٥,٢
المجموع الكلي	٨١	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

يشير جدول (٣) أنفاً بأن هناك اهتماماً زمنياً للباحثين في مشاهدة الفضائيات التلفزيونية بشكل يومي، لكن هناك تباين في عدد ساعات المشاهدة فقد حصل الوقتين ما بين (ساعتين إلى ثلاث ساعات) باهتمام العدد الأكبر من الباحثين من الذكور والإناث منهم حيث وصل إلى (٨٥) مبحوثاً بنسبة (٦٢,٩%) من المجموع الكلي للباحثين فيما شكلت المشاهدة لدى الباحثين (ما بين ساعة واحدة وأكثر من أربعة ساعات يومياً) بعدد (٥٠) مبحوثاً بنسبة (٣٧,١%) وهذا يشكل نسبة لا بأس بها تؤكد أن المشاهدة أصبحت عادة اتصالية يومية مهمة للجزء الأكبر من الباحثين على الرغم من التزاماتهم الدراسية الأخرى.

رابعاً: أوقات المشاهدة المفضلة لدى الباحثين للفضائيات التلفزيونية.

جدول (٤) يبين أوقات المشاهدة المفضلة لدى الباحثين للفضائيات التلفزيونية

أوقات المشاهدة	ذكور	%	إناث	%	المجموع الكلي	%
مساءً	٧٥	٩٢,٦	٤٢	٧٧,٨	١١٧	٨٦,٨
ظهراً	٦	٧,٤٠	١١	٢٠,٤	١٧	١٢,٥
صباحاً	-	-	١	١,٨	١	٠,٧
المجموع الكلي	٨١	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

فيما كان تركيز أوقات المشاهدة المكثفة لدى المبحوثين في أوقات (المساء) أكثر من باقي الأوقات بعدد (١١٧) مبحوثاً بنسبة (٨٦,٨%) فيما لم يحظى وقتي الظهيرة والصباح سوى بعدد قليل هو (١٨) مبحوثاً بنسبة (١٣,٢%)، وهذا يؤكد بأن ساعات المساء المفضلة والتي يمكن أن تكون وقتاً مناسباً بسبب ارتباط المبحوثين عادة في التوقيتين الآخرين بالدوام الرسمي للجامعة، وعادة ما يشكل التوقيت المسائي وقت راحة وتواجد أغلب الجمهور في دورهم السكنية مما يشكل فرصة كبيرة للقائمين على الفضائيات لتقديم البرامج التي تحظى باهتمام الغالبية العظمى من الجمهور وتقع فيها ساعات الذروة في المشاهدة.

خامساً: طريقة المشاهدة المفضلة للمبحوثين للقنوات الفضائية التلفزيونية.

جدول (٥) يوضح طريقة المشاهدة المفضلة للمبحوثين للقنوات الفضائية التلفزيونية

تفضيل المشاهدة	ذكور	%	إناث	%	المجموع الكلي	%
أشاهدها مع أفراد عائلتي	٤٢	٥١,٨	٣٨	٧٠,٤	٨٠	٥٩,٢
أشاهدها لوحدي	٢٩	٣٥,٨	١٦	٢٩,٦	٤٥	٣٣,٤
أشاهدها مع أصدقائي	١٠	١٢,٤	—	—	١٠	٧,٤
المجموع الكلي	٨١	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

يوضح الجدول (٥) أعلاه بأن قسماً من المبحوثين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية التلفزيونية مع (أفراد العائلة) بعدد (٨٠) مبحوثاً بنسبة (٥٩,٢%) فيما حصل الذين يشاهدون القنوات الفضائية لوحدهم على عدد (٤٥) مبحوثاً بنسبة (٣٣,٤%) فيما جاء خيار المشاهدة مع الأصدقاء بعدد (١٠) مبحوثاً بنسبة (٧,٤%) وهذا يؤكد بأن المبحوثين الذين يشاهدون لوحدهم ومع أصدقائهم يصلون بنسبة (٤٠,٨%) من عدد المبحوثين مما يدل بأنهم قد انفصلوا عن العائلة للمشاهدة لوحدهم وهذا قد يؤثر على بنية العلاقات الاجتماعية.

سادساً: كيفية التحكم في اختيار ما يشاهده المبحوثين من برامج الفضائيات التلفزيونية.

جدول (٦) يبين كيفية التحكم في اختيار ما يشاهده المبحوثين من برامج الفضائيات

التلفزيونية

طريقة التحكم	ذكور	%	إناث	%	المجموع الكلي	%
العائلة تتحكم	٣٣	٤٠,٧	٤٠	٧٤,١	٧٣	٥٤,١
أتحكم أنا	٤٨	٥٩,٣	١٤	٢٥,٩	٦٢	٤٥,٩
المجموع الكلي	٨١	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

يوضح الجدول (٦) أنفاً حصول تحكم العائلة في مشاهدة المبحوثين لبرامج القنوات الفضائية التلفزيونية بعدد (٧٣) مبحوثاً بنسبة (٥٤,١%) فيما كان تحكم المبحوثين بأنفسهم بعدد (٦٢) مبحوثاً بنسبة (٤٥,٩%)، فقيما يتعلق بتفوق تحكم العائلة يرجع بشكل رئيسي بأن نسبة كبيرة من المبحوثين ممن تمتلك عوائلهم جهاز تلفزيون وطبق واحد، فيما يؤكد تحكم المبحوثين بالمشاهدة بأنفسهم بهذه النسبة يؤكد تزايد عدد المبحوثين في تفصيل المشاهدة الذاتية والتي عادة ما تنعكس بشكل كبير بسبب تعدد أجهزة التلفزيون والأقمار المستخدمة داخل العائلة وقد ينعكس على وجود تعدد للرغبات مما يتفق مع الجدول السابق في الدعوة لتفعيل حالة الانتشار العائلي لدى المبحوثين.

سابعاً: جنسية القنوات الفضائية التلفزيونية الأكثر تفضيلاً لدى المبحوثين

جدول (٧) يوضح جنسية القنوات المفضلة لدى المبحوثين

القنوات	ذكور	%	إناث	%	المجموع الكلي	%
العربية	٤٧	٥٨	٤١	٧٥,٩	٨٨	٦٥,١
العربية والأجنبية	٣٣	٤٠,٧	١٢	٢٢,٣	٤٥	٣٣,٥
الأجنبية	١	١,٣	١	١,٨	٢	١,٤
المجموع الكلي	٨١	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

يبين الجدول (٧) حصول جنسيات القنوات العربية التلفزيونية الفضائية على نسبة تفضيل عالية بعدد (٨٨) مبحوثاً بنسبة (٦٥,١%) كون برامجهما باللغة العربية المألوفة لأغلبية المبحوثين فضلاً عن أن برامجهما تكون أكثر قرباً من اهتمامات ومشاكل المبحوثين، وتؤكد إجابات المبحوثين على ما جاء في جدول (٢) أنفاً والتي أكدت على اهتمام

المبحوثين في اقتناء الأقمار العربية بشكل أكبر من الأقمار الأخرى، فيما حصل تفضيل متابعة القنوات العربية والأجنبية معاً بعدد (٤٥) مبحوثاً بنسبة (٣٣,٥%) مما يشير بأن هؤلاء المبحوثين كانوا يفضلون مشاهدة من خلال جهاز تلفزيوني واحد يحمل أكثر من قمر يمكنهم من خلاله مشاهدة القنوات العربية والأجنبية في وقت واحد، فيما جاء أخيراً عدد المبحوثين الذين اختاروا تفضيل جنسية القنوات الأجنبية عدد (٢) مبحوثاً فقط بنسبة (١,٤%) وهذا يشير إلى ضعف الاهتمام بهذه القنوات لوحدها نظراً لأنها تبث باللغات الأجنبية التي ربما لا يجيدها المبحوثين مما قد يجدوا صعوبة في التواصل معها.

ثامناً : البرامج المفضلة للمبحوثين في القنوات الفضائية التلفزيونية .

جدول (٨) يوضح البرامج المفضلة للمبحوثين في القنوات الفضائية التلفزيونية

البرامج المفضلة	ذكور	%	إناث	%	المجموع الكلي	%
البرامج الدينية	١٥	١٨,٥	١٧	٣١,٥	٣٢	٢٣,٧
الأفلام العربية والأجنبية	١٨	٢٢,٣	١١	٢٠,٤	٢٩	٢١,٤
الأخبار السياسية	٢١	٢٥,٩	٤	٧,٤	٢٥	١٨,٥
المسلسلات الاجتماعية	٥	٦,٢	١٨	٣٣,٣	٢٣	١٧,١
البرامج العلمية	١٠	١٢,٣	٤	٧,٤	١٤	١٠,٤
الأحداث الرياضية	١٢	١٤,٨	—	—	١٢	٨,٩
المجموع الكلي	٨١	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

يبين جدول (٨) أنفاً حصول البرامج الدينية على المرتبة الأولى من بين البرامج التي كان يفضلها المبحوثين بعدد (٣٢) مبحوثاً بنسبة (٢٣,٧%) حيث تفوق جنس الإناث على الذكور في هذا المجال وهذا ينعكس بشكل أساسي على اهتمامات المبحوثين نظراً لوجود العديد منهم من الذين يتخصصون بالجانب الديني والتي قد تتعلق هذه البرامج بموادهم الدراسية، فيما كان للأفلام العربية والأجنبية التسلسل الثاني في سياق المراتب بين البرامج المفضلة لدى المبحوثين بعدد (٢٩) بنسبة (٢١,٤%) وتفوق اهتمام الذكور فيه على الإناث من المبحوثين، فيما جاءت الأخبار السياسية بعدد (٢٥) مبحوثاً بنسبة (١٨,٥%) ويتفوق كبير للذكور على أعداد الإناث من المبحوثين ما يؤكد اهتمامهم بشكل أساسي سيما الاهتمام بالقضايا السياسية، وحصلت المسلسلات الاجتماعية بالاهتمام الرابع لدى المبحوثين

وبتفوق أعداد الإناث بشكل كبير على الذكور مما يدل على اهتمامهم كونها تناقش القضايا الاجتماعية التي يشكلن فيها عادة المحور الاجتماعي المهم فيها، فيما جاءت البرامج العلمية والرياضية بالمراتب الأخيرة في التفضيل لدى المبحوثين ويتفوق واضح لأعداد الذكور على الإناث ما يؤكد ضعف الاهتمام بالرياضة وممارستها بالنسبة للإناث بالقياس للذكور في العراق وفي عالمنا العربي بشكل عام.

تاسعاً: أسباب متابعة المبحوثين للبرامج في القنوات الفضائية التلفزيونية.

جدول (٩) يوضح الأسباب التي دعت المبحوثين لمتابعة البرامج في القنوات الفضائية

التلفزيونية

الأسباب	ذكور	%	إناث	%	المجموع الكلي	%
لأنها ممتعة ومسلية.	١٦	١٩,٨	١٢	٢٢,٢	٢٨	٢٠,٧
متابعة الوضع السياسي الراهن.	٢١	٢٥,٩	٤	٧,٥	٢٥	١٨,٥
للتفقه بأمور الدين.	١٣	١٦	١٢	٢٢,٢	٢٥	١٨,٥
للاطلاع والاستفادة والتعلم.	١٠	١٢,٤	٧	١٢,٩	١٧	١٢,٥
لأنها تتحدث عن وقائع اجتماعية مفيدة.	٢	٢,٥	١٣	٢٤,١	١٥	١١,٢
زيادة الثقافة العامة.	٨	٩,٨	٦	١١,١	١٤	١٠,٤
الاهتمام بمتابعة الرياضة	١١	١٣,٦	—	—	١١	٨,٢
المجموع الكلي	٨١	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

يوضح الجدول (٩) أعلاه بأن الأسباب الأساسية التي دعت المبحوثين لمتابعة

برامج القنوات الفضائية التلفزيونية هي (لأنها ممتعة ومسلية) حيث حصلت على عدد (٢٨) مبحوثاً بنسبة (٢٠,٧%) وتعد هذه من الوظائف الرئيسة التي يقدمها التلفزيون للجمهور حيث يهرب الكثير من الجمهور لغرض الاستمتاع والتسلية ببرامج التلفزيون للتخلص من ضغوطات الحياة المعاصرة وتنوع البرامج المقدمة فيها، فيما بدت (متابعة الوضع السياسي الراهن) من الأسباب الرئيسة الأخرى للمبحوثين حيث حصلت على عدد (٢٥) مبحوثاً بنسبة (١٨,٥%) وذلك لمتابعة تطورات الأوضاع والتحديات في المشهد العراقي الذي لازال

متأزماً، فيما جاء السبب (التفقه بأمر الدين) بالمرتبة ذاتها التي حصل عليها الجانب السياسي مما يؤكد اهتمام المبحوثين ممن يدرسون التخصصات الدينية بشكل كبير بهذا السبب وبما ينعكس إيجاباً على اهتماماتهم الدراسية، فيما حصل السبب «الاطلاع والاستفادة والتعلم» على نسبة جيدة من اهتمام المبحوثين وهذا هو أحد الوظائف الرئيسة أيضاً التي تسعى لتحقيقها وسائل الإعلام للجمهور، فيما جاءت «لأنها تتحدث عن وقائع اجتماعية مفيدة» بالمرتبة التالية وهذا ينعكس على اهتمام الإناث بشكل كبير كما جاء في الفقرة السابقة في أتمامهم بمتابعة المسلسلات الاجتماعية والتي تحقق ربما فائدة في استخلاص الدروس والعبر من هذه المسلسلات، فيما جاءت الأسباب الاهتمام بالثقافة العامة ومتابعة الرياضة في المراتب الأخيرة مما يؤكد اختيارهم في الجدول السابق الذي تبين فيه ضعف اهتمام هذه الشريحة من المبحوثين بالرياضة بشكل كبير قياساً للأسباب الأخرى.

عاشراً: مدى تأثر المظهر الخارجي للمبحوثين من ملابس وقصات شعر ببرامج الفضائيات التلفزيونية.

جدول (١٠) يوضح مدى تأثر المظهر الخارجي للمبحوثين ببرامج القنوات الفضائية التلفزيونية

مدى التأثير	ذكور	%	إناث	%	المجموع الكلي	%
لا أبداً	٦٣	٧٧,٨	١٠	١٨,٦	٧٣	٥٤
أحياناً	١٧	٢٠,٩	٤٢	٧٧,٧	٥٩	٤٣,٧
دائماً	١	١,٣	٢	٣,٧	٣	٢,٣
المجموع الكلي	٨١	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

يبين الجدول أعلاه وجود حالة تأثر للمظهر الخارجي للمبحوثين ببرامج القنوات الفضائية حيث حصل التأثير (أحياناً) بعدد (٥٩) مبحوثاً بنسبة (٤٣,٧%) والتأثر (دائماً) بعدد (٣) مبحوثاً بنسبة (٢,٣%) فيما كانت اجابات (لا أبداً) بعدد (٧٣) مبحوثاً بنسبة (٥٤%) ومن خلال مراجعة النسب نجد بأن نسبة من يتأثر أحياناً ودائماً وصلت الى (٤٦%) من نسبة حجم العينة الكلية مع العرض أن النسبة الكبيرة من طلبة الجامعة العراقية هم من تخصصات دينية، وذلك ما يؤكد وجود نسبة لا بأس بها من ناحية التأثير لدى

المبحوثين ببرامج القنوات الفضائية ما بدى يؤثر على تصرفاتهم واهتماماتهم اليومية من خلال ارتداء الملابس وقصات الشعر وهذا عادة ينعكس على اعتماد المبحوثين على برامج التلفزيون كوسيلة يستخدمها لتقليد ما يشاهده فيها فيما يتعلق بحياتهم اليومية الخاصة ، ومن الواضح أيضاً أن نسبة التأثير لدى الإناث في الخيارين (أحياناً) و(دائماً) كان أكثر من الذكور في الجدول أعلاه.

أحد عشر: تأثير الإعلانات التلفزيونية على تحفيز المبحوثين لشراء الحاجات المعلن عنها .

جدول (١١) يبين تأثير الإعلانات التلفزيونية على تحفيز المبحوثين لشراء الحاجات

المعلن عنها

مدى التحفيز	ذكور	%	إناث	%	المجموع الكلي	%
لا أبداً	٤٣	٥٣	٢٥	٤٦,٣	٦٨	٥٠,٣
أحياناً	٣٧	٤٥,٧	٢٧	٥٠	٦٤	٤٧,٤
دائماً	١	١,٣	٢	٣,٧	٣	٢,٣
المجموع الكلي	٨١	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

يوضح الجدول (١١) أعلاه وجود للمبحوثين تأثير في الإعلانات عبر الخيارين (أحياناً) و(دائماً) بعدد (٦٧) مبحوثاً بنسبة وصلت إلى (٤٩,٧%) مقارنة إلى غير المتأثرين من المبحوثين لتؤكد هذه النسبة أن التأثير من الإعلانات حاصل عند المبحوثين ونسبة التأثير لدى الإناث أعلى من الذكور إذا ما كان قياسنا عدد المبحوثات المسجلات من الإناث الكلي قياساً لإعداد الذكور الكلي، فيما كانت أجابات المبحوثين على خيار (لا أبداً) عدم تأثير الإعلانات التلفزيونية في تحفيز المبحوثين لشراء المواد المعلن عنها بعدد (٦٨) مبحوثاً بنسبة (٥٠,٣%).



أثنا عشر: مدى تأثير مشاهدة الفضائيات التلفزيونية على انخفاض المستوى الدراسي للمبحوثين.

جدول (١٢) يوضح مدى تأثير مشاهدة الفضائيات التلفزيونية على انخفاض المستوى

الدراسي للمبحوثين

مدى التأثير	ذكور	%	إناث	%	المجموع الكلي	%
لا أبداً	٤٨	٥٩,٣	٧	١٢,٩	٥٥	٤٠,٧
أحياناً	٢٢	٢٧,٢	٣٢	٥٩,٣	٥٤	٤٠
دائماً	١١	١٣,٥	١٥	٢٧,٨	٢٦	١٩,٣
المجموع الكلي	٨١	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

يبين الجدول (١٢) أعلاه سجل عدد المبحوثين الذين أنخفض مستواهم الدراسي في الخيارين (أحياناً) و (دائماً) بعدد (٨٠) مبحوثاً بنسبة (٥٩,٣%) وكانت نسبة التأثير عند الإناث أكثر من الذكور، وهذا يعطي حقيقة بأن القنوات الفضائية التلفزيونية أثرت سلباً على انخفاض المستوى الدراسي بسبب الانشغال بالمشاهدة المستمرة لدى المبحوثين عدم تأثير مشاهدة القنوات الفضائية التلفزيونية على انخفاض المستوى الدراسي للمبحوثين، فيما جاءت إجابات المبحوثين بعدم التأثير في خيار (لا أبداً) بعدد (٥٥) مبحوثاً منهم بنسبة (٤٠,٧%).

ثلاثة عشر: مدى تأثير مشاهدة الفضائيات التلفزيونية على تأخر نهوض المبحوثين صباحاً

جدول (١٣) يوضح مدى تأثير مشاهدة الفضائيات التلفزيونية على تأخر النهوض

الصباحي للمبحوثين

مدى التأثير	ذكور	%	إناث	%	المجموع الكلي	%
لا أبداً	٤١	٥٠,٦	٣٤	٤١,٩	٧٥	٥٥,٥
أحياناً	٣٥	٤٣,٢	١٥	٢٧,٨	٥٠	٣٧,١
دائماً	٥	٦,٢	٥	٩,٣	١٠	٧,٤
المجموع الكلي	٨١	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

في ظل وجود التزام لدى المبحوثين بساعات دراسة جامعية والتي عادة ماتبدأ في الساعة الثامنة صباحاً يومياً لأغلبية أفراد العينة، ففي ضوء ذلك يوضح الجدول (١٣) بأن عدد المبحوثين الذين لم يتأثروا بالنهوض الصباحي بسبب مشاهدة القنوات الفضائية وصل

عدهم إلى (٧٥) مبحثاً بنسبة (٥٥,٥%) وتفق عدد الذكور عن الإناث، فيما وصل عدد المبحثين الذين يتأثرون في الخيارين (أحياناً) و(دائماً) بعدد (٦٠) مبحثاً بنسبة (٤٤,٥%) وتفق الذكور فيها أيضاً على الإناث، مما يشير بأن هناك نسبة ليست بالقليلة من العينة البحثية التي تتأثر في النهوض الصباحي جراء مشاهدة القنوات الفضائية التلفزيونية.

أربعة عشر: مدى تأثير مشاهدة الفضائيات التلفزيونية على المبحثين في التحدث مع أفراد عوائلهم.

جدول (١٤) يوضح مدى تأثير مشاهدة الفضائيات التلفزيونية على المبحثين في التحدث

مع عوائلهم

مدى التأثير	ذكور	%	إناث	%	المجموع الكلي	%
لا أبداً	٦٣	٧٧,٧	٤٣	٧٩,٦	١٠٦	٧٨,٥
أحياناً	١٧	٢٠,٩	٩	١٦,٦	٢٦	١٩,٣
دائماً	١	١,٤	٢	٣,٨	٣	٢,٢
المجموع الكلي	٨١	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

يبين الجدول (١٤) أعلاه بعدم تأثر المبحثين في التحدث مع عوائلهم جراء مشاهدتهم للقنوات الفضائية التلفزيونية بعدد (١٠٦) مبحثاً بنسبة (٧٨,٥%) مما يؤكد على حرص المبحثين باستمرار التواصل الاجتماعي مع العائلة بعيداً عن تأثيرات مشاهدتهم للقنوات الفضائية التلفزيونية، فيما كان هناك وجود للتأثير لدى المبحثين في الخيارين (أحياناً) و(دائماً) بعدد (٢٩) مبحثاً بنسبة (٢١,٥%) وهذا يشير إلى وجود حالات من الاندماج الكامل للأجواء التي تقدمها هذه القنوات الفضائية بحيث يدفع المبحثين لعدم التحدث بشكل نهائي مع العائلة وهذا ما يفقد الترابط الأسري أحياناً ويؤدي ذلك أيضاً إلى أضعاف العلاقة العائلية بين المبحثين وذويهم.



خمس عشر: مدى تأثر المبحوثين بالتحدث باللهجات والكلمات التي يتحدث بها العاملون في برامج الفضائيات التلفزيونية المختلفة.

جدول (١٥) يبين تأثر المبحوثين باللهجات والكلمات التي يتحدث بها العاملون في برامج الفضائيات التلفزيونية

مدى التأثير	ذكور	%	إناث	%	المجموع الكلي	%
لا أبداً	٥٢	٦٤,٢	٤٠	٧٤,١	٩٢	٦٨,٢
أحياناً	٢٦	٣٢	١٤	٢٥,٩	٤٠	٢٩,٦
دائماً	٣	٣,٨	-	-	٣	٢,٢
المجموع الكلي	٨١	١٠٠	٥٤	١٠٠	١٣٥	١٠٠

يوضح جدول (١٥) أن الخيارين (أحياناً و دائماً) وجود حالات للتأثر لدى بعض المبحوثين بعدد (٤٣) مبحوثاً بنسبة (٣١,٨%) من خلال تبادل الأحاديث مع الآخرين من خلال محاولة تقليد وترديد الكلمات واللهجات التي يسمعونها المبحوثين في برامج الفضائيات التلفزيونية وهذا عادة ما يترك آثاراً سلبية في أحياناً كثيرة على لغتهم العربية الأم ولهجاتهم المحلية الذين تعودوا التحدث بها، فيما وصل نسبة عدم التأثر لدى المبحوثين في التحدث باللهجات والكلمات التي يتحدث بها العاملون في برامج الفضائيات التلفزيونية المختلفة بعدد (٩٢) مبحوثاً بنسبة (٦٨,٢%)، فعلى الرغم من هذه النسبة يرى الباحث بأن وجود نسبة (٣١,٨%) لا بأس بها من المبحوثين تتأثر بعملية التحدث وترديد الكلمات التي يسمعونها المبحوثين في برامج الفضائيات التلفزيونية في ظل عملية الغزو الثقافي والفكري.

الاستنتاجات

في ضوء ما تقدم توصل البحث إلى الاستنتاجات الآتية:

- أ- ظهر وجود علاقة بين التعرض للقنوات الفضائية التلفزيونية والتأثير على سلوك وتصرفات المبحوثين اليومية من خلال التأثر في المظهر الخارجي من ناحية قصات الشعر وارتداء الملابس، وهذا عادة يحدث لديهم حالة من التقليد لدى المبحوثين بعيداً عن بعض العادات والتقاليد التي يتمتع بها المجتمع العربي.

ب- كما تبين بأن هناك علاقة بين التعرض للقنوات الفضائية التلفزيونية والتأثير على مستوى التحصيل الدراسي للمبحوثين حيث ظهر وجود تأثير سلبي لدى الغالبية منهم في هذا المجال، وقد توضح ذلك أيضاً من ارتفاع ساعات المشاهدة اليومية لهم للقنوات الفضائية التلفزيونية مما أنعكس أحياناً على تأخر نهوضهم الصباحي ووصولهم للجامعة بسبب السهر والمتابعة المستمرة.

ت- هناك علاقة بين التعرض للقنوات الفضائية التلفزيونية والتأثير على علاقات المبحوثين مع عوائلهم من خلال وجود رغبة للبعض منهم بمشاهدة برامج القنوات الفضائية لوحدهم أو مع أصدقائهم بنسبة (٤٠%) من حجم العينة الكلي وهذا ينذر بتزايد حالات الانفصال عن العائلة فضلاً عن الابتعاد عن التحدث مع العائلة ولو بنسبة بسيطة بسبب الانشغال بمشاهدة برامج القنوات الفضائية مما قد ينعكس سلباً على بنية العلاقات الاجتماعية لدى العائلة العراقية المعروف عنها بالتماسك العائلي بشكل كبير.

ث- وجود علاقة بين التعرض للقنوات الفضائية التلفزيونية والتأثير باكتساب عادات اجتماعية جديدة منها ما ظهر بمحاولة البعض من المبحوثين في التقليد عبر التحدث باللهجات والكلمات التي يسمعوها في بعض برامج القنوات الفضائية.

ج- أظهرت وجود تأثير كبير للإعلانات على رغبات المبحوثين ودفعهم لشراء المواد المعلن عنها في برامج القنوات الفضائية، وهذا بالتأكيد يتطلب عملية أنفاق من قبلهم وبالتالي يدفع ذلك أرباب العوائل لإضافة تكاليف معاشية أخرى قد تنقل كاهلهم، لكون مصروفات المبحوثين في ظل العائلة العراقية هم من مسؤولية أرباب الأسر لأنهم ليست لديهم أية إمكانيات مادية لكون عملهم الرئيس يقتصر على التفريغ للدراسة فقط.

ح- توضح من خلال البحث أن الأسباب الرئيسة التي كانت تدفع المبحوثين لمتابعة القنوات الفضائية التلفزيونية هي لأغراض التسلية والمتعة ومتابعة الوضع السياسي وهما يعكسان الظروف الداخلية التي يمر بها المواطن العراقي التي تدفعه لمتابعة القنوات الفضائية في ظل الظروف الأمنية والسياسية الغير مستقرة والسيئة في أغلب الأحيان التي يمر بها العراق بعد الاحتلال الأمريكي في عام ٢٠٠٣.

هوامش البحث

(١) فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، الإسكندرية:

مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، ٢٠٠٢، ص ٣٥.

(٢) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠١، ص ٧٠.

(٣) خلود أبراهيم القرعان، وسائل الإعلام وأثرها على بعض قيم الطلبة الجامعيين في المجتمع الأردني، دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير من جامعة اليرموك كلية الآداب قسم الاجتماع، ٢٠٠٨ م.

(٤) أياد شاكر البكري، البث التلفزيوني الفضائي المباشر، دراسة في واقع المحطات الفضائية الدولية الواصلة إلى الوطن العربي واحتمالات تأثيرها، رسالة ماجستير - كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة بغداد، ١٩٩٤ م.

(٥) حسن عماد مكايي، الإعلام ومعالجة الأزمات، القاهرة: الدار العربية للكتاب، ٢٠٠٥، ص ٢٩.

(٦) عزام أبو الحمام، الإعلام والمجتمع، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ٩٨.

(٧) فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ٩٨.

(٨) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤، ص ٥٥.

(٩) سوزان القليني، الاتصال ووسائله ونظرياته، القاهرة: دار الفكر المعاصر، ٢٠٠٦، ص ٥٩.

(١٠) آرثر آسا بيرغر، وسائل الإعلام والمجتمع (وجهة نظر نقدية)، ترجمة: صالح خليل أبو أصبع، الكويت: عالم المعرفة، ٢٠١٢، ص ١٠٣.

(١١) فوزية فهميم، التلفزيون فن، القاهرة: دار المعارف سلسلة أقرأ العدد ٤٦٥ حزيران ١٩٨١، ص ٢١.

(١٢) فؤاد احمد الساري، وسائل الإعلام النشأة والتطور، ط١، عمان: دار أسامة، ٢٠١١، ص٣٤١.

(١٣) احمد فاروق رضوان، اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات (بحث مقدم في المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية للعلوم والإعلام)، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥، ص٣١٣.

(١٤) منال أبو الحسن، علم الاجتماع الإعلامي أساسيات وتطبيقات، القاهرة: دار النشر للجامعات، ١٩٩٧، ص١٢.

مصادر البحث

أ. الكتب العربية.

١. احمد فاروق رضوان، اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات (بحث مقدم في المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية للعلوم والإعلام)، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥.

٢. آرثر آسا بيرغر، وسائل الإعلام والمجتمع (وجهة نظر نقدية)، ترجمة: صالح خليل أبو أصبع، الكويت: عالم المعرفة، ٢٠١٢.

٣. حسن عماد مكاي، الإعلام ومعالجة الأزمات، القاهرة: الدار العربية اللبنانية، ٢٠٠٥.

٤. عزام أبو الحمام، الإعلام والمجتمع، ط١، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠.

٥. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤.

٦. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب: القاهرة، ٢٠٠١.

٧. منال أبو الحسن، علم الاجتماع الإعلامي أساسيات وتطبيقات، ط١، القاهرة: دار النشر للجامعات، ١٩٩٧.

٨. سوزان القليني، الاتصال ووسائله ونظرياته، القاهرة: دار الفكر المعاصر، ٢٠٠٦.

٩. فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠.
١٠. فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، الإسكندرية: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، ٢٠٠٢.
١١. فوزية فهميم، التلفزيون فن، القاهرة: دار المعارف سلسلة أقرأ العدد ٤٦٥ حزيران ١٩٨١.
١٢. فؤاد احمد الساري، وسائل الإعلام النشأة والتطور، ط١، عمان: دار أسامة، ٢٠١١.

ب - رسائل الماجستير:

١. خلود أبراهيم القرعان، وسائل الإعلام وأثرها على بعض قيم الطلبة الجامعيين في المجتمع الأردني، دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير من جامعة اليرموك كلية الآداب قسم الاجتماع، ٢٠٠٨م.
٢. أياد شاكر البكري، البث التلفزيوني الفضائي المباشر، دراسة في واقع المحطات الفضائية الدولية الواصلة إلى الوطن العربي واحتمالات تأثيرها، رسالة ماجستير - كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة بغداد، ١٩٩٤م.