

عرض المتلقي المحلي لبرامج البث المباشر في القنوات التلفزيونية الفضائية
((دراسة ميدانية لمتلقي مدينة الكوت))

م.م. عبد الامير عباس حسين /

احمد حميد خنجر

كلية العلوم / الجامعة المستنصرية

المقدمة

افرز التعرض الجماهيري برامج التلفزيون ابعاداً ومديات جديدة مع التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال البث التلفزيوني عن طريق الاقمار الصناعية وتحول المشاهد من متلق محلي للقنوات التلفزيونية التي تعمل امام انظار الحكومات والمؤسسات الرسمية في دول العالم ، الى متلق لمئات القنوات الفضائية التي تستخدم اقماراً صناعية عدة وتتحدث بلغات عدة وتقدم افكاراً ومضامين وقيماً عدة ترتبط بأحداث مختلفة .

وفي ظل الاجواء التقنية والاتصالية الحديثة التي أفرزت عادات وانماط جديدة للتعرض ، استفادت من تخطي القنوات الفضائية للحوجز الجغرافية والسياسية وتجاوز الرقابة التقليدية في دول العالم مما جعل المتلقي بمواجهة كم هائل من الصور والافكار والبرامج والرؤى ، لم يكن معتادة عليها في البيئة المحلية الخاضعة للرقابة الرسمية ، وفي العراق كانت صورة ذلك الواقع تتجسد بشكل واضح عن طريق انفتاح جمهور المشاهدين في العراق على القنوات الفضائية المتاحة كافة ، بعد ان اصبح نصب اجهزة الاستقبال الفضائي في المنازل شيئاً متاحاً بعيداً عن اساليب المنع والرقابة التي كانت شائعة في العراق قبل سقوط النظام السابق في 2003/4/9 ، وقد شهد الواقع الجديد حالة من التعرض للقنوات الفضائية بين اوساط الجمهور العراقي ، تتحرك وسط عشرات الخيارات المتاحة من القنوات والاتجاهات الفكرية وهو الامر الذي يترتب عليه انعكاسات متباينة ، على الاصعدة السياسية والاجتماعية والاقتصاد والترفيهية والثقافية كافة ، وان الوقوف عند هذه الانعكاسات وما تمخض عنها من افرازات سلبية أو ايجابية في حياة المشاهدين ، دعت القيام بالبحث للكشف عن ابعاد ظاهرة التعرض للبث الفضائي في العراق .

ومما تقدم فان دراسة تعرض الجمهور المحلي لبرامج البث المباشر في مختلف القنوات التلفزيونية الفضائية (المحلية والعربية والاجنبية الناطقة باللغة العربية) ومعرفة انطباعات واتجاهات ومواقف هذا الجمهور ازاء هذه البرامج وقسمت الدراسة الى ثلاث مباحث : تناول الاول الاطار المنهجي من حيث المشكلة والاهمية والاهداف ، ومنهجيته ومجالاته والتعريف بالمصطلحات ، اما المبحث الثاني فقد استعرض فيه الباحث الاطار النظري وتضمن تعريف برامج البث المباشر وخصائصها ، وكذلك ماهية البرامج التلفزيونية وانواعها واهدافها فضلاً عن اهمية الصورة المرئية للبث التلفزيوني المباشر ، فيما المبحث الثالث : فقد تناول الباحث فيه الدراسة الميدانية ، حيث وضعت الجداول الاحصائية لاستمارة المبحوثين وتم شرح هذه الجداول

من حيث القيم الكمية والكيفية ، ثم اختتمت الدراسة بالوصول الى النتائج والاستنتاجات ووضعت عدد من التوصيات التي وجدها الباحث ضرورية في هذه الدراسة .

المبحث الاول الاطار المنهجي

اولاً / مشكلة البحث والحاجة اليه :

تمثل مشكلة البحث الخطوة الاولى في سلم خطوات المنهج في الدراسات والبحوث (1) وتعرف مشكلة البحث بأنها (موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج الى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقوماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية واعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في اطارها العلمي السليم (2) . كما تعرف على انها :

(سؤال يحتاج الى اجابة) او (موقف غامض يحتاج الى تفسير) (3) . وبناءً على ما تقدم طرح الباحث مشكلة البحث من خلال صياغتها بجملة من الاسئلة والتساؤلات وقد حددها بالاتي:

- 1- هل يفضل المتلقي المحلي في مدينة الكوت فقرات البرامج الحية على الهواء مباشرة ام البرامج المسجلة في الاستوديوهات قبل بثها في القنوات التلفزيونية ؟
 - 2- ما هي اهم البرامج المفضلة التي تبث يومياً لدى المتلقي في مدينة الكوت ؟
 - 3- ما هي القنوات التلفزيونية المحلية والعربية والاجنبية المفضلة لدى المتلقين لفقرات البرامج اليومية ؟
 - 4- هل يشعر المتلقي بالمتعة والاحساس والفائدة عندما يتابع برامج البث اليومي ؟
 - 5- ما هي دوافع المتلقي وهو يشاهد برامج البث اليومي في القنوات التلفزيونية ؟
- ثانياً / اهمية البحث :

تاتي اهمية الدراسة من اهمية الموضوع الذي تتناوله فقرات برامج البث اليومي في القنوات التلفزيونية الفضائية ، حيث اصبح هذا النوع من البرامج يحتل مساحة زمنية كبيرة من ساعات البث والارسال اليومي لاغلب القنوات الفضائية لا بل اصبح العلامة الفارقة بين قناة واخرى . فقد اصبحت البرامج المباشرة بأشكالها وانواعها المختلفة من المفردات الثابتة في المنهاج اليومي التلفزيوني ، واصبحت هناك قنوات (متخصصة) ، لذلك جاء تسليط الضوء على طبيعة تعرض المتلقي المحلي في مدينة الكوت لهذه البرامج ومدى استجابتهم وتقبلهم لها ، فضلاً عن التعرف على بعض المؤثرات المحتملة من هذه البرامج على تربيته وسلوكه اليومي .

(1) موفق الحمداني وآخرون ، منهج البحث العلمي- اساسيات البحث العلمي ، (عمان : جامعة عمان للدراسات العليا ، 2006) ، ص 50.

(2) محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، (القاهرة: عالم الكتب ، 2000) ، ص 70 .

(3) موفق الحمداني وآخرون ، مصدر سابق ، ص 51.

ثالثاً / اهداف البحث :

1- يتفق الباحثون على ان الهدف النهائي للبحث هو معالجة ظاهرة من الظواهر الاجتماعية ، من خلال استكشاف وتحليل عناصرها والتصدي للمشكلات والتحديات التي يواجهها الانسان من اجل تخفيف وطأتها عليه أو زيادة المنافع الممكنة منها وتقليل الاثار السلبية الناجمة عنها (1) .

2- تحديد هدف البحث بشكل علمي وموضوعي وواضح قد يسهم في سرعة حصول الباحث على المعلومات المطلوبة ومعرفة مسار الخطوات والاجراءات العلمية المنهجية بغية الحصول على النتائج القيمة والموضوعية (2) . ومن هذا المنطلق فقد حدد الباحث جملة من الاهداف هي:

أ- تحديد انماط البرامج التلفزيونية وانواعها .

ب- توضيح اهداف ومميزات البرامج التلفزيونية المباشرة .

ج- التعرف على تأثير الصورة المرئية في البرامج التلفزيونية اليومية .

د- معرفة مدى اهتمام المتلقي المحلي في مدينة الكوت ببرامج البث التلفزيوني المباشر .

هـ- تحديد الحالات التي يفضل المتلقي المحلي في مدينة الكوت بمتابعة فقرات برامج البث اليومي المباشر .

رابعاً / منهج البحث وادواته :

اعتمد الباحث على المنهج المسحي للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لمعالجة مشكلة البحث ، حيث يعرف المنهج المسحي بانه ، (جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات الظاهرة او مجموعة من ظواهر المكونه لمجتمع البث ولمدة زمنية كافية للدراسة) (3) ان اهم ما يميز البحوث المسحية هي استخدامها اكثر من اداة واسلوب في عملية جمع البيانات من عينة البحث ، حيث لجأ الباحث الى استخدام اداة الاستقصاء او الاستبيان والتي يقصد بها (اداة جمع البيانات من المبحوثين الذين يسجلون اجاباتهم بأنفسهم على هذه الاستمارات ، لذلك فهي تتضمن مجموعة من الاسئلة التي يجب ان تكون محددة في مفاهيمها تحديداً دقيقاً ، حتى لا تكون هناك فرص لتأويل السؤال بغير المعنى والمغزى الذي يريده الباحث ، وعادة ما تسلم هذه الاسئلة الى المبحوثين بشكل مباشر) (4) .

(1) المصدر السابق ، ص 38.

(2) محمد علي ، وظيفة التثقيف الصحي في الصحافة العراقية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة بغداد : كلية الاعلام – قسم الصحافة ، 2010) ص 9.

(3) سمير محمد حسين ، دراسات في مناهج البحث العلمي ، ط2 ، (القاهرة : عالم الكتب ، 1999) ، ص 69.

(4) علي عوجة ، مقدمة في العلاقات العامة ، (القاهرة : جامعة القاهرة – التعليم المستمر ، 1999) ص 18.

وقام الباحث بصياغة وتصميم استمارة الاستبيان ثم عرضت الاستمارة على عدد من المحكمين* لتقييمها والحكم عليها والذين أشاروا بصحتها وصلاحياتها لتحقيق أهداف البحث وتساؤلاته بعد إجراء التعديلات البسيطة عليها وهذا ما قام به الباحث.

خامساً/ مجالات البحث وحدوده :

شملت مجالات البحث ثلاث محاور اساسية هي :-

1- المجال المكاني : ويقصد به المنطقة الجغرافية التي يجري فيها الدراسة الميدانية والعلمية وقد حدد الباحث محافظة واسط مكاناً للدراسة .

2- المجال الزمني : حدد الباحث الفترة من 1/1 – 2011/3/31 مجالاً زمنياً للدراسة وتضمنت هذه الفترة عملية صياغة استمارة الاستبيان وتوزيعها على عينة البحث وكذلك عملية افراغ المعلومات والبيانات واجراء العمليات الاحصائية والكمية في جدول ، فضلاً عن شرحها وتفسيرها .

3- المجال البشري : شمل المجال البشري وهو مجتمع البحث افراداً مختلفة شرائحهم واعمالهم وخصائصهم الاجتماعية ، ودرجة تحضرهم من الذين يقطنون في محافظة واسط ، واشتمل على المراحل العمرية المحددة من سن (15 سنة) فما فوق واستخدمت في البحث العينة العشوائية الطبقية* ، حيث تم اختيار ثلاثة مناطق من مركز مدينة الكوت هي :- (حي الكفاءات – حي الزهراء – حي الكريمة) تمثل منطقة مترفة ومتوسطة وشعبية ، وتم توزيع (300) استمارة مثلت العدد الكلي لعينة البحث الميداني .

سادساً/ تعريف المصطلحات :

1- التعرض : هو معرفة الافراد بالاخبار والاحداث والمواضيع التي تنقلها وسائل الاعلام (1).

* المحمون هم : أ – أ.م.د. باقر العابد – رئيس قسم العلاقات العامة / كلية الاعلام / جامعة بغداد .

ب- م.د. حسين دبي – قسم الاذاعة والتلفزيون / كلية الاعلام / جامعة بغداد .

ج- م.د. سعد لطيف حمد – قسم الاعلام / كلية الاداب / جامعة الامام جعفر الصادق (ع) الاهلية .

* العينة العشوائية الطبقية : وهي من اكثر الطرق والعينات شيوعاً واستخدماً في الدراسات الاعلامية ، وخاصة دراسات الجمهور حيث توفر التمثيل النسبي لخصائص مجتمع البحث . (ينظر : محمد عبد الحميد ، مصدر سابق ، ص 103)

(1) محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب ، (بيروت : الجزء الاول ، ب. ت) ص 165.

2- المتلقي : يوصف في الدراسات الاعلامية بأنه مجموعة الافراد الذين يتلقون ويتعرضون لوسائل الاعلام المختلفة وهو متنوع وغير متجانس ومن طبقات اجتماعية متباينة (1) .

3- التلفزيون : ان مصطلح التلفزيون (Television) ويتكون من مقطعين هما (Tele) ويعني البعد ، والمقطع الثاني (Vision) ويعني الرؤية ، وبذلك يكون معنى هذا المصطلح (الرؤية عن بعد) (2) ، وهو الجهاز الذي ينقل الرسالة الاعلامية المرئية من المرسل الى المستقبل (3) .

4- القناة (الوسيلة الاتصالية) : وسيط مادي يستخدم في الاتصال الجماهيري تمثل العنصر الثالث من العناصر العلمية الاتصالية ، فهي تكون اما صحيفة او مجلة او اذاعة او تلفزيون او حتى شبكة المعلومات الانترنت التي تنقل الرسالة الاتصالية من المرسل الى المستقبل (4) .

(1)حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد،الاتصال ونظرياته المعاصرة،(القاهرة :الدار المصرية اللبنانية، 2008)ص46.

(2)هادي نعمان الهيتي،الاتصال الجماهيري المنظور الجديد،(بغداد: دارالشؤون الثقافية العامة،1998) ص 40 (3) سعيد مبارك ال زعير ، التلفزيون والتغير الاجتماعي في الدول النامية ، (بيروت : دار ومثبة الهلال ، 2008) ص 158.

(4) بدران عبد الرزاق بدران ، التلفزيون وسيكولوجية الفرد ، (مجلة البحوث ، عدد 8، 1986) ص 66.

المبحث الثاني

برامج البث المباشر في القنوات الفضائية التلفزيونية

اولاً / مفهوم البرنامج التلفزيوني :

تعددت التعاريف التي تتناول ماهية البرامج التلفزيونية فبعض تلك التعاريف قد حلت فقرات البرنامج من حيث كونها موضوعاً ليكون المنطق في تحديد التعريف وماهية البرامج التلفزيونية، والبعض الاخر وصفه منهجاً وغير ذلك من الاوصاف التي يمكن الاشارة لها بشكل مختصر عن طريق بعض التعاريف ، التي ذكرها بعض المختصين في مجال انتاج البرامج الاذاعية والتلفزيونية وهي :-

1- هو شكل فني يشغب مساحة زمنية محددة وله اسم ثابت ويقدم في مواعيد ثابتة ومحددة كأن يكون بثها يومياً اسبوعياً شهرياً (1) .

2- هو منهاج يصف شيء او يعلن عنه وله صيغ واشكال خارجية عبارة عن الشكل والمضمون (2) .

3- في حين عرفها نواف عدوان : بث مواد ومضامين متنوعة الى مختلف الجماهير المستمعين والمشاهدين (3) .

4- كما عرف فترات البرنامج التلفزيوني بأنه (سيل متدفق من مواد تلفزيونية) (4) .

ثانياً / مفهوم البث التلفزيوني المباشر :

ويقصد بالبث التلفزيوني المباشر ، بث البرامج التلفزيونية بشكل حي ومباشر دون تسجيل مسبق ، والبث الفضائي التلفزيوني يشبه الى حد كبير البث الارضي ، فهو يعمل بطريقة لا سلكية لتصل البرامج التلفزيونية الى المتلقي ويتم سواء للارسال الارضي او الفضائي عن طريق موجات راديوية عبر محطات الارسال بواسطة ابراجاً هوائية تنقل موجات الارسال ، ويتم استقبالها بهوائي ، تنطلق من المحطة في خط مستقيم ويلزم لاستقبالها ان يكون الهوائي في خط النظر لمحطة الارسال ، ويتأثر بالمباني الشاهقة والجبال بعد أن تعكس موجات البث وتمنع وصولها ، فالموجات تنكسر وتنعكس من على سطح الارض ، قد يضعف البث لبعدها عن محطة الارسال ، لكن الارسال الفضائي قد حل المشكلة عن طريق البث الفضائي عبر القمر الصناعي

(1) كرم شبلي ، معجم المصطلحات الاعلامية ، (جدة : دار الشرق ، 1989) ، ص 471 .

(2) فلاح كاظم المحنة ، البرامج الاذاعية والتلفزيونية ، (بغداد : دار الحكمة ، 1988) ص 30 .

(3) نواف عدوان ، وقفة على المفاهيم والمصطلحات الاعلامية ، (تونس: مجلة الاذاعات العربية ، عدد 4 ، 1992) ص 30 .

(4) يوريسكي ، الصحافة التلفزيونية ، ترجمة اديب خضور ، (دمشق : المكتبة الاعلامية ، 1990) ص 219 .

الذي يدور حول الارض ، وبما ان الاقمار الصناعية عالية في السماء فيمكنها ان تعطي عدداً من المناطق الجغرافية ، ويسرت عملية استقبال وارسال موجات البث الفضائي التلفزيونية(1)

وقد احدثت تقنية البث المباشر عبر الاقمار الصناعية الكثير من التغييرات على شكل ومضمون البرامج التلفزيونية والتي يرى كثير من الخبراء والمختصين بأنها ايجابية للوسيلة المرئية ، واصبحت السمة البارزة لأي قناة تلفزيونية فضائية هي برامجها الحية والمباشرة ، وبات المتلقي معتاداً على هذا النوع من البرامج ويفضلها على البرامج المسجلة او المعدة داخل الاستوديو او خارجه (2) .

ثالثاً / انواع البرامج التلفزيونية :

هناك عدة تقسيمات للبرامج التلفزيونية ، ومن أهمها هي :

1- البرامج الاخبارية : وهي البرامج التي تقدم مضموناً اخبارياً وبغض النظر عن الشكل الذي تقدم به سواء عن طريق الخبر المصور او التقرير ، قد يكون نشره اخبارياً او موجزاً اخبارياً

او تحليلاً اخبارياً او تعليقاً اخبارياً ، وهذه البرامج هي استعراض خاص للشؤون العامة والحوادث الجارية ومشكلات الساعة فضلاً عن انها تعرفنا عن العالم المحيط بنا (3) .

2- البرامج الثقافية : متعددة الفعاليات وتزداد اهميتها في المحطات الفضائية لما لها من اهمية لدى المتلقي ، عن طريق تناولها الموضوعات المختلفة التي ترمي الى نشر الثقافة (4) ، على الرغم من ان اغلب البرامج التلفزيونية تحمل في ثناياها جانباً ثقافياً يمكن ان تعزز ثقافة المتلقي في جانب معين ، بحيث يكاد لا يخلو أي برنامج من جانب ، وتقدم هذه البرامج بهدف تبسيط موضوع او فكرة ثقافية لتكـون مقبولة لدى المتلقي (5)

(1) سناء عيسى ، البث التلفزيوني الفضائي المباشر ، www. Islam on line . com ، 2011/3/11 .

(2) د. سعد لطيف حمد ، البرامج الاذاعية والتلفزيونية ، مح-اضرات مطبوعة القيت على طلبة المرحلة الثالثة ، قسم الاعلام / كلية الاداب/ جامعة الامام جعفر الصادق (ع) الاهلية ، عام 2011- 2012 ، ص 20 .

(3) ادوارد ستاشيف و رودي برتينز ، برامج التلفزيون انتاجها واخراجها ، ترجمة : احمد ظاهر ، (القاهرة : مؤسسة سجل العرب ، ب. ت) ص 72 .

(4) سعد لبيب ، التخطيط التلفزيوني في دول الخليج العربي ، (الرياض : سلسلة بحوث ودراسات عربية ، 1985) ص 19 .

(5) نواف عدوان ، مجلة بحوث (بغداد : العدد 4 ، شباط 1981) ص 37 .

3- البرامج التعليمية : ترمي هذه البرامج الى اثراء الجانب المعرفي لمتلقيها من جماعات المتابعين لها كالطلاب والباحثين وما الى ذلك وتأخذ هذه البرامج التعليم اساساً لها ، نجد هذه البرامج موجهة الى فئة محددة وتقدم تلك البرامج المادة العلمية عن طريق ارتباط تلك البرامج بمنهج دراسي محدد ، اذ تستهدف اثراء العلمية التعليمية الرسمية ، مثل التعليم في المدارس والجامعات (1) ، وهنالك من المختصين ممن ينصح باستخدام عناصر الجذب في تقديم الموضوعات والمناهج التي تستعرضها البرامج التعليمية باستخدام عناصر الجذب والتشويق والترغيب (2) .

4- البرامج الترفيهية : هي البرامج التي ترمي بشكل رئيسي الى الترفيه والتسلية وادخال البهجة في قلوب المتلقين عن طريق المواقف المضحكة ، مثل البرامج الاغاني والمقطوعات الموسيقية والمسابقات والفرزورات ، والتي ترمي الى التسلية والامتعاع وازاحة الهموم عن كاهل المتلقي والتي تؤدي الى استرخائه وادخال السرور على نفسه (3) ، وفي هذا النوع من البرامج ليس مطلوباً من المتلقين ان يفكروا او يركزوا انتباههم بعمق ، بل المسألة لا تتعدى تذوقهم لما يعرض عليهم بالرضا عن المناظر التي يتابعوها على الشاشة (4) .

5- البرامج الدينية : اصبح للبرامج الدينية اهمية كبيرة ضمن فقرات برامج التلفزيون المختلفة ويتضح ذلك عن طريق المساحة المخصصة لتلك البرامج ، فلم تعد البرامج الدينية تقدم في مدة محددة كما في بعض المناسبات الدينية بل اصبحت تعرض على مدار الاسبوع ، وقد يكون تأسيس

قنوات فضائية متخصصة بالبرامج الدينية دليلاً واضحاً على أهمية تلك البرامج للمتلقى، وفقرات البرامج الدينية تهتم بالشعائر والمناسبات الدينية، كما تعتمد على شرح وتفسير المسائل المتعلقة بالدين لشتى العقائد والمذاهب السائدة في المجتمع وأحياناً تعتمد على النصح والإرشاد والموعظة وصولاً إلى الحقائق، كما أنها تحتاج إلى قدرة فقهية وعقلية تمكنها من إيصال الرسالة الدينية، والمخرج في البرامج الدينية لا بد أن يكون على اطلاع ومعرفة تامة في الأمور الدينية حتى يتمكن من إخراج برامجه بالشكل المناسب (5).

(1) حسن عماد مكايي، إنتاج البرامج للراديو، (القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1989)، ص 360.

(2) عبد الفتاح ابو عال، اثر ومسأوى الاعلام على تعليم الاطفال وتنقيفهم، (عمان، دار الشروق للنشر

والتوزيع، 2006) ص 101.

(3) حسن عماد مكايي، إنتاج البرامج للراديو، مصدر سابق، ص 361.

(4) بان باسل، فن التلفزيون، ترجمة: تماضر توفيق، (القاهرة: الدار المصرية للتأليف والترجمة، 1965) ص 109.

(5) يحيى بسيوني، الإذاعة الإسلامية، (الاسكندرية: دار المعارف الجامعية، 1986) ص 110.

6- برامج الأطفال: البرامج التي تعرض خصيصاً إلى الأطفال وتشمل الأفلام والرسوم المتحركة والدمى وبرامج المسابقات وغيرها، وتلك البرامج تقدم بشكل يتناسب مع مهارات الأطفال الإدراكية، ولم تعد برامج الأطفال مقتصرة على برامج الرسوم المتحركة، فقد تنوعت البرامج من حيث أشكالها ومضامينها حيث وظفت أعلى التقنيات الحاسوبية في صناعة البرامج والأفلام المتخصصة بتوجيه الأطفال، ومن المعلوم أن برامج التلفزيون الخاصة بالأطفال قد تيسر استيعاب الطفل للموضوعات المعروضة، كون برامج التلفزيون تجمع الصورة المتحركة مع الكلمة المسموعة وبذلك فهو قادر أن ينقل إلى الطفل عالماً من الصور المتحركة والمؤثرات الصوتية والمناظر المختلفة (1).

رابعاً / أهداف البرامج في القنوات التلفزيونية العربية :-

هناك أهداف عديدة وضعتها العديد من محطات الإذاعة والتلفزة العربية في إطار توجيهها البرامجي إلى جمهورها المستهدف من بينها (2):

1- ضمان الأداء الجيد لبرامج التلفزيون والإذاعة في إطار خدماتها البرامجية المختلفة للمشاهدين والمستمعين بما ينسجم وأهداف السياسة العامة للدولة في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

2- تدعيم المجتمع وحرية وتأكيد سيادة القانون عن طريق البرامج المنتجة لهذا الغرض.

3- العمل على نشر الثقافة والتعليم انطلاقاً من رؤية حضارية وإنسانية بما يخدم جميع شرائح المجتمع وتوظيف البرامج المتخصصة لهذا الغرض مثل برامج الأطفال والشباب والمرأة والعمال والفلاحين .

4- تطوير مفاهيم الاعلام التلفزيوني والاذاعي بما يرسخ القيم الايجابية دينياً وتربوياً فضلاً عن تغطية ومتابعة اهتمامات الجماهير ومشكلاتهم اليومية وايجاد الحلول الكفيلة لها عن طريق برامج معدة بهذا الاتجاه .

5- العمل على تطوير الخدمات الاذاعية المسموعة والمرئية الموجهة للخارج بما يضمن المصلحة العليا للشعب والدولة .

6- العمل على تدعيم نشرات الانباء والتغطية النشطة للاحداث المحلية والعالمية والتطبيق الموضوعي عليها والاهتمام بتدعيم المندوبين والمراسلين التلفزيونيين والاذاعيين في الداخل والخارج .

(1) سعد مطشر عبد الصاحب ، المضامين والاشكال الفنية للبرامج التلفزيونية في تلفزيون العراق والتلفزيون العربي السوري ، (اطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد، 2005) ص 188.

(2) د. سمير جاد ، البرامج التلفزيونية والاعلام الثقافي،(القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987) ص58.

7- النهوض بالمستوى الفني والمهني للقائمين بالخدمات الصوتية والمرئية .

خامساً / الصورة ودورها في البث التلفزيوني المباشر :

ان اهم ما يميز التلفزيون عن سائر وسائل الاعلام هو اعتماده على حاسة البصر الى جانب حاسة السمع ، وعن طريقهما يزداد استيعابه للمعلومات (35%) ، كما تزداد مدة احتفاظه بهذه المعلومات بنسبة (55%) ، والصورة في التلفزيون عامل جذب واثارة نفسية للمتلقين ، وخاصة الصورة المتحركة (1) ، كذلك الصورة والصوت هما السماتان المستخدمتان في اكثر البرامج التلفزيونية مهما اختلفت بأنواعها واهدافها إلا في حالات نادرة فلغة البرامج التلفزيونية قد تكون صامتة عندما تعبر الصورة عن حالة الحدث دون تعليق ، ولكن الصورة والصوت تعطيهما سمة الفاعلية والاثارة ، وهذا ايضاً يشير الى ان نوع البرامج او فصيلته هي التي تدعو المخرج الى اضافة الشكل الذي يراه مناسباً على مضمون هذا البرنامج او ذلك ، فأحياناً يكون الصمت دلالة على المضمون وأحياناً اخرى كل منهما يعطي رد الفعل المطلوب او المنتظر منه الصورة هي الاداة الاكثر تأثيراً وفعالية لأنها تنفذ الى داخل الانسان وهي بأضافة تعليق بسيط إليها تصبح تعبيراً افضل من أي نص أو خطبة (2) .

ان التلفزيون حافظ على قدرته في تقديم الصور بطريقة اكثر وضوحاً قريباً للمشاهدين من الواقع الحقيقي ، وتظهر هذه الصفة في الاحداث السياسية والاحتفالات والمهرجانات والحروب والمباريات الرياضية ، فالذين يحضرون موقع الحدث على الرغم من انهم يتابعون المشهد بأكمله

إلا ان بصرهم قد لا يستطيع الوصول الى اماكن وزوايا معينة ولا يمكن ان يتفحصوا عن قرب تفاصيل وملامح المشاركين في الاءء ، لكن التلفزيون بعءسات كاميراته التي تقرب وبعء أو ءوقف الصورة وانارته المبهرة والءعليق الذي يصاحب الصورة يستطيع ان يقوم بعرض لقطة ءلفزيونية بشكل اكءر اءارة من الاءء الءقيقي نفسه وهو ما يسمى ((بمسءة الاءء)) عن طريق اءءناص الصور الءلابة واءضافة طابع ((ءرامى)) على بعض الاءءاء البسيطة فضلاً عن الءعليق الذي يقدمه المذيع للربط بين اللقءاء (3) .

- (1) سعيب مبارك ال زعير ، مصدر سابق ، ص 157-158.
- (2) كرم شلبي ، الراءيو والتلفزيون في الحرب النفسية ، (بعءاء: مكبعة الاءيب البعءاءية ، 1973) ص59.
- (3) ء. محمد فلءي ، صناعة العفل في عصر الشاشة ، (عمان: ءار ءءافة للنشر وءوزيع ، 2002) ص32.

سادساً / مميزات البء المباشر في القءواء الفضائية ءلفزيونية :

يءمع البء المباشر في القءواء ءلفزيونية بمميزات عديدة مسءفياً من ءءطور الءاصل في مجال ءءنولوجيا الاءءصال والمعلوماء ، انعكس وبشكل واضح وسريع على الجمهور المشاهء ، ويمكن ءءءء بعض هذه المميزات بما يلي (1) .

- 1- المءعة التي يحس بها المشاهء وهو يءابع برامء البء المباشر ءلفزيونية وهذا ما يميزها عن البرامء المسجلة مسبقاً .
- 2- الاءساس بالمشاركة حيث ان المشاهء وبفعل مزايا الوسيلة ءلفزيونية وءأءر البصرية والسمعية يجعل الجمهور يحس بأنه مءواءءبين ءنايا الاءء او البرنامء والذي يبء بئاً مباشراً .
- 3- عززء ءقنية البء المباشر ورفءء رصيب بعض البرامء وخاصة البرامء الءوارية وبرامء الءاقع والتي اصبءت سمة لأكءر من قءاة ءلفزيونية فضائية .
- 4- ساءمء برامء البء المباشر في ءطوير مهارء وءبرات العاملين في هذه البرامء من المذيعين أو المقءمين ، والمصورين والمخرجين والمعءين وبقية كاءر العمل ، فاءءوئر الفنى ضمن برنامء يبء مباشرة على الهواء يءفع بالكاءر الى ءقءءم افضل ما لءيهم من امكانياء وقءراء ، لان الءطأ يكون غير مسموح في اءار العمل في هذه البرامء .

- (1) ء. سعد لطف الءمء ، مصدر سابق ، ص 28 .

المبحث الثالث الدراسة الميدانية

معلومات عامة :

1. فئة الجنس :

جدول رقم (1) بين جنس المبحوثين

ت	الفئات الفرعية	العدد	النسبة المئوية
1		180	%60
2		120	%40
	المجموع	300	%100

يوضح الجدول اعلاه أن نسبة الذكور في عينة البحث قد جاءت بالمرتبة الاولى بعدد (180) وبنسبة (60%) من عدد النسبة الكلية للمبحوثين ، وحلت بالمرتبة الثانية فئة الاناث بعدد (120) وبنسبة (40%) من النسبة الكلية .

2. فئة العمر :

جدول رقم (2) بين الفئات العمرية للمبحوثين

ت	الفئات الفرعية	العدد	النسبة المئوية
1	15 - 25 سنة	90	%30
2	26 - 35 سنة	80	%26,7
3	36 - 45 سنة	75	%25
4	46 - 55 سنة	55	%18,3
	المجموع	300	%100

يبين الجدول اعلاه ان الفئة العمرية من (15- 25) سنة قد حلت اولاً بعد 90 وبنسبة (30%) من العدد والنسبة الكلية للمبشرين ، فيما جاءت الفئة من (26- 35) بالمرتبة الثانية وبعد (80) وبنسبة بلغت (7, 26%) ، اما الفئة من (36- 45) جاءت ثانياً بعدد (75) وبنسبة مئوية بلغت (25%) ، واخيراً حلت بالمرتبة الرابعة الفئة من (46- 55) بعدد (55) ونسبة هي (3, 18%) من النسبة الكلية للمبشرين .

جدول رقم (3) بين المستوى التعليمي للمبشرين

ت	الاجوبة	العدد	النسبة المئوية
1	اعدادية	206	68, 7%
2	بكالوريوس	34	11, 3%
3	معهد (دبلوم)	25	8, 3%
4	متوسطة	23	7, 7%
5	شهادات عليا	12	4, %
	المجموع	300	100%

يوضح الجدول اعلاه أن نسبة المبشرين الحاصلين على شهادة الاعدادية بالمرتبة الاولى بمقدار (68, 7) وبعدها (206) مبشرين ، وحلت بالمرتبة الثانية للمبشرين الحاصلين على شهادة البكالوريوس بنسبة (3, 11%) وعدد (34) مبشرين ، اما بالمرتبة الثالثة الحاصلين على شهادة الدبلوم بنسبة بلغت (3, 8%) وعدد (25) مبشرين ، فيما الحاصلين على شهادة المتوسطة جاوزا بالمرتبة الرابعة بعدد (23) مبشرين وبنسبة (7, 7%) ، وفي المرتبة الخامسة والاخيرة فقد حل بها الحاصلين على الشهادة العليا (ماجستير ودكتوراه) بنسبة (4%) وعدد (12) مبشرين .

أسئلة البحث:

س1 / هل تفضل برامج البث المباشر التلفزيونية على البرامج المسجلة

جدول رقم (4) بين تفضل برامج البث المباشر على البرامج المسجلة للمبشرين

ت	الاجوبة	العدد	النسبة المئوية
---	---------	-------	----------------

1	نعم	167	55,7%
2	كلا	98	35,7%
3	الى حد ما	35	22,6%
	المجموع	300	100%

اشار الجدول السابق الى ان (167) محوٲ والذين يشكلون نسبة (55,7%) من النسبة والعدد الكلي للمحوٲين يفضلون برامج البث المباشر على البرامج المسجلة من خلال الاجابة ب (نعم)، بينما (98) محوٲ والذين تبلغ نسبتهم (7 , 32%) فضلوا البرامج المسجلة على البرامج البث المباشر من خلال الاجابة ب (كلا) ، و اشار (35) محوٲ وبنسبة (6, 11%) الى انهم (الى حد ما) يفضلون برامج البث المباشر على البرامج المسجلة .

س2/ ما مدى اهتمامك بمتابعة برامج البث المباشر في القنوات التلفزيونية ؟

جدول رقم (5) بين اهتمام متابعة برامج البث المباشر للمحوٲين

ت	الاجوبة	العدد	النسبة المئوية
1	احياناً	167	55,7%
2	دائماً	98	35,7%
3	نادراً	35	22,6%
	المجموع	300	100%

اشار الجدول اعلاه الى ان (158) محوٲ والذين يشكلون نسبة (52,7%) من النسبة والعدد الكلي للمحوٲين الى انهم (احياناً) يهتمون بمتابعة برامج البث المباشر في القنوات التلفزيونية ، بينما (130) محوٲ والذي تبلغ نسبتهم (3, 43%) يهتمون (دائماً) بمتابعة برامج البث المباشر في القنوات التلفزيونية ، و اكد (12) محوٲ وبنسبة (4%) انهم (نادراً) ما يهتمون بمتابعة برامج البث في القنوات التلفزيونية .

س3/ ما هي أكثر أنواع البث المباشر التي تتابعها في القنوات التلفزيونية ؟ (يمكن اختيار أكثر من برنامج) .

جدول رقم (6) بين أنواع البرامج المفضلة للمبحوثين

ت	الاجوبة	العدد	النسبة المئوية
1	البرامج الترفيهية	65	20,1 %
2	البرامج الاخبارية	58	17,9 %
3	البرامج الرياضية	45	
4	البرامج الحوارية	43	
5	البرامج الاقتصادية	40	
6	البرامج العلمية	38	
7	البرامج التعليمية	35	
	المجموع	300	

الجدول

يبين

اعلاه ان (البرامج الترفيهية) جاءت بالمرتبة الاولى بعدد (65) ونسبة (20,1%)

من العدد والنسبة الكلية للمبحوثين ، وجاءت بالمرتبة الثانية (البرامج الاخبارية) وبعدد 85 ونسبة (9,17%) مبحوث ، اما بالمرتبة الثالثة جاءت (البرامج الرياضية) بعدد (45) ونسبة (9,13%) مبحوث ، فيما جاءت بالمرتبة الرابعة (البرامج الحوارية) بعدد (43) ونسبة (3,13%) مبحوث ، فيما جاءت بالمرتبة الخامسة (الاقتصادية) وبعدد (40) ونسبة (3,12%) مبحوث ، وجاءت بالمرتبة السادسة (البرامج العلمية) وبعدد (38) ونسبة (8,11%) مبحوث ، وحصلت على المرتبة السابعة (البرامج التعليمية) بعدد (35) ونسبة (8,10%) مبحوث .

س4/ في أي القنوات التلفزيونية تفضل برامج البث المباشر ؟

جدول رقم (7) بين أنواع القنوات التلفزيونية المفضلة للمبحوثين

ت	الاجوبة	العدد	النسبة المئوية
---	---------	-------	----------------

1	العراقية المحلية	132	44%
2	العربية	110	36,7%
3	الاجنبية الناطقة بالعربية	58	19,3%
	المجموع	300	100%

أشار الجدول السابق الى ان (132) مبحوث والذين يشكلون نسبة (44%) من النسبة والعدد الكلي للمبحوثين يفضلون القنوات (العراقية المحلية) ، بينما (110) مبحوث والذي تبلغ نسبتهم (7,36%) فضلوا القنوات (العربية) وأشار 85 مبحوث ونسبة (3,19%) الى انهم فضلوا القنوات التلفزيونية (الاجنبية الناطقة بالعربية) ، لمشاهدة برامج البث المباشر .

س/5 في أي القنوات العراقية المحلية تفضل متابعة برامج البث المباشر؟ (يمكن اختيار اكثر من قناة) .

جدول رقم (8) بين انواع القنوات المفضلة للمبحوثين

ت	الاجوبة	العدد	النسبة المئوية
1	العراقية	165	18,3%
2	كربلاء	111	12,3%
3	الشرقية	110	12,2%
	البغدادية	110	12,2%
4	السومرية	108	12%
5	المسار	81	9%

6	العهد	68	7,6%
7	الفيحاء	67	7,4%
8	بلادي	31	3,4%
9	الرشيد	23	2,6%
10	بغداد	18	2%
11	الرافدين	8	0,9%
المجموع		900	100%

يبين الجدول اعلاه ان قناة (العراقية) قد جاءت بالمرتبة الاولى وبنسبة (3, 18%) من المبحوثين لمتابعة البث المباشر في القنوات المحلية وبعدها (165) مبحوث ، وفي المرتبة الثانية جاءت قناة (كربلاء) بعدد (110) مبحوث وبنسبة (3, 12%) ، وحصلت ايضا في المرتبة الثالثة قناة (البغدادية) و(الشرقية) بعدد (110) مبحوث وبنسبة (2, 12%) فيما حصلت المرتبة الرابعة قناة(السومرية) بعدد (108) مبحوث وبنسبة (12%) ، اما المرتبة الخامسة جاءت قناة (المسار) بعدد (81) مبحوث وبنسبة (9%) ، وفي المرتبة السادسة جاءت قناة (العهد) بعدد (68) مبحوث وبنسبة (7, 6%) ، فيما حلت في المرتبة السابعة قناة (الفيحاء) بعدد (67) مبحوث وبنسبة (7, 4%) ، وقد جاءت بالمرتبة الثامنة قناة (بلادي) بعدد (31) مبحوث وبنسبة (4, 3%) ، فيما حلت بالمرتبة التاسعة قناة (الرشيد) بعدد (23) مبحوث وبنسبة (2, 6%) وجاءت بالمرتبة العاشرة قناة (بغداد) بعدد (18) مبحوث وبنسبة (2%) ، بالمرتبة الحادية عشر حلت قناة (الرافدين) بعدد (8) مبحوث وبنسبة (9, 0%) .

س6/ في أي قناة عربية تفضل متابعة برامج البث المباشر ؟ (يمكن اختيار اكثر من قناة) .

جدول رقم (9) بين انواع القنوات العربية الفضائية المفضلة للمبحوثين

ت	الاجوبة	العدد	النسبة المئوية

1	شبكة قنوات mbc	233	32,6%
2	شبكة قنوات ابو ظبي	124	17,3%
3	شبكة قنوات روتانا	78	10,9%
4	شبكة قنوات LBC	68	9,5%
5	شبكة قنوات دبي	48	6,7%
6	شبكة قنوات ميلودي	33	4,6%
	شبكة انفنتي	33	4,6%
7	شبكة قنوات الحياة	32	4,5%
8	قناة OTV	22	3,1%
9	قناة الرأي الكويتية	21	2,9%
10	شبكة النيل	16	2,2%
11	شبكة قنوات كايرو	7	1%
	المجموع		100%

يوضح الجدول اعلاه ان شبكة (mbc) قد جاءت بالمرتبة الاولى بعدد 233 مبحوث وبنسبة (32,6%) ، وفي المرتبة الثانية جاءت شبكة قنوات (ابو ظبي) وبعدها (124) مبحوث وبنسبة (17,3%) ، وفي المرتبة الثالثة جاءت قنوات (روتانا) بعدد (78) وبنسبة (10,9%) ، وفي المرتبة الرابعة جاءت قنوات (LBC) بعدد (68) وبنسبة (9,5%) ، فيما حلت بالمرتبة الخامسة قنوات (دبي) بعدد (48) مبحوث وبنسبة (6,7%) ، وفي المرتبة السادسة جاءت قنوات (ميلودي) بعدد (33) مبحوث وبنسبة (4,6%) ، وحصلت ايضا في السرعة السادسة قنوات (انفنتي) بعدد (33) مبحوث وبنسبة (4,6%) ، فيما حلت بالمرتبة السابعة قنوات (الحياة) بعدد (32) مبحوث وبنسبة (4,5%) ، وقد جاءت بالمرتبة الثامنة قناة (OTV) بعدد (22) مبحوث وبنسبة (3,1%) ، فيما حلت بالمرتبة العاشرة قناة (الرأي) الكويتية بعدد (21) وبنسبة (2,9%) ، وجاءت بالمرتبة العاشرة قنوات (النيل) بعدد (16) وبنسبة (2,2%) ، فيما جاءت قنوات (كايرو المصرية) بعدد (7) مبحوثين وبنسبة (1%) .

س7/ في أي القنوات الاجنبية الناطقة بالعربية تفضل متابعة برامج البث المباشر ؟ (يمكن اختيار اكثر من قناة) .

جدول رقم (10) بين أنواع القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية المفضلة

للمبحوثين

ت	الأجوبة	العدد	النسبة المئوية
1	قناة الحرة عراق	161	52,7%
2	قناة الحرة	111	17,7%
3	قناة BBC الناطقة بالعربية	90	14,4%
4	قناة TRT التركية الناطقة بالعربية	89	14,2%
5	قناة روسيا اليوم	69	11%
6	قناة CNN الناطقة بالعربية	40	6,4%
7	القناة الفرنسية الناطقة بالعربية	28	4,5%
8	قناة الصينية CCT9	20	3,2%
9	القناة الألمانية الناطقة بالعربية	18	2,8%
	المجموع	626	100%

يوضح الجدول اعلاه ان قناة (الحرة عراق) قد جاءت بالمرتبة الاولى بعدد (161) مبحوث وبنسبة (52,7%) ، وفي المرتبة الثانية جاءت قناة (الحرة) وبعدد (111) مبحوث بنسبة (17,7%) ، وفي المرتبة الثالثة جاءت قناة (BBC) الناطقة باللغة العربية بعدد (90) مبحوث وبنسبة بلغت (14,4%) ، وفي المرتبة الرابعة جاءت قناة (TRT التركية) الناطقة بالعربية بعدد (89) وبنسبة (14,2%) ، فيما حلت المرتبة الخامسة قناة (روسيا اليوم) بعدد (69) مبحوث وبنسبة (11%) ، وفي المرتبة السادسة جاءت قناة (CNN) الناطقة بالعربية بعدد (40) مبحوث وبنسبة (6,4%) ، وحلت في المرتبة السابعة القناة الفرنسية الناطقة بالعربية بعدد (28) مبحوث وبنسبة (4,5%) ، فيما حلت بالمرتبة الثامنة القناة الصينية (CCT9) بعدد (20) مبحوث وبنسبة (3,2%) ، وقد جاءت بالمرتبة التاسعة والاخيرة القناة (الألمانية) الناطقة بالعربية بعدد (18) مبحوث وبنسبة (2,8%) من النسبة الكلية .

س8/ هل تشعر بالمتعة عندما تتابع برامج البث المباشر في القنوات التلفزيونية المفضلة لديك؟

جدول رقم (11) بين الشعور بالمتعة عندما يشاهد برامج البث المختلفة في التلفزيونية

ت	الاجوبة	العدد	النسبة المئوية
1	نعم	163	4,3 %
2	احياناً	122	40,7 %
3	كلا	8	2,7 %
4	الى حد ما	7	2,3 %
	المجموع	300	100 %

اشار الجدول اعلاه الى ان (163) مبحوث والذين يشكلون نسبة (3, 54%) من النسبة والعدد الكلي للمبحوثين يشعرون بالمتعة عندما يتابعون برامج البث المختلفة في القنوات التلفزيونية ، بينما (122) مبحوث والذين نسبتهم (7, 40%) اشاروا الى انهم (احياناً) يشعرون بالمتعة عندما يتابعون برامج البث المختلفة في القنوات التلفزيونية ، وأشار (8) مبحوثين وبنسبة (2,7%) الى انهم (لا) يشعرون بالمتعة عندما يتابعون برامج البث التلفزيونية في القنوات التلفزيونية المفضلة لديهم ، فيما اكد (7) مبحوثين وبنسبة (3, 2%) انهم (الى حد ما) يشعرون بالمتعة عندما يتابعون برامج البث المختلفة في قنوات التلفزيونية المفضلة لديهم .

س9/ هل يتولد لديك احساس بالمشاركة في الحدث الذي يتناوله البرنامج المباشر والذي تتابعه في القنوات التلفزيونية المفضلة لديك ؟

جدول رقم (12) بين الاحساس بالمشاركة في الحدث الذي يتناوله البرامج المباشرة للمبحوثين

ت	الاجوبة	العدد	النسبة المئوية
1	نعم	279	93 %

2	أحياناً	21	7 %
المجموع		300	100 %

يوضح الجدول اعلاه الى ان (279) محووث والذين يشكلون نسبة (93%) من النسبة والعدد الكلي للمحووثين يتولد لديهم احساس بالمشاركة في الحدث الذي تتناوله برامج البث المباشر ، بينما (21) محووث والذين تبلغ نسبتهم (7%) لم يتولد لديهم احساس بالمشاركة في الحدث الذي تتناوله برامج البث المباشر والذي يتابعونها القنوات التلفزيونية المفضلة لديهم .

س10/ ما هي الدوافع وراء مشاهدة برامج البث المباشر في القنوات التلفزيونية ؟ (يمكن التأشير على اكثر من خيار) ؟

جدول رقم (13) بين دوافع مشاهدة برامج البث في القنوات التلفزيونية لدى المحووثين

ت	الاجوبة	العدد	النسبة المئوية
1	الرغبة في زيادة المعرفة واكتساب المعلومات الحديثة والجديدة	172	31,6 %
2	الرغبة في التسلية والترفيه والمتعة وقضاء وقت الفراغ	169	31,1 %
3	الرغبة في التعرف والاطلاع على اهم الاخبار	116	21,3 %
4	الرغبة في اكتساب التثقيف والتوجيه والارشاد	87	16 %
المجموع		544	100 %

يشير الجدول اعلاه الى ان (172) محووث والذين يشكلون نسبة (31,6%) من النسبة والعدد الكلي للمحووثين كان الرغبة في زيادة المعرفة واكتساب المعلومات الحديثة والجديدة هو الدافع وراء متابعتهم لبرامج البث المباشر ، بينما بين (169) محووث والذي تبلغ نسبتهم (31,1 %) ان الرغبة في التسلية والترفيه والمتعة والقضاء وقت الفراغ هو الدافع وراء مشاهدتهم لهذه البرامج ، وأشار (116) محووث وبنسبة (21,3 %) ان الرغبة في التعرف والاطلاع على اهم الاخبار هي سبب متابعتهم ، فيما اكد (87) محووث وبنسبة (16%) ان الرغبة في اكتساب التثقيف والتوجيه والارشاد هو سبب مشاهدتهم لبرامج البث المباشر .

س11/ مع من تفضل مشاهدة برامج البث المباشر في القنوات التلفزيونية الفضائية ؟

جدول رقم (14) يبين مشاهدة تفضيل البرامج البث في القنوات التلفزيونية للمبحوثين

ت	الاجوبة	العدد	النسبة المئوية
1	بمفردك	120	40%
	مع العائلة	120	40%
2	مع الاصدقاء	54	18%
3	مع الزملاء في العمل	6	2%
	المجموع	300	100%

يشير الجدول اعلاه الى ان المرتبة الاولى بالنسبة للحالة المفضلة للمبحوثين في مشاهدة برامج البث المباشر جاءت على التوالي (بمفردك) بواقع (120) مبحوث وبنسبة (40%) وكذلك (مع العائلة) بواقع (120) وبنسبة (40%) ، ليكون مجموعهم (240) مبحوث وبنسبة اجمالية (80%) ان يشاهد هذه البرامج مع (الاصدقاء) والمرتبة الثالثة والاخيرة جاءت (مع الزملاء) في العمل بعدد (16) اجابات وبنسبة (2%) من النسبة الكلية من المبحوثين.

س12/ هل هناك تحكم داخل أسرتك في عملية مشاهدة برامج البث المباشر من قنوات التلفزيونية الفضائية ؟

جدول رقم (14) يبين مشاهدة تفضيل البرامج البث في القنوات التلفزيونية للمبحوثين

ت	الاجوبة	العدد	النسبة المئوية
1	نعم	211	70,3%
2	كلا	89	29,7%
	المجموع	300	100%

اشار

الجدول اعلاه ان هناك تحكم بنسبة عالية في عملية مشاهدة برامج البث المباشر في القنوات التلفزيونية داخل اسر وعوائل المبحوثين ، حيث اكد ذلك 211 مبحوث والذي يشكلون نسبة (70,3%) ، وفي المرتبة الثانية جاءت الاجابة (بكلا) بعدد (89) مبحوث ونسبة (7,29%) .

س13/ اذا كانت الاجابة بـ (نعم) ، فمن الذي يمارس عملية التحكم في المشاهدة ؟

جدول رقم (14) يبين مشاهدة تفضيل البرامج البث في القنوات التلفزيونية للمبحوثين

ت	الاجوبة	العدد	النسبة المئوية
1	انت	150	71,1%
2	الاب	51	24,2%
3	الام	7	3,3%
4	الاخوة	3	1,4%
	المجموع	211	100%

يوضح الجدول اعلاه ان المبحوثين انفسهم هم قد جاءوا بالمرتبة الاولى بالنسبة لمن يمارس عملية التحكم في مشاهدة برامج البث المباشر حيث اكد (150) مبحوث ذلك والذين يشكلون نسبة (71,1%) ، وفي المرتبة الثانية جاء (الاب) بالنسبة للتحكم في عملية المشاهدة بعدد اجابات (51) وبنسبة (24,2%) اما المرتبة الثالثة فقد كانت (الام) بعدد اجابات (7) مبحوثين والنسبة (3,3%) وفي المرتبة الرابعة والاخيرة جاءت فئة (الاخوة) بعدد اجابات (3) مبحوثين وبنسبة (1,4%) . ولا/ النتائج :

1. اظهرت الدراسة ان اكثر من (55%) من المبحوثين يفضلون برامج البث المباشر على البرامج المسجلة في أستوديوهات القنوات التلفزيونية التي يتابعونها ، بينما اشار اكثر من (35%) من المبحوثين على عكس ذلك .
2. بينت الدراسة ان (20%) من المبحوثين يفضلون البرامج الترفيهية على البرامج الاخرى التي تبث بشكل مباشر وعلى الهواء ، فيما حوالي (18%) منهم يفضلون البرامج الاخبارية على البرامج الاخرى ، واكثر (13%) منهم يفضلون البرامج الرياضية ثم الحوارية ، فالاقتصادية ، والعلمية ، واخيرا التعليمية على التوالي .
3. اشارت الدراسة ان (44%) من المبحوثين يفضلون متابعة برامج البث المباشر في القنوات العراقية المحلية ، بينما اكثر من (36%) منهم يفضلون متابعتها في القنوات العربية ، وحوالي (19%) منهم يفضلون متابعتها في القنوات الاجنبية الناطقة بالعربية .

4. أفرز البحث نتيجة مفادها ان اكثر من (17%) من المبحوثين فضلوا قناة العراقية على القنوات المحلية الاخرى في متابعة برامج البث المباشر ، بينما (12,3%) منهم فضلوا قناة كربلاء ، و اقل من هذه النسبة بشيء بسيط فضلوا قناتي الشرقية والبغدادية تباعاً ، اما اكثر من (11%) منهم فضلوا قناة السومرية لمتابعة برامج البث المباشر .
 5. يتضح من البحث الحالي ان اكثر من (32%) من المبحوثين فضلوا شبكة قنوات (MBC) الفضائية على القنوات الاخرى في متابعة برامج البث المباشر ، بينما اكثر من (17%) منهم فضلوا قنوات ابو ظبي ، وحوالي (11%) منهم فضلوا شبكة قنوات الـ (LBC) على القنوات الاخرى لمتابعة برامج البث المباشر .
 6. تبين من البحث ان (26%) مبحوثين يفضلوا متابعة قناة الـ(الحررة عراق) على القنوات الاخرى الناطقة باللغة العربية بالنسبة لمشاهدة برامج البث المباشر ، بينما (17%) فضلوا الـ (الحررة) العامة ، اما (4,14%) من المبحوثين فضلوا قناة الـ (BBC) الناطقة.
- ثانياً / التوصيات :**

1. يوصي الباحث مسؤولي ادارات القنوات التلفزيونية العراقية الرسمية والخاصة بزيادة الاهتمام بانتاج برامج البث المباشر في قنواتهم وتحسين اشكال ومضامين هذه البرامج والطرق الاخبارية واساليب العرض فيها من اجل استقطاب المزيد من افراد الجمهور العراقي المحلي والمحافظات على هذه الجمهور .
2. يوصي الباحث الدارسين والباحثين بزيادة الاهتمام بدراسات الجمهور وخصوصاً دراسات التعرض لوسائل الاعلام واستطلاع رأي الجمهور المحلي بما لها اهمية قصوى في ميدان البحث العلمي

مصادر البحث :

- 1- الحمداني واخرون ، موفق ، منهج البحث العلمي – اساسيات البحث العلمي ، (عمان : جامعة عمان للدراسات العليا ، 2006) .
- 2- الهيتي ، هادي نعمان ، الاتصال الجماهيري للمنظور الجديد ،(بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، 1998) .
- 3- ابن منظور، محمد بن كرم، معجم لسان العرب، (بيروت : الجزء الاول ، ب.ت.) .
- 4- ال زعير، سعيد مبارك ، بالتلفزيون والتغير الاجتماعي في الدول النامية ،(بيروت : دار ومكتبة الهلال ، 2008) .
- 5- المحنة ، فلاح كاظم ، البرامج الاذاعية والتلفزيونية ، (بغداد : دار الحكمة، 1988) .
- 6- ابو عال ، عبد الفتاح ، اثر ومساوى الاعلام على تعليم الاطفال وتنقيفهم ، (عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع ، 2006) .
- 7- باسل ، بان ، فن التلفزيون ، ترجمة : تماضر توفيق ،(القاهرة: الدار المصرية للتأليف والترجمة ، 1965) .