



Volume 8, Issue 5, May 2021, p. 220-233

Article Information

Article Type: Research Article

This article was checked by iThenticate.

Article History:

Received

10/04/2021

Received in revised form

28/04/2021

Available online

28/05/2021

IRAQI WOMEN EXPOSURE TO MBC IRAQ SATELLITE CHANNEL PROGRAMS AND THE LIMITS ACHIEVED BY THEM

Hussein Jassim Jaber¹

Abstract

The problem of this research is to study the extent of Iraqi women's exposure to the programs of MBC Al-Iraq satellite channel and the satisfaction obtained from them. According to the foregoing.

The research relied on the sample survey approach with regard to studying the minimum components of the research community and for a specific period of time. A relative stratified (cluster) cadastral random sample was chosen. The sample size was 361 individual females. The research reached a set of results, the most prominent of which are: - (52.6%) of the respondents determined that they always watch the programs of MBC Al-Iraq satellite channel in the first place.

2- (83.1%) of the respondents determined, and in the first place, that the gratifications achieved by the programs of the MBC Iraq satellite channel for them are entertainment and entertainment, and in the second place they got rid of the feeling of loneliness and isolation by (79.2%).

Keywords: Satellite, Channels, Women - Satisfies.

¹Dr., Baghdad University, Iraq, drhussainjasim@comc.uobaghdad.edu.iq

تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة mbc العراق الفضائية وحدود الإشباع

المتحقة عنها

حسين جاسم جابر²

الملخص

تتمثل مشكلة هذا البحث في دراسة مدى تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة MBC العراق الفضائية والإشباع المتحققة منها. وقد اعتمد البحث على منهج المسح بالعينة فيما يتعلق بدراسة الحد الأدنى من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية محددة وتم اختيار عينة عشوائية طبقية نسبية (عنقودية) مساحية وبلغ حجم العينة 361 مفردة من الإناث. وتوصل البحث الى مجموعة من النتائج أبرزها:

1- حددت (52.6%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أنهم دائما يشاهدون برامج قناة MBC العراق الفضائية.

2- حددت (83.1%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أن الإشباع التي تحققت برامج قناة MBC العراق الفضائية لهم هي التسلية والترفيه، وبالمرتبة الثانية تخلصني من الشعور بالوحدة والعزلة بنسبة (79.2%).

الكلمات المفتاحية: القنوات الفضائية، المرأة، الإشباع .

المقدمة:

لقد شهدت الساحة الإعلامية ازدياد كبيرا للقنوات الفضائية نتيجة لثورة الاتصالات وذلك بعد عقود طويلة من احتكار الحكومات العربية للإعلام المرئي والمسموع، ورغم قصر المدة الزمنية استطاعت العديد من هذه القنوات الفضائية جذب اهتمام المشاهد العربي والانتقال به إلى ما تصبو إليه من سياسات إعلامية.

يعتبر التطور التكنولوجي الهائل سمة رئيسية للبيئة الاتصالية في العصر الحديث، حيث أدى هذا التطور انتشار واسع للقنوات الفضائية الإعلامية والاجنبية على حد سواء، وتعد القنوات الفضائية إحدى ثمار استخدام الأقمار الصناعية في مجال الاتصالات، و بفضل ذلك أصبح البث التلفزيوني قادرا على تخطي حواجز المكان والتغلب على العوائق الطبيعية والوصول إلى خارج حدود البلاد الجغرافية ومن ثم مخاطبة جمهور أكبر.

كما تعد القنوات الفضائية من الوسائل الاتصالية المهمة في التأثير على النساء، حيث إن الرسائل المصورة التي يتم بثها عبر الفضائيات إلى كل أنحاء العالم، حاملة الاخبار من مواقع الأحداث والتعليقات المراسلين وتحليلات ومناقشات الخبراء في شتى التخصصات، وبكافة اللغات العالمية تعد جسرا للربط بين مختلف الثقافات عبر أرجاء الكرة الأرضية، لقد أدى هذه الثورة الاتصالية إلى إن يصبح العالم كما ذكر عالم الاتصال الكندي مارشال ماكلوهان "قرية الكترونية صغيرة" (مراد، 2015، ص:5)

² د. ، جامعة بغداد، العراق، drhussainjasim@comc.uobaghdad.edu.iq

أولاً: الإطار المنهجي للبحث

مشكلة البحث

إن علاقة الجمهور بوسائل الإعلام تختلف من شخص إلى آخر؛ إضافة إلى الوسيلة التي يختارها وقد أشارت العديد من الدراسات إلى أهمية التلفزيون في حياة المرأة والأثر الكبير في توجيهه وتكوين أفكار المرأة ومعتقداتها، وحتى طموحات المستقبل، وعلى أسلوب الحياة اليومية الخاصة بها، فالمرأة تمثل أحد أهم مكونات الجمهور، باعتبارها عنصر أساسي وفاعل في الأسرة والمجتمع فهي تفضي معظم وقتها أمام شاشة التلفاز لمتابعة القنوات الفضائية وهذا لتعلقها بها، ولإشباع حاجتها المعرفية من، ومن هنا تتبلور المشكلة في معرفة مدى تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة **MBC** العراق الفضائية والإشباع المتحققة منها تساؤلات البحث:

- ما مدى تعرض المرأة العراقية لقناة **MBC** العراق الفضائية؟
- ما نوعية البرامج التي تفضل المرأة العراقية متابعتها على قناة **MBC** العراق الفضائية؟
- ما أسباب تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة **MBC** العراق الفضائية؟
- ما طبيعية الإشباع التي تحققها هذه البرامج للمرأة العراقية؟

فرضيات البحث:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة **MBC** العراق وبين الإشباع المتحققة منها.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين أسباب تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة **MBC** العراق وبين طبيعية الإشباع التي تحققها هذه البرامج للمرأة العراقية.

أهمية البحث:

- تأتي أهمية الدراسة في أنها تتناول القنوات الفضائية باعتبارها من الظواهر الاتصالية الهامة في مجال الإعلام.
- تكمن أهمية الدراسة في دراستها للمرأة باعتبارها جزء فعال داخل المجتمع واعدادها اعدادا سليما يؤدي إلى صلاحه.
- تسليط الضوء على الإشباع التي تحققها المرأة من تعرضها للقنوات الفضائية وبرامجها المختلفة مما يجعل القنوات الفضائية تهتم بالحاجات الفعلية للمرأة.

أهداف البحث:

- التعرف على مدى تعرض المرأة العراقية لقناة **MBC** العراق الفضائية..
- التعرف على أسباب تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة **MBC** العراق الفضائية.
- التعرف على طبيعية الإشباع التي تحققها هذه البرامج للمرأة العراقية.

منهج البحث:

توظف هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي والذي يمثل جهداً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات، وأوصاف عن الظاهرة الإعلامية في وضعها الآني بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال التخصص وكونه يمثل الطريقة

والأسلوب الأمثل لجمع المعلومات وعرض البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها (حسين، 1999، ص 127) وذلك لمسح عينة من السيدات التي يشاهدن برامج قناة **MBC** العراق الفضائية بهدف التعرف على دوافع مشاهدتهم لها والوقوف على نوعية الإشباع التي تحقق لهم جراء تعرضهم لها.

1. حدود ومجالات البحث

يتخذ البحث مجالات عدة إذ تمثل المجال المكاني للبحث في مدينة بغداد بينما تمثل المجال الزمني للبحث بالمدة الزمنية من بداية شهر أكتوبر 2020 إلى نهاية شهر يناير 2021، وتمثل المجال البشري للبحث على عينة من المرأة العراقية.

2. إجراءات البحث

اتخذ البحث خطوات وإجراءات عدة للوصول إلى النتائج يمكن إجمالها على وفق الآتي:

- مجتمع البحث: يتمثل مجتمع البحث في المرأة في مدينة بغداد والذي يقدر تعدادها حسب بيانات وإحصاءات ومعلومات (الجهاز المركزي للإحصاء / وزارة التخطيط) والذي بلغت ما يقارب 4.665.300 مليون نسمة حسب تقديرات عام 2020.
- عينة البحث: تم اختيار عينة عشوائية طبقية نسبية (عنقودية) مساحية وفق بيانات وإحصاءات مأخوذة من وزارة التخطيط (الجهاز المركزي للإحصاء) مأخوذة وفق معيار (اسم المحافظة، الناحية، المحلة، الرقاق) وبلغ حجم العينة 361 مفردة من الاناث.
- أدوات البحث: اعتمد الباحث في سياق جمع المعلومات عن الظاهرة التي استهدفها البحث عن جملة من الأدوات يمكن إجمالها على وفق الآتي:

- أولاً: الملاحظة العلمية: استخدمها الباحث في إطار الإحساس بالمشكلة بشأن الظاهرة المستهدفة وتسجيل أبرز الملاحظات والمؤشرات عن الظاهرة موضوع البحث بهدف عكسها وصياغتها في أسئلة الاستمارة.

- ثانياً: المقابلة: اعتمد الباحث المقابلة العلمية بهدف توضيح وتفسير بعض الأسئلة للمبحوثات وشرح بعض الإشكاليات التي تعترض عملية ملء الاستمارة لدى المبحوثات.

- ثالثاً: الاستمارة: سعي البحث إلى الكشف عن تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة **MBC** العراق الفضائية وحدود الإشباع المتحققة منها، بهدف الوصول إلى أبرز النتائج في ذلك عن طريق بناء استمارة تستهدف أغلب المؤشرات والملاحظات التي توصل إليها من الملاحظة العلمية فضلاً عن الاستمارة الاستطلاعية الأولية التي وزعها الباحث التي تضمنت (4) أسئلة مفتوحة للتعرف على أبرز المؤشرات والأفكار عن موضوع البحث. وقد تضمنت الاستمارة النهائية (9) سؤالاً بصيغة الأسئلة المغلقة جري معالجتها إحصائياً وفق النظام الإحصائي المتقدم **SPSS**، تكونت من محورين: المحور الأول تمثل بالخصائص الديموغرافية للمبحوثات أما المحور الآخر فقد تمثل بالأسئلة الرئيسية للبحث التي تضمنت محاور عدة المتمثلة ب(ما مدى مشاهدة برامج قناة **MBC** العراق الفضائية؟، ما نوعية البرامج التي تفضل أفراد العينة مشاهدتها؟، ما أسباب مشاهدة برامج قناة **MBC** العراق الفضائية؟، ما الإشباع التي تحققها برامج قناة **MBC** العراق الفضائية لأفراد العينة؟، واختبار فروض البحث).

- رابعاً: المقياس: المقياس الذي قيس على أساسه شدة المبحوثات بشأن بعض المواقف والعبارات التي يتعرضون لها يومياً جراء تعرضهم لبرامج قناة **MBC** العراق الفضائية، وقد تكونت من مقاييس متعددة حسب السؤال مثل مقياس ثلاثي يقوم على فقرات وإجابات).

3. الصدق والثبات

اعتمد الباحث على الصدق الظاهري وهو يعبر عن مدي اتفاق المحكمين الخبراء*على أن المقياس أو الأداة التي يقيس بها الباحث تكون صالحة لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله تلك الأداة لتحقيق أهداف البحث وقد تم عرض الاستمارة على ثلاث خبراء في مجال الاختصاص للحكم على صلاحيتها، إذ أشار المحكمون الذين جرى عليهم عرض الاستمارة إلى صلاحيتها للتطبيق وإنها تقيس بالفعل ما يود الباحث قياسه، عبر إبداء عدد من الملاحظات والآراء المنهجية، وكانت نسبة الاتفاق بشأن تلك الاستمارة (94.92%) وهي نسبة جيدة جداً من الاتفاق.

أما احتساب الثبات فقد استعان الباحث بطريقة التجزئة النصفية للتأكد من وجود درجة عالية من الاتساق الداخلي بهدف الوصول إلى مسألة الاتفاق في النتائج. وتقوم فكرة التجزئة النصفية على أساس قسمة فقرات المقياس إلى نصفين متجانسين ولغرض حساب الثبات على وفق هذه الطريقة تم استخدام جميع استمارات أفراد العينة البالغ عددها (361) للذين يتعرض لقناة MBC العراق الفضائية وتم تقسيم فقرات المقياس البالغ عددها (5) فقرة إلى جزء يضم الفقرات الفردية، وتم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين درجات ا فيبلغ (0.75) وباستخدام معادلة (سبيرمان براون) التصحيحية بلغ معامل الثبات بهذه الطريقة (0.81) وهو معامل ثبات عالي يتسم بالاستقرار.

الدراسات السابقة

▪ دراسة سارة بنت ضويحي العتيبي (2020)

تهدف الدراسة إلى التعرف على طبيعية استخدامات النخب الأكاديمية المثقفة للبرامج الثقافية في القنوات الفضائية العربية، وأنماط تعرضها لتلك البرامج ومدى الإشباع المتحققة من جراء هذا الاستخدام، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، كما اعتمدت الدراسة على منهج المسح، واختارت الباحثة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات للإجابة عن تساؤلات البحث، كما تشكل النخب النسائية المثقفة المنتسبة إلى التعليم العالي من أساتذة الجامعات وكليات الرياض مجتمعاً لهذه الدراسة واختارت الباحثة عينة لتمثل مجتمع الدراسة الكلي بطريقة عشوائية منتظمة، وتم اختيار 300 مفردة من كليات وجامعات الرياض.

توصلت الدراسة الى عدد من النتائج منها:

- أن 45.1% من مجموع أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية العربية أحياناً في حين أجاب 28.8% أنهم غالباً ما يشاهدون القنوات الفضائية العربية.

* المحكمون حسب درجاتهم العلمية وتخصصاتهم:

أ.م.د هادي عبد الله /قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية / كلية الاعلام /جامعة بغداد.

أ.م. د عباس على شلال / قسم العلوم التربوية والنفسية / التقويم والقياس م كلية التربية

أ.م. د عبد الكريم خشن بندر / علم نفس النمو / كلية تربية ابن رشد للعلوم الانسانية / جامعة بغداد

- تبين أن قناة **MBC** قد جاءت في مقدمة القنوات الفضائية العربية المفضلة لدى أفراد العينة، يليها قناة العربية الإخبارية ثم قناة المجد العامة.

- كشفت نتائج الدراسة أن 41.6% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الثقافية دائماً وأجاب 6.2% نادراً ما يشاهدون البرامج الثقافية. (العتيبي، 2020)

■ دراسة ولاء إبراهيم حسان (2020)

تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على اتجاهات المرأة المصرية نحو معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية لقضية ارتفاع الأسعار، ومدى تقييم المرأة المصرية لواقع أداء البرامج الحوارية في التعامل مع قضية ارتفاع الأسعار، وتم توظيف مدخل الاتجاهات في الدراسة، وتتمثل عينة الدراسة في عينة عمدية من الجمهور المصري من السيدات المشاهدات للبرامج الحوارية في مدينتي القاهرة والمنصورة تتراوح أعمارهن من 25 عاماً فما فوق، بلغ قوامها 200 مفردة.

وتوصلت النتائج إلى:

- أن (39%) من العينة يحرصن على متابعة قضية ارتفاع الأسعار من خلال البرامج الحوارية بالفضائيات (إلى حد ما)، وجاء معدل كفاية المعلومات التي تقدمها البرامج الحوارية عن قضية ارتفاع الأسعار من وجهة نظر المبحوثات في (المستوى المنخفض) بنسبة 59.5%،

- تركزت أغلب اتجاهات المبحوثات نحو معالجة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية لقضية ارتفاع الأسعار في (الاتجاه المحايد) بنسبة 64.5%، ثم (الاتجاه السلبي) بنسبة 25.5% (حسان، 2020).

■ دراسة طالب عبد المجيد (2016)

هدفت الدراسة إلى الكشف عن التعرض للقنوات الفضائية العراقية وعلاقته بالمشاركة السياسية للمرأة من خلال دراسة ميدانية على نخبة من التدريسيات لجامعة بغداد للمدة من 4/1 حتى 4/29/2014. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي. وتكونت مجموعة الدراسة من 120 نخبة من التدريسيات في جامعة بغداد للمستويات (مدرس مساعد، مدرس، أستاذ مساعد، أستاذ) في 24 كلية علمية وإنسانية. وتمثلت أدوات الدراسة في تصميم استمارة استبيان لجمع المعلومات، والملاحظة المنظمة، والمقابلة العلمية. وبينت نتائج الدراسة النتائج التالية:

- أن المبحوثات لديهن وعي في مناقشتها للموضوعات السياسية مع الزملاء.

- كما بينت النتائج نجاح القنوات الفضائية العراقية دعم وتفعيل المشاركة السياسية للمرأة من حيث مناقشة الكثير من الموضوعات في البرامج ونشرات الأخبار، بعرض نماذج ناجحة لسيدات لهن دور في المجال السياسي، تنظيم ندوات ومؤتمرات للتوعية على أهمية مشاركة المرأة سياسياً من أجل تعديل الذهنية السائدة في المجتمع. (عبد المجيد، 2016).

■ دراسة مراد دلال (2015)

تناولت الدراسة موضوع استخدام المرأة للقنوات الإعلامية والإشباع المحققة منها بهدف الإجابة عن مجموعة من تساؤلات للوصول إلى معرفة احتياجات المرأة لبرامج قنوات الإعلامية كما سعت إلى معرفة حجم وأنماط تعرض المرأة لها ودوافع استخدامها لهذه القنوات والعوامل المؤثرة في ذلك، وقد استعانت الباحثة في هذه الدراسة بمنهج المسح بنظام العينة، حيث استخدم الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة في 200 مفردة مأخوذة من مدينة الوادي.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها:

- إن 61.0% من مفردات المجتمع يشاهدون القنوات الإعلامية بصفة دائمة.
- إن سبب الحرص على مشاهدة القنوات الإعلامية من طرف المرأة هو الترويج عن النفس وكان بنسبة 46.0%.
- احتلت قنوات **MBC** المرتبة الاولى للقنوات المفضلة لدى المرأة بنسبة 16.9% ثم قناة سميرة بنسبة 13.5%.
- إن أهم إشباع تحققه القنوات الإعلامية للمرأة هو معرفة ما يدور حولها من أحداث بنسبة 33.4% (دلال، 2013).

الإطار النظري للبحث

■ القنوات الفضائية:

هي المحطات التي تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لدولة الإرسال حيث يمكن استقباله في دول عبر أجهزة خاصة بالاستقبال والتقاط الاشارات الوافدة من القمر الصناعي ويمكن التقاط بثها التلفزيوني في مناطق عديدة عبر أجهزة الاستقبال والاطباق الاقطة. (السيد، 2005، ص 37).

■ المرأة:

هي انثى الانسان البالغة، كما إن الرجل هو ذكر الإنسان البالغ وتستخدم كلمة امرأة لتمييز الفرق الحيوي (البيولوجي) بين افراد الجنسين أو تمييز الدور الاجتماعي بين المرأة والرجل في الثقافات المختلفة. (التميمي، 2009، ص 8)

■ الإشباع:

الإشباع هو إرضاء رغبة، أو بلوغ هدف، أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضا على الحال التي يتم فيها ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر، إن تراكم التنبيه يحدث إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأنه لذة (فتيحة، 2012، ص: 12).

نظريات البحث:

1) نظرية الاستخدامات والإشباع **USES AND GRATIFICATION**:

أ. الخلفية المعرفية للنظرية:

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الثلاثينيات والأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير، ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها للوسائل، ومضمون مفضل من وسائل الإعلام (مكاوي، السيد، 2003، ص: 239)

ب. فروض مدخل الاستخدامات والإشباع:

يلخص (كاتز) وزملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط التالية:

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات، واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها.
- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه لوسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته، وحاجاته، ودوافعه وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.
- الإحكام حول العلاقة بين حاجات الجمهور، واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة (العدلي، 2003، ص: 129)

الدراسة الميدانية:

جدول (1) يوضح السمات الشخصية

		السمات الشخصية		
		ك	%	
	النوع	361	100.0	إناث
مدى مشاهدة برامج MBC العراق الفضائية مدى برامج قناة العراق جاءت على وفق (دائماً)	العينة حسب متغير المستويات العمرية	113	31.3	من (18-35) عاما
		148	41.0	من (36-50) عاما
		100	27.7	من 50 عاما فأكثر
		88	24.4	شهادة البكالوريوس
		103	28.5	شهادة الدبلوم (معهد)
		90	24.9	شهادة متوسطة
		80	22.2	لا يقرأ ولا يكتب
بهدف مشاهدة MBC الفضائية النتائج الآتي:- أ- بنسبة	المستوى الاقتصادي والاجتماعي	96	26.6	منخفض
		179	49.6	متوسط
		86	23.8	مرتفع
		الإجمالي = 361		

52.6%: حددت (190) منالمبحوثات ونسبتهم(52.6%) أنهم دائماً يشاهدون برامج قناة MBC العراق الفضائية، وبذلك

احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي.... للمزيد(ينظر جدول رقم 2).

يتبين مما سبق أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يفضلون مشاهدة برامج قنوات **MBC** العراق مما يدل على أنها تقدم باقة متنوعة من البرامج المختلفة والتي تعبر عن المرأة العربية بشكل عام والعراقية بشكل خاص، فتحاول القناة تقديم أشكال مختلفة من البرامج حتى تستفيد من المرأة في حياتها اليومية.

جدول رقم(2) يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى مشاهدة برامج قناة **MBC** العراق الفضائية

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
دائما	190	52.6
أحيانا	102	28.3
نادرا	69	19.1
المجموع	361	100%

1- نوعية البرامج التي تفضل أفراد العينة مشاهدتها:

في هذا السياق جرى طرح تساؤل(ما نوعية البرامج التي تفضل أفراد العينة مشاهدتها؟)، جاءت النتائج على وفق الآتي:
 المنوعة بنسبة(94.7%): حددت (342) من المبحوثات ونسبتهم(94.7%) أنالبرامج الترفيهية هي أكثر نوعية البرامج التي يفضلون مشاهدتها، في حين أكد (315) منالمبحوثات ونسبتهم (87.3%) يفضلون مشاهدة البرامج الموسيقية عبر قناة **MBC** العراق الفضائية، وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب وكما في الجدول أدناه، للمزيد(ينظر الجدول رقم 3).
 يتبين مما سبق إن أفراد العينة يفضلون البرامج الترفيهية التي تعرضها القناة من اجل الاستمتاع وتمضية وقت الفراغ والخروج من هموم الحياة وضغطها ريثما يستعيد القدرة على مواجهتها.

جدول رقم(3) يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوعية البرامج التي تفضل أفراد العينة مشاهدتها(ن=361)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
سياسية	260	72.0
اجتماعية	286	79.2
المنوعة	342	94.7
الموسيقية	315	87.3
الدينية	210	58.2

الطبخ	330	91.4
-------	-----	------

1- اسباب مشاهدة برامج قناة **MBC** العراق الفضائية: في هذا السياق جرى طرح تساؤل (ما اسباب مشاهدة برامج قناة **MBC** العراق الفضائية؟)، جاءت النتائج على وفق الآتي:

أ- البرامج مسلية وترفيهية أكثر بنسبة (33.8%) : حددت (122) من المبحوثات ونسبتهم (33.8%) أن البرامج مسلية وترفيهية أكثر هو سبب مشاهدتهم برامج قناة **MBC** العراق الفضائية ، في حين أكد (109) المبحوثات ونسبتهم (30.2%) أن لأنها تتناول قضايا المرأة هو سبب مشاهدتهم برامج قناة **MBC** العراق الفضائية، وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب وكما في الجدول أدناه، للمزيد (ينظر الجدول رقم 4)

يتبين مما سبق إن افراد العينة يفضلون برامج القناة لأنها مسلية وترفيهية أكثر فهي تقدم برامج ترفيهيه مسلية للجمهور كما توفر ما تتطلبه تلك البرامج من إمكانات خاصّة، وكفاءات معيّنّة، ونفقات ماليّة.

جدول رقم(4) يوضح توزيع أفراد العينة حسب اسباب مشاهدة برامج قناة **MBC** العراق الفضائية

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
لأنها تتناول قضايا المرأة	109	30.2
البرامج مسلية وترفيهية أكثر	122	33.8
تحتوي معلومات احتاجها في حياتي اليومية	76	21.1
برامجها ذات طابع محلي أكثر	54	15.0
المجموع	361	%100

1- الاحتياجات التي تعتمد برامج قناة **MBC** العراق الفضائية على تلبيتها: في هذا السياق جرى طرح تساؤل (ما الاحتياجات التي تعتمد برامج قناة **MBC** العراق الفضائية على تلبيتها؟)، جاءت النتائج على وفق الآتي:

أ- معرفة الموضة بنسبة (24.9%) : حددت (90) من المبحوثات ونسبتهم (24.9%) أن معرفة الموضة هي أكثر الاحتياجات التي تعتمد برامج قناة **MBC** العراق الفضائية على تلبيتها، في حين أكد (80) من المبحوثات ونسبتهم (22.2%) أن أكثر الاحتياجات التي تعتمد برامج قناة **MBC** العراق الفضائية على تلبيتها هي القضايا والمشكلات الاجتماعية، وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب وكما في الجدول أدناه، للمزيد (ينظر الجدول رقم 5).

يتبين مما سبق إن أكثر الاحتياجات التي تلببها القناة للمرأة العراقية هي معرفة الموضة لعرض آخر صيحات الموضة من اللبس وقصات الشعر وعروض الازياء المختلفة العربية والعالمية.

جدول رقم(5) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الاحتياجات التي تعتمد برامج قناة **MBC** العراق الفضائية على تلببها

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
القضايا والمشكلات الاجتماعية	80	22.2
تربية الأطفال	40	11.1
معرفة الموضة	90	24.9
التوعية الأسرية	58	16.1
التوعية السياسية	43	11.9
مشاكل صحية ونفسية	50	13.9
المجموع	361	100%

1- الإشباع التي تحققها برامج قناة **MBC** العراق الفضائية لأفراد العينة:

في هذا السياق جرى طرح تساؤل(ماالإشباع التي تحققها برامج قناة **MBC** العراق الفضائية لأفراد العينة ؟)، جاءت النتائج على وفق الآتي:

أ- شعري بالتسلية والترفيه بنسبة(83.1%): حددت (300) من المبحوثات ونسبتهم(83.1%) أن الإشباع التي تحققها برامج قناة **MBC** العراق الفضائية لهم هي التسلية والترفيه، في حين أكد (286) المبحوثات ونسبتهم (79.2%) أن الإشباع التي تحققها برامج قناة **MBC** العراق الفضائية لهم هي تخلصني من الشعور بالوحدة والعزلة، وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب وكما في الجدول أدناه، للمزيد(ينظر الجدول رقم 6).

يتبين مما سبق إن الإشباع التي تحققها برامج قناة **MBC** العراق الفضائية لأفراد العينة هي التسلية والترفيه حيث أن أكثر البرامج يغلب عليها التيار الترفيهي وتعمل عن عمد على جذب المرأة، فالترفيه والتسلية جزء مهم في الحياة وتعبير ذاتي خالص يحتاجه الفرد ليستعد قلباً عن التفكير في اللحظات الأخرى.

جدول رقم(6) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباع التي تحققها برامج قناة **MBC** العراق الفضائية لأفراد العينة(ن=361)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
معرفة ما يدور حولنا من أحداث	102	28.3
تحفف من شعوري بالإحساس بالتوتر	269	74.5
تساعدني على الاستفادة من تجارب الآخرين	219	60.7
الافتتاح على ثقافات لمجتمعات أخرى	206	57.1

73.4	265	ايجاد موضوعات للحديث مع الآخرين
83.1	300	تشعري بالتسلية والترفيه
79.2	286	تخلصني من الشعور بالوحدة والعزلة

1- مدى استطاعة أفراد العينة الاستغناء عن مشاهدة قناة **MBC** العراق الفضائية: بمعدل معرفة مدى استطاعة أفراد العينة الاستغناء عن مشاهدة قناة **MBC** العراق الفضائية جري طرح تساؤل(مامدى استطاعة أفراد العينة الاستغناء عن مشاهدة قناة **MBC** العراق الفضائية) جاءت النتائج بهذا الشأن على وفق الآتي:-
 أ- أكد (245) المبحوثات ونسبتهم(67.9%) أنهم لا يستطيعون الاستغناء عن مشاهدة قناة **MBC** العراق الفضائية، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى.... للمزيد(ينظر الجدول رقم 7).
 يتبين مما سبق إن أفراد العينة لا يستطيعون الاستغناء عن مشاهدة قناة **MBC** العراق الفضائية لأنها تحمل مواد إعلامية ذات فائدة كبيرة للمرأة بجانب نقل الإخبار الهامة السياسية والاجتماعية من قلب الحدث وبأقصى سرعه الى جانب ما تعرضه القناة من دراما هادفة.

جدول رقم(7) يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى استطاعة أفراد العينة الاستغناء عن مشاهدة قناة **MBC** العراق الفضائية

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	116	32.1
لا	245	67.9
المجموع	361	100%

نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول:

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين كثافة تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة **MBC** العراقيين الإشباع المتحققة منها

مستوى المعنوية	قيمة (ت) المحسوبة	كثافة تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة MBC العراق			
		ع	م	ع	م
0.01	26.265	0.148	1.30	0.166	2.26
دالة					

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة **MBC** العراقيين الإشباع المتحققة منها حيث أن قيمة $t = 26.265$ وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01. وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الأول بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة **MBC** العراق وبين الإشباع المتحققة منها.

الفرض الثاني:

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين أسباب تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة **MBC** العراق وبين طبيعية الإشباع التي تحققها هذه البرامج للمرأة العراقية

مستوى المعنوية	قيمة (ت) المحسوبة	طبيعية الإشباع التي تحققها هذه البرامج للمرأة العراقية		أسباب تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة MBC العراق	
		ع	م	ع	م
0.01	28.654	0.122	1.97	0.163	1.69
دالة					

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أسباب تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة **MBC** العراق وبين طبيعية الإشباع التي تحققها هذه البرامج للمرأة العراقية حيث أن قيمة ت = 28.654 وهي دالة احصائية عند مستوى معنوية 0.01.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثاني بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين أسباب تعرض المرأة العراقية لبرامج قناة **MBC** العراق وبين طبيعية الإشباع التي تحققها هذه البرامج للمرأة العراقية.

نتائج الدراسة

1. حددت (52.6%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أنهم دائما يشاهدون برامج قناة **MBC** العراق الفضائية.
2. حددت (94.7%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أن البرامج الترفيهية هي أكثر نوعية البرامج التي يفضلون مشاهدتها عبر قناة **MBC** العراق الفضائية، وبالمرتبة الثانية مشاهدة البرامج الموسيقية بنسبة (87.3%).
3. حددت (33.8%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أن البرامج مسلية وترفيهية أكثر هو سبب مشاهدتهم برامج قناة **MBC** العراق الفضائية وبالمرتبة الثانية أن لأنها تتناول قضايا المرأة بنسبة (30.2%).
4. حددت (24.9%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أن معرفة الموضة هي أكثر الاحتياجات التي تعتمد برامج قناة **MBC** العراق الفضائية على تلبيتها، وفي المرتبة الثانية القضايا والمشكلات الاجتماعية بنسبة (22.2%).
5. حددت (83.1%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أن الإشباع التي تحققها برامج قناة **MBC** العراق الفضائية لهم هي التسلية والترفيه، وبالمرتبة الثانية تخلصني من الشعور بالوحدة والعزلة بنسبة (79.2%).
6. حددت (67.9%) من المبحوثات وبالمرتبة الأولى أنهم لا يستطيعون الاستغناء عن مشاهدة قناة **MBC** العراق الفضائية.
7. تحقق جميع الفروق التي وضعها الباحث والتي تشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد من متغيرات الدراسة.

المصادر:

- التميمي، جنان، (2009)، " مفهوم المرأة بين نص التنزيل وتأويل المفسرين"، شبكة اللغوية العربية.
- حسان، ولاء (2020) "اتجاهات المرأة المصرية نحو معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية لقضية ارتفاع الأسعار، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، مجلة البحوث الإعلامية.
- حسين، سمير (1999)، بحوث الإعلام، ط1 (القاهرة- عالم الكتب).

- دلال، مراد(2013). استخدام المرأة للقنوات الفضائية الإعلامية والإشباع المحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.
- السيد، هناء(2005)، الفضائيات وقادة الرأي، ط1، مصر، العربي للنشر.
- عبد المجيد، طالب(2016)"التعرض للقنوات الفضائية العراقية بالمشاركة السياسية للمرأة: دراسة ميدانية على نخبة من التدريسيات لجامعة بغداد للمدة من 1 / 4 لغاية 29 / 4 / 2014"، جامعة ذي قار، كلية الآداب، العراق.
- العتيبي، سارة(2020)، استخدامات النخب النسائية للبرامج الثقافية في القنوات الفضائية العربية ومدى الإشباع المتحققة، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جمعية كليات الإعلام العربية.
- العدلي، مرزوق،(2004)، الإعلانات الصحفية "دراسة في الاستخدامات والإشباع"، ط 1، دار الفجر، القاهرة
- فتيحة، كمال(2012)، "الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير رسالة ماجستير غير منشورة، في علوم الاتصال فرع الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديث، جامعة باته.
- مراد، دلال(2015) استخدام المرأة للقنوات الفضائية الإعلامية والإشباع المحققة منها، جامعة حمة لخضر الوادي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.
- مكاوي، حسن /السيد، ليلي(2003)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط3، الدار المصرية اللبنانية.