



Dr . Suhad Adnan Globe

E-Mail :

Suhadadnan15@yahoo.com

Phone Number :

07700271079

**University of Baghdad - College of
Languages - Department of Media
and Public Relations**

Keywords:

- Exposure motives.
- Political Conversational Programs.
- Iraq Satellite Channels.
- knowledge Satisfaction.
- University Professors.

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 1 / 2 /2022

Accepted : 2 / 3 /2022

Available Online : 15 / 3 /2022

THE RELATIONSHIPS BETWEEN EXPOSING TO POLITICAL MOTIVATED CONVERSATIONAL PROGRAMS IN IRAQ SATELLITE CHANNELS AND KNOWLEDGE SATISFACTION GAINED FROM THEM A FIELD STUDY OF A SAMPLE OF UNIVERSITY PROFESSORS

A B S T R A C T

This study examines the limits of the relationship between the exposure of university professors subject to research to the political dialogue programs provided by Iraqi satellite channels and the knowledge gained through this exposure. The study chose an intentional sample of university professors in various scientific ranks from the rank of assistant teacher to the rank of professor amounting to (75) A researcher to be the field of field study that used the tools of observation, questionnaire and measurement to obtain information that achieves the goals of this study, which reached a number of conclusions, the most prominent of which are that university professors display the two topics of research for dialogue programs The political offered by Iraqi satellite channels is due to internal and external motives that affected them negatively and positively, as the relationship between the internal motives for exposure was positive with the type of program pursued by them and backward between the external motives and the type of program pursued by them.

**العلاقة بين دوافع التعرض للبرامج الحوارية
السياسية في القنوات الفضائية العراقية
والاشباعات المعرفية المتحققة منها
دراسة ميدانية لعينة من أساتذة الجامعات**

م . د . سهاد عدنان جلوب

الإيميل :

المستخلص

Suhadadnan15@yahoo.com

رقم الهاتف :

٠٧٧٠٠٢٧١٠٧٩

عنوان عمل الباحثة:

جامعة بغداد- كلية اللغات -شعبة
الاعلام والعلاقات العامة

الكلمات المفتاحية:

- دوافع التعرض.
- البرامج الحوارية السياسية.
- القنوات الفضائية العراقية.
- الاشباعات المعرفية.
- أساتذة الجامعات.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٢٠٢٢ / ٢ / ١

القبول : ٢٠٢٢ / ٣ / ٢

التوفر على الانترنت: ٢٠٢٢ / ٣ / ١٥

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام .

المقدمة : تعد البرامج الحوارية السياسية المقدمة على شاشات القنوات الفضائية أحد أشكال الفنون التلفزيونية التي يحرص الجمهور على مشاهدتها لتمتعها بالجرأة والاثارة في طرح القضايا السياسية الشائكة والتي تحتاج الى ايضاح وتفسيرات ، فقد تناولت هذه البرامج موضوعات مثيرة للجدل تصل أحيانا الى حد التقاطع بين آراء الشخصيات التي تتم استضافتها في هذه البرامج.

وازدهرت البرامج الحوارية بعد التطور الكبير الذي شهدته تكنولوجيا الاتصال ووسائلها المتمثلة بالبث الفضائي اذ أصبح باستطاعة معدي هذه البرامج ان يستضيفوا اكثر من شخصية

بغض النظر عن المكان ، وان يجمعوا بين شخصيات من بلدان مختلفة في برنامج حوارى واحد وعبر الاقمار الصناعية ، واجراء الحوار معهم ، مما يؤدي الى حصول المشاهد على الآراء والمعلومات بشكل مباشر من مصادرها الاصلية.

وتؤدي هذه الميزات التي تتمتع بها البرامج الحوارية الى زيادة تعرض الجمهور الى القنوات الفضائية التي تقدمها ، مما يتطلب دراستها منهجيا ، اذ تعد بحوث الجمهور من أبرز أنواع البحوث المهمة التي تساعد في التعرف على دوافع الجمهور وعاداته وأنماطه في التعرض لوسائل الاعلام المختلفة المرئية والمسموعة والمقروءة وكيفية استخدامه لها لاسيما وان مهمة هذه الوسائل تكمن في التعرف على حاجاته وارضاء رغباته واشباعها.

وقد تميزت القنوات الفضائية العراقية التي تبث من داخل العراق وخارجه بكثرة عدد البرامج الحوارية السياسية لتحقيق أكبر قدر ممكن من تعرض الجمهور لهذه القنوات، فقد أشار التقرير الرابع عشر الصادر من مؤسسة بيت الاعلام العراقي عند رصده لمحتوى البرامج الحوارية في (١٥) قناة فضائية عراقية خلال النصف الاول من عام ٢٠١٥ ولـ (٤٥٥) حلقة تلفزيونية من البرامج الحوارية وبنحو

(٢٥٠٢٦) دقيقة تلفزيونية ولـ (٣١٩) ضيفا توزعوا ما بين سياسيين واعضاء في مجلس النواب والحكومة وأكاديميين وصحفيين وخبراء ومحللين سياسيين وأمنيين الى ان هذه البرامج جسدت مدى الصراع الطائفي في المشهد السياسي العراقي وتهديده بالصميم للحمة النسيج المجتمعي.

ومن هنا تأتي هذه الدراسة لتبحث بصورة منهجية في دوافع التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية والوقوف على أسبابها وكيفية استخدامها لهذه القنوات والاشباعات المعرفية المتحققة منها من خلال عينة لجمهور نوعي يتمثل بأساتذة الجامعات .

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

شهد العراق بعد أحداث التغيير السياسي في ٩ - ٤ - ٢٠٠٣ والذي يمثل تاريخ الاحتلال الأمريكي له انفتاحا اعلاميا واسعا تمثل بدخول القنوات الفضائية التي بلغت اكثر من ٢٠ قناة فضائية محلية تبث من داخل العراق وخارجه تعود الى أحزاب وتيارات وشخصيات سياسية مختلفة بعد ان كانت مقتصرة على قناة فضائية واحدة تمثل نظام الحكم والدولة قبل هذا التاريخ ، وتضمنت هذه الفضائيات ضمن منهاجها العديد من البرامج الحوارية السياسية التي تحلل الوضع السياسي في العراق اذ شهد العراق بعد احداث ٩ - ٤ - ٢٠٠٣ أحداثا سياسية ساخنة ناجمة عن تغير الحياة السياسية من نظام شمولي مركزي يوجه الحياة الاجتماعية والسياسية والاعلامية باتجاه واحد الى نظام متعدد الاتجاهات ومنها الاتجاهات الاعلامية .

وفد حظيت هذه القنوات الفضائية عند انطلاقتها لأول مرة وعبر برامجها الحوارية بتعرض الجمهور لها لإشباع حاجاته المعرفية والنفسية ، وهنا تكمن مشكلة البحث في محاولة التعرف على

الدوافع الأساسية التي تحرك تعرض المبحوثين من أساتذة الجامعات للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية وعلاقتها بالاشباعات المعرفية المتحققة منها .

ولأن دراسة الجمهور ومعرفة سماته أو خصائصه العامة تُعدّ جانباً مهماً من أية دراسة تتناول سلوك الجمهور إزاء وسائل الإعلام، لكونها تعد ركناً أساسياً في عملية الاتصال الجماهيري، فإن الهدف من أية عملية اتصال هو تحقيق غايات معينة لدى الجمهور، ومحاولة إستمالة عاطفية أو المنطقية أو كليهما معاً، ومن ثم كسب رضاه بشأن محتوى الاتصال، حتى يمكن القول بعد ذلك إن الاتصال نجح في تحقيق أهدافه، بل إن الوصول إلى الجمهور يفترض أن يكون هدفاً بحد ذاته يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقه، فمن غير المُجدي أن يرسل القائم بالاتصال رسائل لن يكثر لها الجمهور، أو إنه لن يتلقاها أصلاً، لكونها لا تلبي حاجاته أو إنها بعيدة عن توجهاته^(١) .

ومنذ العام ٢٠٠٣، وتحديدًا المدة التي أعقبت احتلال العراق دأب الباحثون كلٌّ في تخصصه ومجاله، على دراسة وبحث متغيرات الواقع الجديد، وتأثيراته المباشرة وغير المباشرة في بيئة المجتمع العراقي، وسلوك أفراد المجتمع، واتجاهاته إزاء القيم الجديدة التي أفرزتها متغيرات وأوضاع المرحلة ما بعد العام ٢٠٠٣، وكان من بينها موقف الجمهور إزاء وسائل الإعلام بعدّها أداة من أدوات العدة الأيديولوجية للدولة، وعليه فإن تحديد المشكلة هي من المسائل الجوهرية في مختلف أنواع البحوث ومجالاتها ذلك أن اكتشاف مشكلة جديدة بالبحث يحتاج إلى صبر وروية، كما إنه يحتاج إلى دقة متناهية لما لذلك من أثر في خطوات البحث جميعها سواء كانت إجرائية أم ميدانية^(٢) . ويمكن أن تكون مشكلة البحث عبارة عن موقف غامض أو قضية أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية وإعادة صياغتها في ضوء نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم^(٣)، وقد تكون سؤالاً يحتاج إلى إجابة، ويعتمد كل ذلك على اختيار الباحثة لطريقة تحديد وصياغة مشكلة بحثها بما يناسبها، وقد اعتمدت الباحثة في تحديد وصياغة مشكلة البحث على أسلوب التساؤلات إذ تُعنى هذه الدراسة بدوافع تعرض جمهور نوعي من أساتذة الجامعات للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية، فالمشكلة هي "تساؤل يدور في ذهن الباحث عن موضوع غامض يحتاج إلى تفسير"^(٤) .

وبذلك تكمن مشكلة هذا البحث في التساؤل الرئيسي الآتي:- ما العلاقة بين دوافع التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية والاشباعات المتحققة منها ؟

وينبثق عن هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية عدة وكالآتي :

- ١ . ما مدى التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية ؟
- ٢ . ما أبرز البرامج الحوارية السياسية التي يتعرض لها المبحوثين من أساتذة الجامعات ؟
- ٣ . هل استطاعت البرامج الحوارية السياسية التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية ان تلبي رغبات الجمهور المتعرض لها وتحقق اشباعاته ؟

(١) محمد الجوهري وآخرون، علم الاجتماع ودراسة الاعلام والاتصال، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٢م، ص ٨٠

(٢) السيد احمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي مفهومه إجراءاته مناهجه، عمان، دار الفلاح، ٢٠٠٨، ص ١٠٩.

(٣) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ٧٠.

(٤) فوزي غرايبة، وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، عمان، دار وائل، ٢٠٠٢، ص ٢٥.

- ٤ . ما أسباب ودوافع التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية ؟
- ٥ . ما مديات المتابعة لكل نوع من أنواع البرامج الحوارية السياسية التي تعرض في القنوات الفضائية العراقية ؟

فرضيات البحث

ينطلق البحث العلمي من فروض محددة تبين التخمين الذكي للعلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة ومستوى اختلافاتها عند التطبيق ، ومن هنا اعتمد هذا البحث على فروض الطريقة الاحصائية البديلة دون تحديد الاتجاه في صياغتها وكالاتي :

الفرض الاول : هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين تعرض أساتذة الجامعات موضوع البحث للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية واشباع حاجاته المعرفية .

الفرض الثاني : توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الدوافع الداخلية التي تقف خلف تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية وأنواع البرامج الحوارية .

الفرض الثالث : تتأثر عملية تعرض أساتذة الجامعات موضوعي البحث للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية بالسمات العامة لهذا الجمهور من حيث النوع والعمر والتحصيل الدراسي والحالة الاجتماعية .

أهمية البحث

تكمن الأهمية النظرية لأي بحث كان في الجدوى العلمية للظاهرة قيد الدراسة والتي تفصح عن ما سيضيفه الباحث من معلومات جديدة وتعميمات تشكل أكبر وأوسع مَما هي عليه الآن اذ تتحدد القيمة النظرية للبحث في بيان حدود الأصالة والحدثة والجددة والابتكار^(١). وعليه فإن أهمية هذا البحث تنبع من أهمية الموضوع نفسه ، اذ تبين من خلال الملاحظة المنظمة لمحتوى البرامج الحوارية التي تبث في القنوات الفضائية العراقية تأثير الجمهور المتعرض لها بهذا المحتوى على الرغم من تباين ظروف وطروحات الشخصيات التي يتم استضافتها في هذه البرامج .

كما تنبع أهمية هذا البحث من نوع الدراسة التي تضم بعدان رئيسيان هما البعد النفسي الذي يتعلق بالدوافع وأنواعها ، والبعد الاعلامي الذي يتعلق بالتعرض الاعلامي للجمهور للقنوات الفضائية العراقية التي تقدم هذه البرامج .

وعليه فإن لهذه الدراسة أهميتين **الأولى : مجتمعية وتطبيقية** من خلال الدراسة الميدانية التي تم اجراؤها على عينة من أساتذة الجامعات لقياس شدة اتجاههم نحو التعرض للبرامج الحوارية السياسية ، **والثانية معرفية** فيما ستضيفه هذه الدراسة للعلم والمعرفة من أشياء تنظيرية جديدة فضلا عن إسهامه في رفد المكتبة العراقية والعربية بمعلومات معرفية عن دوافع تعرض الجمهور لشكل متميز من أشكال البرامج التلفزيونية التي ظهرت بهذه الصورة مع البث الفضائي وتطور تقنيات الاتصال ، اذ تفتقر هذه المكتبات لهذا النوع من الدراسات الاعلامية .

أهداف البحث

ترتبط الأهداف التي يرمي اليها البحث الوصول اليها بأهميته المعرفية والتطبيقية وبالتساؤلات التي سيجيب عنها ، وعليه يمكن تحديد هذه الأهداف بالآتي :

(١) عبد اللطيف بن حمود النافع وآخرون ، دليل كتابة خطط رسائل الماجستير والدكتوراه ، السعودية ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، ٢٠١١ ، ص ٩ .

- ١ . تشخيص دوافع تعرض أساتذة الجامعات موضوع البحث الى البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية .
- ٢ . تحديد أبرز البرامج الحوارية السياسية التي يتابعها المبحوثين من أساتذة الجامعات ومديات هذه المتابعة ؟
- ٣ . تحديد مستوى الإشباعان المتحققة من تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية السياسية في هذه القنوات الفضائية .
- ٤ . الوقوف على علاقة التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية بحاجات الجمهور المعرفية والنفسية والسلوكية ودوافعه وسماته وخصائصه .

نوع الدراسة ومنهج البحث

تصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية أحادية المقطع اذ يصف هذا النوع من البحوث الوصفية الظاهرة في وضعها الراهن ويعتمد على سحب عينة واحدة من مجتمع الدراسة تجمع بياناتها مرة واحدة فقط ^(١)، كما تسعى البحوث الوصفية لتحقيق وظائف عدة منها وصف خصائص الظواهر او المجموعات محل الدراسة ، وتقدير نسب الوحدات التي تقوم بسلوك معين في مجتمع ما ، وتحديد درجة الارتباط بين المتغيرات والخروج بنتائج ^(٢) ، وعليه فإن هذا البحث سيقضي اثر خطوات المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي لتحقيق وظائف هذا النوع من البحوث المناسبة لدراستنا اذ يستخدم هذا المنهج أساساً في البحوث الوصفية التي تستهدف وصف سمات أو آراء أو اتجاهات أو سلوكيات عينة من الأفراد ممثلة لمجتمع ما بما يسمح بتعميم نتائج المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة ^(٣).

أدوات البحث

بما ان هذا البحث يصنف ضمن بحوث الجمهور التي تتناول تعرضه ودوافعه وسماته وخصائصه وسلوكه واستخدماته لوسائل الاعلام ، فإن أفضل أداة بحثية منهجية مناسبة لتحقيق ذلك هي (الاستبانة)، اذ يتكاثف استخدام هذه الأداة الرئيسة لجمع المعلومات في الدراسات الاعلامية التي تعنى برصد أنماط مشاهدة أو استماع أو قراءة فئات الجمهور المختلفة للبرامج والمضامين الاعلامية ورصد تفضيلاتهم لهذه المضامين ودوافع التعرض وأشكال توظيف ما يحصلون عليه من معلومات ومعارف في ادارة شؤون حياتهم اليومية وغير ذلك في مجالات متعددة ^(٤). وبذلك تكون هذه الاداة مفيدة في البحث العلمي لأنها مكتملة لأداة الملاحظة التي اعتمدها هذا البحث للحصول على الحقائق والتوصل الى الوقائع والتعرف على الظروف والاحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء ، وهي في بعض الاحيان الوسيلة العلمية الوحيدة للقيام بالدراسات العملية الميدانية ^(٥).

(١) شيماء ذو الفقار زغيب ، مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٩ ، ص ٨٩ - ٩٠

(٢) المصدر السابق ، ص ٩٠.

(٣) راسم محمد الجمال ، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الاعلامية ، القاهرة ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، ١٩٩٩ ، ص ١٤٣.

(٤) شريف درويش اللبان ، و هشام عطية عبد المقصود ، مقدمة في مناهج البحث الاعلامي ، ط ١ ، القاهرة ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٨ ، ص ١١٢.

(٥) رجاء وحيد دويدري ، البحث العلمي اساسياته النظرية وممارسته العلمية ، ، دمشق ، دار الفكر المعاصر، ٢٠٠٠ ، ص ٣٢٩.

مجتمع البحث وعينته

يتكون مجتمع البحث من أساتذة الجامعات العاملين في الجامعات والكليات الحكومية والأهلية التي مقرها في بغداد ، ولجأت الباحثة الى اتباع اسلوب العينة العمدية التي تبنى أساساً على تقدير الباحثة في اختيار الحالات التي ترى بأنها ممثلة للمجتمع، وعادة ما تتم بطريقة اختيار وحدات قريبة من متوسط المجتمع بالنسبة الى خاصية أو صفة معينة ، وهذه الطريقة تعطي نتائج أقرب ما تكون الى النتائج التي يصل اليها الباحث بمسح المجتمع كله ^(١). وقد اختارت الباحثة عينة عمدية متاحة من أساتذة الجامعات بلغ قوامها (٧٥) مفردة .

الصدق والثبات

استخرجت الباحثة الصدق الظاهري باستخدام معامل كيندال اذ كانت قيمته في ضوء تحكيم مجموعة من المحكمين^(٢) لاستمارة الاستبانة والقياس تساوي ٠.٨٥ ، اما معامل الثبات فقد استخدمت الباحثة طريقة الاختبار واعادة الاختبار بأخذ ١٠ % من حجم العينة الاصلي لتكون جزء العينة الذي خضع للاختبار مقداره ٧ مبحوثين ، اذ اجري الاختبار الثاني بعد مرور ١٥ يوما من اجراء الاختبار الاول ، وكان معامل الثبات يساوي ٨٥.٧ % وتدل هذه القيمة على ثبات اجابات المبحوثين في معظم الحالات .

المبحث الثاني: التأصيل النظري لمفاهيم البحث

❖ نظرية البحث

لغرض تحديد النظرية الاتصالية التي يمكن أن توجه هذا البحث ، أجرت الباحثة مراجعة علمية لنظريات الاتصال عبر الفروض الرئيسية التي جاءت بها ، وتبين بعد هذه المراجعة ان أنسب نظرية يمكن ان توجهه هي نظرية الاستخدامات والاشباع التي تنطلق في تفسيرها لتأثير وسائل الاعلام من التركيز على احتياجات الجمهور والتعرف على مدى اشباع وسائل الاعلام لها وذلك عن طريق دراسة الجمهور نفسه ، اذ يتمثل التحدي الاكبر للمداخل المختلفة لنظرية الاستخدامات والاشباع في ربطها بالتأثير واقامة الدليل على قيام العلاقة بين الاستخدام وتحقيق الرضا والاشباع من جانب وحدث الأثر من جانب آخر لاسيما ان مفهوم الاستخدام يجب ان يتجاوز حدود التعرض لوسائل الاعلام فقط الى توظيف العوامل كلها المرتبطة بالاستخدام من حيث اكتساب الفائدة أو تحقيق العائد الذي يمكن أن يتوحد في اطار مفهومي الاشباع من جانب المتلقي والتأثير من جانب وسائل الاعلام ، وبذلك لا يمكن تحديده في اطار التعرض فقط وانما يمكن وصفه في اطار كمية المحتوى المستخدم ، نوع المحتوى ، العلاقة مع وسيلة الاعلام ، طريقة الاستخدام ، وعلى سبيل المثال تحديد ما اذا كان الاستخدام أوليا أو ثانويا^(٣). وقد تبلورت الأفكار الأساسية لمدخل الاستخدامات والاشباع بالآتي^(٤):

(١) جبر مجيد حميد العتايي ، مصدر سابق ، ص ٨٥.

(٢) المحكمون (أ . م . د . د . أكرم فرج الربيعي ، أ . م . د . د . علاء حسين الندوي ، أ . م . د . فوزي الهنداوي)

(٣) محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، القاهرة ، عالم الكتب ١٩٩٧ ، ص ٢٢٨.

(٤) حسني محمد نصر ، نظريات الاعلام ، الامارات العربية المتحدة - الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي ، ، ٢٠١٥ ، ص ٢٦٥.

- ١ . ان جمهور وسائل الاعلام ليس سلبيًا ، فهو لا ينتظر ان تقدم له الرسالة عبر وسائل الاعلام
 - ٢ . ان افراد الجمهور يقومون بدور ايجابي في الانتقاء والتعرض للمضامين الاعلامية التي تنشرها وتبثها وسائل الاعلام .
 - ٣ . يبني الفرد اختياراته الاعلامية على اساس اهتماماته واحتياجاته وقيمه واتجاهاته الشخصية التي تتشكل في اطار علاقاته الاجتماعية .
 - ٤ . هذه الاعتبارات تحكم اختيار الفرد لمضامين اعلامية معينة لكي يشبع بها حاجاته للتسلية والتعليم والتثقيف والحصول على وضع مميز في المجتمع .
 - ٥ . وعلى هذا فان افراد الجمهور يختارون ويستخدمون أشكالاً معينة من المضامين الاعلامية تلبي احتياجاتهم وتشبع تطلعاتهم واهتماماتهم .
- ويضيف (دليو) افتراضاً آخر الى فرضيات الاستخدامات والاشباع لتشخيص دور دوافع الجمهور ومشاركته الايجابية في بناء نموذج للاستعمالات والرضا مفاده : افتراض منهجي يقدر بأن الافراد يملكون قدرة على تشخيص دوافعهم أو احتياجاتهم وبالطرق المناسبة ، مما يغفل ذاتية احكامهم التقديرية وكذا الفروق في المستويات التعليمية^(١) وعليه يمكن توظيف فرضيات هذه النظرية في مراحل البحث النظرية والتطبيقية والميدانية .

❖ تحديد المصطلحات والمفاهيم

تؤدي عملية تحديد المفاهيم والمصطلحات في البحث العلمي الى التعبير عن فكرة مجردة تستعمل لوصف وتصنيف بيانات أصلية لذلك الشيء^(٢)، لذلك تم تحديد المصطلحات والمفاهيم الواردة في العنوان الرئيسي للبحث لاحتوائه على متغيرات الدراسة كلها والتي تعد بيانات أصلية للموضوع المبحوث وكالاتي :

- ١ . **الدوافع** : يشير الدافع إلى مجموعة الظروف الداخلية والخارجية التي تحرك الفرد، لاتخاذ سلوك معين لتحقيق هدف معين^(٣) .
- ٢ . **التعرض** : هو استقبال الجمهور للرسائل الاتصالية عبر الوسيلة الجماهيرية ، وبذلك يمثل التعرض للرسائل الاعلامية مرحلة مهمة في سيرورة العملية الاتصالية وضرورية لكل عملية تلقي فلا يمكن حدوث تلقي من دون تعرض^(٤) .
- ٣ . **البرامج الحوارية السياسية** : وهي البرامج التي يستضاف فيها شخص او مجموعة اشخاص يتحدث الى المشاهدين مباشرة في موضوع معين ومن ذلك الاحاديث السياسية أو الاقتصادية أو الدينية ، ويتوقف نجاح البرنامج على شخصية المتحدث وحسن عرض الموضوع وطريقة التحدث للمشاهدين واللغة المستخدمة^(٥) .

(١) فضيل دليو ، الاتصال : مفاهيمه - نظرياته - ووسائله ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣ ، ص ٣٠ - ٣١ .

(٢) ربحي مصطفى عليان ، وآخرون ، مناهج وأساليب البحث العلمي - النظرية والتطبيق ، عمان، دار صفاء ، ٢٠٠٠ ، ص ٩٤-٩٥ .

(٣) هناء عبد الحليم سعيد ، الاعلان والترويج ، مطبوعات جامعة القاهرة ، ١٩٩٣ ، ص ١٢٢-١٢٣ .

(٤) فاتن الداغستاني ، الحداثة وقضاياها في المسلسلات التلفزيونية المدبلجة - دراسة فلسفية لانعكاساتها على النسق القيمي للشباب ، ط١ ، بغداد ، مركز اضواء الاستشاري للدراسات والبحوث ، ٢٠١٧ ، ص ١٤٤ .

(٥) راضي رشيد حسن ، و عثمان محمد دويب ، اتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية (السومرية والبغدادية انموذجا) ، العراق - واسط ، مجلة كلية التربية ، العدد العاشر ، ٢٠١١ ، ص ٤٠٤ .

٤. **الإشباعات** : هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف ما أو خفض دافع ما، فالإشباع في نظرية التحليل النفسي تعني خفض التنبيه والتخلص من التوتر .

ووفق نظرية الاستخدام والإشباع فإن الأفراد يوصفون بأنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة، يطلق عليها (الإشباعات) .

٥. **العلاقة** : (Relationship) في اللغة: "هي من (علق) به بالكسر (علوقاً) أي تعليق. وعلق الشيء بالشيء (تعليقاً)"^(١).

وتُعرّف العلاقة اصطلاحاً بأنها "عملية اتصال أو رغبة من شخص مُرسِل، تتلقى الاستجابة من الشخص المُستقبل"^(٢).

٦. **القنوات الفضائية** (Satellite Channels): "هي القنوات التي تبث برامجها عن طريق الأقمار الصناعية، واستقبالها من الجمهور المستقبل في منازلهم، بواسطة هوائيات طبقية صغيرة، ومناسبة من دون الحاجة إلى محطات أرضية"^(٣)، كما تُعرّف القنوات الفضائية بأنها "محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية، لكي يتجاوز هذا الإرسال؛ الحدود الجغرافية لدولة الإرسال؛ إذ يمكن استقباله في دول ومناطق أخرى، عبر أجهزه استقبال والنقاط الإشارات المُرسلة من القمر الصناعي عربسات ونايل سات وغيرهما، ويمكن استقبال بثها التلفزيوني عبر أجهزة الاستقبال والأطباق اللاقطة"^(٤).

المبحث الثالث: الدراسة الميدانية

أولاً : البيانات الديموغرافية :

جدول (١) توزيع أفراد عينة البحث من حيث النوع

ت	النوع	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	ذكر	٤٠	٥٣.٣	الاولى
٢	انثى	٣٥	٤٦.٧	الثانية
	المجموع	٧٥	١٠٠ %	

أظهر الجدول أعلاه التوزيع النسبي لأفراد عينة البحث على وفق النوع إذ جاءت فئة ذكر بالمرتبة الأولى بنسبة ٥٣.٣ % أي تجاوزت نصف حجم العينة بمقدار ٣.٣ % ، تليها بالمرتبة الثانية فئة انثى بنسبة ٤٦.٧ % وبفارق نسبي مقداره ٦.٦ % عن المرتبة الأولى ، وبذلك تعد العينة متوازنة ويمكن ان تعكس صورة متوازنة عن شدة اتجاه اساتذة الجامعات نحو العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية والاشباعات المعرفية المتحققة منها .

جدول (٢) توزيع افراد عينة البحث على وفق المرحلة العمرية

ت	العمر	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	٣٧ - ٤٢ سنة	٢٤	٣٢	الاولى
٢	٣١ - ٣٦ سنة	١٨	٢٤	الثانية

(١) محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، بغداد ، مطبعة دار النهضة ، ١٩٨٣ ، ص ٤٥٠.

(٢) محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، عمّان ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٦ ، ص ٩٧ .

(٣) أمل حمود عبيد الجميلي، دور القنوات الفضائية في تعزيز ثقافة وشخصية الطفل، تكريت، العراق ،مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية، العدد ٨ ، ٢٠١١ ، ص ٢٠٢.

(٤) هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٥ ، ص ٣٧ .

٣	٤٣ - ٤٨ سنة	١٣	١٧.٣	الثالثة
٤	٤٩ - ٥٤ سنة	١٣	١٧.٣	الثالثة مكرر
٥	٦١ سنة فأكثر	٤	٥.٤	الرابعة
٦	٥٥ - ٦٠ سنة	٣	٤	الخامسة
	المجموع	٧٥	١٠٠ %	

أظهرت عملية المسح الميداني ان اعلى نسبة في التوزيع النسبي لأفراد عينة البحث على وفق العمر كانت لفئة المرحلة العمرية (٣٧ - ٤٢ سنة) اذ جاءت بالمرتبة الاولى بنسبة ٣٢ % تليها بالمرتبة الثانية فئة المرحلة العمرية (٣١ - ٣٦ سنة) بنسبة ٢٤ % بفارق نسبي عن المرتبة الاولى مقداره ٨% ، فيما تتناصفت فئتا المرحلة العمرية (٤٣ - ٤٨ سنة و ٤٩ - ٥٤ سنة) المرتبة الثالثة بنسبة ١٧.٣% لكل منهما ، بينما جاءت فئة المرحلة العمرية (٦١ سنة فأكثر) بالمرتبة الرابعة بنسبة ٥.٤ % ، وحلت فئة المرحلة العمرية (٥٥ - ٦٠ سنة) بالمرتبة الخامسة والاخيرة بنسبة ٤ % ، وبذلك فإن العينة مثلت الفئات العمرية لأساتذة الجامعات جميعها .

جدول (٣) توزيع افراد عينة البحث على وفق التحصيل الدراسي

ت	التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	دكتوراه	٤٢	٥٦	الاولى
٢	ماجستير	٣٣	٤٤	الثانية
	المجموع	٧٥	١٠٠ %	

يوضح الجدول (٣) أعلاه التوزيع النسبي لأفراد عينة البحث على وفق التحصيل الدراسي فقد تصدرت فئة الدكتوراه تصنيف الفئات بنسبة ٥٦% تليها بالمرتبة الثانية فئة الماجستير بنسبة ٤٤ % أي بفارق نسبي مقداره ١٢ % ، وبذلك فإن العينة مثلت اغلب الشهادات الدراسية العليا التي يحملها اساتذة الجامعات موضوعي البحث .

جدول (٤) توزيع افراد عينة البحث على وفق المرتبة العلمية

ت	المرتبة العلمية	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	مدرس	٣٠	٤٠	الاولى
٢	استاذ مساعد	٢١	٢٨	الثانية
٣	مدرس مساعد	١٩	٢٥.٣	الثالثة
٤	استاذ	٥	٦.٧	الرابعة
	المجموع	٧٥	١٠٠ %	

يوضح الجدول (٤) أعلاه التوزيع النسبي لأفراد عينة البحث على وفق المرتبة العلمية او اللقب العلمي الذي يحمله الاستاذ الجامعي موضوع البحث فقد تصدرت فئة مدرس تصنيف الفئات بنسبة ٤٠% تليها بالمرتبة الثانية فئة استاذ مساعد بنسبة ٢٨% ثم فئة مدرس مساعد بالمرتبة الثالثة بنسبة ٢٥.٣ % أما فئة استاذ فقد جاءت بالمرتبة الرابعة والاخيرة بنسبة ٦.٧ % ، وتعطي هذه المؤشرات الاحصائية دلالة على ان العينة لم تهمل أي مرتبة علمية وانما شملتها كلها على الرغم من التباين النسبي في توزيعها .

جدول (٥) توزيع افراد عينة البحث على وفق عدد السنوات التي قضاها على اخر لقب علمي حصل عليه

ت	عدد السنوات	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	اربع سنوات	١٦	٢١.٣	الاولى
٢	سنة واحدة	١٢	١٦	الثانية
٣	سنتان	١٢	١٦	الثانية مكرر
٤	ثلاث سنوات	١٠	١٣.٣	الثالثة
٥	خمس سنوات	٨	١٠.٧	الرابعة
٦	سبع سنوات	٥	٦.٧	الخامسة
٧	عشر سنوات	٣	٤	السادسة
٨	ست سنوات	١	١.٣	السادسة
٩	سنتان ونصف	١	١.٣	السادسة مكرر
١٠	سنة ونصف	١	١.٣	السادسة مكرر
١١	ثمانى سنوات	١	١.٣	السادسة مكرر
١٢	شهرين	١	١.٣	السادسة مكرر
١٣	ثلاثة اشهر	١	١.٣	السادسة مكرر
١٤	سنة اشهر	١	١.٣	السادسة مكرر
١٥	عشرة اشهر	١	١.٣	السادسة مكرر
١٦	احد عشر شهرا	١	١.٣	السادسة مكرر
	المجموع	٧٥	١٠٠ %	

يوضح الجدول (٥) أعلاه التوزيع النسبي لأفراد عينة البحث على وفق عدد السنوات التي قضاها الاستاذ الجامعي موضوع البحث على آخر لقب علمي حصل عليه فقد تصدرت فئة (اربع سنوات) تصنيف الفئات بنسبة ٢١.٣ % ، فيما تناصفت فئتا (سنة واحدة وسنتان) المرتبة الثانية بنسبة ١٦ % لكل منهما ، ثم جاءت فئة (ثلاث سنوات) بالمرتبة الثالثة بنسبة ١٣.٣ % أما فئة (خمس سنوات) فقد جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة ١٠.٧ % ، بينما جاءت فئة (سبع سنوات) بالمرتبة الخامسة بنسبة ٦.٧ % تليها بالمرتبة السادسة فئة (عشر سنوات) بنسبة ٤ % ، في حين تقاسمت الفئات المحصورة من (سنة ونصف – ثمانى سنوات) ومن (شهرين – ١١ شهرا) المرتبة السابعة والاخيرة بنسبة ١.٣ % لكل فئة ، وتعطي هذه المؤشرات الاحصائية دلالة على ان العينة لم تهمل أي مدة زمنية سواء كانت مرتفعة او منخفضة قضاها افراد عينة البحث على اخر لقب علمي حصلوا عليه، وانما شملتها كلها على الرغم من التباين النسبي في توزيعها .

جدول (٦) توزيع افراد عينة البحث على وفق الحالة الاجتماعية

ت	الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	متزوج	٥١	٦٨	الاولى
٢	اعزب	١٥	٢٠	الثانية
٣	مطلق	٦	٨	الثالثة
٤	ارمل	٣	٤	الرابعة
	المجموع	٧٥	١٠٠ %	

يوضح الجدول (٦) أعلاه التوزيع النسبي لأفراد عينة البحث على وفق الحالة الاجتماعية فقد تصدرت فئة متزوج تصنيف الفئات بنسبة ٤٠% تليها بالمرتبة الثانية فئة اعزب بنسبة ٢٠% ثم فئة مطلق بالمرتبة الثالثة بنسبة ٨% أما فئة ارمل فقد جاءت بالمرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة ٤% ، وتعطي هذه المؤشرات الاحصائية دلالة على ان العينة كانت متنوعة وشملت الحالة الاجتماعية بأنواعها كلها .

ثانيا : مدى التعرض للبرامج الحوارية السياسية

جدول (٧) مدى متابعة المبحوثين من أساتذة الجامعات للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية

ت	مدى المتابعة	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	أحيانا	٤٥	٦٠	الاولى
٢	غالبا	٢٠	٢٦.٧	الثانية
٣	نادرا	١٠	١٣.٣	الثالثة
	المجموع	٧٥	١٠٠ %	

اظهر المسح الميداني التحليلي لمديات المتابعة للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية عند المبحوثين من أساتذة الجامعات في بغداد عن ثلاثة انواع ، فقد اظهر الجدول اعلاه تصدر فئة المتابعة أحيانا تصنيف الفئات بنسبة ٦٠ % وجاءت بالمرتبة الاولى تليها بالترتيب الثاني فئة المتابعة غالبا بنسبة ٢٦.٧ % ، وبذلك تكون النسبة الاجمالية لمديات المتابعة للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية غالبا واحيانا معا ٨٦.٧ % وهي نسبة عالية ، اما فئة المتابعة نادرا فقد جاءت بالمرتبة الثالثة والاخيرة بنسبة ١٣.٣ % ، وتدل هذه المؤشرات الاحصائية في التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين ان نسبة كبيرة منهم يتعرضون اما بصورة دائمة او بين الحين والآخر للبرامج الحوارية السياسية التي تعرضها القنوات الفضائية العراقية .

جدول (٨) حجم متابعة المبحوثين من أساتذة الجامعات للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية

ت	حجم المتابعة	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	من بداية عرض البرنامج الى منتصفه	٢٨	٣٧.٣	الاولى
٢	من بداية عرض البرنامج الى نهايته	٢٧	٣٦	الثانية
٣	بداية عرض البرنامج فقط	٢٠	٢٦.٧	الثالثة
	المجموع	٧٥	١٠٠ %	

كشف الجدول أعلاه عن التوزيع النسبي لحجم متابعة المبحوثين من أساتذة الجامعات للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية فقد تصدرت فئة المتابعة من بداية البرنامج الى منتصفه تصنيف الفئات بنسبة ٣٧.٣ % وجاءت بالمرتبة الأولى ، فيما حلت فئة المتابعة من بداية البرنامج الى نهايته بالمرتبة الثانية بنسبة ٣٦ % أي بفارق نسبي بسيط عن المرتبة الاولى مقداره

١.٣ % ، فيما جاءت فئة المتابعة لبداية عرض البرنامج فقط بالمرتبة الثالثة والاخيرة بنسبة ٢٦.٧ % بفارق نسبي مقداره ١٠.٦ % عن المرتبة الاولى و ٩.٣ % عن المرتبة الثانية وتدل هذه المؤشرات الاحصائية في التوزيع النسبي أن المبحوثين من أساتذة الجامعات جميعهم يتابعون هذه البرامج الحوارية السياسية ولكن بدرجات متباينة حسب درجة الاهتمام بالموضوع المطروح ونوع الشخصيات التي يدور معهم الحوار وأهمية الموضوع نفسه .

جدول (٩) مديات متابعة المبحوثين لكل نوع من انواع البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية

ت	اسم البرنامج والقناة الفضائية	غالباً		أحياناً		نادراً		المجموع	%
		ك	%	ك	%	ك	%	م	%
١	لكم القرار - قناة دجلة الفضائية	٢٤	٣٢	٢٧	٣٦	٢٤	٣٢	٧٥	١٠٠
٢	وجهة نظر - قناة دجلة الفضائية	٢٢	٢٩.٤	٢٨	٣٧.٣	٢٥	٣٣.٣	٧٥	١٠٠
٣	بصراحة مع عدنان الطائي - قناة دجلة الفضائية	٥	٦.٧	٢٨	٣٧.٣	٤٢	٥٦	٧٥	١٠٠
٤	في متناول اليد - قناة الشرقية الفضائية	١٦	٢١.٣	٢٠	٢٦.٧	٣٩	٥٢	٧٥	١٠٠
٥	بالحرف الواحد - قناة الشرقية الفضائية	١١	١٤.٧	٣٠	٤٠	٣٤	٤٥.٣	٧٥	١٠٠
٦	على الطاولة - قناة السومرية الفضائية	٦	٨	٢٥	٣٣.٣	٤٤	٥٨.٧	٧٥	١٠٠
٧	خفايا معلنه - قناة السومرية الفضائية	٥	٦.٧	٢٠	٢٦.٧	٥٠	٦٦.٦	٧٥	١٠٠
٨	بدون تحفظ - قناة هنا بغداد الفضائية	٣	٤	٢٣	٣٠.٧	٤٩	٦٥.٣	٧٥	١٠٠
٩	الحد الفاصل - قناة أفاق الفضائية	٤	٥.٣	١٠	١٣.٣	٦١	٨١.٤	٧٥	١٠٠
١٠	الشخص - قناة الاتجاه الفضائية	٢	٢.٧	١٤	١٨.٧	٥٩	٧٨.٧	٧٥	١٠٠
١١	الشارع العراقي - قناة التغيير الفضائية	٣	٤	١٣	١٧.٣	٥٩	٧٨.٧	٧٥	١٠٠
١٢	مع الحدث - قناة الفرات الفضائية	٢	٢.٧	١٨	٢٤	٥٥	٧٣.٣	٧٥	١٠٠

المجموع	١٠.٣	١١.٤	٢٥٦	٢٨.٥	٥٤١	٦٠.١	٩٠.٠	١٠٠
---------	------	------	-----	------	-----	------	------	-----

أظهر الجدول أعلاه التوزيع النسبي لشدة اتجاه المبحوثين نحو (١٢) برنامجا حواريا سياسيا يعرض في القنوات الفضائية العراقية ، فقد أظهر المسح الميداني التحليلي ان نسبة مدى المتابعة غالبا واحيانا لهذه البرامج جميعها بلغت ٣٩.٩ % مقابل نسبة ٦٠.١ % نادرا ما يتابعون هذه البرامج جميعها ، بل تتباين مديات المتابعة لكل برنامج حسب اهتمام المبحوث بنوع البرنامج ومدى ميله نحو القناة التي تعرضه ومدى توافقه مع سياستها الاعلامية .

وأفرزت عملية المسح الميداني أن أكثر برنامج حوارى سياسى حظي بمتابعة أكثر من غيره هو برنامج (لكم القرار) الذي يعرض في قناة دجلة وشكلت مدى المتابعة غالبا وأحيانا لهذا البرنامج نسبة ٦٨ % أي أن هذه النسبة من المبحوثين التي تجاوزت نصف حجم العينة بمقدار ٢٨ % تتابع هذا البرنامج يليه بالمرتبة الثانية بالمتابعة برنامج (وجهة نظر) من القناة نفسها بنسبة ٦٦.٧ % غالبا واحيانا وبفارق بسيط عن المرتبة الاولى مقداره ١.٣ %، بينما حل برنامج (بالحرف الواحد) الذي يعرض من قناة الشرقية الفضائية بالمرتبة الثالثة بالمتابعة غالبا واحيانا بنسبة ٥٤.٧ % أي بفارق ١٣.٣ % عن المرتبة الاولى و ١٣ % عن المرتبة الثانية ، بينما حلت البرامج الأخرى بالمراتب من الرابعة الى المرتبة العاشرة على التوالي وكالاتي :

- ١ . في متناول اليد – قناة الشرقية الفضائية : المرتبة الرابعة
 - ٢ . بصراحة مع عدنان الطائي – قناة دجلة الفضائية : المرتبة الخامسة
 - ٣ . على الطاولة – قناة السومرية الفضائية : المرتبة السادسة
 - ٤ . بدون تحفظ – قناة هنا بغداد الفضائية : المرتبة السابعة
 - ٥ . خفايا معلنه – قناة السومرية الفضائية : المرتبة الثامنة
 - ٦ . مع الحدث – قناة الفرات الفضائية : المرتبة التاسعة
 - ٧ . برنامجي (الشخص – قناة الاتجاه الفضائية) و (الشارع العراقي – قناة التغيير الفضائية) تتناصفت المرتبة العاشرة .
 - ٨ . الحد الفاصل – قناة آفاق الفضائية : المرتبة الحادية عشر والاخيرة في نسب المتابعة .
- ويتبين من هذه المؤشرات الاحصائية في التوزيع النسبي ان مديات المتابعة للبرامج الحوارية السياسية تكون مرتفعة في القنوات الفضائية التي لا تعود ملكيتها الى احزاب بل الى شخصيات معينة غير متحيزة وهو ما تبين في البرامج الحوارية السياسية التي تعرض في قناتي دجلة والشرقية الفضائيتين .

جدول (١٠) مستوى الاعتماد على البرامج الحوارية السياسية للحصول على المعلومات

ت	مستوى الاعتماد	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	بدرجة مقبولة	٢٧	٣٦	الاولى
٢	بدرجة متوسطة	٢٢	٢٩.٣	الثانية
٣	بدرجة كبيرة جدا	١٤	١٨.٧	الثالثة
٤	بدرجة ضعيفة	١٢	١٦	الرابعة
	المجموع	٧٥	١٠٠ %	

أظهر المسح الميداني التحليلي لمستويات الاعتماد على البرامج الحوارية السياسية التي تعرض في القنوات الفضائية العراقية للحصول على المعلومات ان ٣٦ % من المبحوثين من أساتذة الجامعات

يعتمدون على هذه البرامج بدرجة مقبولة للحصول على المعلومات ولا سيما ما تدلي بها الشخصيات التي يتم استضافتها ، وقد جاء هذا المستوى بالمرتبة الاولى في تصنيف الفئات تليها بالمرتبة الثانية فئة الاعتماد بدرجة متوسطة على هذه البرامج للحصول على المعلومات بنسبة ٢٩.٣ % ثم فئة الاعتماد بدرجة كبيرة جدا بالمرتبة الثالثة بنسبة ١٨.٧ % ، بينما حلت فئة الاعتماد بدرجة ضعيفة على البرامج الحوارية السياسية للحصول على المعلومات بالمرتبة الرابعة والاخيرة بنسبة ١٦ % .

وتدل هذه المؤشرات الاحصائية في التوزيع النسبي ان مستوى الاعتماد على البرامج الحوارية السياسية التي تعرض في القنوات الفضائية العراقية تنحصر بين المستوى المقبول – مستوى الاعتماد بدرجة كبيرة جدا ، مما يعني ان هذه البرامج اصبحت مصدرا مهما للمعلومات عند المبحوثين من أساتذة الجامعات .

ثالثا : العوامل التي تؤدي الى التعرض للبرامج الحوارية السياسية وأهميتها
جدول (١١) العوامل التي تؤدي الى التعرض للبرامج الحوارية السياسية

ت	العوامل	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	الاهتمام بطبيعة ونوع القضايا والموضوعات السياسية المطروحة في هذه البرامج .	٣٢	٤٢.٧	الاولى
٢	مواكبة هذه البرامج للأحداث السياسية	٢٣	٣٠.٧	الثانية
٣	الاهتمام بالشخصيات التي تستضيفها هذه البرامج	١١	١٤.٦	الثالثة
٤	طريقة أداء مقدم البرنامج الحوارى وشخصيته	٩	١٢	الرابعة
	المجموع	٧٥	١٠٠ %	

كشفت عملية المسح الميداني التحليلي للعوامل التي تؤدي الى التعرض للبرامج الحوارية السياسية التي تعرض في القنوات الفضائية العراقية وتجذبهم اليها عن تصدر العاملين (الاهتمام بطبيعة ونوع القضايا والموضوعات السياسية المطروحة في هذه البرامج) و (مواكبة هذه البرامج للأحداث السياسية) تصنيف الفئات بالمرتبتين الاولى والثانية على التوالي بنسبة ٤٢.٧ % للمرتبة الاولى و ٣٠.٧ % للمرتبة الثانية ، بينما جاء العاملان (الاهتمام بالشخصيات التي تستضيفها هذه البرامج) و (طريقة أداء مقدم البرنامج الحوارى وشخصيته) بالمرتبتين الثالثة والرابعة على التوالي بنسبة ١٤.٦ % للمرتبة الثالثة و ١٢ % للمرتبة الرابعة والاخيرة .

وتدل هذه المؤشرات الاحصائية على ان طبيعة ونوع القضايا المطروحة في هذه البرامج ومواكبتها للأحداث السياسية قد كانت اكثر العوامل المؤثرة التي تدفع المبحوثين لمتابعة هذه البرامج يضاف اليها بالدرجة الثانية عاملا الشخصيات التي تم استضافتها في هذه البرامج وطريقة اداء الذي يدير الحوار وشخصيته مما يعني ان الشكل والمضمون لهما دور مهم في عملية التعرض .

جدول (١٢) أهمية دراسة التعرض للبرامج الحوارية السياسية عند المبحوثين

ت	أهمية دراسة التعرض	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	لكونها تقدم مؤشرات واضحة عن الفكر النقدي البناء للأحداث السياسية وتنميته .	٢٥	٣٣.٣	الاولى
٢	زيادة معلومات الجمهور وتطوير أساليب الاتصال معه .	٢٤	٣٢	الثانية
٣	لكونها تشجع روح التقصي والبحث والتساؤل عن القضايا الشائكة والغامضة .	١٥	٢٠	الثالثة
٤	توسيع آفاق التأمل والتفسير عند المتابعين للبرامج الحوارية .	١١	١٤.٧	الرابعة
	المجموع	٧٥	١٠٠ %	

حدد المبحوثون من أساتذة الجامعات أربعة مؤشرات أساسية تبين أهمية دراسة التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية ، فقد أفرز المسح الميداني التحليلي المبين بالجدول أعلاه عن تصدر فئة (لكونها تقدم مؤشرات واضحة عن الفكر النقدي البناء للأحداث السياسية وتنميته) تصنيف الفئات بنسبة ٣٣.٣ % ، وجاءت بالمرتبة الاولى ، تليها بالمرتبة الثانية فئة (زيادة معلومات الجمهور وتطوير أساليب الاتصال معه) بنسبة ٣٢ % وبفارق نسبي بسيط مقداره ١.٣ % فيما حلت فئة (لكونها تشجع روح التقصي والبحث والتساؤل عن القضايا الشائكة والغامضة) بالمرتبة الثالثة بنسبة ٢٠ % ، بينما حلت فئة (توسيع آفاق التأمل والتفسير عند المتابعين للبرامج الحوارية) بالمرتبة الرابعة والاخيرة بنسبة ١٤.٧ % .

وعلى الرغم من التباين في التوزيع النسبي للفئات التي تحدد أهمية دراسة التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية الا ان هذا التباين لم يكن كبيرا بل كانت الفئات متقاربة من حيث الدلالة فالفكر النقدي للأحداث السياسية الذي يطرح في هذه البرامج وزيادة المعلومات وتطوير اساليب الاتصال هي الت تصدرت المراتب الاولى اذ بلغت نسبتها الاجمالية معا ٦٥.٣ % بينما شكلت مؤشرات الاهمية المبنية على تشجيع روح التقصي والبحث والتساؤل عن القضايا الشائكة والغامضة وتوسيع آفاق التأمل والتفسير ٣٤.٧ % .

رابعا : أسباب ودوافع التعرض للبرامج الحوارية السياسية

جدول (١٣) الأسباب التي تقف وراء تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية السياسية

ت	عدد السنوات	التكرار	النسبة %	المرتبة
---	-------------	---------	----------	---------

١	التعرف على مستجدات الاحداث الجارية في العراق	٢٩	٣٨.٧	الاولى
٢	متابعة التطورات الجديدة الحاصلة في الحياة السياسية .	١٢	١٦	الثانية
٣	ارتباط مضمون هذه البرامج الحوارية بما يحصل في البلد .	١٠	١٣.٣	الثالثة
٤	كشف بعض الحقائق المخفية عن الانظار	١٠	١٣.٣	الثالثة مكرر
٥	مصدر مهم للمعلومات عن قضايا الاصلاح السياسي .	٦	٨	الرابعة
٦	استضافة شخصيات مهمة لها علاقة بالأحداث السياسية .	٤	٥.٣	الخامسة
٧	تناسب عرض البرامج الحوارية السياسية مع أوقات فراغي .	٣	٤	السادسة
٨	تلامس هذه البرامج حاجاتي المعرفة وتلبيها أحيانا	١	١.٤	السادسة
	المجموع	٧٥	١٠٠ %	

كشف الجدول (١٣) اعلاه ثمانية أسباب تقف خلف تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية السياسية التي تعرض في القنوات الفضائية العراقية فقد افرز المسح الميداني التحليلي ان فئة (التعرف على مستجدات الاحداث الجارية في العراق) تصدرت تصنيف فئات الاسباب بنسبة ٣٨.٧ % تليها بالمرتبة الثانية فئة (متابعة التطورات الجديدة الحاصلة في الحياة السياسية) بنسبة ١٦ % أي بفارق نسبي عن المرتبة الاولى مقداره (٢٢.٧ %) ، فيما تناصفت فئتا (ارتباط مضمون هذه البرامج الحوارية بما يحصل في البلد و كشف بعض الحقائق المخفية عن الانظار) المرتبة الثالثة بنسبة ١٣.٣ % لكل منهما ، في حين حلت فئة (مصدر مهم للمعلومات عن قضايا الاصلاح السياسي) بالمرتبة الرابعة بنسبة ٨ % ، بينما جاءت فئة (استضافة شخصيات مهمة لها علاقة بالأحداث السياسية) بالمرتبة الخامسة بنسبة ٥.٣ % ، اما فئة (تناسب عرض البرامج الحوارية السياسية مع أوقات فراغي) فقد جاءت بالمرتبة السادسة بنسبة ٤ % ، فيما حلت فئة (تلامس هذه البرامج حاجاتي المعرفة وتلبيها أحيانا) بالمرتبة السابعة والاخيرة بنسبة ١.٤ % .

وتدل هذه المؤشرات في التوزيع النسبي للأسباب التي تؤدي الى تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية ان هناك اسباب رئيسة واسباب فرعية تقف خلف تعرض المبحوثين من أساتذة الجامعات للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية

اذ تمثلت الاسباب الاساسية بـ(التعرف على مستجدات الاحداث الجارية في العراق و متابعة التطورات الجديدة الحاصلة في الحياة السياسية) والتي شكلت اجمالا نسبة ٥٤.٧ % أي أكثر من نصف حجم العينة بمقدار ٤.٧ % فيما تمثلت الاسباب الفرعية الاخرى بستة اسباب تؤدي الى تعرض المبحوثين لهذه البرامج وهي (ارتباط مضمون هذه البرامج الحوارية بما يحصل في البلد و كشف بعض الحقائق المخفية عن الانظار ، مصدر مهم للمعلومات عن قضايا الاصلاح السياسي، استضافة شخصيات مهمة لها علاقة بالأحداث السياسية، تناسب عرض البرامج الحوارية السياسية مع أوقات فراغي، و تلامس هذه البرامج حاجاتي المعرفة وتليها أحيانا) .

جدول (١٤) دوافع تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية السياسية

ت	دوافع التعرض	التكرار	النسبة %	المرتبة
١	دوافع داخلية نابعة من الفرد نفسه .	٥٧	٧٦	الاولى
٢	دوافع خارجية .	١٨	٢٤	الثانية
	المجموع	٧٥	١٠٠ %	

كشف الجدول (١٤) اعلاه نوعين من الدوافع التي تقف خلف تعرض المبحوثين من أساتذة الجامعات للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية اذ تصدرت فئة الدوافع الداخلية النابعة من الفرد نفسه تصنيف الفئات بنسبة ٧٦ % وجاءت بالمرتبة الاولى ، تليها بالترتيب الثاني فئة الدوافع الخارجية بنسبة ٢٤ % وقد توزعت الدوافع الداخلية على ثمانية انواع مرتبة حسب تمثيلها النسبي (دافع الشعور بالمواطنة ، دافع حب الاستطلاع ، دافع الصلة الاجتماعية بأحداث البلد ، تحقيق الرضا النفسي، دافع التكامل المعرفي النفسي، دافع المتعة والسرور، دافع سلوكي، دافع الاثارة والتحدي)

وحلت بالمراتب من المرتبة الاولى الى المرتبة الخامسة ، بينما توزعت الدوافع الخارجية على ثلاثة انواع هي على التوالي وحسب تمثيلها النسبي (دوافع سلوكية ترتبط بالأداء ، التشجيع الخارجي من الآخرين لمتابعة هذه البرامج، المكافآت)، وقد تصدر الدافع الخارجي الاول تصنيف الفئات بنسبة ٦١.١ % تليها بالترتيب الثاني الدافع الخارجي المتمثل بالتشجيع الخارجي من الآخرين بنسبة ٣٣.٣ % واخيرا دافع المكافآت الذي شغل نسبة ٥.٦ % ، والجدولين الآتيين يوضحان الدوافع الداخلية والخارجية لتعرض المبحوثين للبرامج الحوارية السياسية .

جدول (١٤ - أ) الدوافع الداخلية لتعرض المبحوثين الى البرامج الحوارية السياسية

المرتبة	النسبة %	التكرار	الدوافع الداخلية	ت
الاولى	٣٣.٣	١٩	دافع الشعور بالمواطنة .	١
الثانية	٢٩.٨	١٧	دافع حب الاستطلاع .	٢
الثالثة	٢٤.٦	١٤	دافع الصلة الاجتماعية بأحداث البلد .	٣
الرابعة	٣.٦	٢	تحقيق الرضا النفسي	٤
الرابعة مكرر	٣.٦	٢	دافع التكامل المعرفي النفسي .	٥
الخامسة	١.٧	١	دافع المتعة والسرور .	٦
الخامسة مكرر	١.٧	١	دافع سلوكي	٧
الخامسة مكرر	١.٧	١	دافع الاثارة والتحدي	٨
	١٠٠ %	٥٧	المجموع	

جدول (١٤ - ب) الدوافع الخارجية لتعرض المبحوثين الى البرامج الحوارية السياسية

المرتبة	النسبة %	التكرار	الدوافع الخارجية	ت
الاولى	٦١.١	١١	دوافع سلوكية ترتبط بالأداء	١
الثانية	٣٣.٣	٦	التشجيع الخارجي من الآخرين لمتابعة هذه البرامج	٢
الثالثة	٥.٦	١	المكافآت	٣
	١٠٠ %	١٨	المجموع	

اثبات صحة فروض البحث من عدمها

انطلقت هذه الدراسة من ثلاثة فروض رئيسة تحدد العلاقات الارتباطية بين متغيراتها ، فقد أظهر الجدول المبين أدناه صحة فروض الدراسة اذ تبين وجود علاقات ذات دلالة احصائية معنوية بين هذه المتغيرات ، فقد كانت قيمة معامل الارتباط المحتسب بين دوافع التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية والاشباعات المعرفية المتحققة منها اعلى من القيمة

الجدولية تحت درجة ٠.٠١ مما يدل على أن الارتباط معنوي لمستوى ثقة ٩٩ ٪ ومستوى شك ١ ٪ ، ويتطبق ذلك على العلاقتين المبينتين بالجدول أعلاه إذ كانت القيمة المحتسبة بين الدوافع الداخلية للتعرض للبرامج الحوارية السياسية وأنواع هذه البرامج التي تعرضها القنوات الفضائية العراقية أعلى من القيمة الجدولية تحت درجة ٠.٠١ مما يدل على أن الارتباط معنوي لمستوى ثقة ٩٩ ٪ ومستوى شك ١ ٪ لكن العلاقة كانت عكسية، وكانت القيمة المحتسبة الدوافع الخارجية للتعرض للبرامج الحوارية السياسية وأنواع هذه البرامج المقدمة في القنوات الفضائية العراقية أعلى من القيمة الجدولية تحت درجة ٠.٠١ مما يدل على أن الارتباط معنوي لمستوى ثقة ٩٩ ٪ ومستوى شك ١ ٪، وبذلك ثبت وجود علاقات ارتباطية موجبة بين الفرضين الاول والثالث من متغيرات الدراسة وعلاقة سالبة بين الفرض الثاني الخاص بالدوافع الخارجية للتعرض وأنواع البرامج الحوارية ، والجدول (١٥) يوضح ذلك .

جدول (١٥) العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة

العلاقة الارتباطية بين :	القيمة المحتسبة لمعامل الارتباط	نوعه	القيمة الجدولية لمستوى دلالة ٠.٠١	دلالة الارتباط ومعنويته	درجة الحرية ف - ٢
دوافع التعرض للبرامج الحوارية والاشباكات المعرفية المتحققة منها	١	طردي	٠.٩	دال (معنوي)	٢
الدوافع الداخلية للتعرض للبرامج الحوارية السياسية وأنواع البرامج الحوارية	- ١	عكسي	٠.٧	دال (معنوي)	٧
الدوافع الخارجية للتعرض للبرامج الحوارية وأنواع هذه البرامج	٠.٩	طردي	٠.٧	دال (معنوي)	٧

❖ الاستنتاجات

- ١ . ثبت احصائيا ان تعرض اساتذة الجامعات موضوعي البحث للبرامج الحوارية السياسية التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية يعود الى دوافع داخلية وخارجية اثرت عليهم سلبا وإيجابيا ، إذ كانت العلاقة بين الدوافع الداخلية للتعرض ايجابية مع نوع البرنامج المتابع من قبلهم وعكسيا بين الدوافع الخارجية ونوع البرنامج المتابع من قبلهم .
- ٢ . ميل موضوعي البحث من أساتذة الجامعات للبرامج الحوارية السياسية التي تعرضها قنوات تابعة لشخصيات مثل قناتي دجلة والشرقية اكثر من ميلها للبرامج التي تعرض

لقنوات فضائية عراقية تعود الى أحزاب لقناعة المبحوثين ان هذه القنوات تتمتع بنوع من الاستقلالية والموضوعية

٣ . هناك علاقة ارتباطية ذات درجة عالية جدا بين دوافع تعرض اساتذة الجامعات محل الدراسة للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية والاشباعات المعرفية المتحققة من هذا التعرض .

المصادر

١. أمل حمود عبيد الجميلي، دور القنوات الفضائية في تعزيز ثقافة وشخصية الطفل، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية، تكريت، العراق ، العدد ٨ ، ٢٠١١ .

٢. حسني محمد نصر ، نظريات الاعلام ، ط ١ ، الامارات العربية المتحدة – الجمهورية اللبنانية ، دار الكتاب الجامعي ، ، ٢٠١٥ .

٣. راسم محمد الجمال ، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الاعلامية ، القاهرة ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، ١٩٩٩ .

٤. راضي رشيد حسن ، و عثمان محمد دويب ، اتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية (السومرية والبيغادية انموذجا) ، مجلة كلية التربية ، العراق – واسط ، العدد العاشر ، ٢٠١١ .

٥. ربحي مصطفى عليان ، وآخرون ، مناهج وأساليب البحث العلمي – النظرية والتطبيق ، عمان، دار صفاء ، ٢٠٠٠ .

٦. رجاء وحيد دويدري ، البحث العلمي اساسياته النظرية وممارسته العلمية ، ط ١ ، دمشق ، دار الفكر المعاصر ، ٢٠٠٠ .

٧. السيد احمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي مفهومه إجراءاته مناهجه، عمان، دار الفلاح، ٢٠٠٨ .

٨. شريف درويش اللبان ، و هشام عطية عبد المقصود ، مقدمة في مناهج البحث الاعلامي ، ط ١ ، ، القاهرة ، الدار العربية للنشر والتوزيع ٢٠٠٨ .

٩. شيماء ذو الفقار زغيب ، مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٩ .

١٠. عبد اللطيف بن حمود النافع وآخرون ، دليل كتابة خطط رسائل الماجستير والدكتوراه ، السعودية ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، ٢٠١١ .

١١. فاتن الداغستاني ، الحداثة وقضاياها في المسلسلات التلفزيونية المدبلجة – دراسة فلسفية لانعكاساتها على النسق القيمي للشباب ، ط ١ ، بغداد ، مركز

اضواء الاستشاري للدراسات والبحوث ، ٢٠١٧ .

١٢. فضيل دليو ، الاتصال : مفاهيمه – نظرياته – ووسائله ، ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ٢٠٠٣ .

١٣. فوزي غرايية، وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، عمان، دار وائل، ٢٠٠٢ .
١٤. محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، بغداد، مطبعة دار النهضة، ١٩٨٣ .
١٥. محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، عمّان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦ .
١٦. محمد الجوهري وآخرون، علم الاجتماع ودراسة الاعلام والاتصال، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٢م .
١٧. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة ، عالم الكتب، ٢٠٠٠ .
١٨. محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، ط ١ ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٩٧ .
١٩. محمد الهاجري ، أصول وطرق البحث الاجتماعي ، عمان ، دار الفرقان للطباعة والنشر ، ١٩٩٢ .
٢٠. د. هناء عبد الحليم سعيد ، الاعلان والترويج ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٣ .
٢١. هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٥ .