

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)
وحدود الاشباع المتحققة
د. حسين جاسم جابر

Received: 3/6/2021

Accepted: 7/8/2021

Published: 2021

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)
وحدود الاشباع المتحققة
د. حسين جاسم جابر

جامعة بغداد / كلية الإعلام / قسم الإذاعة والتلفزيون

drhussainjasim@comc.uobaghdad.edu.iq

07901549203

مستخلص البحث:

أحدثت ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في السنوات القليلة الماضية تغييرات نوعية في العديد من أوجه الحياة للدرجة حيث مهدت الطريق للانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات ، وقد أخذت هذه الثورة تترك آثارها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على المجتمع المعاصر بشكل غير مسبوق كماً ونوعاً ، وتمثل شبكة المعلومات أحد مظاهر ثورة المعلومات فهي تؤدي دوراً أساسياً في صياغة الأنشطة الرئيسية للإنسان في شتي نواحي الحياة. تتمثل مشكلة هذا البحث في دراسة استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت(شاهد بلس) وحدود الإشباع المتحققة، وعلى وفق ما تقدم تكمن مشكلة البحث التي نحن بصدد الإجابة عن التساؤلات التي أهمها:

1. ما درجة تعرض الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)؟

2. ما حجم (كثافة) تعرض الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) ؟

ويقوم هذا البحث على أساس اختبار عدد من الفروض وأهمها:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) ودوافع استخدام الشباب لهذه القنوات.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض الشباب لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) والإشباع المتحققة منها. تكمن أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تناوله الباحث ، ويتمثل في استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) وحدود الإشباع المتحققة ، وتتمثل أهميته في قلة الدراسات العربية التي تناولت موضوع تلفزيون الانترنت باعتباره وسيلة حديثة لم تخضع بعد للدراسة الى جانب تزايد عدد القنوات التلفزيونية التي تبث فقط على شبكة الانترنت ، وتعدد أهدافها وتنوع جمهورها المستهدف وأيضاً انتشار قنوات تلفزيون الانترنت بين أوساط الشباب ، وتفاعلهم معها بالتعليق أو بالمشاركة في برامج هذه القنوات. وقد اعتمد هذا البحث وبصورة أساسية على منهج المسح الذي يعتبر جهداً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع البحث. للتوصل إلى دلالات مفيدة بشأنها. وقد اعتمد بالتحديد على منهج المسح بالعينة فيما يتعلق بدراسة الحد الأدنى من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية محددة من خلال دراسة جمهور الشباب العراقي ممن يشاهدون قنوات تلفزيون الانترنت(شاهد بلس) بهدف التعرف على دوافع مشاهدتهم لها والوقوف على نوعية الإشباع التي تحقق لهم جراء تعرضهم لها، وتمثل مجتمع البحث بالشباب من الذكور والإناث في مدينة بغداد والذي يقدر تعداده حسب بيانات وإحصاءات ومعلومات (الجهاز المركزي للإحصاء / وزارة التخطيط) والذي بلغت ما يقارب 4.665.300 مليون نسمة حسب تقديرات عام 2020، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية نسبية (عنفودية) مساحية وفق بيانات وإحصائيات مأخوذة من وزارة التخطيط(الجهاز المركزي للإحصاء)

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) وحدود الاشباع المتحققة د. حسين جاسم جابر

- مأخوذة وفق معيار (اسم المحافظة، الناحية، المحلة، الزقاق) وبلغ حجم العينة 450 مفردة من الذكور الإناث. وتوصل البحث الى مجموعة من النتائج أبرزها:
- 1- أكد (40.8%) مبحوثاً وبالمرتبة الأولى أنهم دائماً ما يستخدمون قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)، وبالمرتبة الثانية أحياناً بنسبة 34.4%.
 - 2- أكد (44.4%) مبحوثاً وبالمرتبة الأولى، لأنها ترفه عني وتسليني كان أكثر دوافع واستخدامات المبحوثين لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) ، وبالمرتبة الثانية لتقضية وقت فراغ بنسبة (22.8%).
 - 3- أشار (23.9%) مبحوثاً وبالمرتبة الأولى أنها تساعدني في متابعة كل ما هو جديد وحصري أكثر الإشباعات المتحققة من مشاهدة قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)، وبالمرتبة الثانية لتقضية وقت فراغ بنسبة (25.1%).
 - 4- أكد (31.3%) مبحوثاً وبالمرتبة الأولى، أن الدراما هي أكثر المضامين المفضلة لديهم لمشاهدتها عبر قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)، وبالمرتبة الثانية المسابقات بنسبة (27.0%).
- الكلمات المفتاحية:** الشباب العراقي قنوات - تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) - الاشباع المقدمة:

أحدثت ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في السنوات القليلة الماضية تغييرات نوعية في العديد من أوجه الحياة للدرجة حيث مهدت الطريق للانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات ، وقد أخذت هذه الثورة تترك آثارها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على المجتمع المعاصر بشكل غير مسبق كماً ونوعاً ، وتمثل شبكة المعلومات أحد مظاهر ثورة المعلومات فهي تؤدي دوراً أساسياً في صياغة الأنشطة الرئيسية للإنسان في شتى نواحي الحياة ، فأصبح من خلالها إزالة حواجز الزمان والمكان ومع نهاية القرن العشرين وبداية الألفية الجديدة أصبحت شبكة الانترنت بصفة خاصة همزة الوصل بين دول العالم والمحرك الفعال لمختلف الأنشطة والمجالات لجميع فئات المجتمع على المستوى العالمي وقد شهد العالم زيادة مطردة في أعداد مستخدمي الانترنت وخاصة الشباب .

الدراسات السابقة:

• **عبيد بن سعود الحبيب (2019)⁽¹⁾** : هدفت الدراسة الميدانية على طلاب المرحلة الثانوية بمحافظة شقراء، إلى التعرف على بعض التغييرات الاجتماعية المترتبة على استخدام الشباب للشبكة العنكبوتية (الانترنت). واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الاجتماعي لتحقيق هدفه. وجاءت أدوات الدراسة متمثلة في استبيان لجمع البيانات والمعلومات، وطبقت على عينة متمثلة في (146) طالباً، حيث تم توزيعها على ثلاث مدارس ثانوية في محافظة شقراء. توصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج منها:

- أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو كل من (الأثار الإيجابية، والسلبية المترتبة على استخدام الشباب للإنترنت، والمواقع التي يزورها الشباب أثناء استخدامهم للإنترنت) باختلاف متغير التخصص الدراسي.

- أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0,05) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو العوامل التي تدفع الشباب لاستخدام الإنترنت باختلاف متغير التخصص الدراسي، وذلك لصالح الطلاب الذين تخصصهم (طبيعي).

• **ريهام محمد عبد الباري (2016)⁽²⁾** : تستهدف هذه الدراسة التعرف على استخدامات الشباب المصري من طالب الجامعات لقنوات تلفزيون الانترنت، والدوافع المختلفة لهذه الاستخدامات، والمضامين التي يشاهدها الشباب في هذه القنوات، والإشباعات التي يحققونها نتيجة هذه الاستخدامات، وهي دراسة

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) وحدود الاشباع المتحققة د. حسين جاسم جابر

وصفية، استخدمت منهج المسح، حيث تم التطبيق من خلال صحيفة استقصاء تم ملؤها من خلال المقابلة الشخصية مع 400 من الشباب الجامعي المصري من مشاهدي تلفزيون الانترنت.

أولاً: الإطار المنهجي للبحث

1. مشكلة البحث

تزايدت أهمية الإنترنت على المستوى الدولي مع زيادة عدد المستخدمين وتنوع استخداماتها ، حيث أصبحت أهمية الإنترنت لا تقتصر على كونها وسيلة مهمة في مجال تبادل المعلومات ، بل أصبحت وسيلة لبث بعض المواقع ، قنوات تلفزيون الانترنت وخاصة في العراق ، وتسارعت المؤسسات الحكومية والخاصة على إنشاء وبث قنوات تلفزيونية على شبكة الإنترنت ، ونظراً لأن الشباب هم الفئة الأكثر استخداماً لشبكة الانترنت بما تحويه من مضامين مختلفة ، فإن مشكلة هذه الدراسة تتمثل في التعرف على استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) وحدود الاشباع المتحققة.

2. تساؤلات البحث

1. ما درجة تعرض الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)؟
2. ما حجم (كثافة) تعرض الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) ؟
3. ما دوافع تعرض الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)؟ ؟
4. ما نوعية ومستوى الاشباع المتحققة للشباب العراقي جراء تعرضهم لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)؟ ؟

3. فروض البحث

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين حجم التعرض لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) ودوافع استخدام الشباب لهذه القنوات.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين حجم تعرض الشباب لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) والاشباع المتحققة منها.

4. أهمية البحث

تكمن أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تناوله الباحث ، ويتمثل في استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) وحدود الاشباع المتحققة ، وتتمثل هذه الأهمية فيما يأتي :

- قلة الدراسات العربية التي تناولت موضوع تلفزيون الانترنت باعتباره وسيلة حديثة لم تخضع بعد للدراسة .
- تزايد عدد القنوات التلفزيونية التي تبث فقط على شبكة الإنترنت ، وتعدد أهدافها وتنوع جمهورها المستهدف.
- انتشار قنوات تلفزيون الانترنت بين أوساط الشباب ، وتفاعلهم معها بالتعليق أو بالمشاركة في برامج هذه القنوات.

5. أهداف البحث

- التعرف على استخدام الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) والاشباع المتحققة منها.
- التعرف على المتغيرات التي تؤثر على استخدام الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس).
- التعرف على المضمون المفضل لدى الشباب العراقي في قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس).

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) وحدود الاشباع المتحققة د. حسين جاسم جابر

• راي الشباب العراقي في الخدمات التي تقدمها موقع بث قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) ومدى الاستفادة منها.

6. منهج البحث:

اعتمد هذا البحث وبصورة أساسية على منهج المسح الذي يعتبر جهدا منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع البحث.⁽³⁾ للتوصل إلى دلالات مفيدة بشأنها. وقد اعتمد بالتحديد على منهج المسح بالعينة فيما يتعلق بدراسة الحد الأدنى من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية محددة من خلال دراسة الشباب العراقي ممن يشاهدون قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) بهدف التعرف على دوافع مشاهدتهم لها والوقوف على نوعية الإشباع التي تتحقق لهم جراء تعرضهم لها.

7. حدود ومجالات البحث

يتخذ البحث مجالات عدة إذ تمثل المجال المكاني للبحث في قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) بينما تمثل المجال الزمني للبحث بالمدة الزمنية من بداية شهر ابريل إلي نهاية شهر سبتمبر 2020 ، وتمثل المجال البشري للبحث على عينة من الشباب في المجتمع العراقي.

8. إجراءات البحث

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

• **مجتمع البحث:** يتمثل مجتمع البحث الشباب في مدينة بغداد والذي يقدر تعداده حسب بيانات وإحصاءات ومعلومات (الجهاز المركزي للإحصاء / وزارة التخطيط) والذي بلغت ما يقارب 4.665.300 مليون نسمة حسب تقديرات عام 2020.

• **عينة البحث :** تم اختيار عينة عشوائية طبقية نسبية (عنقودية) مساحية وفق بيانات وإحصائيات مأخوذة من وزارة التخطيط(الجهاز المركزي للإحصاء) مأخوذة وفق معيار(اسم المحافظة، الناحية، المحلة ، الزقاق) وبلغ حجم العينة 355 مفردة من الشباب الذكور والإناث.

• **أدوات البحث:** اعتمد الباحث في سياق جمع المعلومات عن الظاهرة التي استهدفها البحث عن جملة من الأدوات يمكن إجمالها على وفق الآتي:

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

ثانياً: المقابلة: اعتمد الباحث المقابلة العلمية بهدف توضيح وتفسير بعض الأسئلة للمبحوثين وشرح بعض الإشكاليات التي تعترى عملية ملء الاستمارة لدي المبحوثين.

ثالثاً: الاستمارة: سعى البحث إلى الكشف عن استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) وحدود الاشباع المتحققة بهدف الوصول الى ابرز النتائج في ذلك عن طريق بناء استمارة تستهدف اغلب المؤشرات والملاحظات التي توصل اليها من الملاحظة العلمية فضلا عن الاستمارة الاستطلاعية الأولية التي وزعها الباحث التي تضمنت (4) أسئلة مفتوحة للتعرف على ابرز المؤشرات والأفكار عن موضوع البحث. وقد تضمنت الاستمارة النهائية (12) سؤالاً بصيغة الأسئلة المغلقة جرى معالجتها إحصائياً وفق النظام الإحصائي المتقدم spss، تكونت من محورين: المحور الأول تمثل بالخصائص الديموغرافية للمبحوثات أما المحور الآخر فقد تمثل بالأسئلة الرئيسية للبحث التي تضمنت محاور عدة المتمثلة ب(مدى استخدام قنوات تلفزيون الانترنت) (شاهد بلس) ، دوافع واستخدامات المبحوثين لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)، الإشباع المتحققة من مشاهدة قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)، واختبار فروض البحث).

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) وحدود الاشباع المتحققة د. حسين جاسم جابر

رابعاً: المقياس: المقياس الذي قيس على أساسه شدة المبحوثات بشأن بعض المواقف والعبارات التي يتعرضون لها يوميا جراء تعرضهم لقنوات تلفزيون الانترنت، وقد تكون من مقاييس متعددة حسب السؤال مثل مقياس ثلاثي يقوم على فقرات (إجابات) (نعم- لا) (اعتمد عليها بشكل كبير- اعتمد عليها بشكل متوسط- لا اعتمد عليها)، (دائماً - أحيانا - نادراً).

9. الصدق والثبات:

اعتمد الباحث على الصدق الظاهري وهو يعبر عن مدى اتفاق المحكمين الخبراء* على أن المقياس أو الأداة التي يقيس بها الباحث تكون صالحة لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله تلك الأداة لتحقيق أهداف البحث وقد تم عرض الاستمارة على خمسة خبراء في مجال الاختصاص للحكم على صلاحيتها، إذ أشار المحكمون الذين جرى عليهم عرض الاستمارة إلى صلاحيتها للتطبيق وإنها تقيس بالفعل ما يود الباحث قياسه، عبر إبداء عدد من الملاحظات والآراء المنهجية، وكانت نسبة الاتفاق بشأن تلك الاستمارة (95.81%) وهي نسبة جيدة جداً من الاتفاق.

أما احتساب الثبات فقد استعان الباحث بطريقة التجزئة النصفية للتأكد من وجود درجة عالية من الاتساق الداخلي بهدف الوصول إلى مسألة الاتفاق في النتائج. وتقوم فكرة التجزئة النصفية على أساس قسمة فقرات المقياس إلى نصفين متجانسين ولغرض حساب الثبات على وفق هذه الطريقة تم استخدام جميع استمارات أفراد العينة البالغ عددها (355) للذين يتعرضون لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) وتم تقسيم فقرات المقياس البالغ عددها (11) فقرة إلى جزء يضم الفقرات الفردية، وتم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين درجات فبلغ (0.77) وباستخدام معادلة (سييرمان براون) التصحيحية بلغ معامل الثبات بهذه الطريقة (0.82) وهو معامل ثبات عالي يتسم بالاستقرار.

الإطار النظري للبحث

• تلفزيون الانترنت⁽⁴⁾

هو التلفزيون التجاوبي الناتج عن محاولات عديدة والتي تجرى حالياً لدمج التلفزيون بالانترنت، وذلك بهدف تخليصه من طابعه السلبي وإكسابه خاصية التفاعل الإيجابي التي يتميز بها الكمبيوتر، وباستخدام نظام الفيديو تحت الطلب سيكون للمتلقي الحرية في اختيار رسالته الإعلامية سواء من حيث الشكل أو المحتوى أو حتى وقت استقباله لها، فمشاهد التلفزيون سيكون بإمكانه أن يحدد البرامج التي يفضلها والأوقات التي تتناسب معه، وفي ظل هذا التوجه تكاد المؤسسات الإعلامية أن تتحول إلى مستودعات للمعلومات تعمل بأسلوب أقرب ما يكون إلى أسلوب البوفيه المفتوح ينتقي منه المتلقي ما يحتاجه.

• الشباب⁽⁵⁾

مرحلة الشباب وفقاً لمعايير الأمم المتحدة هي المرحلة الانتقالية بين تبعية الطفولة وتحمل حقوق وواجبات البالغين، فهي مرحلة التجريب لأدوار ومهام جديدة، وهي العمر بين سن الخامسة عشرة والرابعة والعشرين، وهو السن الذي يستعد فيه الشخص لحياة الكبار والمشاركة الفعالة في العمليات الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع الذي يعيش فيه ويتم هذا الإعداد من خلال تعليم وتدريب وخبرة

* المحكمون حسب درجاتهم العلمية وتخصصاتهم:

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

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

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

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) وحدود الاشباع المتحققة د. حسين جاسم جابر

مكتسبة من السنوات الأولى في العمر ، كما أن مفهوم الشباب يعكس معاني مختلفة ترتبط بشكل واضح بالسياق المعرفي المراد استخدامه فيه.

• الإشباع⁽⁶⁾

الإشباع هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف ما أو خفض دافع ما، فالإشباع في نظرية التحليل النفسي تعني خفض التنبيه والتخلص من التوتر

ووفق نظرية الاستخدام و الإشباع فان الأفراد يوصفون بأنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة، يطلق عليها "الاشباعات". فوسائل الإعلام تحقق نوعين من الاشباعات هي:

-اشباعات المحتوى :وتنتج عن التعرض إلى محتوى وسائل الإعلام.

•-اشباعات العملية :وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بالوسيلة الإعلامية ذاتها.

7- نظريات البحث:

مدخل الاستخدامات و الإشباعات

ينطلق هذا البحث أساساً من مدخل الاستخدامات والإشباعات الذي يركز على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام والفوائد التي يحصلون عليها نتيجة هذا الاستخدام . ويهدف هذا المنظور إلى شرح أساليب التفاعل الاتصالي بين الجمهور والرسالة الاتصالية ، حيث يتم النظر إلى أعضاء الجمهور بوصفهم مشاركين ايجابيين في عملية الاتصال ، وأن دوافع التعرض لوسائل الإعلام إنما تنبع من احتياجات الناس وأن هذا التعرض يحقق بعض الإشباعات لهم.⁽⁷⁾

لقد كانت الفروض العلمية من قبل ترى أن الجمهور يتسم بالسلبية الشديدة إزاء وسائل الاتصال الجماهيري بينما يرى مدخل الاستخدامات والإشباعات أن الجمهور ايجابي ونشط في هذا الصدد، حيث يلعب دوراً في اختيار الوسيلة الاتصالية التي يعرض نفسه لها ، وبهذا لم يصبح الجمهور سلبياً لأن عملية التعرض إنما ترتبط بالحاجة المرغوبة أو الإشباع المطلوب تحقيقه له.⁽⁸⁾

ويعمل هذا المدخل على تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي : السعي إلى اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال ، وشرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من هذه الوسائل الاتصالية والتفاعل الذي يحدث بشأن هذا التعرض ، والتأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف العملية الاتصالية.⁽⁹⁾

ويستند مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى أسس وظيفية ، إذ إن الوظائف التي تقدمها وسائل الإعلام للمجتمع ما هي إلا مجموعة الإشباعات التي تحققها للجمهور ، ومن ثم ينظر إلى هذا المدخل على أنه الأداة التي تنقل هذه الوظائف إلى حيز التنفيذ. وفي هذا الصدد يؤكد تشارلز رايت على أهمية الربط بين المدخل الوظيفي ومدخل الإشباعات، حيث يرى أنه من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال تتحقق الإشباعات المطلوبة له. ويقوم هذا المدخل على افتراضات أساسية هي : أن الجمهور يتسم بالاجابية في تعامله مع وسائل الاتصال وما تقدمه من مضمين – أن وسائل الاتصال تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع بعض الاحتياجات لدى هذا الجمهور وليست كلها – أن دوافع واحتياجات الجمهور هي التي تدفعه للتعرض لهذه الوسائل الاتصالية – أن بعض المتغيرات الاجتماعية والنفسية والبيئية تلعب دور العوامل الوسيطة بين عمليتي (الاستخدامات و الإشباعات). وعموماً فقد أوضح كاتز وزملاؤه (1974) العناصر الرئيسية لمدخل الاستخدامات والإشباعات وهي :⁽¹⁰⁾

الجمهور النشط: فمن أهم الافتراضات التي يقوم عليها هذا المدخل أن جمهور وسائل الاتصال نشط ويستخدم هذه الوسائل لتحقيق بعض الأهداف أو ما يعرف بإرضاء حاجات معينة له جراء هذا الاستخدام.⁽¹¹⁾

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)
وحدود الاشباع المتحققة
د. حسين جاسم جابر

حاجات ودوافع استخدام وسائل الاتصال: إذ يتناول هذا المدخل مفهوم الحاجة أو الدافع باعتباره متغيراً رئيسياً في عملية تعرض الجمهور لوسائل الاتصال. والمعلوم أن الدافع يمثل حالة داخلية من التوتر تقود الفرد إلى القيام بنشاط معين يؤدي بدوره إلى تحقيق هدف محدد لديه. ولما كانت الدوافع (الحاجات) تنقسم بدورها إلى فسيولوجية (كدافع الجوع أو العطش) أو فسيولوجية اجتماعية (كدافع الجنس ودافع الأمومة)، أو نفسية اجتماعية (كالفضول وحب الاستطلاع ومعرفة ما يحدث في البيئة)، فإن هذا المدخل يهتم أكثر بالنوعية الأخيرة من هذه الحاجات (الدوافع) ألا وهي الدوافع النفسية الاجتماعية والتي تصنف بدورها إلى دوافع معرفية (تركز على الرغبة في الفهم) ودوافع عاطفية (تشمل الرغبة في الحب والصدقة ورؤية الأشياء الجمالية) ودوافع التوحد الشخصي (المرتبطة بتدعيم الثقة ومكانة الفرد وشعوره بالتميز)، ودوافع الهروب (المرتبطة بالرغبة في التسلية والهروب من المشكلات) ودوافع التوحد الاجتماعي المرتبطة بتقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء وأفراد المجتمع بشكل عام. وهي ذات الدوافع التي قسمها روبين إلى نوعين: دوافع نفعية (تستهدف إشباع حاجة الفرد من المعلومات والمعرفة إلا أن هذه الدوافع ترتبط في النهاية بعدة متغيرات مثل النوع والسن والحالة الاجتماعية والحالة الاقتصادية والحالة التعليمية للفرد⁽¹²⁾).

الأصول الاجتماعية والنفسية: حيث يفترض هذا المدخل أن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال يأتي لإرضاء مجموعة من الحاجات المتصلة اجتماعياً ونفسياً في الفرد. وهي تلعب دور الوسيط في العلاقة بين هذا الاستخدام والإشباع المتحققة جرائه. وتتمثل الأصول الاجتماعية في حالات اجتماعية تنتج مؤثرات تقود الفرد إلى الإلحاح من أجل إحكامها بواسطة استخدام وسائل الاتصال أو تخلق لديه الإدراك بالمشكلات التي تتطلب التزود بمعلومات حولها عبر هذه الوسائل، أما الأصول النفسية فإنها تقع بين الدوافع المعرفية للفرد المستخدم لتلك الوسائل والدوافع الشعورية له. وذلك على النحو المبين في الجزئية السابقة⁽¹³⁾.

إشباع وسائل الاتصال: ويشير إشباع الوسيلة الاتصالية إلى مزيد من الاستجابات التي تحققها تلك الوسيلة للفرد جراء استخدامه لها، وعموماً تتمثل أهم إشباعات وسائل الاتصال فيما يأتي: إشباع المحتوى (وهي تنتج من التعرض لوسائل اتصالية بعينها) - إشباع المراقبة (وهي تتعلق بفهم الأخبار بعمق وكذا الإلمام بالقضايا والأحداث والشئون الجارية) إشباع توجيهية (وتعنى اكتساب الفرد المهارات ومعارف جديدة) إشباع اجتماعية (وتشمل إشباع الإحساس بالذات والتحدث مع الآخرين والقدرة على حل المشكلات) - إشباع شبه اجتماعية (وتعرف باسم إشباع التحول) وهي المرتبطة بتخلص الفرد من العزلة والملل والتوحد مع الآخرين بفعل استخدام وسائل الاتصال.

اتجاهات الجمهور نحو الوسيلة: حيث تؤثر نظرة الجمهور واتجاهاته نحو الوسيلة الاتصالية على الإشباع التي يحصل عليها، إذا يندفع الفرد المستخدم للوسيلة انطلاقاً من توقعه وإدراكه للمحتوى الذي يتعرض له ومن ثم تقييمه لهذا المحتوى⁽¹⁴⁾.

الدراسة الميدانية:

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)
 وحدود الاشباع المتحققة
 د. حسين جاسم جابر

جدول (1) يوضح السمات الشخصية

السمة الشخصية	ك	%
العينة حسب متغير النوع الاجتماعي (الجنس)	ذكور	52.7
	إناث	47.3
العينة حسب متغير المستويات العمرية	من (18-20) عاما	22.3
	من (21-25) عاما	16.6
	من (26-30) عاما	24.8
	من (31-35) عاما	36.3
العينة حسب متغير التحصيل الدراسي أو التعليمي	شهادة الإعدادية	11.0
	شهادة البكالوريوس	8.2
	شهادة الدبلوم (معهد)	21.4
	شهادة ابتدائية	15.5
	لا يقرأ ولا يكتب	5.9
	يقرأ ويكتب	24.5
المستوى الاقتصادي والاجتماعي	شهادة عليا	13.5
	منخفض	47.3
	متوسط	34.6
مرتفع	18.0	64
الإجمالي=355		

**استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)
وحدود الاشباع المتحققة
د. حسين جاسم جابر**

1- مدى استخدام قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس): بهدف معرفة مدى استخدام قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) جرى طرح تساؤل (ما مدى استخدام قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)) جاءت النتائج بهذا الشأن على وفق الآتي:-
أ- أكد (145) مبحوثا ونسبتهم (40.8%) من إجابات المبحوثات أنهم دائما ما يستخدمون قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى للمزيد (ينظر جدول 2)
جدول رقم (2) مدى استخدام قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	145	40.8
أحيانا	122	34.4
نادرا	88	24.8
الإجمالي	355	%100

1- المدة التي يشاهد فيها المبحوثين قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) يوميا
بهدف معرفة (المدة التي يشاهد فيها المبحوثون قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) يوميا جاءت النتائج على وفق الآتي:-
(من ثلاث ساعات : اربع ساعات) بنسبة 51.5% : حدد (183) مبحوثا ونسبتهم (51.5%) أنهم يقضون من ثلاث ساعات: اربع ساعات يوميا في مشاهدة قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) ، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد (ينظر جدول 3)
جدول رقم (3) المدة التي يشاهد فيها المبحوثون قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) يوميا

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	22	6.2
من ساعة : ساعتين	96	27.0
من ثلاث ساعات: اربع ساعات	183	51.5
أكثر من اربع ساعات	54	15.2
الإجمالي	355	%100

1- (: الوضعية الاجتماعية لمشاهدة المبحوثين قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)
بهدف معرفة الوضعية الاجتماعية لمشاهدة المبحوثين قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) جاءت النتائج على وفق الآتي:-
(مع الأسرة) بنسبة 34.6% : حدد (123) مبحوثا ونسبتهم (34.6%) أنهم يشاهدون قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) برفقة الأسرة ، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد (ينظر جدول 4)

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)
 وحدود الاشباع المتحققة
 د. حسين جاسم جابر

جدول رقم (4) الوضعية الاجتماعية لمشاهدة المبحوثين قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
بمفردي	87	24.5
مع الأسرة	123	34.6
مع الجيران	68	19.2
مع الأصدقاء	77	21.7
الإجمالي	355	%100

1- دوافع واستخدامات المبحوثون لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس):

في هذا السياق جرى طرح تساؤل (ما دوافع واستخدامات المبحوثين لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)؟)، جاءت النتائج على وفق الآتي:
 أ- لأنها ترفه عني وتسليني بنسبة (27.6%) : حدد (98) مبحوثاً ونسبتهم (44.4%) لأنها ترفه عني وتسليني كان أكثر دوافع واستخدامات المبحوثين لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)، في حين أكد (81) مبحوثاً ونسبتهم (22.8%) أنهم يشاهدون قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) لتقضية وقت فراغ، وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب وكما في الجدول أدناه ، للمزيد (ينظر جدول 5)

جدول رقم (5) دوافع واستخدامات المبحوثون لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
لمشاهدة كل ما هو جديد وحصري	43	12.1
للشعور بالراحة والاسترخاء	37	10.4
حتى أتعلم عمل أشياء جديدة لم أكن أعرفها من قبل	47	13.2
لتقضية وقت فراغ	81	22.8
لأنها ترفه عني وتسليني	98	27.6
مناقشة برامجها مع الآخرين	49	13.8
الإجمالي	355	%100

1- الإشباع المتحققة من مشاهدة قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس):

في هذا السياق جرى طرح تساؤل (ما الإشباع المتحققة من مشاهدة قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)؟)، جاءت النتائج على وفق الآتي:
 ب- تساعدني في متابعة كل ما هو جديد وحصري بنسبة (23.9%) : حدد (85) مبحوثاً ونسبتهم (23.9%) أنها تساعدني في متابعة كل ما هو جديد وحصري أكثر الإشباع المتحققة من مشاهدة قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)، في حين أكد (89) مبحوثاً ونسبتهم (25.1%) أنهم بالإشباع المتحققة من مشاهدة قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) لتقضية وقت فراغ، وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب وكما في الجدول أدناه ، للمزيد (ينظر جدول 6)

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)
 وحدود الاشباع المتحققة
 د. حسين جاسم جابر

جدول رقم (6) الإشباعات المتحققة من مشاهدة قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
تريحني وتسليبي	89	25.1
تخلصني من الملل والتوتر	55	15.5
تساعدني في متابعة كل ما هو جديد وحصري	85	23.9
تخلصني من الشعور بالوحدة	59	16.6
تساعدني في إجراء حوارات مع الآخرين لتغيير الرتابه والقلق	67	18.9
الإجمالي	355	%100

1- المضمون المفضل لدى المبحوثين مشاهدتها عبر قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس):
 بهدف معرفة المضمون المفضل لدى المبحوثين مشاهدتها عبر قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) جاءت النتائج على وفق الآتي:-

أ- (الدراما) بنسبة 31.3%: أكد (111) مبحوثاً ونسبتهم (31.3%) أن الدراما هي أكثر المضامين المفضلة لديهم لمشاهدتها عبر قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) ، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد (ينظر جدول 7).

جدول رقم (7) المضمون المفضل لدى المبحوثين مشاهدتها عبر قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
الدراما	111	31.3
البرامج	69	19.4
المسابقات	96	27.0
الكرتون	79	22.3
الإجمالي	355	%100

1- سهولة استخدام قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس): بهدف معرفة سهولة استخدام قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) جاءت النتائج على وفق الآتي:-
 أ- (نعم) بنسبة 42.5%: أكد (151) مبحوثاً ونسبتهم (42.5%) أن هناك سهولة في استخدام قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) ، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد (ينظر جدول 8).

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)
 وحدود الاشباع المتحققة
 د. حسين جاسم جابر

جدول رقم (8) سهولة استخدام قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	151	42.5
الى حد ما	112	31.5
لا	92	25.9
الإجمالي	355	%100

1- الاعتماد على قنوات تلفزيون (شاهد بلس) في متابعة كل ماهو جديد وحصري:

أ- بهدف معرفة الاعتماد على قنوات تلفزيون (شاهد بلس) في متابعة كل ما هو جديد وحصري جاءت النتائج على وفق الآتي:-

أ- (اعتمد عليها بشكل كبير) بنسبة 47.3%: أكد (168) مبحوثا ونسبتهم (47.3%) أنهم يعتمدون بدرجة كبيرة على قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) في متابعة كل ما هو جديد وحصري، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد (ينظر جدول 9).

جدول رقم (9) الاعتماد على قنوات تلفزيون (شاهد بلس) في متابعة كل ماهو جديد وحصري

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
اعتمد عليها بدرجة كبيرة	168	47.3
اعتمد عليها بدرجة متوسطة	123	34.6
لا اعتمد عليها	64	18.0
الإجمالي	355	%100

1- مساهمة قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) في تقديم محتوى ترفيهي جيد للمبحوثين:

أ- بهدف معرفة مساهمة قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) في تقديم محتوى ترفيهي جيد للمبحوثين جاءت النتائج على وفق الآتي:-

أ- (نعم) بنسبة 60.0%: أكد (213) مبحوثا ونسبتهم (60.0%) أن قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) تساهم في تقديم محتوى ترفيهي جيد للمبحوثين، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الأولى وجاءت الفئات الأخرى على وفق التكرارات والنسب المئوية وعلى التوالي للمزيد (ينظر جدول 10).

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)
 وحدود الاشباع المتحققة
 د. حسين جاسم جابر

جدول رقم (10) مساهمة قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) في تقديم محتوى ترفيهي جيد للمبحوثين

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	213	60.0
لا	142	40.0
الإجمالي	355	%100

1. فروض البحث

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين حجم التعرض لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) ودوافع استخدام الشباب لهذه القنوات.

جدول رقم (11)

يوضح اختبار كاي² لدلالة الفروق الاحصائية بين حجم التعرض لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) ودوافع استخدام الشباب لهذه القنوات.

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	كا ²	معامل الارتباط	القوة	الاتجاه	مستوى الدلالة
حجم التعرض لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)	1.63	0.168	55.615	0.745	0.624	طردي	دالة 0.01
دوافع استخدام الشباب لهذه القنوات	1.45	0.184					

تشير نتائج تطبيق اختبار كاي² بالجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) ودوافع استخدام الشباب لهذه القنوات. حيث تشير نتائج تطبيق اختبار كاي² بالجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) ودوافع استخدام الشباب لهذه القنوات، حيث تبين أن قيمة كاي² = 55.615، ومعامل ارتباط = 0.745 وقوته = 0.624 والاتجاه طردي والقيم دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الأول بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لقنوات تلفزيون الانترنت، (شاهد بلس) ودوافع استخدام الشباب لهذه القنوات.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض الشباب لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) والاشباع المتحققة منها.

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)
 وحدود الاشباع المتحققة
 د. حسين جاسم جابر

جدول رقم (12)

يوضح اختبار كاي² لدلالة الفروق الاحصائية بين حجم تعرض الشباب لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) والاشباع المتحققة منها.

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	كا ²	معامل الارتباط	القوة	الاتجاه	مستوى الدلالة
حجم التعرض لقنوات تلفزيون الانترنت شاهد بلس	1.88	0.143	58.726	0.712	0.583	طردي	دالة 0.01
الاشباع المتحققة منها	1.73	0.192					

تشير نتائج تطبيق اختبار كاي² بالجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض الشباب لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) والاشباع المتحققة منها. حيث تشير نتائج تطبيق اختبار كاي² بالجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض الشباب لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) والاشباع المتحققة منها، حيث تبين أن قيمة كاي² = 58.726، ومعامل ارتباط = 0.712 وقوته = 0.583 والاتجاه طردي والقيم دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01. وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثاني بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض الشباب لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) والاشباع المتحققة منها.

الاستنتاجات:

- 1- أكد (40.8%) مبحوثاً وبالمرتبة الأولى أنهم دائماً ما يستخدمون قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)، وبالمرتبة الثانية أحياناً بنسبة 34.4%.
- 2- حدد (51.5) مبحوثاً وبالمرتبة الأولى، أنهم يقضون من ثلاث ساعات: اربع ساعات يومياً في مشاهدة قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) وبالمرتبة الثانية من ساعة : ساعتين بنسبة (27.0%).
- 3- أشار (34.6%) مبحوثاً وبالمرتبة الأولى، أنهم يشاهدون قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) برفقة الأسرة، وبالمرتبة الثانية بمفردي بنسبة (24.5%).
- 4- أكد (44.4%) مبحوثاً وبالمرتبة الأولى، أن لأنها ترفة عني وتسليني كان أكثر دوافع واستخدامات المبحوثين لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)، وبالمرتبة الثانية لتقضية وقت فراغ بنسبة (22.8%).
- 5- أشار (23.9%) مبحوثاً وبالمرتبة الأولى أن تساعدني في متابعة كل ما هو جديد وحصري أكثر الاشباع المتحققة من مشاهدة قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)، وبالمرتبة الثانية لتقضية وقت فراغ بنسبة (25.1%).
- 6- أكد (31.3%) مبحوثاً وبالمرتبة الأولى، أن الدراما هي أكثر المضامين المفضلة لديهم لمشاهدتها عبر قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)، وبالمرتبة الثانية المسابقات بنسبة (27.0%).
- 7- حدد (42.5%) مبحوثاً وبالمرتبة الأولى، أن هناك سهولة في استخدام قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس).
- 8- أكد (47.3%) مبحوثاً وبالمرتبة الأولى، أنهم يعتمدون بدرجة كبيرة على قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) في متابعة كل ما هو جديد وحصري.

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)
وحدود الاشباع المتحققة
د. حسين جاسم جابر

9- الاتفاق الكبير بين المبحوثين حول أن قنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس) تساهم في تقديم محتوى ترفيهي جيد للمبحوثين وذلك بنسبة (60.0%).
10- تحقق جميع الفروض التي وضعها الباحث والتي تشير الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين عدد من متغيرات الدراسة.

References:

- 1 .Atef Adly al-Abd. Scientific approach in media research. (Cairo: Arab Thought House, 1988 , p62.)
- 2 .Obaid bin Saud al-Habeel, Some social changes resulting from the use of the Internet by young people: a field study on high school students in Shakra Governorate, Saudi Arabia, Egyptian Association of Social Workers,2019 , p43
- 3 .Reham Mohamed Abdel Bari, Egyptian Youth Uses for Internet TV Channels and Verified Rumors, Unpublished Master's Letter, Cairo University, Faculty of Media, Department of Radio and Television, 2016 p 57.
- 4 .Nabil Ali, Challenges of the Information Age, Cairo: Printing Presses of the World of Thought, 2003, p. 184.
- 5 .Abdul Moneim Mohammed," features of sports journalism associated with supporting the sense of patriotism as seen by university students at King Faisal University in Al-Ahsa governorate in the eastern region, King Abdul Aziz Magazine: Educational Sciences, King Abdulaziz University, Maj15 Issue1, 2002 ,p55-p41.
- 6 .Ismail Mahmoud Hassan, Principles of Communication Science and Influence Theories, International Publishing and Distribution House, Cairo, i2, 2003 , p50.
- 7 .Mohammed Abdul Hamid. Media theories and trends of influence. i2 (Cairo: World of Books, 2000 , p 31.)
- 8 .Denis Macquail. Mass communication theory. 3ed. (London : Sage publication , 1988) p.131.
- 9 .Hassan Imad Makawi - Leila Hussein Al Sayed. Communication and its theories. (Cairo: Egyptian-Lebanese House, 1998 , p 47.)
- 10 .Palgreen. P. Uses and Gratification : Theoretical perspective, communication year book, vol 8 , 1985, p11.
- 11 .Charles, R. Wright. Functional analysis and mass communication revisited in J , G Blumler and E.Katz (eds), The Uses of Mass communication . (London : Sage publication , 1975, p 68.

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)
وحدود الاشباع المتحققة
د. حسين جاسم جابر

-
-
- 12 .ElihuKatz.Jay, G. Blumler and Michael Gureritch . Utilization of Mass Communication by the individual in katz and Blumler (eds) (London : Beverly Hills : Sage publication,1974 , p 51.
13 .Niken Peter. Children views on Quality standards for children Television Programs. Journal of Eductional Media , vol 23, No 3,1997, p73.
14 .M.R. Levy and S.Windahl. The Concepts of audience activity, in Rosengreen, K. E. Winner, L.A and Palmgreen . Media Gratification (London : Bervely Hill, Sage publication, 1985,p 87.

الهوامش :

- 1 . AL- habeel , 2019,p43
- 2 . Abdel bari , 2016 ,p57
- 3 . AL- abd , 1988, p62
- 4 . ALI, 2003 , p 184
- 5 . Mohammed , 2002 , p41-p55
- 6 . Mohammed , 2003 , p50
- 7 . Abdul hamid , 2000, p 31
- 8 . Macquail , 1988 , p131
- 9 . Makawi & Hussein , 1998 , p47
- 10 . Palgreen , 1985, p11
- 11 . Wright , 1975 , p 68
- 12 . G .blumler , 1974 , p 51
- 13 . Peter , 1997 , p 73
- 14 . Levy & s . windahl , 1985 , p87

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)
وحدود الاشباع المتحققة
د. حسين جاسم جابر

Iraqi youth's uses of internet TV channels (Watch Plus) and the limits of satisfaction achieved

Dr. Hussein Jassim Jaber
University of Baghdad / Faculty of Media
Department of Radio and Television
drhussainjasim@comc.uobaghdad.edu.iq
07901549203

Abstract:

The information and communication technology revolution in the past few years has brought about qualitative changes in many aspects of life to a degree as it paved the way for the transition from the industrial society to the information society, and this revolution has taken its economic, social and cultural effects on contemporary society in an unprecedented manner in terms of quantity and quality, and the information network represents one of the Manifestations of the information revolution, as they play a fundamental role in shaping the main activities of the human being in various aspects of life.

The problem of this research is the study of the Iraqi youth's use of Internet TV channels (Watch Plus) and the limits of the gratifications achieved. According to the above, the research problem which we are about to answer the questions that are most important is:

1. What is the degree of exposure of Iraqi youth to Internet TV channels (Watch Plus)?
2. What is the size (density) of Iraqi youth exposure to Internet TV channels (Watch Plus)?

This research is based on examining a number of hypotheses, the most important of which are:

The first hypothesis: There are statistically significant differences between the amount of exposure to Internet TV channels (Watch Plus) and the motives for youth use of these channels.

The second hypothesis: There are statistically significant differences between the volume of youth exposure to Internet TV channels (Watch Plus) and the results achieved from them.

The importance of this study lies in the importance of the topic addressed by the researcher, and it is represented in the Iraqi youth's use of Internet TV channels (Shahid Plus) and the limits of gratification achieved, and its importance is represented in the scarcity of Arab studies that dealt with the topic of Internet TV as a modern method that has not yet been studied, in

استخدامات الشباب العراقي لقنوات تلفزيون الانترنت (شاهد بلس)
وحدود الاشباع المتحققة
د. حسين جاسم جابر

addition to the increasing number of channels. Television broadcasts only on the Internet, the multiplicity of its objectives and the diversity of its target audience, as well as the spread of Internet TV channels among the youth, and their interaction with them by commenting or participating in the programs of these channels. This research relied mainly on the survey method, which is considered a structured effort to obtain data and information about the phenomenon in question. To find useful clues about it. It has specifically relied on the sample survey approach with regard to studying the minimum vocabulary of the research community for a specific period of time through studying the Iraqi youth population who watch Internet TV channels (Watch Plus) in order to identify the motives for watching them and to determine the quality of the gratifications that are achieved to them as a result of their exposure. The research community is represented by young men and women in the city of Baghdad, whose population is estimated according to data, statistics and information (Central Statistical Organization / Ministry of Planning), which amounted to approximately 4.665.300 million people according to 2020 estimates, and a proportional stratified random sample (cluster) was chosen Surveying according to data and statistics taken from the Ministry of Planning (the Central Bureau of Statistics) taken according to the standard (name of the governorate, sub-district, locality, and alley), and the sample size was 450 female males. The research reached a set of results, most notably:

1- (40.8%) of the respondents confirmed, in the first place, that they always use Internet TV channels (Watch Plus), and in the second place sometimes, at 34.4%.

2- (44.4%) of the respondent, in the first place, confirmed that because it is a luxury about me and my entertainment was the most motivated and used by the respondents on Internet TV channels (Watch Plus), and in second place to spend free time at a rate of (22.8%).

3- (23.9%) of the respondents indicated in the first place that you would help me to follow up everything that is new and exclusive most of the benefits achieved from watching Internet TV channels (Watch Plus), and in the second place to spend free time at a rate of (25.1%).

4-The respondents (31.3%) confirmed, first place, that drama is the most favorite content for them to watch on internet TV channels (Watch Plus), and competitions ranked second.

Key words: Iraqi Youth Channels - Internet TV (Watch Plus) - The gratification