

تفضيلات الجمهور العراقي لبرامج ومواد القنوات الإخبارية العربية (الجزيرة - العربية - الإخبارية)

دراسة ميدانية

أ. م. د. محمد حسين علوان
كلية الإعلام / جامعة واسط

المستخلص

لقد أصبح البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية ظاهرة إعلامية مهمة ومتاحة بصورة كبيرة أمام المشاهدين . أذ أصبح بإمكان المتلقي مشاهدة الأحداث لحظة وقوعها وفي أية بقعة من بقاع الأرض . وتسعى هذه الدراسة إلى معرفة درجة تعرض الجمهور العراقي للقنوات الفضائية الإخبارية الناطقة باللغة العربية (الجزيرة - العربية - الإخبارية السعودية) كإحدى وسائل الإعلام التي تقدم خدماتها للجمهور . وكشف مدى تغطية تلك القنوات الفضائية للوضع المحلي العراقي وبناحيه المختلفة . والوقوف على مدى اهتمام الجمهور العراقي بالتعرض لتلك القنوات واهتمامه بالبرامج الإخبارية فيها . وتبين ما هي الدوافع وراء اعتماد الجمهور العراقي على تلك القنوات واستخدام الباحث المنهج الوصفي في دراسته من خلال القيام بالدراسة المسحية وذلك من خلال اخذ عينة عشوائية بسيطة في العاصمة بغداد حجمها (١٠٠) مفردة تمثل مختلف فئات الجمهور العراقي وفقا لعدد من المتغيرات الديموغرافية وبصورة متجانسة .

Abstract

Preference of Iraqi people towards Arab news channels

(AL- Jazeera - AL- Arabiyya - AL - Akbariyyah)

Broadcasting across satellite has become important media phenomenon and largely available for watchers . Now watchers can see happenings at the moment any region on the earth . this study aims to discover the degree of confrontation of Iraqi people to the news Broadcasting satellites in Arabia language . which mentioned above as a tool of media serving people and to discover the range of these broad casting in covering local Iraqi situation in different sides and to know the significance of Iraqi people in watching news programmers . this study also discovers the reasons of Iraqi people motivating these broad castings . the researcher used descriptive study through survey by taking simple random choice in Baghdad included (١٠٠) persons representing different types of Iraqi people according to demo graphic changing and in homogeneous .

المقدمة

يعد البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية ظاهرة إعلامية مهمة . حيث أصبح لها دور أساسي في التأثير على حياة الناس لا سيما انتشار البث الفضائي . ولعل المعلومات الإخبارية هي أهم ما يبثه التلفزيون ويثير انتباه الإنسان المعاصر بالمعلومات والأخبار . فهي تهتم بحياة الناس وتؤثر فيهم . وقد اكتسبت بعض القنوات الفضائية عن طريق بث الأخبار نجاحا كبيرا بفعل ما توفره من الإمكانيات المالية والفنية والإعلامية المعروفة . حيث تمتلك القدرات التكنولوجية والمعلوماتية والتي استطاعت أن تحقق التميز في عملها .

وفي ضوء ما تقدم . أصبحت القنوات الفضائية متاحة بصورة كبيرة أمام المشاهدين . إذا أصبح بإمكانهم مشاهدة الأحداث المختلفة لحظة وقوعها سواء كانت سياسية أم اقتصادية أم ثقافية أم رياضية . وأضحى المتلقي هو الذي يحدد درجة اعتماده على القنوات المختلفة والمفضلة لديه . خاصة بعد تعدد القنوات التلفزيونية الفضائية العربية والأجنبية والتي تتنافس بدرجة كبيرة في استحوادها على اهتمام جمهور المشاهدين .

وبذلك فالقنوات الفضائية حقيقة واقعة ومؤثرة في حياة المشاهدين . ومن ثم لم يعد في الإمكان تجاهلها . لما لها من أثار جمة على مشاهديها . لا سيما في ظل ازدياد خريطة البث التلفزيوني والقنوات الفضائية والتي تتنوع برامجهما من حيث الشكل والمضمون وتعدد ساعات إرسالها ونوعية جمهورها . وفي ظل ثورة الاتصالات أصبح من حق المتلقي أن يعرف ويقارن ويحلل ويختار القنوات والمواد التي تشبع رغباته .

لذا . فإن هذه القنوات تقوم بتقديم المضمونات الإخبارية بصورة تتسم بالعمق والسرعة والمتابعة المستمرة للحدث . وزد على ذلك العمل على تطوير قدراتها في الحصول على الأخبار التي تسعى إلى إيصالها لجمهورها . فهي تشكل مصدر من مصادر الأخبار والمعلومات للجمهور في المجال السياسي والاقتصادي والاجتماعي والرياضي . وبذلك تشبع حاجاتهم الإخبارية المتنوعة . ومن هذا المنطلق قام الباحث بأجراء دراسة حول مدى تعرض الجمهور العراقي للقنوات الإخبارية الناطقة باللغة العربية ومدى تأثيرها على الجمهور .

مشكلة البحث

((بما أن مشكلة البحث هي عبارة عن موقف أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الأطار العلمي الصحيح)) (1) .

تحدد مشكلة البحث بالتعرف على درجة تعرض الجمهور العراقي للقنوات الإخبارية الناطقة باللغة العربية (الجزيرة - العربية - الإخبارية) كإحدى وسائل الإعلام التي تقدم خدماتها للجمهور . وما تبثه من أخبار ومعلومات إضافة إلى تعرف مدى ما حققه من معرفة للجمهور نتيجة التعرض لها خاصة ما يرتبط منها بسرعة متابعة الجمهور للإحداث وزيادة اهتمامهم وتفصيلها التي تعرضها هذه القنوات وتأثيرها بشكل مستمر على تفضيل الجمهور لهذه القنوات والحرص على متابعتها .

أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في معرفة مدى تعرض الجمهور العراقي للقنوات العربية الثلاث (الجزيرة - العربية - الإخبارية) ومعرفة درجة تغطيتها للوضع المحلي العراقي وبنواحيه المتعددة . في ظل تطور إعلامي كبير على الساحة العربية وتطور وسائل الاتصال المختلفة خصوصا في مجال تكنولوجيا المعلوماتية والانترنت .

أهداف البحث

يهدف البحث الإجابة عن التساؤلات الآتية :-

- 1-تعرف مدى اهتمام الجمهور العراقي بالتعرض للقنوات الإخبارية العربية المبحوثة .
- 2-تعرف مدى اهتمام الجمهور العراقي بالتعرض للمواد الإخبارية في تلك القنوات .
- 3-تعرف أسباب اعتماد الجمهور العراقي على القنوات الإخبارية العربية .
- 4-تعرف أهم القنوات الإخبارية العربية التي يفضلها للتعرض لها من اجل الحصول على الإخبار والمعلومات .
- 5-معرفة الأوجه الايجابية والمزايا التي يلاحظها على هذه القنوات وما تقدمه من مواد وموضوعات إخبارية والأسلوب الذي تقدم به موضوعاتها .

منهج البحث

استعمل الباحث المنهج الوصفي المسحي في بحثه . فهو المنهج الأنسب لطبيعة البحث كونه (يتضمن دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة الظاهرة وتسجيل الدلالات من بيانات المجموعة وتحليلها بشأن إصدار تعميمات حول مشكلة البحث من خلال المسوح التحليلية واستنباط المؤشرات التي تفرزها الظاهرة)⁽¹⁾

مجتمع البحث وعينته

يتمثل مجتمع البحث بالجمهور العراقي لكلا الجنسين وبمختلف المستويات الاقتصادية والفئات العمرية ولتختلف المستويات العمرية . وتم اخذ عينة عشوائية في العاصمة بغداد تمثل فئات الجمهور العراقي وفقا لعدد من المتغيرات الديموجرافية وبصورة متجانسة .

سمات عينة البحث

أظهرت نتائج البحث أن عدد الذكور في أفراد عينة البحث هو (٥٣) وبنسبة (٥٣,٠٠) . أما عدد الإناث فبلغ (٤٧) وبنسبة (٤٧,٠٠) ينظر جدول رقم (١) .
وان معظم أعمار المبحوثين هي بين (٢٠ - ٣٠) سنة وبعده بلغ (٤٦) وبنسبة (٤٦,٠٠) من المجتمع الكلي لإفراد عينة البحث ينظر جدول رقم (٢) .
وان معظم أفراد عينة البحث متعلمون وحاصلون على شهادة البكالوريوس في تخصصات علمية مختلفة وبعده بلغ (٥٠) شخصا وبنسبة (٥٠,٠٠) من المجتمع الكلي لعينة البحث . ينظر جدول رقم (٣) .

جدول (١) يبين جنس المبحوثين

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	٥٣	٥٣,٠٠
أنثى	٤٧	٤٧,٠٠
المجموع الكلي	١٠٠	% ١٠٠

جدول (٢) يبين الفئات العمرية لعينة البحث

الفئات العمرية	التكرار	النسبة المئوية
٢٩ - ١٩	٤٦	٤٦,٠٠
٣٩ - ٢٩	٢٢	٢٢,٠٠
٤٩ - ٣٩	١٦	١٦,٠٠
٥٩ - ٤٩	٦	٦,٠٠
٦٠ فما فوق	١٠	١٠,٠٠
المجموع الكلي	١٠٠	% ١٠٠

جدول (٣) يبين التحصيل الدراسي لعينة البحث

التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
ابتدائية أو متوسطة	٧	٧,٠٠
إعدادية	٣٣	٣٣,٠٠
بكالوريوس	٥٠	٥٠,٠٠
دراسات عليا	١٠	١٠,٠٠
المجموع الكلي	١٠٠	% ١٠٠

إجراءات البحث

تم استعمال استمارة استبانته كأداة لجمع البيانات والتي اشتملت على مجموعة من الأسئلة التي تعكس أهداف البحث وتركز على الجوانب الرئيسية لموضوع الدراسة :- (والاستبانة تستخدم عادة في معرفة اتجاهات الأشخاص ومشاعرهم ودوافعهم وسلوكهم . كما تفيدنا في الحصول على إحصائيات تصور الواقع الحالي وترشدنا إلى وضع خطط المستقبل)^(١) . حيث وزعت (١٢٠) استمارة استبانته في العاصمة بغداد بلغ عدد المسترجع منها (١٠٣) استمارة . وتم استعادة (٣) منهم لعدم استكمالها الشروط الصحيحة في الإجابة عن الأسئلة .

الاختبار القبلي

اختبر الاستبيان بواقع (١٠ ٪) من المجتمع الأصلي الذي ستجري عليه الدراسة الميدانية لتعرف مدى وضوح الأسئلة بصفة عامة وقياسها لما هو مطلوب قياسه وتعرف الأسئلة التي قد تسبب حرجا للمبحوث أو يحاول عدم أسهامه فيها لإعادة صياغتها وتركيبها بطريقة لا تسبب هذا الحرج للمبحوث .

صدق الاستبانة

اعتمد الباحث طريقة الصدق الظاهري (Face validily) في هذه الطريقة (يمكن تقدير صدق المقياس أو الأداة بتقدير حدود الاتفاق بين المحكمين . فإذا ما اتفق المحكمون كان المقياس صادقا بنسبة هذا الاتفاق مع مراعاة إعادة النظر في الملاحظات التي يبديها المحكمين حول عدد من التعديلات في بناء المقياس أو الأداة ومحتواها)^(٤) .

وقد عرضت فقرات الاستبانة على مجموعة من المحكمين لتقدير مدى مناسبتها وصلاحيتها لموضوع البحث . وتم إجراء التعديلات المناسبة عليها حسب الملاحظات التي أبدتها المحكمون^(٥) . (فالوسيلة المفضلة للتأكد من الصدق الظاهري لأداة القياس هو أن يقوم عدد من الخبراء المختصين بتقدير مدى كون الفقرات مثلة للصفة المراد قياسها)^(٥) .

ثبات الاستبانة

تم استعمال طريقة إعادة الاختبار (retest) للوصول إلى ثبات الاستبانة حيث تم إعادة تطبيق الاختبار بعد أسبوعين . ثم تم بعد ذلك حساب نسبة الاتفاق بين الإجابات في التطبيقين على عينة عشوائية من عشرة مبحوثين تمثل (١٠ ٪) من إجمالي العينة الأصلية . وقد بلغت قيمة معامل الثبات (٨٩,١ ٪) . وهي قيمة عالية تشير إلى ثبات المقياس ودقته وصلاحيته لتحقيق أهداف الدراسة .

المصطلحات الواردة في البحث

التعرض :- (هو ميل الناس لاستقبال الرسائل الاتصالية الملائمة لميولهم ونزعاتهم فهم يميلون لشاهدة وسماع الرسائل المنسجمة معهم أكثر من تلك الرسائل الحيادية أو المخالفة لميولهم . وتتضمن تلك الميول الدور الجنسي والمستوى التعليمي والاهتمامات والانشغالات والاتجاهات السياسية والذوق الجمالي والطرق التي يتمثل فيها الناس الأمور والأشياء)^(٦) .
الجمهور :- (هو مجموعة من الأفراد يجمع بينهم ميل أو اتجاه أو عاطفة مشتركة أو أدراك في وحدة المصالح . لذلك تولد لديهم شعور بالوحدة وتحقيق الذات)^(٧) .

الاستبانة :- (هي إحدى الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدما . بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين أو اتجاهاتهم)^(٨) .

ثانيا : أهمية القنوات الإخبارية في وسائل الإعلام

يتميز التلفزيون بمقدرته على استخدام عناصر الصوت والصورة والحركة وما يتبع ذلك من فنون استخدام الصورة والمؤثرات الصوتية والضوئية بما يسمح أن تكون الرسالة سمعية وبصرية ومؤثرات حسية قوية . إذ وصف التلفزيون بأنه أصبح عين الإنسان وأذنه في العصر الحديث^(٩) .

فالصوت والصورة جعلت من التلفزيون النافذة التي يطل عن طريقها الأفراد على العالم وبكل مجرياته .

فخاصية الصورة التي يتميز بها التلفزيون تتمتع بطابع أثباتي قوي إذ تتصف بقدر كبير من المصداقية . كما أن التقنية التلفزيونية توفر إمكانية نقل الصور الحية إلى مسافات بعيدة يشاهدها أعداد كبيرة من الناس في الوقت ذاته وان عملية النقل الحية كانت تمثل العنصر الأساس في التلفزيون^(١٠) .

فهذا الجهاز يمثل أكثر الوسائل الإعلامية شعبية ذلك أن جمهوره واسع ومتنوع ولا يستغني عن كل ما يقدمه من برامج حيث أصبح يعد واحداً من أفراد العائلة . أن لأخبار التلفزيون أهميتها الكبرى لذا قيل انه ليس هناك ما هو ابعث على الشعور الدرامي من رؤية الأخبار في أثناء حدوثها وهنا تكمن قوة التلفزيون سواء أعرضت الأخبار على الهواء مباشرة أم عرض لها فلم مسجل . لقد أصبح الخبر واضحاً من حيث الأهمية وأصبح حاجة أساسية يومية للأفراد والمجتمعات والحكومات مهما كانت الثقافة والمسؤولية التي يتحملها هؤلاء الأفراد والمجتمعات والحكومات^(١١) . فضلا عن ذلك لقد أصبح للأخبار أهمية اكبر في عالمنا الاتصالي حيث تم توظيف الأخبار لمصالح مختلفة منها أيديولوجية وعقائدية ودينية ومذهبية واقتصادية واجتماعية وسياسية وعسكرية وتنشئة اجتماعية ... الخ من الوظائف الدعائية السلبية منها والايجابية تجاه الأفراد والحكومات والمجتمعات^(١٢) .

ويختلف حجم مشاهدة نشرات أخبار التلفزيون تبعاً لاختلاف السن والنوع والمستوى الثقافي للمشاهد . فهناك ارتباط قوي بين التعليم والانتظام في التعرض لنشرات أخبار التلفزيون (١٣) . كما أن تاريخ البث وموعده والخدمة التي يقدمها ومدى اهتمام الرأي العام بها تلعب دوراً كبيراً ومؤثراً في حجم مشاهدة أخبار التلفزيون .

ويشير الباحثون أن الفرد الذي عاش قبل ظهور التلفزيون كان يقضي وقتاً أطول في قراءة الكتب والاستماع إلى الإذاعة ومشاهدة الأفلام في دور السينما ويقضي وقتاً أطول في الاهتمام بشؤون المنزل والأنشطة الاجتماعية والاتصال الشخصي مع أفراد أسرته ويذهب إلى النوم في ساعة مبكرة^(١٤) .

فالتلفزيون يخاطب أعداد ضخمة من الناس متباينة غير متجانسة من حيث الثقافة والمستوى العلمي والأعمار والديانة والمكانة الاجتماعية والاقتصادية والإقامة أو التوزيع الجغرافي . فضلا عن الخصائص النفسية والاجتماعية التي لها دلالاتها والتي تؤثر على مدى الاستجابة للتلفزيون القيم الاجتماعية والاتجاهات لدى جمهور المشاهدين^(١٥) . وفي الظروف العادية لا يشاهد التلفزيون جمهور واحد ضخم بل عدة فئات من الجماهير وعادة ما تتنافس محطات التلفزيون لجذب اكبر عدد من الجمهور فضلا عن فئات معينة يرغب مولوا البرامج باستقطابها من بين مجموع السكان^(١٦) . ومن الجدير أن تميز بين المشاهدة كادراك حسي وبين المشاهدة كفهم شامل ويمكن التمييز بوضوح عن طريق ما يأتي^(١٧) :-

أ-فكرة المشاهدة (الرؤية Seeing) كادراك بصري بالمعنى الفيزيائي المادي أي أن النظام الحسي لدى الإنسان يستقبل انبعاثات مادية معينة .

ب-المشاهدة بمعنى القدرة على تحديد الأشياء السهلة بصريا .

ج- المشاهدة بمعنى القدرة على فهم حالات الأمور أي القدرة على الاستقبال والفهم .
وقد حددت الدراسات والبحوث تقسيم جمهور التلفزيون إلى ثلاث فئات هي (١٨) :-
أ- فئة لا ردود فعل لها تستقبل البرامج كافة وبأنواعها المختلفة .
ب- فئة تتماشى والبرامج المعروضة .

ج- فئة تتخذ من البرامج المعروضة موقفا مترددا ومتحفظا وأحيانا نقديا .
ويظهر ما تقدم الأهمية الخاصة التي يتمتع بها الخبر بشكل عام والخبر التلفزيوني بشكل خاص والذي أصبح بعدد من الفنون الإعلامية الحيوية التي تتحكم فيها عناصر مختلفة ومتغيرات عديدة لا بد من الأخذ بها إذا ما أريد للخبر أن يحدث تأثيرا فاعلا بالنسبة للمتلقي . وبالنظر للتعديدية في مجالات الحياة وضرورة ولوج الأخبار إليها فان الاهتمام بالبرامج الإخبارية في التلفزيون أصبح موضع اهتمام كبير بالنسبة للقائمين على العمل الإخباري والإعلامي بوصفه مفتاحا مهما لتحقيق التأثير المطلوب والجذب الكبير بالنسبة للجمهور الذي بات معتادا إلى حدود بعيدة على التعرض للبرامج الإخبارية والتلفزيون .

ثالثا : نتائج الدراسة الميدانية

نتائج تحليل استبانته تعرض الجمهور العراقي للقنوات الإخبارية العربية

١- المشاهدة للقنوات الفضائية الإخبارية الناطقة باللغة العربية

أوضحت المؤشرات والنتائج المستخلصة من إجابات المبحوثين بشأن التساؤل عن مدى التعرض للقنوات الإخبارية الناطقة باللغة العربية . أظهرت أن غالبية المبحوثين وبعده (٤٩) تكرارا أجابوا بأنهم أحيانا يتعرضوا لتلك القنوات وبنسبة (٤٩,٠٠) من أفراد عينة البحث وجاءت بالمرتبة الأولى .

وجاء بالمرتبة الثانية الذين يقومون بالتعرض دائما للقنوات الإخبارية العربية وبمجموع بلغ (٤٢) تكرارا وبنسبة (٤٢,٠٠) وجاءت نسبة الذين لا يشاهدون القنوات الإخبارية العربية بالمرتبة الثالثة بمجموع بلغ (٩) تكرارات وبنسبة (٩,٠٠) من مجموع أفراد عينة البحث . وهذا ما يشير إلى التفاوت الواضح في نسبة التعرض من قبل الجمهور العراقي للقنوات الإخبارية الناطقة باللغة العربية واللجوء إلى متابعة قنوات ووسائل أخرى لإشباع حاجاتهم ورغباتهم من الإخبار والمعلومات .

جدول (٤) يبين مدى تعرض المبحوثين للقنوات الإخبارية العربية

التعرض	التكرار	النسبة المئوية
دائما	٤٢	٤٢,٠٠
أحيانا	٤٩	٤٩,٠٠
لا	٩	٩,٠٠
المجموع الكلي	١٠٠	% ١٠٠

٢- أسباب ودوافع عدم مشاهدة تلك القنوات

أظهرت المؤشرات المتحصلة من إجابات المبحوثين بشأن دوافع عدم مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية أن (٥) تكرارا وبنسبة (٥٦ %) جاءت بالمرتبة الأولى يكتفون بمشاهدة

القنوات الفضائية العراقية . وجاء في المرتبة الثانية الجمهور الذين ليس لديهم الوقت المتاح لتابعة برامج تلك القنوات الإخبارية وضمنت (٢) تكرار وبنسبة بلغت (٢٢,٠٠) . وتقاسم المرتبة الثالثة كل من الذين لا يفضلون برامج هذه القنوات الذين يعتمدون على الإذاعات والصحف عن متابعة تلك القنوات وكانت نسبتهم ضئيلة بلغت (١) تكرار وبنسبة (١١,٠٠) لكل واحد منهما . ويتضح من هذا الجدول الأهمية الكبيرة التي يوليها الجمهور العراقي لتابعة القنوات الفضائية العراقية ومدى قيامها بتغطية الشؤون والإحداث المحلية والخارجية وتمكنها من جذب نسبة كبيرة من الجمهور العراقي لتابعها .

جدول رقم (٥) يبين أسباب عدم مشاهدة الباحثين للقنوات الإخبارية العربية

أسباب عدم التعرض	التكرار	النسبة المئوية
اكتفى بمشاهدة القنوات العراقية	٥	٥٦,٠٠ %
ليس لدي الوقت المتاح	٢	٢٢,٠٠ %
لا أفضل برامج هذه القنوات	١	١١,٠٠ %
اعتمد على الإذاعات والصحف	١	١١,٠٠ %
المجموع الكلي	٩	١٠٠ %

٣- تفضيل الجمهور العراقي للقنوات الإخبارية العربية

جاءت قناة العربية الإخبارية بالمرتبة الأولى من حيث تعرض الجمهور العراقي لتابعة نشراتها . وبلغت (٤٢) تكرارا وبنسبة (٤٦,٠٠) % من مجموع عينة البحث . وحلت قناة الجزيرة الإخبارية بالمرتبة الثانية وبعده (٣١) تكرارا وبنسبة (٣٤,٠٠) % . وجاءت في المرتبة الثالثة قناة الإخبارية السعودية (١٨) تكرارا وبنسبة (٢٠) % . وفيما تقدم يظهر مدى الاهتمام الكبير الذي يولييه الجمهور العراقي لقناة العربية الإخبارية وتعرضه لهذه القناة بنسبة أكبر عن بقية القنوات الإخبارية العربية .

جدول (٦) يبين تفضيل الجمهور العراقي للقنوات الإخبارية العربية

القناة	التكرار	النسبة المئوية
العربية	٤٢	٤٦ %
الجزيرة	٣١	٣٤ %
الإخبارية	١٨	٢٠ %
المجموع الكلي	٩١	١٠٠ %

٤- تفضيلات الجمهور العراقي لبرامج تلك القنوات

تركز تفضيل الجمهور العراقي بالدرجة الأساس على الأخبار وجاءت الأخبار بالمرتبة الأولى وبلغت (٥٦) تكرارا وبنسبة (٦٢) % من مجموع العينة المبحوثة . وجاء في المرتبة الثانية البرامج السياسية وبعده بلغ (٣٣) تكرارا وبنسبة (٢٥) % . وفي المرتبة الثالثة حلت البرامج الثقافية (٦) تكرارات وبنسبة (٧) % . وفي المرتبة الرابعة جاءت كل من البرامج الدينية والرياضية والبرامج الأخرى

لتحصل كل واحدة منها على (٢) تكرارات وبنسبة (٢٪) . ينظر الجدول رقم (٧) . وفيما تقدم دلالة بارزة على الاهتمام العالي بين المبحوثين بأخبار الشأن العراقي خاصة والشؤون الأخرى بصورة عامة لأنها ذات مساس بحياتهم وأمنهم .

جدول (٧) يوضح تفضيلات الجمهور العراقي لبرامج القنوات الإخبارية العربية

البرامج	التكرار	النسبة المئوية
الأخبار	٥٦	٪ ٦٢
البرامج السياسية	٢٣	٪ ٢٥
البرامج الثقافية	٦	٪ ٧,٠٠
البرامج الدينية	٢	٪ ٢,٠٠
البرامج الرياضية	٢	٪ ٢,٠٠
أخرى	٢	٪ ٢
المجموع الكلي	٩١	٪ ١٠٠

٥ - الوقت المفضل لتعرض الجمهور العراقي لتلك القنوات

توزعت مديات التعرض للقنوات الفضائية الإخبارية العربية على فترات زمنية متباينة . فقد جاء في المرتبة الأولى فترة نصف ساعة إلى ساعة تعرض وبلغت (٣١) تكرارا وبنسبة (٣٤٪) من العينة المبحوثة . وجاءت المرتبة الثانية مقاربة لها وهي مدة اقل من نصف ساعة تعرض وبعدها (٢٧) تكرارا وبنسبة (٣٠,٠٠) . وجاءت المرتبة الثالثة مدة ساعة - ساعتين وحصلت على (٢٠) تكرارا وبنسبة (٢٢٪) . وحل في المرتبة الرابعة من يتعرضون لمدة أطول (٢) ساعة فأكثر وحصلت على (١٣) تكرارا وبنسبة (١٤٪) . وهذا ما يعطي إشارة ودلالة واضحة على تباين وتعدد رغبات وتفضيلات الجمهور العراقي في متابعة القنوات الإخبارية العربية التي تسد جزءا من رغباتهم (عملية انتقاء القنوات) والذهاب لقنوات أخرى لتلبية متطلباتهم واحتياجاتهم من الترفيه والتسلية والتثقيف والتعليم .

جدول (٨) يبين مدة تعرض الجمهور العراقي للقنوات الإخبارية العربية

مدة التعرض	التكرار	النسبة المئوية
اقل من نصف ساعة	٢٧	٪ ٣٠
نصف ساعة - ساعة	٣١	٪ ٣٤
ساعة - ساعتين	٢٠	٪ ٢٢
ساعتين فأكثر	١٣	٪ ١٤
المجموع الكلي	٩١	٪ ١٠٠

٦- أسباب التعرض للقنوات الإخبارية العربية

أوضحت الدراسة أن أهم أسباب التعرض لتلك القنوات الإخبارية هو لمعرفة أخبار وإحداث العالم وجاءت بالمرتبة الأولى وبعدها بلغ (٥٦) تكرارا بنسبة (٦٢٪). وجاء في المرتبة الثانية عامل مراقبة أوضاع البلد وبعدها (٢٨) تكرارا وبنسبة (٣١٪). وحل في المرتبة الثالثة عامل الترويج عن النفس وبلغ (٤) تكرارات وبنسبة (٤,٠٠). في حين جاء في المرتبة الرابعة عنصر قضاء وقت الفراغ وبعدها (٣) تكرارات وبنسبة (٣,٠٠). وتشير هذه البيانات إلى مدى الاهتمام الكبير الذي يوليه الجمهور العراقي من خلال متابعتها القنوات من أجل التعرض والاطلاع على أخبار العالم وأحوالهم والتي لها صلة قوية ووثيقة بأخبار بلدهم وحياتهم.

جدول (٩) يوضح أسباب تعرض الجمهور العراقي للقنوات الإخبارية العربية

أسباب التعرض	التكرار	النسبة المئوية
معرفة أخبار العالم	٥٦	٦٢٪
مراقبة أوضاع البلد	٢٨	٣١,٠٠٪
الترويج عن النفس	٤	٤,٠٠٪
قضاء وقت الفراغ	٣	٣,٠٠٪
المجموع الكلي	٩١	١٠٠٪

٧- تفضيلات مشاهدة الجمهور العراقي للقنوات الإخبارية الفضائية

في هذا الصدد جاءت قناة العربية بالمرتبة الأولى وحازت (٦٥) تكرارا وبنسبة (٧١,٠٠). وفي المرتبة الثانية جاء تفضيل التعرض لقناة الجزيرة وبعدها بلغ (٢٤) تكرارا وبنسبة (٢٦,٠٠). وفي المرتبة الثالثة جاءت قناة الإخبارية وحصلت على (٢) تكرار وبنسبة (٣,٠٠).

جدول رقم (١٠) يبين تفضيلات مشاهدة الجمهور العراقي للقنوات الإخبارية العربية

تفضيلات المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
العربية	٦٥	٧١,٠٠
الجزيرة	٢٤	٢٦,٠٠
الإخبارية	٢	٣,٠٠
المجموع الكلي	٩١	١٠٠٪

٨- أسباب عدم التعرض للقنوات الإخبارية العربية

وفي هذا المجال جاء في المرتبة الأولى الأفراد الذين لا يثقون بتلك القنوات وبلغ عددهم (٥) تكرارا وبنسبة (٥٦٪) فهم لا يثقون بتلك القنوات الإخبارية ولا يجدون فيها عناصر الحيادية والمهنية أثناء تغطيتها للأحداث اليومية والمستمرة إضافة إلى تضخيمها للأحداث وتهويلها له. وفي المرتبة الثانية جاء الأفراد الذين لا يتعرضون بسبب الانتقادات الموجهة لتلك القنوات الإخبارية

وبعد (٣) تكرارات وبنسبة (٣٣٪) من عينة الذين لا يشاهدون تلك القنوات . وفي المرتبة الثالثة الذين يقومون بمشاهدة قنوات أخرى عراقية وعربية وعالمية وبعدد (١) تكرارات وبنسبة (١١٪) .

جدول (١١) يبين أسباب عدم التعرض للقنوات الإخبارية

دوافع عدم التعرض	التكرار	النسبة المئوية
لا أثق بهما	٥	٥٦٪
أشاهد قنوات إخبارية أخرى	١	١١٪
الانتقادات الموجهة لهما	٣	٣٣٪
ابتعادهما عن الشأن المحلي	-	-
المجموع الكلي	٩	١٠٠٪

٩- استمرارية تعرض الجمهور العراقي للقنوات الإخبارية العربية

جاءت مرتبة الذين يتعرضون يوميا للقنوات الإخبارية الفضائية العربية المرتبة الأولى وبعدد (٤١) تكرارا وبنسبة (٤٥٪) . وفي المرتبة الثانية جاء من يتعرض للقنوات عند تصاعد الأحداث وبلغ عددهم (٢٢) تكرارا وبنسبة (٢٤,٠٠) . وحل في المرتبة الثالثة الذين يقومون بالتعرض لتلك القنوات في بعض الأحيان وبعدد (١٨) تكرارا وبنسبة (٢٠,٠٠) . وأخيرا حلت المرتبة الرابعة من يتعرضون لتلك القنوات الإخبارية عند توفر وقت الفراغ وجاءوا بعدد بلغ (١٠) تكرارات وبنسبة (١١,٠٠)

جدول (١٢) يوضح استمرارية تعرض الجمهور العراقي لتلك القنوات

استمرارية التعرض	التكرار	النسبة المئوية
يوميا	٤١	٤٥٪
في بعض الأحيان	١٨	٢٠,٠٠
عند تصاعد الأحداث	٢٢	٢٤,٠٠
حسب وقت الفراغ	١٠	١١,٠٠
المجموع الكلي	٩١	١٠٠٪

١٠- تفضيلات الجمهور العراقي لفترة التعرض لأخبار هذه القنوات

وعن تفضيلات الجمهور العراقي للفترة المفضلة للتعرض لنشرات الأخبار في تلك القنوات جاء في المرتبة الأولى من يجدون بان فترة المساء هي الفترة المفضلة لديهم لمتابعة أخبار القنوات الإخبارية وجاءت بعدد بلغ (٧٠) تكرارا وبنسبة (٧٧٪) . وفي المرتبة الثانية تقاسم كل من يفضل فترتي الصباح والظهرية للتعرض لتلك القنوات وبنفس التكرار وحصلوا على (٨) تكرارات لكل فترة تعرض بنسبة (٩٪) . وحل في المرتبة الثالثة فترة التعرض في السهرة لأخبار تلك القنوات وبعدد بلغ (٥) تكرارات وبنسبة (٥٪) .

جدول (١٣) يبين الفترة المفضلة لدى الجمهور لمتابعة أخبار تلك القنوات

الفترة المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
الصباح	٨	٩
الظهيرة	٨	٩
المساء	٧	٧٧
السهرة	٥	٥
المجموع الكلي	٩١	٪ ١٠٠

١١- تعرض الجمهور العراقي لمواجيز نشرات أخبار القنوات الإخبارية العربية

في هذا السياق جاء في المرتبة الأولى من يقومون بمشاهدة موجز واحد من مواجيز الأخبار وجاء بعدد (٣٠) تكرارا وبنسبة (٣٣,٠٠). وجاء في المرتبة الثانية من يتعرضون لموجزين من مواجيز نشرات الأخبار وحصلوا على (٢٢) تكرارا وبنسبة (٢٤٪). وفي المرتبة الثالثة حصل من يقوم بالتعرض لثلاثة مواجيز على (١٨) تكرارا وبنسبة (٢٠٪). وجاء في المرتبة الرابعة الجمهور الذين لا يتعرضون لمواجيز نشرات الأخبار وحصلوا على (١١) تكرارا وبنسبة (١٢٪). في حين جاء في المرتبة الخامسة من يتعرضون لأكثر من ثلاثة مواجيز وجاءت بعدد (١٠) تكرارات وبنسبة (١١٪). وان عدم ارتفاع نسبة من يقومون بالتعرض لمواجيز نشرات الأخبار يدل على أن تلك المواجيز لا تقدم للمتلقي كافة التفاصيل التي يحتاجها عن تغطية الأحداث اليومية مما يضطر النسبة الكبرى منهم إلى متابعة نشرات الأخبار على رأس كل ساعة للحصول على مبتغاهم من تلك النشرات.

جدول (١٤) يبين مدى تعرض الجمهور العراقي لمواجيز نشرات الأخبار لتلك القنوات

عدد المواجيز	التكرار	النسبة المئوية
موجز واحد	٣٠	٣٣,٠٠
موجزان	٢٢	٢٤,٠٠
ثلاثة مواجيز	١٨	٢٠,٠٠
أكثر من ثلاثة مواجيز	١١	١٢,٠٠
لا أشاهد المواجيز	١١	١٢,٠٠
المجموع الكلي	٩١	٪ ١٠٠

١٢- أسباب عدم تعرض الجمهور العراقي لمواجيز أخبار النشرات في القنوات الإخبارية العربية

ففي هذا الصدد جاء في المرتبة الأولى من الجمهور الذين لم يتعرضوا للمواجيز بقيامهم

للتعرض للنشرات الإخبارية الرئيسية وعلى رأس كل ساعة في تلك القنوات وحصلت على (٨) تكرارات وبنسبة (٧٣٪). وفي المرتبة الثانية لم يقوموا بالتعرض للمواضيع بسبب عدم توفر الوقت المتاح لديهم وجاء بعدد (٢) تكرارا وبنسبة (١٨٪). وفي المرتبة الثالثة أوضح (١) تكرار فقط وبنسبة (٩٪) لا يتعرضون للمواضيع الإخبارية في القنوات لعدم تفضيله للأخبار وعدم الرغبة بمتابعة نشرات الأخبار ومواضيعها .

جدول (١٥) يوضح أسباب عدم تعرض الجمهور العراقي لمواضيع النشرات في تلك القنوات

أسباب عدم التعرض	التكرار	النسبة المئوية
التعرض للنشرات الرئيسية	٨	٧٣٪
أشاهدها حسب الوقت المتاح	٢	١٨٪
عدم تفضيله للأخبار	١	٩٪
المجموع الكلي	١١	١٠٠٪

١٣- لمفضلي التعرض للمواضيع الإخبارية هل تكون كافية لعرض أهم الأخبار

جاءت نسبة من يجدونها بأنها أحيانا تكون كافية لعرض أهم الأخبار المرتبة الأولى وبعدد بلغ (٥٣) تكرارا وبنسبة (٥٨٪). في حين جاءت في المرتبة الثانية الذين يجدون بأنها كافية تماما لعرض أهم الأخبار وحصلت على (٢٢) تكرارا وبنسبة (٢٤٪). وفي المرتبة الثالثة أشار (١٦) تكرارا وبنسبة (١٨٪) بأنها غير كافية لعرض أهم وبرز الأحداث فهذه المواضيع لا تقدم التفاصيل الدقيقة والمهمة عن ابرز الأحداث اليومية .

جدول (١٦) يبين تفضيلات التعرض لمواضيع الأخبار

التعرض للمواضيع	التكرار	النسبة المئوية
كافية تماما	٢٢	٢٤٪
كافية أحيانا	٥٣	٥٨٪
غير كافية	١٦	١٨٪
المجموع الكلي	٩١	١٠٠٪

١٤- عدد النشرات الإخبارية التي يتعرض لها الجمهور العراقي في تلك القنوات الإخبارية

جاء في المرتبة الأولى الجمهور الذين يكتفون بالتعرض لنشرة إخبارية واحدة يوميا بلغ عددهم (٥٤) تكرارا وبنسبة (٥٤,٠٠) من المجموع الكلي لعينة البحث . وفي المرتبة الثانية حل الجمهور الذين يقومون بالتعرض نشراتان إخباريتان وبعدد (٢٣) تكرارا وبنسبة (٢٣٪) . وحصل على المرتبة الثالثة الباحثون الذين لا يشاهدون نشرات إخبارية وبعدد (٩) تكرارات وبنسبة (٩٪) . في حين تقاسم المرتبة الرابعة كل من الجمهور الذين يتعرضوا لثلاث نشرات والذين يتعرضوا لأكثر من ثلاث نشرات وبعدد (٧) تكرارات وبنسبة (٧,٠٠) من أفراد عينة البحث .

جدول (١٧) يوضح عدد النشرات الإخبارية التي يتعرض لها الجمهور العراقي في تلك القنوات

عدد النشرات	التكرار	النسبة المئوية
نشرة واحدة	٥٤	٥٤,٠٠
نشرتان	٢٣	٢٣,٠٠
ثلاث نشرات	٧	٧,٠٠
أكثر من ثلاث نشرات	٧	٧,٠٠
لا أشاهد نشرات	٩	٩,٠٠
المجموع الكلي	١٠٠	٪ ١٠٠

١٥- أسباب عزوف الجمهور العراقي عن التعرض لنشرات أخبار القنوات الإخبارية الفضائية وفي هذا التساؤل جاء في المرتبة الأولى الجمهور الذين لم يتوفر لديهم الوقت الكافي للتعرض للنشرات الإخبارية وبعدد بلغ (٦) تكرارا وبنسبة (٦٧٪). وفي المرتبة الثانية جاء الجمهور الذين لا يعرفون مواعيد النشرات وبعدد بلغ (٢) تكرارا وبنسبة (٢٢٪). وفي المرتبة الثالثة حلت نسبة الجمهور الذين لا يفضلون التعرض للأخبار الطويلة فقط وحصلوا على (١) تكرارات وبنسبة (١١٪).

جدول (١٨) يبين أسباب عزوف الجمهور العراقي عن التعرض لنشرات أخبار تلك القنوات

أسباب عزوف التعرض للنشرات	التكرار	النسبة المئوية
ليس لدي وقت الكافي	٦	٪ ٦٧
لا اعرف مواعيد النشرات	٢	٪ ٢٢
اكتفى بالموجز	-	-
لا أفضل الأخبار الطويلة	١	٪ ١١
المجموع الكلي	٩	٪ ١٠٠

١٦ - تفضيلات الجمهور العراقي بشأن السبب المتل المرافق للنشرات الإخبارية

وفي هذا الصدد جاء بالمرتبة الأولى الجمهور الذين يقومون بالتعرض الدائم للسبب المتل وقراءته وبلغ عددهم (٥٩) تكرارا وبنسبة (٦٤,٠٠) من مجموع عينة البحث وهو ما يشير إلى الأهمية الكبيرة لهذه العناوين بالنسبة للجمهور المتعرض لتلك القنوات , إذ حصلوا على حاجاتهم ورغباتهم من خلال هذا السبب المتل . وفي المرتبة الثانية جاء من يقوم بالتعرض للسبب المتل في بعض الأحيان وبعدد (٢٥) تكرارا وبنسبة (٢٨,٠٠) . وفي المرتبة الثالثة جاء من لا يتعرض لتلك العناوين وبلغت (٧) تكرارات وبنسبة (٨,٠٠) من أفراد عينة البحث .

جدول (١٩) يوضح مدى تعرض الباحثين للسببائيل في القنوات الإخبارية

النسبة المئوية	التكرار	تعرض الباحثين للسببائيل
٦٤,٠٠	٥٩	دائما
٢٨,٠٠	٢٥	أحيانا
٨,٠٠	٧	لا
٪ ١٠٠	٩١	المجموع الكلي

١٧- لمفضلي التعرض للسببائيل هل تحصلون على معلومات منه كافية في تلك القنوات

وفي هذا السياق جاء بالمرتبة الأولى الباحثون الذين يحصلون وبصورة دائمة على معلومات وافية من خلال التعرض لتلك العناوين والتي تظهر في أسفل الشاشة وبلغ عددهم (٤٦) تكرارا وبنسبة (٥١٪) من مجموع عينة البحث . وفي المرتبة الثانية جاء الباحثون والذين يحصلون في بعض الأحيان وليس دائما على مبتغاهم من الأخبار والمعلومات من خلال هذا السببائيل وكانوا (٣٤) تكرارا وبنسبة (٣٨٪) . وفي المرتبة الثالثة جاء الباحثون الذين لا يحصلون من هذه القنوات على المعلومات التي تسد احتياجاتهم وبلغوا (١١) تكرارا وبنسبة (١١ ٪) من مجموع العينة المبحوثة.

جدول (٢٠) يبين مدى الحصول على المعلومات من خلال السببائيل بالنسبة لمفضلي التعرض لهذه العناوين

النسبة المئوية	التكرار	مدى الحصول على المعلومات من السببائيل
٪ ٥١	٤٦	دائما
٪ ٣٨	٣٤	أحيانا
٪ ١١	١١	لا
٪ ١٠٠	٩١	المجموع الكلي

١٨- تفضيلات الباحثين للتعرض لمواد النشرة في القنوات الإخبارية

أظهرت نتائج البحث أن (٢٩) تكرارا وبنسبة (٣٢٪) من الباحثين يقومون بالتعرض لأغلب إخبار نشرات هذه القنوات للاطلاع على أهم الأحداث التي تتضمنها النشرة الإخبارية ولرسم صورة واضحة وتصور كامل عن الأحداث الجارية وجاءت بالمرتبة الأولى . وفي المرتبة الثانية جاءت مرتبة الباحثون الذين يتعرضون لأخبار العراق فقط في تلك القنوات وبعدهم (٢٦) تكرارا وبنسبة (٢٨٪) لمعرفة ما يهم شؤون بلدهم من أحداث وتطورات جديدة ولكونها ذات صلة وثيقة باهتماماتهم . في حين أوضح عدد من الباحثين بلغ عدد (٢١) تكرار وبنسبة (٢٢٪) بالتعرض لكافة محتويات وتفاصيل النشرة الإخبارية وجاءت بالمرتبة الثالثة . وجاءت المرتبة الرابعة بعدهم بلغ (١٦) تكرارا

وبنسبة (١٨,٠٠) من المبحوثين الذين يتعرضون لعناوين نشرة الأخبار فقط فهم يجدونها تفي بالغرض المطلوب وتسد جزءا كبيرا من اهتماماتهم الإعلامية .

جدول (٢١) يبين تفضيلات المبحوثين لتعرضهم لمواد النشرة

المادة التي يتعرض لها المبحوث	التكرار	النسبة المئوية
أعرض لكل نشرة	٢١	٪ ٢٢
أعرض لأغلب النشرة	٢٩	٪ ٣٢
أعرض للعناوين الرئيسية فقط	١٦	٪ ١٨
أعرض لأخبار العراق	٢٦	٪ ٢٨
المجموع الكلي	٩١	٪ ١٠٠

١٩- مدى الثقة التي يوليها المبحوثون بأخبار نشرات القنوات الإخبارية العربية

أشارت نتيجة البحث إلى أن القسم الأكبر من المبحوثين يثقون في بعض الأحيان وليس بصورة دائمية بإخبار نشرات هذه القنوات ويعدد بلغ (٦٢) تكرارا وبنسبة (٦٨٪) وحصلت تلك النسبة من المبحوثين على المرتبة الأولى بدرجة الثقة . وفي المرتبة الثانية أوضح (١٣) تكرارا وبنسبة (١٤٪) من المبحوثين إلى ثقتهم الدائمة بأخبار هذه القنوات ويعتمدونها كمصدر رئيسي للحصول على معلوماتهم . المرتبة الثالثة المبحوثون الذين لا يثقون بأخبار تلك القنوات وبلغ عددهم (٩) تكرارات وبنسبة (٩,٠٠) . وفي المرتبة الرابعة أوضح عدد من المبحوثين وبلغ عددهم (٧) تكرارات وبنسبة (٨٪) إلى أنهم لا يعلمون بتوفر عنصر الصدق والموضوعية والموثوقية بتلك القنوات الإخبارية .

جدول (٢٢) يبين مدى ثقة المبحوثون بأخبار القنوات الإخبارية العربية

مدى ثقة المبحوثون بأخبار القنوات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	١٣	١٤,٠٠
أحيانا	٦٢	٦٨,٠٠
لا اعلم	٧	٨,٠٠
لا أثق	٩	٩,٠٠
المجموع الكلي	٩١	٪ ١٠٠

رابعاً : الاستنتاجات

- في ضوء النتائج العامة التي توصل إليها البحث يمكن استنباط مجموعة من الاستنتاجات على وفق ما يأتي :-
- 1- الاعتماد الكبير من قبل الجمهور العراقي في الحصول على الأخبار والمعلومات على القنوات الإخبارية الناطقة باللغة العربية .
 - 2- الاعتماد الرئيس على قناة العربية وبمعدلات مرتفعة في متابعة الأخبار مقابل اعتماد اقل على قناة الجزيرة والاعخبارية .
 - 3- التركيز الكبير بين أوساط الجمهور العراقي على متابعة الشأن المتعلق بالأخبار بوصفه أكثر جذبا لاهتمام أدنى بالبرامج السياسية والثقافية والدينية والرياضية .
 - 4- التأكيد على أن السبب الرئيس للتعرض للقنوات الإخبارية العربية هو تفضيلات الجمهور للاطلاع ومعرفة أخبار العالم وبنسبة مرتفعة والتأكيد على أن مراقبة أوضاع البلد هو احدي تفضيلاتهم للتعرض لتلك القنوات وبنسب متفاوتة .
 - 5- تفضيل النسبة الأكبر من الجمهور العراقي إلى التعرض يوميا للقنوات الإخبارية العربية مقابل نسب اقل تتعرض للأخبار حسب وقت الفراغ أو تصاعد الأحداث .
 - 6- تفضيل الجمهور العراقي للتعرض للنشرات الأخبار في تلك القنوات في فترة المساء حيث يوجد لديهم وفرة من الوقت المتاح لمتابعة تلك النشرات .
 - 7- التباين في تفضيلات الجمهور العراقي للتعرض للمواجيز الإخبارية وكانت نسب تعرضهم قليلة لها وبأنها لا تفي ولا تسد احتياجاتهم واهتماماتهم .
 - 8- التركيز على التعرض لنشرة أخبار واحدة وبأنها كافية لإشباع ما يحتاجونه من أخبار ومعلومات .
 - 9- تفضيل الجمهور العراقي للتعرض على السبائتل المرافق للأخبار والبرامج الأخرى في تلك القنوات حيث يحصلون على مبتغاهم منه .
 - 10- تفضيل الجمهور للتعرض لأغلب النشرة الإخبارية من اجل الحصول على الأخبار والمعلومات والتقارير والبيانات التي تتضمنها النشرة .
 - 11- التأكيد على توفر عنصر الثقة لدى الجمهور المتعرض للأخبار وبدرجات متفاوتة في تلك القنوات الإخبارية .

المقترحات

- 1- ضرورة تخلي قناة الجزيرة الإخبارية عن الحملات الإعلامية التي تستهدف النظم والحكومات العربية ولا ينبغي أن تركز فقط على الجانب السلبي في العلاقات العربية - العربية . وعليها أن تبث بارقة أمل في أدها نحو القضايا العربية بدلا من التركيز على الجوانب السلبية فقط التي تزيد من الاحباطات المتتالية في الشارع العربي .
- 2- ضرورة قيام قناة الجزيرة بالتوازن بين أخبار الصراعات والأخبار التنموية التي يشهدها العالم العربي ودول العالم المختلفة . وعدم السعي وراء السبق الصحفي على حساب الدقة في تقديم الأحداث وتوخي لغة إعلامية عاقلة وهادئة ومتوازنة ومحايده بعيدا عن العصبية والانفعال .
- 3- ينبغي أن تخرج قناة العربية الإخبارية عن النمطية والرتابة في تقديم النشرات والبرامج الإخبارية .
- 4- ضرورة توخي قناة العربية سياسة الحياد والتوازن في عرض الأحداث إضافة إلى سعيها نحو تقوية صوتها الإعلامي في المنطقة العربية .

المصادر .:

- ١- أ. د. وسام فاضل .
- ٢- أ. م. د. هاشم حسين .
- ٣- أ. م. د. عبد المنعم كاظم .
- ٤- أ. م. د. نزهت محمود .
- ٥- أ. م. د. طالب عبد الجيد .
- ٦- أ. م. د. عبد النبي خزعل .
- ٧- أ. م. د. سعد مطشر .
- ١- أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الأعلام . الفضائيات العربية ومتغيرات العصر . القاهرة . الدار المصرية اللبنانية . ط ١ . ٢٠٠٥ . ص ٣٢١ .
- ٢- المصدر السابق . ص ٣٢١ .
- ٣- حسن عماد مكاوي . أخلاقيات الأعلام : دراسة مقارنة . القاهرة . الدار المصرية اللبنانية . ١٩٩٤ . ص ١٦٧ .
- 4-Bucy , Erik p .. living in the In formation Age : Anew media Reader wadwarth : Australia , united states , united , King dom . 2002) p.289 .)
- ٥- سليمان صالح . إشكالية الموضوعية في وسائل الأعلام : دراسة نقدية . المجلة المصرية لبحوث الرأي العام . جامعة القاهرة . ع ٣ . ٢٠٠١ . ص ١٣٥ .
- ٦- أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الأعلام . مصدر السابق . ص ٣٤٦ .
- ٧- برهان شاوي . مدخل في الاتصال الجماهيري ونظريات التأثير . اريد . دار الكندي . ط ٢ . ٢٠٠٨ . ص ١٨٥ .
- ٨- عدي رضا . عاطف العبد . إدارة المؤسسات الإعلامية . الأسس النظرية . النماذج التطبيقية . القاهرة . دار الفكر العربي . ٢٠٠٢ . ص ٢٤ .
- ٩- د. سعيد مبارك زعير . التلفزيون والتغيير الاجتماعي في الدول النامية . بيروت . دار الهلال . ٢٠٠٨ . ص ١٧٠ .
- ١٠- جون كوريل . التلفزيون والمجتمع . تر : أديب حضور . دمشق . المكتبة الإعلامية . ١٩٩٩ . ص ٦ .
- ١١- أدوين راتين . مقدمة الى وسائل الاتصال . تر : دريغ منسفن . القاهرة . ١٩٩٨ . ص ٥٧ .
- ١٢- المصدر نفسه . ص ٥٨ .
- ١٣- د. محمد معوض نصر . أخبار التلفزيون . الرياض : تلفزيون الخليج . ١٩٨٤ . ص ٨ .
- ١٤- بدران عبد الرزاق بدران . التلفزيون وسايكولوجية الفرد . في مجلة بحوث . ع ١٨ . بغداد . اتحاد إذاعات الدول العربية . ١٩٨٦ . ص ٦٩ .
- ١٥- محمد معوض وياسين الياسين . دراسات إعلامية . الكويت . ذات السلاسل . ١٩٩٥ . ص ٢٣٩ .
- ١٦- ستيفن اينيز لايبز واخرون . لعبة وسائط الأعلام . السياسة الأمريكية في عصر التلفزيون . تر : شحدة فارح . ط ١ . عمان . دار البشير . ١٩٩٩ . ص ١٦ .
- ١٧- لارز لاندستن . الانطولوجيا المشروطة في التلفزيون . في نظرية التلفزيون . تر : أديب حضور . ط ١ . دمشق . المكتبة الإعلامية . ٢٠٠٠ . ص ٧٦ .
- ١٨- نحو علاقة جدلية بين التلفزيون والجمهور . في مجلة الإذاعات العربية . ع ٣ . اتحاد إذاعات الدول العربية . ١٩٩١ . ص ٥٣ .