

سلبيات تعرض الجمهور للبرامج الترفيهية في القنوات الفضائية

م.م. نوروليد مسلم

مدرس مساعد - جامعة الامام جعفر الصادق (ع)

كلية الآداب - قسم الاعلام

يختلف التلفزيون عن غيره من وسائل الاعلام في عرض البرامج الترفيهية بما يمتلكه من قدره على مزج الصوت والصورة والالوان حيث يتمتع التلفزيون بإمكانات عالية في عرض المادة الترفيهية بإتقان وفاعلية وبطريقة مفهومة .وتعد الوظيفة الترفيهية من وظائف الاتصال المهمة في العالم اليوم والذي يتصف بالسرعة والتطور التكنولوجي فهي تعمل على الترويح عن نفوس الناس وادخال البهجة والسرور اليها وتخفف من متاعب الحياة في ضوء ما تقدمه من الالوان الفنية المتنوعة.تحتل الوظيفة الترفيهية المرتبة الثالثة ضمن وضائف الاعلام الا انها تعد من الوظائف الاكثر اهمية لما تتمتع به من مميزات وخصائص. فضلاً عن ان الكثير من الدراسات أوضحت ان التلفزيون هو وسيلة التسلية الاكثر تميزاً عند الافراد من وسائل الاعلام الاخرى ، وقد تطورت صناعة البرامج الترفيهية التلفزيونية واخذت دول عربية وشرقية كثيرة في الاهتمام بصناعة هذه البرامج وخصوصاً بعد استغلال الفضاء وظهور الفضائيات اذ أبدت هذه القنوات اهتماماً واضحاً بالترفيه وقد دلت دراسات وبحوث علمية على ان بعض هذه الفضائيات تعرض البرامج الترفيهية بنسب عالية جداً .وبدءاً من ذلك حددت الباحثة البرامج الترفيهية في التلفزيون ومتخذاً من جمهوره موضوعاً لبحثه محاولة منه لتحديد سلبيات هذه البرامج والوقوف على واقع تلك البرامج.وقد قسمت الباحثة هذه البحث الى ثلاث مباحث تضمن المبحث الاول الاطار المنهجي للبحث ويحتوي على مشكلة البحث واهميته واهدافه وكذلك اجراءات البحث وتطرق المبحث الثاني الاطار النظري للبحث وتآلف المبحث الثالث من الاطار العملي للبحث.

أولاً: مشكلة البحث:

تقتضي الاصول العلمية ضرورة ألا تنشأ مشكلة البحث من فراغ حتى لا تنتهي الى فراغ، لذلك فان السمة الرئيسية التي تميز البحوث العلمية هي ان تكون ذات مشكلة محددة وفي حاجة الى من يتصدى لها بالدراسة والتحليل من جوانبها المتعددة حتى نستطيع ان نجد لها الحلول المناسبة للتغلب عليها.فالمشكلة يمكن تحديدها بانها عبارة عن موقف فيه شك أو موقف يعترضه الغموض، أو أنها قضية تم الاختلاف عليها، أو هي ظاهرة تحتاج الى تفسير وتباينت وجهات النظر بشأنها، وقد تكون قضية ممكن ادراكها ويحيط بها شيء من الغموض، ويمكن القول هي حاجة لم تشعب أو وجود عقبة تجاه اشباعها، أو رغبة في الوصول الى حل الغموض أو اشباع النقص (). وقد وجد الباحث عن طريق الملاحظة ان هناك مشكلة لم تدرس وهي، سلبيات تعرض الجمهور للبرامج الترفيهية التلفزيونية الفضائية ؟

فقد دخل البث الفضائي إلى العراق بعد التاسع من نيسان عام ٢٠٠٣م، ورافق ذلك استقبال الجمهور العراقي قنوات تلفزيونية فضائية عدة عراقية وعربية واجنبية حكومية او خاصة ووجود قنوات متخصصة بالبرامج الترفيهية بعد ان كان الجمهور قبل ذلك الوقت يستقبل قنوات محدودة، ونتجت عن هذا سلبيات كثيرة بسبب مشاهدتها، فجاءت القنوات الفضائية لتخلق سلبيات جديدة تضاف الى السلبيات الاخرى التي تنتج عن التعرض لوسائل الاعلام الجماهيري،

ولذلك فأن مشكلة البحث في هذه الدراسة تتمحور في الإجابة عن تساؤلين رئيسيين الآتية:

١. ما هي سلبيات تعرض جمهور مدينة بغداد لبرامج الترفيهية التلفزيونية؟

٥. ما ايجابيات تعرض جمهور مدينة بغداد للبرامج الترفيهية التلفزيونية؟

ثانياً: أهمية البحث:

ان اهمية البحوث تأتي من اهمية الموضوعات التي تتناولها والمشكلات التي تثيرها ويتناول هذا البحث البرامج الترفيهية التي اصبحت في الآونة الاخيرة تشغل مساحات كبيرة من وقت البث في لأغلب القنوات التلفزيونية في العالم^(١). اذ ان هذا البحث يتناول سلبيات تعرض الجمهور للبرامج الترفيهية التي اصبحت لها قنوات متخصصة كما تشغل حيزاً كبيراً من ارسال القنوات الاخرى، ويمكن إجمال أهم المؤشرات بشأن أهمية هذا البحث على وفق الآتي :

٢: يمثل البحث محاولة لرصد قاعدة بيانات مهمة وتوفيرها عبر استخدام الاختبارات الإحصائية للباحثين والدارسين ولاسيما العراقيين منهم الذين سيستندون اليه في بحوثهم اللاحقة .

٣. البحث وفر قاعدة بيانات ومعلومات مهمة عن ابرز ما يؤثر على المشاهد العراقي من البرامج الترفيهية في القنوات الفضائية عامة .

٤.البحث يرصد ظاهرة مهمة في أوساط المجتمع العراقي ألا وهي سلبيات التعرض للبرامج الترفيهية بالقنوات الفضائية.

ثالثاً: أهداف البحث: لا يتم البحث العلمي من دون تحديد هدف أو سؤال أو كليهما معاً، لذلك لابد من قيام الباحث بتحديد الاهداف التي يسعى الى تحقيقها في اثناء البحث^(٢). ويهدف هذا البحث الى تحقيق الأهداف الآتية:

١. التحري عن السلبيات الرئيسية التي تؤثر على جمهور مدينة بغداد.

٢. الكشف عن ايجابيات تعرض جمهور مدينة بغداد للبرامج الترفيهية التلفزيونية.

رابعاً: منهج البحث:

المنهج يعني مجموعة الادوات والطرائق والاجراءات التي تتبع في الدراسة العلمية للموضوع أو الظاهرة، أو هو ذلك الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة بواسطة مجموعة من القواعد التي تقود الباحث حتى يصل الى نتيجة معينة^(٣). يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تسعى الى تحليل خصائص ظاهرة معينة، أو موقف معين أو دراسة حقائق ظاهرة ما، أو مجموعة من الناس أو الاحداث للحصول على بيانات كافية عنها، فضلا عن تصنيف تلك البيانات على وفق معيار معين وتحليلها لاستخلاص مجموعة من النتائج التي تتيح لنا اصدار احكام واستنتاجات بشأن الظاهرة موضع البحث^(٤). وقد استخدم الباحث المنهج المسحي الذي يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة أو مجموعة ظواهر البحث، ويلجأ هذا المنهج الى استخدام مختلف الاساليب كالاستقصاء والاستبانة والملاحظة وغيرها من طرق جمع البيانات^(٥). فالمنهج المسحي يعتبر من ابرز المناهج التي تستخدم في الدراسات الاعلامية ولاسيما في البحوث الوصفية.

خامساً: مجالات البحث أو حدوده:

يعد تحديد مجالات البحث احدى الخطوات المنهجية لأي بحث أو دراسة والتي تنطوي على ثلاثة مجالات :

أ- **المجال الزمني** تحدد المجال الزمني للبحث للمدة من ٢٠١٥/٧/٢١ م الى ٢٠١٥/٨/٢٨ وهي المدة التي تزامنت مع توزيع الاستمارة النهائية للعينة المختارة من جمهور مدينة بغداد المركز على وفق المناطق المختارة ومن ثم اعادة جمعها وفرزها وعدها وتحليل المعلومات والبيانات الخاصة بالاستمارة ومعالجتها احصائياً .

ب- **المجال البشري** تمثل المجال البشري للبحث بجمهور مدينة بغداد المركز الذين تم اختيارهم على وفق إحصائيات الجهاز المركزي للإحصاء /وزارة التخطيط بحسب التقديرات السكانية لعام ٢٠١٥ لمدينة بغداد من الذين أعمارهم (١٥ عاماً فأكثر) .

ث- **المجال المكاني** تحدد المجال المكاني للبحث بمدينة بغداد المركز والأقضية التابعة لها التي شملها البحث المتمثلة ب(قضاء الكرخ - قضاء الرصافة - قضاء مدينة الصدر الاولى والثانية)

سادساً: مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث بأنه المفردات التي يدرسها الباحث جميعها، أو هو جميع الافراد أو الظواهر أو الاشياء أو الاشخاص الذين يكونون موضوع مشكلة الدراسة^(٦). وتمثل المجتمع المستهدف في هذا البحث بمشاهدي البرامج الترفيهية التلفزيونية الفضائية من جمهور مدينة بغداد المركز الذي شمل مركز قضاء الكرخ ومركز قضاء الرصافة ومركز قضاء مدينة الصدر الاولى والثانية، ولم يشمل البحث الأقضية الواقعة في الأطراف البعيدة عن مركز مدينة بغداد وذلك لعدم خضوع هذه الأقضية للتقييم والترتيب على وفق معيار محدد في المناطق السكنية كما هو المعمول به في مركز مدينة بغداد وتوزع الدور السكنية لها في مناطق متباعدة يصعب حصرها كما في مركز المدينة. وإزاء ما تقدم فإن مجتمع البحث تمثل بجمهور مدينة بغداد المركز من المستويات العمرية المختلفة من (١٥ عاماً فأكثر) ومن الإناث والذكور، تم اعتماده واختياره على وفق إحصائيات معتمدة من وزارة التخطيط / الجهاز المركزي للإحصاء، إذ بلغ عدد سكان مدينة بغداد المركز (٢٠١٥.٨٠٤) نسمة للأقضية الثلاثة المختارة بعمر ١٥ سنة. ان من اهم الخصائص المميزة للدراسات الاعلامية انها تتعامل مع جمهور كبير الحجم وهذا ما يحول دون التعامل مع هذه القاعدة العريضة بأسلوب الحصر الشامل لكل المفردات , لذلك يصح التعامل بنظام العينات هو الاساس في الدراسات الاعلامية. فالعينة (هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً)^(٨). وبسبب ان جمهور مدينة بغداد غير متجانس فان الباحث وجد ان انسب اسلوب لسحب عينة عشوائية من هذا المجتمع هو العينة العشوائية العنقودية وهي عبارة عن عنقود كبير من العناصر وليس مجرد مفردة من مفردات المجتمع، وتعد هذه العينة من العينات العشوائية لان العناقيد يتم اختيارها بشكل عشوائي، وقد يتم اختيار المفردات داخل كل عنقود بشكل عشوائي ايضا، وتعد عينة المناطق هي الاكثر استخداماً بين العينات العنقودية^(٩). وجرى اختيار عينة البحث لمركز مدينة بغداد على وفق إحصائيات كل قضاء ونسبته على وفق عينة عنقودية والتي تمر بمراحل عدة هي :

المرحلة الأولى: تم اختيار المناطق الجغرافية، مدينة بغداد المركز التي شملت مركز قضاء الرصافة ومركز قضاء مدينة الصدر الأولى ومدينة الصدر الثانية ومركز قضاء الكرخ.

المرحلة الثانية: ان هذه المرحلة شملت عدداً من المناطق على وفق ترتيب الناحية والحي والمحلة ثم عدد الافراد المطلوب من كل محلة وقد تم اختيار تلك المناطق عشوائياً، لأجل ان تكون أكثر تمثيلاً لمجتمع مدينة بغداد المركز .

المرحلة الثالثة: تم اختيار الأشخاص وتحديد عدد العينة المطلوبة من مدينة بغداد المركز و للأقضية الثلاثة بـ (٥٣٠) مفردة وزعت بين مناطق بغداد المركز عامة بشكل عشوائي مراعيًا فيها تمثيلها لطبقات المجتمع العراقي السائدة، وقد قام الباحث بتوزيع الاستبانة على الذين شملتهم العينة بطريقة العينة العمدية اي الذين يشاهدون البرامج الترفيهية فقط، وكانت نسبة الخطأ المعياري للعينة لا تتجاوز (٥%) ونسبة ثقة (٩٥%) إذ تم احتساب حجم العينة على وفق الإحصائيات السكانية تلك وعن طريق نسبة السكان لكل قضاء وناحية ومحلة وحسب المعادلة التالية (١٠).

سابعاً: أدوات البحث: وقد اعتمد الباحث على مجموعة من الأدوات البحثية التي تتطلبها الدراسة وان لكل أداة من هذه الأدوات أهميتها الأساسية في الوصول إلى المعلومات المطلوبة للبحث ومن ابرز هذه الأدوات:

استمارة الاستبيان: هي مجموعة من الاسئلة حول موضوع معين توجه الى العينات المختارة للحصول على معلومات تخدم الباحث في حل مشكلة بحثه^(١١). وتم إعداد استمارة الاستبيان من الباحث مستفيداً من الدراسات والأبحاث السابقة ذات العلاقة بالموضوع أو القريبة منه أذ تضمنت الاستمارة أسئلة متنوعة ومختلفة للجمهور المتعرضين للبرامج الترفيهية التلفزيونية تهدف إلى جمع المعلومات حول مشكلة البحث وتحقيق أهدافه. فقد اعتمد الباحث في تصميم الاستمارة على أمور عدة وأساسية عن طريق ما توفر من الدراسات النظرية التي لها الصلة بموضوع الدراسة فضلاً عن الافادة من النظري الذي كتبه الباحث وخضعت الاستمارة وفقراتها إلى التعديل من قبل عدد من الخبراء لاختبار صدق الاستبيان قبل وضعها في صيغتها النهائية.

ثامناً: تحديد المصطلحات: ان من اساسيات البحث العلمي تعريف المفاهيم او المصطلحات التي سيتم اختيارها ودراستها، أو التي وردت في مشكلة البحث وتساؤلاته، وذلك ان الكثير من المفاهيم تدل على معان مختلفة^(١٢).

١. **التعرض:** يعرف التعرض بأنه ميل الأفراد إلى تعريض أنفسهم اختياريًا للوسائل الاتصالية التي يهتمون بها أو يجدونها ملائمة لاتجاهاتهم ويتجنبون الوسائل التي لا تتلاءم مع اتجاهاتهم الراهنة^(١٣).

٢. **البرامج الترفيهية:** تعرف البرامج الترفيهية بانها البرامج التي تهدف الى تحقيق اهداف المرسل من خلال المضامين التي تصاغ في اشكال وقوالب متنوعة وجذابة ومشوقة كالأفلام والدراما والموسيقى والغناء والالعاب والمسابقات وبرامج المنوعات والمباريات الرياضية... الخ، التي يجد فيها المشاهد ترفيه وتسلية ومتعة تريحه من مشكلات الحياة اليومية.

سلبيات البرامج الترفيهية:

أصبح الجزء الأعظم من مضمون التلفزيون مخصصاً للترفيه لذلك لا بد من دراسة سلبيات البرامج الترفيهية الهابطة وتأثيرها في أذواق الجمهور وسلوكه، إذ تستطيع هذه البرامج ان تؤثر في طريقة تفكير الناس، وذلك بسبب التطور التكنولوجي الهائل في وسائل الاتصال الجماهيري حتى أصبح الأدب والشعر والموسيقى والدراما في متناول يد كل شخص تقريباً، وعندما نتكلم عن سلبيات البرامج الترفيهية في التلفزيون فأنا لا نعترض على المبدأ بل اعتراضنا على كيفية التنفيذ، فالخيط الذي يفصل بين الترفيه والإسفاف خيط رفيع جداً وهو ما ينبغي الحذر منه^(١٤). إذ إن الترفيه السلبي يأتي في الكثير من الأحيان بصورة متعمدة إذ إن الرسالة التي يقدمها التلفزيون لها اثار قد تكون ايجابية إذا تمت صياغتها على وفق منهج علمي تربوي وإعلامي صحيح، أو تكون النتائج سلبية عندما يبعث الرسالة الإعلامية (المهرجون وتجار السلع)^(١٥).

فالتلفزيون له دور ترفيهي بالنسبة للجمهور وهذا مهم إذ إن الناس أمس الحاجة إلى الترفيه في ظل الظروف التي يعيشونها، ولكن الترفيه والتسلية لا يجب أن يكونا على حساب القيم والمبادئ أو على حساب كرامة الآخرين، كأن يعتمد أسلوب السخرية من ذوي العاهات الجسدية أو من عادات الناس وتقاليدهم، بل يجب إن يقترب الترفيه من الرصانة الالتزام بالأداب العامة^(١٦).

يزداد تأثير الترفيه في الأهمية الحقيقية للتأثير التي تحققها هذه المواد على المشاهد لأنها تؤثر بطريقة غير مباشرة وغير محسوسة، وتتضاعف قوة تأثير البرامج الترفيهية التي يشاهدها الجمهور بانهم لا يعرفون حقيقة أنهم عرضة للتأثير عن طريق هذه البرامج التي تبدو بريئة^(١٧).

إذ إن الإسراف في مشاهدة البرامج الترفيهية يؤدي إلى نتائج سلبية يصفها بعض العلماء والباحثين بالإدمان وضياح الوقت والتقليد لشخصيات تقوم بأدوار سلبية أو سلوكيات سيئة، قد تؤدي في بعض الأحيان إلى الوفاة أو الطلاق أو نشر العنف والفاحشة^(١٨). فتعاني الكثير من المجتمعات من هذا السيل الهائل من البرامج الترفيهية التلفزيونية في ظل ظهور القنوات الفضائية التجارية، والتي تدعو إلى الاستهلاك وتحاول إن تسفه الاهتمامات والأذواق وتسطحها، إذ يوصف تقبل الناس للبرامج الهابطة ومشاهد العنف والجنس والجريمة كالإدمان على المخدرات، فالمشاهد يدمن على هذه البرامج إذ في البداية يصدمون بها ولكن سرعان ما يتقبلونها ليصبحوا أسرى لها ولا يرضون بغيرها^(١٩).

كما تؤدي مشاهدة الكثيفة للبرامج الترفيهية الى تعطيل القدرات العقلية والمعرفية وتجميد الطاقات وتضيع على الطفل الفرصة في الحضور والتخيل وتفقدته قدرته على التفكير والتمرين الذهني، وذلك بما تحمله هذه البرامج من مضمون غربي ناشر للفاحشة وبما يتميز به من إثارة سمعية وبصرية والتي تؤثر في الأعصاب والنفس، عبر الأعمال الدرامية والأفلام الأجنبية والمذبجة والفيديو كليب^(٢٠). وأثبتت دراسات عدة أجراها الباحثون إن البرامج التلفزيونية ولاسيما الترفيهية لها تأثير في صحة الإنسان الجسدية، إذ تلخص نتائج هذه الدراسات بأن الظواهر الجسمانية السلبية تصبح قوية في أوساط متلقي البرامج التلفزيونية كالنقص والذهول والاستغراب، والذي يسبب إهمال العمل والالتزامات المدرسية والعصبية التي يسببها التوقع الناجم عن آلية المشاهدة، وان تفوق برامج الترفيه على برامج التعليم بشكل كبير لا يشجع على الدراسة، فالأطفال الذين يشاهدون برامج مثيرة يترك لديهم ميلا نحو التشويش والاضطراب العصبي وكذلك الإهمال وعدم الاكتراث^(٢١). كما بينت دراسة أجريت في الأردن حول معرفة عادات مشاهدة طلبة جامعة اليرموك للبرامج الفضائية المفضلة وأنماطها، بينت هذه الدراسة إن نسبة (٧٥ ٪) من الذكور و (٨٣ ٪) من الإناث يعد البرامج الفضائية محرجة لهم ولعائلاتهم وبينت إن البرامج التلفزيونية غير ملائمة للأعراف والتقاليد الاجتماعية، واتضح إن التسلية والترفيه كانا السبب في امتلاك اللواقط الهوائية^(٢٢). وتشير نتائج الدراسة التي أجرتها الباحثة (بشرى السنجري) إن البرامج الترفيهية تسهم في إشاعة الكثير من السلوكيات والقيم السلبية، ومنها تبني الكلمات والألفاظ والحركات الراقصة وتقليد الموضة وإشاعة التبرج... الخ، إذ أثرت هذه البرامج في الثقافة الجماهيرية بشكل كبير لذلك لا بد ان تؤخذ هذه الظاهرة بشكل جاد، لاسيما أنها تأخذ مساحة واسعة من البث وما تطرحه من قيم الكثير منها غير ايجابي ويتعارض مع القيم المألوفة^(٢٣). إن اغلب ما يبيث على الفضائيات العربية هي برامج ومضامين مستوردة تحفل هذه البرامج بالإثارة والعنف والجريمة، ومن ثم فان الأطفال داخل الأسرة العربية يتعرضون في اثناء المشاهدة لأفكار وتقاليد وقيم بعيدة عن الواقع العربي والثقافة العربية^(٢٤). أما آثار الدراما على الشباب ولاسيما المضامين الاجنبية فقد شجعت الكثير من الشباب على اعتناق والتأثر بالثقافة الغربية وتقليدها تقليداً اعمى^(٢٥). ومن سلبيات البرامج الترفيهية التي تعرض على التلفزيون هي استخدام الإيحاءات الجنسية، وذلك عن طريق حشد نسبة كبيرة من الفتيات الجميلات الصغيرات بحيث تحولت إلى شاشات للأنوثة، وكذلك انتشار برامج التنجيم التي اجتاحت عددا كبيرا من القنوات الفضائية العربية هذه البرامج التي تدعي العلم بالغيب^(٢٦). كذلك برامج المسابقات التي تحولت من برامج ترفيهية ثقافية إلى برامج تتميز بالتنافس القطري الإقليمي وليس تنافساً مهنيّاً أو فنياً، فأصبح هدف المشاهد هو تشجيع الفريق الذي يمثل بلده وليس المتسابق الأكثر ثقافة ومعرفة، ولم يقتصر الأمر على النزعة الإقليمية والقطرية بل اتخذ البرنامج منحة قبلية، إذ رصدت إحدى القبائل الإماراتية مبلغاً قدره مليون درهم إماراتي لدعم بعض أبنائها من الشعراء المشاركين في برنامج (شاعر المليون)^(٢٧). أما الأغاني فمعظم هذه الموسيقى التي تقدم للشباب الأفكار التافهة والمعاني الرخيصة فضلاً عن المحاصرة الجريئة لأخلاق الأسر وعاداتها ودينها وتقليدها، إذ إن اغلب هذه الأغاني تعبر عن الانحلال الحضاري وتستخدم كبديل للتجارب الجنسية^(٢٨). ويرى عدد من الباحثين إن المواد الترفيهية التي تحتوي على مشاهد الجنس والعنف قد تدفع الأفراد إلى ارتكاب الجرائم^(٢٩) فقد أجريت دراسة حول آثار التلفزيون الايجابية والسلبية على طلبة الإعدادية في مدينة العين، وبينت نتائج الدراسة إن نسبة (٨٥ ٪) يرى بان برامج التلفزيون تساعد في الجريمة والعنف وان البرامج التلفزيونية تنمي السلبية والكلل^(٣٠). كما بينت دراسة اجريت حول العلاقة بين مشاهدة أفلام العنف والجريمة اكدت ان الاطفال يتعلمون بعض الانحرافات السلوكية كالسرقة والتدخين وتعاطي المخدرات نتيجة لمشاهدة بعض الافلام، علاوة على التشجيع على السلوك الاجرامي وذلك عن طريق قيام الافلام بعرض صور اجرامية عرضاً مغرياً

ومشوقاً واطهار الموقف البطولي للمجرم عنده مقاومته السلطات والاجهزة الامنية، مما يزين واقع المجرمين عبر عنصري المال والقوة وما يتمتعون به من نفوذ وسلطة تجعل المشاهدين يتطلعون الى محاكاتهم وتقليدهم لتحقيق ما حققوه عن طريق جرائمهم^(٣١).

كما تؤكد أبحاث أخرى إن مشاهدة بعض مناظر العنف على شاشة التلفزيون يزيد من التوتر العاطفي للفرد، وفي هذه الحالة تضعف مقدرة الشخص على السيطرة على عواطفه وانفعالاته وهكذا قد يصبح صعباً بالنسبة للأطفال إن يواجهوا دوافع التحريض على العنف التي تتضمنها المشاهد التي تقدم عن طريق الأفلام والمسلسلات التي يقدمها التلفزيون^(٣٢). وبسبب كثرة ما يشاهده الأطفال من افلام العنف في التلفزيون يزداد شعورهم بالقلق ليس من افلام المطاردة والجري بل من افلام المرواغة والارتقاء من اماكن عالية والمناورات والقتل كلها تسبب لهم القلق والخوف، لانهم يرغبون في تعلمها وإذا تغلب الطفل على مخاوفه فإنه سوف يقلد كل ما يراه، وإذا وجد ما يمنعه من هذا التقليد المتأثر فإنه سوف يسعى الى تقليده سراً أو مع أفراد يشاركونه الهواية المنحرفة نفسها^(٣٣).

وتوضح احدث الدراسات العلمية التي أجريت على برامج الترفيه التي تقدمها المحطات العربية، بان الترفيه يكرس القيم الآتية^(٣٤):

١. الاستهلاك .
٢. التحديث الذي يقوم على أساس امتلاك السلع وليس التحديث الذي يقوم على أساس امتلاك المعارف والتقنيات العقلانية والمنهجية أي الحداثة المرتبطة بالاستهلاك.
٣. تحويل المتعة والترفيه واللذة من حاجة إنسانية إلى صناعية.
٤. ترسيخ القيم السلبية واللامبالاة والافتقار إلى الحس النقدي.
٥. تشجيع قيم الربح السريع والمقامرة والتشاظر .
٦. النجومية الإعلامية أذ تحولت شاشات القنوات الترفيهية إلى مصنع لإنتاج النجوم من مقدمين ومقدمات.
٧. نشر قيم السحر والشعوذة والخرافة وتغييب قيم الابتداع والعلم والمنطق.

المحور الاول:- الخصائص الديمغرافية للمبجوثين :

١-الجنس (النوع): توزع المبجوثون المشاركون في هذا البحث وضمن العينة المختارة من محافظة بغداد الذي بلغ اجمالي عددهم (٥٠٠) مبجوثاً توزعوا بحسب متغير الجنس الى (٢٦٧) مبجوثاً من الذكور بلغت نسبتهم (٥٣.٤%) من حجم العينة المختارة ، بالمقابل (٢٣٣) مبجوثاً من الاناث شكلت نسبتهم (٤٦.٦%) من اجمالي العينة. (ينظر جدول (١))

جدول (١) توزيع افراد العينة بحسب الجنس

ت	الجنس	العدد	النسبة المئوية
١	ذكر	٢٦٧	٥٣.٤%
٢	أنثى	٢٣٣	٤٦.٦%
٣	المجموع	٥٠٠	١٠٠%

٢-المستويات العمرية :- توزع المبجوثون بحسب الفئات العمرية بين مستويات عدة على وفق الآتي :-

- أ- مستوى (١٥-٢٥) عاماً : بلغ عدد المبجوثين ضمن هذه الفئة العمرية (١٩٣) مبجوثاً وبنسبة بلغت (٣٨.٦%).
- ب- مستوى (٢٦-٣٦) عاماً : بلغ عدد المبجوثين ضمن هذه المرحلة العمرية (١٤٧) مبجوثاً وبنسبة شكلت (٢٩.٤%).
- ت- مستوى (٣٧-٤٧) عاماً : بلغ عدد المبجوثين ضمن هذه الفئة العمرية (٧٧) مبجوثاً وبنسبة شكلت (١٥.٤%).
- ث- مستوى (٤٨-٥٨) عاماً : بلغ عدد المبجوثين ضمن هذا المستوى العمري (٥٠) مبجوثاً وبنسبة بلغت (١٠%).
- ج- مستوى (٥٨) عاماً فما فوق : بلغ عدد المبجوثين ضمن هذه الفئة العمرية (٣٣) مبجوثاً وبنسبة بلغت (٦.٦%). (ينظر جدول (٢)).

جدول (٢) توزيع افراد العينة حسب العمر

ت	الفئات العمرية	العدد	النسبة المئوية
١	٢٥-١٥	١٩٣	٣٨.٦%

٢	٣٦-٢٦	١٤٧	%٢٩.٤
٣	٤٧-٣٧	٧٧	%١٥.٤
٤	٥٨-٤٨	٥٠	%١٠
٥	٥٨ - فما فوق	٣٣	%٦.٦
	المجموع		%١٠

المحور الثاني: ايجابيات التعرض للبرامج الترفيهية وسلبياته:-

١- هل البرامج الترفيهية تقدم معلومات ثقافية للمبحوثين: يهدف الى معرفة اعتقاد المبحوثين بالبرامج الترفيهية ان كانت تقدم معلومات ثقافية وإزاء ما تقدم جرى طرح التساؤل (هل تعتقد ان البرامج الترفيهية تقدم معلومات ثقافية) وجاءت إجابات المبحوثين بشأن هذا السؤال على وفق الآتي :

أ- الى حد ما: بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى انهم يعتقدون ان البرامج الترفيهية تقدم معلومات ثقافية (الى حد ما) (٢٣٣) مبحوثاً ونسبتهم (%٤٦.٦) من المبحوثين وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الأولى من بين الفئات الأخرى .

ب- نعم: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية من بين الفئات بعدد (٢٢٥) من مبحوثاً ونسبتهم (%٤٥), ان هذه البرامج تقدم معلومات ثقافية ت- كلا: بلغ عدد المبحوثين الذين اشاروا إلى ان البرامج الترفيهية لا تقدم معلومات ثقافية (٤٢) مبحوثاً ونسبته بلغت (%٨.٤) وبذلك احتل هذا الفئة المرتبة الثالثة من بين الخيارات الأخرى . (ينظر جدول (٣)).

جدول (٣) اعتقاد المبحوثين بان البرامج الترفيهية تقدم معلومات ثقافية

ت	معلومات ثقافية	العدد	النسبة المئوية
١	إلى حد ما	٢٣٣	%٤٦.٦
٢	نعم	٢٢٥	%٤٥
٣	كلا	٤٢	%٨.٤
٤	المجموع	٥٠٠	%١٠٠

٦- مشاهدة البرامج الترفيهية تساعد المبحوثين على الترفيه عن انفسهم والتقليل من ضغوط الحياة : التعرف على نسبة المبحوثين الذين يرون ان البرامج الترفيهية تساعدهم على الترفيه وتقلل من ضغوط الحياة الصعبة , وتم طرح السؤال الآتي (اعتقد ان البرامج الترفيهية تساعد على الترفيه عن الناس والتقليل من ضغوط الحياة) وجاءت إجابات المبحوثين بشأن هذا السؤال على وفق الآتي :

أ- نعم: تصدرت هذه الاجابة المرتبة الأولى من بين الاختيارات الأخرى إذ أكد (٣٥٣) مبحوثاً ونسبة شكلت (%٧٠.٦) ان مشاهدة البرامج الترفيهية تساعد على الترفيه وتقلل من ضغوط الحياة

ب- الى حد ما: أشار (١٢٩) مبحوثاً ونسبتهم (%٢٥.٨) إلى أنهم يرون أن هذه البرامج تساعدهم على الترفيه عن انفسهم ولكن ليس بشكل كبير (الى حد ما) وبذلك احتلت المرتبة الثانية من بين الاختيارات الأخرى.

ت- كلا: حلت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة من بين الفئات الأخرى اذ اكد المبحوثون انهم يرون ان البرامج الترفيهية لا تساعدهم في الترفيه عن انفسهم ولا تقلل ضغوط الحياة بعدد (١٨) مبحوثاً ونسبة بلغت (%٣.٦). (ينظر جدول (٤)).

جدول (٤) البرامج الترفيهية تساعد على الترفيه عن المبحوثين

ت	البرامج الترفيهية تساعد على الترفيه عن الناس	العدد	النسبة المئوية

١	نعم	٣٥٣	٧٠.٦%
٢	الى حد ما	١٢٩	٢٥.٨%
٣	كلا	١٨	٣.٦%
٤	المجموع	٥٠٠	١٠٠%

٧- البرامج الترفيهية تخلق جواً من الألفة بين العائلة عند اجتماعهم لمشاهدة هذه البرامج: يهدف الى معرفة اعتقاد المبحوثين بالبرامج الترفيهية هل تخلق جواً من الالفة بين افراد العائلة وإزاء ما تقدم جرى طرح التساؤل الآتي (برأي البرامج الترفيهية تخلق جو من الالفة بين العائلة عند اجتماعهم لمشاهدة هذه البرامج) وكانت إجابات المبحوثين فيما يتعلق بهذا السؤال على وفق الآتي :

أ- نعم: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الاولى من بين الفئات الأخرى إذ أكد (٣٧٤) مبحوثاً ونسبتهم (٦٩.٤%) انهم يعتقدون أن هذه البرامج تخلق جو من الالفة بين افراد العائلة.

ب- إلى حد ما: بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى انهم يجدون البرامج الترفيهية تقدم تخلق جواً من الالفة بين العائلة عند اجتماعهم لمشاهدة هذه البرامج (الى حد ما) بعدد (١٣٤) مبحوثاً ونسبتهم (٢٦.٨%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الثانية من بين الفئات الأخرى

ت- كلا: بلغ عدد المبحوثين الذين اشاروا إلى ان البرامج الترفيهية لا تخلق جو من الالفة بين العائلة (١٩) مبحوثاً ونسبته بلغت (٣.٨%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الثالثة من بين الخيارات الأخرى . (ينظر جدول (٥)).

جدول(٥) البرامج الترفيهية تخلق جواً من الالفة بين افراد العائلة

ت	البرامج الترفيهية تخلق جواً الألفة	العدد	النسبة المئوية
١	نعم	٣٤٧	٦٩.٤%
٢	الى حد ما	١٣٤	٢٦.٨%
٣	كلا	١٩	٣.٨%
٤	المجموع	٥٠٠	١٠٠%

٨- البرامج الترفيهية التي يشاهدها المبحوثون تتلاءم مع قيمنا وتقاليدينا: بهدف معرفة راي المبحوثين بالبرامج الترفيهية التي يشاهدونها هل تتلاءم مع عاداتنا وتقاليدينا, جرى طرح التساؤل الآتي (باعتمادك ان البرامج الترفيهية التي تشاهدها تتلاءم مع قيمنا وعاداتنا وتقاليدينا) وجاءت إجابات المبحوثين بهذا الشأن وعلى وفق الآتي:

أ- إلى حد ما: حصلت هذه الفئة على المرتبة الأولى في إجابات المبحوثين (٢٥٦) مبحوثاً ونسبة مئوية بلغت (٥١.٢%) إلى ان البرامج الترفيهية التي يشاهدونها تتلاءم مع عاداتنا وتقاليدينا (الى حد ما) إذ أشار لها.

ب- كلا: أشار (١٣٢) مبحوثاً ونسبة مئوية بلغت (٢٦.٤%) إلى ان البرامج الترفيهية التي يشاهدونها لا تتلاءم مع قيمنا وعاداتنا وتقاليدينا, وبذلك احتلت المرتبة الثانية من بين الاجابات الأخرى.

ت- نعم: جاءت هذه الاجابة بالمرتبة الثالثة من إجابات المبحوثين الذين يرون ان مشاهدة البرامج الترفيهية تتلاءم مع عاداتنا وتقاليدينا إذ أشار لها (٨٣) مبحوثاً ونسبة مئوية بلغت (٢٢.٤%) . (ينظر جدول (٦))

جدول(٦) البرامج الترفيهية تتلاءم مع قيمنا وعاداتنا وتقاليدينا

ت	البرامج الترفيهية تتلاءم مع قيمنا	العدد	النسبة المئوية

١	الى حد ما	٢٥٦	٥١.٢%
٢	كلا	١٣٢	٢٦.٤%
٣	نعم	١١٢	٢٢.٤%
٤	المجموع	٥٠٠	١٠٠%

١١- البرامج الترفيهية ودورها في نشر الثقافة الغربية في مجتمعنا العراقي: بهدف الوصول إلى مقدار الوعي لدى المبحوثين عن الدور الذي تؤديه بعض البرامج الترفيهية في نشر الثقافة الغربية في مجتمعنا وإزاء ذلك طرح التساؤل الآتي (برأي تؤدي مشاهدة بعض البرامج الترفيهية الى نشر الثقافة الغربية في مجتمعنا العراقي) وأجاب عنها المبحوثون وجاءت النتائج على وفق الآتي:

أ- نعم: وصل عدد المبحوثين (٢٧٨) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٥٥.٦%) من عينة البحث وحلت بالمرتبة الأولى، الذين يرون ان مشاهدته بعض البرامج الترفيهية يؤدي الى نشر الثقافة الغربية في مجتمعنا.

ب- الى حد ما: بلغ عدد المبحوثين الذين يجدون التعرض للبرامج الترفيهية يؤدي الى نشر الثقافة الغربية (الى حد ما) (١٧٤) مبحوثاً ونسبتهم (٣٤.٨%) من عينة البحث وبذلك حلت بالمرتبة الثانية .

ت- كلا: حلت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة من بين الإجابات الاخرى إذ وصل عدد المبحوثين من عينة البحث الذين لا يرون أن مشاهدة بعض البرامج الترفيهية تؤدي الى نشر الثقافة الغربية (٤٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٩.٦%). (ينظر جدول (٧)).

جدول (٧) مشاهدة البرامج الترفيهية تؤدي الى نشر الثقافة الغربية في مجتمعنا

ت	نشر الثقافة الغربية	العدد	النسبة المئوية
١	نعم	٢٧٨	٥٥.٦%
٢	الى حد ما	١٧٤	٣٤.٨%
٣	كلا	٤٨	٩.٦%
٤	المجموع	٥٠٠	١٠٠%

١٢- مشاهدة البرامج الترفيهية تؤدي الى ضعف الاخلاق والاحترام بين افراد العائلة: يهدف الى معرفة اعتقاد المبحوثين هل البرامج الترفيهية لها دور في ضعف القيم والاخلاق بين افراد العائلة وإزاء ما تقدم جرى طرح التساؤل الآتي (برأي تؤدي البرامج الترفيهية الى ضعف القيم والاخلاق والاحترام بين افراد العائلة) وكانت إجابات المبحوثين فيما يتعلق بهذا السؤال على وفق الآتي :

أ- نعم: جاء هذه الفئة بالمرتبة الاولى من بين الفئات الأخرى التي تؤكد ان بعض المبحوثين الذين يعتبرون مشاهدة بعض البرامج الترفيهية تؤدي الى ضعف الاخلاق والقيم والاحترام بين افراد العائلة إذ أكد (١٩٣) مبحوثاً ونسبتهم (٣٨.٦%) .

ت- الى حد ما: بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى ان البرامج الترفيهية تؤدي الى ضعف القيم الاخلاقية والاحترام بين افراد العائلة (الى حد ما) (١٧١) مبحوثاً ونسبتهم (٣٤.٢%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الثانية من بين الفئات الأخرى .

ث- كلا: بلغ عدد المبحوثين الذين اشاروا إلى ان البرامج الترفيهية لا تؤدي الى ضعف القيم والاخلاق عند العائلة (١٣٦) مبحوثاً ونسبته بلغت (٢٧.٢%) وبذلك احتل هذا الفئة المرتبة الثالثة من بين الخيارات الأخرى . (ينظر جدول (٨)).

جدول (٨) مشاهدة البرامج الترفيهية تؤدي إلى ضعف القيم الاخلاقية والاحترام بين العائلة

ت	ضعف القيم والاخلاق	العدد	النسبة المئوية
١	نعم	١٩٣	٣٨.٦%
٢	الى حد ما	١٧١	٣٤.٢%
٣	كلا	١٣٦	٢٧.٢%
٤	المجموع	٥٠٠	١٠٠%

١٣- كثرة مشاهدة البرامج الترفيهية وعلاقتها بإهمال الواجبات المدرسية: بهدف الوصول إلى تأثير كثرة مشاهدة البرامج الترفيهية في المبحوثين هل تؤدي إلى إهمال الواجبات المدرسية وإزاء ما تقدم طرح السؤال الآتي (اعتقد ان كثرة مشاهدة البرامج الترفيهية تؤدي إلى إهمال الواجبات المدرسية) وجاءت إجابات المبحوثين بهذا الشأن على وفق الآتي:

أ- نعم: جاءت هذه الفئة من الاجابات بالمرتبة الاولى إذ يرى غالبية المبحوثون ان كثرة مشاهدة البرامج الترفيهية تؤدي إلى إهمال بعض ابنائنا لواجباتهم المدرسية اذ اشار إليها (٢٩٧) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٥٩.٤) % .
ب- إلى حد ما: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية اذ اكد (١٥٢) مبحوثاً وبنسبة (٣٠.٤) % إذ يرى بعض المبحوثين ان كثرة مشاهدته هذه البرامج تؤدي إلى إهمال الواجبات المدرسية (إلى حد ما) من وجهة نظر المبحوثين المشاركين في البحث.
كلا: أكد (٥١) مبحوثاً ونسبتهم (١٠.٢) % ان كثرة التعرض للبرامج الترفيهية ليس له تأثير في الواجبات المدرسية وبذلك احتلت المرتبة الثالثة من بين الفئات الأخرى. (ينظر جدول (٩)).

جدول (٩) كثرة مشاهدة البرامج الترفيهية تؤدي إلى إهمال الواجبات المدرسية

ت	اهمال الواجبات المدرسية	العدد	النسبة المئوية
١	نعم	٢٩٧	٥٩.٤%
٢	إلى حد ما	١٥٢	٣٠.٤%
٣	كلا	٥١	١٠.٢%
٤	المجموع	٥٠٠	١٠٠%

١٤- مشاهدة البرامج الترفيهية والهاء المبحوثين عن اعمالهم اليومية وإهمال قضايا المجتمع المهمة : بهدف الوصول إلى نسبة المبحوثين الذين يجدون ان التعرض لبعض البرامج الترفيهية يؤدي إلى الهائم عن اعمالهم اليومية وإهمال للأحداث والقضايا التي تهم مجتمعنا جرى طرح التساؤل الآتي (هل تؤدي كثرة مشاهدة بعض البرامج الترفيهية إلى الهاء الناس عن اعمالهم اليومية وإهمال القضايا التي تهم المجتمع). وجاءت إجابات المبحوثين بهذا الشأن على وفق الآتي:

أ- نعم : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الاولى من بين الفئات الاخرى اذ اكد ذلك (٢٧٦) مبحوثاً وبنسبة (٥٥.٢) % ان لمشاهدة البرامج الترفيهية دور في إهمال الناس الاحداث القضايا التي تهم مجتمعهم.
ب- إلى حد ما : أكد (١٥٨) مبحوثاً ونسبتهم (٣١.٦) % ان التعرض لبعض البرامج الترفيهية تؤدي إلى الهاء الناس عن اعمالهم(إلى حد ما) وبذلك احتلت المرتبة الثانية من بين الفئات الأخرى .
ت- كلا: جاءت هذه الفئة من بين الاختيارات الاخرى بالمرتبة الثالثة من وجهة نظر المبحوثين اذ اشار إليها (٦٦) مبحوثاً وبنسبة شكلت (١٣.٢) % . (ينظر جدول (١٠)).

جدول (١٠) مشاهدة البرامج الترفيهية والهاء الناس عن اعمالهم اليومية وإهمال القضايا

التي تهم المجتمع

ت	اهمال القضايا التي تهم المجتمع	العدد	النسبة المئوية
١	نعم	٢٧٦	٥٥.٢%
٢	إلى حد ما	١٥٨	٣١.٦%
٣	كلا	٦٦	١٣.٢%
٤	المجموع	٥٠٠	١٠٠%

١٥- كثرة التعرض للبرامج الترفيهية والاضرار في صحة الانسان: بهدف الوصول إلى مقدار المعرفة لدى المبحوثين عن الاضرار التي تسببها كثرة مشاهدة البرامج الترفيهية في صحة الانسان وإزاء ذلك طرح التساؤل الآتي (اعتقد ان كثرة مشاهدة البرامج الترفيهية تؤدي إلى الأضرار في صحة الانسان كالسهر وعدم القدرة على النوم) وجاءت النتائج على وفق الآتي:

أ- نعم: وصل عدد المبحوثين الذين اكدوا ان كثرة مشاهدة البرامج الترفيهية تؤدي إلى الأضرار في صحتهم (٣٠١) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٦٠.٢) % من عينة البحث وحلت بالمرتبة الأولى.

ب- الى حد ما: بلغ العدد للمبحوثين الذين يجدون كثرة التعرض للبرامج الترفيهية يؤدي الى الاضرار في صحتهم (الى حد ما) (١٣٨) مبحوثاً ونسبتهم (٢٧.٦٪) من عينة البحث والتي حلت بالمرتبة الثانية .

ت- كلا: حلت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة من بين الإجابات الاخرى إذ وصل عدد المبحوثين من عينة البحث (٦١) مبحوثاً ونسبة بلغت (١٢.٢٪) من الذين لا يعتبرون ان كثرة مشاهدة البرامج الترفيهية تؤدي إلى الأضرار في صحة الانسان. (ينظر جدول (١١)).

جدول (١١) كثرة مشاهدة البرامج الترفيهية والاضرار في صحة الانسان

ت	الاضرار في صحة الانسان	العدد	النسبة المئوية
١	نعم	٣٠١	٦٠.٢٪
٢	الى حد ما	١٣٨	٢٧.٦٪
٣	كلا	٦١	١٢.٢٪
٤	المجموع	٥٠٠	١٠٠٪

١٦- مشاهدة بعض البرامج الترفيهية ودفع الفرد الى العزلة: بهدف معرفة هل هناك علاقة بين تعرض المبحوثين لبعض البرامج الترفيهية التي يشاهدونها عبر القنوات التلفزيونية ودفع الفرد الى العزلة والوحدة جرى طرح التساؤل الآتي (برأيك ان كثرة مشاهدة البرامج الترفيهية تدفع الفرد الى العزلة والوحدة) وجاءت إجابات المبحوثين بهذا الشأن كما في جدول (٦٤) أدناه وعلى وفق الآتي:

أ- نعم : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الاولى من حيث يعتبرون ان كثرة مشاهدة البرامج الترفيهية تدفعهم الى العزلة والوحدة من وجهة نظر المبحوثين المشاركين في البحث اذ اكد ذلك (٢١٢) مبحوثاً ونسبة (٤٢.٤٪).

ب- الى حد ما: أكد (١٦٣) مبحوثاً ونسبتهم (٣٢.٦٪) ان كثرة مشاهدتهم لهذه البرامج تدفعهم الى العزلة والوحدة ولكن (الى حد ما) وبذلك احتلت المرتبة الثانية من بين الفئات الأخرى الموجودة.

ت- كلا: جاءت هذه الفئة من الاحداث بالمرتبة الثالثة من بين الاجابات الاخرى اذ أشار إليها (١٢٥) مبحوثاً ونسبة شكلت (٢٥٪). (ينظر جدول (١٢)).

جدول (١٢) كثرة مشاهدة البرامج الترفيهية ودفع الفرد الى العزلة

ت	تدفع الفرد الى العزلة	العدد	النسبة المئوية
١	نعم	٢١٢	٤٢.٤٪
٢	الى حد ما	١٦٣	٣٢.٦٪
٣	كلا	١٢٥	٢٥٪
٤	المجموع	٥٠٠	١٠٠٪

١٧- مشاهد العنف في بعض البرامج الترفيهية وتشجيع الاطفال على العنف: بهدف معرفة تأثير مشاهد العنف في بعض البرامج الترفيهية في تشجيع اطفالنا على العنف وازاء ما تقدم طرح السؤال الآتي (أرى ان مشاهد العنف في بعض البرامج تشجع الاطفال على العنف) وجاءت إجابات المبحوثين بهذا الشأن وعلى وفق الآتي:

أ- نعم: جاءت هذه الفئة من الاجابات بالمرتبة الاولى من حيث يرى غالبية المبحوثين ان مشاهد العنف في بعض البرامج الترفيهية تشجع اطفالهم على العنف اذ أشار إليها (٣٤٨) مبحوثاً ونسبة شكلت (٦٩.٦٪) .

ب- الى حد ما: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية اذ يرى بعض المبحوثين ان مشاهد العنف في بعض البرامج الترفيهية لها دور في تشجيع الاطفال على العنف (الى حد ما) اذ اكد ذلك (١١٢) مبحوثاً ونسبة (٢٢.٤٪) .

ت- كلا: أكد (٤٠) مبحوثاً ونسبتهم (٨٪) ان مشاهد العنف في بعض البرامج الترفيهية لا تشجع الاطفال على العنف وبذلك احتلت المرتبة الثالثة من بين الفئات الأخرى. (ينظر جدول (١٣)).

جدول (١٣) مشاهد العنف في البرامج الترفيهية وشجيع الاطفال على العنف

ت	تشجيع الاطفال على العنف	العدد	النسبة المئوية
١	نعم	٣٤٨	٦٩.٦٪

٢	الى حد ما	١١٢	٢٢.٤%
٣	كلا	٤٠	٨%
٤	المجموع	٥٠٠	١٠٠%

٢١- مشاهدة البرامج الترفيهية وتقليد ابنائنا للشخصيات الموجودة في هذه البرامج: بهدف التعرف على نسبة المبحوثين الذين يرون ان البرامج الترفيهية تشجع الاشخاص على تقليد الشخصيات الموجودة في هذه البرامج، وجرى طرح السؤال الآتي (ان مشاهدة البرامج الترفيهية يشجع الكثير من ابنائنا على تقليد الشخصيات الموجودة في هذه البرامج) جاءت نتائج إجابات المبحوثين على وفق الترتيب الآتي :

أ- نعم: جاء هذا الحكم بالمرتبة الأولى إذ بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى أنهم يرون ان مشاهدة البرامج الترفيهية تشجع على تقليد ابنائنا للشخصيات الموجودة فيها (٣١٤) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٦٢.٨%) من بين الاختيارات الأخرى.

ب- إلى حد ما: أشار (١٥٩) مبحوثاً ونسبتهم (٣١.٨%) إلى أنهم يرون أن هذه البرامج لها دور في تشجيع الكثير من ابنائهم على تقليد الشخصيات الموجودة في تلك البرامج (إلى حد ما) وبذلك احتل هذا الحكم المرتبة الثانية.

ت- كلا: جاء هذا الحكم بالمرتبة الثالثة من بين إجابات المبحوثين إذ أوضح (٢٧) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٥.٤%) أن هذه البرامج ليس لها دور في تشجيع أبنائهم على تقليد الشخصيات الموجودة فيها. (ينظر جدول ١٤) أدناه.

جدول (١٤) مشاهدة البرامج الترفيهية وتشجيع ابنائنا على تقليد الشخصيات

ت	أنا للشخصيات الموجودة في هذه	العدد	النسبة المئوية
١	نعم	٣١٤	٦٢.٨%
٢	الى حد ما	١٥٩	٣١.٨%
٣	كلا	٢٧	٥.٤%
٤	المجموع	٥٠٠	١٠٠%

التوصيات:-

١. على صعيد بحوث الجمهور في العراق ، الاهتمام ببحوث الجمهور وتعرضهم للبرامج الترفيهية التي تمثل نسبة كبيرة من بث القنوات فضلا عن وجود قنوات كثيرة متخصصة بهذه البرامج، إذ لم يجد الباحث أي بحث أو دراسة تتعلق بدراسة تعرض الجمهور العراقي للبرامج الترفيهية .

٢. بحث العلاقة بين الجمهور وتعرضهم للبرامج الترفيهية ، ومعرفة هل تقدم هذه البرامج ما يشبع حاجاتهم و رغباتهم.

٣. اجراء دراسات من الباحثين حول تعرض الجمهور العراقي للبرامج الترفيهية وتأثيرها في عادات وتقاليد المجتمع العراقي وتقاليدته، كأجراء دراسات مقارنة بين إجابيات التعرض للبرامج الترفيهية وسلبياته.

٤. على صعيد القنوات الفضائية الحرص على التمسك بعادات الجمهور العربي والعراقي وتقاليد عند إنتاج البرامج الترفيهية و زيادة الاهتمام بالإنتاج العربي وتقديم برامج ترفيهية تنهض بالمجتمع ثقافيا ومعرفيا عن طريق تقديم ترفيه هادف، والتخلي عن بعض الأساليب المستوردة التي لا تتسجم مع واقع مجتمعنا وطبيعته.

٥. تدعيم قيم الانتماء والحفاظ على الهوية الوطنية عن طريق انتاج برامج ترفيهية تعزز هذه القيم، كالأغاني الوطنية او المسلسلات والافلام التي تعالج في مضمونها قيم الحفاظ على وحدة العراق ووحدة أراضيها والدفاع عنه ولاسيما في ظل الظروف التي يمر بها الوطن العربي وبلدنا الغالي.

٦. أن تقوم ادارة القنوات بالتعرف على اهم حاجات الجمهور عن طريق القيام بالاستطلاعات واجراء البحوث المستمرة على جمهورها والاستعانة بالمؤسسات البحثية المختصة بذلك لغرض تطوير عملها الاعلامي وتقويمه.

هوامش البحث:

(4) Unesco, World communication Report, Paris, 1989, p . p . 404 .

(١) سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط٦ (عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠) ص٨٩.

- (٣) بركات عبد العزيز، مناهج البحث الاعلامي الاصول والنظرية ومهارات التطبيق (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٢) ص ٣٣.
- (٤) محمود حسن اسماعيل، مناهج البحث الاعلامي (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠١١) ص ٩٦.
- (٥) سمير محمد حسين، بحوث الاعلام، ط ٣ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٩) ص ١٤٧.
- (٦) ذوقان عبيدات واخرون، البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه، ط ١١ (عمان: دار الفكر، ٢٠٠٩) ص ٩٤.
- (٧) مقابلة اجراها الباحث مع السيد فاضل نايوخ خيزران يعمل بصفة خبير في مجال العينات والتحليل في الجهاز المركزي للإحصاء / وزارة التخطيط في يوم ٢٠١٥/٧/٩ لاختيار عينة البحث.
- (٨) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠) ص ١٣٣.
- (٩) شيماء نم الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩) ص ٢٤٨.
- (١٠) وزارة التخطيط، الجهاز المركزي للإحصاء والسكان والقوى العاملة، عام ٢٠١٥.
- (١١) منذر عبدالحميد الضامن، اساسيات البحث العلمي (عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧) ص ٩١.
- (١٢) بركات عبد العزيز، مصدر سبق ذكره، ص ١٠٣.
- (١٣) ابو النجا العمري، الاتصال في الخدمة الاجتماعية (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٦) ص ١٧٢.
- (١٤) سعد لبيب، التخطيط التلفزيوني في دول الخليج (الرياض: جهاز تلفزيون الخليج، ١٩٨٥) ص ٥٧.
- (١٥) مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، الاعلام العربي في عصر المعلومات، (ابو ظبي: ٢٠٠٦) ص ١٦٥-١٦٦.
- (١٦) اسعد الحمراي، الاعلام اولاً (بيروت: دار النفائس للنشر والتوزيع، ١٩٩٤م) ص ٦٩.
- (٢٠) محمد العامري، العولمة الثقافية والاعلامية وتأثيرها على الهوية العربية، مصدر سابق، ص ٣١٦.
- (١٨) منال ابو الحسن، علم الاجتماع الاعلامي اساسيات وتطبيقات (القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠٠٩) ص ١١٥.
- (١٩) وسام فاضل ارضي، الاعلام الاذاعي والتلفزيوني الدولي - المفاهيم الوسائل المقاصد (دمشق: دار صفحات للدراسات والنشر، ٢٠١٣م) ص ١٦٤.
- (٢٠) منال ابو الحسن، علم الاجتماع الاعلامي اساسيات وتطبيقات (القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠٠٩) ص ١١٥.
- (٢١) اديب خضور، التلفزيون والاطفال (دمشق: المكتبة الاعلامية، ٢٠٠٣م) ص ١٢٢.
- (٢٢) نايف الشبول، اثر الدراما الفضائية في ظاهرة العنف عند الاطفال، المجلد ٣، العدد ١ (اريد: مجلة الفنون الاذاعية، ٢٠١٠) ص ٤٦.
- (٢٣) بشرى داود السنجري، القنوات الفضائية الغنائية العراقية ودورها في اشاعة القيم السلبية بين الشباب الجامعي، مجلة الباحث الاعلامي، العدد ٢٢ (جامعة بغداد: كلية الاعلام، ٢٠١٣) ص ١٢٦.
- (٢٤) حسن نيازي الصيفي، الفضائيات العربية في عصر العولمة (القاهرة: ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١١) ص ٧٢.
- (٢٥) راسم محمد الجمال، الاتصال والاعلام في العالم العربي في عصر العولمة، ط ٢ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩) ص ١٦٢-١٦٣.
- (٢٦) نهاوند القادري عيسى، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨) ص ٢٩٤.
- (٢٧) جمال محمد ابو شنب، الاعلام الدولي والعولمة (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠١٤) ص ٩٥.
- (٢٨) حسن عماد مكاوي، انتاج البرامج للراديو النظرية والتطبيق (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٩) ص ٢٦٢.
- (٢٩) عمار طاهر محمد، البرامج الترفيهية في التلفزيون دراسة تحليلية للبرامج الترفيهية في تلفزيون العراق، أطروحة دكتوراه غير منشورة (جامعة بغداد: كلية الآداب - قسم الاعلام، ٢٠٠٠) ص ٥٧.
- (٣٠) نايف الشبول، مصدر سابق، ص ٤٦.
- (٣١) خالد بن سعود البشر، افلام العنف والاباحة وعلاقتها بالجريمة (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، ٢٠٠٥) ص ٩-١٠.

- (^{٣٢}) ماري وين وعبد الفتاح الصبحي، الاطفال والادمان التلفزيوني (الكويت: عالم المعارف، ١٩٩٩) ص ٣٣ .
- (^{٣٣}) منتهى مطشر عبد الصاحب وسن ناصر محمد، العنف المتلفز وعلاقته بالاضطرابات السلوكية عند الاطفال، بحث منشور (جامعة بغداد: كلية التربية للعلوم-قسم العلوم النفسية والتربوية، ٢٠١٤) ص ١٠ .
- (^{٣٤}) اديب خضور، علم الاجتماع الاعلامي، عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥. ص ١٨٢-١٨٤ .