

2019

## تعرض الشباب الجامعي للبرامج السياسية في القنوات الفضائية العراقية والإشاعات المتحقة منها دراسة مسحية لعينة من طلبة (كلية العلوم السياسية/ جامعة النهرين) انموذجا

المدرس محمد كاظم مجيد  
جامعة بغداد - كلية القانون

Follow this and additional works at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/midad>

 Part of the [Arts and Humanities Commons](#), and the [Law Commons](#)

### Recommended Citation

مجيد, المدرس محمد كاظم (2019) "تعرض الشباب الجامعي للبرامج السياسية في القنوات الفضائية العراقية والإشاعات المتحقة منها دراسة مسحية لعينة من طلبة (كلية العلوم السياسية/ جامعة النهرين) انموذجا", *Midad AL-Adab Refereed Quarterly Journal*: Vol. 18: Iss. 1, Article 25.  
Available at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/midad/vol18/iss1/25>

This Article is brought to you for free and open access by Arab Journals Platform. It has been accepted for inclusion in Midad AL-Adab Refereed Quarterly Journal by an authorized editor. The journal is hosted on [Digital Commons](#), an Elsevier platform. For more information, please contact [rakan@aarj.edu.jo](mailto:rakan@aarj.edu.jo), [marah@aarj.edu.jo](mailto:marah@aarj.edu.jo), [u.murad@aarj.edu.jo](mailto:u.murad@aarj.edu.jo).

تعرض الشباب الجامعي للبرامج السياسية في القنوات الفضائية  
العراقية والإشباعات المتحققة منها  
دراسة مسحية لعينة من طلبة  
كلية العلوم السياسية/جامعة النهرين) انموذجا

المدرس  
محمد كاظم مجيد  
جامعة بغداد – كلية القانون

*University youth were exposed to political programs in Iraqi satellite  
channels and the verifications received from them  
A survey study of a sample of students  
(College of Political Science / Al-Nahrain University) as a model*

*Muhammad Kazim Majeed*



## ملخص البحث

أصبح الإعلام الشيء الرئيسي المشترك في حياتنا ، تعودنا أن نتعرض لوسائله بشكل يومي ، ونتعامل معها وكأنها مكون أساسي لا يمكن الاستغناء عنه ، وانتشرت وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة انتشاراً كبيراً في كل المجتمعات ، وتزايد متوسط الوقت الذي يقضيه الفرد مع هذه الوسائل وأصبح يعرض نفسه لها بشكل تلقائي كالهواء الذي يتنفسه والماء الذي يشربه والغذاء الذي يأكله.

وتؤدي وسائل الإعلام وبضمنها القنوات الفضائية دوراً مهماً في خلق التصورات والقناعات بين أوساط الجمهور عن طريق أساليب محددة تعتمدها في تناول الشؤون العامة ، وفي ظل هذا التعدد والتنوع الواسع للقنوات التلفزيونية الفضائية الواصلة بها إلى كل بيت تبقى المقدر على التحكم في الرؤية السياسية للجمهور من حصة القنوات الأقوى والأوسع انتشاراً وهي بالتأكيد لا تتجاوز في عددها أصابع اليد الواحدة، وعن طريق التكتيف والزمخ الإعلامي والتركيز في تناول الشؤون العامة دولياً وإقليمياً يمكن للقنوات التلفزيونية أن تصبح المصدر الأول للجمهور في مجال الحصول على المعلومات والإطلاع على الآراء وبالتالي بناء المواقف والاتجاهات بحكم المفاهيم الفكرية التي يقدمها بما ينسجم مع أجنداتها وأهدافها العامة .

وتأتي أهمية هذا البحث من أهمية الوظيفة السياسية، إذ أشار عدد من الباحثين إلى أن التلفزيون أصبح وسيلة يتعرض لها الفرد لفترات طويلة، وبالإمكان الاستفادة من خصائص هذه الوسيلة الجماهيرية لنشر الثقافة في المجتمع بصورة عامة، فضلاً عن الاستفادة في التوجه إلى جمهور طلبة الجامعات للبرامج السياسية بما يسهم في رفع مستوى الطلبة وزيادة معلوماتهم ونقل تفضيلات دقيقة وواضحة عن الفكرة أو المعنى المراد إيصاله إلى الفرد المتلقي، واستعمل الباحث المنهج المسحي الذي يتيح مسح أداء الوسيلة الاتصالية والرسالة الاتصالية معاً، وبما ينسجم مع متطلبات البحث ، كما تم الاستعانة باستمارة الاستبانة بوصفها أداة بحثية من أدوات المنهج المسحي للحصول على معلومات دقيقة وصحيحة من أفراد العينة .

## Abstract

*Media has become a common main thing in our lives, we are used to run the means are on a daily basis, and we deal with it like an essential component irreplaceable, and the spread of the media in recent years, a large prevalent in all societies, and increasing the average time spent by an individual with the means and became expose himself to her automatically as the air he breathes and the water we drink and the food they eat.*

*The media, including the satellite and play an important role in creating perceptions and convictions among the public through specific methods adopted in dealing with public affairs, and in the light of this diversity and wide diversity of channels of television connecting them to each house remain the ability to control the political vision of the audience share of channels the strongest and most widespread and certainly does not exceed in number the fingers of one hand, and through condensation and media momentum and focus in handling public affairs internationally and regionally can TV channels to become Almsdralool to the public in the area of access to information and access to views and thus build attitudes and trends by virtue of intellectual templates provided, including that consistent with the public agendas and goals.*

*The importance of this research of the importance of political function as the number of researchers noted, however, television has become a way exposed for long periods of the individual and can take advantage of the characteristics of this mass medium for the dissemination of culture in society in general as well as the benefit to go to public universities, students of political programs which will contribute to raising Students level and increase their knowledge and transfer of precise and clear preference for the idea or meaning to be communicated to the individual recipient, researcher used descriptive survey which allows scanning performance means of communication and message communication together, and in line with the requirements of research, as research uses newspaper questionnaire as a research tool for information accurate and correct of respondents.*

## المقدمة

ان الدور المتنامي لوسائل الإعلام في مجالات الحياة كافة تؤكد الدراسات النظرية والميدانية على الدور المهم لتلك الوسائل وبخاصة وسائل الإعلام الفضائي اذ استقر الرأي أنها تنصدر البرامج الوقائية في التخطيط الاستراتيجي والسياسي وهو موقف منطقي صحيح لكون الاستراتيجية السياسية تقع في مقدمة هذا العمل اذ تهدف البرامج السياسية التي تقوم عليها القنوات الفضائية الى تنمية وغرس مثل هذه البرامج في مثل هذه الفئة من الطلبة الجامعيين واذ كان للقنوات الفضائية الاخرى دورها فيما يتعلق بمثل هذه البرامج إلا انه يجب إبراز مثل هذه البرامج في القنوات العراقية وهذا يتطلب وجود إعلام صحيح وفاعل وناجح ويؤكد نجاحه عن طريق حجم التعرض والمشاهدة لمثل هذه البرامج من قبل الجمهور بشكل عام والطلبة الجامعيين بشكل خاص.

وقد اشتمل هذا البحث على مقدمة وثلاثة مباحث والاستنتاجات ، تناول المبحث الاول منه الإطار المنهجي للبحث والذي تضمن مشكلة البحث وأهميته وأهدافه ومنهجه وصدق الثبات فضلاً عن مجتمع البحث وعينته ومجالاته وتعريف ابرز المصطلحات المستخدمة فيه ، وتناول المبحث الثاني الإطار النظري للبحث والذي تضمن أهمية التعرض للتلفزيون ونظرية الاستخدامات والإشباعات والبرامج السياسية وأهدافها، اما المبحث الثالث فقد خصص لنتائج تحليل الاستبانة وتفسيرها.

## المبحث الاول الإطار المنهجي للبحث

### اولاً: مشكلة البحث

تعد عملية اختيار مشكلة البحث وتحديدتها من أهم وأصعب خطوات البحث العلمي التي تواجه الباحث وتعرف بأنها (ظاهرة تحتاج إلى تفسير أو قضية تم الاختلاف حولها ، وتباينت وجهات النظر فيها وتقتضي إجراء عملية البحث في جوهرها) <sup>(1)</sup>. ومن أجل ذلك فان مشكلة هذا البحث تحتاج إلى دراسة علمية للوقوف عليها ودراسة عناصرها ووصفها في الإطار العلمي الصحيح <sup>(2)</sup>. وقد وجد الباحث ان البرامج السياسية لها حضور في القنوات الفضائية العراقية على الرغم من انتشارها في القنوات الاخرى. وتتلخص مشكلة هذا البحث بالتساؤلات الآتية:

- 1- ما مدى تعرض الشباب الجامعي للبرامج السياسية؟
  - 2- ما الاسباب وراء متابعة الشباب للبرامج السياسية؟
  - 3- هل البرامج السياسية اثرت في الشباب الجامعي؟
  - 4- ما طبيعة الاشباعات التي تتحقق من متابعة البرامج السياسية؟
- ثانياً: أهمية البحث:

تنطلق أهمية البحث من أهمية الوظيفة السياسية إذ أشار عدد من الباحثين إلى أن التلفزيون أصبح وسيلة يتعرض لها الفرد لفترات طويلة وبالإمكان الاستفادة من خصائص هذه الوسيلة الجماهيرية لنشر الثقافة في المجتمع بصورة عامة وكذلك الاستفادة في التوجه إلى جمهور طلبة الجامعات للبرامج السياسية بما يساهم في رفع مستوى الطلاب وزيادة معلوماتهم ونقل تفصيلات دقيقة وواضحة عن الفكرة أو المعنى المراد إيصاله إلى الفرد المتلقي. فعن طريق البحث العلمي يستطيع الإنسان التوصل إلى الكثير من تساؤلاته وكذلك معرفة الأحداث والظواهر المختلفة، وتزداد أهمية البحث نتيجة لحاجة المجتمعات لنتائج العلمية في كثير من مجالات الحياة إن لم يكن في جميعها (3).

### ثالثاً: أهداف البحث

يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية :

- 1- التعرف على حجم تعرض الشباب الجامعي للبرامج السياسية.
- 2- التعرف على حجم الشباب المتابع للبرامج السياسية.
- 3- التعرف على مدى تأثير الشباب الجامعي بالبرامج السياسية.
- 4- الكشف عن طبيعة الاشتباكات التي تتحقق من متابعة البرامج السياسية.

### رابعاً: منهج البحث

يعرف المنهج العلمي بأنه (مجموعة القواعد العامة التي تحدد الإجراءات العلمية للعمليات العقلية التي تتبع للوصول إلى الحقيقة فيما يتعلق بالظواهر المختلفة سواء كانت طبيعية أم إنسانية) (4). لذا يعد هذا البحث وصفاً من حيث نوعه وهو يستعمل المنهج المسحي الذي يعد من أكثر المناهج انسجاماً مع بحثنا ، وذلك من أجل التعرف على أهداف البرامج السياسية التلفزيونية في القنوات العراقية ومن أجل الخروج باستنتاجات علمية محددة تجيب عن تساؤلات البحث ، فضلاً عن اعتماده على استمارة الاستبانة بوصفها أداة بحثية متبعة في هذا المنهج للحصول على معلومات دقيقة وصحيحة من أفراد العينة.

### خامساً : مجتمع البحث وعينته

يعرف المجتمع بأنه (المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى تعميم النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة) (5). ويتمثل مجتمع البحث الحالي بطلبة كلية العلوم السياسية في جامعة النهرين ضمن مستوى الدراسات الأولية من الذكور والإناث للعام الدراسي (2018-2019)، أما عينة البحث فهي ( ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً) (6). وقد اختار الباحث عينة قصدية من مجتمع البحث إذ تم اختيار (50) طالب وطالبة بواقع (25) ذكر و(25) أنثى وتحديداً من طلبة المرحلتين الثالثة والرابعة من كل قسم كونهم أكثر نضجاً ووعياً وإلماماً بالمعلومات وتمكنهم من الإجابة عن أسئلة استمارة البحث بشكل أفضل من طلبة المراحل الأخرى.

### سادساً: مجالات البحث

يمكن تحديد مجالات البحث بالآتي:

- 1- المجال المكاني : يتمثل في المكان الذي وزع فيه الباحث استمارة الاستبانة وهو كلية العلوم السياسية في جامعة النهرين.

- 2- المجال الزمني: يتمثل بإجراء الدراسة الميدانية اثناء المدة التي تم فيها اكمال إجراءات البحث الميداني عن طريق قيام الباحث بتوزيع استمارة الاستبانة على المبحوثين واستلامها منهم ومن ثم القيام بتفريغها وهي شهر كانون الأول من عام 2018 .
- 2- المجال البشري: يتمثل بطلبة كلية العلوم السياسية في جامعة النهريين من الذكور والإناث ،ضمن مستوى الدراسات الأولية .

### سابعاً: صدق الاستبانة

من أجل اختبار صدق استمارة الاستبانة التي صممها الباحث تبعاً لأهداف البحث فقد تم عرضها على مجموعة من الخبراء والمختصين في مجال الاعلام وهم كل من (أ.د. عبدالنبي خزعل، أ.د. وسام فاضل، أ.م.د. رعد جاسم) اختصاص اذاعة وتلفزيون للتأكد من ضمان صدقها وصلاحيتها لموضوع البحث اذ تم اجراء التعديلات المناسبة عليها وفق ملاحظات الخبراء .

### ثامناً : تعريف المصطلحات

- 1-التعرض هو( استقبال الجمهور للوسيلة الاتصالية عن طريق تفسير رموزها المطبوعة او المرئية او المسموعة) (7).
- 2-الشباب الجامعي: يقصد الباحث بالشباب الجامعي هو كل (طالب أو طالبة في المرحلة العمرية من 19 - 24سنة الذي تلقى تعليمه في احدى المؤسسات التابعة الى وزارة التعليم العالي والبحث العلمي)(8).
- 3-البرامج السياسية: هي (البرامج التي تتناول مشكلة من مشكلات الساعة أو التي تقوم بعرض الحدث وتسعى إلى إيضاح مدى تأثيره في حياة الناس اليومية بصيغة تعكس التقبل)(9).
- 4-الاشباكات: هي (مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد على ان اسلوب الافراد امام وسائل الاعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية)(10).

## المبحث الثاني

### الإطار النظري للبحث

اولاً: اهمية التعرض للتلفزيون

ازاد دور وسائل الاعلام في السنوات الاخيرة في انحاء العالم ونما التعرض للتلفزيون بشكل كبير وأصبح انتشار وسائل الاعلام ملحوظاً<sup>(31)</sup>. لقد اصبحت وسائل الاعلام الالكترونية واحدة من أهم أدوات الاتصال وأكثرها تأثيراً في عصرنا الحديث. حتى يمكن القول إن استقلالية الدول أصبحت مرتبطة إلى حد بعيد بمدى ملكيتها لهذه الوسائل. ومدى تطورها وقدراتها ، ولقد ادركت الحكومات المختلفة منذ زمن بعيد اهمية تلك الوسائل فدعمت خدماتها الاعلامية لمخاطبة الجماهير على اختلاف مستوياتها بغرض تحقيق اهدافها وفرض سياستها. فالتلفزيون يخاطب اعداداً ضخمة من الناس متباينة وغير

متجانسة من حيث المستوى الثقافي والتعليمي والاعمار والمكانة الاجتماعية والاقتصادية والنوع الاجتماعي والاقامة والتوزيع الجغرافي فضلاً عن الخصائص النفسية والاجتماعية التي لها دلالاتها والتي تؤثر على مدى استجابة للتلفزيون مثل القيم الاجتماعية والاتجاهات لدى جمهور المشاهدين<sup>(14)</sup>. فضلاً عن عوامل أخرى خاصة بالفرد كالاحتياجات والاهداف والقدرات والاستخدام والخبرة والعادات الاتصالية وعوامل أخرى تخص الرسالة والوسيلة والبيئة، وهذه العوامل تؤثر في تعامل الفرد مع المعلومات التي يستقبلها من المصادر وإقبال الفرد على مشاهدة مضمون معين وترك وعدم مشاهدة مضمون آخر ، وفي الظروف العادية لا يشاهد التلفزيون جمهور واحد بل عدة فئات من الجماهير وعادة ماتنافس محطات التلفزيون لجذب اكبر عدد من الجمهور فضلاً عن فئات معينة يرغب ممولا البرامج باستقطابها من بين مجموع السكان ومشاهدو التلفزيون يختارون بعناية البرامج التي يشاهدونها واغلبهم يختارون انماط معينة من البرامج وكثيراً مايتحولون من برنامج الى آخر إذا كان البرنامج الذي يشاهدونه لا يستحوذ على اهتمامهم أو يشاهدون برنامجاً بشكل متقطع وبلا حماس. إذ يفوتهم بعض مضمونه أو ينتقل المشاهدون من قناة إلى أخرى بشكل عشوائي حتى يلقوا ما يستحوذ على اهتمامهم فإذا افتقد الفرد لأحدى الحاجات النفسية سوف يندفع الى السلوك الايجابي مع وسائل الاعلام وذلك باستخدامها والتعرض لها لإشباع الحاجات وتلبية الدوافع وهو ما يجعله يشعر بالرضا والراحة والاتزان النفسي وسيتجنب التعرض للوسائل أو محتواها التي، لا تلبى حاجته<sup>(13)</sup>.

وقد حددت الدراسات والبحوث تقسيم جمهور التلفزيون على ثلاث فئات هي<sup>(14)</sup>:

1. فئة لارود فعل لها تتقبل البرامج كافة وبانواعها المختلفة .
2. فئة تتماشى والبرامج المعروضة.
3. فئة تتخذ من البرامج المعروضة موقفاً متردداً ومتحفظاً واحياناً نقدياً .

## ثانياً: الإشباعات مفهومها وانواعها

تعرف الإشباعات بأنها (مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد على أن أسلوب الافراد امام وسائل الاعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية)<sup>(15)</sup>. وهناك عدة نماذج لنظرية الاستخدامات والإشباع منها نموذج كاتز وزملاؤه التي يعبر فيها بالقول ان العلاقة بين الاستخدام والإشباع التي يرى فيها (كاتز) أن لدى كل فرد عددا من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد من خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات... فيترتب على ذلك اتخاذ قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى، نتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنة وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ من التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية... وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملاً في إشباعها. ويعكس هذا النموذج الفروض الأساسية التي تقوم عليها النظرية والتي يمكن تلخيصها في الآتي<sup>(16)</sup>:

- 1- إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية، استخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف معينة خاصة به.
- 2- إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه وحاجاته، فضلاً عن دوافع تعرضه لوسائل الإعلام، ومن ثم فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلبي حاجاته.
- 3- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- 4- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة والمتنوعة، مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة، تجعل الفرد يتجه إلى مصدرها لإشباع حاجاته دون الآخر.
- 5- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة، بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة وهذه الفروض طرحت العديد من التساؤلات حول العوامل التي يتأثر بها الجمهور في إدراك حاجاته وتحديد نشاطه، فضلاً عن العوامل البيئية التي تؤثر في نشوء الحاجات ودعمها، وقرار الجمهور باستخدام إشباع هذه الحاجات.

ووفقاً لرأي (وينر) فوسائل الاعلام تحقق نوعين من الإشباعات هما<sup>(17)</sup>:

- 1- إشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض إلى محتوى وسائل الاعلام.
- 2- إشباعات العملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بالوسيلة الاعلامية.

## ثالثاً: البرامج السياسية مفهومها وأهميتها

ظهرت البرامج السياسية كشكل من أشكال البرامج المهمة والحيوية في عمل القنوات الفضائية وأصبحت تشكل عنصراً في تفسير القضايا وشرحها والمسائل التي تهم المواطن العادي، ولكن على الرغم من ذلك لم تحض البرامج السياسية من الباحثين بالاهتمام الكافي لتحديد مفهومها بشكل واضح، فقد عرفت بأنها (البرامج التي تتناول مشكلة من مشكلات



الساعة أو التي تقوم بعرض الحدث وتسعى إلى إيضاح مدى تأثيره في حياة الناس اليومية بصيغة تعكس التقبل<sup>(58)</sup>. وترتبط هذه البرامج بقضية أو مشكلة أو حدث سياسي مهم دعت الضرورة إلى مناقشته، لذلك تعرف هذه البرامج بأنها (البرامج المرئية التي تستضاف فيها شخصية أو أكثر متخصصة بالموضوعات السياسية ويجري معها أحد المقدمين أو الصحفيين المتخصصين حواراً سياسياً أو نقاشاً حول قضية ويكون لهذه البرامج موعداً وإطاراً محدداً وتراعي اهتمام المشاهدين ومتابعاتهم عندما تقدم بصيغ مؤثرة ومقنعة وهادفة)<sup>(69)</sup>. ويكتمل شكل البرنامج السياسي من خلال عنصر استضافة الشخصيات والتي اكتسبت أهميتها من كثرة المعلومات التي تمتلكها حول الموضوع المراد مناقشته أو صفتها الاجتماعية الهامة، إذ تجري هذه البرامج عادةً مع شخصية مهمة أو مسؤولة لها علاقة معينة بالأحداث المهمة. فإلى جانب أنها تلقي الضوء على كثير من الأمور وتعرض لشرح وتفسير عدد من الإخبار، تقدم في الوقت نفسه أخباراً جديدة يلتقي بها الجمهور أول مرة، وتتعدد أشكال برامج المقابلات هذه. فقد يكون المحاور شخصاً واحداً وقد يكون أكثر من شخص واحد من بينهم محاور واحد على الأقل يتكرر ظهوره في البرنامج ويتغير الباقيون الذين عادةً ما يختارون من بين الصحفيين المعروفين<sup>(20)</sup>. وهذه البرامج تتضمن حلقات للمناقشة وتعليقات سياسية، وتقارير استقصائية خاصة وغيرها، وأصبح التركيز على القضايا والأفكار والمشكلات التي كان من الصعب إذاعتها أو عرضها على الهواء بواسطة وسائل الإعلام سابقاً أصبح اليوم تجربة حقيقية في العالم فقد تم تحطيم الأفكار القديمة المحرمة مثل انتقاد سياسات الدولة وفساد الحكومة والدعوة إلى تغيير سياسي واجتماعي فضلاً عن المطالبة بحرية الكلام والتجمع إذ أصبحت هذه البرامج من حلقات المناقشة الأكثر شعبية وتكون هذه المناقشات السياسية مصحوبة بمشاركة المشاهدين ومواجهات حادة عن موضوعات حساسة وقضايا خلافية، ويتم في هذه البرامج تشجيع المشاهدين على تقديم وجهات نظرهم وتعليقاتهم التي غالباً ما تكون قاسية وغير مهادنة ويمكن الحكم على معظم المتصلين بالبرامج السياسية عن طريق لهجاتهم العامية وأسلوب استخداماتهم للعربية الفصحى في الكلام بأنهم من الطبقات الدنيا المتوسطة والعامية. وتوفر البرامج السياسية الكثير من التوجهات والمواقف التي تعبر عن الواقع السياسي في التقلبات السياسية المتقاربة زمنياً<sup>(21)</sup>.

### أهمية البرامج السياسية وأهدافها

تعد البرامج السياسية واحدة من أهم البرامج التي يقوم عليها البناء العام للبث التلفزيوني في غالبية المحطات والقنوات التلفزيونية في العالم، إذ تشير الكثير من الدراسات إلى أن هذه البرامج شغلت مساحة كبيرة في خريطة البث اليومي إذ يمكن إجمال الحاجات التي تلبيها هذه البرامج بالنسبة للمتلقي كزيادة معلومات الجمهور بهدف تحقيق التواصل معه

عبر استثمار وسائل الاتصال التي يعد التلفزيون من أهمها، إذ يستطيع أن يعمل باعتباره مضاعفا لمصادر المعلومات، وخلق آراء جديدة لدى الجمهور عن موضوعات وقضايا يهتم بها، وغرس وتدعيم القيم والتقاليد السياسية مثل الحرية والمساواة واحترام القانون والمشاركة في الفعاليات السياسية عموماً، والسعي إلى تكوين الرأي العام واتخاذ القرارات إزاء القضايا المهمة، وتحقيق التعبئة المطلوبة التي تجعل من المواطن قادراً على أداء فعله إزاء الحوادث السياسية الكبيرة، والتصدي للأفكار التي تطرحها البرامج السياسية في القنوات التلفزيونية الأخرى والتي أصبح بإمكان المشاهد الاطلاع عليها بسهولة عن طريق البث الفضائي<sup>(22)</sup>. ولأهمية البرامج السياسية إذ عدت من أهم ركائز البث الفضائي لكونها تثير قدراً كبيراً من الجدل بين مؤيد ومعارض. فهناك من يقول إن معظم هذه البرامج في العالم العربي تقوم على التزلف (أي الذي يدفعه إلى مثل هذه البرامج) إلى المسؤولين وأنظمة الحكم ومجالاتها، وتفتقر إلى الجرأة وحرية التعبير بسبب أزمة في الديمقراطية. وهناك من يرى أن هذه البرامج يغلب عليها السطحية والفجاجة وعدم النضج، والتشجيع على التحريض عن طريق الهجوم الشخصي والتجريح، ما يفقدها القدرة على التأثير وعلى إثراء معلومات المشاهد ومعارفه. وعلى الرغم من كل الانتقادات الموجهة إلى هذه البرامج يبقى هناك من يقول إن مجرد وجودها على خريطة البرامج التلفزيونية هو إنجاز ومكسب في حد ذاته ومن الطبيعي أن تختلف نكهة كل برنامج عن الآخر حسب المذيع والمضمون والشخصيات التي تتم استضافتها، وتشير الدراسات أيضاً إلى أن هذا النوع من البرامج يحظى باهتمام ومتابعة المشاهدين إلى حد يصل إلى الإدمان. ومن أسباب الاهتمام بالبرامج السياسية طبيعة الإنسان نفسه، فهو كائن اتصالي بطبيعته وبحاجة دائمة إلى التفاعل وزيادة معرفته بالأزمات السياسية والمتغيرات من حوله، ويقول خبراء الإعلام إن نجاح البرنامج السياسي يقاس بمقدار وصوله إلى عقل المشاهد وقلبه واستثارة رغبته في التفاعل والمشاركة، عن طريق شخصية المذيع ومعلوماته وثقته وقدرته على إيصال المعلومات بكل هدوء وموضوعية<sup>(23)</sup>.

### المبحث الثالث

#### الاطار الميداني للبحث نتائج تحليل الاستبانة وتفسيرها

يتضمن هذا الجزء من البحث نتائج تحليل بيانات الاستبانة وتفسيرها استناداً إلى المعطيات المحصل عليها من استمارات الاستبانة التي تم توزيعها على المبحوثين وقد تم تبويب الاجابات في شكل جداول تحتوي على تكرارات ونسب مئوية تم التعليق عليها للحصول على تفسيرات ودلالات لأجوبة المبحوثين وكما يأتي:

جدول (1) يبين التوزيع النسبي للنوع الاجتماعي للمبحوثين.

النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
ذكر	25	50%	الاولى
اناث	25	50%	الاولى
المجموع	50	100%	

تبين من الجدول (1) إن فئة (الذكور والاناث) جاءت بنفس المرتبة بتكرار (25) وبنسبة (50%) لكل منهما وهذا يدل إن أفراد العينة نصفها ذكور ونصفها اناث.

## جدول (2) يبين التوزيع النسبي لمشاهدة البرامج السياسية.

النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
نعم	40	80%	الاولى
كلا	10	20%	الثانية
المجموع	50	100%	

تبين من الجدول (2) إن الإجابة (نعم) جاءت بالمرتبة الاولى بتكرار (40) ونسبة (80%) وجاءت الإجابة (كلا) في المرتبة الثانية بتكرار (10) ونسبة (20%) من خلال النتائج تبين إن النسبة الأكبر من المبحوثين هم من المتابعين للبرامج السياسية في القنوات العراقية.

## جدول (3) يبين مع من تشاهد البرامج السياسية في القنوات الفضائية العراقية.

النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
مع عائلتك	40	80%	الاولى
بمفردك	7	14%	الثانية
مع اصدقائك	3	6%	الثالثة
المجموع	50	100%	

تبين من الجدول (3) إن الإجابة (مع عائلتك) جاءت بالمرتبة الاولى بتكرار (40) ونسبة (80%) وجاءت الإجابة (بمفردك) بالمرتبة الثانية بتكرار (7) ونسبة (14%) اما الإجابة (مع اصدقائك) فقد جاءت بالمرتبة الثالثة بتكرار (3) ونسبة (6%) من خلال النتائج تبين إن النسبة الأكبر من المبحوثين هم من المتابعين للبرامج السياسية مع عوائلهم.

## جدول (4) يبين ما مدى مشاهدتك للبرامج السياسية.

النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
دائماً	28	56%	الاولى
احياناً	12	24%	الثانية
نادراً	10	20%	الثالثة
المجموع	50	100%	

تبين من الجدول (4) إن الإجابة (دائماً) جاءت بالمرتبة الاولى بتكرار (28) ونسبة (56%) وجاءت الإجابة (احياناً) بالمرتبة الثانية بتكرار (12) ونسبة (24%) اما الإجابة (نادراً) فقد جاءت بالمرتبة الثالثة بتكرار (10) ونسبة (20%). من خلال النتائج تبين إن النسبة الأكبر من المبحوثين مدى مشاهدتهم للبرامج السياسية دائماً وايضاً متفاوتة من وقت لآخر.

## جدول (5) يبين تعكس البرامج السياسية في القنوات العراقية الواقع.

النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
احياناً	30	60%	الاولى
نعم	15	30%	الثانية
كلا	5	10%	الثالثة
المجموع	50	100%	

تبيين من الجدول (5) إن الإجابة (أحياناً) جاءت في المرتبة الأولى بتكرار (30) وبنسبة (60%) وجاءت الإجابة (نعم) في المرتبة الثانية بتكرار (15) وبنسبة (30%) ثم جاءت الإجابة (كلا) بالمرتبة الثالثة بتكرار (5) وبنسبة (10%) من خلال النتائج تبين إن البرامج السياسية يمكن ان تعكس الواقع في مضمونها.

جدول (6) يبين في أي القنوات العراقية تشاهد البرامج السياسية.

النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
قناة البغدادية	20	40%	الاولى
قناة العراقية	17	34%	الثانية
قناة العراقية 2	5	10%	الثالثة
قناة السومرية	4	8%	الرابعة
قناة التغيير	2	4%	الخامسة
قناة الحرة -عراق	2	4%	الخامسة
المجموع	50	100%	

تبيين من الجدول (6) إن الإجابة (قناة البغدادية) جاءت في المرتبة الاولى بتكرار (20) وبنسبة (40%) وجاءت الإجابة (قناة العراقية) بالمرتبة الثانية بتكرار (17) وبنسبة (34%) اما (قناة العراقية2) فقد جاءت بالمرتبة الثالثة بتكرار (5) وبنسبة (10%) وجاءت الإجابة (قناة السومرية) بالمرتبة الرابعة بتكرار (4) وبنسبة (8%) وجاءت الإجابة (قناة التغيير) وقناة (الحرّة-عراق) بالمرتبة الخامسة بتكرار (2) وبنسبة (4%) من مجموع المبحوثين من خلال النتائج تبين إن نسبة المشاهدة للبرامج السياسية في قناة البغدادية هي الأكثر من بين القنوات الأخرى.

جدول (7) يبين الاوقات المفضلة لديك لمتابعة البرامج السياسية.

النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
وقت المساء	40	80%	الاولى
وقت الظهيرة	9	18%	الثانية
وقت الصباح	1	2%	الثالثة
المجموع	50	100%	

تبين من الجدول (7) إن الإجابة (وقت المساء) جاءت بالمرتبة الأولى بتكرار (40) ونسبة (80%) ثم جاءت الإجابة (وقت الظهيرة) بالمرتبة الثانية بتكرار (9) ونسبة (18%) أما الإجابة (وقت الصباح) فقد جاءت بالمرتبة الثالثة بتكرار (1) ونسبة (2%) وهذا يدل على إن (وقت المساء) من الاوقات المفضلة لمتابعة البرامج السياسية لدى اكثر الشباب الجامعي لأنه وقت الذروة واجتماع جميع افراد العائلة .

جدول (8) يبين عدد ساعات المشاهدة للبرامج السياسية؟

النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
من ساعة-ساعتين	42	84%	الاولى
ثلاث ساعات-اربع ساعات	6	12%	الثانية
ساعتين-ثلاث ساعات	1	2%	الثالثة

أكثر من أربع ساعات	1	2%	الثالثة
المجموع	50	100%	

تبين من الجدول (8) إن الإجابة (ساعة-ساعتين) جاءت بالمرتبة الأولى بتكرار (42) وبنسبة (84%) ثم جاءت الإجابة (ثلاث ساعات-أربع ساعات) بالمرتبة الثانية بتكرار (6) ونسبة (12%) وجاءت الإجابة (ساعتين-ثلاث ساعات) و(أكثر من أربع ساعات) بالمرتبة الثالثة بتكرار (1) وبنسبة (2%) وهذا يدل إن عدد ساعات متابعة البرامج السياسية هي (ساعة-ساعتين).

جدول (9) يبين مدى انعكاس مضامين البرامج السياسية على رأي الطالب الجامعي.

النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
إلى حد ما	24	48%	الأولى
بشكل جيد	15	30%	الثانية
بشكل كبير جداً	9	18%	الثالثة
لا تنعكس	2	4%	الرابعة
المجموع	50	100%	

تبين من الجدول (9) إن الإجابة (إلى حد ما) جاءت بالمرتبة الأولى بتكرار (24) وبنسبة (48%) وجاءت الإجابة (بشكل جيد) بالمرتبة الثانية بتكرار (15) وبنسبة (30%) وجاءت الإجابة (بشكل كبير جداً) في المرتبة الثالثة بتكرار (9) وبنسبة (18%) وجاءت الإجابة (لا تنعكس) في المرتبة الرابعة بتكرار (2) وبنسبة (4%) وهذا يدل إن مضامين البرامج السياسية تؤثر (إلى حد ما) على رأي الطالب الجامعي.

جدول (10) يبين ما الذي يميز البرامج السياسية في القنوات العراقية عن البرامج السياسية في القنوات الأخرى.

النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
نوعية الضيوف	14	28%	الأولى
الجرأة في الطرح	12	24%	الثانية
تناولها مواضيع جديدة	9	18%	الثالثة
اهتمامها بقضايا حقوق الإنسان	5	10%	الرابعة
المجموع	50	100%	

تبين من الجدول (10) إن الإجابة (نوعية الضيوف) جاءت في المرتبة الأولى بتكرار (14) وبنسبة (28%) وجاءت في المرتبة الثانية الإجابة (الجرأة في الطرح) بتكرار (12) وبنسبة (24%) وجاءت في المرتبة الثالثة الإجابة (تناولها مواضيع جديدة) بتكرار (9) وبنسبة (18%) وجاءت الإجابة (اهتمامها بقضايا حقوق الإنسان) بالمرتبة الرابعة بتكرار (5) وبنسبة (10%) من مجموع المبحوثين وهذا يدل إن نوعية الضيوف في البرامج السياسية تميز هذه البرامج في القنوات العراقية عن البرامج في القنوات الأخرى. جدول (11) يبين متابعة البرامج السياسية في القنوات العراقية والبرامج التي تجذب الانتباه.

النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
-------	---------	----------------	---------

ستوديو التاسعة	17	34%	الاولى
في قبضة القانون	10	20%	الثانية
خط احمر	8	16%	الثالثة
صوت الناس	6	12%	الرابعة
بعد التاسعة	5	10%	الخامسة
7 ايام	4	8%	السادسة
المجموع	50	100%	

تبيين من الجدول (11) إن الإجابة (ستوديو التاسعة) جاءت في المرتبة الأولى بتكرار (17) وبنسبة (34%) وجاءت الإجابة (في قبضة القانون) في المرتبة الثانية بتكرار (10) وبنسبة (20%) أما الإجابة (خط احمر) فقد جاءت بالمرتبة الثالثة بتكرار (8) وبنسبة (16%) وجاءت الإجابة (صوت الناس) في المرتبة الرابعة بتكرار (6) وبنسبة (12%) أما الإجابة (بعد التاسعة) جاءت بالمرتبة الثالثة بتكرار (5) وبنسبة (10%) وجاءت الإجابة (7 أيام) في المرتبة السادسة بتكرار (4) وبنسبة (8%) من خلال النتائج تبين ان برنامج ستوديو التاسعة هو من البرامج المفضلة لدى الطلبة الجامعيين.

جدول (12) يبين اهتمامات القنوات العراقية في برامجها السياسية.

النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
جيد	30	60%	الاولى
جيد جداً	15	30%	الثانية
مقبول	5	10%	الثالثة
المجموع	50	100%	

تبين من الجدول (12) إن الإجابة (جيد) جاءت في المرتبة الاولى بتكرار (30) وبنسبة (60%) وجاءت الإجابة (جيد جداً) في المرتبة الثانية بتكرار (15) وبنسبة (30%) اما الإجابة (مقبول) فقد جاءت بالمرتبة الثالثة بتكرار (5) وبنسبة (10%) من خلال النتائج تبين إن اهتمامات القنوات العراقية في برامجها السياسية جيدة.

### الاستنتاجات

من خلال نتائج التحليل توصل الباحث الى الاستنتاجات الآتية:

1- إن أغلبية الطلبة الجامعيين من المتابعين للبرامج السياسية في القنوات العراقية لذلك كانت نسبة اجاباتهم عالية وهذا مؤشر واضح على ان هذه الفئة من الطلاب مهتمين بمتابعة مثل هذه البرامج.

2- إن تنوع رغبات المشاهدة للبرامج قد ساهم في تحديد نوعية الموضوعات المفضلة لدى الطلبة بشكل خاص والمجتمع بشكل عام والتي ساهمت في تشكيل ثقافة التسامح والمحبة لدى الأفراد.

3- إن الذي ميز البرامج السياسية في القنوات العراقية وبرامجها هو نوعية الضيوف إضافة إلى الجرأة في الطرح ، وهذا مؤشر واضح على اهتمام الناس في الارتقاء بثقافتهم وترجمت ذلك من خلال تعاملاتهم اليومية بحيث أصبحوا يميزون ما هو نافع لهم من موضوعات تطرحها تلك البرامج.

4- تبين إن القنوات المفضلة لدى الطلبة في متابعة البرامج السياسية هي قناة البغدادية، وقناة العراقية والعراقية 2.

5- تبين إن البرامج المميزة لدى الطلبة هو برنامج ستوديو التاسعة بنسبة مشاهدة جيدة وبرنامج في قبضة القانون لأنها تعتبر من البرامج التي تعرض مواضيع جديدة.

6- تبين إن الاوقات المفضلة لمتابعة البرامج السياسية هي وقت المساء لأنه يعتبر وقت الذروة واجتماع جميع افراد العائلة، وكذلك إن عدد ساعات مشاهدة البرامج السياسية تراوحت ما بين ساعة- ساعتين.

7- تبين إن البرامج السياسية تعكس الواقع بشكل جيد بالنسبة للبرامج الاخرى التي تقدم على نفس القنوات.

8- إن المضامين السياسية يمكن أن تعكس الى حد ما اراء الطلبة وتؤثر على واقعهم، لذلك يمكن ان نقول ان المضامين التي تقدم في البرامج السياسية يمكن ان تعكس آرائها على بعض الطلبة ولا يمكن ان تعكسها على البعض الآخر.

## الهوامش والمصادر

- 1- فوزية غرايبة ، اساسيات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية ، ط3(عمان :دار وائل للنشر والتوزيع )2002، ص 25.
- 2- محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية (القاهرة: عالم الكتب) 2010، ص 70.
- 3- ابراهيم بن عبد العزيز الدعيلج ، مناهج وطرق البحث العلمي ، ط1 ( عمان : دار الصفاء للنشر والتوزيع ) 2010 ، ص 15.
- 4- عبدالرحمن بدوي ، مناهج البحث العلمي ( الكويت : وكالة المطبوعات ) بلا سنة طبع ، ص 5 .
- 5- محمد ازهر سعيد السماك ، اصول البحث العلمي ، ط3 (بغداد : مطبعة جامعة بغداد) 1989 ، ص 51.
- 6- محمد ازهر سعيد السماك ، المصدر نفسه ، ص 52 .
- 7- يسرى خالد ابراهيم ، نظريات الاتصال ، ط1 ( بغداد : دار النهرين ) 2010 ، ص 108
- 8- تعريف اجرائي للباحث .
- 9- خضير عباس الدليمي ، البرامج السياسية في الاذاعات الدولية ، اطروحة دكتوراه غير منشورة (جامعة بغداد : كلية الاعلام ) 1998 ، ص 172.
- 10- حسن عماد مكاوي ، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية) 2009 ، ص 240.
- 11- محمد علي العويني ، الاعلام العربي والدولي (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية) 1984 ، ص 11.
- 12- محمد معوض وياسين الياسين ، دراسات اعلامية (الكويت : مكتبة ذات السلاسل ) 1995، ص 239.
- 13- محمد حسين علوان ، عادات المشاهدة التلفزيونية لدى الجمهور العراقي ، بحث منشور في مجلة الباحث الاعلامي ، العدد 14 بلا سنة طبع، ص 126.
- 14- محمد حسين علوان ، المصدر نفسه ، ص 127.
- 15- حسن عماد مكاوي ، مصدر سابق ، ص 240.
- 16- حسن عماد مكاوي ، المصدر نفسه ، ص 241.
- 17- خضير عباس الدليمي ، مصدر سابق ، ص 172.
- 18- رافي محمد الحديثي ، واقع البرامج الحوارية في قناة العراقية الفضائية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة بغداد : كلية الاعلام ) 2005، ص 23.
- 19- كرم شلبي وسعد لبيب ، الصحافة الاذاعية (بغداد : دار الحرية للطباعة ) 1972 ، ص 28.
- 20- كرم شلبي وسعد لبيب ، المصدر نفسه ، ص 29 .



- 21- هشام شرابي، التأثير السياسي لمحطات التلفزيون الفضائية العربية في العالم العربي في فترة ما بعد حرب العراق، بحث منشور في الانترنت على الموقع [www.ALSABAH.com](http://www.ALSABAH.com) بتاريخ 2006/10/17.
- 22- <http://mediacom.arabblogs.com>
- 23- <http://www.emaratalyoum.com/politics/weekly-supplements/world-press/2013-10-30>