



سلطة الصورة في البث الفضائي المباشر دراسة ميدانية عينة من جمهور مدينة بغداد

د. سعد لطيف الحمد*

المخلص:

سلطة الصورة في البث الفضائي المباشر ، دراسة ميدانية لعينة من جمهور مدينة بغداد
إن دور الصورة في وسائل الإعلام أخذت حيزا كبيرا لما تضيفه للمادة الخبرية من مصداقية وواقعية، فضلا عن دور الألوان التي بدأت تلعب دورا مهما في إضفاء الحيوية والجاذبية على الصورة ذاتها.

إن أهمية هذا البحث تكمن في مدى تأثير الصورة على المتلقي من خلال تغيير توجهاته وقناعاته وحتى آرائه كما انه يبين لنا معدلات التعرض للقنوات الفضائية ودوافع الجمهور. لقد تم استخدام منهج البحث الوصفي من خلال مسح للجمهور المستهدف وعاداته وتوجهاته .

وقد تم اختبار العينة الطبقيّة العشوائية المتعددة المراحل وضمت (500) بحوثا. وبواقع (264) من الذكور و(236) من الإناث والذين تراوحت أعمارهم بين 15-47 وان مستوياتهم العلمية من أمتي إلى شهادات عليا وحالتهم متفاوتة بين أعزب ومتزوج وأرمل أو مطلق .

كما تطرف البحث إلى عدد ساعات المشاهدة وشكل الأخبار من مصور إلى غير مصور أو قصير أو طويل ومدى متابعة الخبر للنهاية أو إصابتك بالملل وغيرها من التفاصيل من خلال (16) جدولا ومخططا بيانيا وقد خرج البحث بجملة استنتاجات أجمعت جميعها على إن غالبية المبحوثين دائما وأحيانا ماتصيبهم المتعة إثناء مشاهدة الأخبار مباشرة بدون نص مقروء كما يحدث في الساحة أول بأول مباشرة .

*. مركز المستنصرية للدراسات العربية والدولية .



Abstract

"The Picture-Authority in Direct space Broadcast: A Practical Study on a sample of Baghdad people.

The role of the picture in Mass media has taken a wide range due to what it adds to the news material i.e. faithfulness and reality, let alone the role of colors which play an important role in adding activity and charmness to the picture itself.

The importance of this research lies in effect of the picture on the recipient through changing his trends, satisfaction and even his opinions. It also shows the ranges of watching space channels , people's responses in addition to knowing the various new and communication systems that people prefer.

The descriptive style has been used here through viewing that target sample of the study , its customs , patterns, and aims. Accordingly, the random numerous sample has been selected for this study which includes 500 people divided as follows= 264 males and 236 females. Their ages are between 15-47 with different educational levels. i.e. starting from illiterate people to those who hold high certificates . This Social states are also various, married, unmarried, divorced.

The research has also tacked the number of watching hours, the form of the news "with or without pictures", long or short, and whether the news has been watched till the end or not. All these details have been shown on t16 tables.

A number of conclusion has been reached at chief among them is that most of samples are always and often caught by interest while the directly watching news without a reading marital as it happens in the field as live show.

المبحث الاول : الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث

أن للشاشة الصغيرة والصورة المبصرة القدرة الفائقة على تحويل الفصل المعروض على الشاشة الى تقويم استسلامي عند المتلقي فبدلاً من ان يكون تغيير الواقع مطلباً له نجد المشاهد يتحول الى اشباع بديل واستهلاك للزمن فيما تساعد الصورة على تقبل الواقع او على العكس من ذلك الإفلات منه لأن الصورة المقدمة وبكل بساطة ليست مجرد شكل بل انها مادة مليئة بالخطابات والرسائل والدلالات حيث ان ما يقدم للمستهلك او المشاهد يستوفي الشروط التي تجعلها على درجة كبيرة من الجاذبية والإغراء ومن ثم الإستجابة ومن هنا تأتي مشكلة دراستنا وتتحدد بتأثير الصورة التلفزيونية الخبرية على المشاهد العراقي في قنوات البث الفضائي المباشر في بعدها النظري والميداني.

ثانياً: أهمية البحث أهدافه.

تعد البحوث والدراسات التي تتصدى للتعرض واتجاهاته مطلباً مهما للقائمين على السياسات والخطط البرمجية في المحطات التلفزيونية لا سيما انها تقدم مؤشرات علمية عن المشاهدة ومعدلاتها واتجاهاتها وخصائصها فضلاً عن انها تتيح الفرصة لمعرفة القنوات المفضلة وغير المفضلة بالنسبة للجمهور ودواعي ومبررات بالنسبة للمشاهدين كما تسمح الدراسات الخاصة بالتعرض من جانب آخر بإمكانية التوقع والتنبؤ بالآثار المحتملة التي تفرزها المشاهدة على الصعيد السياسية والاجتماعية والثقافية وهي مؤشرات علمية تستفيد منها المؤسسات الرسمية والأكاديمية والإعلامية في مختلف البلدان في إطار تقويمها للأداء الدولي والآثار الناجمة عنه . ويسعى البحث الى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن صياغتها على وفق الآتي:

1. الوقوف على معدلات تعرض الجمهور لقنوات البث الفضائي المباشر.
2. معرفة دوافع الجمهور في متابعة قنوات البث الفضائي المباشر.
3. معرفة أنواع الأخبار وأنماط الاتصال التي يفضل الجمهور التعرض لمشاهدتها في هذه القنوات.
4. معرفة تأثير سلطة الصورة على المشاهدين في هذه القنوات.



ثالثاً: منهج البحث وعينته وإجراءاته

يتبع هذا البحث المنهج الوصفي وهو يستخدم منهج المسح في تناول ودراسة الجمهور وعادات وأنماط وتوجهات التعرض التي يعتمد عليها في التعامل مع البث الفضائي المباشر وهو المنهج الأكثر ملائمة لبحث خصائص جمهور وسائل الإعلام والأساليب والأنماط التي يتبناها في التعرض لوسائل الإعلام⁽¹⁾.

واختار البحث العينة الطبقية العشوائية المتعددة المراحل أي اختيار مفردات مجتمع البحث وضمت عينة البحث (500) مبحوثاً مثلوا فئات المجتمع المختلفة من سكان بغداد وقد أحتوى البحث هذا على صحيفة استبيان تم توزيعها على المبحوثين في إحياء بغداد المختلفة وتم فيما بعد، وعلى وفق المنهج العلمي المتبع في التعامل مع الأرقام والمؤشرات المستقاة للخروج بالمحصلة النهائية لنتائج البحث.

رابعاً: أهمية الانسجام بين الصورة التلفزيونية والنص المقروء

نجد على شاشة التلفزيون هنالك علاقة معقدة تسمح بوجود صيغ وأشكال مختلفة وهذا يتوقف على طبيعة المادة التلفزيونية في بعض المواد الوثائقية ولا يتطلب عرضاً أو تقديم حدث ما كثيراً من التعليق وذلك لأن الصورة واضحة بحد ذاتها كما يمكن في لحظة محدودة ان تتوقف على النص وتتسلط عليه نظراً الى إننا وبسبب المصادقية الحقيقية المادية وصورة التلفزيون يمكننا ان نحصل على معلومات او أفكار حول ظاهرة او حدث من خلال العرض والتقديم بشكل رئيسي وفي بعض المواد الوثائقية توجد فترات طويلة او قصيرة تكون فيها الصورة أكثر إقناعاً وأقوى تأثيراً من الكلمات غالباً ولا تتطلب الصورة ولا تحتاج اي إيضاح أو شرح وعندئذ نحيل التوازن القائم بين النص والصورة الى الطبيعة الخاصة للظواهر او الأحداث التي يتم عرضها على الشاشة⁽²⁾.

ويجب ان يعلم رجال اخبار التلفزيون إنه حينما يتكامل ويتفق النص مع مضمون المادة التلفزيونية المصورة تزداد نسبة فهم المشاهد وحينما تختلف وتنخفض درجة الفهم، ذلك لأن الفرد حينما يشاهد فيلماً إخبارياً لا يتحقق مع المضمون (النص المصاحب له) فلا بد أن يجهد نفسه حتى يبقى منتبهاً لما يقال ولما يعرض في آن واحد⁽³⁾.



وفي الخبر التلفزيوني ينبغي أن يكون التعليق منسجماً مع طبيعة الصورة وتتحرك مع حركاتها فلو كان الوصف بالكلمات مختلفاً حتى ولو الى حد ضئيل عن الصورة التلفزيونية فإن المشاهد يميل الى تصديق الصورة وعدم الوثوق بالكلمة⁽⁴⁾.

إن السرد الإخباري يقدم معلومات إضافية تعزز وتضيف الى معلومات الصورة او توضح بعض اللقطات المصورة وبخاصة يكون مهماً عندما لا يكون هناك صوت يصاحب الفيلم فعندها قد يتصور المشاهد حصول خلل في البث أو جهاز التلفزيون⁽⁵⁾.

وينبغي ان لا يعيد السرد الإخباري ما تقول الصورة للمشاهد بل تشرحها على ان يكون السرد والوصفه متعلقاً بموضوع الصورة كي لا يتشتت ذهن المشاهد وبعض محري الأخبار يتفنن في السرد الذي يرافق الصورة وكأنه يقول للمشاهد ان القصة ليست كذلك فقط الحقيقة ان المشاهد تعود ان يصدق الصورة أكثر من الكلمة حتى لو كانت الصورة لا تنقل الحقيقة كلها⁽⁶⁾.

ومن بين المشكلات التي تواجهها محطات التلفزيون غالباً الأنباء التي لا يمكن تصويرها ويتم اللجوء في هذه الحالات إلى الاستعانة بالكلمة بدلاً من الفيلم أو الصورة لذلك على التلفزيون ان ينتظر وقوع الحدث قبل تصويرها ونقلها في هيئة أخبار إذ أن التوقعات والتكهنات قبل وقوع الحدث ما لم يمكن ان تترجم بسهولة الى أشرطة وأفلام وإن كان هذا لا يمنع استخدام بعض أفلام المكتبة وعرضها للتمهيد لحدث قادم يتصل بحدث سابق وقوعه⁽⁷⁾.

وإن الوضع الراهن للبث الفضائي المباشر قد أصبح مهما وإن البث الفضائي المباشر أصبح السمة المميزة لعقد التسعينات من القرن الماضي والبث المباشر يعني إمكانية الاتصال بين القطاع الفضائي وأجهزة الاستقبال مباشرة من دون المرور عبر المحطات الأرضية أو أية محطة ترحيل أخرى وهو الأمر الذي يتيح استقبال البث الفضائي في المنازل مباشرة دون تدخل من الجهات الرسمية في الدولة⁽⁸⁾.

والبث يكون على صنفين هما الاستقبال الفردي الذي يتجسد في إرسال البث عبر القمر الصناعي داخل منطقة التغطية والذي يمكن التقاطه مباشرة والاستقبال الجماعي وهو الذي يلتقط الإرسال بهوائي ويقوم نظام ما بتوزيع البرنامج على مجموعة مثل (عمارة، فندق)⁽⁹⁾. وتختلف مكونات أنظمة استقبال القنوات الفضائية حسب الاستخدام الفردي أو داخل شبكة جماعية هذا الاختلاف ينحصر في أجهزة الاستقبال وبعض المكونات الإضافية هنالك نظامان أساسيان للبث التلفزيوني من خلال الأقمار الصناعية وهما البث بالنظام التماثلي (الأنالوك) والبث بالنظام الرقمي



(الديجتال) وداخل كل نظام يوجد نوعين من البث التي تنقسم دورها الى ثلاث طرق هي الاشتراك الكامل في القنوات او الدفع مقابل المشاهدة او البرامج تحت الطلب⁽¹⁰⁾.

المبحث الثاني: دور الصورة التلفزيونية الإخبارية

أولاً: أهمية الصورة التلفزيونية الإخبارية

أفرز التلفزيون واقعاً جديداً تمثل في إنه إعلام خارج الصورة فمنها تعددت الحكايات والشهادات الشفوية فإنها لا تضاهي الصورة الحية للحدث ففي حرب فيتنام عكست التغطية الإعلامية التلفازية جدلاً واسعاً في الأوساط الأمريكية اذا اعتبرت الحرب الفيتنامية أول (حرب تلفازية) والحدث الأول في مجموعة من الأحداث الهامة التي كانت متاحة للناس العاديين في أنحاء العالم كافة بواسطة التلفاز وأستطاع التلفاز ان يطلع الجمهور الواسع على سلسلة من التقارير التلفازية مما أثر بالتالي على قرار الحكومة الأمريكية بالانسحاب من فيتنام⁽¹¹⁾.

وهذا ما أكدته الرئيس الأمريكي الأسبق (جونسون) بقوله ان الصورة المتلفزة المرئية كانت سبباً لكي يفقد الأمريكيون حماسهم حول فيتنام وكي يخسروا الحروب الأخرى⁽¹²⁾.

وبذلك تأكد لدى القيادات العسكرية الأمريكية منذ حرب فيتنام ان الحرب هي في جانب أساسي منها حرب صورة وقد تم تفعيل هذا المعنى في حروب المالوين وغرينادا وبنما والخليج الثانية والثالثة وذلك بالجوء الى التقنين تمثلت الأولى في حجب الأخبار والأحداث والثانية في إغراق المشاهد بالصور حتى لا يستطيع معها تبين ما هو جوهري وإساسي أي صرف النظر عن الحقائق الهامة⁽¹³⁾.

فأستطاع الإعلام الأمريكي بحكم احتكاره للصورة وهيمنته على نظام الاعلام العالمي ان يعطي حرب الخليج الثانية مثلاً صورة مشبوهة هي اقرب للوهم منها الى الحقيقة⁽¹⁴⁾.

وهذا ما أكد عليه مستشار الأمن القومي الأمريكي السابق (برجنكسي) بضرورة الاستخدام الفعال لأخر تقنيات الإتصال لكي تلعب بالعواطف وتسيطر على العقل مؤكداً على التلفاز وبالتالي الإتجاه نحو استبدال اللغة بالصورة وهي عالمية أكثر من كونها وطنية⁽¹⁵⁾.

إن الصورة التلفازية الراهنة وعلى أهميتها وخطورتها ودرجة تطورها ليست أكثر من مجرد أداة لخدمة فكر معين وترويجه وتسويقه بما يقع ضمن إطار ايدولوجية معينة ويسعى الى خدمة مصالح قوى معينة⁽¹⁶⁾.



فالحقيقة لا يمكن ان توجد دائماً في كل ما نشاهده عبر التلفاز فالفرق بين (الحدث المتلفز) والواقع الملموس يتضاعف حين يلجأ عن قصد أي (الحيل التلفازية) عندئذ تتحول الشاشة الصغيرة الى أداة للكذب فقد كانت دهشة مشاهدي القنوات التلفازية كبيرة وأستنكارهم أكبر عندما شاهدوا ليلة أحتفال السنة الميلادية من عام 1990 على الشاشة الصغيرة جنثاً متراسة مغطاة بشراشيف بيضاء في (تيمشوار) في رومانيا والتي قدمت كضحايا استبداد نظام الرئيس (تشاوشيسكو)⁽¹⁷⁾.

ولقد تحولت دهشة المشاهدين الى سخط ومرارة عندما أدركوا ان ما شاهدوه في (تيمشورا) ليس الحقيقة فالجنث التي أكتشفتها عيون الكاميرا هي في حقيقة الأمر هياكل عظمية أجتثت من مقابر الفقراء لأناس ماتوا موتاً طبيعياً بقصد المضاربة التلفازية بها في صورة الإعلام. إن أحداث رومانيا التي أدت الى سقوط الرئيس الروماني تزامنت مع غزو المارينز لبنما فبرغم إن عدد الضحايا هذا الغزو بلغ ضعفي أحداث رومانيا فإنه لا أحد تحدث عن المجازر التي ارتكبتها قوات المارينز في بنما بسبب فرض الولايات المتحدة الأمريكية تعتيماً إعلامياً محكماً على هذا الغزو وبالمقابل⁽¹⁸⁾ قامت بتهويل الرأي العام بخصوص ما جرى في رومانيا وشجعت وسائل الإعلام على المبالغة فيه بطرق غير أخلاقية وغير مهينة ولعل المثال الأكثر وضوحاً على الصعيد المحلي ما قامت به قوات الاحتلال الأمريكي من عدم منع وسائل الإعلام من تغطية أعمال النهب والسرقة والحريق التي جرت بعد سقوط بغداد بل تواطأت مع بعض وسائل الإعلام لتوجيه الأنظار عما جرى في مطار بغداد والذي تحول الى لغز ما زالت القوات الأمريكية تمنع الصحفيين من الاقتراب منه وتتحاشي الحديث عنه في اللقاءات الإعلامية أي لسحب الأنظار عن ذوبان الجيش العراقي في الطبيعة كذوبان قطعة السكر في كأس الماء والأمثلة كثيرة ولا تحصى في هذا الإطار⁽¹⁹⁾.

ويتضح مما سبق أسقاط نظرية الصورة صادقة لا تكذب فالعالم الذي يأتي منازلنا عبر الموجات التلفازية (الكهرومغناطيسية) ليس إلا شبح الواقع أو ضله إذ يمكن لكلام الصورة أن يغير معنى الصورة ويجعلها خادعة أو كاذبة⁽²⁰⁾.

إلا ان رياح الثورة التي أحاطت بنظام (تشاوشيسكو) في رومانيا قد أتاحت على المستوى الإعلامي الخروج بخلاصات أهمها إن التلفاز يضم كفاءات عالية للتعبئة عبر خصائصه اللصيقة بالصورة وإن الشأن السياسي أصبح تأسيساً على ذلك يحسم على رقعة الشاشة الصغيرة⁽²¹⁾.

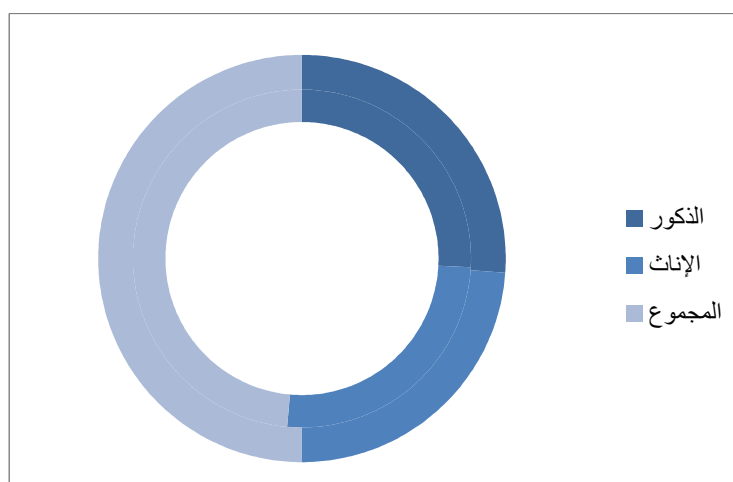


إذ أن لوسائل الإعلام الجماهيري لا سيما التلفاز في بعض الدول المتقدمة في مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية (قوة أكبر من قوة الدول ولها مكانة كبيرة فمجلس الأمن الدولي ليس مكوناً من 15 دولة وإنما 16 دولة الـ(cnn) هي دولة لها مكانتها في مجالس الأمن وهي العضو 16 فيه)⁽²²⁾.

ثانياً : الدراسة الميدانية (نتائج البحث)

جدول رقم (1) يوضح جنس المبحوثين

ت	الجنس	الإستقرار	النسبة المئوية
1	الذكور	264	52 %
2	الإناث	236	48 %
3	المجموع	500	100 %



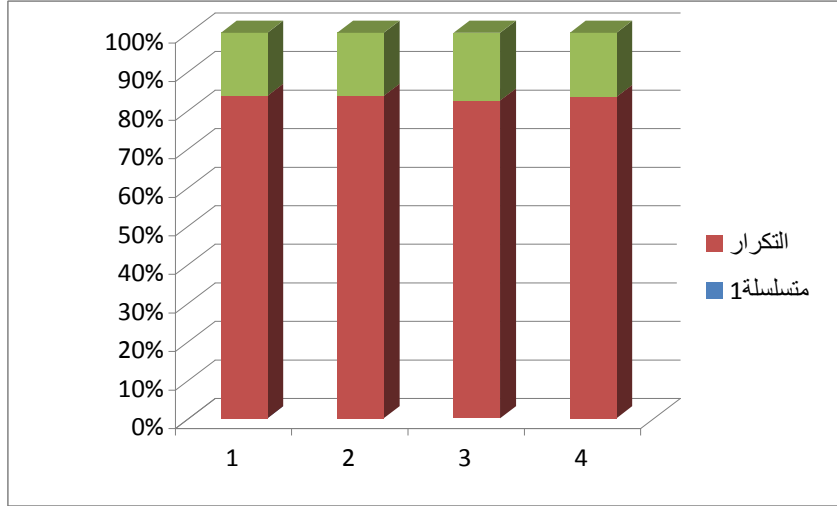
يتوضح لنا في الجدول رقم (1) الذي يوضح جنس المبحوثين من الذكور والإناث أتضح إن عدد الذكور بلغ (264) بنسبة (52 %) من العينة الكلية (500) مبحوث وعدد الإناث من المبحوثين بلغ (236) بنسبة (48 %) نلاحظ من هذا كله إن عدد الذكور وعدد الإناث متقاربين في العدد النسبية.

جدول رقم (2) الفئات العمرية للمبحوثين

ت	الفئات العمرية	التكرار	النسبة المئوية
---	----------------	---------	----------------



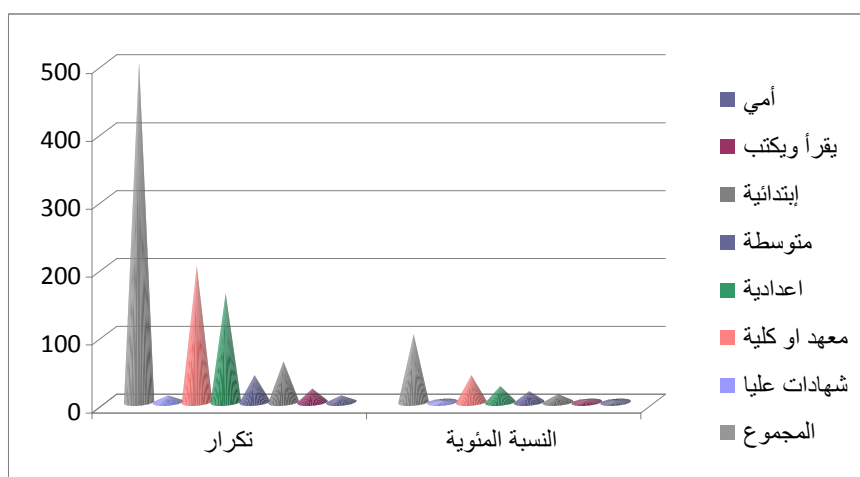
1	30-15	194	38 %
2	46 - 31	184	36 %
3	47 فما فوق	122	26 %
4	المجموع	500	100 %



نلاحظ في الجدول رقم (2) الذي يوضح الفئات العمرية للمبحوثين أن عدد المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين (15 - 30) كان عددهم (194) بنسبة (38 %) وعدد المبحوثين اللذين تتراوح أعمارهم ما بين (31 - 46) كان عددهم (148) بنسبة (36 %) وأما عن عدد المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين (47 فما فوق) كان عددهم (122) بنسبة (26 %) يتضح من هذا كله أن العدد الأكبر من المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين (15 - 30) سنة.

جدول رقم (3) المستوى التعليمي للمبحوثين

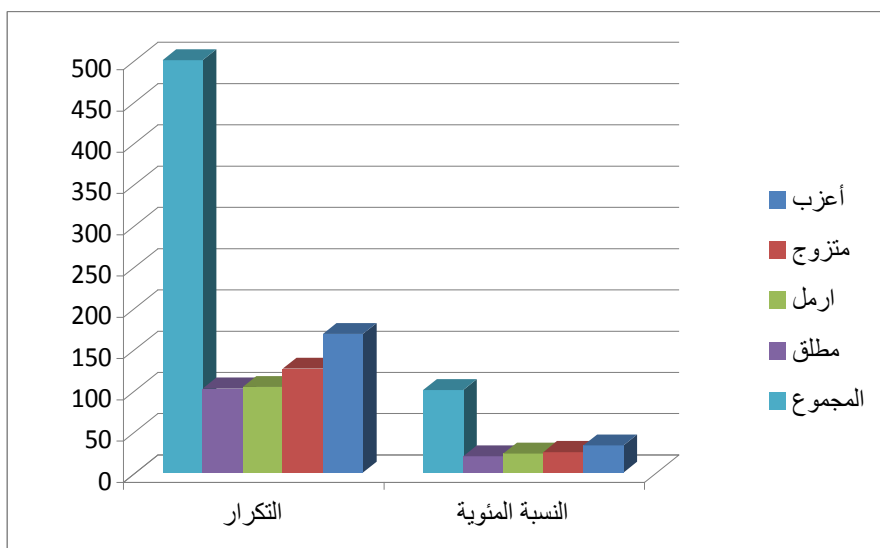
ت	المستوى التعليمي	الاستقرار	النسبة المئوية
1	أمي	10	2 %
2	يقرأ ويكتب	20	4 %
3	ابتدائية	60	12 %
4	متوسطة	40	16 %
5	إعدادية	160	24 %
6	معهد أو كلية	200	40 %
7	شهادات عليا	10	2 %
8	المجموع	500	100 %



نلاحظ في الجدول رقم (3) الذي يوضح طبيعة المستوى التعليمي للمبحوثين أتضح إن عدد الذين كانوا (لا يقرأون ويكتبون) (10) مبحوثين بنسبة (2%) وعدد المبحوثين يقرأ ويكتب (20) بنسبة (4%) أما عن المبحوثين من خريجي (الإبتدائية) عددهم (60) مبحوث بنسبة (12%) أما عن خريجي (المتوسطة) عددهم (40) مبحوث بنسبة (16%) وخريجي (الإعدادية) عددهم (160) بنسبة (24%) وخريجي (معهد او كلية) عددهم (200) مبحوث بنسبة (40%) وأخيراً خريجي (شهادات العليا) عددهم (10) بنسبة (25%) يتبين من هذا كله إن أكبر عدد من المبحوثين خريجي جامعة أو كلية ومعهد.

جدول رقم (4) الحالة الإجتماعية للمبحوثين

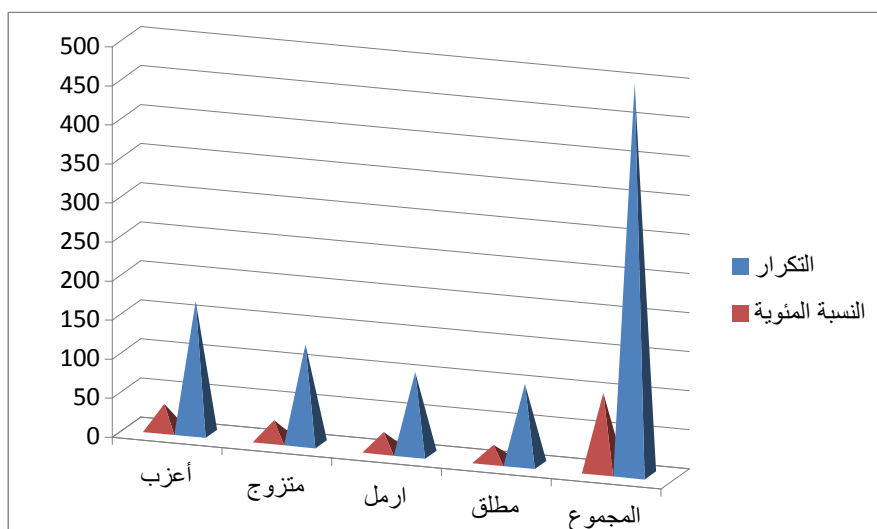
ت	الحالة الإجتماعية	الإستقرار	النسبة المئوية
1	أعزب	168	33 %
2	متزوج	126	25 %
3	أرمل	104	23 %
4	مطلق	102	20 %
5	المجموع	500	100 %



نلاحظ من الجدول رقم (4) الذي يوضح طبيعة الحالة الاجتماعية للمبحوثين أتضح إن عدد (العزاب) من المبحوثين (168) مبحث بنسبة (33 %) وعدد المتزوجين (126) بنسبة (25 %) وعدد (الأرامل) (104) مبحث بنسبة (23 %) وأخيراً عدد (المطلقين) هم (102) بنسبة (20%). يتضح من هذا كله إن غالبية المبحوثين هم من العزاب الغير متزوجين.

جدول رقم (5) مدى مشاهدة المبحوثين لقنوات البث الفضائي المباشر

ت	الإختيارات	التكرار	النسبة المئوية
1	دائماً	190	36 %
2	أحياناً	194	38 %
3	نادراً	116	25 %
4	المجموع	500	100 %





نلاحظ في الجدول رقم (5) الذي يوضح طبيعة مدى مشاهدة المبحوثين لقنوات البث الفضائي المباشر كان عدد المبحوثين الذين دائماً يشاهدون (190) بنسبة (36 %) وعدد المبحوثين الذين أحياناً يشاهدون (194) بنسبة (38 %) وأخيراً عدد المبحوثين الذين نادراً ما يشاهدون (116) بنسبة (25 %) يتضح من هذا كله ان غالبية المبحوثين تقريباً ودائماً وأحياناً ما يشاهدون قنوات البث الفضائي المباشر.

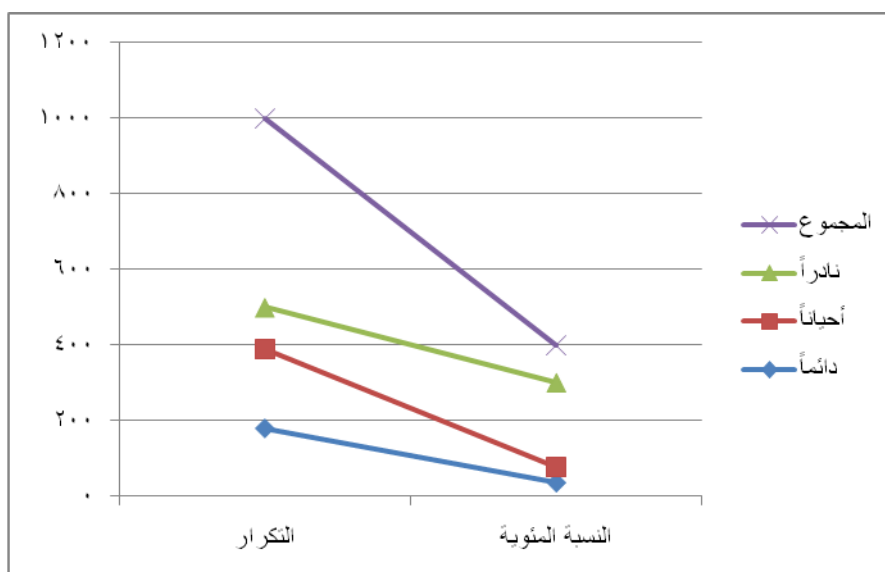
جدول رقم (6) عدد الساعات المخصصة من قبل المبحوثين لمشاهدة قنوات البث الفضائي المباشر

ت	عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
1	ساعة واحدة	184	36 %
2	ساعتان	186	37 %
3	ثلاث ساعات او اكثر	130	27 %
4	المجموع	500	100 %

نلاحظ في الجدول رقم (6) الذي يوضح عدد الساعات المخصصة من قبل المبحوثين الذين يخصصون (ساعة واحدة) (184) بنسبة (36 %) وعدد المبحوثين الذين يخصصون (ساعتان) (186) بنسبة (37 %) وأخيراً عدد المبحوثين الذين يخصصون (ثلاث ساعات او اكثر) (130) بنسبة (27 %) يتضح من هذا كله ان غالبية المبحوثين يخصصون ساعة او ساعتين يومياً لمشاهدة قنوات البث الفضائي المباشر.

جدول رقم (7) مدى المتابعة للأخبار المعروضة مباشرة في قنوات البث الفضائي

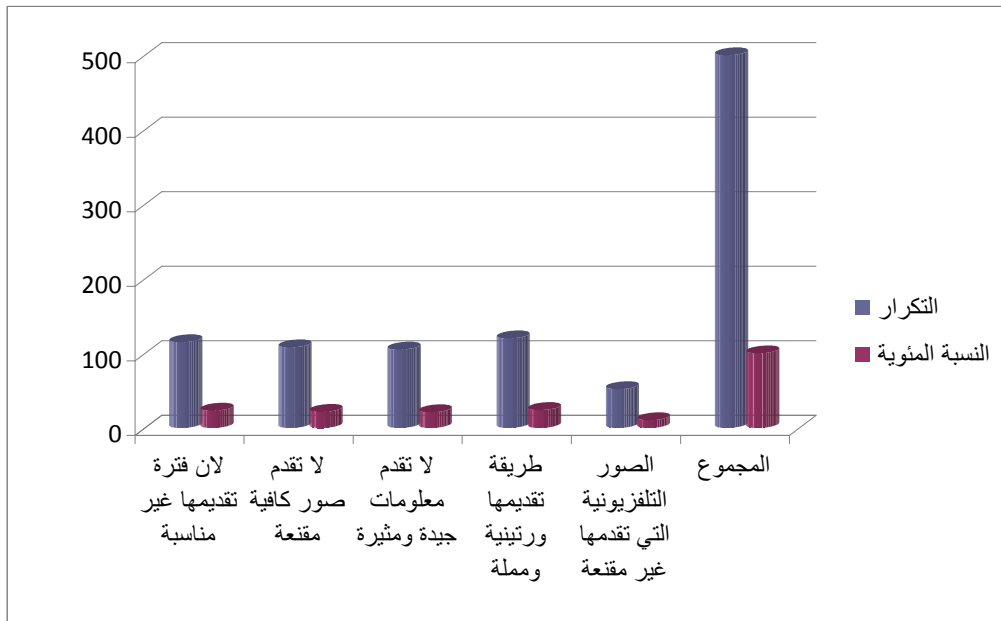
ت	الاختيارات	التكرار	النسبة المئوية
1	دائماً	180	36 %
2	أحياناً	210	42 %
3	نادراً	110	22 %
4	المجموع	500	100 %



نلاحظ من الجدول رقم (7) الذي يوضح مدى متابعة المبحوثين للأخبار التلفزيونية المعروضة مباشرة في قنوات البث الفضائي المباشر، أتضح أنه عدد المبحوثين الذين دائماً يتابعون (180) مبحوث بنسبة (36 %) وعدد المبحوثين الذين أحياناً يتابعون (210) مبحوث بنسبة (42 %) وأخيراً عدد المبحوثين الذين نادراً ما يتابعون (110) مبحوث بنسبة (22 %)، يتضح من هذا كله انه غالبية المبحوثين أحياناً ما يتابعون الأخبار التلفزيونية المعروضة مباشرة في قنوات البث الفضائي المباشر.

جدول رقم (8) أسباب عدم رغبتهم في مشاهدة الأخبار على قنوات البث الفضائي المباشر

ت	الأسباب	التكرار	النسبة المئوية
1	لأن فترة تقديمها غير مناسبة	115	23 %
2	لا تقدم صور كافية مقنعة	108	21,6 %
3	لا تقدم معلومات جيدة ومثيرة	105	21 %
4	طريقة تقديمها روتينية ومملة	120	24 %
5	الصور التلفزيونية التي تقدمها غير مقنعة	52	10,4 %
6	المجموع	500	100 %



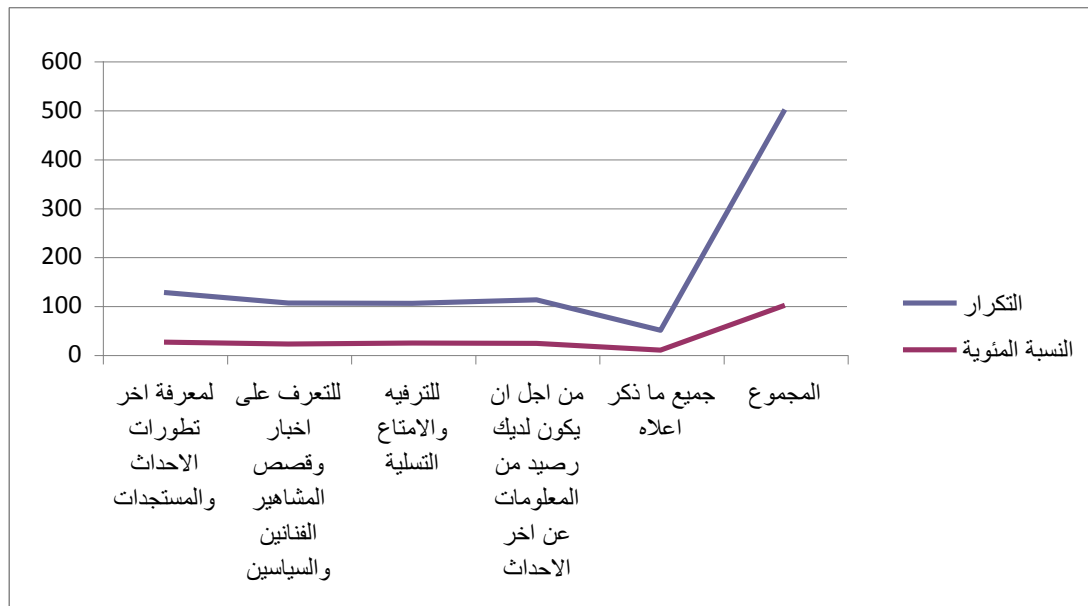
نلاحظ من الجدول رقم (8) الذي يوضح أسباب عدم رغبة المبحوثين في مشاهدة الأخبار على قنوات البث الفضائي المباشر يتضح إن عدد المبحوثين الذين أختاروا والسبب (لأن فترة تقديمها غير مناسبة) (115) بنسبة (23%) وعدد المبحوثين الذين أختاروا والسبب (لا تقدم صور كافية مقنعة) (108) بنسبة (21,6%) وعدد المبحوثين الذين أختاروا والسبب (لا تقدم معلومات جيدة ومثيرة) (105) بنسبة (21%) وعدد المبحوثين الذين أختاروا والسبب (طريقة تقديمها روتينية ومملة) (120) بنسبة (24%) وأخيراً عدد المبحوثين الذين أختاروا والسبب (الصور التلفزيونية التي تقدمها غير مقنعة) (52) بنسبة (10,4%).

يتضح من هذا كله ان اكبر عدد من المبحوثين أختاروا سبب عدم رغبتهم في مشاهدة الأخبار على قنوات البث الفضائي المباشر هو طريقة تقديمها روتينية ومملة.



جدول رقم (9) دوافع المبحوثين لمتابعة الأخبار المقصودة في قنوات البث الفضائي المباشر

ت	الدوافع	التكرار	النسبة المئوية
1	لمعرفة آخر تطورات الأحداث والمستجدات	126	25 %
2	للتعرف على أخبار وقصص المشاهير الفنانين والسياسيين	105	21 %
3	للترفيه والأمتاع والتسلية	104	23 %
4	من اجل ان يكون لديك رصيد من المعلومات عن آخر الأحداث	111	22,2 %
5	جميع ما ذكر أعلاه	49	8,8 %
6	المجموع	500	100 %

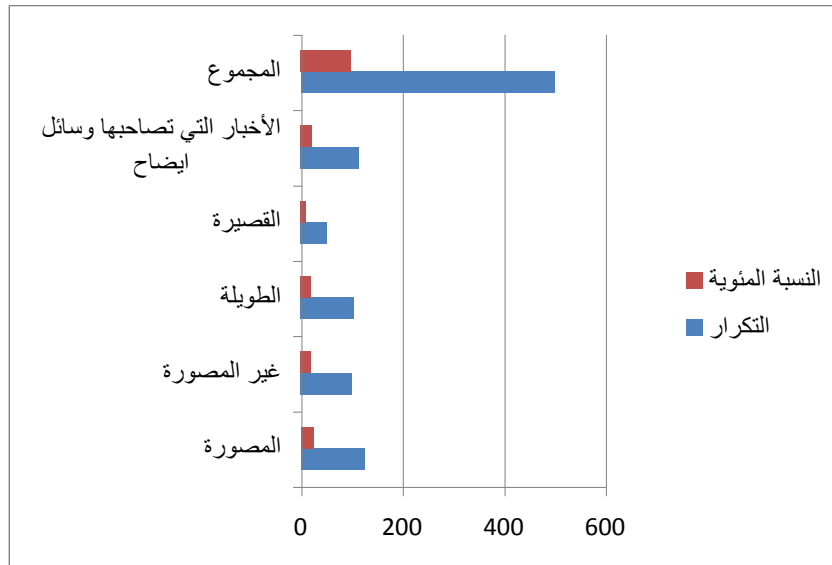


نلاحظ من الجدول رقم (9) الذي يوضح دوافع المبحوثين لمتابعة الأخبار المصورة في قنوات البث الفضائي المباشر لقد كان عدد المبحوثين الذين أختاروا دافع (لمعرفة آخر تطورات الأحداث والمستجدات) (126) بنسبة (25 %) وعدد المبحوثين الذين أختاروا دافع (للتعرف على أخبار وقصص المشاهير والفنانين والسياسيين) (105) مبحوث بنسبة (21 %) وعدد المبحوثين الذين أختاروا دافع (للترفيه والأمتاع والتسلية) (104) مبحوث بنسبة (23 %) وعدد المبحوثين الذين أختاروا دافع (من اجل ان يكون لديك رصيد من المعلومات عن آخر الأحداث) (111)

مبحوث بنسبة (22,2 %) وأخيراً عدد المبحوثين الذين أختاروا جميع الدوافع المذكورة اعلاه (49) مبحوث بنسبة (8,8 %) يتضح من هذا كله انه ربع عدد المبحوثين هو الغالبية الذين اختاروا دافع (لمعرفة آخر تطورات الأحداث والمستجدات).

جدول رقم (10) أنواع الأخبار التلفزيونية المفضلة لدى المبحوثين التي تعرض من خلال قنوات البث الفضائي المباشر

ت	أنواع الأخبار	التكرار	النسبة المئوية
1	المصورة	126	25 %
2	غير المصورة	102	20 %
3	الطويلة	105	21 %
4	القصيرة	52	11 %
5	الأخبار التي تصاحبها وسائل إيضاح	115	23 %
6	المجموع	500	100 %



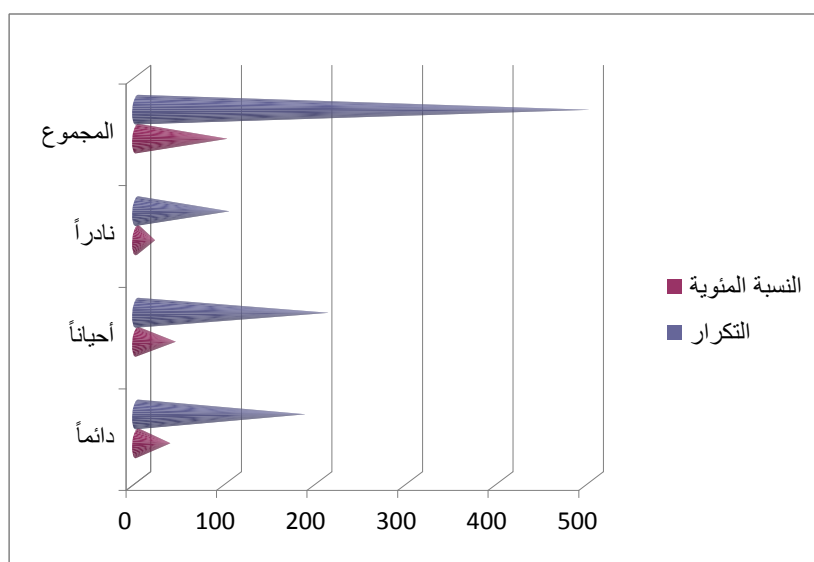
نلاحظ في الجدول رقم (10) الذي يوضح أنواع الأخبار التلفزيونية المفضلة لدى المبحوثين التي تعرض من خلال قنوات البث الفضائي المباشر أتضح إن عدد المبحوثين الذين يفضلون الأخبار المصورة (126) مبحوث بنسبة (25%) وعدد المبحوثين الذين يفضلون الأخبار غير المصورة (102) مبحوث بنسبة (20%) وعدد المبحوثين الذين يفضلون الأخبار الطويلة (105) مبحوث بنسبة (21%) وعدد



المبحوثين الذين يفضلون الأخبار التي تصاحبها وسائل إيضاح (115) مبحوث بنسبة (23%) ويتضح من هذا كله ان غالبية المبحوثين يفضلون الأخبار المصورة.

جدول رقم (11) مدى مشاركة المبحوثين

ت	الإختيارات	التكرار	النسبة المئوية
1	دائماً	186	37 %
2	أحياناً	212	43 %
3	نادراً	102	20 %
4	المجموع	500	100 %



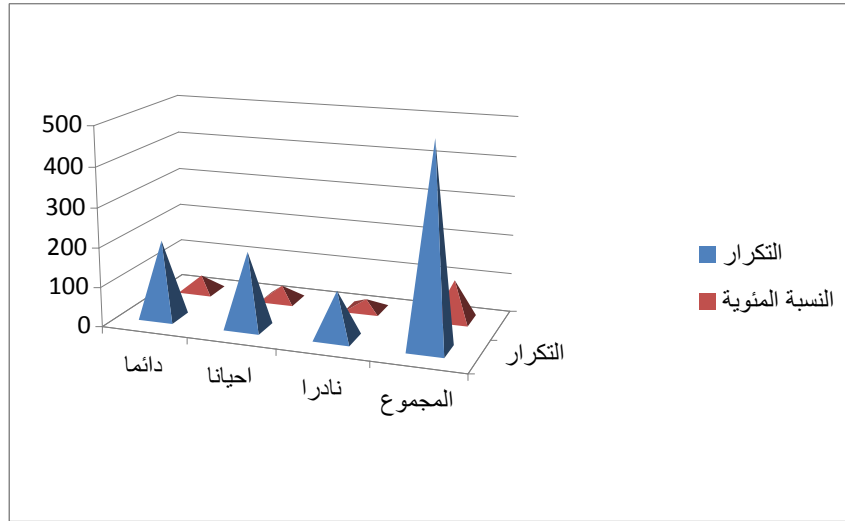
نلاحظ في الجدول رقم (11) الذي يوضح مدى مشاركة المبحوثين لعوائلهم بالنقاش والحديث عن الأخبار التلفزيونية المصورة التي تعرض من على شاشة قنوات البث الفضائي المباشر أتضح ان عدد المبحوثين الذين كان اختيارهم دائماً (186) مبحوث بنسبة (37 %) وعدد المبحوثين الذين كان اختيارهم احياناً (212 %) مبحوث بنسبة (43 %) وأخيراً عدد المبحوثين الذين كان اختيارهم نادراً (102) مبحوث بنسبة (20 %).

ويتضح من هذا كله إن غالبية المبحوثين هم أحياناً ما يشاركون عوائلهم بالنقاش والحديث عن الأخبار التلفزيونية المصورة التي تعرض من على شاشة قنوات البث الفضائي المباشر.

جدول رقم (12) مدى تأثير صورة المذيع التلفزيوني للأخبار في الاستديو على المبحوثين أثناء

متابعتهم لنشرات الأخبار التلفزيونية في قنوات البث الفضائي المباشر

ت	الإختيارات	التكرار	النسبة المئوية
1	دائماً	196	39 %
2	أحياناً	190	36 %
3	نادراً	117	25 %
4	المجموع	500	100 %



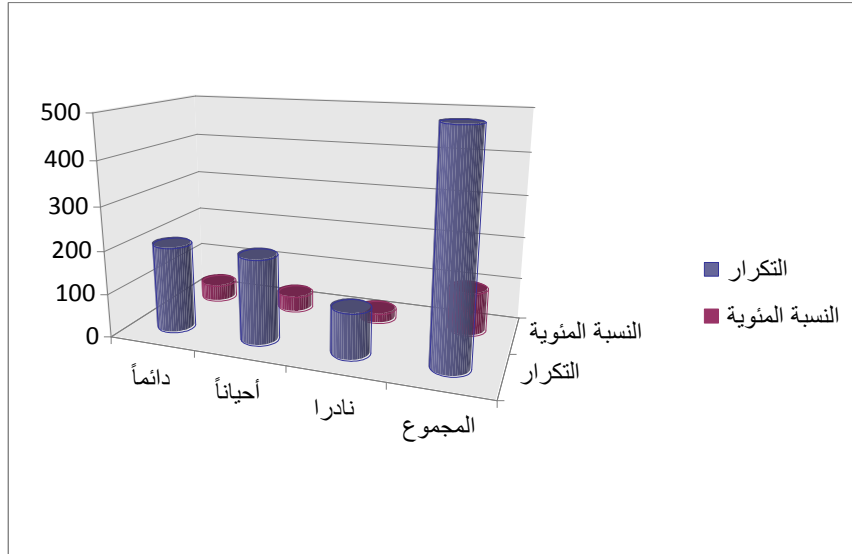
نلاحظ في الجدول رقم (12) الذي يوضح مدى تأثير الصورة والمذيع التلفزيوني للأخبار في الاستوديو على المبحوثين أثناء متابعتهم لنشرات الأخبار التلفزيونية في قنوات البث الفضائي المباشر أتضح أن عدد المبحوثين الذين دائماً يتأثرون (196) مبحوث بنسبة (39 %) وعدد المبحوثين الذين أحياناً يتأثرون (190) مبحوث بنسبة (36 %) وعدد المبحوثين الذين نادراً ما يتأثرون (117) مبحوث بنسبة (25 %).

يتضح من هذا كله أن غالبية المبحوثين هم دائماً يتأثرون بصورة المذيع التلفزيوني للأخبار في الاستوديو أثناء متابعتهم لنشرات الأخبار التلفزيونية في قنوات البث الفضائي المباشر.

جدول رقم (13) مدى تفضيل المبحوثين للأخبار التي يقدمها المراسلين من مسرح الأحداث مباشرة



ت	الإختيارات	التكرار	النسبة المئوية
1	دائماً	200	40 %
2	أحياناً	196	37 %
3	نادراً	104	23 %
4	المجموع	500	100 %

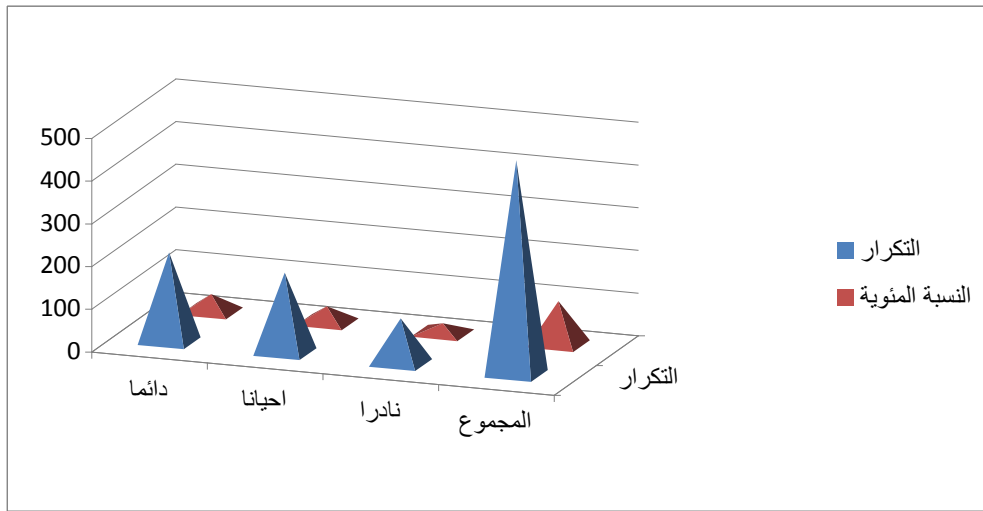


نلاحظ في الجدول رقم (13) الذي يوضح مدى تفضيل المبحوثين للأخبار التي يقدمها المراسلين من مسرح الأحداث مباشرة، لقد كان عدد المبحوثين الذين كان اختيارهم دائماً (200) مبحوث بنسبة (40 %) وعدد المبحوثين الذين كان اختيارهم أحياناً (196) مبحوث بنسبة (37%) وأخيراً كان عدد المبحوثين الذين كان اختيارهم نادراً (104) مبحوث بنسبة (23 %) اتضح من هذا كله إن غالبية المبحوثين هم الذين دائماً يفضلون الأخبار التي يقدمها المراسلين من مسرح الأحداث مباشر.



جدول رقم (14) مدى تركيز المبحوثين على وجود تطابق بين الصورة المعروضة للأحداث المباشرة وتعليق المذيع او المراسل

ت	الإختيارات	التكرار	النسبة المئوية
1	دائماً	208	40 %
2	أحياناً	186	37 %
3	نادراً	104	23 %
4	المجموع	500	100 %

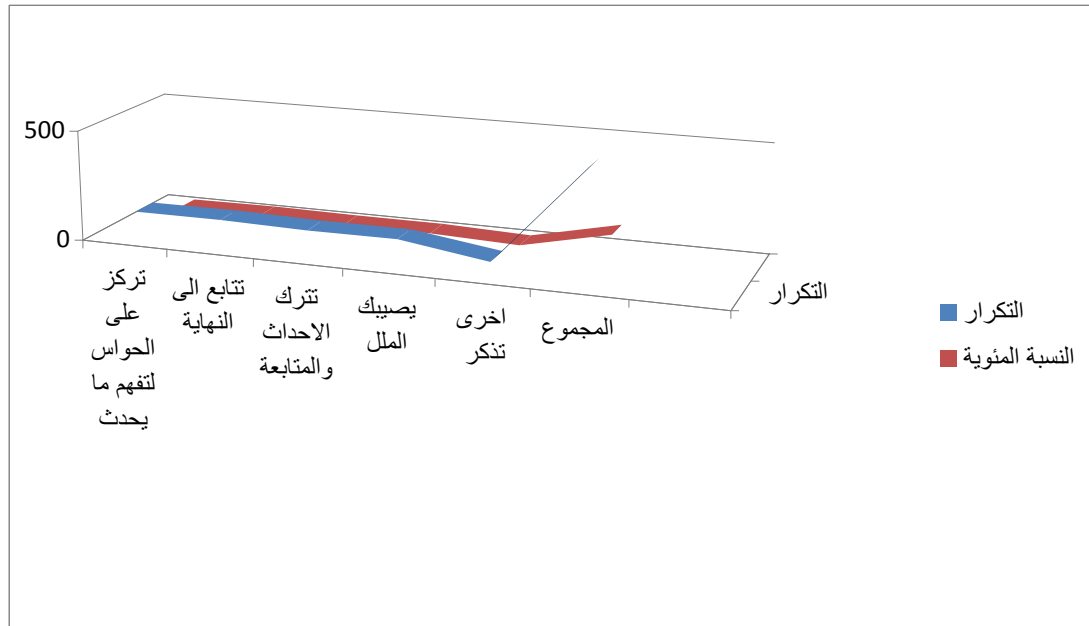


نلاحظ في الجدول رقم (14) الذي يوضح مدى تركيز المبحوثين على وجود تطابق بين الصورة المعروضة للأحداث مباشرة وتعليق المذيع او المراسل لقد كان عدد المبحوثين الذين كان اختياراتهم دائماً (208) مبحوث بنسبة (40 %) وعدد المبحوثين الذين كان اختياراتهم أحياناً (186) مبحوث بنسبة (37 %) وأخيراً عدد المبحوثين الذين كان اختياراتهم نادراً (104) مبحوث بنسبة (23 %).

يتضح من هذا كله إنه غالبية المبحوثين دائماً يركزون على وجود تطابق بين الصورة المعروضة للأحداث المباشرة وتعليق المذيع او المراسل.

جدول رقم (15) ماذا يفعل المبحوثين عند حدوث إختلاف أو تفاوت بين تعليق المذيع او المراسل والصورة المعروضة للمتابعة

ت	الاختيارات	التكرار	النسبة المئوية
1	تركز النظر على الحواس لتفهم ما يحدث	113	21 %
2	تتابع الى النهاية	116	25 %
3	تترك الأحداث والمتابعة	108	22 %
4	يصيبك الملل	110	22,6 %
5	اخرى تذكر	53	9,4 %
6	المجموع	500	100 %

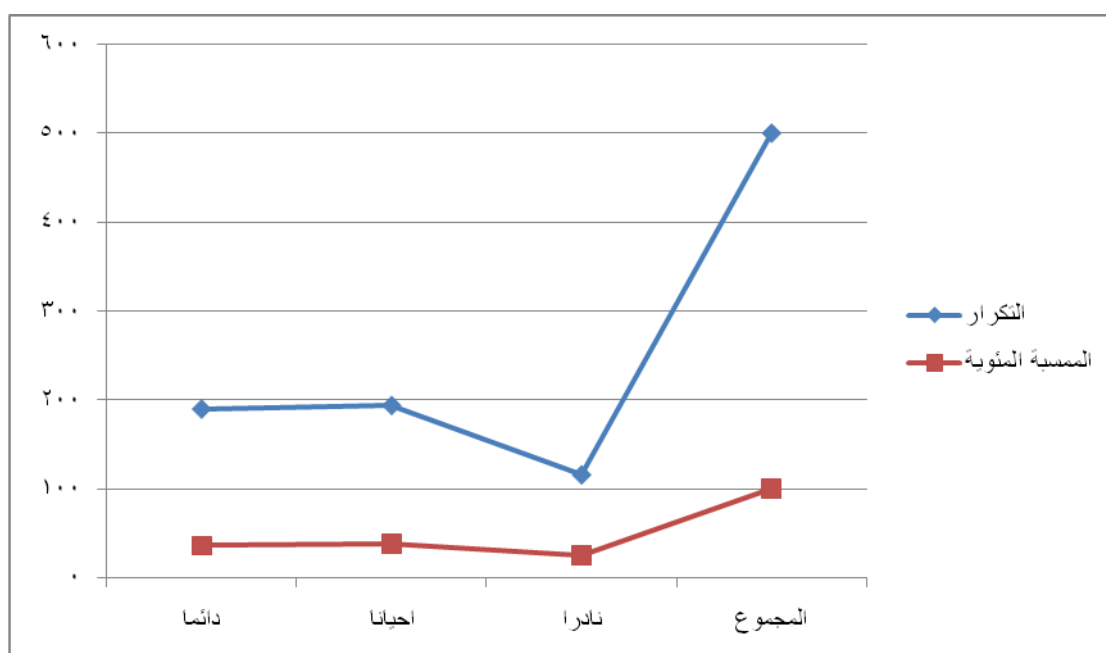


نلاحظ في الجدول رقم (15) الذي يوضح افعال المبحوثين عند حدوث إختلاف او تفاوت بين تعليق المذيع او المراسل والصورة المعروضة للمتابعة فنلاحظ الذين يركزون النظر والحواس لتفهم ما يحدث (113) مبحوث بنسبة (21 %) وعدد المبحوثين الذين يتابعون الى النهاية (116) بنسبة (25 %) وعد المبحوثين الذين يتركون الأحداث والمتابعة (108) مبحوث بنسبة (22 %) وعدد المبحوثين الذين يصيبهم الملل (110) مبحوث بنسبة (22,6 %) وأخيراً عدد المبحوثين الذين تجري عليهم جميع ما ذكر أعلاه (53) مبحوث بنسبة (9,4 %).

ويتضح من هذا كله ان غالبية اختيار المبحوثين هم يتابعون الى النهاية ويركزون النظر والحواس ليفهمون ما يحدث.

جدول رقم (16) مدى المتعة التي تصيب المبحوثين أثناء مشاهدة الأخبار مباشرة بدون نص مقروء كما يحدث في الساعة أول بأول مباشرة

ت	الإختيارات	التكرار	النسبة المئوية
1	دائماً	190	36 %
2	أحياناً	194	38 %
3	نادراً	116	25 %
4	المجموع	500	100 %



نلاحظ في الجدول رقم (16) الذي يوضح مدى المتعة التي تصيب المبحوثين أثناء مشاهدة الأخبار بدون نص مقروء كما يحدث في الساعة أول بأول مباشرة. اتضح ان عدد المبحوثين الذين كن اختيارهم دائماً (190) مبحوث بنسبة (36 %) وعدد المبحوثين الذين كان اختيارهم احياناً (194) مبحوث بنسبة (38 %) وأخيراً عدد المبحوثين الذين كان اختيارهم نادراً (116) مبحوث بنسبة (25 %). ويتضح من هذا كله ان غالبية المبحوثين دائماً و احياناً ما تصيبهم المتعة أثناء مشاهدة الأخبار مباشرة بدون نص مقروء.



الإستنتاجات:

لقد توصلت الدراسة من خلال تحليل البيانات وعرض النتائج الى جملة من الاستنتاجات

وهي:

1. ان عدد الذكور والإناث من المبحوثين متقاربين بشكل ملحوظ وان غالبية المبحوثين تتراوح اعمارهم مما بين 15 - 30.
2. اتضح ان غالبية المبحوثين من حملة الشهادات الجامعة والمعهد وتوضح أيضاً ان غالبية المبحوثين هم من العزاب الغير متزوجين.
3. أوضحت ان غالبية المبحوثين أحيانا ما يتابعون الأخبار التلفزيونية المعروضة مباشرة في قنوات البث الفضائي المباشر.
4. يتضح ان غالبية المبحوثين يخصصون ساعة او ساعتين يومياً لمشاهدة قنوات البث الفضائي المباشر.
5. تبين لنا ان غالبية المبحوثين يعززون عدم رغبتهم في مشاهدة قنوات البث الفضائي المباشر كون طريقة تقديم الأخبار روتينية ومملة.
6. اتضح ان غالبية المبحوثين يتابعون الأخبار المصورة في قنوات البث الفضائي المباشر من اجل دافع معرفة اخر تطورات الأحداث والمستجدات.
7. تبين ان غالبية المبحوثين يفضلون أنواع الاخبار التلفزيونية المصورة التي تعرض من خلال قنوات البث الفضائي المباشر.
8. اتضح لنا ان غالبية المبحوثين هم أحيانا ما يشاركون عائلهم بالنقاش والحديث عن الأخبار التلفزيونية المصورة التي تعرض على شاشة قنوات البث الفضائي المباشر.
9. اتضح ان غالبية المبحوثين هم دائماً يتأثرون بصورة المذيع التلفزيوني للأخبار في الاستوديو عليهم اثناء متابعة النشرات الإخبارية التلفزيونية في قنوات البث الفضائي المباشر.
10. تبين ان غالبية المبحوثين دائماً يفضلون الأخبار التي يقدمها المراسلين من مسرح الأحداث مباشرة.
11. اتضح ان غالبية المبحوثين هم دائماً يركزون على وجود تطابق بين الصورة المعروضة للأحداث المباشرة وتعليق المذيع او المراسل.
12. اتضح ان غالبية المبحوثين يركزون النظر والحواس لتفهم ما يحدث ويتابعون الى النهاية عند حدوث اختلاف او تفاوت بين تعليق المذيع او المراسل مع الصورة المعروضة للمتابعة.



اتضح ان غالبية المبحوثين دائما واحيانا ما تصيبهم المتعة اثناء مشاهدة الأخبار مباشرة بدون نص مقروء كما يحدث في الساحة اول بأول مباشرة.

المصادر والهوامش :

1. Lawrence new man: Social research methods qawlitative and qaunlitative approaches hthd – boston allyu and bacon 2000p. 2h 7.
2. د. محمد معوض، د. بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، مدينة نصر، دار الكتاب الحديث، ط1، 1996، ص190.
3. د. محمد معوض، مدخل الى فنون العمل التلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي، 1986، ص189.
4. د. أبورتيسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة د. اديب خضور، دمشق، المكتبة الإعلامية، ط1، 1990، ص69، 69.
5. موري جرين، أخبار التلفزيون بين التحليل والتنفيذ، ترجمة حمدي قنديل واحمد سعيد، القاهرة، مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، 1973، ص127.
6. نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993، ص97.
7. كارولين، التغطية الاخبارية للتلفزيون، ترجمة محمود شكري، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، ط1، 1993، ص65، 66.
8. الأقمار الصناعية وأغراضها، مجلة تي في دش، العدد73، السنة السابعة، القاهرة، يناير 2002، ط10.
9. جريدة المؤتمر، العدد 588، بغداد 2004/8/1، ص12.
10. د. محمد نجيب الطريرة، أشكال الهيمنة الإتصالية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 14 تونس، إتحاد إذاعات الدول العربية، 1998، ص140.
11. لارز لاندشتاين و (آخرون)، نظرية التلفزيون، ترجمة د. اديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2000، ص48، 49.
12. د. نهوند القادري، قراءة أولية في مشهد التغطية للحرب على العراق، مجلة الإذاعات العربية، تونس، ع1، 2004، ص49.
13. د. عبد الوهاب الرامي، الحرب الإعلامية للتلفزيون، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد الأول، 2004، ص60.
14. احمد صدقي الدجاني وآخرون، أزمة الخليج وتداعياتها على الوطن العربي، ط2، مركز دراسة الوحدة العربية، بيروت، 1997، ص63.



15. سلام خطاب الناصري، الإعلام والسياسة الخارجية الأمريكية دراسة في الاختراق الأعمى الأمريكي للوطن العربي، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 2000، ص56.
16. د. أديب خضور، أزمة إعلام أزمة أنظمة، ص76، 77، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2003.
17. نصر الدين العياضي، كيف نحمي وسائل الإتصال الجماهيري ومن نحمي المجتمع منها، مجلة الإذاعات العربي، 2001، ص8، 9.
18. عبد القادر بن الشيخ، الدراسة الإعلامية زمن الأزمات، مجلة الإذاعات العربية، تونس، ع1، 2004، ص36، 37.
19. د. نسيم الخوري، فنون الإعلام والطاقة الإتصالية، دار المنهل اللبناني للطباعة والنشر، بيروت، 2005، ص293.
20. د. عبد الوهاب الرامي، الحرب الإعلامية والتلفزيون، مجلة الإذاعات العربية، تونس، ع1، 2004، ص58.
21. سلام خطاب الناصري، مصدر سابق، ص20.