



The role of economical T.v programs in shaping the trends of the Iraqi investor Iraqi satellite channel model

Nadia Ahmed Hassoun Al – Tamimi

Lebanese Universite Higher In state of ph.D In the arts humanities and social sciences

ABSTRACT

The title of the research: "The role of economic programs in the Iraqi channel, the in shaping the trends of the Iraqi investor." A field study on the investor public. The study examined the role played by Al-Iraqiya TV channel in shaping the trends of the Iraqi investor. This research is classified into descriptive research, using the survey method. The researcher used the research tools (questionnaire and measurement) A sample of (460) was selected in a deliberate sample to reveal this role. . And achieve the following objectives:

- 1 - Determine the number of economic programs that the investor sees in one day almost, and the length of his preference for viewing and the reasons for that preference.
- 2 - Reveal the most important economic issues related to the Iraqi issue, which interest the investor.
- 3 - Knowledge of the most prominent economic issues and personalities that the investor followed..

The researcher adopted three hypotheses for the theory of "reliance on the media, and the formation of communication that explains the formation of trends and their relation to the theory of prioritization." A set of hypotheses was tested by constructing a certain scale for the respondents.

The results of the study indicate that there is a role for Al-Iraqiya channel in shaping the trends of investors by conducting accurate statistical tests of the research hypotheses. The researcher then came to a set of conclusions and conclusions.

Keywords:

دور البرامج الاقتصادية في قناة العراقية في تشكيل اتجاهات المستثمر العراقي

اعداد

نادية أحمد حسون التميمي

المستخلص

عنوان البحث : "دور البرامج الاقتصادية في قناة العراقية الفضائية الأولى في تشكيل اتجاهات المستثمر العراقي". دراسة ميدانية على جمهور المستثمرين.

تناول البحث دراسة الدور الذي تقوم به قناة العراقية الفضائية في تشكيل اتجاهات المستثمر العراقي، ويصنف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية، معتمدا المنهج المسحي، واستخدمت الباحثة الأدوات البحثية (الإستبانة والقياس)، وتم اختيار عينة قوامها(460) بأسلوب العينة العمدية للكشف عن هذا الدور؟ . وتحقيق الأهداف الآتية:

- 1- تحديد عدد البرامج الاقتصادية التي يشاهدها المستثمر في اليوم الواحد على وجه التقريب، والمدّة التي يفضلها للمشاهدة وأسباب ذلك التفضيل.
 - 2- كشف أبرز الموضوعات الاقتصادية المتعلقة بالشأن العراقي، التي تثير اهتمام المستثمر.
 - 3- معرفة أبرز القضايا والشخصيات الاقتصادية التي تابعها المستثمر.
- وتبنى البحث ثلاث فرضيات لنظرية "الإعتماد على وسائل الإعلام" واختبرت مجموعة من الفروض عن طريق بناء مقياس معين، للمبحوثين. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود دورا لقناة العراقية في تشكيل اتجاهات المستثمرين، عبر إجراء اختبارات إحصائية لفرضيات البحث. ثم التوصل إلى مجموعة من النتائج والإستنتاجات.

الكلمات المفتاحية:

- 1- الدور: يعرف بأنه، نمط من الدوافع والقيم والاتجاهات والسلوك، والدور تتابع نمطي لمعارف ومهارات مكتسبة يقوم بها الأفراد في موقف، وعادة ما يرتبط دور الفرد بأدوار الأفراد الآخرين.
- 2- البرنامج: هو فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين، باستخدام الصورة والصوت بكامل تفاصيلها الفنية، لتحقيق هدف معين.
- 3- القناة التلفزيونية: تعرف القنوات الفضائية بأنها إستقبال الإرسال التلفزيوني من الأقمار الصناعية مباشرة بأجهزة الإستقبال المنزلية دون تدخل محطات الإستقبال الأرضية ارساله.
- 4- الإتجاهات: ويعرف بأنه ضرورة وجود حالة من التهيؤ للإستجابة للموضوعات الاجتماعية.
- 5-المستثمر: هو الشخص، الذي يستثمر كل أو بعض من أمواله في شراء وبيع الأسهم بسوق القيم.

لمقدمة:

تعد البرامج والقنوات الفضائية الاقتصادية واحدة من أهم وسائل الإعلام التي تقوم بدور كبير في نشر المعلومات والمعارف الاقتصادية، من خلال معالجتها للقضايا والأحداث الاقتصادية في إطار ما تقدمه من برامج، وهو ما يؤدي إلى تنمية وعي الأفراد، ويسهم في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا والأحداث والموضوعات الاقتصادية.

وقد أحدثت البرامج والقنوات الفضائية الاقتصادية في المجتمع العربي طفرة هائلة في زيادة الوعي الاقتصادي لدى المشاهد، وبين الحين والآخر تتعرض القنوات الفضائية إلى العديد من الانتقادات خاصة من قبل النظم الحاكمة، أو من قبل الجمهور سواء بسبب تطرف المحتوى، أو عدم جديته وانعدام تأثيره، ما أدى إلى ظهور القنوات المتخصصة التي أصبحت تخاطب الجمهور من خلال رسالتها الإعلامية المبنية على حاجاته وميوله ورغباته الشخصية، فظهرت القنوات الاقتصادية كأحد روافد الإعلام الاقتصادي، وأصبحت تلك القنوات تمارس دورا مهما في مجال المال والأعمال، من خلال تغطيتها الإخبارية التحليلية والتفسيرية وتوقعات الخبراء الاقتصادية والمالية(1).

ولأن الإعلام الاقتصادي لاعبا مهماً في التصدي لمشكلات الواقع المرتبطة بحياة المواطن اليومية، و تنمية موارده المالية، لذا جاء الإهتمام بدراسة برامج القنوات الفضائية الاقتصادية، ومدى ملاءمة تلك البرامج وتفاعلها مع المشاهدين، ومدى قدرتها على أن تكون محل ورضا وثقة المستثمر العراقي.

أولاً: مشكلة الدراسة:

لوحظ من خلال متابعة مضمون البرامج الاقتصادية ببعض القنوات الفضائية العربية أن هناك تغيرا في شكل، ومضمون تلك البرامج الأمر

(1) دبي، حسين على، القنوات الفضائية والإعلام الاقتصادي، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012، ص 14.

الذي قد يؤدي إلى جذب المستثمر لمشاهدة تلك البرامج الاقتصادية خاصة في ظل الأزمة المالية العالمية. "ما هو دور القنوات العراقية الفضائية في بناء الوعي الاقتصادي لدى المستثمر العراقي، من خلال ما تقدمه من برامج وأخبار إزاء القضايا والأحداث الاقتصادية الجارية؟" **ثانياً: أهمية الدراسة:**

تسعى الدراسة إلى محاولة إبراز الدور الذي تقدمه قناة "العراقية" في بث الثقة لدى المستثمر العراقي، ودعم الاقتصاد العراقي، بجانب تشجيع العراقيين على الإستثمار كداعم رئيس للاقتصاد العراقي. إضافة إلى تسليط الضوء على البرامج الاقتصادية باعتبارها أداة فاعلة في الحياة الاقتصادية، وليست مجرد برامج غير جاذبة للمشاهد.

ثالثاً: فرضيات الدراسة:

تقوم هذه الدراسة أساساً على اختبار الفرضيات الآتية:

- 1- **الأول:** المشاهدة المقصودة من الجمهور للبرامج ذات المضامين الاقتصادية عن طريق التلفزيون تُسهم بشكل واضح في اكتساب الجمهور لمعرفة معينة إزاء الأحداث والقضايا الاقتصادية المطروحة في مجتمعهم.
 - 2- **الثاني:** التعرض غير الانتقائي يُسهم في بناء الأفكار، والأفعال، وتعديلها، أو تعزيز، أو تشكيل اتجاهات محددة لم تكن موجودة لدى الجمهور نحو القضايا الاقتصادية في العراق.
 - 3- **الثالث:** التلفزيون يقدم عالماً متماثلاً من الرسائل ذات المضامين الموحدة، التي تقوم بتشكيل، أو رسم صورة ذهنية ورمزية للقضايا، والأحداث القريبة من الواقع الحقيقي.
- رابعاً: أهداف الدراسة:**

تسعى الدراسة في إطار المنهج والأساليب والأدوات البحثية المتاحة لها في الإجابة على التساؤلات التي طرحها موضوع البحث لتحقيق عدد من الأهداف العلمية الخاصة بموضوع البحث، وهي كالاتي:

- 1- التعرف إلى طبيعة الموضوعات التي تقدمها البرامج الاقتصادية في قناة العراقية الفضائية.
- 2- التعرف إلى نمط تعرض المستثمر العراقي للبرامج الاقتصادية في قناة العراقية الفضائية.
- 3- التعرف إلى الدوافع التي تدفع بالمستثمر العراقي لمتابعة البرامج الاقتصادية في قناة العراقية الفضائية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية في مجال الإعلام التي تهتم برصد خصائص الظاهرة وطبيعة العلاقات المتبادلة بين أطرافها للوصول إلى استخلاص المعلومات التي تساعد على حل المشكلات، وتمثل الدراسات الوصفية في مجال الإعلام الأسلوب الملائم لدراسة الظواهر والمشكلات التي تتعلق بالإنسان وآرائه واتجاهاته ومواقفه من حيث علاقته بالإعلام (2).

اعتمدت الدراسة على:

أ- **الملاحظة:** استعملت الباحثة الملاحظة العلمية التي تعد واحدة من أدوات البحث العلمي المهمة (3) لجمع المعلومات والحقائق.

مجتمع وعينة الدراسة:

عمدت الدراسة إلى اختيار البرامج الاقتصادية في قناة العراقية الفضائية الأولى كعينة عمدية لتكون محلاً للدراسة التحليلية، ويمثل المجتمع الأصلي للدراسة جمهور المستثمرين العراقيين، المتمثلة بعينة عشوائية لا يقل قوامها عن 460 عينة.

حدود الدراسة

(2) بن صافية، عبد اللطيف، وسائل الإعلام والمجتمع المدني في الفضاء العمومي .. الحراك العربي بين ثقافة المواطنة والديمقراطية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس، ع 4، 2011، ص 9-19.

(3) الكبيسي، وهيب مجيد ويونس صالح الجنابي، طرق البحث في العلوم السلوكية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد، 1987، ص 124.

أ - الإطار المكاني: قناة العراقية الفضائية، وسوق الأوراق المالية العراقي.

ب - الإطار الزمني للدراسة التحليلية:

حددت الباحثة الفترة الزمنية للدراسة التحليلية من 2022/1/1 إلى 2023/1/31.

تعتبر تلك المدة ملائمة للتعرف على دور البرامج الاقتصادية في قناة العراقية الفضائية إتجاه حركة الاقتصاد العراقي وتعاملاته، ذلك لأنها بداية عام ميلادي جديد تسعى فيه القنوات الفضائية إلى تغيير نمط برامجها في بدايته. كما أن مدة الدراسة تشهد أحداثا وفعاليات مختلفة، عدا أنها تقع في بداية سنة مالية جديدة. وتم توظيف نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام التي تخدم البحث.

واقع الاقتصاد العراقي، ومعوقات التنمية

يعتبر الاقتصاد العراقي من الاقتصادات العربية المهمة، حيث يشكل (11%) من الإحتياطي النفطي العالمي، وهو بذلك يحتل عالميا المرتبة الثانية، بعد المملكة العربية السعودية، ومرشح ليكون الإحتياطي الأول بعد إستكمال عمليات التنقيب (4)، إلى جانب الموارد الاقتصادية المختلفة، ورأس المال البشري، والموقع الجغرافي. إلا أنه رغم هذه الثروات ذات القيمة الاقتصادية العالية. ظل العراق يعاني منذ وقت طويل من مشاكل إنخفاض الإنتاج، وأرتفاع مستوى البطالة بنسبة 28% من حجم السكان النشطين اقتصاديا وفق إحصائية عام 2004 في عموم العراق.

وإنخفاض دخل الفرد يقابله إرتفاع الأسعار وتدهور الخدمات العامة، إلى جانب الإنهيار "الدراماتيكي" الشامل والسريع في عمل المؤسسات والنظم والإجراءات الاقتصادية والمالية والقانونية والحكومية، بعد الغزو الاميركي للعراق في ربيع 2003 (5).

التطورات السياسات والاقتصادية

يصنف اقتصاد العراق الحديث على أنه من الاقتصادات الريعية التي تعتمد على إيرادات الموارد الطبيعية، وفي مقدمتها النفط في تمويل النشاط الحكومي وموازنة الدولة، وعليه فأن هذا الاقتصاد ظل متأثرا بتذبذب أسعار النفط، ففي السنوات التي كانت أسعار النفط منتعشة كان الاقتصاد العراقي مزدهرا، كما هو الحال في سبعينيات القرن الماضي، وما تخلله من قرارات، أهمها قرار تأميم النفط عام 1972 وما حققه من طفرة كبيرة في أسعار النفط، وزيادة في الإنتاج، حيث بلغ الإنتاج أعلى مستوياته عام 1979 (3,4) مليون برميل يوميا (6). عكس السنوات التي تدهورت فيها أسعار النفط وأدت إلى إنخفاض الإيرادات الحكومية. وذلك في سنوات التسعينيات (7).

أما السياسة الاقتصادية المركزية فقد لازمت الاقتصاد بحيث أصبح النشاط الاقتصادي في العراق مرهونا بالفعاليات الحكومية التي لم تستطع أن توازي مستوى النشاط الاقتصادي إلى مستوى الدول المتقدمة، أو حتى الدول النامية منها (8).

يعاني الاقتصاد العراقي من مشاكل هيكلية كثيرة، ولذا فان الاقتصاد الوطني يتكأ كليا على النفط، الذي يشكل طريق الانفاق العام. فالعراق يعتمد على واردات الربيع النفطي بحدود 95% من الموازنة العامة.

منذ فترة الثمانينات تحول الاقتصاد العراقي إلى اقتصاد حرب، ووظفت كل مقومات الإنتاج، والإيرادات الحكومية بإتجاه الآلة العسكرية والمجهود الحربي.

أما في سنوات التسعينيات فقد مر الاقتصاد العراقي بمنعطف خطير نتيجة توقف صادرات النفط واستنفاد الإحتياطي من العملات الصعبة،

(4) النجار، أحمد السيد ، الأبعاد الاقتصادية للغزو الأميركي، إسلام اون لاين، 2004، ص1-2.

(5) موسى، د. عبد الستار عبد الجبار، واقع الاقتصاد العراقي وآليات التحول نحو اقتصاد السوق، الجامعة المستنصرية، 2010، ص2.

(6) مظهر، محمد صالح، الطبقة الوسطى في العراق، شبكة الاقتصاديين العراقيين، 2014، ص3.

(7) الجنابي، عدنان، الدولة الريعية والدكتاتورية، شبكة الاقتصاديين العراقيين ، 11-12-2012.

(8) د. عادل الأحمد ، الموازنات الحكومية العراقية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية ، مجلة الاقتصاد العربي، العدد156، السنة 7، عمان، الأردن 2001.

والتوقف شبه الكامل للمؤسسات الإنتاجية بسبب توقف إستيراد مستلزمات إنتاجها وتدمير معظم دعائم البنى التحتية والمنشآت النفطية ومحطات الماء والكهرباء، بالتوازي مع الإنخفاض الحاد في الناتج المحلي الإجمالي من (14026) و (13715) مليون دولار عامي 1989 و 1990 إلى (2729) مليون دولار عام 1995(9).

فيما اخذت صادرات العراق تتراجع في عام 1991 بحيث بلغت 3.2 مليار دولار نتيجة لأثار الحصار الاقتصادي، التي انعكست على صادرات النفط العراقية. وفي عام 1996 أقر مجلس الأمن الدولي اتفاقية النفط مقابل الغذاء التي تتيح للعراق زيادة صادراته النفطية، ما يسمح له إنتاج ما قيمته 3.5 مليار دولار خلال ستة أشهر مع مراعاة انخفاض أسعار النفط وقدرة القطاع النفطي(10)، وإذا كانت سنوات الثمانينات قد طبعت بالاقصاد الحربي، فان التسعينات وما تلاها وفرت أسباب التحدي للاقتصاد العراقي، سيما العقوبات الاقتصادية التي فرضها مجلس الأمن الدولي على العراق بعد دخوله الكويت، أولها الحصار الاقتصادي الذي قطع الشريان الذي يغذي الاقتصاد"النفط"،(11) والذي يعتمد عليه كليا، في طريق الانفاق العام. ولم يمنح البرنامج أي دخل نقدي للحكومة أو يوجه لتسديد الديون الخارجية المترتبة على العراق، كما حدث بالنسبة لتعويضات الحرب التي خصص لها البرنامج 30% من عوائد النفط (12). المعمول بها منذ فترات زمنية سابقة في العراق، إلا ان الظروف الحالية تضع الاقتصاد العراقي على مفترق طرق للخيارات الاقتصادية التي تحدد مستقبله، رغم تيار العولمة القوي، والأفكار الاقتصادية المشوشة ما بين ملكية الدولة التامة لمشاريع الاقتصاد، أو المتطرفة في الخصخصة(13).

معوقات التنمية الاقتصادية العراقية

كان للإحتلال منذ اليوم الأول دور واضح في ترسيخ ثقافة السرقة، وهو من فتح الأبواب للسراق لنهب ممتلكات الدولة عموما، عدا وزارة النفط، التي قام بحمايتها بنفسه، وهكذا رسخ مفاهيم وأسس للقيام بسرقات منظمة للأموال العراقية فيما بعد(14)، ويعرف الفساد، بأنه "الخروج عن القواعد الأخلاقية الصحيحة وغياب الضوابط التي يجب أن تحكم السلوك، ومخالفة الشروط الموضوعية للعمل وبالتالي ممارسة كل ما يتعارض مع هذه وتلك"(15). تعد ظاهرة الفساد وانعكاساتها من أهم معوقات التنمية في العراق، وخصوصا بعد الغزو الأميركي عام 2003 لأسباب تتعلق بغياب سلطة القانون، وضعف المؤسسات العامة، تلك هي أحد أهم أسباب الفساد الذي يؤدي إلى انخفاض الاستثمار، وبالتالي ابطاء عجلة التنمية الاقتصادية(16).

(9) بيانات الاسكوا، دراسات الحسابات القومية، النشرة 19، نيويورك، 1999، ص 153.

(10) مجموعة يامستين ودراسات في الاقتصاد العراقي، بيت الحكمة، الطبعة الاولى، بغداد، 2002، ط1، ص136-170.

(11) الفريجي، د.حيدر، الاقتصاد العراقي.. من معوقات التنمية الى مقومات النهوض، مركز الدراسات والابحاث العلمانية في العالم العربي، 2008، ص3.

(12) الحسيني، باسل جودت، "السياسات الاقتصادية في العراق، الواقع الراهن مع نظرة مستقبلية"، المستقبل العربي، العدد 295، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003، ص92.

(13) واقع الاقتصاد العراقي وآليات التحول نحو اقتصاد السوق : المؤتمر العلمي العاشر لكلية الإدارة والاقتصاد/الجامعة المستنصرية، للفترة 19 إلى 20 - 5 - 2010.

(14) د.سمير عبودوصباح نوري، الفساد الإداري والمالي في العراق، مظاهره، أسبابه، ووسائل علاجه، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2008، ص11.

(15) الفساد، الجمعية اللبنانية لتعزيز الشفافية، مطابع تكنوبس ط1، لبنان، 2005.

(16) Paolo Mauro (corruption and growth) quarterly journal of Economic Vol 110 No. 3 August 1995 pp. 681 – 682.

واقع الإعلام الاقتصادي في العراق

ان الهيمنة على الفضاء واستثماره إعلاميا واقتصاديا، في عصر يطلق عليه بالثورة التقنية الحديثة، والإتصال والإعلام، جاءت لصالح تطور الإرسال عبر الأقمار الصناعية والألياف الضوئية، وأشعة الليزر، بحيث تحولت إلى صناعة متداخلة ومتشابكة إتصاليا، وهو مادعم مركزية القنوات الفضائية، التي استثمرت، هي الأخرى الفضاء وسعت إلى توسيع سوق المشاهدة بهدف تنمية الموارد عبر مداخيل الإعلان التجاري(17). ذلك أدى إلى ظهور القنوات الفضائية الاقتصادية، التي أسهمت في تدفق ووفرة المعلومات والصور المرتبطة بالأحداث الاقتصادية، حتى سيطر موضوع التخصص على إهتمام المؤسسات الإعلامية التي تنطلق منها القنوات المتخصصة، ولا سيما الاقتصادية. يتضح أثر ذلك على المنطقة العربية، من خلال النسبة "65%" من الإتصالات في العالم، التي تصدر من الولايات المتحدة، وهي الفاعلة في تعزيز الإتصالات العالمية عبر الأقمار الصناعية والمحطات الفضائية، وأن "75%" من السوق الحالية للإتصالات تسيطر عليه "80" شركة متعددة الجنسيات "TNCS"، لذا فإن أميركا وحدها تستحوذ على وسائل الإتصال العالمية، عدا سيطرتها على إنتاج العقول الإلكترونية في كل أوربا، فثلاثة أرباع المعدات المستخدمة، هي أميركية الصنع، فيما تحل أوربا بالدرجة الثانية، وعليه فميدان البث الفضائي تغزوه الدول الصناعية الكبرى، وذلك عبر التصدير المباشر للمحتوى الإتصالي وبيع تكنولوجيا الإتصال، وهو ما أحكم قبضتها على الماكنة الإعلامية العالمية. دفعت هذه التطورات التكنولوجية والمعلوماتية إلى ظهور التخصص في الإعلام التلفزيوني وعدته واحدة من ضرورات العصر الذي نعيش فيه(18). بإعتباره الأسلوب الأسهل في خطاب الجماعات الصغيرة المتوامة وفق معايير "السن والمهنة والإختصاص والهواية..الخ". لم تتفق الآراء مثلما، أختلفت حول دور الإعلام وقدرته على دوره في المرحلة التي تلت الاحتلال، رغم وجود ضوابط وتعليمات تحكم العمل الإعلامي إلى حد ما، إلا أنّ الميدان الإعلامي أصبح مباحا لكل من يريد أن يصدر صحيفة، أو يمتلك محطة تلفزيونية أو إذاعية. ورغم تعدد الإتجاهات، والإستراتيجيات للفضائيات، إلا أنها تصنف على الشكل الآتي:

- 1- **قنوات فضائية رسمية:** وهي قناة العراقية التي أطلقتها شبكة الإعلام العراقي، المؤسسة من قبل سلطة الاحتلال بعد 9 نيسان 2003، والتي أعتبرت فيما بعد الناطق الرسمي بأسم الحكومة.
- 2- **قنوات فضائية حزبية:** وتعنى بالقضايا السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، كما تعتمد اتجاهاتها أفكارا تستند إلى أيديولوجية الحزب ومواقفه(19)، ومن أبرز القنوات الفضائية الحزبية: "الفرات، بغداد، بلادي، المسار، آفاق، العهد، الرافدين، الرشيد".
- 3- **قنوات فضائية خاصة:** وهي التي تعود ملكيتها للقطاع الخاص، ولا ترتبط هذه الفئة من القنوات بجهة سواء أكانت حكومية، أو مؤسسة ذات هدف سياسي(20).

برامج قناة العراقية:

(17) حمدان، عبد القادر بن الشيخ، محمد، الجمهور العربي والبث التلفزيوني المباشر عبر القنوات الفضائية مصدر سابق، ص68.

(18) ابو زيد، فاروق، الصحافة المتخصصة، القاهرة، عالم الكتب، 1986، ص5.

(19) عبد المجيد، د.أحمد، أزمة التمويل في الصحافة العراقية، مجلة الآداب، العدد73، 2006، ص257.

(20) البياتي، ياس خضير، تفكيك المشهد العراقي مفخحات الطائفية السياسية والإعلامية، مجلة المستقبل العربية، العدد 345، تشرين الثاني، 2007 ص58

تتضمن خارطة برامج قناة العراقية عددا من البرامج المنوعة، والسياسية، والإخبارية المتخصصة بالمال والاقتصاد وهنا استعرض (21).

1- اقتصادنا

2 - برنامج حبر أبيض:

3 - برنامج اخبار الفترة الاقتصادية الرئيسة للقناة (22):

4- برنامج العلم والعالم:

قناة العراقية الفضائية وتشكيل اتجاهات المستثمر العراقي

التحليل النسبي لإجابات المبحوثين

أولاً: المعلومات الديموغرافية:

1- جنس المبحوثين:

يوضح الجدول رقم (1) جنس المبحوثين حيث احتل الذكور المرتبة الأولى بواقع (261) تكرار بنسبة 56,7%، فيما احتلت الإناث

المرتبة الثانية بواقع (199) تكرار بنسبة 43,3%، وكما هو في الجدول رقم (1):

جدول رقم (1) جنس المبحوثين

المرتبة	الجنس	التكرار	النسبة المئوية
1	ذكر	261	56,7%
2	انثى	199	43,3%
	المجموع	460	001%

2- الفئة العمرية للمبحوثين:

يوضح الجدول رقم (2) الفئات العمرية للمبحوثين حيث احتلت الفئة العمرية (29-38) المرتبة الأولى بتكرار (125)، بنسبة 27,2%،

فيما جاءت الفئة العمرية (39-48) المرتبة الثانية بتكرار (100) بنسبة 21,7%، وجاءت الفئة العمرية (18-28) المرتبة الثالثة بتكرار (99)

بنسبة 21,5%، أما الفئة العمرية (49-58) فقد احتلت المرتبة الرابعة بتكرار (78) بنسبة 17%، وأخيراً احتلت الفئة العمرية (59) فما فوق"

المرتبة الأخيرة بتكرار (58) بنسبة 12,6%، وكما هو في الجدول رقم (2) الآتي:

جدول رقم (2) الفئة العمرية للمبحوثين

المرتبة	الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
1	29-38 سنة	125	27,2%
2	39-48 سنة	100	21,7%
3	18-28 سنة	99	21,5%
4	49-58 سنة	78	17%
5	59 فما فوق	58	12,6%

(21) مقابلة: مع مدير التنسيق التلفزيوني، طالب معن في 2022/12/10.

(22) متابعة الباحثة لبرامج قناة العراقية في 2023/1/11.

%001	460	المجموع	
------	-----	---------	--

ثانياً: بيانات المشاهدة:

1- مشاهدة قناة العراقية الفضائية: أظهرت النتائج حول قيام أفراد العينة بمشاهدة قناة العراقية الفضائية الأولى، وجود إتجاه واضح من قبل أفراد العينة لمشاهدة تلك القناة، حيث أجاب (447) مبحوثاً ونسبتهم 97,2% بأنهم يشاهدون قناة العراقية الفضائية الأولى، بينما أجاب (13) شخصاً بنسبة 2,8% بعدم المشاهدة، وكما هو في الجدول رقم (5) الآتي:

جدول رقم (5) مشاهدة قناة العراقية

النسبة المئوية	تكرار	مشاهدة قناة العراقية الفضائية	مرتبة مرتبة
97.2%	447	نعم	1
2.8%	13	كلا	2
100%	460	المجموع	

2 - مشاهدة البرامج الاقتصادية: وبشأن التساؤل عن مدى مشاهدة البرامج الاقتصادية المقدمة من خلال قناة العراقية الفضائية، أظهرت الإجابات أن غالبية أفراد العينة، ممن يشاهدون البرامج الاقتصادية بواقع (414) مبحوثاً، ونسبتهم 92.6% أجابوا بالموافقة، بينما أجاب (33) شخصاً، ونسبتهم 7.4% بعدم مشاهدتهم للبرامج الاقتصادية، وكما هو في الجدول رقم (6) الآتي:

جدول رقم (6) مشاهدة البرامج الاقتصادية

النسبة المئوية	التكرار	مشاهدة البرامج الاقتصادية	مرتبة مرتبة
92.6%	414	نعم	1
7.4%	33	كلا	2
100%	447	المجموع	

4- نوع البرامج الاقتصادية المفضلة

عن نوع البرامج التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها، وسمح هذا السؤال للمبحوث اختيار أكثر من جواب، حيث بلغت إجابات أفراد العينة (884) إجابة. كانت (295) إجابة منها ونسبتها 33.3% حددت النشرات الإخبارية الاقتصادية، كواحد من أهم البرامج الاقتصادية، التي يفضل المبحوثون مشاهدتها، وأوضحت (235) إجابة، بنسبة 26.6%، للبرامج الحوارية في المرتبة الثانية، فيما حصل الشريط الإخباري الاقتصادي "السياتيل" على المرتبة الثالثة بواقع (207) تكرار بنسبة 23.4%، وجاءت الندوات في المرتبة الأخيرة بواقع (147) تكرار بنسبة 16.6%، وكما هو في الجدول رقم (8) الآتي:

جدول رقم (8) نوع البرامج الاقتصادية المفضلة

مرتبة	نوع البرنامج الاقتصادي	التكرار	النسبة المئوية
1	النشرات الإخبارية	295	33.3%
2	البرامج الحوارية	235	26.6%
3	شريط الأخبار "السبتايتل"	207	23.4%
4	الندوات	147	16.6%
	المجموع	884	100%

5- القنوات المفضلة لمشاهدة البرامج الاقتصادية

أ- القنوات الفضائية العراقية:

عن مدى اعتماد أفراد العينة على القنوات الفضائية العراقية الأخرى، لمتابعة الشؤون الاقتصادية، أوضحت إجابات العينة ان "249" مبحوثاً بلغت نسبتهم 60.1% يعتمدون، وبشكل دائم على القنوات العراقية، فيما أشار "159" مبحوثاً بنسبة 38,4% أنهم يعتمدون عليها بشكل غير منتظم. وأخيراً اشار "6" مبحوثين بنسبة 1.5% إلى أنهم نادراً ما يعتمدون على هذه القنوات، وكما هو في الجدول رقم (9) الآتي:

جدول رقم (9) حجم الإعتماد على القنوات الفضائية العراقية

مرتبة	مدى الاعتماد	التكرار	النسبة المئوية
1	دائماً	249	60.1%
2	أحياناً	159	38.4%
3	نادراً	6	1.5%
	المجموع	414	100%

ب- الاعتماد على القنوات الفضائية العربية:

حول فقرة الإعتماد على القنوات الفضائية العربية لمتابعة الشؤون الاقتصادية. أجاب "50" مبحوث، ونسبتهم 12% بأنهم يعتمدون دائماً على تلك القنوات في حين أجاب "231" مبحوثاً، ونسبتهم 55.8% بأنهم يعتمدون على تلك القنوات أحياناً، وأشار (133) مبحوث ونسبتهم 32.2% بأنهم يعتمدون بشكل نادر على تلك القنوات، وكما هو في الجدول رقم (10) الآتي:

جدول رقم (10) حجم الإعتماد على القنوات العربية

مرتبة	حجم الاعتماد	التكرار	النسبة المئوية
1	دائماً	50	12%
2	أحياناً	231	55.8%
3	نادراً	133	32.2%
	المجموع	414	100%

10- أهم البرامج الاقتصادية في قناة العراقية التي يتابعها المبحوثين:

أ- برنامج اقتصادنا:

حول مدى اهتمام الباحثين بمتابعة برنامج اقتصادنا، أجاب (359) مبحوثاً، بنسبة 86.7% أنهم يتابعونه بشكل دائم، فيما أجاب (52) مبحوثاً بنسبة 12.6% بأنهم يتابعونه بشكل غير منتظم، وأشار (3) مبحوثين بنسبة 0.7% أنهم يتابعونه بشكل نادر، وكما هو موضح في الجدول رقم (16) الآتي:

جدول رقم (16) مدى متابعة برنامج اقتصادنا

مرتبة	مدى الاهتمام	التكرار	النسبة المئوية
1	دائماً	359	86.7%
2	أحياناً	52	12.6%
3	نادراً	3	0.7%
	المجموع	414	100%

النتائج والإستنتاجات والاقتراحات:

في ضوء ما تقدم، وما شكلته قناة "العراقية" من اتجاهات من خلال ممارستها لنشاطها الإعلامي، وجد ان مجموعة من النتائج والإستنتاجات يمكن استخلاصها وعلى النحو الآتي:

1- أكدت الدراسة أنّ أكثر المبحوثين يتعرضون بشكل يومي "دائماً" لبرامج قناة العراقية، والمتعلقة بالشأن الاقتصادي، مما يدل على أن المبحوثين يهتمون بمتابعة تلك البرامج في قناة العراقية، ويؤشر بنفس الوقت دور القناة في إحاطة المستثمر بالمعلومات الاقتصادية التي ترضي فضوله وتفتح له آفاقاً جديدة في مجاله.

2- أجابت نسبة عالية من المبحوثين، بإعتمادهم على قناة "العراقية"، فيما أجابت نسبة قليلة من المبحوثين بشأن الإعتقاد على القنوات الفضائية العربية، لمتابعة الشؤون الاقتصادية، اما اعتماد أفراد العينة على القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية، فقد جاء بنسبة أقل. ما يعني ان افراد العينة يعتمدون على قناة "العراقية" اكثر من اعتمادهم على القنوات الأخرى.

5 - تصدر برنامج "اقتصادنا"، ثم البرامج التي تعالج قضايا الفساد المالي، والإداري، ف"النشرات الاقتصادية"، ثم "حبر أبيض"، وهذا يدل على اهتمام المبحوثين بما يقدم من قناة العراقية من برامج اقتصادية، ويلاقي قبولا من المستثمر العراقي.

6 - أغلب المبحوثين يعتمدون على القنوات الرسمية متمثلة بقناة "العراقية". وهو ما تفسره نظرية الإعتقاد على وسائل الإعلام، من حيث الدرجة التي يتكل بها الفرد على وسائل الإعلام كونها مصدراً رئيسياً لتحقيق رغبته وتلبية حاجاته النفسية والاجتماعية. الفضائية العراقية. يعتبرها من أكثر الفضائيات التي تغطي كل ما يتعلق بالأزمات الاقتصادية في العراق، لكونها الأقرب إلى الأحداث من باقي الفضائيات العربية والأجنبية، في حين تغطي الفضائيات العربية والفضائيات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (إلى حد ما) كل ما يتعلق بالأزمات السياسية في العراق، وذلك لأنها ليست قريبة من الأحداث مثل الفضائيات العراقية.

نخلص من تلك النتائج إلى أن قناة العراقية تشكل الآتي:

1 - مصدر مهم من مصادر الحصول على الأخبار، والمعلومات الاقتصادية، التي تسهم في تشكيل اتجاهات المستثمر العراقي.

2- الاعتماد، وبنسبة كبيرة على القناة العراقية من قبل أفراد العينة في الحصول على المعلومات الخاصة بالشأن الاقتصادي، وتفضيلها على القنوات العربية والأجنبية الناطقة باللغة العربية، ربما لأن "العراقية" هي الأقرب للحدث، كما انها غالباً ما تسعى إلى تقديم ما يبحث عنه المستثمر.

3- تقديم المعلومات الاقتصادية بشكل كاف عبر قناة العراقية، حيث كانت هذه السمة هي الأبرز، والتي تدفع نحو تفضيل الجمهور لتلك القناة.

5- ضعف ثقة افراد العينة بالمعلومات الاقتصادية المقدمة عبر الفضائيات الأخرى، بسبب إحتيازها في تقديم تلك المعلومات. الأمر الذي يعني ابتعاد القنوات الفضائية عن القواعد المهنية في المجال الاقتصادي.

6- وجود دور مؤثر لقناة العراقية في تشكيل معارف الأفراد ومعلوماتهم عن الموضوعات الاقتصادية. وهذا يقودنا إلى القول إن المهنية عنصر مهم لمصداقية الإعلام بقدر التزامه ببعض المعايير المهنية للصحافة المرئية العراقية .

7- ظهر ان الخبر الاقتصادي الذي يتعلق بنشاطات قطاع الخدمات قد استحوذ على اهتمام البرامج الاقتصادية في قناة العراقية الفضائية الأولى، وهذا ما جعل تلك القناة تلعب دورا أكبر من كونها وسيلة إتصال، فعلى ضوء ما يبث من أخبار اقتصادية وتقارير ومقابلات تؤدي إلى رفع وخفض معدلات البيع، والشراء، من النشاطات الاقتصادية المتأثرة بما يبث، وهذا دليل على ان البرامج الاقتصادية في قناة العراقية، قد اسهمت في تفعيل متغيرات السوق صعودا وهبوطا.

اختبار فرضيات الدراسة:

تقوم هذه الدراسة أساساً على اختبار الفرضيات الآتية:

- 1- الفرض الأول: "المشاهدة المقصودة من الجمهور للبرامج ذات المضامين الاقتصادية عن طريق التلفزيون تُسهم بشكل واضح في اكتساب الجمهور لمعرفة معينة إزاء الأحداث والقضايا الاقتصادية المطروحة في مجتمعهم". ما يفسر وجود دور مؤثر لقناة العراقية في تشكيل معارف المستثمر العراقي ومعلوماته في الجوانب الاقتصادية.
- وقد تحققت صحة هذا الفرض، عبر نتائج إجابات الباحثين حول فقرة، " قدمت قناة العراقية الفضائية معلومات اقتصادية كافية تخص الشأن الاقتصادي" نحو الاتفاق بنسبة 66,6%. مع وجود إتجاه واضح من قبل أفراد العينة بالمشاهدة المقصودة لتلك القناة، وفقا لإجاباتهم عن "مدى مشاهدة البرامج الاقتصادية المقدمة من خلال شاشة "العراقية"، وجاءت النتائج بنسبة عالية، هي 97,2%.
- 2- الفرض الثاني: التعرض غير الإنتقائي يُسهم في بناء الأفكار، والأفعال، وتعديلها، أو تعزيز، أو تشكيل إتجاهات محددة لم تكن موجودة سابقاً لدى الجمهور نحو القضايا والأحداث الاقتصادية في العراق.
- وقد تحققت صحة هذا الفرض، من خلال النتائج التي أظهرت اتجاهات الباحثين نحو فقرة "أطلعت على نشاطات الشركات العاملة في سوق الأوراق المالية العراقي، بناء على ما يقدمه برنامج اقتصادنا" نحو الإتفاق بنسبة 77,5، فالذين يعتمدون على وسيلة معينة لديهم القدرة على استخلاص معلومات محددة، أو في مجال محدد من خلال تعرضهم لهذه الوسيلة.
- 3- الفرض الثالث: التلفزيون يقدم عالماً متمثلاً من الرسائل ذات المضامين الموحدة، التي تقوم بتشكيل، أو رسم صورة ذهنية ورمزية للقضايا، والأحداث القريبة من الواقع الحقيقي.
- وقد تحققت صحة هذا الفرض، من خلال اتجاهات الباحثين نحو فقرة " تشكلت رؤيتي الاقتصادية وفق ماتقدمه العراقية من معلومات" إلى الإتفاق بنسبة 71,5 %، ما يعني أن المستثمر يعتمد على قناة العراقية، في تشكيل صور ذهنية للقضايا والأحداث. وتكمن قوة وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر المعلومات التي تعتمد عليها المؤسسات المجتمعية.

الاقتراحات:

وفق ما تم التوصل إليه من نتائج واستنتاجات، نقتراح الآتي:

- 1 - ضرورة اهتمام قناة العراقية ببرنامج "اقتصادنا"، ومحاولة تخصيص اخبار اسبوعية ضمن البرنامج عن نشاطات القطاع الزراعي، ليحقق التوازن في تغطيته الاحداث الاقتصادية في مختلف القطاعات .
- 2- تشكيل لجنة، أو هيئة متخصصة تشرف على عمل البرامج الاقتصادية في قناة العراقية.
- 3- ضرورة اعتماد قناة العراقية على تجربة القنوات الفضائية الاجنبية الموجودة في المنطقة العربية، وذلك للاستفادة من خبراتها في مجال الإعلام الاقتصادي.
- 4 - التعريف بأهمية الإعلام الاقتصادي، من خلال عقد اللقاءات والمؤتمرات.
- 5 - الاعتماد على الكفاءات العلمية، ومحاولة إنتاج البرامج محليا بجودة عالمية.

المصادر والمراجع

- (1) الكبيسي، وهيب مجيد ويونس صالح الجنابي، طرق البحث في العلوم السلوكية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد، 1987، ص 124.
- (2) النجار، أحمد السيد، الأبعاد الاقتصادية للغزو الأميركي، إسلام أون لاين، 2004، ص 1-2.
- (3) الأحمد، د. عادل، الموازنات الحكومية العراقية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية، مجلة الاقتصاد العربي، العدد 156، السنة 7، عمان، الأردن 2001.
- (4) الفريجي، د. حيدر، الاقتصاد العراقي.. من معوقات التنمية الى مقومات النهوض، مركز الدراسات والابحاث العلمانية في العالم العربي، 2008، ص 3.
- (5) الحسيني، باسل جودت، "السياسات الاقتصادية في العراق، الواقع مع نظرة مستقبلية"، المستقبل العربي، العدد 295، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003، ص 92.
- (6) الفساد، الجمعية اللبنانية لتعزيز الشفافية، مطابع تكنوبس ط1، لبنان، 2005.
- (7) ابو زيد، فاروق، الصحافة المتخصصة، القاهرة، عالم الكتب، 1986، ص 5.
- (8) الجنابي، عدنان، الدولة الريعية، شبكة الاقتصاديين العراقيين، 11-12-2012.
- (9) البياتي، ياس خضير، تفكيك المشهد العراقي مفخخات الطائفية السياسية والإعلامية، مجلة المستقبل العربية، العدد 345، تشرين الثاني، 2007 ص 58.
- (10) بن صافية، عبد اللطيف، وسائل الإعلام والمجتمع المدني في الفضاء العمومي .. الحراك العربي بين ثقافة المواطنة والديمقراطية، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس، ع 4، 2011، ص 9-19.
- (11) بيانات الاسكوا، دراسات الحسابات القومية، النشرة 19، نيويورك، 1999، ص 153.
- (12) حمدان، عبد القادر بن الشيخ، محمد، الجمهور العربي والبنث التلفزيوني المباشر عبر القنوات الفضائية مصدر سابق، ص 68.
- (13) دبي، حسين على، القنوات الفضائية والإعلام الاقتصادي، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012، ص 14.
- (14) د. سمير عبود وصباح نوري، الفساد الإداري والمالي في العراق، مظاهره، أسبابه، ووسائل علاجه، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2008، ص 11.
- (15) عبد المجيد، د. أحمد، أزمة التمويل في الصحافة العراقية، مجلة الآداب، العدد 73، 2006، ص 257.
- (16) موسى، د. عبد الستار عبد الجبار، واقع الاقتصاد العراقي وآليات التحول نحو اقتصاد السوق، الجامعة المستنصرية، 2010، ص 2.
- (17) مظهر، محمد صالح، الطبقة الوسطى في العراق، شبكة الاقتصاديين العراقيين، 2014، ص 3.
- (18) مجموعة يامستين ودراسات في الاقتصاد العراقي، بيت الحكمة، الطبعة الاولى، بغداد، 2002، ط 1، ص 136-170.
- (19) مقابلة: مع مدير التنسيق التلفزيوني، طالب معن في 2022/12/10.
- (20) متابعة الباحثة لبرامج قناة العراقية في 2023/1/11.
- (21) واقع الاقتصاد العراقي وآليات التحول نحو اقتصاد السوق: المؤتمر العلمي العاشر لكلية الإدارة والاقتصاد/الجامعة المستنصرية، للفترة 19 إلى 20 - 5 - 2010.
- (22) Paolo Mauro (corruption and growth) quarterly journal of Economic Vol 110 No. 3 August 1995 pp. 681 - 682.