

## ثقة الجمهور بمضامين الفضائيات خلال الازمات

دراسة ميدانية في بغداد بعد احتلال الموصل ٢٠١٤/٦/٩

د. رعد جاسم الكعبي

كلية الاعلام/ جامعة بغداد

### مستخلص

تجمع اغلب الدراسات على انه من المهم تحديد مدى ثقة الجمهور بالفضائيات لسببين الأول يتعلق بمعرفة مدى تأثير الفضائيات في الجمهور والثاني يتعلق بتحديد منافذ الجمهور للمعلومات. يتعلق البحث بمعرفة مدى ثقة الجمهور بمضامين الفضائيات خلال أزمة احتلال الموصل من قبل تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام "داعش" وأعد الباحث استمارة لبيان معرفة ثقة الجمهور بمضامين الفضائيات التي قدمها فيها أسئلة تتعلق بالتعرض ومقياس. وقد اختار الباحث جمهور مدينة بغداد لملائمته للبحث، وتبين من خلال البحث ان النسبة الأكبر تابعوا أخبار احتلال الموصل من خلال الفضائيات وان أكثر من نصف المبحوثين تابعوا اقل من ساعة فيما كانت فترة المساء هي المفضلة عند الأغلبية منهم كما تبين ان نشرات الأخبار كانت الصورة الأفضل لإيصال المعلومات للجمهور فيما تبين ان مؤتمرات القادة العسكريين كانت الأقل ثقة عند الجمهور. كما اظهر البحث ان هنالك علاقة ما بين جنس المبحوثين ومستويات التأثير، وكذلك الحالة الاجتماعية والأشكال والأساليب التي استعملتها الفضائيات لتغطية أخبار احتلال الموصل. وبين البحث ان الأغاني والأناشيد التي قدمتها الفضائيات أصابت ما يقارب ٢٤% من الجمهور بالإحباط ولم يكتسب لها، كما بين البحث ان "برامج التغطيات الخاصة" كانت الأكبر بالنسبة لتعديل القناعة السابقة للمبحوثين.

## **Abstract**

Most studies combine that it is important to determine the extent of the public's trust TV for two reasons. First of knowing the impact of satellite TV audience ranges and the second determining public outlets for Information Find regard to the extent of the public's confidence in knowing the contents of the satellite during the occupation of Mosul crisis by organizing the Islamic state in Iraq and the Levant And the researcher developed a questionnaire to find out the public's confidence statement satellite contents provided by the questions related to exposandscale.

The researcher audience chose the city of Baghdad to the suitability of the search, found through research that bigger ratio of News occupation of Mosul through satellite and that more than half of their pendants, follow endless than an hour 'While the evening is a favorite among the majority of them also show that the news was the best format for the delivery of information to the public regarding the conferences show that military commanders were lesson fident when the public

Research also showed that there is a relationship between the sex of the subjects and levels of influence as well as the social situation and the shapes and style soused by the Satellite TV for news coverage of the occupation The research that the songs and chants provided by the satellite hit approximately 24% of the public frustrated and did not care about her, and the research that covers the special programs was the biggest adjustment for the previous conviction of respondents of Mosul.

**تقديم:**

يكتسب الحديث عن اهتمام الجمهور بمضامين الفضائيات خلال الازمات اهمية خاصة لسببين احدهما يعود للجمهور لان الجمهور يرى في هذه الفضائيات منافذ يطل منها لمعرفة الحديث ومتابعة تطوراتته والآخر لأن الاشكال والاساليب التي تتبعها في الفضائيات في نقل الحدث تجعل منه مدعاة لتشكيل قناعات حول الحدث وتحديد مدخلات بناء هذه القناعات امراً مهماً ولذلك فأن البحث في تحديد مؤشرات ثقة الجمهور بمضامين الفضائيات يقع في صميم تقييم الاداء الاعلامي من جانب البحث وعن المنافذ المفضلة لدى الجمهور في تلقي المضامين الاعلامية.

**مضامين التلفزيون والجمهور**

تضطلع التغطيات الاعلامية للحروب المعاصرة بأهمية خاصة ولاسيما أن النقل الحي يوفر فرصة لم تكن متاحة سابقاً لمشاهدة جماعية للحدث ومتابعة تفصيلاته، حتى ان "الملايين من الناس كانوا يتابعون CNN أبان حرب الخليج يرفضون مغادرة مقاعدهم خوفاً من تفويت اي تطورات عاجلة وادى ذلك الى هبوط في مبيعات المواد الاستهلاكية(١)". يبدو عدم الظهور في وسائل الاعلام امراً مربكاً لقناعات الجمهور حول القضية المطروحة حتى لو كان الخبر سلبياً فـ "لكي تحافظ على التعبير الصحيح عن الموقف لا يكون البديل ان تكتب وسائل الاعلام ان مسؤولاً حكومياً لم يرد على الاستفسارات، مما يؤدي الى تصاعد الشكوك والشائعات"(٢). غير ان الدراسات تشير الى ان المعلومات التي يحصل عليها الجمهور هي التي تشكل اتجاهاته لاحقاً ازاء القضايا وهي التي تكون معرفته وفي دراسة قام بها [conttell@Ebethart](mailto:conttell@Ebethart) للوقوف حول مصادر الناس في الحصول المعلومات نحو القنبلة الذرية بين النتائج(٣).

١. إن مصادر المعرفة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمستوى التعليم والدخل.

٢. إن الافراد ذوي المستوى الثقافي والمادي المرتفع يعدون المجالات مصدراً لمعلوماتهم الصحيحة.

٣. إن الأفراد ذوي المستوى المنخفض في معلوماتهم يتفقون في الإذاعة عن الجرائد اليومية في حين الأفراد ذوي المستوى المرتفع في المعلومات يتفقون في الإذاعة والجرائد اليومية متعادلة او متساوية.

٤. إن الثقة الكاملة في جهاز الإذاعة ناتجة عن انها تزودنا بالأخبار بطريقة سريعة وتوضح لنا الأخبار بطريقة تفصيلية .

يؤكد ذلك ان وسائل الاعلام على وفق نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام "عندما تقوم بوظائف جمع المعلومات التي تحتاج الى معرفتها وتنسيقها ونقلها بصورة مكثفة ومميزه سوف تزيد من قدرتها على تحقيق اكبر قدر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي ،وهذه القدرة سوف تزيد قوتها عندما يكون المجتمع في حالة عدم استقرار بنائي لوجود الصراع والتغير(٤)" بيد ان اية رسالة يتلقاها الأفراد من وسائل الاعلام تكون مختلفة النتائج اعتمادا على الخبرات السابقة عن الموضوع والتأثيرات الاجتماعية المحيطة(٥). ان الأهمية الاستثنائية للتلفاز بفورية تقديم الأخبار وتفسيرها والتعليق عليها تعطي للمضامين بعدا استثنائيا للمشاهدة في الفهم وبناء تصورات من الواقع حتى ان ٨٢ مليون امريكي يشاهدون البرامج الصباحية وحدها عن ٦٦% من كل الأمريكان يعرفون الأخبار والانباء من التلفاز(٦). الأمر الذي يعطي التلفاز فرصة لتشكيل التصورات عن العالم الخارجي والازمات خارج الحدود حتى ٥٩% من البريطانيين يمثل التلفاز لديهم الوسيلة الاولى لمعرفة وفهم مايجري في العالم ،لابل ان (٣) من كل يابانيين يعدون التلفاز من اهم مقومات الحياة اليومية(٧). وهذا الأمر لا يقتصر على الدول المحكومة بالنظام الرأسمالي إذ اشار (٧) من كل (١٠) في دول المعسكر الشرقي إلى أن خلفياتهم المعرفية مرجعها الفصل نشرات اخبار التلفزيون من حيث اجابة (٦) من كل (١٠) بانهم يحرصون على متابعة نشرات اخبار التلفاز (٨). والامر المهم هنا ان يتحول التلفاز الى واحدة من المؤسسات التي تحكم المجتمع وتوجهه وفي استقصاء عن حال المؤسسات التي تحكم المجتمع الامريكي "جاء التلفاز في المركز الرابع في حين جاءت الإذاعة والتلفزيون والصحف بعده على التوالي في الترتيب وجاءت السينما في المرتبة الثلاثين" وعن التعرف

على اهم المؤسسات ذات السلطة والنفوذ في حياة المجتمع الامريكي حصل التلفاز على المركز الثاني بعد البث الابيض في حين جاءت الصحف في المرتبة الثانية عشر والإذاعة في المركز السابع عشر(٩)"

### علاقة التلفاز بالجمهور العراقي

اما في العراق بينت احدي الدراسات(١٠) ان الرجال في المراكز المحافظات يستعملون ٣,٧ ساعة يوميا مقابل فارق يزيد (٢٧) دقيقة على النساء وهناك اختلافات مابين الريف والحضر في العدد ولكن الرجال يتفوقون على النساء في مشاهدة التلفاز بحوالي (١٦) دقيقة يوميا. وتشير دراسة حديثة إلى ان (٢٩%) من الجمهور العراقي يشاهد بصفة منتظمة (٤٣,٥%) منه يتعرض احيانا على حين ان (٢٧,٥%) يتعرضون نادراً فيما جاءت الموضوعات السياسية يوصفها أكثر الموضوعات التي يتعرض لها الجمهور(١١). وترصد الدراسات (٩٥٠) وسيلة اعلامية مرئية ومسموعة ومقروعة في كردستان العراق فيما تأسس مايزيد عن ٩٠ قناة فضائية في باقي العراق(١٢). تعرض المواطن العراقي في الاسابيع الاولى لاحتلال الموصل الى ما لا يقل عن (٣٤٥٢) ساعة تلفاز فضائية منها (٣١١٦) ساعة لقنوات فضائية محلية فيما كانت هناك (٣٣٦) ساعة تلفاز فضائية عربية اسبوعية(١٣). وهو رقم كبير وضع المواطن العراقي والمجتمع العراقي تحت ضغط نفسي وإعلامي كبير ولاسيما اذ علمنا ان نسب المشاهدة للتلفاز عندنا كبيرة جداً قياساً بالآخرين اذ يشاهد (٨٢%) من أفراد الأسر المحرومة التلفزيون مقارنة ب (٩١%) للأسر الأفضل حالاً وهو ما يخالف دول أخرى إذ إن مشاهدته التلفاز في الأسر الأفضل حالاً تكون أقل مما هي عليه للأسر المحرومة(١٤) وتفيد الدراسات ان مشاهدة التلفاز في العراق تحتل المرتبة الثانية في استعمال الوقت "اليومي" إذ يخصص لها ما يقارب من ثلاث ساعات يومياً وبنسبة (١٢%) من استخدام الوقت بحسب نوع النشاط(١٥). ولأخبار أهمية خاصة لدى الجمهور العراقي سواء في النشرات ام المواجه حتى ان (٨٧%) من الجمهور العراقي يشاهدون مواجه الأخبار التي تقدمها الفضائيات وترتفع نسبة المشاهدة لدى الرجال الى (٦٥%) وبينما

تكون (٣٤%) لدى النساء، في حين ان (٤٠%) ممن اعمارهم ما بين (١٧-٢٦) سنة يشاهدون مواجز الأخبار على حين ترتفع نسب مشاهدة مواجز الأخبار لدى الموظفين الى (٣٠%) في حين تصل النسبة الى ٢١% لدى الطلبة و (٢٠%) لدى الكسبة و (١١،٣%) لدى ربات البيوت و ٨% لدى المتقاعدين و ٧% لدى العاطلين (١٦). مما يؤكد اهمية الأخبار لدى اغلب مهن وفئات المجتمع العراقي.

**مشكلة البحث:** تحدد مشكلة البحث الذي نحن بصدده في عدم وجود مؤشرات ثقة بمضامين الفضائيات الخاصة بتغطية احتلال الموصل من قبل الدولة الاسلامية في العراق والشام "داعش" ويمكن ان تحدد المشكلة بالاسئلة الاتية:

١. ما مدى متابعة اخبار احتلال الموصل لدى جمهور محافظة بغداد ؟
٢. ما مصادر جمهور محافظة بغداد في متابعة اخبار احتلال الموصل؟
٣. اين تقع الفضائيات يوصفها مصدراً للجمهور في سلم المصادر متابعة احتلال الموصل ؟
٤. اي القنوات الفضائية التي تابع من خلالها الجمهور احتلال الموصل؟
٥. اين يمكن ان يصنف الجمهور الذي تابع اخبار احتلال الموصل ضمن كثافة التعرض ؟
٦. اي الاشكال والاساليب تابع من خلال الجمهور مضامين الفضائيات؟
٧. ما مستوى استفادة الجمهور من المصادر الاخرى غير الفضائيات فيما يخص تغطية اخبار احتلال الموصل ؟
٨. كيف يقيم الجمهور اساليب واشكال التغطيات الفضائيات لأخبار احتلال الموصل في اظهارها للحقائق ؟
٩. ما مستوى ثقة الجمهور بالاشكال والاساليب التي اتبعها الفضائيات في التغطية؟
١٠. ما مستويات ردود افعال الجمهور ازاء الاشكال والاساليب التي استعملتها الفضائيات في تغطية اخبار احتلال الموصل ؟

١١. في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام هل خبرات الجمهور السابقة عن الجماعات الارهابية دفعتهم للمتابعة وازافت معلومات جديدة لهم من خلال الفضائيات ؟

١٢. ما مستويات تأثير الاشكال والاساليب التي استعملتها الفضائيات في تغطية اخبار احتلال الموصل على قناعات جمهور محافظة بغداد بالمجاميع الارهابية؟

#### أهداف البحث:

١. تحديد سلم بمصادر جمهور محافظة بغداد لمتابعة اخبار احتلال الموصل.

٢. معرفة الفضائيات التي تابع من خلال جمهور محافظة بغداد اخبار احتلال الموصل.

٣. معرفة مؤشرات الثقة بالاشكال والاساليب التي قدمتها الفضائيات في تغطية اخبار احتلال الموصل.

٣. بيان العلاقة ما بين الفضائيات بوصفها مصادر متابعة عند الجمهور ومصادر اخرى في تغطيتها للحدث.

٤. التعرف على دور الخبرات السابقة لدى الجمهور في متابعة التغطيات الاعلامية للفضائيات وتشكيل القناعات.

#### أهمية البحث:

١- المجتمع: يمثل فرصة لبيان مقدار ثقة الجمهور بمضامين الفضائيات ويعطي تصوراً علمياً عن رؤيا الجمهور وقناعاته بالأحداث وهو يعطي القائمين بالاتصال في القنوات مؤشرات حول اتجاهات الجمهور وأفكاره وقناعاته ومنافذه التأثير فيه خلال الأزمات.

٢- مجال الاختصاص: معرفة اي الأشكال والأساليب الأقرب إلى الجمهور خلال الأزمات كما يضع مؤشر حول المصادر التي يعتمدها الجمهور وثق بها في متابعة الأزمات وعلاقة الفضائيات بالمصادر الأخرى .

٣- البحث العلمي: يشكل مقياساً علمياً يمكن الاعتماد عليه عند حدوث أزمات مشابهة، ويتناول ميداناً بكاراً في ربطه اشكال الفضائيات وأساليبها المستعملة بتشكيل قناعات الجمهور بأزمة ذات ابعاد عسكرية

وسياسية وامنية وبين مقدار الثقة بكل منها بالاعتماد على بعض معطيات نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام.

إجراءات البحث: أعد الباحث استمارة تقع في ثلاثة محاور الاول يتعلق بالخصائص الشخصية للمبحوثين والثاني التعرض والثالث مقياس للعلاقة بين الاشكال والاساليب المستعملة وثقة الجمهور. وقد تم اختيار مدينة بغداد لأنها العاصمة وفيها تنوع سكاني ملائم وقد وزع الباحث ٧٣ استمارة في الكرخ بأحياء الرسالة والشعلة فيما وزع ٨٨ استمارة في احياء مدينة الصدر والشعب وبغداد الجديدة وبلغ عدد الاستمارات (١٦١) استمارة واختيرت العينة على اساس عينة "عارضة" وذلك لملائمتها لأغراض هذا البحث وتم معاملة النتائج احصائيا على وفق نظام (spss) . واستغرق توزيع الاستمارات من ٢٠١٤/٩/١٥ ولغاية ٢٠١٤/٩/٣٠.

الصدق: عرضت الاستمارة على الخبراء:

١. م د. عمار محمد ظاهر أستاذ قضايا إعلامية في كلية الإعلام

٢. أ.م. د. طالب عبد المجيد أستاذ التخطيط الإعلامي في كلية الإعلام

٣. م د. شريف سعيد أستاذ الأخبار في كلية الإعلام

أولا : خصائص المبحوثين: تبين من خلال البحث إن الذكور في العينة حلوأ أولا بعدد (٨١) وبنسبة (٥٠,٣%) فيما حلت الإناث ثانيا ب(٨٠) وبنسبة (٤٩,٧%) وهي نسبة تواكب متغيرات المجتمع العراقي بقليل.

جدول (١) يوضح جنس المبحوثين

النسبة المئوية	العدد	الجنس
٥٠,٣%	٨١	ذكر
٤٩,٧%	٨٠	أنثى
١٠٠%	١٦١	المجموع

وحول الحالة الاجتماعية للمبحوثين أن نسبة المتزوجين حلت أولا بـ (٥٦) وبنسبة (٣٤,٨%) فيما حلت العزاب ثانيا ب (٤٨) وبنسبة (٢٩%) على حين لم يذكر (٣٣) مبحوثا حالته الاجتماعية وجاءوا بنسبة (٢٠,٥%) فيما كان (١٦) منهم أرملا وبنسبة (٩,٩%) فيما كان (٨) منهم مطلقين وبنسبة (٥%) وهو ما يعكس ما يعيشه المجتمع العراقي في عدم استقرار. وكما يظهر الجدول (٢).

جدول (٢) يوضح الحالة الاجتماعية للمبحوثين

التسلسل	الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة المئوية
١.	متزوج	٥٦	٣٤,٨%
٢.	أعزب	٤٨	٢٩,٨%
٣.	لم يذكر	٣٣	٢٠,٥%
٤.	أرمل	١٦	٩,٩%
٥.	مطلق	٨	٥%
	المجموع	١٦١	١٠٠%

وحول مهن وفئات المبحوثين جاء الموظفون في المرتبة الأولى بـ (٥٠) وبنسبة (٣١,١%) فيما حل الطلبة ثانياً بـ (٣٦) مبحوثاً وبنسبة (٢٢,٤%) على حين لم يذكر (٢١) مبحوثاً وبنسبة (١٣%) منهم أو فئاتهم وتبين إن (٢٠) مبحوثاً وبنسبة (١٢,٤%) نسبة فيما كانت (١٧) مبحوثاً وبنسبة (١٠,٦%) ربات بيوت وكان (٩) مبحوثاً وبنسبة (٥,٦%) عاطلين فيما (٨) مبحوثاً وبنسبة (٥%) متقاعدین ولعل ورود هذه الفئات هي التي تمثل واقع المجتمع العراقي وتقسيماتها تعكس تنوع مهن وفئات المجتمع.

جدول (٣) يوضح مهن وفئات المبحوثين

التسلسل	المهنة أو الفئة	العدد	النسبة المئوية
١.	موظف	٥٠	٣١,١%
٢.	طالب	٣٦	٢٢,٤%
٣.	لم يذكر	٢١	١٣%
٤.	كاسب	٢٠	١٢,٤%
٥.	ربة بيت	١٧	١٠,٦%
٦.	عاطل	٩	٥,٦%
٧.	متقاعد	٨	٥%
٨.	المجموع	١٦١	١٠٠%

وفيما يخص دخل المبحوثين إذ طلب منهم ذكر الدخل بالأرقام تبين إن (٤٩) منهم دخلهم منخفض وبنسبة (٣٠,٤%) فيما (٢١) وبنسبة (١٣%) دخلهم متوسط في حين إن (١٩) منهم وبنسبة (١١,٨%) دخلهم منخفض جداً في حين إن (٢) فقط وبنسبة (١,٢%) دخلهم مرتفع فيما (١) فقط وبنسبة (٠,٦%) مرتفع جداً بيد إن النسبة الكبيرة التي تصل إلى (٦٩) وبنسبة (٤٢,٩%) لم يذكر دخله إن هذه الفئات تعكس إلى حد كبير واقع دخل الفرد العراقي وهي توافق الإحصائيات الرسمية إلى حد كبير.

جدول (٤) يوضح مستوى دخل المبحوثين

التسلسل	الدخل	العدد	النسبة المئوية
١.	لم يذكر	٦٩	٤٢,٩%
٢.	منخفض	٤٩	٣٠,٤%
٣.	متوسط	٢١	١٣%
٤.	منخفض جداً	١٩	١١,٨%
٥.	مرتفع	٢	١,٢%
٦.	مرتفع جداً	١	٠,٦%
٨.	المجموع	١٦١	١٠٠%

**ثانياً: مصادر متابعة أخبار الموصل:** وحول متابعة أخبار احتلال الموصل كانت إجابة (١٣٠) مبحوثاً وبنسبة (٨٠,٧%) أنهم تابَعوا هذه الأخبار في حين أن (٣١) مبحوثاً وبنسبة (١٩,٣%) قالوا أنهم لم يتابعوا هذه الأخبار وهذه النسبة توافق إلى حد كبير اهتمام الشعب العراقي بقضايا مهمة شكّلت مفصلاً سياسياً وعسكرياً وأمنياً مهماً جداً.

جدول (٥) يوضح متابعة المبحوثين لإخبار الموصل

متابعة إخبار	العدد	النسبة المئوية
تابع	١٣٠	٨٠,٧%
لم يتابع	٣١	١٩,٣%
المجموع	١٦١	١٠٠%

وعن مصادر متابعة الأخبار بالنسبة للذين تابَعوها تبين إن الفضائيات حلت أولاً بـ (٩٨) تكراراً وبنسبة (٤٦%) فيما كانت (الأقارب والأصدقاء) كمصدر بـ (٤٢) تكراراً وبنسبة (٤٢%) في حين حلت ثالثاً (مواقع التواصل الاجتماعي) بـ (٣١) تكراراً وبنسبة (١٤%) في حين جاءت الإذاعات والصحف بـ (٢٢) تكراراً لكل منهم وبنسبة (١٠%) علماً أن الباحث سمح للمبحوثين باختيار أكثر من بديل عند الإجابة إن حلول الفضائيات أولاً أمراً منطقياً في ظل اهتمام الجمهور بالفضائيات ولكن حلول الإذاعات والصحف بعد مواقع التواصل والأقارب والأصدقاء يمثل الميل إلى الثقة بالاتصال الشخصي أكثر من هذه الوسائل ولعله يعود إلى إمكانيات الصحف والإذاعات قياساً للفضائيات ومواقع التواصل وكما في .

جدول (٦) يوضح مصادر متابعة المبحوثين للأخبار

مصادر متابعة الأخبار	العدد	النسبة المئوية
الفضائيات	٩٨	٤٦%
الأقارب والأصدقاء	٤٢	٢٠%
مواقع التواصل الاجتماعي	٣١	١٤%
الإذاعات	٢٢	١٠%
الصحف	٢٢	١٠%
المجموع	٢١٥	١٠٠%

وتبين من خلال البحث إن هنالك (٣٦) فضائية محلية وعربية تابع الجمهور من خلالها احتلال الموصل والأخبار العسكرية منها (٨) عربيات فيما (٢٨) قناة محلية كما تبين إن العراقية حلت أولاً بفارق كبير عن باقي القنوات فيما تسلسلت بعدها الفرات والشرقية والأفاق بفارق قليل في حين حلت العهد والحررة عراق وبغداد بنسب متقاربة وجاءت الاتجاه والفيحاء والسومرية والمسار بفارق متقارب بعدها وجاءت بلادي والحررة والغدير بعدها بفارق قريب أما الأنوار والعربية والبغدادية والحرية والسلام والحدث والديار والجزيرة وهنا بغداد والشعب فجاءت بعدها بفارق قليل فيما بينها وظهر البحث إن الجمهور تابع قنوات التغيير BBC والرشيدي والانبار والفلوجة (MBC) ودجلة بفارق قليل فيما تابع بعدها (MTV) و(ANB) والبابلية والزمان ونيوى أخيراً وبصورة متساوية، إن هذا التسلسل الذي يعكس اهتمام الجمهور بالقنوات الفضائية كمصدر للأخبار مازال سائداً منذ عدة سنوات خاصة بالمراكز العشرة الأولى إذ إن التسلسل ذاته وإن اختلف أحياناً في تقدم بعض القنوات أو تراجعها أما باقي القنوات فإن ورودها بهذا الشكل قد يكون لأسباب سياسية أو طائفية أو بحث الجمهور عن تغطيات توافق ميوله واحتياجاته ولكن مما يلاحظ أن الجمهور لم يعتمد في المتابعة على القنوات الفضائية وحدها فهو يبحث عن مصادر أخرى لأسباب قد تكشف عنها الجداول اللاحقة بيد أن ظهور (الأنوار) التي تقدم أخبار عاجل وسببائيات وكما في الجدول (٧).

جدول رقم (٧) يوضح القنوات التي تابع بها المبحوث الأزمة

المرتبة	النسبة المئوية	العدد	القنوات
الأولى	٢٣,٥%	٩٦	العراقية
الثانية	٩%	٣٧	الفرات
الثالثة	٨,٩%	٣٦	الشرقية
الرابعة	٦,٣%	٢٦	أفاق
الرابعة	٤,٤%	١٨	العهد
الرابعة	٤,١%	١٧	الحررة عراق
الرابعة	٤%	١٦	بغداد
الخامسة	٣,٦%	١٥	الاتجاه
الخامسة	٣,٤%	١٤	الفيحاء
الخامسة	٣%	١٢	السومرية
الخامسة	٣%	١٢	المسار
السادسة	٢,٨%	١١	بلادي
السادسة	٢,٨%	١١	الحررة
السادسة	٢,٥%	١٠	الغدير
السابعة	١,٩%	٧	الأنوار
السابعة	١,٩%	٧	العربية
السابعة	١,٩%	٧	البغدادية
السابعة	١,٦%	٦	الحرية
السابعة	١,٢%	٥	السلام

الحدث	٥	١٠,٢%	السابعة
الديار	٥	١٠,٢%	السابعة
الجزيرة	٥	١٠,٢%	السابعة
هنا بغداد	٤	١%	السابعة
الشعب	٤	١%	السابعة
التغير	٣	٠,٨%	السابعة
BBC	٣	٠,٨%	السابعة
الرشيد	٢	٠,٤%	الثامنة
الانبار	٢	٠,٤%	الثامنة
الفلوجة	٢	٠,٤%	الثامنة
MBC	٢	٠,٤%	الثامنة
دجلة	٢	٠,٤%	الثامنة
MTV	١	٠,٢%	التاسعة
ANB	١	٠,٢%	التاسعة
البابلية	١	٠,٢%	التاسعة
الزمان	١	٠,٢%	التاسعة
نينوى	١	٠,٢%	التاسعة

ثالثاً: ساعات وفترات التعرض: وقد تبين إن النسبة الأكبر للمبشرين ب (٥٣) تكرارا وبنسبة (٤٠,٨%) تابعوا هذه الإحداث لأقل من ساعة يوميا فيما كان (٤٣) منهم وبنسبة (٣٣,١%) تابعوا ما بين ساعة إلى اقل من (٣) ساعات في حين إن (٢١) مبحوثا وبنسبة (١٦,٢%) تابعوا إخبار الموصل لثلاث ساعات فأكثر في حين لم يذكر (١٣) مبحوثا وبنسبة (١٠%) طبيعة المتابعة إن هذا يعكس إن النسبة الأكبر من المبحوثين كان لديهم تعرض منخفض لأنهم يكونون قد تابعوا من خلال الفضائيات ومصادر أخرى أما ظهور ثلث المبحوثين تعرضوا لمستوى متوسط من التعرض فيشير إلى العلاقة مازالت وطيدة في جزء كبير من متعزضي الفضائيات بالمضامين على إن كثيفو التعرض جاءوا بالمرتبة الأخيرة يكونوا قد تابعوا في أماكن أخرى بالإضافة إلى الفضائيات لان الكم الأكبر كانت دخولهم منخفضة ونصفهم لديهم أعمال أو ارتباطات وكما يظهر الجدول (٨).

جدول (٨) يوضح ساعات المتابعة يوميا

التسلسل	ساعات المتابعة	العدد	النسبة المئوية%
١.	أقل من ساعة	٥٣	٤٠,٨%
٢.	ساعة إلى أقل من ٣ ساعات	٤٣	٣٣,١%
٣.	ثلاث ساعات فأكثر	٢١	١٦,٢%
٤.	لم يذكر	١٣	١٠%
٥.	المجموع	١٣٠	١٠٠%

وعن الفترات التي تابع بها المبحوثون أزمة الموصل حلت فترة المساء أولا لدى (٨٣) وبنسبة (٤٢%) فيما جاءت فترة الصباح لدى (٤٢) مبحوثا وبنسبة (٢٢%) إلى حين حلت فترة الظهيرة لدى (٤٠)

مبحوثا وبنسبة (٢١%) في حين جاءت فترة العصر أخيرا لدى (٢٥) مبحوثا وبنسبة (١٣%) أن حلول فترة المساء أولا لأن نصف المبحوثين مرتبطة بإعمال أما فترة الصباح فهي توازي نسبة المتقاعدين والعاطلين وريات البيوت وعندما سمحنا لهم بأكثر من خيار تسبب ظهور فترة الظهر والعصر فيثبت إن المبحوث ليس لديه فترة مفضلة واحدة وإنما فترة مفضلة وأخرى حسب الظروف وهو ما يشير إلى أهمية الأزمنة لديه والبحث عن أكثر من فترة لمتابعتها أو مصدر كما ظهر سابقا وكما يظهر في.

جدول (٩) يوضح فترات المتابعة اليومية وقد سمح لهم بأكثر من خيار

فترة التعرض	التكرار	النسبة المئوية%
المساء	٨٣	٤٢%
الصباح	٤٢	٢٢%
الظهر	٤٠	٢١%
العصر	٢٥	١٣%
المجموع	١٩٠	١٠٠%

#### رابعا: مضامين الفضائيات المتابعة:

وحول ما استعملته الفضائيات من أشكال وأساليب لتغطية احتلال الموصل والعمليات العسكرية في المناطق الأخرى تبين إن (٧٩) مبحوثا وبنسبة (٣٥%) عدوا نشرات الأخبار أمدتهم بالتطورات أكثر من غيرها فيما جاءت بعدها العواجل التي تقدمها الفضائيات لدى (٥٣) مبحوثا وبنسبة (٢٣%) في حين جاءت السبتايتل أو الشريط الأخباري ثالثا لدى (٣٥) مبحوثا وبنسبة (١٥%) في حين كانت البرامج والتغطيات بعدها لدى (٢٣) مبحوثا وبنسبة (١٠%) أما مؤتمرات القادة العسكريين فتراجعت أخيرا إذ جاءت لدى (١٣) مبحوثا وبنسبة (٦%) في حين لم يذكر (٢٤) مبحوثا وبنسبة (١١%) من أمدتهم بالتطورات أكثر، إن مجيء نشرات الأخبار أولا بسبب تقديمها معلومات موسعة ومشاهد مرئية وزمنها أكبر من سائر الأساليب والإشكال وإن الجمهور مهتم بها على وفق أحدث الدراسات كما أن مواعيدها منظمة في حين أن (السبتايتل، والعواجل) ليست كذلك إذ إنها تخضع لتطورات والسبق الصحفي وليس للزمن أما البرامج والتغطيات فيشعر الجمهور إزائها أن مختصين يناقشون قضايا قد تبعد عن الموضوع الأصلي أو تحمل أجندات معدة مسبقا وتفتقد الجانب المرئي في حين أن مؤتمرات القادة العسكرية تراجعت بسبب ما أحيط ببعض القادة من اتهامات بالخيانة وتراجعت شعبية الجيش العراقي لدى الجمهور وهو ما يعكس عدم الاهتمام بهذه المؤتمرات وانقادها

مشاهد مرئية ومن ثم لا يعدها الجمهور مصدراً مهماً يمدّه بالمعلومات أكثر من غيره وكما يظهر في. جدول (١٠) يوضح الأشكال والأساليب التي يعتقد المبحوثون أنها أمدتهم بالتطورات أكثر وقد سمح لهم بأكثر من خيار

النسبة المئوية%	العدد	الإشكال والأساليب الأكثر أهمية
٣٥%	٧٩	نشرات الأخبار
٢٣%	٥٣	العواجل
١٥%	٣٥	السبتايتل
١٠%	٢٣	البرامج والتغطيات
٦%	١٣	مؤتمرات القادة العسكريين
١١%	٢٤	لم يذكر
١٠٠%	٢٧٧	المجموع

ولغرض معرفة مدى الفائدة المتحققة لدى المبحوثين باستقائهم معلومات حول أزمة الموصل من وسائل إعلامية بوصفها صحفاً وإذاعات أو مصادر كمواقع التواصل الاجتماعي والأقارب والأصدقاء وهو ما يؤشر اهتمام المبحوثين بالأزمة من خلال متابعتها بأكثر من مصدر وكذلك يحدد علاقة متابعة الفضائيات بمصادر أخرى قريبة من المبحوثين تبين إن الأقارب والأصدقاء كان مستوى فائدة ما قدموه كبيراً على وفق قناعة الجمهور، فالإذاعات تقدمت في حين تراجع الصحف، أما الفائدة المتوسطة فقد كانت الأقارب والأصدقاء وجاءت بعدها الإذاعات والصحف، وتراجعت مواقع التواصل الاجتماعي وعن الفائدة القليلة يعتقد المبحوثون إن مواقع التواصل الاجتماعي حلت أولاً فيما كان الأقارب والأصدقاء ثانياً في حين تراجعت الصحف والإذاعات. وعن الذين لم تقدم هذه الوسائل، إفاد المبحوثون أن الصحف لم تقدم أولاً في حين جاءت الإذاعات ثانياً، فمواقع التواصل الاجتماعي فالأقارب والأصدقاء. وهو ما يعكس في واقع الحال تقدم مواقع التواصل الاجتماعي أولاً وميل الناس لاستكمال بقية معلومات الفضائيات منها ومن الأقارب والأصدقاء ثانياً وفيه تفضيل للاتصال الشخصي على الاتصال الجماهيري وفي ما يخص الذين قالوا إن الإذاعات والصحف متقدمة في عدم تقديم فائدة للمبحوثين فهو بالتأكيد يعود فيما يتعلق بالصحف إلى بطء التغطية وتأخرها، أما الإذاعات فيعود الأمر إلى تراجع التعرض لها قياساً بالفضائيات وإن ما تقدمه من تغطيات مشابهة للفضائيات لتداخل العاملين فيما بينها وتشابه التغطيات وكما يظهر

جدول (١١) يوضح مقدار فائدة المبحوثين من مصادر أخرى غير الفضائيات

مستوى الفائدة		الوسيلة					
العدد	النسبة%	مواقع تواصل أخرى		الصحف		العدد	النسبة%
		العدد	النسبة%	العدد	النسبة%		
٣١	٢٣,٨%	٣٧	٢٤,٦%	٣٢	١٨,٥%	٢٤	٢٣,٨%
كبيرة	١.						

٢٦,٢%	٣٤	١٧,٧%	٢٣	٢٢,٣%	٢٩	٢٣,١%	٣٠	متوسطة	٢.
١٠%	١٣	١٥,٤%	٢٠	٩,٢%	١٢	٩,٢%	١٢	قليلة	٣.
١٠%	١٣	١١,٥%	١٥	١٨,٥%	٢٤	١٦,٩%	٢٢	لم تفدني	٤.
٢٥,٤%	٣٣	٣٠,٨%	٤٠	٣١,٥%	٤١	٢٦,٩%	٣٥	لم يذكر	٥.
١٠٠%	١٣٠	١٠٠%	١٣٠	١٠٠%	١٣٠	١٠٠%	١٣٠	المجموع	٦.

#### خامساً: تقييم أشكال وأساليب الفضائيات

وعن تقييم مستوى المعلومات المقدمة من خلال أشكال التغطية للفضائيات وأساليبها كما يراها المبحوثون تبين إن القناة الأكبر للمبحوثين أكدت إن العواجل كانت أولاً في إظهار الحقيقة كاملة في حين حلت نشرات الأخبار ثانياً فالبرامج والتغطيات ثالثاً فيما تراجع السبائتل ومؤتمرات القادة العسكريين، أما قناعات المبحوثين حول من اظهر نصف الحقيقة في هذه الأشكال والأساليب في الفضائيات فتبين أن نشرات الأخبار جاءت أولاً وحل بعدها السبائتل فالبرامج والتغطيات ثانياً، وحول الأشكال والأساليب التي اخفت الحقيقة جاءت مؤتمرات القادة العسكريين أولاً في ما حل السبائتل والعواجل بعدها، أما قناعات المبحوثين حول أي الأشكال التي أظهرت أشياء مخالفة للواقع فتبين مؤتمرات القادة العسكريين حلت أولاً في ما جاءت بعدها السبائتل فنشريات الأخبار. أن هذه المؤشرات تعكس أن الجمهور يثق أكثر بالنشريات الاخبارية والبرامج والعواجل بسبب انتظام عرضها ومدتها أكثر كما أنها موسعة قياساً بغيرها وتتضمن لقاءات عديدة مع أناس خارج المؤسسة الرسمية من مراسلين ومواطنين أما ظهور مؤتمرات القادة العسكريين والعواجل فمبررة للنظرة السيئة للمؤسسة العسكرية كما أن أكثر العواجل كانت من قادة عسكريين أو ميدانيين. أما فيما يخص الأشكال التي أظهرت أشياء مخالفة للواقع على وفق قناعات المبحوثين فحل مؤتمرات القادة العسكريين والسبائتل جاء أولاً بسبب تضارب الأخبار حول قرار القادة ودورهم في تسليم الموصل بلا قتال وان اغلب (السبائتل) كانت حول قضايا عسكرية أو ورائها قادة من العسكر وكما يظهر

جدول (١٢) يوضح آراء المبحوثين بمستوى ما قدمته الأشكال من حقائق

تقييم المعلومات	أشكال التغطية									
	مؤتمرات القادة العسكريين		العواجل		السبتايتل		البرامج والتغطيات		النشرات الاخبارية	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
أظهرت الحقيقة كاملة	٤٢	٣٢,٣	٣٧	٢٨,٥	٢٨	٢١,٥	٤٦	٣٥,٤	٢٤	١٨,٥
أظهرت نصف الحقيقة	٥٢	٤٠,٠	٤٠	٣٠,٨	٤١	٣١,٥	٣١	٢٣,٨	٢٥	١٩,٢
اخفت الحقيقة	٧	٥,٤	٧	٥,٤	٩	٦,٩	٩	٦,٩	١٨	١٣,٨
أظهرت أشياء مخالفة للواقع	٤	٣,١	٣	٢,٣	٦	٤,٦	٣	٢,٣	٨	٦,٢
لم يذكر	٢٥	١٩,٢	٤٣	٣٣,١	٤٦	٣٥,٤	٤١	٣١,٥	٥٥	٤٢,٣
مج	١٣٠	%١٠٠	١٣٠	%١٠٠	١٣٠	%١٠٠	١٣٠	%١٠٠	١٣٠	%١٠٠

وعن ثقة المبحوثين بالمعلومات المستقاة من أشكال التغطيات تبين إن النسبة الأكبر من المبحوثين لهم ثقة أكبر بالنشرات الاخبارية ثم البرامج والتغطيات ثم العواجل في حين حلت وبمرتبة أدنى مؤتمرات القادة فالسبتايتل، على حين تبين ان الجمهور لم يثق أولاً بالسبتايتل فمؤتمرات القادة العسكريين فالعواجل وبمرتبة ادنى البرامج والتغطيات فالنشرات. إن حيافة النشرات الاخبارية والبرامج والتغطيات على ثقة الجمهور يعود إلى رغبة الجمهور بالتفسيرات والتعليقات والمشاهد المرئية وهو ما تفتقده سائر الأشكال وإن رأي المبحوثين بعدم الثقة بمؤتمرات القادة العسكريين والعواجل والسبتايتل يعود في بعض ما يعود الى موقف المبحوثين من المؤسسة العسكرية ولكون الظهور الإعلامي لم يكن يتضمن مشاهد مرئية من التطورات على الأرض وكما يظهر

جدول (١٣) يوضح مقدار ثقة المبحوثين بأشكال التغطية التي تعرضوا لها

مستوى الثقة	أشكال التغطية									
	مؤتمرات القادة العسكريين		العواجل		السبتايتل		البرامج والتغطيات		النشرات الاخبارية	
وثقت بها	٦١	٤٦,٩	٣٩	٣٠,٠	٣٣	٢٥,٤	٥١	٣٩,٢	٣٥	٢٦,٩
لم اتق بها	١٤	١٠,٨	١٦	١٢,٣	٢٧	٢٠,٨	١٨	١٣,٨	٢٢	١٦,٩
لا	٣٠	٢٣,١	٢٦	٢٠,٠	٢٣	١٧,٧	١٦	١٢,٣	٢٢	١٦,٩
استطيع ان احدد	٢٥	١٩,٢	٤٩	٣٧,٧	٤٧	٣٦,٢	٤٥	٣٤,٦	٥١	٣٩,٢
للم يذكر	٢٥	١٩,٢	٤٩	٣٧,٧	٤٧	٣٦,٢	٤٥	٣٤,٦	٥١	٣٩,٢
مج	١٣٠	%١٠٠	١٣٠	%١٠٠	١٣٠	%١٠٠	١٣٠	%١٠٠	١٣٠	%١٠٠

الثقة بالأساليب والأشكال التلفزيونية

ولمعرفة ردود أفعال المبحوثين إزاء ما قدمته الفضائيات وهو ما يمثل رجوع الصدى حول طبيعة التغطية وما أحدثته لدى المبحوثين فيما يخص (رفع المعنويات) أفادت النسبة الأكبر من المبحوثين إن النشرات الأخبارية رفعت معنوياتهم جاءت بعدها الأغاني والأناشيد فالبرامج والتغطيات.

وعن الأشكال التي جعلت المبحوثين فخورين بالمقاتلين كانت العواجل والنشرات الأخبارية أولاً والبرامج والتغطيات ثانياً.. وحول الأشكال التي أصابت المبحوثين بالإحباط كانت النشرات الأخبارية أولاً والفواصل ثانياً والعواجل ثالثاً فيما جاء السبتياتل والبرامج والتغطيات والأغاني والأناشيد ومؤتمرات القادة العسكريين بعدها على التوالي، في حين عبر المبحوثون إنهم يكثرثوا أولاً بالفواصل فمؤتمرات القادة العسكريين فالسبتياتل فالبرامج و التغطيات فالأغاني والأناشيد فالعواجل فالنشرات الأخبارية أخيراً. وهو ما يعكس إن الثقة بالنشرات الأخبارية جعلتها أولاً في رفع المعنويات والشعور بالفخر بالمقاتلين.. وفيما يخص الفواصل والعواجل التي تقدمت في قضية الإصاابة بالإحباط لدى الجمهور قد يكون السبب كثرة التصريحات العسكرية ونقل تطورات لم تكن مطابقة للواقع فيما يخص الذين لم يكثرثوا فكانت النسبة الأكبر لم تكثرث بالفواصل ومؤتمرات القادة العسكريين والسبتياتل. فقد يعود لان هنالك موقفا لدى المبحوثين من القادة العسكريين وان السبتياتل يتضمن تصريحات لهم ولا يحوي معلومات تفصيلية، أما الفواصل فقد يعود لمباشرتها الشديدة مما ينفر الجمهور منها. ويلاحظ أن حلول النشرات أخيراً في عدم الاكتراث تأكيد لمصداقية الجمهور بالثقة بها، كما أن (٢٠,٧%) من المبحوثين عبروا عن ان الأغاني والأناشيد أصابتهم بالإحباط ولم يكثرثوا بها هو مؤشر على ضرورة تفادي الفضائيات لها لاحقاً على اننا يجب ان نلاحظ ان الجمهور تابع نشرات أخبار في فضائيات مختلفة وليست واحدة فكانت ارانه ليست موحدة ازائها وكما في

جدول (١٤) المضامين والاشكال وعلاقتها بثقة الجمهور بها

رد الفعل	المضامين والأشكال													
	النشرات الأخبارية		البرامج والتغطيات		السبائيل		العواجل		الأغاني والأناشيد		الفواصل		مؤتمرات القادة العسكريين	
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
١. رفعت معنوياتي	٤١	٣١,٥	٣٢	٢٤,٦	٣٠	٢٣,١	٣١	٢٣,٨	٤٠	٣٠,٨	١٩	١٤,٦	٢٧	٢٠,٨
٢. تجعلني فخور بالمقاتلين	٢٨	٢١,٥	٢٦	٢٠,٠	١٦	١٢,٣	٢٨	٢١,٥	٢٠	١٥,٤	١٣	١٠,٠	١٧	١٣,١
٣. أصابني بالإحباط	٢٣	١٧,٧	١٢	٩,٢	١٧	١٣,١	١٨	١٣,٨	١٢	٩,٢	١٩	١٤,٦	١١	٨,٥
٤. لم أكثر لها	١٠	٧,٧	٢١	١٦,٢	٢٤	١٨,٥	١٥	١١,٥	١٥	١١,٥	٣١	٢٣,٨	٢٩	٢٢,٣
٥. لم ينكر	٢٨	٢١,٥	٣٩	٣٠,٠	٤٣	٣٣,١	٣٨	٢٩,٢	٤٣	٣٣,١	٤٨	٣٦,٩	٤٦	٣٥,٤
المجموع	١٣٠	١٠٠%	١٣٠	١٠٠%	١٣٠	١٠٠%	١٣٠	١٠٠%	١٣٠	١٠٠%	١٣٠	١٠٠%	١٣٠	١٠٠%

خامساً: خبرات المبحوثين السابقة ومستوى القناعة بما قدمته الفضائيات وحول بعض معطيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي استعمل الباحث بعضها تبين إن النسبة الأكبر من الجمهور ان الفضائيات أضافت لهم معرفة بأساليب الجماعات الإرهابية بعد أحداث الموصل بالإضافة إلى معرفتهم بأساليب الجماعات الإرهابية في سوريا في حين عبرت نسبة كبيرة من المبحوثين إن الفضائيات قدمت معلومات جديدة حول الأقليات إضافة إلى معرفتهم بالأماكن والتقسيمات السكانية، وأكد عدد كبير من المبحوثين إن تصوراتهم الشخصية عن الجماعات الإرهابية جعلتهم يتابعون التغطيات الإعلامية عنها في الفضائيات .

ان هذا يعكس ان الفضائيات في خلال أزمة احتلال الموصل استطاعت تطوير الخبرات السابقة بطريقة تمكنت من خلالها تقديم معلومات كان يحتاجها الجمهور لزيادة معلوماته عن الأوضاع المحلية ومعرفة أساليب الجماعات المستعملة في الأماكن التي تم احتلالها وان التصورات المسبقة عن هذه الجماعات دفعت المبحوثين لمتابعة الفضائيات مما يعني إن الفضائيات تمكنت من تقديم معلومات يحتاجها الجمهور ويسعى إليها و أضاف تصورات جديدة بالإضافة للتصورات السابقة. ولأنه النظرية تقوم على فكرة ثلاثة عناصر وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع وهي تقوم بوظائف جمع المعلومات التي نحتاج إلى

معرفتها وتنسيقها ونقلها بصورة مكثفة ومتميزة سوف يزيد من قدرتها على تحقيق اكبر قدر من التأثير. وكما يظهر الجدول (١٥).

جدول (١٥) يوضح آراء المبحوثين بما قدمته الفضائيات من إضافات لخبراتهم السابقة

رأي المبحوثين	في ضوء معرفتي عن الأماكن والتقسيمات السكانية تعتقد إن الفضائيات قدمت لك معلومات جديدة حول الأقيليات		على وفق خبراتي السابقة عن أساليب الجماعات الإرهابية في سوريا؟ أضافت لي الفضائيات شيئاً جديداً بعد أحداث الموصل		إن تصوراتي الشخصية عن الجماعات الإرهابية جعلتني أتابع التغطيات الإعلامية عنها في الفضائيات	
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
١. موافق	٧٥	٥٧,٧	٨١	٦٢,٣	٧١	٥٤,٦
٢. غير موافق	١٦	١٢,٣	٢٠	١٥,٤	١٥	١١,٥
٣. لا اعرف	١١	٨,٥	١٢	٩,٢	١٢	٩,٢
٤. لم يذكر	٢٨	٢١,٥	١٧	١٣,١	٣٢	٢٤,٦
المجموع	١٣٠	%١٠٠	١٣٠	%١٠٠	١٣٠	%١٠٠

وعن مدى تأثير قنوات المبحوثين بشأن الجماعات الإرهابية فيما قدمته التغطيات الإعلامية عبر الفضائيات وعلاقة ذلك بالأشكال والأساليب المستعملة تبين إن الذين عززت قنواتهم السابقة كانت النشرات الأخبارية أولاً ثم العواجل ثم البرامج والتغطيات، في حين إن الذين عدلت قنواتهم السابقة تبين إن البرامج والتغطيات كانت أولاً فالسبتايتل ثانياً فمؤتمرات القادة العسكريين ثالثاً، فيما إن الفواصل حلت أولاً لدى الذين لم تحدث شيئاً في قنواتهم ثم مؤتمرات القادة العسكريين فالسبتايتل. وإن حلول النشرات الأخبارية والعواجل والبرامج والتغطيات في مقدمة تعزيز القناة السابقة قد يعود السبب إلى أنها تتضمن تفسيرات وتعليقات ثم مشاهد مرئية، أما الذين عدلت قنواتهم فيعود السبب إلى البرامج والتغطيات والسبتايتل ومؤتمرات القادة في إيضاح لبعض المعلومات المتداولة في حينها، أما حلول الفواصل ومؤتمرات القادة العسكريين والسبتايتل في مقدمة من لم يحدث شيئاً في قنواتهم فيعود إلى إن الفواصل لم تقدم معلومات في حين إن الثقة كانت تكون معدومة بمؤتمرات القادة العسكريين وإن غالبية (السبتايتلات) كانت مصادرها عسكرية

جدول (١٦) يوضح علاقة قناعة المبحوثين بالجماعات الإرهابية ومستوى التأثير بأشكال وأساليب الفضائيات حولها

الشكل	مستويات التأثير											
	النشرات الأخبارية		البرامج والتغطيات		العواجل		السياتيل		مؤتمرات القادة		الفواصل	
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
١. عززت قناعاتي السابقة	٧٣	٥٦,٢	٤٥	٣٤,٦	٥٩	٤٥,٤	٣٩	٣٠,٠	٣١	٢٣,٨	٣٣	٢٥,٤
٢. عدلت قناعاتي السابقة	١٧	١٣,١	٣٠	٢٣,١	١٣	١٠,٠	٢٣	١٧,٧	٢١	١٦,٢	١٥	١١,٥
٣. لم تحدث شيئاً في قناعاتي	١٦	١٢,٣	١٨	١٣,٨	١٣	١٠,٠	٢٣	١٧,٧	٢٦	٢٠,٠	٢٨	٢١,٥
٤. لم يذكر	٢٤	١٨,٥	٣٧	٢٨,٥	٤٥	٣٤,٦	٤٥	٣٤,٦	٥٢	٤٠,٠	٥٤	٤١,٥
المجموع	١٣٠	%١٠٠	١٣٠	%١٠٠	١٣٠	%١٠٠	١٣٠	%١٠٠	١٣٠	%١٠٠	١٣٠	%١٠٠

## النتائج:

### تبيين من خلال البحث:

١. ان (٨٠%) من عينة جمهور محافظة بغداد الذين خضعوا للبحث تابعوا أخبار احتلال الموصل وسائر العمليات العسكرية وان (٤٦%) تابعوها من خلال الفضائيات.

٢. إن الجمهور تابع من خلال (٣٦) فضائية (٢٨) فيها محلية فيما (٨) عربية وأجنبية وان قناة العراقية احتلت المرتبة الأولى لدى (٢٣,٥%) من المبحوثين تلتها الفرات فالشرقية فأفاق فالعهد فالحررة عراق فبغداد فالاتجاه فالفيحاء فالسومرية ثم باقي القنوات.

٣. تبين ان (٤٠,٨%) من المبحوثين تابعوا اقل من ساعة يومياً وهم النسبة الأكبر من الجمهور فيما تابع (٤٢%) في فترة المساء كفترة أولى.

٤. اظهر البحث ان نشرات الأخبار كانت لدى (٣٥%) من المبحوثين الشكل الأكثر متابعة فيما جاءت العواجل لدى (٢٣%) في حين حل السياتيل لدى (١٥%) من عينة البحث فيما عبرت النسبة الأكبر من

- المبحوثين ان فائدتهم من الأصدقاء والأقارب فمواقع التواصل الاجتماعي كانت كبيرة في حين عبروا ان الصحف والإذاعات لم تفدهم.
٥. ذكر (٣٢%) من المبحوثين ان نشرات الأخبار قدمت الحقيقة كاملة وبنسبة اقل البرامج والتغطيات فالعواجل، فيما عبر (٣١،٥%) ان السببائيل أظهرت نصف الحقيقة في حين ذكر (١٣،٨%) ان مؤتمرات القادة العسكريين اخفت الحقيقة فيما عبر (٦،٢%) ان هذه المؤتمرات أظهرت أشياء مخالفة للواقع.
٦. أكد (٤٦،٩%) من المبحوثين انهم واثقون من نشرات الأخبار في حين أكد (١٦،٩%) انهم لم يثقوا بمؤتمرات القادة العسكريين.
٧. رأى غالبية المبحوثين (٦٢،٣%) ان الفضائيات أضافت لهم معرفة بأساليب الجماعات الإرهابية فيما (٥٧،٧%) قالوا انهم توفرت لديهم فرصة لمعرفة الأقليات وذكر (٥٤،٦%) ان تصوراتهم الشخصية عن الجماعات الإرهابية دفعتهم لمتابعة التغطيات الإعلامية عنها.
٨. تبين ان النشرات الاخبارية رفعت معنويات (٣١،٥%) من الجمهور في حين ان العواجل جعلت (٢١،٥%) الجمهور فخورا بالمقاتلين فيما الفواصل أصابت (١٤%) بالإحباط وان (٩،٢%) من الجمهور أحبطوا بالأغاني والأناشيد، فيما لم يكتثر (٢٢،٣%) بمؤتمرات القادة العسكريين.
٩. ذكر (٥٦،٢%) من المبحوثين ان نشرات الأخبار عززت قناعاتهم السابقة عن الإرهابيين فيما ذكر (٤٥%) ان العواجل فعلت ذلك و(٣٤%) أشار إلى البرامج والتغطيات ، في حين ذكر (١٧،٧%) ان السببائيل عدل قناعاتهم السابقة وقال (٢١،٥%) ان الفواصل لم تحدث شيئاً في قناعاتهم كما عد (٢٠%) ان مؤتمرات القادة العسكريين لم تحدث شيئاً في قناعاتهم كذلك.

### الاستنتاجات:

١. اهتمام الجمهور العراقي بمتابعة أخبار الموصل من خلال وسائل إعلام ومصادر أخرى بيد ان الفضائيات تقدمت على الجميع مما يعكس إنها مازالت محل اهتمام الجمهور في متابعة الأزمات الداخلية .

٢. ظهور بعض الفضائيات العربية بوصفها مصدراً لمتابعة الأزمة الداخلية يعكس عزوف في بعض فئات المجتمع عن متابعة الفضائيات المحلية .
٣. المتابعة المنخفضة اليومية يؤشر بحث بعض قطاعات الجمهور عن مصادر أخرى مكملة لاستكمال جوانب الحدث ويشكل الاكتفاء بالقليل من متابعة الفضائيات.
٤. إن تصدر النشرات الأخبارية لأشكال المتابعة والثقة يؤكد إن التقديم المنتظم يحظى بأولوية لدى الجمهور مما يعكس إن الجمهور ينظم أوقات متابعته على وفق لبرنامج تعتمده الفضائيات.
٥. لا يثق الجمهور بالكثير من الأشكال والاساليب التي تستعملها الفضائيات في التغطيات كما ان تعبير الجمهور عن بعض الاشكال بأنها اخفت الحقائق او أظهرت وقائع تخالف الواقع يشير الى نظرة سلبية حول دور هذه الأشكال في أزمة يفترض بها إنها تعبر عنها الفضائيات بطرائق تجذب الجمهور مما يعني إن الجمهور سيعزف عن مشاهدة هذه الأشكال وبالتالي فأن الكم الأكبر من مضامين هذه الفضائيات ستكون بعيدة عن اهتمام الجمهور خاصة وان بعضها أصابت المبحوثين بالإحباط ولم يكثرثوا لها .
٦. مما يؤشر للفضائيات إنها قدمت للجمهور تصورا يحتاجه حول أساليب جديدة للجماعات الإرهابية ومعرفة بالأقليات فيما كان الدافع لمتابعة الفضائيات الخبرات السابقة عن الجماعات الإرهابية وبالتالي تمكنت من تأدية دور مهم لها على وفق اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام .
٧. متابعة الجمهور لفضائيات محلية وعربية واجنبية عمقت اختلاف القناعات حول قضية محلية محددة ان اختلاف الجمهور بما قدمته هذه الفضائيات بقناعتهم يؤشر انقسامه حول ما قدمته من الأشكال والأساليب في قضية واحدة ، وهو أمر يعود إلى تنوع الفضائيات واختلاف الجمهور وبالتالي فأن القنوات الفضائية عبر الأساليب والأشكال لم تسهم في تقديم تصور واقعي موضوعي موحد للآزمة وإنها عمقت من اختلاف القناعات حول قضية محلية .

الهوامش

- ١- د. موسى علي الفهد أ.سؤدد الالوسي : وسائل الاعلام والحرب الاردن، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢، ص٢٢٤.
- ٢- مارغريت هسوليفان : وكتب صحف مسؤول ، المحرر التنفيذي جورج الملاك الطبعة العربية ، مفيد الديك، مطبوعات وكتب برامج الاعلام الخارجي وزارة الخارجية الامريكية ، ص٥٩، <http://usinfostate.gov>.
- ٣- د. امال احمد يعقوب . علم النفس الاجتماعية ، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي |جامعة بغداد ، بيت الحكمة ، دار ابن الاثير ١٩٨٩، ص١٧٦-١٧٧.
- ٤- د.محمد بن سعود البشير :نظريات التأثير الاعلامي ،الرياض و كاله غينيا للدراسات والاعلام ، ٢٠١٤، ص١٢٧.
- ٥- المصدر السابق، ص١٢٩.
- ٦- د.محمد معوض ابراهيم د. بركات عبد العزيز .انتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية في الكويت ، ذات السلاسل بلا سنة نشر ص٩٨.
- ٧- المصدر السابق ،ص٩٨-٩٩.
- ٨- المصدر السابق ،ص١٠٠.
- ٩- المصدر السابق.
- ١٠- د.كريم محمد حمزة :استخدام الزمن في زاوية النوع الاجتماعي، ضمن المرأة العراقية جدلية لتكوين والتمكين ، مكتبة عادل، بغداد ٢٠١٤، ص١٢٩-١٣٠.
- ١١- الاتحاد الوطني الكردستاني pukm edia ، دراسة عن الفضائيات الكوردية والعراقية دكتوراه في مصر، عبر الانترنت <http://pukmedia.com/AR/Diveiasnx?lmar=9335>
- ١٢- المصدر السابق.
- ١٣- د. رعد جاسم: اساليب الاقتناع في التغطيات الاعلامية خلال الحرب رزمة احتلال الموصل من قبل الدول الاسلامية في العراق و الشام (داعش) انموذجا ، مقدم الى معهد البحث والتطوير في شبكة الاعلام العراقي، ايلول ٢٠١٤، ص٢.
- ١٤- وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء: خارطة الإحصاء ومستويات المعيشة في العراق، دراسة في ثلاثة اجزاء، جمهورية العراق ٢٠١١.
- ١٥- المصدر السابق.
- ١٦- أ.م.د رعد جاسم، د.علي عباس، مواجز الأخبار ودورها في فهم الجمهور لمضامين الأخبار في الفضائيات العراقية ،بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي، كلية الاعلام، جامعة بغداد /عدد ٢٣، كانون الثاني - شباط ، آذار ٢٠١٤، ص ٢٢-٢٣-٢٤.