

التعرض للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية وتأثيره على الحالة المزاجية العامة للجمهور

د محسن جلوب الكناني (*)

د جهاد كاظم العكيلي (**)

المقدمة

تعد الحالة المزاجية من العوامل المهمة التي تبنى عليها أساليب السلوك، إذ أشارت بعض الدراسات الى دور معرفة المزاج العام للجمهور في الكشف عن سلوكياته وتقويم الخاطئ منها، وهناك العديد من العوامل التي تلعب دوراً مؤثراً في بناء وإدارة الحالة المزاجية للجمهور، ومن بين هذه العوامل المضامين الإعلامية التي تبث بشكل يومي من مختلف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، عل أهمها القنوات التلفزيونية الفضائية، إذ إن التعرض لنوعيات معينة من المعالجات والمضامين التي تقدمها قد تؤدي إلى بناء وتشكيل تقييمات أو اتجاهات إما إيجابية أو سلبية لديهم، وتؤثر بدرجة رئيسية على المزاج العام السائد فيما بينهم في النهاية، وبما أن المزاج العام يعتبر مزيجاً معقداً من العمليات الشعورية والمعرفية والحالة النفسية ورد الفعل السلوكي لأفراد المجتمع، فقد تدفع الحالة المزاجية العامة للجمهور إلى التعرض لقضايا ومضامين إعلامية بعينها، أو قد يؤدي التعرض المكثف للمضامين السلبية إلى التأثير سلباً في المزاج العام، وتعد هذه الدراسة حديثة على المجتمع العراقي، لذا جاء هذا البحث لدراسة تعرض الجمهور العراقي للإخبار السلبية من خلال رصد كثافة تعرضهم لها، وطبيعة ونمط وغايات هذا التعرض وعلاقته بالحالة المزاجية لديهم في ضوء نظرية إدارة الحالة المزاجية التي تقوم على أساس أن الأفراد يكون لديهم الدافع لتنظيم حياتهم بطريقة تزيد من شعورهم بالسعادة وتقلل من الإحساس بالإحباط لديه، وقد يتم هذا التنظيم دون وعي أو قصد منهم.

أهمية البحث

تأتي أهمية هذا البحث من كونه

1- يعد الأول في دراسة الحالة المزاجية للجمهور العراقي، نتيجة تعرضهم للمضامين الإعلامية السلبية التي تبثها القنوات التلفزيونية الفضائية.

* أستاذ مساعد بقسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية بكلية الإعلام - جامعة بغداد، العراق.

** أستاذ مساعد بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة بغداد، العراق.

٢- هناك قيمة أخرى متمثلة بمزاوجة الإعلام مع علم النفس من خلال استخدامه لمدخل إدارة الحالة المزاجية.

٣- استخدامه وتعديله لمقياس (برونل) لأول مرة في الدراسات الإعلامية.

٤- إضافته العلمية في مجال علم النفس الإعلامي، الذي يعد من التوجهات العلمية الحديثة في الدراسات الإعلامية.

مشكلة البحث

تعد الحالة المزاجية من العوامل المهمة التي تبنى عليها أساليب السلوك، إذ أشارت بعض الدراسات الى دور معرفة المزاج العام للجمهور في الكشف عن سلوكياته وتقويم الخاطئ منها، وهناك العديد من العوامل التي تلعب دوراً مؤثراً في بناء وإدارة الحالة المزاجية للجمهور، ومن بين هذه العوامل المضامين الإعلامية التي تبيت بشكل يومي من مختلف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، عل أهمها القنوات التلفزيونية الفضائية، لذا جاء هذا البحث لمعالجة مشكلة تم تشخيصها من قبل الباحث تمثلت بعدم وجود دراسة إعلامية عراقية تناولت موضوع المزاج والحالة المزاجية وإمكانية تأثرهما بالمضامين الإعلامية السلبية التي تبيتها وسائل الإعلام المختلفة ومنها القنوات التلفزيونية الفضائية التي تعد الأكثر متابعة من قبل الجمهور العراقي بحسب الدراسات العراقية العديدة في مجال الإعلام المرئي، وتمحورت مشكلة هذا البحث في تساؤل وضعه الباحث محاولاً الأجابة عليه (ما إنعكاس تعرض الجمهور للإخبار السلبية التي تبيتها القنوات التلفزيونية الفضائية على مزاجه العام؟).

أهداف البحث

- ١- تعديل مقياس (برونل) للمزاج العام ليتلاءم مع الدراسات الإعلامية.
- ٢- رصد نمط وكثافة ودوافع تعرض الجمهور العراقي للقنوات الفضائية التلفزيونية.
- ٣- التعرف على أنعكاس تعرض الجمهور العراقي للإخبار السلبية التي تبيتها القنوات التلفزيونية الفضائية على مزاجه العام.

فروض البحث

- ١- هناك علاقة ذات دالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للمبحوث (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الحالة الاقتصادية، المهنة) وتأثر حالته المزاجية العامة عند تعرضه للإخبار السلبية التي تبيتها القنوات التلفزيونية الفضائية.

٢- هناك علاقة ذات دالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوث للإخبار السلبية التي تبثها القنوات التلفزيونية وتأثر حالته المزاجية العامة.

منهج البحث

يعد هذا البحث من البحوث الارتباطية السببية وهي البحوث التي تدرس العلاقة الارتباطية بين متغيرات البحث ويستخدم المنهج المسحي التحليلي.

مجتمع وعينة البحث

اقتصرت حدود المجال المكاني لهذا البحث على جمهور مدينة بغداد لما تميز به من خصائص تمكن الباحث من التوصل إلى استنتاجات يمكن تعميمها على مجالات أوسع و من بين أهم هذه الخصائص أنها تضم أكبر عدد من السكان على اختلاف تحضرهم فضلاً عن تنوع العوامل الديموغرافية بشكل واضح، وشمل مجتمع البحث جمهوراً، من الذين بلغوا السن (٢٣) سنة فما فوق، يتعرضون للقنوات التلفزيونية الفضائية، خلال المدة من (٢٠١٨/١/١) إلى (٢٠١٨/١٠/١)، وهي مدة شهدت العديد من الإخبار السلبية التي بثتها القنوات التلفزيونية الفضائية بخصوص الشأن العراقي، وقد بلغ حجم العينة (٤٠٠) مفردة موزعة بشكل عمدي متساوي تقريباً على جميع المتغيرات الديموغرافية، وتم الاعتماد على المعادلة الآتية في تحديد حجم العينة:

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2} * P(1 - P) * DEFF}{E^2}$$

إذ إن:

١,٩٦	قيمة مستوى الثقة (95% C.L)	Z
٠,٥٠	احتمال اختيار الفرد ضمن الأسرة	P
٠,٠٦	الخطأ المطلق كحد افتراضي مقبول	E
١,٧	تأثير تصميم العينة	DEFF

ادوات جمع البيانات

قام الباحث باستخدام مقياس (برونل) لقياس المزاج العام بعد إجراء بعض التعديلات عليه، إذ قام الباحث بالاعتماد على الأهداف التي رسمها والاستفادة من متابعة نشرات الإخبار التي تخص الشأن العراقي في القنوات الفضائية، كذلك الاستفادة من خبرات العديد من الافراد خارج نطاق العينة في تصميم بعض فقرات

المقياس، منهم متخصصون في الإعلام وعلم النفس خارج نطاق لجنة الخبراء وداخلها، قام الباحث بتجميع فقرات المقياس من خلال استبيان استطلاعي أولي على (١٠%) من حجم العينة طرح عليهم مجموعة من الاسئلة، وبعد فرز نتائج الاستبيان الأولي خلص الباحث الى العديد من الإجابات إذ إرجع الاجابات الى مجالاتها المستندة الى مقياس (برونل).

اختبار صدق الأداة

في هذه الدراسة تحقق الباحث من صدق أدواته، بطريقتي الصدق الظاهري وصدق البناء، فالأول قد تحقق عن طريق عرض الاستمارة على عدد من الخبراء^(*)، لتحكيم الاستمارة والتحقق من صحتها وصدقها وتعديلها على وفق ما أفاد به الخبراء من ملاحظات، والطريقة الثانية هي بالتحقق من صدق البناء عبر الاختبار التائي لمجموعتين متطرفتين ويتم ذلك بإيجاد معامل التمييز للمفردات الاختبارية.

اختبار ثبات الأداة

تم حساب الثبات بطريقتين، معامل الفا كرونباخ: بعد استخدام معادلة ألفا كرونباخ بلغ ثبات المقياس (٠,٩٦٢) وبهذا المعدل يعد المقياس متسقاً داخلياً، وطريقة التجزئة النصفية: تم تقسيم فقرات المقياس إلى نصفين، لاستخراج معامل ارتباط بيرسون بين درجات النصفين الذي بلغ (٠,٨٤٢) وباستخدام معادلة سييرمان براون التصحيحية بلغ معامل الثبات (٠,٩١٤) مما يدل على ثبات المقياس.

أولاً : مفهوم المزاج

يعرف المزاج في علم النفس على أنه مفهوماً افتراضياً كبقية المفاهيم النفسية، فهو خاصية تحدد دينامية الأداء وسلوكه، إذ لانستطيع ملاحظته مباشرة، ولكن تظهر

(*) أسماء الخبراء والمحكمين حسب اللقب العلمي والاختصاص الدقيق:

١. د فريد صالح فياض، جامعة تكريت، كلية الآداب، قسم الاعلام.
٢. د عبد النبي خزعل، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.
٣. د وسام فاضل راضي، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.
٤. د حسين رشيد ياسين، جامعة بغداد، كلية الإعلام، الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.
٥. د رعد حمزة جاسم، جامعة بغداد، كلية الإعلام، الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.
٦. د طالب عبد المجيد علاوي، جامعة بغداد، كلية الإعلام، الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.
٧. د عادل عبد الرزاق، جامعة بغداد، كلية الإعلام، الصحافة الإذاعية والتلفزيونية.

أثاره في السلوكيات الأنفعالية والاجتماعية، ويستدل كذلك على المزاج من خلال نشاط الفرد وأنفعاله، إذ يلاحظ أختلاف الأفراد في درجة أدائهم أنفعالاتهم في الموقف الواحد. (الريماوي، ٢٠٠٣)

ثانياً : الحالة المزاجية

تعرف الحالة المزاجية بأنها حالة أنفعالية معتدلة نسبياً، تنتاب الشخص مدة من الزمن، أو تعاوده بين الحين والآخر، قد تظهر على شكل فرح أو أكتئاب أو هدوء أو أمتياح، فإذا تم تم أستتارة الفرد أثناء ظهورها، غالباً ما يكون رد الفعل عنيفاً، كذلك تعمل على جذب الأفكار المنسجمة معها، فمثلاً حين تسمع خبراً سلبياً قد تشعر بالحزن، وهذا أنفعال عابر، فإذا لازمك الحزن وأستمر يوماً أو أيام، سمي أسى، وهو حالة مزاجية. (يونس، ٢٠٠٧)

ثالثاً : نظرية إدارة الحالة المزاجية

إن فكرة انتقاء مضمون وسائل الإعلام لتحسين الحالة المزاجية لأفراد المجتمع تم تقديمها من قبل كل من زيلمان وبراينت عام ١٩٨٤، وكان يشار إلى النظرية في البداية باسم نظرية التأثير المعتمد على ترتيب الدوافع، ولكنها لاحقاً اكتسبت مزيداً من الأهمية، وتم إجراء عديد من التطبيقات البحثية لها تحت مسمى نظرية إدارة المزاج. (Knobloch, S. 2006)

يمكن تعقب جذور نظرية إدارة المزاج من خلال الأدبيات التي طرحها ليون فستنجر عام ١٩٥٧، حيث لاحظ فستنجر أن الإنسان يحاول دائماً أن يقيم انسجاماً داخلياً بين المدركات (الاتجاهات، والمعتقدات، والمعارف حول نفسه والبيئة التي يعيش فيها) وعندما يكون لدى الشخص مدركات غير متوافقة مع البيئة المحيطة تحدث عملية التنافر، ويقبل هذا التنافر تدريجياً من خلال التعرض الانتقائي لوسائل الإعلام، وعلى هذا الأساس اقترح زيلمان وزملاؤه نظرية إدارة المزاج التي تحاول التعامل بشكل موسع مع اختيارات متعددة للمتلقى الذي يتعرض لرسائل وسائل الإعلام سواء أكانت هذه الرسائل إخبارية، وثائقية، أفلام ودراما، والموسيقى والرياضة، أي أنها تتعامل مع جميع الحالات المزاجية العامة. (Zillmann, D. 1988)

وفقاً لفرضيات هذه النظرية فإن الأفراد لديهم دوافع للمتعة ولديهم دوافع أيضاً لتجنب الألم، وعلى هذا الأساس فإن نظرية إدارة المزاج تقرر أن الأفراد يميلون

لترتيب بيئتهم، بحيث يتم تعظيم المزاج الجيد والحفاظ عليه، كذلك تجنب المواقف التي من شأنها أن تؤدي إلى آثار سلبية، وتؤكد النظرية أيضاً على حرص الأفراد على انتقاء المواقف أو الأحداث أو القضايا التي تسبب الإشباع البيئي لهم، وتفترض نظرية إدارة المزاج أيضاً أن استهلاك الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها الأفراد يؤدي إلى تغيير حالة المزاج السائد، كما أن انتقاء رسائل أو مضامين معينة غالباً ما يخدم حالة المزاج العام السائد سواء سلماً أو إيجاباً. (Vorderer, P. 2003)

ووفقاً لذلك، فالمزاج العام للمجتمع لا ينبع من فراغ، وإنما يعد محصلة لعوامل متعددة ثقافية ونفسية واجتماعية وسياسية ومعرفية يتوقع من خلالها أن يتوافق الأفراد مع بعضهم بعضاً في المجتمع. وتؤدي التغطية الصحفية (الإعلامية) لقضية معينة بالأفراد إلى أن يفسروا المواقف الجديدة أو يعيدوا تفسير المواقف القديمة للحفاظ على الاتساق مع ميولهم الحالية التي تدعمها حالتهم المزاجية والشعورية. (اللبان، ٢٠١٤)

رابعاً: مقياس (برونل) للمزاج العام

من المقاييس الدولية، وهو على شكل برنامج نفسي أحصائي، يستخدم لتقييم الحالة المزاجية للفرد، ويتضمن ستة فئات رئيسة هي (التوتر، الأكتئاب، الغضب، النشاط، التعب، التشويش)، وتتضمن كل فئة رئيسة أربعة فئات فرعية. (وآخرون، ٢٠١٣).

خامساً: نظرية الغرس الثقافي

تعرف نظرية الغرس الثقافي بأنها زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة المختلفة لدى من يتعرض لها، وتقوم بتفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الإعلام، فالغرس حالة خاصة من عملية أوسع وهي التنشئة على أساس أنه بقدر ما يشترك الأفراد في شبكة الثقافة، فإنهم يتحدون معاً على أساس من الوعي الجماعي (النوافعة، ٢٠١٠).

طرق قياس النظرية

هناك طريقتان لقياس التأثير حسب هذه النظرية (مراد، ٢٠١١م)

١. الطلب من المبحوثين إعطاء توقعات عن نسبة حدوث أشياء معينة، تعرف من نسبتها بالتلفزيون مقارنة مع الواقع الحقيقي، وبعدها تستخدم الأساليب الإحصائية لمعرفة الفروق في التوقعات بين الذين يشاهدون التلفزيون بشكل كثيف وبين الذين يشاهدونه بشكل ضعيف.

٢. يتم حساب حجم الفروق بين معتقدات كثيفي المشاهدة وقليلي المشاهدة، مع الاخذ في الاعتبار ان الناس لهم اصلٌ معتقداتهم عن الواقع الاجتماعي.

فروض النظرية

١. يعد التلفزيون وسيلة فريدة تتطلب مدخلاً خاصاً لدراساتها: يتميز التلفزيون بقدرته على جذب الجمهور بمختلف فئاتهم العمرية إذ يقضون معه وقتاً أطول من الأوقات التي يقضونها مع الوسائل الأخرى، فالتلفزيون يجمع بين الصوت والصورة المتحركة، مما يجعله كبيئة للتعلم أكثر شيوفاً وقدرة على تشكيل الاتجاه (الطربيشي و آخرون، ٢٠٠٦م).

٢. تشكل الرسائل التلفزيونية نظاماً ثقافياً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد: للتلفزيون دوراً مهماً في تضيق الاختلاف بالقيم والاتجاهات والسلوك بين المشاهدين إلى الحد الذي يعتقدون فيه أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة التي يعبر عنها (مكاوي وآخرون، ٢٠٠٢).

٣. تحليل مضمون رسائل التلفزيون يقدم دليل على عملية الغرس: لا بد لأسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس أن تتجه نحو مبادئ العالم الواقعي، وهو ما يعد المطلب الأول لعملية التحليل، أما المطلب الثاني فيتمثل بوجود أهمية موازية للعالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون (المزاهرة، ٢٠١٢م).

٤. يركز تحليل الغرس على مساهمة التلفزيون في نقل الصورة الذهنية على المدى البعيد، لذا فإن نظرية الغرس لا تستخدم الأنموذج الخطي البسيط الذي يعتمد على "مثير استجابة" وإنما تستخدم نتائج تراكم التعرض على المدى البعيد، فضلاً عن كونها لا تعتمد على الاستجابة الفورية قصيرة الامد والتفسيرات الفردية لمحتوى الرسائل وإنما تعتمد على قياس الأثر التدريجي بدلاً من التغير الفجائي (مكاوي وآخرون، ٢٠٠٢).

٥. تعدّ المستحدثات التكنولوجية عاملاً يساعد في زيادة قدرة الرسائل التلفزيونية: أن التطور التكنولوجي في نظام التلفزيون أعطى للمشاهد حرية أكثر من التحكم في تلقي الرسائل، وتعرضه المستمر لهذه الرسائل قد يغنيه عن قراءة الجريدة أو الذهاب الى السينما، او الأستماع الى الراديو (الطربيشي وآخرون، ٢٠٠٦).

٦. يركز تحليل الغرس على تدعيم استقرار المجتمع وتجانسه: مساهمة التلفزيون في تحقيق التجانس والأستقرار بين الأفراد والجماعات في هذا المجال (عبد الحميد، ٢٠١٠م).

المفاهيم التي اضيفت للنظرية

بعد الانتقادات التي وجهها الباحثون للنظرية قام جرنبر (عالم أمريكي وضع نظرية الغرس الثقافي في ستينات القرن الماضي) بتطوير أنموذج الغرس عبر إدخال مفاهيم جديدة هي:

أ. **الاتجاه السائد**: عبارة عن نسيج من المعتقدات والقيم والممارسات التي يقدمها التلفزيون في صور مختلفة يتوحد معها كثيفو التعرض ولا تظهر بينهم فروق كبيرة في اكتساب هذه الصور أو الأفكار باختلاف خصائصهم الاجتماعية والسكانية المتباينة (العريز، ١٩٩٣)، وهو ما فسره جرنبر عن طريق ثلاث كلمات مفتاحية أطلق عليها 3bs أي الثلاث كلمات تبدأ بحرف B وهي (العبد الغفور، ٢٠٠٠):

١. **التلاشي Blurring**: عملية التعرض المكثف للتلفزيون يؤدي الى تلاشي أو اختفاء الاختلافات الاجتماعية التقليدية في وجهات النظر وجعلها غير واضحة.

٢. **الاندماج Blending**: اندماج المفاهيم التي يحملها المعرضون للمشاهدة في الاتجاه السائد للثقافة التلفزيونية.

٣. **التحول Bending**: تحويل الاتجاه السائد لأتجاه اهتمامات وسياسات القائمين بالاتصال.

ب. **التضخيم "الرنين"**: تطابق ما يراه الفرد في العالم التلفزيوني مع الواقع المحيط، يزيد من تأثيرات الغرس، على سبيل المثال تضخيم قضية العنف من قبل وسائل الإعلام بشكل كبير يزيد من خوف الناس من انتشار هذه الظاهرة في المناطق التي يعيشون فيها، وعليه عندما يتعرض المتلقون بكثافة لصور العنف وأشكاله سيتوقعون أن ظاهرة العنف قد ازدادت وأن إمكانية تعرضهم للعنف في الحي الذي يسكنون قد تصل الى ١٠% (سعود البشر، ٢٠١٤).

تلخيص النظرية (صليوي، ٢٠١٤):

١. قدرة وسائل الإعلام على التأثير في معرفة الأفراد وإدراكهم لما يحيط بهم بدرجة كبيرة .
٢. كلما ازدادت نسبة التعرض لوسائل الإعلام أدى ذلك تؤدي اكتساب المتلقي مجموعه من المعاني والمعتقدات و الأفكار التي تشكل الواقع الرمزي.
٣. إمكانية وسائل الإعلام بغرس أفكار معينة في أذهان المتلقين بحيث يحل محل الواقع الفعلي.

الدراسة الميدانية

جدول رقم (١) يبين جنس المبحوثين

الجنس	ك	%
نكر	٢٠٠	٥٠
أنثى	٢٠٠	٥٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٢) يبين عمر المبحوثين

العمر	ك	%
٢٨-٢٣	٦٦	١٦,٥
٣٣-٢٩	٦٧	١٦,٧٥
٣٨-٣٤	٦٧	١٦,٧٥
٤٣-٣٩	٦٧	١٦,٧٥
٤٨-٤٤	٦٧	١٦,٧٥
٤٩-فاكثر	٦٦	١٦,٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٣) يبين الحالة الاجتماعية للمبحوثين

الحالة الاجتماعية	ك	%
متزوج	٨٠	٢٠
منفصل	٨٠	٢٠
مطلق	٨٠	٢٠
ارمل	٨٠	٢٠
اعزب	٨٠	٢٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٤) يبين المستوى التعليمي للمبحوثين

المستوى التعليمي	ك	%
بكالوريوس	١٠٠	٢٥
دبلوم عالي	١٠٠	٢٥
ماجستير	١٠٠	٢٥
دكتوراه	١٠٠	٢٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٥) يبين المستوى الاقتصادي للمبحوثين

المستوى الاقتصادي	ك	%
مرتفع	١٣٣	٣٣,٢٥
متوسط	١٣٤	٣٣,٥
منخفض	١٣٣	٣٣,٢٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٦) يبين مهنة المبحوثين

المهنة	ك	%
موظف	١٩٢	٤٨
كاسب	٦١	١٥,٢٥
متقاعد	٢٠	٥
بدون عمل	١٢٧	٣١,٧٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجداول (١، ٢، ٣، ٤، ٥، ٦) تعمد الباحث توزيع العدد الكلي للعينة بشكل متساوي على المتغيرات الديموغرافية لأفرادها، وذلك للحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها على مجتمع البحث، كذلك توفير فرصة أفضل للتحقق من الفروض التي وضعها.

جدول رقم (٧) يبين القنوات الفضائية التي يعتمد عليها افراد عينة البحث في الحصول على الإخبار بشكل عام (*)

القنوات الفضائية	ك	%
القنوات الفضائية العراقية	٤٠٠	٥٠,١٢
القنوات الفضائية العربية	٢٧٣	٣٤,٢١
القنوات الفضائية العالمية	١٢٥	١٥,٦٦
المجموع	٧٩٨	١٠٠

جدول رقم (٨) يبين أسباب تفضيل عينة البحث القنوات الفضائية التي يعتمد عليها في الحصول على الإخبار بشكل عام (**)

أسباب التفضيل	ك	%
تمتاز بالسرعة في تناول الاحداث	٨١	١٢,١٩
تمتاز بالموضوعية والمصدقية في تناول الاحداث	٧٨	١١,٧٤
تربطني بالعالم الخارجي	٢١	٣,١٦
الجرأة في تناول الموضوع	٦٣	٩,٤٨
تعرض وجهات النظر المختلفة	٥٧	٨,٥٨
تفصل بين الخبر والرأي	٩٣	١٤,٠٠٦
اهتمامها بتحليل وتفسير الاحداث	٨٦	١٢,٩٥
التغطية من موقع الحدث	٩٠	١٣,٥٥
الاحترافية في التغطية	٩٥	١٤,٣٠
المجموع	٦٦٤	١٠٠

(*) في الجدول رقم (٧) كان للمبحوث الحق في اختيار أكثر من خيار واحد لذلك اختلفت التكرارات.

(**) في الجدول رقم (٨) كان للمبحوث الحق في اختيار أكثر من خيار واحد لذلك اختلفت التكرارات.

جدول رقم (٩) يبين المضامين الإعلامية المفضلة لعينة البحث التي تبثها
القنوات الفضائية(*)

المضامين المفضلة	ك	%
النشرات الاخبارية	٣٧٤	٢١,١٢
مواجيز الاخبار	٣٢٧	١٨,٤٧
البرامج ذات المضمون السياسي	٢٥٠	١٤,١٢
البرامج ذات المضمون الديني	٥٣	٢,٩٩
البرامج الحوارية	٢٩٢	١٦,٤٩
برامج المنوعات	٢٣١	١٣,٠٥
الدراما	٢٤٣	١٣,٧٢
المجموع	١٧٧٠	١٠٠

يتضح من الجداول رقم (٧، ٨، ٩) الموقع المتميز التي تحظى به القنوات الفضائية العراقية لدى المبحوثين كمصدر رئيسي للحصول على المعلومات والبيانات حول الاحداث المختلفة، اذ احتلت القنوات الفضائية العراقية المرتبة الاولى من حيث اعتماد المبحوثين عليها، وهذا يعطي مؤشر على ثقتهم بهذه القنوات كمصدر من مصادر معلوماتهم حول الاحداث المختلفة، كذلك هناك نسبة كبيرة من المبحوثين تتعرض للقنوات الفضائية العربية، وقد يكون سبب التعرض المرتفع لهذه القنوات نتيجة تناول تلك القنوات للشأن العراقي ودخوله كرقم مهم ومتميز في أجندتها البرمجية، أما حصول القنوات الفضائية العالمية على نسبة تعرض أقل، فيمكن أن يرجع الى معوق اللغة، أو حصول المبحوث على المعلومات التي يريدونها من خلال قنواته المحلية والعربية المفضلة، كذلك يتضح من هذا الجدول ان جميع الأسباب المذكورة ظهرت بتكرارات متقاربة، وأن كانت الاحترافية في التغطية والتغطية من موقع الحدث وفصل الخبر عن الرأي وأهتمامها بتحليل وتفسير الأحداث حلت بالمراتب الأولى، وهذا يعطي مؤشرات مهمة جداً على أهمها :

١. الوعي الذي يمتلكه المتعرضون للقنوات الفضائية العراقية، والذي قادهم الى التركيز على هذه الصفات التي تعد لازمة وموجبة للمضمون الذي تبثه وسائل الإعلام.

(*) في الجدول رقم (٩) كان للمبحوث الحق في اختيار أكثر من خيار واحد لذلك اختلفت التكرارات.

٢. اهتمام أفراد عينة البحث بالسياسة، مما جعلها دافعاً للتعرض للقنوات الفضائية.
٣. اهتمام أفراد العينة بمعرفة جميع الآراء حول الموضوع المطروح، وهذا يدل على تربيهم باتخاذ موقف ما، قبل التعرف على جميع الآراء المطروحة.

جدول رقم (١٠) يبين مدى تعرض عينة البحث للقنوات التلفزيونية الفضائية

مدى التعرض	ك	١٠٠
دائماً	٣١٧	٧٩,٢٥
أحياناً	٧٣	١٨,٢٥
نادراً	١٠	٢,٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (١١) يبين وقت تعرض عينة البحث للقنوات التلفزيونية الفضائية

أوقات التعرض	ك	%
صباحاً	٧٢	١٨
مساءً	١٥٣	٣٨,٢٥
ليلاً	١٧٥	٤٣,٧٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (١٢) يبين متوسط عدد ساعات تعرض عينة البحث للقنوات التلفزيونية الفضائية

متوسط عدد ساعات التعرض	ك	%
أقل من ساعة	١٣٢	٣٣
ساعة	١٢٥	٣١,٢٥
ساعتين	٨١	٢٠,٢٥
ثلاثة ساعات	٦٢	١٥,٥
حسب الظروف	٠	٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (١٣) يبين نمط تعرض عينة البحث للقنوات التلفزيونية الفضائية

نمط التعرض	ك	%
بمفردك	٦٨	١٧
مع الأسرة	٢٨٦	٧١,٥
مع الأصدقاء	٤٦	١١,٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول (١٠، ١١، ١٢، ١٣) ان معدل مشاهدة عينة البحث للقنوات الفضائية جاء بين (دائماً) و (احياناً)، مع ظهور قليل لفئة (نادراً)، مما يدل على اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية كمصدر مهم للمعلومات حول القضايا المختلفة، ويظن الباحث ان هذا النسب تؤشر مصداقية كبيرة في اجابات افراد العينة وتتطابق مع الجداول السابقة.

كذلك يتضح ان اكثر افراد العينة تتعرض للقنوات الفضائية المفضلة في وقتين (مساءً، ليلاً) وهذه الارقام والنسب طبيعية، لان القنوات الفضائية عادة ماتجعل وقت الصباح مخصص لإعادة البرامج وجل إخبار المساء والليل السابق له، أيضاً يتبين من هذا الجدول أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يتعرضون للقنوات الفضائية أقل من ساعة الى ساعة، يليهم بفارق النصب من يتعرض لها ساعتين وثلاث ساعات، وهذه الارقام والنسب تعطي مجموعة مؤشرات :

- ١ . إمكانية أنشغال أفراد العينة بالعمل لأوقات طويلة.
- ٢ . كون عينة البحث تعيش مع آخرين لهم خياراتهم ايضاً.
- ٤ . عدم عرض برامج ومضامين يفضلوها احياناً في هذه القنوات.

أتضح كذلك أن أغلب أفراد العينة يفضلون مشاهدة مضامينهم الإعلامية التي تبثها قنواتهم الفضائية العراقية المفضلة مع عوائلهم، وقد يعطي هذا مؤشراً، بأن من يفضل مشاهدة المضامين الإعلامية التي تقدمها الفضائيات العراقية بشكل منفرد أو مع الأصدقاء هو (أعزب) أما من يفضل مشاهدتها مع الأسرة فهو (متزوج) لكن يبقى هذا المؤشر نسبياً غير مطلق.

جدول رقم (14) يبين تأثير الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني للمبحوثين

المحور	الفقرات	ابداً	قليلاً	معتدل	كثيراً جداً	كثيراً بشكل مفرط	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
محور التوتر	الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تشعرني بالأنزعا ج	7	10	17	236	130	36.4	1.82	0.77	كثيراً جداً
	الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تشعرني بالقلق	18	15	21	183	163	37.2	1.86	1	كثيراً جداً
	الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تشعرني بالذعر	23	19	21	169	168	38	1.9	1.08	كثيراً جداً
	الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تجعل مزاجي سيئاً	32	25	28	179	136	42	2.1	1.17	كثيراً جداً
محور الأكتئاب	الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تشعرني بالكآبة	31	28	19	159	163	40.2	2.01	1.2	كثيراً جداً
	الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تشعرني بالحزن	20	13	12	227	128	38.4	1.92	0.96	كثيراً جداً
	الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تشعرني بالتعاسة	41	26	16	186	131	43	2.15	1.24	كثيراً جداً
	بالمرارة الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تشعرني بالمرارة	18	13	21	223	125	38.8	1.94	0.95	كثيراً جداً
محور الغضب	الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تشعرني بالخوف	25	21	29	231	94	42.6	2.13	1.03	كثيراً جداً
	الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تجعلني متخبطاً في أفعالي	63	27	37	234	39	52	2.6	1.23	معتدل
	الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تجعلني أتصرف بعصبية	24	15	17	253	91	41.4	2.07	0.98	كثيراً جداً

كثيراً جداً	0.83	2.04	40.8	76	271	24	17	12	الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تشعرني بالغضب	محور التثوين
كثيراً جداً	1.12	2.31	46.2	101	157	87	29	26	الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تجعلني مشوش الذهن	
كثيراً جداً	1.14	2.02	40.4	146	183	18	25	28	الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تجعلني غير متأكد من صحة تصرفاتي	
كثيراً جداً	0.89	1.98	39.6	107	237	26	17	13	الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تجعل غير قادر على التمييز بين الصح والخطأ	
كثيراً جداً	0.93	2.08	41.6	90	241	33	20	16	الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية تجعلني أشعر بعدم القدرة على التعامل مع الأشياء	
				1888	3369	426	320	397	المجموع	

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	%	اتجاه العينة	المتوسط العام
٢,٠٦	١,٠٦	٤١,٢	كثيراً جداً	للمحور ككل

يتبن من جدول رقم (١٤) أن المبحوثين يتفقون على أن تأثير التعرض للإخبار التي تبثها القنوات الفضائية (كثيراً جداً) في الجانب الوجداني لديهم، ومن خلال هذه النتيجة، نستخلص أن الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية لديها القدرة بالتأثير في مشاعر المبحوثين.

جدول رقم (١٥) يبين تأثير الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب السلوكي للمبحوثين

المحور	الفقرات	ابداً	قليلاً	معتدل	كثيراً جداً	كثيراً بشكل مفرط	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
محور التفرز	زيادة أو نقص تناول الطعام.	14	23	41	197	125	40.2	2.01	0.98	كثيراً جداً
	حدوث نوبات من الغضب	10	14	22	226	128	37.6	1.88	0.85	كثيراً جداً
	الإدمان	270	3	119	6	2	86.6	4.33	0.98	ابداً
	التدخين	102	27	71	132	68	58.2	2.91	1.45	معتدل
محور الأكتئاب	الانسحاب الاجتماعي	28	32	47	196	97	44.8	2.24	1.12	كثيراً جداً
	لا أرغب المشاركة في أي نشاط	7	13	21	249	110	38	1.9	0.78	كثيراً جداً
	لا أرغب بالعمل	8	14	18	285	75	39.8	1.99	0.74	كثيراً جداً
	افقد الشهية للطعام	15	11	24	226	124	38.4	1.92	0.9	كثيراً جداً
	لا أهتم بهواياتي	5	16	19	283	77	39.4	1.97	0.72	كثيراً جداً
	أفرط في الأكل	350	11	24	0	0	97	4.85	0.5	ابداً
	ابكي	72	53	68	145	62	56.4	2.82	1.34	معتدل
	أشعر برغبة في إلحاق الأذى بنفسي	231	45	12	97	15	79	3.95	1.38	قليلاً
	أشعر برغبة في الانتحار	239	23	58	68	12	80.4	4.02	1.3	قليلاً
	أسب وأشتم	21	37	46	213	83	45	2.25	1.05	كثيراً جداً
	أتعامل بعنف	115	20	76	145	44	60.8	3.04	1.41	معتدل
	محور الغضب	أنتقد الآخرين نقد لاذع بسبب وبدون سبب	26	17	31	258	68	43.8	2.19	0.98
أصرخ		48	19	73	192	68	49.4	2.47	1.18	كثيراً جداً
أهدد		14	37	71	186	92	44.8	2.24	1.02	كثيراً جداً
أعتدي على الآخرين		73	26	93	187	21	57.2	2.86	1.21	معتدل
اتهور في أفعالي		68	28	102	172	30	56.6	2.83	1.2	معتدل

معتدل	1.34	2.79	55.8	84	86	134	23	73	أحطم الأشياء	مؤشر التنبؤ
معتدل	1.2	3.06	61.2	21	123	157	10	89	ألق الضرر بالآخرين	
كثيراً جداً	1.22	2.48	49.6	73	195	38	52	41	أقطع علاقتي مع الآخرين	
كثيراً جداً	1.29	2.43	48.6	98	173	35	48	46	لا أتفاعل مع الآخرين	
كثيراً جداً	1.22	2.36	47.2	97	186	27	58	32	أفضل العزلة وعدم الاختلاط	
كثيراً جداً	1.26	2.32	46.4	112	172	31	46	39	لا أتكيف مع المحيط	
معتدل	1.05	2.73	54.6	16	212	64	79	29	أفكر بمغادرة البلد	
				1677	4413	1481	762	2051	المجموع	

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	%	اتجاه العينة	المتوسط العام
٢,٦٩	١,٣٦	٥٣,٨	معتدل	للمحور ككل

يتبين من جدول رقم (١٥) أن المبحوثين يتفوقون على أن تأثير الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية (معتدل) في الجانب السلوكي لديهم، ويمكن أن نستنتج أن المبحوثين يحاولون أن لا ينعكس تأثير تعرضهم لهذه الإخبار السلبية على سلوكهم، ويظل تأثيره في جانبهم الوجداني، وقد يكون هذا بسبب أدراكهم أن تأثيره على سلوكهم ممكن أن يتسبب أو يلحق الأذى بالآخرين، أو قد يتسبب بمشاكل ممكن أن تصل إلى أذية مضاعفة تلحق بهم.

التحقق من فروض البحث

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للمبحوث (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الحالة الاقتصادية، المهنة) وكثافة تعرض للإخبار السلبية وتأثيره في الجانب الوجداني للمبحوثين

تأثير الحالة المزاجية العامة							
المتغير	الجنس	العمر	المستوى التعليمي	الحالة الاجتماعية	الحالة الاقتصادية	المهنة	كثافة التعرض
معامل بيرسون	-٠,٦٢٩	٠,٥١٥	-٠,٢٥٤	-٠,٢٥٤	-٠,٩٢	٠,٠٤٧	-٠,٤٩٣
T المحسوبة	-١,٤٠١	١,٢٠٢	-٠,٤٥٥	-٠,٤٥٥	-٤,٠٦٦	٠,٠٨١	-٠,٩٨١

- علاقة عكسية قوية بين جنس المبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه عند مستوى دلالة 0.05
 - علاقة طردية متوسطة بين عمر المبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه عند مستوى دلالة 0.05
 - علاقة عكسية ضعيفة بين المستوى التعليمي للمبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه عند مستوى دلالة 0.05
 - علاقة عكسية ضعيفة بين الحالة الاجتماعية للمبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه عند مستوى دلالة 0.05
 - علاقة عكسية قوية جداً بين المستوى الاقتصادي للمبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه عند مستوى دلالة 0.05
 - علاقة طردية ضعيفة جداً بين مهنة المبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه عند مستوى دلالة 0.05
 - علاقة عكسية متوسطة بين كثافة تعرض المبحوث للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية وتأثير ذلك في الجانب الوجداني لديه عند مستوى دلالة 0.05
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية للمبحوث (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الحالة الاقتصادية، المهنة) وكثافة التعرض للإخبار السلبية وتأثيره في الجانب السلوكي للمبحوثين

تأثير الحالة المزاجية العامة							
المتغير	الجنس	العمر	المستوى التعليمي	الحالة الاجتماعية	الحالة الاقتصادية	المهنة	كثافة التعرض
معامل بيرسون	-٠,٤٤١	٠,٣٦٣	٠,١٦١	٠,١٦١	-٠,٦٣٩	٠,٤٥٤	-٠,١٤٦
T المحسوبة	-٠,٨٥١	٠,٧٧٩	٠,٢٨٣	٠,٢٨٣	-١,٤٣٩	٠,٨٨٣	-٠,٢٥٦

- علاقة عكسية متوسطة بين جنس المبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه عند مستوى دلالة 0.05
- علاقة طردية ضعيفة بين عمر المبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه عند مستوى دلالة 0.05
- علاقة طردية ضعيفة جداً بين المستوى التعليمي للمبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه عند مستوى دلالة 0.05
- علاقة طردية ضعيفة جداً بين الحالة الاجتماعية للمبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه عند مستوى دلالة 0.05
- علاقة عكسية قوية بين المستوى الاقتصادي للمبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه عند مستوى دلالة 0.05
- علاقة طردية متوسطة بين مهنة المبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه عند مستوى دلالة 0.05
- علاقة عكسية ضعيفة جداً بين كثافة تعرض المبحوث للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية وتأثير ذلك في الجانب الوجداني لديه عند مستوى دلالة 0.05

النتائج والمناقشة

١. أتضح الموقع المتميز التي تحظى به القنوات الفضائية العراقية لدى المبحوثين كمصدر رئيسي للحصول على المعلومات والبيانات حول الاحداث المختلفة، اذ احتلت القنوات الفضائية العراقية المرتبة الاولى من حيث اعتماد المبحوثين عليها، وهذا يعطي مؤشر على ثقتهم بهذه القنوات كمصدر من مصادر معلوماتهم حول الاحداث المختلفة، كذلك هناك نسبة كبيرة من المبحوثين تتعرض للقنوات الفضائية العربية، وقد يكون سبب التعرض المرتفع لهذه القنوات نتيجة تناول تلك القنوات للشأن العراقي ودخوله كرقم مهم ومتميز في أجندتها البرامجية، أما حصول القنوات الفضائية العالمية على نسبة تعرض أقل، فيمكن أن يرجع الى معوق اللغة، أو حصول المبحوث على المعلومات التي يريدها من خلال قنواته المحلية والعربية المفضلة، كذلك يتضح من هذا الجدول

ان جميع الأسباب المذكورة ظهرت بتكرارات متقاربة، وأن كانت الاحترافية في التغطية والتغطية من موقع الحدث وفصل الخبر عن الرأي وأهتمامها بتحليل وتفسير الأحداث حلت بالمراتب الأولى.

٢. تبين ان معدل مشاهدة عينة البحث للقنوات الفضائية جاء بين (دائماً) و (أحياناً)، مع ظهور قليل لفئة (نادراً)، مما يدل على اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية كمصدر مهم للمعلومات حول القضايا المختلفة، ويظن الباحث ان هذا النسب توشر مصداقية كبيرة في اجابات افراد العينة وتتطابق مع الجداول السابقة، كذلك أتضح ان اكثر افراد العينة تتعرض للقنوات الفضائية المفضلة في وقتين (مساءً، ليلاً) وهذه الارقام والنسب طبيعية، لان القنوات الفضائية عادة ماتجعل وقت الصباح مخصص لإعادة البرامج وجل إخبار المساء والليل السابق له، أيضاً تبين أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يتعرضون للقنوات الفضائية أقل من ساعة الى ساعة، يليهم بفارق النصب من يتعرض لها ساعتين وثلاث ساعات.

٣. تبين أن المبحوثين يتفقون على أن تأثير التعرض للإخبار التي تبثها القنوات الفضائية (كثيراً جداً) في الجانب الوجداني لديهم، ومن خلال هذه النتيجة، نستخلص أن الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية لديها القدرة بالتأثير في مشاعر المبحوثين.

٤. تبين أن المبحوثين يتفقون على أن تأثير الإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية (معتدل) في الجانب السلوكي لديهم، ويمكن أن نستنتج أن المبحوثين يحاولون أن لايعكس تأثير تعرضهم لهذه الإخبار السلبية على سلوكهم، ويظل تأثيره في جانبهم الوجداني، وقد يكون هذا بسبب أدراكهم أن تأثيره على سلوكهم ممكن أن يتسبب أو يلحق الأذى بالآخرين، أو قد يتسبب بمشاكل ممكن أن تصل الى أذية مضاعفة تلحق بهم.

٥. أتضح أن هناك علاقة عكسية قوية بين جنس المبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه.

٦. تبين أن هناك علاقة طردية متوسطة بين عمر المبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه.

٧. أتضح أن هناك علاقة عكسية ضعيفة بين المستوى التعليمي للمبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه.
٨. تبين أن هناك علاقة عكسية ضعيفة بين الحالة الاجتماعية للمبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه.
٩. أتضح أن هناك علاقة عكسية قوية جداً بين المستوى الاقتصادي للمبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه.
١٠. أتضح أن هناك علاقة طردية ضعيفة جداً بين مهنة المبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه.
١١. تبين أن هناك علاقة عكسية متوسطة بين كثافة تعرض المبحوث للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية وتأثير ذلك في الجانب الوجداني لديه.
١٢. تبين أن هناك علاقة عكسية متوسطة بين جنس المبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه.
١٣. أتضح أن هناك علاقة طردية ضعيفة بين عمر المبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه.
١٤. أتضح أن هناك علاقة طردية ضعيفة جداً بين المستوى التعليمي للمبحوث وتأثير تعرضه للأخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه.
١٥. تبين أن هناك علاقة طردية ضعيفة جداً بين الحالة الاجتماعية للمبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه.
١٦. أتضح أن هناك علاقة طردية متوسطة بين مهنة المبحوث وتأثير تعرضه للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية في الجانب الوجداني لديه.
١٧. أتضح أن هناك علاقة عكسية ضعيفة جداً بين كثافة تعرض المبحوث للإخبار السلبية التي تبثها القنوات الفضائية وتأثير ذلك في الجانب الوجداني لديه.

المراجع

١. الريماوي، محمد عودة. ٢٠٠٣م. علم نفس النمو الطفولة والمراهقة. ط١، المسيرة للنشر والتوزيع-القاهرة، ص ٣٩٧
٢. مراد، كامل خورشيد. ٢٠١١. الاتصال الجماهيري والإعلام. دار المسيرة للنشر والتوزيع -عمان، ص ١٥٢.
٣. الطربيشي، مرفت و السيد، عبد العزيز. ٢٠٠٦ نظريات الاتصال. دار النهضة العربية- القاهرة،، ص ٢٨٢ – ٢٨٣ -٢٨٥.
٤. المزاهرة، منال هلال. ٢٠١٢. نظريات الاتصال. دار المسيرة للنشر والتوزيع -عمان، ص ٣٤٣.
٥. عبد الحميد، محمد. ٢٠١٠. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. عالم الكتاب- القاهرة، ص ٣٣٧.
٦. العزيز، نجاحي محمد. ١٩٩٣. البحوث والرسائل الجامعية قواعد ومناهج وتقنيات. دار أسهامات- تونس، ص ١٩٤.
٧. العبد الغفور، محمد محمود. ٢٠٠٠. الطفل، المدرسة، التلفزيون، دراسة تحليلية لمحتوى برامج الأطفال في تلفزيون الكويت ودورها في دعم القيم المراد غرسها في طفل المدرسة. جامعة الكويت- كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، ص ١٦.
٨. البشر، محمد بن سعود. ٢٠١٤. نظريات التأثير الاعلامي. مكتبة العبيكان - السعودية، ص ١٦٦.
٩. صليوى، عبد الحافظ. ٢٠١٤. نظريات التأثير الإعلامية محاضرات القتها د. سهام الشجيري لطلبة الماجستير في جامعة بغداد- كلية الاعلام- قسم الصحافة، ص ٢٨.
١٠. شريف درويش اللبان. ٢٠١٤م. التغيير السريع: الصحافة وإدارة المزاج العام للمصريين نحو تيارات الإسلام السياسي. تاريخ الأسترجاع: ٢٠١٨/٧/٢٠م. نشر بموقع
١١. الوتار، ناظم شاكر و البدراني، محمود مطر. ٢٠١٤م. اثر برنامج تدريبي نفسي باستخدام استراتيجيات التنظيم الذاتي للمزاج لدى لاعبي كرة اليد الشباب، مجلة الرافدين للعلوم الرياضية،
١٢. يونس، محمد محمود بني. ٢٠٠٧م. سيكولوجية الدافعية والأنفعالات، ط١، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة-عمان، ص ٢٢٩
13. Knobloch, S. 2006. Mood management theory: Evidence, and advancements. In J. Bryant & P. Vorderer (eds.), Psychology of

entertainment. pp. 239–254. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

14. Vorderer, P. 2003. Entertainment theory. In J. Bryant, D. Roskos-Ewoldsen, & J. Cantor (eds.), *Communication and emotion: Essays in honor of Dolf Zillmann*. pp. 131–153. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

15. Zillmann, D. 1988a. Mood management through communication choices. *American Behavioral Scientist*. pp 327–341.

١٦. مكاوي، حسن عماد و السيد، ليلي حسين. ٢٠٠٢. الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط٨، الدار المصرية للكتب- القاهرة، ص٣٠٥-٣٠٦-٣٠٧-٣٢٠.

١٧. النوافعة، مخلد خلف. ٢٠١٠. اتجاهات الجمهور الأردني إزاء قضايا الإرهاب التي تبثها قنوات الجزيرة والعربية الفضائيتان الإخباريتان. رسالة ماجستير منشورة. جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا - عمان، ص ٢٢.

<http://www.acrseg.org/>

١٨. إصدار كلية التربية الرياضية، جامعة الموصل، المجلد ٢٠، العدد ٦٤، ص ٤٠٢

**Exposure to the negative news broadcast by
satellite channels and its impact on the general
mood of the elite audience**

Dr. Mohsen Glob Kanani

**Iraq / University of Baghdad / College of
Information / Radio and Television Press Section**

Assistant Professor Dr. Jihad Katem Al-Aqili

**Iraq / Baghdad University / Faculty of Media / Public
Relations Department**

Summary

The mood is one of the important factors on which behavioral methods are based. Some studies have pointed to the role of public mood knowledge in detecting and correcting its behavior. There are many factors that play an influential role in building and managing the mood for the public. The most important of which is the satellite TV channels. The importance of this research is that it is considered the first in the study of the mood of the Iraqi public and for a segment that is most important as representing the elite and opinion leaders, as a result of their exposure to the subjects. The aim of the research is to identify the impact of the exposure of the Iraqi elite to the negative news broadcast by the satellite TV channels on their general mood. This research is a study of the correlative research and uses the method In the analytical field, the boundaries of the spatial area of this research were confined to the city of Baghdad. The research community included an elite audience of (23) years old and older who were exposed to satellite television channels during the period from (1-1-2018 to 1-10-2018) , has reached

The sample(400) was randomly distributed on almost all demographic variables. The researcher used the Brunel scale to measure the general mood after making some modifications. The researcher investigated the validity of his instruments in the two ways of honesty and virtual honesty. The form is based on a number of experts. The second method is to verify the validity of the construction through the testing of two extremist groups. This is done by finding the coefficient of discrimination for the experimental vocabulary.