

اعتماد المرأة الحامل العراقية على القنوات الفضائية العربية في تكوين صورة طفل المستقبل

"دراسة ميدانية لعينة من النساء بمحافظة بغداد "

رعد جاسم الكعبي – كلية الإعلام – جامعة بغداد

drraad@comc.uobaghdad.edu.iq

تاريخ النشر 2021/3/27

تاريخ الارسال: 2021/1/15

الملخص:

يقوم هذا البحث على معرفة اعتماد المرأة الحامل على الفضائيات في تكوين صورة طفل المستقبل، اهم الاهداف معرفة الفضائيات التي تتابعها المرأة الحامل العراقية ومدى ثققتها بها.

كانت عينة البحث (140) امرأة وبنسبة خطأ 8% في جانبي الكرخ والرصافة في بغداد للفترة من 2019/10/1 – 2019/12/31، واستخدم الباحث منهج المسح واستمارة الاستبيان، ووسائل احصائية للتحقق من النتائج وبتطبيق فروض نظرية معتمدة، وكانت اهم النتائج ان 47% من النساء تتابع القنوات الفضائية العربية وتتابع 26% من النساء برامج الاسرة وان 51% يتقن الى حد ما بما تعرضه الفضائيات كما ان 60% يحتجن من الفضائيات الى معلومات عن الاطفال.

الكلمات المفتاحية:

المرأة الحامل العراقية – القنوات الفضائية العربية – صورة طفل المستقبل

Abstract:

Adopting the Iraqi pregnant woman to create the image of the future child

"A field study of a sample of women in Baghdad Governorate"

Raad Jassim Al Kaabi

College of Media - University of Baghdad

This research is based on the knowledge of the woman who began to learn about satellite channels in forming the image of the future child. The sample of the study was (140) women, with an error rate of 8%, in Mashhad Al-Rusafa in Baghdad. Grant from 1/10 / 2019- 31/12/2019 .. The researcher used the survey method and questionnaire form .. and statistical methods from the results and by applying an approved philosophy.

The results were that 47% of the stimulating satellite programs start with family programs, 26% of the family programs, and 51% trust to some extent that satellite channels present them, and 60% of the satellite channels need children's information.

key words: Iraqi pregnant woman - Arab satellite channels - picture of a future child.

أولاً: الإطار المنهجي للبحث

مشكلة البحث:

تقوم مشكلة البحث على مبررات عديدة أهمها احساس الباحث بالرغبة لمعرفة العلاقة ما بين تعرض النساء الحوامل العراقيات للفضائيات وتكوين صورة عن اطفالهن اللاتي ينجبهن في المستقبل.
وتقوم المشكلة على التساؤل الرئيس:
ما مدى اعتماد المرأة العراقية الحامل على الفضائيات في تكوين صورة طفل المستقبل؟

ومنه تأتي اسئلة مشكلة البحث:

1. ما الفضائيات التي تتابعها المرأة الحامل العراقية؟
2. ما عدد الساعات التي تشاهد فيها المرأة الحامل العراقية الفضائيات؟
3. أي المضامين والأشكال تفضلها المرأة الحامل العراقية في الفضائيات؟
4. ما مدى ثقة المرأة الحامل العراقية بالفضائيات؟
5. ماهي دوافع المرأة الحامل العراقية لمشاهدة الفضائيات في ضوء حالتها الصحية؟

اهداف البحث:

يمكن اجمال اهداف البحث بالآتي:

1. معرفة الفضائيات التي تتابعها المرأة الحامل العراقية.
2. تحديد عدد الساعات التي تشاهد بها المرأة الحامل العراقية الفضائيات.
3. تحديد المضامين والأشكال التي تفضلها المرأة الحامل العراقية في الفضائيات.
4. تحديد مدى ثقة المرأة الحامل العراقية بالفضائيات.

5. معرفة دوافع المرأة الحامل العراقية في مشاهدة الفضائيات.

فروض البحث

- 1- تقدم الفضائيات معلومات واضحة عن كيفية التعامل مع الاطفال
- 2- تتأثر موافقة النساء الحوامل بالحاجة الى المعلومات لفئاتهن العمرية
- 3- تحتاج النساء الحوامل الى معلومات من الفضائيات للتعامل مع الاطفال

اهمية البحث:

يمكن تحديد اهمية البحث من الآتي:

1. **المجتمع:** يقدم البحث فرصة لمعرفة مدى تأثير الفضائيات على فئة مهمة في المجتمع.
2. **مجال الاختصاص:** يقدم البحث تصورا علميا حول مدى مشاهدة مضامين الفضائيات ومقدار القوة والضعف فيها.

الدراسات السابقة:

المحور الاول -الدراسات التي تتعلق بتأثير الفضائيات على المرأة

1. دراسة د. منتهى هادي التميمي (2017): عادات تعرض طالبات الجامعة لبرامج المرأة في الفضائيات وعلاقتها بتعزيز القيم الاسرية
تمثلت مشكلة البحث بأن هنالك غموض حول تحديد عادات تعرض الطالبات في الجامعة الفضائيات وكانت اهم الاهداف معرفة كثافة التعرض وتحديد العلاقة بين كثافة التعرض والقيم الاسرية لدى الطالبات.
استخدمت الباحثة المنهج المسمى والاستبيان كأداة واختارت عينة من طالبات الجامعات عددهم 369 طالبة للعام 2013 وكانت اهم النتائج:

ان الطالبات يتابعن القنوات العربية ثم العراقية ثم الأجنبية وان الطالبات يتابعن الفضائيات من اجل زيادة المعلومات ويفضلن مضامين صحة وجمال المرأة ثم حل ومناقشة مشاكل المرأة المعاصرة..

2. دراسة فوزية عبد الله العلي (2010): استخدام المرأة الاماراتية للقنوات الفضائية بدولة الامارات "دراسة ميدانية "

تمثلت المشكلة بمجموعة اسئلة منها ما مدى تعرض المرأة للقنوات الفضائية ومدى متوسط الوقت الذي تقضيه المرأة امام الفضائيات وكذلك نوعية المضمون الذي تتعرض له.

استخدمت الباحثة منهج المسح على عينة من 200 امرأة بين عاملة وربة بيت كيفية متاحة ... وكانت 135 في الحضر و65 في الريف ومستخدمة الاستبيان.

وكانت اهم النتائج:

تشاهد 81% من العينة القنوات الفضائية وفترة المساء هي الاولى وما بين 3 الى 5 ساعات هل اولاً لدى المرأة وان 56% تشاهد لان القنوات تقدم برامج أمراً و 43% من العينة تشاهد لان القنوات تمدها بمعلومات ومهارات.

المحور الثاني - الدراسات التي تتعلق بموضوع البحث وهي المرأة

الحامل

3. دراسة محمد عبد البديع السيد (2008) اتجاهات المرأة الحامل

المصرية نحو القنوات التلفزيونية الخاصة دراسة ميدانية

تمثلت مشكلة البحث في السؤال الرئيس الذي وضعه الباحث: ما اتجاهات

المرأة المصرية الريفية نحو القنوات التلفزيونية الفضائية الخاصة؟

وكانت اهم اهداف البحث التعرف على اتجاهات المرأة المصرية نحو القنوات التلفزيونية الفضائية الخاصة؟ ورصد اهم البرامج والقنوات التلفزيونية الخاصة التي تحرص المرأة المصرية الريفية على مشاهدتها استخدم الباحث منهج المسح والمنهج المقارن وتخدم الاستبيان والمقابلة على عينة من 97 امرأة ريفية وكانت اهم النتائج:

ان 55% من النساء يشاهدن الفضائيات دائما وان 62% يشاهدن يوميا وان 31% منهن يشاهدن الفضائيات 3 ساعات فأكثر وان 68% انهن يفضلن المسلسلات العربية و 13% يشاهدن برامج المرأة.

التعليق على الدراسات السابقة

حاولت دراسة (منتهى هادي) التعرف على عادات تعرض المرأة العراقية للفضائيات ومعرفة العلاقة بين كثافة التعرض للفضائيات والقيم الاسرية في حين تحاول دراستنا معرفة دور الفضائيات في تكوين صورة الطفل لدى المرأة، استخدمت د. منتهى هادي المنهج المسحي والاستبيان كأداة وكذلك دراستنا استخدمت نفي المنهج والاداة

_ حاولت دراسة فوزية عبد الله معرفة مدى تعرض المرأة الاماراتية للفضائيات واستخدمت المسح في حين تسعى دراستنا لمعرفة الى اي مدى يؤثر التعرض للفضائيات لدى الحوامل في تكوين صورة عن طفل المستقبل

- اما دراسة محمد عبد البديع سعت لمعرفة اتجاهات المرأة المصرية نحو القنوات الفضائية ورصد أهم البرامج التي تتعرض لها المرأة الريفية المصرية في حين تسعى دراستنا الى معرفة تأثير ما تقدمه الفضائيات على المرأة بشكل عام وليس الريفية فقط

* لا توجد دراسات في الاختصاص الدقيق على وفق الاطلاع

النظرية المطبقة في البحث:

اعتمد الباحث نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام وتقوم فكرة النظرية على ان " الجمهور يعتمد على وسائل الاعلام لتكوين معارفه واتجاهاته لما يحدث في المجتمع وتتوقف درجة الاعتماد على عدد من المراحل اهمها درجة اتجاه المجتمع نحو التغيير ودرجة كفاءة وسائل الاعلام في المجتمع " (1) .
ومن اهم هذه الفروض (2) :

1. ان الظروف المحيطة بالفرد وخبراته السابقة تعد عملا مهما في ازدياد تأثير وسائل الاعلام او التقليل منها.
 2. ان استخدام الجمهور لوسائل الاعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.
- وان قدرة المضامين التلفزيونية على تحقيق اكبر قدر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي يزداد بشكل كبير عندما تنقد المعلومات للجمهور بشكل مكثف(3).

وتعد درجة اعتماد الافراد على معلومات وسائل الاعلام اساسية لتحقيق الفهم للمتغيرات الخاصة بزمان الرسالة الاعلامية وانعكاساتها التأثيرية عليهم اما الاثار الناتجة عن اعتماد الافراد على وسائل الاعلام فهي ثلاث فئات اساسية : اثار معرفية ، اثار وجدانية ، اثار سلوكية (4) .

مبررات اختيار النظرية

اختار الباحث نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام للأسباب الآتية:

- 1- علاقة النظرية لتحقيق العلاقة بين متغيرات العنوان
- 2- شيوع استخدام النظرية في دراسة جمهور الفضائيات

3- ثبت نجاح تحقيق فروضها في كثير من الدراسات التي اطلع عليها

الباحث

مجتمع البحث والعينة:

يتمثل مجتمع البحث بالنساء الحوامل في بغداد وبرغم انه لا توجد احصائية يمكن الوثوق بها فأنا الباحث اختار عينة من (140) مفردة كعينة قصدية متاحة موزعة على الكرخ والرصافة ومدينة الصدر للفترة من 2019/10/1-2019/12/31.

جدول رقم (1) يوضح توزيع العينة

مكان العينة	العدد	النسبة المئوية
الرصافة	70	50%
مدينة الصدر	40	28,5%
الكرخ	30	21,4%
المجموع	140	100%

وقد تم توزيع الاستثمارات عند مراكز رعاية الحوامل في المراكز الصحية.

وكانت نسبة الخطأ في العينة 8% وهي نسبة تم اعتمادها
وفق المعادلة

$$\frac{f(1-f)}{n} =$$

منهج البحث والأداة

استخدم الباحث منهج المسح لملائته للبحث

أداة البحث

استخدم الباحث استمارة الاستبيان لجمع المعلومات من المبحوثين وقسمت الى

المحاور الآتية

المحور الأول: البيانات الشخصية للمبحوثين

المحور الثاني: اعتماد المرأة على الفضائيات

المحور الثالث: تأثير الفضائيات على تكون صورة الطفل لدى المرأة

إجراءات البحث ومجالاته

المجال المكاني: محافظة بغداد ويعود السبب في اختيارها لكونها عاصمة العراق وتنوع الجمهور فيها وتعد أكبر المحافظات من حيث الكثافة السكانية

المجال الزمني: يتمثل بالمدة الزمنية من (1-10-2019 الى 31-

12-2019) التي تشتمل على فترة توزيع الاستمارة على العينة وجمعها

المجال البشري: المرأة الحامل في محافظة بغداد ولكن الباحث لم يستطع التوصل الى 140 مبحوثة فتم توزيع الاستمارة في مراكز رعاية الحوامل في المراكز الصحية

الصدق والثبات:

استخدم الباحث الصدق الظاهري بعرض الاستمارة على الخبراء (***) وكانت نسبة اتفاق الخبراء 90%، استخدم الباحث التجزئة النصفية لحساب الثبات وكانت النسبة باستخدام معامل ارتباط بيرسون 85%.

التعريفات الإجرائية

الاعتماد: ونعني به وثوق النساء الحوامل العراقيات بما تقدمه الفضائيات العربية عن الاطفال والارتكاز على الفضائيات في تكوين صورة الاطفال
الفضائيات العربية: وهي القنوات العربية التي تقدم برامج واخبار واعلانات او فواصل عن الاطفال

الصورة: المقصود بها هو ما يتركب في ذهن المرأة العراقية من الفضائيات عن الاطفال ونشاطهم

ثانياً: الفضائيات والمرأة

تبقى مشاهدة المرأة للفضائيات مرتبطة بـ: مضمون الفضائيات، وحاجة المرأة واهتماماتها ولذلك فمشاهدتها مختلفة.

ففي حين تتقدم مشاهدة الفضائيات العربية على العراقية لدى 45% من النساء في العراق (5) تمد هذه القنوات 43% من النساء بالمعلومات والمهارات فيما تؤكد 30% من النساء ان الفضائيات تساعدهن في حل المشكلات التي تواجههن (6).

وتقدم الفضائيات معلومات مشوقة تدفع النساء في الغالب ليس الى مشاهدة القنوات الفضائية العامة فقط بل المتخصصة ايضا اذ تشاهد 53% له المصريات الريفيات القنوات المتخصصة (7).

ويمكن تحديد اهم التأثيرات الايجابية للفضائيات على المرأة العربية بالاتي (8):

1. التعرف على الثقافات العالمية.

2. متابعة التطورات العلمية.

3. تنمية التفكير واتساع مدارك المشاهدين.

وتعتقد 21% انهن يتابعن الفضائيات للحصول على المعلومات و 3% بان الفضائيات تعطي حلاً لمشاكلتهن (9)

وبرغم ما يولده هذا الاقبال الكبير على الفضائيات حتى يكاد يرقى للوصول الى ((الادمان)) يرجح الخبراء ان تراجع الاقبال لدى الشباب خاصة بالمراهقين منهم عن المضامين المتفجرة قد يتسبب بحصول 40 الف الى حالة قتل و 70 الف الى حالة اغتصاب في الولايات المتحدة وحدها (10) عند التخلي عن مشاهدة التلفزيون .

وتتلقى المرأة برامج بعينها للاستفادة (11) " اذ ترى 60% من النساء انها تحقق استفادة كبيرة من البرامج الريفية التلفزيونية لأن لها كما تعتقد 64% من النساء دور ارشاد وتوعية .

وبرغم ان الفضائيات تظهر المرأة بشكل مشوه احيانا اذ اثبتت دراسة اجريت على نحو 100 اغنية شبابية انها احتوت على 7573 لقطة اتضح انها تتضمن 2065 مشاهد راقصة و 1409 تركز على مناطق مثيرة في جسد المرأة و 2400 لقطة قريبة من هذه المناطق و 146 لقطة تلامس و 126 لقطة عناق (12)

بيد ان البعض يعتقد ان وضع المرأة في الاعلام تأثر بالنظام الاجتماعي والسياسي مما احدث الكثير من التغييرات في هذا المجال وانها في نظر المعلمين قذرة سيئة للفتيات ومشجعة على الاستهلاك السيء (13) وتقوم الفضائيات في محاولة للوصول الى المرضى ومنهن النساء باستخدام اشكال برمجية لديه منها (14)

1. المؤتمرات الصحفية.

2. التقارير التلفزيونية

3. التحقيقات التلفزيونية

4. الافلام الوثائقية

اذ (15) " تعد وسائل الاعلام المصدر الرئيس للمعلومات حيث يحصل الفرد على المعلومات والآراء والمواقف من هذه الوسائل التي تساعده على تكون تصور خاص عن العالم الذي يعيش فيه " وعن اوضاعه وهذه يطلق عليه " التصديق التلقائي " في تصديق المعلومات الجديدة وهي حالة تسمى ببقاء التصديق " (16)

ومنه يتأثر الجمهور بالمعلومات التي تقدمها الفضائيات فهو " يتوقع او يتنبأ على اساس البيانات المعطاة له بنتائج معينة " (17) .

بيد ان بعض الخبراء في علم النفس (18) يرون ان الجمهور العراقي لديه مغذيات لسلوك العجز المكتسب منها ما يتعرض له باستمرار وتكرار بما تعرضه القنوات الفضائية العراقية . وهو ما يؤكد الدور السلبي الذي تقوم به الفضائيات والذي يؤيده اعتقاد 67% من الجمهور العراقي بان للفضائيات تأثيرات سلبية في المجتمع (19)

ومع ذلك فان 78% من المرضى ومنهم النساء يتابعون الفضائيات ويتابع 14.8% البرامج الصحية وتزيد مشاهدة الفضائيات بشكل كبير معلومات 31% من الجمهور عن المرضى والدواء (20) . وهو ما يقدم تصوراً عما تقوم به الفضائيات لدى النساء بالذات.

ثالثا المرأة الحامل العراقية والفضائيات

جدول رقم (1) يوضح الفئات العمرية للمبحوثات

النسبة المئوية	العدد	الفئة العمرية
40.7%	57	20-25 عاماً
25%	35	26-30 عاماً
23.5%	33	31-40 عاماً
9.2%	13	18-19 عاماً
1.4%	2	41-50 عاماً
100%	140	المجموع

وتبين ان الفئة العمرية 20-25 كانت اولا لدى 40% من العينة وبعدها 26-30 لدى 25% ثم 31-40 لدى 23.5% من العينة بعدها 18-19 لدى 9.2% واخيرا 41-50.

جدول رقم (2) يوضح التحصيل الدراسي للمبحوثات

النسبة المئوية	العدد	الفئة العمرية
45%	63	بكالوريوس
20.7%	29	اعدادية
9.2%	13	متوسطة
7.1%	10	ابتدائية
5.7%	8	دراسات عليا
2.1%	3	دبلوم
10%	14	لم تجب
100%	140	المجموع

وظهر بان حملة البكالوريوس جاءوا اولا لدى 45% من العينة ثم حملة الاعدادية لدى 20% وبعدها حملة المتوسطة بـ 9.2% ثم الابتدائية لدى 7.1% والدراسات العليا 5.7% ثم الدبلوم 2.1% ولم تحدد نوع الشهادة 10% من العينة.

جدول رقم (3) يوضح مهن وفئات المبحوثات

المهنة	العدد	النسبة المئوية
طالب	41	29.2%
ربة بيت	39	27.8%
موظفة	38	27.1%
كاسبة	8	5.7%
اعلامية	3	2.1%
مهندسة	3	2.1%
مترجم	1	0.7%
محامية	1	0.7%
صيدلانية	1	0.7%
لم ترد	5	3.5%
المجموع	140	100%

وكانت الطالبات 29.2% من العينة ثم ربات البيوت 27.8% والموظفات 27.1% وبعدها الكاسبات 5.7% ثم الاعلاميات 2.1% فالمهندسات بنفس النسبة واخيرا المحاميات والصيدلانيات والمترجمات 0.7% لكل منهن ولم تحدد 3.5% منهن.

جدول رقم (4)

يوضح اختيارات المبحوثات للقنوات وقد سمح لهن بأكثر من اختيار.

القناة	العدد	النسبة المئوية	قيما كا
العربية	105	47%	870.84 داله
العراقية	101	45%	احصائياً
الاجنبية	15	6.7%	
المجموع	221	100%	

وكانت مشاهدة القنوات العربية اولا لدى 105 مبحوثة وبنسبة 47% فيما جاءت بعدها القنوات العراقية بـ (101) تكرار وبنسبة 45% وحلت القنوات الاجنبية اخيرا لدى 15 مبحوثة وبنسبة 6.7% وكانت قيمة كا المحسوبة 70.84 وهي أكبر من كا الجدولية التي كانت 5.991 عند درجة حرية 2 ومستوى دلالة 0.05 مما يعني انها داله احصائياً بالنسبة لإجابات العينة باتجاه القنوات العربية.

جدول رقم (5) يوضح القنوات لمشاهدة من قبل العينة وقد سمح لهن بأكثر من اختيار وكان مجموع الاجابات (594)

القناة	العدد	النسبة المئوية
MBC	131	22%
الشرقية	71	11.9%
العراقية	41	6.9%
السومرية	35	5.8%
دجلة	23	3.8%
العربية	20	3.3%
روتانا	15	2.5%
CBC	14	2.3%
الرشيد	10	1.6%
العهد	8	1.3%
اسيا	5	0.2%
الفرات	5	0.2%

وكانت قناة MBC اولا لدى 22% من العينة ثم الشرقية 11.9% فالعراقية 6.9% فالسومرية 5.8% فدجلة 3.8% فالعربية 3.3% فروتانا 2.5% و CBC 2.3% فالرشيد 1.6% فالعهد 1.3% فاسيا والفرات 0.2% لكل منها وظهرت هناك قنوات اخرى لم تحظ بنسب جيدة من المشاهدة أهملها الباحث.

جدول رقم (6) يوضح ساعات المشاهدة للمبحوثات للقنوات

ساعات المشاهدة	العدد	النسبة المئوية	قيما كا
3 ساعات الى 4 ساعات	51	36.4%	870.84داله
ساعه الى ساعتين	49	35%	احصائياً
5 ساعات فاكثر	26	3.5%	
لم تحدد	14	10%	
المجموع	140	100%	

وتبين ان 36.4% من العينة تشاهد 3 ساعات الى 4 فيما 35% تشاهد من ساعة الى ساعتين وتشاهد 5 ساعات فأكثر 3.5% كما لم توضح 10% من العينة عدد ساعات مشاهدتهن للقنوات وكانت قيمة كا المحسوبة تساوي 27.82 وهي أكبر من كا الجدولية التي تبلغ 7.82 عند درجة حرية 3 ومستوى دلالة 0.05 مما يعني انها دالة احصائيا باتجاه تحقق اجابات المبحوثات لمشاهدة القنوات ما بين 3 الى 4 ساعات يوميا.

جدول رقم (7) يوضح تفضيلات المبحوثات للإشكال والمضامين في الفضائيات وقد سمح لهن بأكثر من اختبار

المضامين والأشكال المفضلة	العدد	النسبة المئوية	قيما كا
برامج الاسرة	104	26,5%	191,5 دالة احصائيا
برامج حوارية	98	25%	
اخبار	92	22.9%	
فواصل واعلانات	40	10.2%	
برامج صحفية	26	6,6%	
تحقيقات	24	6.1%	
عوامل	8	2.0%	
المجموع	392		

وكانت مشاهد البرامج الاسرية اولا لدى المبحوثات 26.5% ثم بعدها البرامج الحوارية 25% ثم الاخبار 22.9% ثم الفواصل والإعلانات 10.2% ثم البرامج الصحفية 6.6% وبعدها التحقيقات 6.1% ثم بعدها العوالم 2.0% وكانت قيمة كا المحسوبة 191.5 وهي أكبر من كا الجدولية التي تبلغ 12.59 عند درجة حرية 6 ومستوى دلالة 0.05 مما يعني انها دالة احصائيا باتجاه اجابات المبحوثات حول برامج الاسرة.

جدول رقم (8) يوضح الاوقات المفضلة للمشاهدة ويسمح بأكثر من اختيار

النسبة المئوية	العدد	الوقت المفضل
47.5%	111	مساء
25.4%	59	عصراً
13.7%	32	صباحاً
12.9%	30	ظهراً
100%	232	المجموع

وظهرت فترة المساء اولا لدى (111) وبنسبة 47.5% وبعدها فترة العصر لدى (59) وبنسبة 25.4% ثم فترة الصباح لدى (32) وبنسبة 13.7% ثم فترة الظهر اخيراً لدى (30) وبنسبة 12.9% ...

جدول رقم (9) يوضح قناعه المبحوثات بما تقدمه الفضائيات عن حالتهم

الصحية

النسبة المئوية	العدد	القناعة بالفضائيات تقدم تفاصيل الحالة الصحية
67.1%	94	نعم
32.8%	46	لا
100%	140	المجموع

وعدت 67.1% بان الفضائيات تقدم تفاصيل الحالة الصحية فيما ذكرت
32.8% ان الفضائيات لا تقدم ذلك.

جدول رقم (10) يوضح ثقة المبحوثات بالفضائيات

الثقة بالفضائيات	العدد	النسبة المئوية	قيما كا
اثق الى حد ما	72	51.4%	2.433 داله احصائيا
اثق تماماً	51	36.4%	
لا اثق	17	14.1%	
المجموع	140	100%	

وكانت المبحوثات اللواتي يتقن الى حد ما (72) مبحوثة وبنسبة 51.4% فيما
كانت اللواتي يتقن تماماً (51) وبنسبة 36.4% فيما اللواتي لا يتقن (17)
وبنسبة 14.1%، وكانت قيمة كا المحسوبة 52.4 وهي أكبر من كا الجدولية
التي تبلغ 5.991 مما يعني انها دالة احصائيات بشأن اللواتي يتقن الى حد
ما.

جدول رقم (11) يوضح علاقة التحصيل الدراسي للمبحوثات بالثقة في

موضوعات الطفل في غير الفضائيات

التحصيل الدراسي	اثق تماماً		اثق الى حد ما		لا اثق	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
ابتدائية	9	6.4%	7	5%	1	0.7%
متوسطة	7	5%	6	4.2%	3	2.1%
اعدادية	16	11.6%	19	13.5%	10	7.1%

اعتماد المرأة الحامل العراقية على القنوات الفضائية العربية في تكوين صورة طفل المستقبل

دبلوم	1	0.7%	3	2.1%	صفر	/
بكالوريوس	17	12.1%	32	22.8%	3	2.1%
دراسات عليا	1	0.7%	5	3.5%	صفر	/
المجموع	51	36.4%	72	51.4%	17	12.1%

وتبين ان الذين يتقون تماماً 36.4% من العينة واعلى تحصيل في ذلك حملة البكالوريوس اما الذين يتقون الى حد ما 51,4% واعلى نسبة فيهم حملة البكالوريوس ايضا في حين ان الذين لا يتقون 12.1% واعلى نسبة فيهم الإعدادية.

وكانت قيمة معامل التوافق 0.52 بين التحصيل الدراسي والثقة بالفضائيات وهو ارتباط طردي متوسط مما يثبت صحة العلاقة.

جدول رقم (12) يوضح آراء المبحوثات بما تقدمه الفضائيات عن الاطفال

معلومات الفضائيات عن الاطفال	العدد	النسبة المئوية	قيما كا
واضحة	67	47.8%	دالة احصائياً 56.39
غير واضحة	42	30%	
لا تقدم شيء	20	14.2%	
لم يجب	11	7.8%	
المجموع	140	100%	

وقد تبين أن المبحوثات اللواتي يعتقدن ان الفضائيات تقدم معلومات واضحة (67%) وبنسبة 47.8% فيما اللواتي يعتقدن عكس ذلك (42) وبنسبة 30% اما اللواتي يعتقدن ان الفضائيات لا تقدم شيء (20) وبنسبة 1.42 % فيما لم تجب (11) مبحوثه وبنسبة 7.8 % وكانت قيمة كا المحسوبة 56.39 وهي أكبر من كا الجدولية التي تبلغ 7.82 عند درجة حرية 3 ومستوى دلالة 0.05 ولان المحسوبة أكبر من الجدولية فهي دالة احصائيا باتجاه وضوح المعلومات عن الاطفال.

جدول رقم (13) حاجة المبحوثات لمعلومات للتعامل مع الاطفال في الفضائيات

القيمة كا	النسبة المئوية	العدد	الحاجة الى معلومات عن الاطفال من الفضائيات
76.065	60.7%	85	موافق
دالة احصائياً	37.8%	53	غير موافق
	1.4%	2	لم يجب
	100%	140	المجموع

وتبين ان اللواتي يحتجن معلومات من الفضائيات للتعامل مع الاطفال (85) مبحوثه وبنسبة 60.7 % فيما اللواتي لا يحتجن الى ذلك (53) وبنسبة 37.8% على حين ما لم تجب مبحوثتان وبنسبة 1.4 % وكانت قيمة كا 76.065 وهي اكبر من كا الجدولية التي تبلغ 5.99 عند درجة حرية 2 ومستوى دلالة 0.05 ولان المحسوبة اكبر من الجدولية فهي دالة احصائيا.

فيما يخص حاجة المبحوثات لمعلومات عن التعامل مع الاطفال في الفضائيات وعن العلاقة بين حاجة المبحوثات الى معلومات كافيته عن الاطفال من الفضائيات وتقتهن بالفضائيات تبين ان قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.51 وهو ارتباط طردي متوسط وان قيمة T المحسوبة 6.965 وهي اكبر من قيمة T الجدولية التي تبلغ 10.66 مما يعني وجود علاقة معنوية بين المتغيرين وهو ما يعني ان الفضائيات تقدم معلومات كافية عن الاطفال للمبحوثات اللواتي يثقن بالفضائيات.

جدول رقم (14) يوضح علاقة الفئات العمرية للمبحوثات بالحاجة الى

معلومات الفضائيات

قيمة كا	اثق الى حد ما		اثق تماما		التحصيل الدراسي
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
معامل التوافق 0.40	3,5%	5	6.4%	9	19-18 عاما
	12.1%	17	35%	49	25-20 عاما
	7.1%	10	12.8%	18	30-26 عاما
	5%	7	15%	21	40-31 عاما
		صفر	0.7%	1	50-41 عاما
	30%	39	70%	98	المجموع

وذكر 70% من المبحوثات انهم يحتجن الى معلومات من الفضائيات للتعامل مع الاطفال وكانت اعلى فئة عمرية في ذلك (20-25) فيما ذكر 30% من المبحوثات انهن لا يحتجن الى معلومات للتعامل مع الاطفال من الفضائيات وكانت اعلى نسبة من الفئة (20-25) ايضا.

وكانت قيمة كا المحسوبة 27.19 وهي أكبر من كا الجدولية التي تبلغ 3.84 عند درجة حرية او مستوى دلالة 0.05 ولان المحسوبة أكبر من الجدولية فهي دالة احصائيا وكانت نسبة معامل التوافق 0,40 وهو ارتباط طردي متوسط مما يثبت صحة العلاقة.

جدول رقم (15) ما تقدمه الفضائيات عن حالات المبحوثات

النسبة المئوية	العدد	تفاصيل الحالة التي تقدمها الفضائيات
40%	56	تقدم معلومات تساعد على معرفة الحالة
32.8%	46	استفيد منها في معرفة الامراض التي اعاني منها
26.4%	37	تقدم علاجات حالات اعاني منها
2.8%	4	لم يجب
100	140	المجموع

وذكر 40% من المبحوثات ان الفضائيات تساعدهن على تقديم معلومات على معرفة حالتهن في حين ان 32.8% يستفدن من الفضائيات لمعرفة الامراض اللاتي يعانين منها في حين ذكرت 2.8% ان الفضائيات تقدم علاجات لحالات يعانين منها.

جدول رقم (16) يوضح اراء المبحوثات بشأن تقديم الفضائيات معلومات عن

الحمل

النسبة المئوية	العدد	تقدم الفضائيات معلومات عن الحمل
54.20%	76	موافق
37.1%	52	غير موافق
8,5%	12	لم تبين
100%	140	المجموع

وذكرت 76 مبحوثة وبنسبة 54.20% ان الفضائيات تقدم معلومات عن الحمل فيما 52 مبحوثة وبنسبة 37% لا يوافقن على ذلك ولم تبين (12) مبحوثة وبنسبة 8.5% آراءهن بذلك

جدول رقم (17) يوضح اراء المبحوثات بشأن تقديم الفضائيات معلومات كافية عن الفضائيات

قيمة كا	النسبة المئوية	العدد	تقدم الفضائيات معلومات كافية عن الطفل
60.476	52.1%	73	غير موافق
داله	45%	63	موافق
احصائيا	2.8%	4	لم تبين
	100%	140	المجموع

وتبين ان 73 مبحوثة وبنسبة 52.1% يعتقدن ان الفضائيات لاتقدم معلومات كافية عن الطفل فيما (63) مبحوثة يعتقدن عكس ذلك في حين لم تبين أربع مبحوثات وبنسبة 2.8% موقفهن، وكانت قيمة كا المحسوبة 60.47 وهي

أكبر من كا الجدولية التي تبلغ 5.991 عند درجة حرية 2 ومستوى دلالة 0.05 وبما ان المحسوبة أكبر من الجدولية فهي دالة احصائيا فيما يخص تقديم الفضائيات معلومات عن الطفل.

جدول رقم (18) يوضح اراء المبحوثات بتفاصيل ما يتابعه في الفضائيات

الوزن المرجح	لا اتابع	نادرا	احيانا	دائماً	تفاصيل المتابعة في الفضائيات
147.1	33	35	32	49	تصريحات اطباء وطبيبات عن الحمل
83.3	45	28	46	19	عمليات الولادة
86.9	37	26	46	21	لقاءات مع حوامل
104.2	24	35	38	30	اخبار ادوية جديدة
88.6	46	42	26	25	اعلانات مستشفيات وصيدليات
	185	166	188	144	المجموع

وكانت النسبة الاكبر من المبحوثات تتابع دائما تصريحات الاطباء والطبيبات حول الحمل وحصل هذا الخيار على وزن مرجح (147.1) مما يعني انه

اولوية لدى المبحوثات في حين تتابع المبحوثات عمليات الولادة في الفضائيات احياناً وحصل هذا الخيار على وزن مرجح 83.3 وجاء في اخر اهتمامات المبحوثات.

فيما لقاءات مع حوامل تتابعه المبحوثات احياناً وحصل هذا الخيار على وزن مرجح 86.9 وحل في مرتبة متراجعه من اهتمامات المبحوثات اما اخبار الادوية الجديدة فتتابعه المبحوثات احياناً وحصل هذا الخيار على وزن مرجح مقداره 104.2 وجاء في ثاني اهتمامات المبحوثات.

اما اعلانات المستشفيات والصيدليات فلا تتابعه غالبية المبحوثات وحصل هذا الخيار على وزن مرجح مقداره 88.6 مما يعني ان عدم المتابعة هنا له أولوية عند المبحوثات.

الموقف من مضامين الفضائيات	موافق	غير موافق	قيما كا	الفرق المرجح
تقديم الفضائيات صورة طفل سليم صحياً	107	23	54.27 داله	50
تقدم الفضائيات صورة لطفل قوي البنية	75	36	13.70 داله	49
اجد في الفضائيات صورة لطفل كامل الخلقه	67	40	6.813 داله	46
تقدم الفضائيات صورة لطفل ينمو جيداً	78	33	18.24 داله	48
المجموع	327	132	-	-

			28.7%	71.2%	النسبة المئوية
--	--	--	-------	-------	----------------

ووافقت غالبية المبحوثات ان الفضائيات تقدم صورة طفل سليم صحيا وقوي البنية وكامل الخلقة وينمو جيداً وبنسبة 71٪ فيما لم توافق 28.7٪ من المبحوثات على ذلك ... وكان الوزن المرجح لصورة الطفل السليم 50 وقيمة كا 54.27 مما تعني انه له اولوية عند المبحوثات فيما كان الوزن المرجح لصورة طفل قوي البنية تقدمه الفضائيات (49) وهو مايعني ان له اهتمام عند المبحوثات وكانت قيمة كا المحسوبة لهذا الخيار 13.70 وكان خيار ان الفضائيات تقدم صورة لطفل كامل الخلقة حصل على وزن مرجح (46) وهو مرحلة متراجعة بين الخيارات مما يعني انه ليس له اولوية عند المبحوثات وكانت قيمة كا المحسوبة 6.813 وهي دالة احصائيا فيما كان صورة الطفل الذي ينمو جيداً حصلت هي على وزن مرجح (48) وقيمة كا المحسوبة 18.24 وهي دالة احصائيا .. لان قيمة كا المحسوبة جميعها أكبر من قيمة كا الجدولية التي 3.841 عند درجة حرية 1 ومستوى دلالة 0.05.

اهم النتائج:

1. كانت نسبة الخطأ في العينة 8% وهي نسبة مقبولة علمياً.
2. كانت الفئة العمرية 20-25 عاما الاكثر في العينة وان حملة البكالوريوس تبلغ 45%.
3. تتابع 47% من المبحوثات القنوات العربية فيما 45% تتابع القنوات العراقية وتتابع 22% من المبحوثات قناة MBC فيما 11.9 % تتابع الشرقية و6% تتابع القناة العراقية.

4. تتابع 36% من المبحوثات الفضائيات من 3 ساعات الى 4 ساعات يومياً.
5. تتابع 26% من المبحوثات برامج الاسرة اولا ثم 25% منهن تتابع البرامج الحوارية و22% منهن تتابع الاخبار والفترة المفضلة المساء.
6. تثق 51% من المبحوثات الى حد ما بما تعرضه الفضائيات وان هنالك توافق بين التحصيل الدراسي للمبحوثات والثقة بالفضائيات وان ارتفاع التحصيل الدراسي يؤدي الى ثقة أكثر بالفضائيات.
7. تعتقد 47% من المبحوثات ان الفضائيات تقدم معلومات واضحة لهن وان 60% يحتجن الى معلومات عن الاطفال من الفضائيات و70% يردن ان تكون هذه المعلومات عن كيفية التعامل الطفل وان 52% يعتقدن ان هذه المعلومات غير كافية.
8. ان تصريحات الاطباء والطبيبات في الفضائيات عن الحمل لها اولوية عند المبحوثات وكذلك حسب اخبار ادوية جديدة.
9. ان الفضائيات تقدم صورة طفل سليم صحيا له اولوية عند المبحوثات وكذلك كون الفضائيات تقدم صورة لطفل قوي البنية.

التوصيات:

يمكن ان نحدد التوصيات الآتية:

1. انجاز مزيد من الدراسات حول النساء في العراق وعلاقتهن بوسائل اعلام اخرى مثل الاذاعة.

-
2. إقامة مراكز دراسات اعلامية خاصة برصد البرامج التي تقدمها الفضائيات حول النساء لتحديد وتقييم الصورة المقدمة للنساء في الفضائيات.
 3. قيام الفضائيات العراقية بإنجاز استطلاعات للنساء لمعرفة تفضيلاتهن للبرامج المقدمة.

هوامش ومراجع البحث

- (¹) حسني محمد نصر : نظريات الاعلام ، دار الكتاب الجامعي ، 2015 ، ص 169 .
- (²) منال مزاهرة : نظريات الاعلام ، عمان ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، 2012 ، ص 3 . نقلا عن رفاه فاروق: المؤتمرات الصحفية والتلفزيونية وعلاقتها بمستوى معرفة الجمهور بالقضايا الوطنية: دراسة تحليلية ميدانية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2020، ص 111.
- (³) رفاه فاروق ، مصدر سبق ذكره ، ص 117 .
- (⁴) يسرى خالد ابراهيم وفاطمة عبد الكاظم : نظريات الاتصال ، دار البيضاء للطباعة والنشر والتوزيع ، 2018 ، ص 122 .
- (⁵) منتهى هادي : عادات تعرض طالبات الجامعة لبرامج المرأة في الفضائيات ، مجلة الباحث الاعلامي ، عدد 35 ، 2017 ، ص 169 .
- (⁶) فوزية عبد الله العلي : استخدام المرأة الاماراتية للقنوات الفضائية بدولة الامارات ، دراسة ميدانية ، 2010 ، متاح على الرابط: <http://site.iugaza.edu.ps/tissa/files/2010/02/Wo.pdf>
- (⁷) محمد عبد البديع السيد : اتجاهات المرأة المصرية الريفية نحو القنوات التلفزيونية الخاصة " دراسة ميدانية" المؤتمر العلمي الرابع ، وسائل الاعلام الجديد وافاق المستقبل ، القاهرة ، الاكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الاعلام ، 20-21 مايو 2008 ، ص 16 .
- (⁸) مراد دلال : استخدام المرأة للقنوات الفضائية الاعلامية والاشباع المحققة منها ، دراسة ميدانية على عينة من النساء في مدينة الوادي - مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الاسلامية : تخصص دعوة وإعلام واتصال ، كلية العلوم الاجتماعية الانسانية ، قسم العلوم الانسانية جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي ، ص 15-20 ، ص 43 .
- (⁹) المصدر السابق ، ص 64 .
- (¹⁰) المنصف الوناس ، التفرة والشباب والتنشئة تواصل ام تنافس ، مجلة الاذاعات العربية ، عدد 2 ، 2002 ، ص 12 نقلا عن سعيده عباس ، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية ، دراسة في العادات والانماط والاتجاهات ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والاعلام ، جامعة الحاج - باتنه - كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الاسلامية ، قسم الدعوة والاعلام ، 2010 .
- (¹¹) محمد كمال سليمان وجمال حسين البريدي وهالة عمر يوسف ، دور البرامج الريفية التلفزيونية في تنمية الريف المصري دراسة ميدانية في قرية البرجاية لمحافظة المينا ، جامعة المينا ، كلية الزراعة ، قسم الاقتصاد والزراعة ، بلا سنة نشر ، ص 785 .
- (¹²) محمد المسفر : تحليل الرسالة الاعلامية ، تأثير الفضائيات العربية على الشباب العربي ، ص 51 نقلا عن سعيده عباس، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية، مصدر سابق ذكره.

- (13) هيفاء رشيد نكاري ، واقع المرأة كمساهم وخميه في الاعلام العربي ، اعمال المتمر الدولي السابع ، المرأة والسلم الاهلي ، طرابلس 19-21 مارس ، 2015 ، ص 10 ، ص 13 .
- (14) احمد صبري : دور البرامج الصحية في الفضائيات العراقية في تعزيز الوعي الصحي لدى الجمهور ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، 17-20 ، ص 49 .
- (15) ليلى علي جمعه : المعالجة الاعلامية للقضايا السياسية بين تأطير الاحداث وتحديات بناء الثقة الاتصالية ، عمان ، دار امجد للنشر والتوزيع 2021 ، ص 95-96 .
- (16) ديف لاکاني : الاقناع فن الفوز بما تريد ترجمة زينب عاطف ، مراجعة ساره عادل ، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة ، 2016 ، ص 93 .
- (17) يوسف محمود الشيخ وجابر عبد الحميد : سيكولوجية الفروق الفردية دار النهضة العربية ، 1964 ، ص 166 .
- (18) غادة ثاني عبد الحسين : العلاج النفسي في العراق ، ازمان ومقترحات بغداد ، دار مكتبة عدنان للطباعة والنشر والتوزيع ، 2017 ، ص 68 .
- (19) طه احمد الزبيدي وحسين الطائي ويسرى خالد : دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفئاته ، عمان ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، اصدارات مركز البصرة للبحوث والتطوير الاعلامي ، 2013 ، ص 49 .
- (20) رعد جاسم : اعتماد المرضى على ترويج الفضائيات للأدوية دراسة ميدانية في بغداد ، 2018 ، مجلة لارك للفلسفة والعلوم الاجتماعية ، العدد 232 ، 2019/1/1 ، ص 337 ، ص 340 .
- (**) قام بتحكيم استمارة الاستبيان مجموعة من الاساتذة وهم:
- | | |
|-----------------------|----------------------------|
| 1. أ.م. د. شريف سعيد | مناهج بحث / اذاعة وتلفزيون |
| 2. أ.م. د. علي عباس | اذاعة وتلفزيون |
| 3. أ.م. د. منتهى هادي | اذاعة وتلفزيون |
- الاذاعات العربية ، عدد 2، 2002 .