

أثر محتوى القنوات الفضائية العراقية على الوعي السياسي (دراسة ميدانية)

الباحث. صهيب مهدي صالح

Sohaib.mheidi@gmail.com

الملخص:

غالباً ما يتم استهداف الجمهور وفق سياسات اعلامية ممنهجة لتحقيق مجموعة من الاهداف للقائمين على الوسائل الاعلامية او لمجموعة المستفيدين من هذا المحتوى على ضوء توافقات ومصالح مشتركة، ولتحقيق هذه الاهداف يعمل القائم بالاتصال على استهداف الوعي الجمعي خصوصاً في المجالات السياسية كونها المتحكم الاقوى بالمجالات الاخرى، وبما ان الساحة السياسية العراقية تحوي العديد من الاحزاب والجماعات السياسية ذات النفوذ والتي اسندت وجودها من خلال الاعلام بواسطة التسليح بأنشاء القنوات الفضائية وبث المحتوى المؤيد لمصالحها الشخصية، وعلى ضوء ذلك عمل الباحث على مسح اراء الجمهور ازاء المحتوى المعالج في القنوات الفضائية العراقية واثرها على الوعي السياسي من خلال اقامة الدراسة الميدانية على مجموعة من طلبة الجامعات العراقية وتحديدًا طلبة كلية الاعلام بواقع ١٨٠ مفردة مستخدماً المنهج الوصفي المسحي لدراسة المشكلة البحثية، والتي خُرجت بمجموعة من النتائج.

الكلمات المفتاحية: (القنوات الفضائية، الوعي السياسي).

The impact of the content of Iraqi satellite channels on political awareness(Field study)

Researcher: Sohaib Mahidi Saleh

Sohaib.mheidi@gmail.com

Abstract:

The public is often targeted according to systematic media policies to achieve a set of goals for those in charge of the media or for a group of beneficiaries of this content in light of common agreements and interests. To achieve these goals, the communicator works to target collective awareness, especially in political fields, as they are the strongest controller of other fields. Since the Iraqi political arena contains many influential political parties and groups that have supported their existence through the

media by arming themselves with the establishment of satellite channels and broadcasting content that supports their personal interests, in light of this, the researcher worked to survey the public's opinions regarding the content treated in Iraqi satellite channels and their impact on political awareness by conducting a field study on a group of Iraqi university students, specifically students of the College of Media, with 180 items, using the descriptive survey method to study the research problem, which resulted in a set of results.

Keywords: (satellite channels, political awareness)

مقدمة البحث:

تُعتبر وسائل الإعلام أحد العناصر الرئيسية في تشكيل الرأي العام وتوجيه الوعي السياسي لدى المجتمعات. في ظل التطورات السريعة التي يشهدها العراق، تحتل القنوات الفضائية العراقية مكانة هامة كمصدر رئيس للأخبار والمعلومات السياسية، وتزداد أهمية هذه الوسائل الإعلامية في بلد مثل العراق، حيث يمر بمراحل انتقالية وحراك سياسي واجتماعي متسارع، يجعل من الضروري متابعة التطورات السياسية المستمرة.

ومن خلال الأخبار التي تبثها القنوات الفضائية العراقية، يتم تقديم معلومات وتحليلات تسهم في بناء الوعي السياسي لدى الجمهور، وقد أصبحت هذه القنوات منصة أساسية للمواطنين لتلقي المعلومات حول القرارات الحكومية، الأحداث السياسية، والتحولات الاجتماعية، إلا أن تأثير هذه الأخبار ليس دائماً إيجابياً أو مباشراً؛ حيث يمكن أن تتأثر بتوجهات القناة نفسها أو القوى الداعمة سياسياً، مما أدى إلى تشكل الوعي السياسي المنحاز أو المضلل.

اذ يهدف هذا البحث إلى استكشاف مدى تأثير وانعكاس الخبر المقدم عبر الوسائل الاعلامية التلفزيونية على وعي الجمهور العراقي من الناحية السياسية، وتحديد العوامل التي تسهم في تحسين أو تقليل هذا التأثير، كما تسعى إلى معرفة اثر مضمون الأخبار، واستبيان مدى موضوعيتها وتأثيرها على إدراك الجمهور للأحداث السياسية، اذ إن فهم دور الإعلام في تعزيز الوعي السياسي أو التأثير عليه بشكل سلبي يُعد خطوة هامة في بناء مجتمع ديمقراطي واعٍ، اذ يعتمد المتلقي

للاخبار على معلومات دقيقة ومتوازنة في اعطاء كل ما يتعلق بالمجال السياسي من قرارات وتعليمات مناسبة والتأكيد على عائدتها ايجابيا على مصالح المجتمع والدولة.

المحور الاول: منهجية البحث

المشكلة البحثية:

تجسدت المشكلة البحثية في امكانية المحتوى الاعلامي المقدم عبر الفضائيات التلفزيونية في إحداث التأثير على الوعي والتوجه السياسي لافراد المجتمع العراقي من خلال المعالجة الاعلامية وطرق صناعة المحتوى الاخباري السياسي، خصوصا وان القنوات الفضائية عموما والعراقية خصوصا تميل لتحقيق اهداف وغايات الجهات الممولة لها واهداف العاملين بها والذي يؤثر تأثيراً مباشراً على فكر وتوجه رأي المستقبل للرسالة الاعلامية ووعيه السياسي.

اهمية البحث:

جاءت اهمية البحث من اهمية الوعي السياسي للمجتمع العراقي كونه من يحدد من يعتلي السلطة فالجهات والاشخاص السياسية تميل الى توظيف القنوات الفضائية لتحقيق اهدافهم الشخصية وذلك بواسطة نشر محتوى سياسي من شأنه ان يتلاعب بعقل المتلقي ويؤثر على وعيه السياسي، كما وجاءت اهمية هذا البحث لدراسة مدى موضوعية القنوات الفضائية العراقية في تناول الاخبار السياسية، واخيرا جاءت الاهمية التطبيقية للبحث في اعتماده على المنهج العلمي والسير حذو الخطوات المنصوصة للأبحاث الاعلامية من حيث استخدام الاداة المناسبة ومسح اراء الجمهور المعني بالمشكلة البحثية.

تساؤلات البحث:

- ١- ما محصلة اوقات تعرض افراد المجتمع العراقي للقنوات التلفزيونية؟
- ٢- ما ابرز القنوات التلفزيونية التي عالجت الاحداث السياسية في العراق؟
- ٣- ما التأثيرات الناجمة ازاء تعرض افراد المجتمع العراقي للاخبار السياسية عبر القنوات الفضائية العراقية؟

- ٤- ما مستويات التحيز والموضوعية المتحققة ازاء معالجة الاخبار السياسية للقنوات الفضائية؟
٥- ما اثر معالجة الاخبار السياسية للقنوات الفضائية على الوعي السياسي لافراد المجتمع العراقي؟

نوع ومنهج البحث:

ينتمي هذا البحث على مجموعة الابحاث الوصفية ذات الطابع الكمي الذي يعتمد على الارقام والاحصائيات في استخلاص النتائج والمعطيات التي توصل اليها نتيجة الدراسة الميدانية المرتكزة على الاسلوب المسحي لعدد من افراد العينة ذات الخصائص المشابهة مع توجهات وحيثيات المشكلة البحثية.

وعليه استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي والاعتماد على ما جاء به من خطوات عملية وعلمية في تحقيق افضل النتائج وادقها للوصول الى اجابات منطقية ازاء المشكلة البحثية.

مجتمع وعينة البحث:

بما ان مجتمع البحث هو المجتمع الاصلي ذو الطابع الكبير حجما وعددا فانه من الصعب القيام بدراسته ومسحه بشكل دقيق وعلى اثر ذلك يعمل الباحث على استخلاص عينة محددة ومعينة من هذا المجتمع واقامة الدراسة عليها للحصول على نتائج ازاء المشكلة البحثية، خصوصا وان هذه النتائج تكون متشابهة لما سيصل اليه الباحث من نتائج في حال قيامه بمسح المجتمع الاصلي باكماله.

وعليه حدد الباحث مجتمع طلبة الجامعات العراقية كمجتمع اصلي للبحث وتحديد طلبة كليات الاعلام في جامعتي (جامعة بغداد، جامعة تكريت) بواقع (١٨٠) مفردة وكان عدد العينة متساوي لكلا الجامعتين وللمراحل الدراسية الاربعة.

اداة جمع البيانات:

استخدم الباحث اداة الاستبيان لجمع البيانات من خلال تصميم صحيفة استبانة تحوي على مجموعة من الاسئلة التي لها القدرة للإجابة على الاسئلة البحثية والوصول الى ادق التفاصيل ازاء المشكلة البحثية بكل موضوعية بغية الحصول على الحلول والمعالجات لها نتيجة لما توصل اليه الباحث من نتائج.

مجالات البحث:

المجال الزمني: اقتصر على الفترة من بداية الموسم الدراسي لعام ٢٠٢٤ وحتى نهاية الفصل الاول.

المجال المكاني: اقتصر على الطلبة الجامعيين العراقيين في محافظتي بغداد وصلاح الدين.
المجال البشري: اقتصر على الطلبة الجامعيين العراقيين في كليتي الاعلام جامعة بغداد وجامعة تكريت بواقع (١٨٠) مفردة.

المحور الثاني: الاطار النظري للبحث

ذاتية القنوات التلفزيونية:

ارتبط مفهوم القنوات التلفزيونية الفضائية بارتباطها المباشر بالأقمار الاصطناعية، التي ظهرت في أواخر القرن العشرين، حيث تمثل هذه القنوات منصات إعلامية تتبع جهات حكومية أو مؤسسات إعلامية متخصصة، لتصل بثها إلى أنحاء واسعة من العالم وفقاً لنطاق التغطية الخاص بالقمر الصناعي المستخدم.

تعتمد القنوات الفضائية على فريق من المحترفين مثل المخرجين، المصورين، فنيي الصوت، الصحفيين، والإعلاميين الذين يسعون لتقديم محتوى إعلامي شامل أو متخصص في مجالات معينة مثل السياسة، الاقتصاد، الرياضة، الفن، والثقافة، بما يعزز جاذبية القناة ويزيد من متابعة الجمهور. يسعى فريق العمل في أي قناة فضائية إلى متابعة الأحداث وتطوير المحتوى من أجل تحقيق النجاح والانتشار.^١ هذا وقد أصبحت الفضائيات مع تطور تقنيات الاتصالات، وسيلة لتقريب المسافات وتجاوز الحدود، لكنها في الوقت نفسه تؤثر على الخصوصية الشخصية وتشكل توجهات الأفراد وسلوكياتهم عبر ما تبثه من محتوى، مما جعلها أداة قوية بيد صناع القرار.^٢

ويرى "ولبشرام" أن الأخبار عنصر رئيسي في وسائل الإعلام، وأن الخبر التلفزيوني يعدّ أساس نشرات الأخبار، حيث يتم تصويره في مكان الحدث من قبل طاقم متخصص يتكون من المصور، والمراسل، ومسجل الصوت، وفني الإضاءة، ويجمع الخبر التلفزيوني بين مجموعة من اللقطات المرتبطة ببعضها لتشكيل القصة الإخبارية، ويتفاوت طول اللقطة نظرياً من لقطة صغيرة للغاية إلى طول محدود تحدده سعة فيلم الكاميرا أو شريط الفيديو.^٣

وظائف القنوات الفضائية:

للقنوات الفضائية مجموعة من الوظائف وهي على النحو التالي:

- ١- الوظيفة الإخبارية: حيث تلبي حاجة الجمهور لمعرفة ما يجري من حولهم من أحداث وقضايا.
- ٢- تحديد الهوية: تساعد في دعم القيم الشخصية والسلوكيات الاجتماعية المقبولة، مما يعزز من هوية الفرد واندماجه في المجتمع.
- ٣- التفاعل الاجتماعي: تساهم في تعزيز شعور الانتماء وتتيح التواصل والتفاعل مع الآخرين من خلال فهم ظروفهم ومشاعرهم.
- ٤- الترفيه: تتيح للأفراد التسلية والهروب من الروتين اليومي، وتقديم المحتوى الفني المريح.
- ٥- التعبئة الاجتماعية: تساهم في الحملات الإعلامية التي تهدف لدعم المجتمع خلال الأزمات والحروب، من خلال توجيه الجمهور لتحقيق الأهداف الوطنية.^٤

تأثيرات القنوات الفضائية:

يُعتبر الإعلام مؤثراً رئيسياً في تشكيل القيم والاتجاهات الاجتماعية وتغييرها، حيث تتكامل العلاقة العضوية بين الإعلام والثقافة بوصفهما جزءاً من السياق الاجتماعي والسياسي والاقتصادي.^٥ إن نظرية "المؤشرات الثقافية" التي قدمها جورج جيربز تركز على دراسة التأثيرات الثقافية للإعلام، حيث تشمل ما يلي:

١- تحليل الرسائل والقيم التي تقدمها وسائل الإعلام، وكيفية تشكيل صورة ذهنية معينة لدى الجمهور.

٢- دراسة الضغوط والهياكل المؤثرة في إنتاج المحتوى الإعلامي، وتحديد العمليات التي تؤثر في صياغة الرسائل الإعلامية.

٣- تحليل دور الإعلام في تشكيل فهم الجمهور للواقع الاجتماعي، حيث يتلقى الجمهور تصورات محددة عن الواقع من خلال المحتوى المعروض.^٦

وقد لخص جيريز مفهوم "الغرس الثقافي" الذي تقوم به الوسائل الإعلامية، موضحاً أن الثقافة الإعلامية تؤدي دوراً في تشكيل المفاهيم والرموز الاجتماعية، بحيث تصبح وسائل الإعلام إحدى الأدوات الأساسية في بناء الأطر الثقافية والتربوية التي يعيش فيها المجتمع المعاصر.^٧

مفهوم المعالجة الاخبارية:

مفهوم المعالجة تناوله العديد من الباحثين في علوم الاتصال والاعلام باعتباره جهداً اتصالياً أو نشاطاً مهنيّاً يمارسه القائم على الرسالة الاعلامية من خلال اعداد رسالة معينة تحمل افكار وتوجهات القائمين عليها وايصالها الى الجمهور، ولم يختلف الباحثون في مفهوم المعالجة الاخبارية وقد يكون الاختلاف بتسمية أو بعض الاختلافات البسيطة التي لا تغير من مفهوم المعالجة بصورة عامة في التداول الاعلامي، فمنهم من اطلق تسمية التداول الاعلامي واخرون بتسمية معالجة البيانات وكلها تدخل ضمن مفهوم المعالجة الاخبارية.^٨

وان المعالجة الاخبارية هي محاولة معرفة خصائص تناول الاخبار لقضية او موضوع معين أو نقل المعلومات والاحداث الى الجمهور عن طريق الاخبار من مصادرها المعتمدة بشكل سريع ودقيق يخدم السياسة القائمة للوسيلة واطهارها بالصورة التي تراها المؤسسة الاعلامية مناسبة حتى تجعل المشاهدين يتجهون حول افكار معينة ترسمها لهم عن طريق الاطار الاخبارية التي تضعها لهم.^٩

وجدير بالذكر ان المعالجة الاخبارية في التلفزيون تختلف عن المعالجات في وسائل الاعلام الأخرى من حيث الاهمية لكون الخبر التلفزيوني يعتمد على الصورة المتحركة ولذلك فأن على المحرر

الاخبار في التلفزيون ان يفكر بمادته الاخبارية بطريقة مرئية، وان يشاهد الصور المتوفر لديه قبل مباشرته بكتابة نص الخبر أو التقرير ويرافق هذه الخطوة تدوين الملاحظات حول الصورة من اجل اعداد قائمة خاصه صور به وبعدها يبدأ بعمليات استحصال المعلومات والبيانات، فضلا عن صياغة فقرات التعليق ومن ثم المونتاج اذ يراعي التتابع الصوري للأحداث وكل هذه الخطوات تخدم توجهات وافكار المؤسسة الاعلامية التي ترسل الرسالة للجمهور بحسب الاطار التي ترغب به.^{١٠}

انواع المعالجات الاخبارية

للمعالجات الاخبارية انواع متعددة ومن هذه الانواع ما يلي:

١- **المعالجة المتحيزة:** وهي المعالجة التي تأخذ جانب على حساب جانب آخر، وذلك لتحقيق اهداف وغايات وتوجهات المؤسسة الاعلامية التي تنتمي لها وذات التوجهات المعينه، وتأخذ جانب هي تراه مناسب وتطرح المادة الاعلامية التي تخدم مصالح تلك المؤسسات دون الاخذ بنظر الاعتبار بمبدأ التوازن والموضوعية في طرح وجهات النظر المختلفة ويشيع هذا النوع من المعالجة في القنوات ذات التوجه الحزبي او المملوك لسلطة الحكومات، وهذا النوع بارز في العديد من الدول العربية، ومبتعداً عن مبدأ الرأي والرأي الآخر، وذلك عن طريق التركيز وابرار وجهة نظر دون الوجهة النظر الأخرى التي لا توافق توجهات المؤسسات الاعلامية وخصوصا ذات الطابع الحكومي.^{١١}

٢- **المعالجة المجردة:** يقصد بها الاكتفاء بتسجيل الأحداث أو نقل الوقائع وسرد المعلومات الأساسية دون إضافة تحليل أو تفاصيل إضافية، حيث يعتمد الخبر هنا على ما هو موجود من معلومات فحسب. يتحول الخبر إلى صيغة مجردة عندما لا يضيف الصحفي معلومات مكملة أو يجري مقابلات مع الخبراء المختصين حول الحدث، لتوضيح خلفياته وأبعاده. تشمل المعالجة التقريرية عدة أنواع، كالأخبار المصورة دون شرح إضافي، أو الأخبار غير المصحوبة بتوضيحات تفصيلية.

٣- **المعالجة المفسرة:** يقوم الصحفي بجمع معلومات تكميلية تضيف بُعدًا إلى القصة الخبرية، مثل تقديم خلفية تاريخية أو جغرافية أو سياقية حول الحدث. تشمل أشكال هذه المعالجة تعزيز الخبر بتقارير، أو إجراء مقابلات داخل الاستوديو، أو متابعة الحدث من زوايا مختلفة. يؤدي توفير معلومات داعمة إلى تعزيز قدرة الوسيلة الإعلامية على إقناع المتابعين من خلال إغناء الحدث بخلفيات تعزز استيعابهم للقصة الإخبارية.^{١٢}

الاسلوب الاقناعي في تناول الاخبار:

تتعدد الأساليب المستخدمة في وسائل الإعلام لإقناع الجمهور، ومن أبرزها:

- ١- استخدام الأدلة والشواهد: يسهم هذا الأسلوب في زيادة الثقة بالمحتوى من خلال تقديم معلومات موثقة وأرقام دقيقة، سواء كانت رسمية أو شبه رسمية.^{١٣}
- ٢- انتقاء المعلومات بعناية: يكسب الإعلام ثقة الجمهور عندما يقدم المعلومات دون تحيز، بحيث يُظهر الموضوع بموضوعية وصدق بعيدًا عن الميول الشخصية.^{١٤}
- ٣- أسلوب البحث الاستقصائي: يعتمد هذا الأسلوب على تقصي المعلومات المهمة التي قد تكون مثيرة لاهتمام الجمهور، خاصة حول القضايا التي تحوم حولها الشبهات، ويتطلب هذا منهجية دقيقة بعيدًا عن التسريبات غير الموثوقة.^{١٥}
- ٤- إثارة الحوار: يساعد الحوار في اكتساب معلومات جديدة وتغيير الآراء، حيث تشكل الحوارات الإعلامية فرصة لتبادل الأفكار وتقديم زوايا جديدة للقضايا المطروحة.^{١٦}
- ٥- التكرار: يعزز تكرار الأخبار المحتوى في ذهن الجمهور، حيث يزيد من وعيه بالموضوع ويثبت المعلومات عبر التكرار المستمر.^{١٧}
- ٦- جذب الانتباه: تسعى الوسائل الإعلامية لجذب انتباه الجمهور لموضوع معين عبر دمجهِ بمحتوى آخر أكثر جاذبية أو عبر تأطيره بطريقة تجذب المتابعين.^{١٨}

التوظيف السياسي للقنوات الفضائية:

تلعب القنوات الفضائية الإخبارية في العالم العربي دورًا محوريًا في تشكيل آراء الجمهور حول القضايا السياسية، نظرًا لقدرتها على التفاعل مع الجمهور في مختلف الأحداث السياسية. يمكن لهذه القنوات أن تؤثر في بعض التغييرات السياسية من خلال دعم الحركات الاحتجاجية، أو الكشف عن سياسات القمع.^{١٩}

إنَّ التخصص في مجال معين يعد ضرورة أساسية للإلمام بجميع جوانب هذا المجال وتطوير فهم شامل لتفاصيله. بناءً على ذلك، ظهرت الحاجة إلى وجود أنواع متخصصة من الإعلام في مجالات مختلفة مثل السياسة والاقتصاد والرياضة، مما أصبح جزءًا حيويًا لفهم هذه المجالات بعمق. من هنا تبرز أهمية القنوات الفضائية الإخبارية التي تؤدي أدوارًا متعددة، من بينها الدور السياسي، إذ تقدم وظائف الإعلام التقليدية ولكن بشكل متخصص وموجه حسب الموضوع.^{٢٠}

وساهمت وسائل الإعلام الحديثة، لاسيما القنوات الفضائية الإخبارية، في الوصول إلى جمهور واسع في ظل زيادة نسب التعليم وارتفاع مستوى المعيشة، بالإضافة إلى التقدم التكنولوجي. تعتمد الأنظمة السياسية في مختلف البلدان على التلفزيون كوسيلة مؤثرة في توجيه السياسات والتأثير في وعي الجمهور السياسي.^{٢١}

في المنطقة العربية، تؤثر القنوات الإخبارية بشكل كبير على الواقع السياسي، فهي لا تكتفي بتغطية الأخبار، بل تسهم في تشكيل قناعات الجمهور المستهدف، وتسعى نحو إحداث تغييرات، بفضل تخصيصها للبرامج السياسية المكثفة. ويُعزى هذا التأثير إلى التخصص في مجالات الإعلام المختلفة، مثل الإعلام السياسي والاقتصادي والرياضي، حيث يوفر الإعلام المتخصص فهماً معمقاً للقضايا المختلفة.^{٢٢}

تزويد السلطة السياسية للرأي العام بالمعلومات حول الأحداث والأزمات يسهم في تعزيز وعي الجمهور وتوسيع فهمه لهذه الأحداث، كما يساعده على بناء تصوراتهِ الخاصة حولها. هذا الإجراء

يمثل خطوة أساسية في تشكيل الوعي السياسي، حيث تختلف كفاءة الأنظمة الإعلامية في البلدان في تحقيق هذا الهدف.^{٢٣}

تعد عملية توجيه الوعي السياسي مهمة إعلامية تساهم فيها الأنظمة الإعلامية في مختلف الدول بدرجات متفاوتة، حيث تقوم بنقل المعلومات حول الأحداث والقضايا التي تهم الجمهور، مما يساعد في بناء وعيه الذاتي حول هذه الأحداث. وتعتمد وسائل الإعلام الحديثة على التفاعل السريع مع التطورات، خاصة في عالمنا العربي، الذي يشهد سرعة كبيرة في تشكل الرأي العام نتيجة لتطورات تقنيات الاتصال الحديثة.

وبالنظر إلى أن الجمهور لا يتابع جميع القنوات الفضائية العالمية، تبرز أهمية القنوات الفضائية العربية في تحفيز المشاهدين العرب والدوليين لمتابعة محتواها بهدف نشر الوعي وتوصيل الرسائل الإعلامية الهادفة. بهذا، تساهم هذه القنوات في التأثير على الوعي السياسي بما يخدم القضايا السياسية العربية.^{٢٤}

المحور الثالث: الإطار الميداني

عرض ومناقشة جداول التحليل:

أوضح الجدول المخطط (١) فئة النوع البشري لمتابعي الاخبار السياسية للقنوات الفضائية العراقية.

الفئات	ك	%
الذكور	١١٧	٦٥
الاناث	٦٣	٣٥
المجموع	١٨٠	١٠٠

اظهرت نتائج الجدول المتعلق بنوع عينة البحث ان غالبية افراد العينة كانوا من فئة الذكور بنسبة بلغت ٦٥%.

أوضح الجدول المخطط (٢) محصلة اوقات تعرض افراد المجتمع العراقي للاخبار السياسية عبر الفضائيات التلفزيونية.

الفئات	ك	%
نصف ساعة واكثر	٤٢	٢٣.٣
اكثر من ساعة	٥٧	٣١.٧
اكثر من ساعتين	٤٩	٢٧.٢
اكثر من ثلاث ساعات	٢٢	١٢.٢
اكثر من اربعة ساعات	١٠	٥.٦
المجموع	١٨٠	١٠٠

اظهرت نتائج الجدول المتعلق بعدد ساعات مشاهدة افراد العينة للقنوات العراقية وقد اثبتت النتائج ان غالبية افراد العينة يشاهدون المحتوى السياسي اكثر من ساعة بنسبة بلغت ٣١.٧%.

اوضح الجدول المخطط (٣) ابرز القنوات الفضائية العراقية المعالجة للاخبار السياسية.

الفئات	ك	%
الشرقية	٥١	٢٨.٣
العراقية	٤٦	٢٥.٦
دجلة	٤٤	٢٤.٤
الرابعة	٢٩	١٦.١
غيرها	١٠	٥.٦
المجموع	١٨٠	١٠٠

اظهرت نتائج الجدول القنوات عينة الدراسة الاكثر معالجة للاحداث السياسييه وتؤكد الاجابات ان الشرقية من اكثر القنوات العراقية التي تركز على المحتوى السياسي في نشراتها الاخبارية وذلك بنسبة بلغت ٢٨.٣%.

اوضح الجدول المخطط (٤) التأثيرات الناجمة بالنسبة لافراد المجتمع العراقي من المحتوى السياسي بواسطة التعرض للقنوات التلفزيونية.

الفئات	ك	%
وصول المتلقي للمعلومة	٦٧	٣٧.٢

١٨.٩	٣٤	مواكبة التطورات والاحداث
٢٢.٨	٤١	زيادة الوعي السياسي
٢١.١	٣٨	تعزير انتمائهم السياسي
١٠٠	١٨٠	المجموع

اظهرت نتائج الجدول المتعلق بالتأثيرات الناجمة نتيجة تعرض افراد العينة للاخبار السياسية في القنوات العراقية عينة البحث والتي اكدت على ان وصول المتلقي للمعلومة هي اكثر الاجابات الواردة بنسبة بلغت ٣٧.٢.

اوضح الجدول المخطط (٥) مستوى الالتزام المهني اثناء المعالجة الاعلامية للقضايا السياسية عبر الفضائيات التلفزيونية.

الفئات	ك	%
موضوعي	٣٦	٢٠
متحيز	٧٩	٤٣.٩
متوازن	٦٥	٣٦.١
المجموع	١٨٠	١٠٠

اظهرت نتائج الجدول المتعلق بمستوى الالتزام المهني اثناء المعالجة الاعلامية للقضايا السياسية عبر الفضائيات التلفزيونية وقد اثبتت النتائج ان غالبية افراد العينة اجابو على متحيز بنسبة بلغت ٤٣.٩.

اوضح الجدول المخطط (٦) اثر معالجة الاخبار السياسية للقنوات الفضائية على الوعي السياسي لافراد المجتمع العراقي. (اختر اكثر من بديل)

الفئات	ك	%
تعزير الانقسامات	٧٩	١٤.١
زيادة الوعي السياسي	٩٣	١٦.٦
التسويق الانتخابي	١٣٤	٢٤
تلميع صور السياسيين	١٢٥	٢٢.٤

٢٢.٩	١٢٨	تضليل معتقدات الافراد
١٠٠	٥٥٩	المجموع

اظهرت نتائج الجدول المتعلق بانعكاسات المعالجة الاخبارية السياسية للقنوات العراقية على الوعي السياسي ان فئة التسويق الانتخابي هي اكثر الفئات حضورا في التكرارات وذلك وفق اجابات الافراد المبحوثين وبنسبة بلغت ٢٤.

النتائج:

- ١- اكدت نتائج الدراسة الميدانية ان غالبية نوع العينة كانوا من الذكور.
- ٢- بينت نتائج الدراسة الميدانية ان غالبية افراد عينة البحث يتابعون اخبار القنوات الفضائية بواقع اكثر من ساعة يوميا.
- ٣- اوضحت نتائج الدراسة الميدانية ان غالبية افراد عينة البحث اكدوا على ان قناة الشرقية هي الاكثر معالجة للاخبار السياسية.
- ٤- اظهرت نتائج الدراسة الميدانية ان الاشباكات المتحققة نتيجة التعرض للاخبار السياسية كانت لصالح الحصول على المعلومات من وجهة نظر عينة البحث.
- ٥- اكدت نتائج الدراسة الميدانية على ان القنوات الفضائية عالجت الاخبار السياسية بتحيز وفق اجابات الافراد المبحوثين.
- ٦- تؤكد نتائج البحث ان فئة التسويق الانتخابي ابرز انعكاسات المعالجة الاخبارية السياسية للقنوات العراقية على الوعي السياسي.

التوصيات:

- ١- تحسين جودة المحتوى الإخباري وتنويعه نظراً لأن غالبية أفراد العينة يتابعون الأخبار لأكثر من ساعة يومياً يُوصى بتقديم محتوى إخباري متنوع وذو جودة عالية، يجمع بين التحليل العميق والطرح المتوازن، بما يُثري تجربة المتلقي ويعزز من فهمه للقضايا السياسية.

٢- تحسين موضوعية القنوات الأخرى نظراً لأن قناة الشرقية تُعتبر الأكثر معالجة للأخبار السياسية من وجهة نظر العينة، إذ يوصي البحث بأن تعمل القنوات الفضائية الأخرى على تعزيز تغطيتها السياسية وتحسين جودتها، لضمان التنوع وتعدد الآراء، مما يوفر للجمهور خيارات متنوعة ومتوازنة.

٣- تركيز القنوات على الجانب المعرفي للجمهور بما أن الإشباعات المتحققة من الأخبار تركزت على الحصول على المعلومات، ينبغي على القنوات الإعلامية زيادة تركيزها على تقديم المعلومة الموثقة والمدعمة بالتحليلات الموضوعية لتعزيز الوعي السياسي للجمهور وتقديم قيمة معرفية مضافة.

٤- التزام القنوات بالحيادية في معالجة الأخبار السياسية إذ أشارت الدراسة إلى أن القنوات الفضائية تتعامل مع الأخبار بتحيز، لذا يوصي البحث بضرورة تحسين التزام القنوات بالضوابط المهنية ذات الحياد العالي أثناء المعالجة الإعلامية بهدف توفير المعلومات وتغطية الأحداث بكل صدق ومنطقية للحفاظ على الثقة المتبادلة بين الجمهور والوسيلة الإعلامية.

٥- تحسين المعالجة الإعلامية للعملية الانتخابية نتيجة أن التسويق الانتخابي كان الأثر الأبرز للمعالجة الإخبارية، لذا يوصي البحث القنوات الفضائية بتحسين التغطية الإعلامية للانتخابات من خلال تقديم معلومات شاملة وموضوعية حول المرشحين والبرامج الانتخابية، بعيداً عن التسويق المتحيز، لتمكين الناخبين من اتخاذ قرارات مستنيرة.

الهوامش والمصادر:

^١ صالح علي الأسد، ٢٠١٥، انفجار الفضائيات العربية "الأهداف-الابعاد-التأثيرات الثقافية، عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، ص ٣٩.

^٢ نهى العبد، ٢٠٠٧، صناعة الاخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، القاهرة، دار الفكر العربي، ص ٤٧.

^٣ محمد معوض، بركات عبدالعزيز، ٢٠٠٠، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، القاهرة، دار الكتاب الحديث، ص ٧٠.

^٤ . عماد حسن مكاوي، ٢٠١٧، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار اللبنانية المصرية، ص ١٢٧.

^٥ عبد العزيز تركستاني، ٢٠٠٤، دور أجهزة العلاقات العامة في تكوين الصور الذهنية للمملكة، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال المنبثقة الإعلامي السنوي الثاني، ص ٨.

^٦ محمود حسن اسماعيل، ٢٠٠٣، مبادئ علم الاتصال، ونظريات التأثير، مصر، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ص ٢٦٤.

^٧ توفيق محمد السعد، الغرس الثقافي، مجلة الحوار المتمدن، ع ٣٣٤٦، ٢٠١١، متاح على شبكة الانترنت، انظر الرابط:

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=256306>

^٨ مسلم هاشم، ٢٠١٦، المعالجة الاخبارية لموضوعات الإرهاب في الفضائيات العراقية، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية، ص ٥١.

^٩ أسماء الدليمي، معالجة الصحف لانتهاكات حقوق الانسان، عمان، دار الخليج للنشر والتوزيع، ٢٠٢١، ص ٣١.

^{١٠} إسماعيل عبيد، ٢٠٠٩، المعالجة الاخبارية في القنوات التلفزيونية الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية، ص ٧٦.

^{١١} ليلى جمعة، ٢٠١١، المعالجة الاعلامية لازمة كركوك في الفضائيات العراقية، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية، ص - ص: ٥٩-٦٠.

^{١٢} اياد هلال، ٢٠١٨، المعالجة الاخبارية للقضايا العربية في القنوات التلفزيونية الموجهة، عمان، دار الغيداء للنشر، ص - ص: ٦٢-٦٣.

^{١٣} مرتضى سيد شاوي، ٢٠١٩، المعالجة الاعلامية للقضايا الاجتماعية في الاذاعات العراقية، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الاعلام، ص ٤٤.

^{١٤} منير حجاب، ٢٠١٠، مدخل الى الصحافة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص ١٧.

^{١٥} عبد الرزاق محمد الدليمي، ٢٠١٥، الصحافة الاستقصائية، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ص ٣٨.

^{١٦} علي رزاق، ١٩٩٤، نظريات في أساليب الاقناع، بيروت، دار الصفوة للنشر والتوزيع، ص ١٧٤.

^{١٧} حسن عماد مكاي، السيد حسين، ١٩٩٨، نظريات الاتصال، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، ص ٣٩٨.

^{١٨} غي دورندان، ٢٠٠٢، الدعاية والدعاية السياسية، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ص ١٥.

- ^{١٩} غزوان جبار، ٢٠٢٠، دور القنوات الفضائية الاخبارية في التغيير السياسي، العراق، مجلة اداب المستصرية، ع٨٩، ص٥٢٥.
- ^{٢٠} مصطفى عمر، ٢٠٢٢، الاعلام المتخصص، الشارقة، مكتبة الجامعة للنشر والتوزيع، ص٣٤.
- ^{٢١} مجد هاشمي، ٢٠١١، الاعلام الدبلوماسي والسياسي، عمان، دار اسامة، ص١٤٩.
- ^{٢٢} غزوان جبار محمد، ٢٠١٤، دور القنوات الفضائية في تشكيل الراي العام تجاه الازمات السياسية في العراق، اطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الاعلام، ص٥٢٦.
- ^{٢٣} سناء محمد، ٢٠١٠، الاعلام والراي العام العربي والعالمي، عمان، دار اسامة، ص٦٠.
- ^{٢٤} فارس عطوان، ٢٠١١، الفضائيات العربية ودورها الاعلامي، عمان، دار اسامة، ص١١.

