

دور الفضائيات العراقية

في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية

The Role of Iraqi Satellite Channels in Shaping the Attitudes of University Youths Towards Political Issues

إعداد

يحيى محمد محسن

إشراف

الدكتور يوسف حميد

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

أيار - 2016

تفويض

أنا (يحيى محمد محسن) أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخة من رسالتي ورقياً وإلكترونياً

للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها

الاسم: يحيى محمد محسن

التاريخ: 2016 / 5 / 11


التوقيع:

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: " دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو

القضايا السياسية " وأجيزت بتاريخ: 2016/5/11

أعضاء لجنة المناقشة:

ت	الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
1	د. يوسف حميد	مشرفاً	جامعة الشرق الأوسط	
2	أ.د عزت حجاب	رئيساً	جامعة الشرق الأوسط	
3	د. عبد الكريم الدبيسي	عضواً من خارج الجامعة	جامعة البترا	

الشكر والتقدير

الْحَمْدُ لِلَّهِ حَمْدًا لَا يَنْقُذُ، أَفْضَلَ مَا يَنْبَغِي أَنْ يُحْمَدَ وَصَلَّى اللهُ وَسَلَّمَ عَلَيَّ أَفْضَلَ الْمُصْطَفَيْنِ مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ وَمَنْ تَعَبَّدَ.

أتقدم بالشكر إلى المملكة الأردنية الهاشمية ملكاً وحكومة وشعباً، على حسن الضيافة، وعلى الكرم العربي الكبير، فشكراً لهم.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى أستاذي المشرف الدكتور يوسف حميد، لما بذله من جهد مخلص وما أبداه من ملاحظات وتوجيهات أنارت لي السبيل، حيث وجه ويسر وأعان وانتفعت بنصحه وتوجيهه؛ فله مني طيب التحية.

ثم الشكر الجزيل إلى - جامعة الشرق الأوسط - متمثلة برئيس مجلس أمنائها، ورئيسها، وعمدائها، وجميع الأساتذة فيها، والعاملين في شؤونها، فلهم مني عظيم الامتنان.

ثم إلى عمادة الدراسات العليا متمثلة برئيسها الاستاذ الدكتور غازي خليفة، على الجهود التي يبذلونها من أجل الارتقاء بمستوى الدراسات والبحوث، فلهم مني كل الحب والتقدير.

أتقدم كذلك بجزيل الشكر إلى أساتذتي أعضاء لجنة المناقشة الموقرين على ما تكبدوه من عناء في قراءة رسالتي المتواضعة، واغنائها بمقترحاتهم القيمة.

والشكر موصول إلى كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط التي أضافت إلي الكثير، ممثلة بعميدها الأستاذ الدكتور عزت حجاب وبأساتذتها وكوادرها.

وعرفاناً مني بالجميل أتقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير والعرفان إلى الدكتور كامل خورشيد، لم يكن مشرفاً، لكنه كان مشرفاً، لاتخلو مسيرة طالب في هذه الجامعة أو غيرها إلا واغترف من فيض عطائه وارشاداته، فله مني كل الشكر.

ولا أنسى أن اتقدم بالشكر إلى صاحبة العطاء والجهد، أستاذة كلية الاعلام، الأستاذة الدكتورة حميدة آل سميسم.

كما واتقدم بالشكر إلى جميع الأصدقاء والزملاء الذين صحبتهم أو تعرّفت عليهم خلال مسيرتي الدراسية في هذه الجامعة.

والآن لا بد لي أن اسجل شكراً خاصاً ومتميزاً... إلى:

أمي الغالية الحبيبة... صاحبة العطاء والفواء والتضحية... لك مني أسمى آيات الشكر والأمتنان... جعلك الله ممن يستظلون بعرشه يوم لا ظل إلا ظله...

أبي الغالي الحبيب... صاحب المبادرة والنظرة المستتيرة... لك مني أسمى آيات الشكر والأمتنان... جعل الله دارك ومقامك ومستقرك الفردوس الأعلى...

أم إلياس... زوجتي ورفيقة العمر... لك من الشكر على صبرك وتعبك... حفظك الله ونفع بك وأنارة دربك.

إلى أخوتي وأخواتي الأحبة الغوالي، وأبنائهم وأزواجهم، جعلكم الله من صفوة خلقه وأحاطكم برعايته...

وختاماً فالحمدُ والشكرُ لله الواحدِ المنانِ لما انتهى إليه هذا الجهد والعمل، فإن اصبت بفضل من الله ومنة، وإن كانت الأخرى فأسأل الله العافية ولا حول ولا قوة إلا بالله.

الإهداء

إلى من أنارا قلبي بالإيمان وجعلاني أقوى بدعمها المتواصل ودعائهما الذي لا ينفك

(أمي وأبي)

إلى أحبائ قلبي وسندي... (إخوتي، وإخواتي)

إلى أم إلياس التي شاركتني ألم الحياة وآلامها ولم تشتكي أبدا... (زوجتي)

إلى من وقفوا بجاني ودعموني بكل ما يملكون... (اصدقائي وزملائي)

إلى كل طلبة العلم...

إلى وطني العراق أسأل الله ان يخرجه من محنته المتواصلة ويرجعه قويا آمنا بأذن الله..

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان	أ
التفويض	ب
قرار لجنة المناقشة	ج
الشكر والتقدير	د
الإهداء	و
قائمة المحتويات	ز
قائمة الجداول	ط
قائمة الملاحق	م
الملخص باللغة العربية	ن
الملخص باللغة الإنجليزية	ع
الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها	
المقدمة	1
مشكلة الدراسة	4
اسئلة الدراسة	5
اهمية الدراسة	6
مصطلحات الدراسة	7
حدود الدراسة	8
محددات الدراسة	9
الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة	
نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام	10
نظرية الاستخدامات والاشباع	14
الاتجاهات	19

23	القنوات الفضائية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور
32	القنوات الفضائية وقدرة التأثير السياسي
36	دور القنوات الفضائية في الدعاية السياسية
41	الاشاعة ودورها في التأثير بالجمهور
42	جمهور القنوات الفضائية
47	اهمية دراسة الجمهور
49	البث الفضائي في العراق
65	الدراسات السابقة
	الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الظرية والأجراءات)
73	منهج الدراسة
74	مجتمع الدراسة
74	عينة الدراسة
77	اداة الدراسة
78	صدق الاداة
79	ثبات الاداة
80	متغيرات الدراسة
80	اجراءات الدراسة
81	المعالجة الاحصائية
83	الفصل الرابع: نتائج الدراسة
119	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات
132	المراجع
146	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - الجدول
75	توزيع افراد عينة الدراسة حسب الخصائص الديمغرافية	1 - 3
76	توزيع افراد عينة الدراسة ممن لايشاهدون الفضائيات العراقية حسب الخصائص الديمغرافية	2 - 3
79	قيم معامل الإتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا	3 - 3
83	التكرارات والنسب المئوية لمحور مشاهدة الفضائيات العراقية	1 - 4
84	التكرارات والنسب المئوية لاستجابات المبحوثين حول عدد الأيام التي يشاهدون فيها القنوات الإخبارية اسبوعيا	2 - 4
85	التكرارات والنسب المئوية لاستجابات المبحوثين حول عدد الساعات التي يشاهدون فيها القنوات الإخبارية كل يوم	3 - 4
86	التكرارات والنسب المئوية لأسباب عدم مشاهدة القنوات الفضائية العراقية من قبل العينة المبحوثة	4 - 4
87	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة عن " الفضائيات المفضلة مرتبة ترتيباً تنازلياً	5 - 4
89	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (اعتماد الفضائيات مصدراً للمعلومات)	6 - 4
91	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (أهم القضايا التي تتابع على الفضائيات العراقية)	7 - 4

94	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (دوافع التعرض للفضائيات العراقية)	8 - 4
97	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (الإشباع المتحققة من متابعة الفضائيات العراقية الإخبارية)	9 - 4
101	اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى للجنس.	10 - 4
102	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد والتي تعزى لمتغير العمر"	11 - 4
103	تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى لمتغير العمر."	12 - 4
104	اختبار LSD Test للمقارنات البعدية للكشف عن مصدر الفروق في اختلاف دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد باختلاف العمر	13 - 4

105	اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى لنوع الدراسة.	14 - 4
107	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى المرحلة الدراسية	15 - 4
108	تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في " دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى للمرحلة الدراسية "	16 - 4
109	اختبار Scheffee Test للمقارنات البعدية للكشف عن مصدر الفروق في اختلاف دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد والتي تعزى لمتغير المرحلة الدراسية	17 - 4
110	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى عدد أيام المشاهدة	18 - 4
111	تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في " دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى لعدد أيام المشاهدة"	19 - 4

112	اختبار شيفيه Scheffe Test للمقارنات البعدية للكشف عن مصدر الفروق في اختلاف دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد باختلاف عدد ساعات المشاهدة	20 - 4
113	اختبار شيفيه الثانوي لبيان أي الفئات أكثر دلالة احصائية	21 - 4
114	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى عدد ساعات المشاهدة"	22 - 4
115	تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في " دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى لعدد ساعات المشاهدة"	23 - 4
116	اختبار LSD Test للمقارنات البعدية للكشف عن مصدر الفروق في اختلاف دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد باختلاف عدد ساعات المشاهدة	24 - 4
117	تسلسل القنوات الفضائية الأكثر متابعة من قبل طلبة جامعة بغداد مرتبة ترتيبا تنازليا	25 - 4

قائمة الملاحق

الصفحة	الملاحق	الرقم الملحق
147	الاستبانة	1
155	بيانات التحكيم	2
157	جدول تحديد العينة	3
158	كتاب جامعة بغداد (اعداد الطلبة)	4
159	كتاب تسهيل مهمة	5
160	كتاب جامعة الشرق الأوسط (تسهيل مهمة)	6
161	التدقيق اللغوي	7

دور الفضائيات العراقية

في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية

إعداد

يحيى محمد محسن

إشراف

الدكتور يوسف حميد

الملخص

هدفت الدراسة إلى قياس دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي العراقي نحو القضايا السياسية المعاصرة من وجهة نظرهم، من خلال بيان درجة اعتمادهم على الفضائيات العراقية، وتحديد القضايا، والدوافع، والإشباع المتحققة من تلك المشاهدة، وبيان الفروق الدالة إحصائياً على عدد من المتغيرات.

وتحقيقاً لأهداف الدراسة اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي ساعياً من خلاله إلى وصف واقع الفضائيات العراقية في معالجة القضايا السياسية، أما عن أداة الدراسة فقد استعمل الباحث في هذه الدراسة أداة الإستبانة، إذ قام الباحث بتصميم استبانة شملت على أسئلة عن مختلف العوامل وبفقرات بلغت 67 فقرة.

أما عينة الدراسة فبلغت (612) مبحوثاً، وتم إخضاع إجابات المبحوثين للتحليل الإحصائي

باستعمال الحقيبة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss).

ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث هي:

1. ان دوافع متابعة عينة الدراسة للفضائيات العراقية، التي جاءت بمستوى مرتفع، هي:

(1) أنها تعالج القضايا اليومية.

(2) تنقل النزاعات والخلافات السياسية.

(3) أنها ساعدتني في معرفة الواقع الذي اعيش فيه.

(4) سرعة تغطية الأحداث.

2. إن ابرز الإشباعات المتحققة لدى عينة الدراسة، من متابعة الفضائيات الإخبارية العراقية، التي

جاءت بمستوى مرتفع، هي:

(1) أنها اكسبتني معلومات عن خلفيات وتفاصيل الأحداث الجارية في العراق.

(2) أسهمت الفضائيات في ثقافة التعصب والكراهية بين المكونات والهويات.

(3) إسهام الفضائيات في زيادة حلة الوعي والمعرفة لدي كان محدوداً أو ضئيلاً.

3. أثبتت الدراسة أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لدور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات

الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية تعزى للعوامل الديمغرافية (الجنس، العمر، نوع الدراسة،

المرحلة الدراسية).

كلمات مفتاحية: [القنوات الفضائية العراقية، الشباب الجامعي، القضايا السياسية]

The Role of Iraqi Satellite Channels in Shaping the Attitudes of University Youths towards Political Issues

Prepared by

Yahya Muhammad Muhsin

Under supervision of

Dr. Yousef Hameed

Abstract

The study aims at measuring the role of Iraqi television and its role in forming the opinion of Iraqi university students regarding current political issues –according to their point of view, by showing how much they rely on Iraqi television, and by defining those [political] issues, the motives, the satisfaction which occurs from watching [Iraqi television], and by explaining the statistical differences of the number of changers [of point of view].

In order to achieve the aims of the thesis, the researcher relied on the descriptive analytical curriculum, through which describes the current situation of Iraqi television with regards to how it handles political issues. As for the style of the thesis, it researcher uses the questionnaire style, which the researcher used to design a questionnaire which is comprised of questions with different factors, and of paragraphs, which total to fifty-eight (58) paragraphs, and of three alternatives for answers.

As for the subjects used in the thesis, they amount to six-hundred and twelve (612) subjects, and the answers of researchers have been subjugated for statistical analyses, by using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

In order the aims of the thesis, the researcher presented it to university professors who are specialized and have experience in journalism and mass media and in the methods of research work, and also presented it to some experts in the field of journalism. Furthermore,

in order to calculate the solidity of the style used in the thesis, the researcher used the equation of internal consistency by using the Cronbach Alpha Test program.

Among them most important conclusions which the researcher came to are:

1. Among the most apparent motives to the subjects is that they watch Iraqi television, which scored high in statistics, and which portrayed cognitive epistemic and weather related motives, such as:
 - a. That it deals with daily issues.
 - b. That it relays the political conflicts and differences.
 - c. That it helps one to know the current situation one lives in.
 - d. And that it quickly covers the incidences.

2. Among the most apparent satisfactions which are reached by the subjects of the thesis from watching the Iraqi news channels, which sored high in statistics are:
 - a. That it gives one a background and detailed information about what is urrently happening in Iraq.
 - b. That television contributes to the culture of racism and hate between elements and identities.
 - c. That television's contribution to increasing one in awareness and understanding is very confined or little.

3. The study establishes that there are statistical differences that Iraqi television has in forming the opinion of university students towards the political issues which refer back to demographic motives (i.e. sex, age, what they study, and level of education).

Key Words: [Iraqi Satellite Channels, Students of University, Political Issues]

الفصل الاول

خلفية الدراسة واهميتها

مقدمة

تطورت وسائل الاتصال، وتعددت في السنوات الأخيرة تطوراً هائلاً بفضل التقدم العلمي والثورة التكنولوجية التي شهدتها القرن العشرون، فأصبحت وسائل الإعلام تمارس دوراً جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة، حيث تعد وسائل الإعلام مصدرًا رئيساً يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا السياسية، والثقافية، والاجتماعية بسبب فاعليتها وانتشارها الواسع (جلس، ومهدي، 2010، ص136).

فهي تتدخل بشكل أو بآخر في تكوين قيم واتجاهات الشباب إزاء المواقف السياسية والاقتصادية والاجتماعية المختلفة وتقوم القنوات الفضائية بدور مهم في خلق التصورات والقناعات بين أوساط الجمهور من خلال أساليب محددة تعتمدها في تناول الشؤون العامة، وفي ظل هذا التعدد والتنوع الواسع للقنوات التلفزيونية الفضائية تبقى المقدرة على التحكم في الرؤية السياسية للجمهور من حصة القنوات الأقوى والأوسع انتشاراً وهي بالتأكيد لا تتجاوز في عددها أصابع اليد الواحدة. إن لوسائل الإعلام دوراً هاماً في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة والمشكلات الملحة من بين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع (Jan، 2004، ص179).

يمكن للقنوات الفضائية المؤثرة الكبرى أن تصبح المصدر الأول للجمهور في مجال الحصول على المعلومات والاطلاع على الآراء وبالتالي بناء المواقف والاتجاهات بحكم التوجهات الفكرية التي تقدمها بما ينسجم مع أهدافها العامة.

تقوم التغطية الإخبارية للأحداث بدور مهم في تشكيل الأفكار وصناعة الرؤى لدى أفراد المجتمع، ومن ثم تكوين اتجاهاتهم ومواقفهم اتجاه القضايا المهمة والمصيرية في حياتهم، ان تأثير الأحداث البسيطة لا يقل أهمية في تحديد رؤية الفرد بالأحداث والتغيرات التي يشهدها المجتمع الذي يعيش فيه.

حيث أصبح للقنوات الفضائية قوة تأثير كبيرة في المجتمع وكذلك في الأنظمة السياسية، ودورها في عملية التغيير السياسي، وكذلك في ظل امتلاكها للمعلومات وحصرية نقلها للجمهور وخاصة في ما يتعلق بالشأن الداخلي. وتزداد أهمية التغطية الإخبارية ودورها في تشكيل الاتجاهات عندة اختلاف الرؤى وتباين المواقف السياسية تجاه القضايا التي تمثل حيز اهتمام الجمهور، حيث يكون التأثير الأكبر لوسائل الإعلام في دعم موقف معين وتبنيه وفق أهداف مسبقة، تبحث عن ايجاد مؤيدين ومناصرين لها.

كذلك تؤدي القنوات الفضائية دوراً أساسياً في عملية التغطية الإخبارية للأحداث، حيث أصبحت مصدر أساسياً بالنسبة للجمهور وحتى السياسيين في الحصول على المعلومات والتعرف على ما يجري في البيئة المحلية والإقليمية والعالمية، ونتيجة لتفوق التلفزيون على غيره من الوسائط الإخبارية وفي ظل التعدد والتنوع للقنوات الفضائية؛ أصبحت الساحة مليئة بالخيارات للمتلقي الذي يتخذ قرار مشاهدة قناة دون أخرى في ضوء اعتبارات موضوعية وسياسية وثقافية وحتى مهنية، ويقابل

ذلك سعي القنوات التلفازية الفضائية ولاسيما الإخبارية منها إلى توظيف ذلك الاهتمام الواسع من قبل الجمهور بالصورة التي تقدمها لها القنوات الفضائية عن الأحداث باتجاه بناء تغطية إخبارية ذات اتجاهات مقصودة، تركز على معايير ثابتة ومتحركة من أجل تحقيق خطاب إعلامي وسياسي يستند إلى أهداف ومتطلبات فكرية وثقافية تتسجم مع طبيعة الدور المرسوم للقنوات في مجال تحقيق التأثير المطلوب في الجماهير بشأن الأحداث وتطوراتها، وتختلف معايير التغطية الإخبارية التي تعتمدها القنوات التلفازية الفضائية ووسائل الإعلام عموماً باختلاف النظام الإعلامي الذي تنتمي إليه القناة التلفازية سواء أكان نظاماً حكومياً أم حزبياً أم مستقلاً أم تجارياً.

إن الأهمية المتزايدة للقنوات الفضائية سيما في مجال نقل وتداول الأخبار، ودور الشباب يبرر القيام بالدراسات والأبحاث العلمية التي تتناول الدور الاتصالي لهذه الفضائيات خصوصاً في مجال الوظيفة الإخبارية، رغم أنها بدأت كظاهرة اتصالية منذ بداية التسعينيات من القرن الماضي، لكن ظهورها في العراق تأخر لما بعد عام 2003، عام احتلال العراق من قبل القوات الأمريكية.

فالشباب من أهم شرائح المجتمع، عليهم تبنى آمال الأمة ومستقبلها، وإلبيهم تؤول مسؤولية حمل أمانة العمل الوطني، لذلك فالشباب الجامعي يشكلون طليعة متقدمة من هذه الشريحة الاجتماعية، لأنهم العناصر المتدربة، والمتخصصة، والأساس في إحداث التغييرات الشاملة في مختلف مجالات الحياة، بطبيعة دورهم المؤثر في المجتمع، وقدرتهم على التفاعل مع الآخرين (البدائنه، وآخرون، 2009).

لذلك فإن تنامي الدور الذي تقوم به الفضائيات العراقية في تشكيل الاتجاهات لدى الافراد، هو منطلق الدراسة التي تبحث في دور تلك الفضائيات في تشكيل اتجاهات الشباب العراقي الجامعي نحو القضايا السياسية.

مشكلة الدراسة:

تعد مرحلة تحديد المشكلة حجر الزاوية في البحث، لأن الخطوات البحثية تقوم عليها؛ كتحديد المنهج العلمي والطرائق والأدوات البحثية اللازم استخدامها، وطبيعة المعلومات اللازم جمعها، وتقتضي الأصول العلمية ضرورة أن لا تنشأ فكرة البحث العلمي من فراغ حتى لا تنتهي إلى فراغ، وعلى هذا الأساس فإن السمة الرئيسية التي تميز البحوث العلمية هي أن تكون ذات مشكلة محددة وفي حاجة إلى من يتصدى لها بالدراسة والتحليل من جوانبها المتعددة(حسين، 1999، ص69).

كما أن " اختيار مشكلة البحث وتحديدها ربما يكون أصعب من إيجاد الحلول لها(بدر، 1984، ص80)". ونتيجة لذلك تتشكل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المختلفة من مصادر متنوعة، ومنها وسائل الإعلام عموماً، والفضائيات خصوصاً. ولما كانت الفضائيات العراقية متعددة الميول والاتجاهات، فإنها تؤدي دوراً في استقطاب الجمهور وتشكيل اتجاهاته نحو القضايا السياسية. ذلك بأن الفضائيات تقدم وبصورة مستمرة من خلال برامجها موضوعات مختلفة وبأشكال متعددة للتأثير في المشاهد.

ومن هنا فإن مشكلة الدراسة تكمن في السؤال التالي: ما الاتجاهات التي تسعى الفضائيات

العراقية تشكيلها لدى الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية ؟

اسئلة الدراسة:

تتبع اسئلة الدراسة من السؤال الرئيسي لمشكلة الدراسة وهو: ما الاتجاهات التي تسعى الفضائيات العراقية تشكيلها لدى الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية؟

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيس تساؤلات عدة يسعى الباحث إلى الإجابة عنها لتحقيق أهداف الدراسة وعلى وفق الآتي:

- 1- ما الفضائيات العراقية الإخبارية التي يفضلها الشباب الجامعي العراقي ؟
- 2- ما نسبة مشاهدة الشباب الجامعي للفضائيات العراقية الإخبارية ؟
- 3- ما نسبة اعتمد الفئة المبحوثة على الفضائيات العراقية في تكوين اتجاهاتها ؟
- 4- ما القضايا السياسية التي تحضى بمتابعة الشباب الجامعي العراقي ؟
- 5- ما دوافع متابعة الشباب الجامعي للفضائيات العراقية الإخبارية ؟
- 6- ما الإشباعات المتحققة من متابعة الفضائيات العراقية الإخبارية؟
- 7- هل توجد فروق دلالة إحصائية عند مستوى القيمة 0.05 للاتجاهات التي تسعى الفضائيات العراقية تشكيلها لدى الشباب الجامعي بحسب العوامل الديموغرافية (الجنس، العمر، التخصص، والمرحلة الدراسية).

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث في الدور الكبير الذي تؤديه الفضائيات في تشكيل اتجاهات ومعارف وسلوكيات الجمهور، وقد تعددت الدراسات التي أكدت تفوق القنوات الفضائية كمصدر للأخبار عند المتلقي ولاسيما في مجال الإعلام الفضائي، والتي أتاحت إمكانية معالجة الموضوعات عن بعد، وذلك نتيجة لتكنيكات الصورة المستخدمة وما يتبعه من تحليل للأحداث مما يساعد في زيادة إدراك الجمهور وتكوينه للأجندة السياسية، ومع اتساع نطاق التغطية الجغرافية للإرسال التلفزيوني وتعدد القنوات الفضائية وتطور استخدام الاتصالات الفضائية وتزايد الوعي أصبح دور الفضائيات أكثر تأثيراً (يوسف، 2005، ص404).

وهذا التأثير الذي تقوم به الفضائيات أنتج توافقاً وتماثلاً بين اتجاهات الوسيلة واتجاهات القائمين بالأخبار، إذ يستبدل القائمون بالاتصال أولوياتهم بأولويات المؤسسة، ويعني هذا خضوعهم لضغوط السياسة التحريرية للمؤسسة، وتخليبهم عن توجهاتهم الشخصية لصالح المؤسسة (مكاوي، السيد، 2008، ص181).

لذلك تسعى الدراسة إلى معرفة دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعيين بوصفهم شريحة اجتماعية تعكس فيها الكثير من خصائص المجتمع العراقي، فجمهور الشباب الجامعي صورة مصغرة عن المجتمع وعن توزيع القوى والسلطة فيه فهي تعمل في ظل أنظمة اجتماعية وسياسية واقتصادية تتغذى منها وتغذيها، ومن ثم فإن الفضائيات العراقية لا تعكس الثقافة السائدة فقط بل الاتجاهات التي تسعى الجهات المالكة للفضائيات إلى تشكيلها في ذهن الجمهور.

وتتضح أهمية البحث من أهمية الموضوع الذي يناقشه في جوانب عدة أهمها:

أ. الكشف عن أهمية الدور الذي تقوم به الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي

نحو القضايا السياسية المختلفة، التي تمثل ثقل اهتماماتهم.

ب. أنه يتناول قضية ملحة لطالما كانت أحد الأسباب في عدم الإستقرار السياسي والأمني الذي

يشهده العراق.

ج. تمهد هذه الدراسة الطريق أمام عدد من الدراسات التي تتناول مواضيع متشابهة بصورة علمية

وشاملة، بما يساهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي.

مصطلحات الدراسة:

1- الدور (Role):

هو مجموعة القيم والمعايير التي تحدد السلوك المنتظر من شخص معين، استناداً إلى سماته

الشخصية، وخصائصه الفردية، وهو مجموعة الافعال التي يقوم بها الأفراد بشكل يتوافق مع

البناء الاجتماعي. (سلامة، 2007، ص127)

إجرائياً: وهو العمل أو الوظيفة التي تقوم بها الفضائيات التلفازية في تشكيل اتجاهات الشباب

الجامعي، ضمن إطار التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية، والتي يمكن أن تكون ايجابية أو

سلبية، بما تمليه عليها وظيفتها الأخلاقية والاجتماعية والإيديولوجية.

2- الإتجاه: هو حالة من الاستعداد والتأهب العصبي والنفسي والذي تنتظم من خلاله خبرة الشخص وتكون ذات أثر توجيهي أو دينامي على أسجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تثير هذا الإتجاه التي قد تكون إيجابية أو سلبية، نوعية أو عامة، كذلك، هو موقف نفسي يتمثل بالاستجابة المكتسبة والانفعالية بعض الشيء لمنبه معين، ويتضمن الاتجاه مكونات عدة هي (سميسم، 2005، ص 58): الجانب المعرفي والجانب الوجداني أو العاطفي، والجانب السلوكي.

3- القضايا السياسية: إجرائياً: هي جميع المتغيرات والتحولت السياسية في العراق والمنطقة العربية، التي تقوم الفضائيات العراقية الإخبارية بتغطيتها.

4 - الفضائيات العراقية: إجرائياً: هي جميع القنوات الفضائيات العراقية الأخبارية التي تبث من داخل العراق وخارجه.

حدود الدراسة:

1- الحدود الزمانية: تتمثل في الفترة الزمنية من (2015/11/1 - 2016 /5/1).

2- الحدود المكانية: محافظة بغداد / العراق.

3- الحدود البشرية: طلبة جامعة بغداد.

محددات الدراسة:

تقتصر هذه الدراسة على تحليل رؤية الشباب الجامعي العراقي للقضايا السياسية.

يمكن تعميم نتائج هذه الدراسة وفقاً لي:

- 1- دلالات صدق وثبات الاستمارة.
- 2- طبيعة العينة المتجانسة نوعاً ما.
- 3- مدى جدية المستجيبين لأداة الدراسة.

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري

يشتمل هذا القسم على خلاصة نتائج الباحثين والدرسين للاتصال الإنساني، ممثلاً بالنظريات التي تفسر العلاقات الارتباطية بين مختلف وسائل الاتصال ودورها في التأثير بالجمهور ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وآثارها على مختلف المستويات والأشكال المعتمدة للتأثير.

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Mass media dependency theory):

تبحث نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في تأثيرات وسائل الإعلام، ولماذا تكون لوسائل الإعلام تأثيرات عميقة في بعض المواقف، وفي بعضها الآخر لا تمتلك التأثير، فدرجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات متغير رئيس في فهم (متى، ولماذا) رسائل وسائل الإعلام تؤثر في معتقدات الجمهور ومشاعرهم أو تصرفاتهم (kim,2008,p186).

إذ إنّ قدرة الإعلام تزداد في التأثير عندما تقوم وظائف وسائل الإعلام بأدوارها بكل فعالية، واقتدار، والمتمثلة في نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف للنظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال والإعلام (المشاقبة، 2011، ص95).

وقد كشفت النظرية عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام آثاراً قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى يكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة. ويمكن القول إنّ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي " نظرية بيئية "، والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، فهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كلّ منهما بالآخر، ثمّ تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات (السيد، ومكاوي، 2009، ص314).

أشارا ساندرال بال روكيتيش، وميلفين ديفلور عام ١٩٧٦، إلى الآثار التي تمتلكها وسائل الإعلام في المجتمع عن طريق نظرية الاعتماد التي قدماها إذ ركزت النظرية في مستوى عالي من الاعتماد الذي يمتلكه الجمهور على وسائل الإعلام في المجتمعات (الحضرية)، وأكدوا على إن درجة اعتماد الجمهور على معلومات وسائل الإعلام هي المتغير المفتاحي لفهم أين ولماذا تغير رسائل وسائل الإعلام معتقدات ومشاعر وسلوك الجمهور (Alpizar, 2010, pp23-24).

لذلك فإن الاعتماد مرتبط بعدد من الدوافع الخاصة بالإستغراق في مصاحبة وسائل الإعلام إذ أنّ الأشخاص - الأكثر تحفزاً - يكونون في حالة بحث عن الإشباع في وسيلة معينة، بمعنى آخر يزداد اعتماد الفرد على الوسيلة الإعلامية كلما ازداد ادراكه بإمكانية الحصول منها على اشباع معينة. - على سبيل المثال - تؤدي حاجة الفرد للحصول على المعلومات (الأخبار) إلى زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام من أجل إشباع حاجاته لفهم مايدور حوله في المجتمع - الداخلي والخارجي - أو القيام بدور فعال في هذا المجتمع (الحديدي، 2006، ص53).

و إنّ التأثيرات التي تحدث نتيجة الاعتماد على نظم الإعلام تنعكس العلاقة بين الاعتماد على هذه النظم، واتجاهات التغيير في المعرفة، أو الشعور، أو السلوك للأفراد باعتبارها مجالات التأثير الناتج عن هذا الاعتماد، توضح في التأثيرات الآتية (فرحات، 2015، ص 16 - 17):

(1) التأثيرات المعرفية

تجاوز مشكلة الغموض التي تنتج عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد، أو نقص المعلومات، أو عدم كفايتها لفهم الأحداث، يحدث هذا للفرد عندما يعلم بوقوع الأحداث ولا يعرف مغزى الحدث، أو تفسيراته.

(2) التأثيرات العاطفية:

من الأمثلة عليها مشاعر الحب والكراهية؛ إذ تؤثر الرسائل الإعلامية على مشاعر الأفراد واستجاباتهم. كالفطور العاطفي، كأن يتعرض الفرد إلى موضوعات العنف بشكل مكثف مما يولد لديه شعوراً بالعنف هو الحياة الحقيقية، فتتقص بالتالي لديه الرغبة بمساعدة الآخرين.

(3) التأثيرات الأخلاقية والمعنوية:

يحدث هذا التأثير عندما تكون هناك معلومات إيجابية ومنظمة في وسائل الإعلام حول الجماعات والفئات التي ينتمي إليها الفرد. مثل هذه المعلومات يمكن أن يكون لها تأثير معنوي على الأفراد الذين يعتمدون على نظم وسائل الإعلام في إطار التأثيرات العاطفية.

4) التأثيرات السلوكية:

هي النتائج النهائي للتأثيرات المعرفية، أو العاطفية، -مثلاً- نجد أن الناس يمكن أن يرتبطوا بوجهة نظر، أو حل لمشكلة نتيجة لاتجاهات كونتها بالمعرفة والمشاعر التي طورتها من خلال وسائل الاعلام، والعكس صحيح.

لذلك ركزت نظرية الاعتماد على العلاقة بين وسائل الإعلام و الجمهور والنظام الاجتماعي، حيث يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام من ناحية لفهم نظام آخر في محيطهم من ناحية ثانية، وبذلك تُعد وسائل الإعلام كمصادر أساسية يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات، وتتزايد درجة الاعتماد بتزايد تعرض المجتمع لحالة من عدم الاستقرار والتحول الديمقراطي والصراعات على السلطة والنفوذ، مما يدفع أفراد الجمهور للبحث عن المعلومات من وسائل الإعلام لفهم ما يدور حولهم، ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على أن قدرة وسائل الإعلام على تحقيق قدر أكبر من الأثر المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بنقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن يصبح متأثراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاعلام، وهذا هو معنى العلاقة بين وسائل الاتصال وبين الجمهور والمجتمع (العنزي، 2014، ص19-20).

وبالنظر إلى هذه العوامل مجتمعة لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وجد الباحث أنها تشكل مصدر رئيس عن الانطباعات الرئيسة التي تتكون في ذهن الجمهور عن مختلف القضايا

السياسية المحلية والدولية، وذلك للعلاقة بين الاعتماد على هذه النظم، واتجاهات التغيير في المعرفة، أو السلوك للأفراد.

نظرية الاستخدامات والإشباعات

نشأت نظرية الاستخدامات والإشباعات على يد (إلياهو كاتز) عام 1959، إذ تحول الاهتمام من الرسالة الإعلامية ومضمونها إلى الجمهور المتلقي لهذه الرسالة، وتركز هذه النظرية على خصائص المشاهد ودوافعه، انطلاقاً من مفهوم أن المتلقي الايجابي، هو الذي يستخدم رسالة معينة لإشباع حاجاته، أو لتحقيق هدف معين (الفیصل، 2005، ص8).

وتعمد هذه النظرية إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي (إسماعيل، 2003، ص245-255):

(1) التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

(2) توضيح دوافع وسيلة بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

(3) التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري، يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

وتتقسم دوافع استخدام وسائل الاتصال إلى قسمين رئيسيين هما(مكاوي، والسيد، 2001،

ص246):

(1) الدوافع المنفعية التي تستهدف التعرف إلى الذات، واكتساب المعرفة، والحصول على

المعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام.

(2) الدوافع الطقوسية التي تستهدف تضييق الوقت، وتحقيق المتعة، والاسترخاء، والصداقة والألفة

مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل:

المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة.

لقد انطلقت نظرية الاستخدامات والإشباع من جملة فرضيات أساسية في الرسالة الإعلامية

وهي (أبو خليل، 2013، ص19- 20) :

(1) يتسم جمهور وسائل الاتصال بالإيجابية والنشاط، وإن استخدامه لوسائل الاتصال يهدف

إلى تحقيق أغراض معينة.

(2) يميز الجمهور بين وسائل اتصال محددة ويختار الأنسب لإشباع حاجاته.

(3) تتنوع درجات إشباع الحاجات المختلفة للجمهور باختلاف وسائل الاتصال التي يستخدمها

في عملية الإشباع.

(4) يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، وتتحكم في

ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

(5) تدل استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما.

ويجد الباحث أن أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع تنطلق من (مكاوي، والسيد، 2003،

ص247):

(1) محاولة اكتشاف استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط

الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته، وتلبي توقعاته ورغباته. وهذا

ما يتحقق بفهم العلاقة بين المتغيرات الوسيطة (النوع، المرحلة الدراسية، العمر،

التخصص)، والإشباع والاستخدامات المتحققة.

(2) تفسير دوافع استخدام وسيلة محددة من وسائل الاتصال بعينها، والتفاعل الذي يحدث

نتيجة هذا الاستخدام، وهذا من الإستعانة بالنظرية، لتحديد دوافع الإستخدام لوسائل

الاتصال، والعلاقة بين بعض المتغيرات الأخرى ووصفها.

(3) التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

أما العناصر التي تتألف منها نظرية الاستخدامات والإشباع فهي:

أ- الاستخدامات:

ويقصد بها أن الجمهور يميل إلى استخدام وسائل الإعلام لإشباع حاجاته وتحقيق أغراضه.

وتعرف الحاجة بأنها الشعور الإنسان بنقص معين من الناحية النفسية والاجتماعية، وعند

حصوله عليه يشعر بحالة من الرضا والإشباع (حسن، 2010، ص8).

وأما الحاجات التي يرغب الجمهور تحقيقها من الرسائل الإعلامية (السوداني، 2014، ص72-73)،

هي:

(1) الحاجات المعرفية: وهي تلك الحاجات المرتبطة بتدعيم المعرفة والمعلومات، وفهم البيئة المحيطة.

(2) الحاجات الوجدانية: وتمثل الحاجة إلى الحب، والصدقة، والسعي وراء المتعة، والترفيه، وتحقيق السعادة.

(3) الحاجات الشخصية: وهي التي يؤدي تحقيقها إلى تدعيم ثقة الفرد، واستقراره، ومكانة الفرد في المجتمع.

(4) الحاجات الاجتماعية: وهي الحاجات التي تلبي التواصل الاجتماعي، من أجل تقوية الروابط مع الأهل والأصدقاء.

(5) الهروب من الواقع: وهي مرتبطة بالهروب، والانفلات من التوتر، والرغبة في التسلية.

ب- الإشباعات:

يشير إشباع الوسيلة إلى مزيد من الاستجابات الفورية المتعلقة بالحاجة، وتصنف هذه الإشباعات إلى ما يلي (حسن، 2010، ص 302-303):

- الإشباعات المتعلقة بالمحتوى: وتنتج بالتعرض لمحتوى وسائل الاتصال، وترتبط برسالة الاتصال، هذه الإشباعات تصنف إلى:

(1) الإشباعات التوجيهية: ويقصد بها اكتساب الفرد لمعلومات جديدة، أو مهارات عامة أو متخصصة، أو تأكيد الذات والاستفادة من بعض المعلومات.

(2) الإشباعات الاجتماعية: وترتبط بالمعلومات التي يحصل عليها الفرد وشبكة علاقاته

الاجتماعية، مثل التحدث مع الآخرين، والاحساس بالتميز، والقدرة على حل المشكلات.

- الإشباعات العلمية: وتتحقق باختيار الفرد لوسيلة اتصالية معينة، وتنقسم إلى:

(1) إشباعات شبه توجيهية: وهي مكملة للإشباعات التوجيهية، وتتمثل في الشعور بالراحة،

والاسترخاء، والمتعة، وتجديد النشاط.

(2) إشباعات شبه اجتماعية: وتكمل الإشباعات الاجتماعية مثل استخدام وسائل الاتصال

للتخلص من الإحساس بالوحدة والضجر والضييق، وللاينطلاق العاطفي والتوحد مع

الشخصيات التي تعكسها وسائل الإعلام.

إنّ اعتماد الدراسة لنظرية الاستخدامات والإشباعات، التي حددت عدد من الأهداف للكشف

عن استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، من خلال فهم العلاقة بين المتغيرات الوسيطة (النوع،

المرحلة الدراسية، العمر، التخصص)، والإشباعات والاستخدامات المتحققة، كذلك تفسير دوافع

استخدام وسيلة محدد من وسائل الاتصال بعينها. هو الأساس الذي تتخذه الدراسة في إعداد وبناء

الإستبانة للكشف عن دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا

السياسية.

الاتجاهات

تعدّ الاتجاهات ذات صلة وثيقة بحياة الإنسان وبأفكاره وقيمه وثقافته وسلوكه، لكل إنسان اتجاهاته الخاصة به نحو القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والنفسية والسلوكية، وهذه الاتجاهات جاءت بعد مراحل التنشئة الاجتماعية، والظروف الخاصة التي مرّ بها هذا الإنسان وبعد خبراته السابقة، وطبيعة المجتمع الذي نشأ فيه وغيرها من العوامل التي تسهم في تكوين الاتجاهات لدى الافراد، وتسعى الدراسة من خلال تسليط الاضواء على دور وسائل الإعلام ممثلة بالفضائيات العراقية، في تشكيل وتغيير اتجاهات الشباب الجامعي نحو مختلف القضايا السياسية. وذلك من خلال التعرف على مفهوم الاتجاهات والإحاطة فيه من جميع جوانبه.

تعرض الكثير من الباحثين لتعريف الإتجاه، ومن ابرز هذه التعريفات مايلي:

- يذكر حجاب أن: الإتجاه حالة من الاستعداد أو التأهب النفسي والعصبي، ويؤدّ تأثيراً ديناميكياً على استجابة الفرد تساعده على اتخاذ القرارات المناسبة سواء أكان بالرفض أم بالإيجاب فيما يتعرض له من مواقف ومشكلات، ويتأثر بالخبرات التي مرّ بها الفرد من ناحية، وبالسمات المزاجية من ناحية أخرى (حجاب، 2004، ص8).

- ويعرف البورت Allport للإتجاه بأنه إحدى حالات التهيؤ والتأهب العقلي العصبي التي تنظمها الخبرة، ولها فعل توجيهه على استجابات الأفراد للأشياء والمواقف المختلف (Allport، 1954، ص45).

- أما بوجاردوس Bogardus فيرى الإتجاه بأنه: نزعة للتصرف سواء إيجاباً أو سلبياً نحو وضع ما في البيئة التي تحدد قيماً إيجابية أو سلبية لهذا التصرف (Bogardus، 1931، ص444).

- أما (السامرائي، 2007، ص113) فيذكر:

أ- إن الاتجاه هو استجابة تقييمية متعلمة إزاء الموضوعات أو الأحداث أو غير ذلك من المثيرات.

ب- إن الاتجاه هو نزعة الفرد أو استعداداه المسبق إلى تقييم موضوع أو رموز لهذا الموضوع بطريقة معينة

تتكون الاتجاهات من مكونات ثلاثة (ربيع، 2011، ص266)، هي:

1. المكون المعرفي: وهذا المكون المعرفي يشمل على معتقدات الفرد وأفكاره ونصواته ومعلوماته عن موضوع الاتجاه. بمعنى أن هذا المكون هو الذي يمثل القاعدة المعلوماتية الموجودة لدى الفرد عن موضوع الاتجاه، فإذا كان الإتجاه في جوهره تفضيل موضوع على آخر فإن عملية التفضيل هذه لا بد أن تستند إلى جوانب معرفية مثل الفهم والتمييز والانسداد. أي أن هناك جانباً عقلياً وراء تكوين الاتجاهات. وعلى هذا نجد أن اتجاهات الأشخاص تختلف باختلاف مستوياتهم العقلية والمعرفية.

2. المكون الوجداني: ويسمى أحياناً المكون العاطفي والانفعالي. وهذا المكون يقوم على مشاعر الفرد وعواطفه وانفعالاته نحو موضوع الاتجاه، بمعنى أن المكون الوجداني يتصل بمشاعر الحب والكراهية التي يوجهها الفرد نحو موضوع الاتجاه. فإذا أحب موضوعاً اتجه إليه وإذا نفر من موضوع اتجه عنه، أي أن المكون الوجدان للاتجاه هو درجة تقبل الشخص لموضوع ما، أو نفوره من هذا الموضوع.

3. المكون النزوعي الأدائي: ويُشير هذا المكون النزوعي إلى استعداد الفرد للقيام بأفعال واستجابات تتفق واتجاهاته، ذلك أن الاتجاهات هي موجّهات لسلوك الفرد، فهي أما تدفعه على نحو إيجابي نحو موضوع ما، أو التصرف على نحو سلبي. ويقول آخر، إن الاتجاه يوجه سلوك الفرد تجاه موضوع ما، هذه الوجهة قد تكون سلبية أو إيجابية.

أما خصائص الاتجاهات فإنها:

تتميز الاتجاهات بعدة خصائص (صديق، 2012، ص 307) من أهمها:

1. الاتجاهات مكتسبة متعلمة وهي قابلة للتعديل والتطوير.
2. تتمتع الاتجاهات بخاصية الثبات والاستقرار النسبي.
3. الاتجاهات متدرجة من الإيجابية الشديدة إلى السلبية الشديدة.
4. تتعدد الاتجاهات وتتنوع؛ وذلك بحسب المثيرات والمتغيرات المرتبطة بها.
5. لها ثلاثة مكونات أساسية: سلوكية ومعرفية وعاطفية.
6. قابلة للقياس والتقويم.
7. قد تكون في أحيان معينة متناقضة بين اتجاهات الشخص المتكونة من خبراته الخاصة، وبين الاتجاهات التي يجب أن يتمثلها تبعاً لثقافة مجتمعه وقيمه وعاداته وقوانينه.
8. توجه سلوك الأفراد والجماعات في أحيان كثيرة.
9. ترتبط الاتجاهات بثقافة المجتمع وقيمه وعاداته وتختلف من بيئة اجتماعية إلى أخرى.

مصادر تشكيل الاتجاهات:

تتشكل الاتجاهات من مصادر عدة منها (عبيد، 2015، ص169) :

1. تعميم وتمايز الخبرات الفردية: يتكون الاتجاه عندما تتكامل الخبرات الفردية المتشابهة في وحدة كلية تنحو إلى تعمي هذه الخبرات، وبذلك تصبح هذه الوحدة إطاراً ومقياساً تصدر عنه أحكامنا واستجاباتنا للمواقف الشبيهة بمواق تلك الخبرات الماضية.
2. الأثر الانفعالية للخبرات السارة والمؤلمة : يشعر الفرد بالرضا والسرور حين تتحقق الخبرات المواقف اللتان تعرض لهما اشباعاً معيناً لديه، مما يؤدي به الى اتخاذ اتجاه ايجابي نحوهما، وعكس ذلك اي عندما تؤدي تلك الخبرات والمواقف الى الشعور بالالام وعدم الارتياح فانه يكون اتجاه سلبي ازاءهما.
3. التقليد : يلاحظ دائماً وجود معامل ارتباط موجب دال بين اتجاهات الوالدين واتجاهات الاطفال، إذ ان الوالدين ينقلون الى الاطفال عن طريق عمليات التعلم والتقليد ميولهم واتجاهاتهم، لذا عند ما يبلغ الفرد يبدأ صراع بين الولاء للأسرة والرغبة في اتباعات الاتجاهات الجديدة في البيئة الخارجية.
4. قابلية الايحاء : تعني قابلية الايحاء سرعة تصديق وتقبل الآراء والافكار دون نقد او مناقشة، خاصة عندما تكون صادرة من اشخاص بارزين أو أناس موثوق بهم او ذوي نفوذ او ان يعتقد هذه الآراء والافكار افراد كثيرون، وتؤدي وسائل الاعلام دورا مهما في هذا المجال، والايحاء احد الوسائل التي يتم عن طريقها إكتساب المعايير السائدة في المجتمع، فتلك المعايير تكون

مشابهة إلى حد كبير للإطهر المرجعي، الذي يتم الرجوع إليه من حين إلى آخر، وتجدر الإشارة إلى أن إحياء السلوك (الذي يصحبه تطبيق عملي) يكون أقوى من الإحياء اللفظي.

القنوات الفضائية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور

إن عملية تشكيل الاتجاهات لدى مختلف فئات الجمهور ومحاولة التأثير بها أو تغييرها محط انظار العلوم الإنسانية المختلفة وخاصة مع الاهتمام المتزايد بقوة وسائل الإعلام واعتبارها من أهم العوامل المؤثرة في اتجاهات الأفراد وسلوكهم داخل المجتمع فبدأت الأبحاث المتعلقة بهذه التأثيرات تحتل مكانه متميزة ضمن الدراسات النفسية والسياسية والإعلامية.

تُمثل وسائل الإعلام المعاصرة اليوم أهمية كبيرة في التأثير على اتجاهات الجمهور وتحديد مواقفه إزاء مختلف القضايا التي تدور حوله؛ إذ تسهم هذه الوسائل إلى حد كبير في تشكيل الرأي العام وتحديد اتجاهاته، ورسم تصوره عما يجري حوله وفي العالم. إن وسائل الإعلام ومنها القنوات الفضائية ومن خلال برامجها قادرة على التأثير في تشكيل اتجاهات الرأي العام بناءً على ماتحملة من عروض ومنتجات سياسية، وثقافية، ودينية، واجتماعية (حسن، وخليل، 2012، ص514).

وهناك مجموعة من الأسباب دفعت الجماهير الى الإنجذاب الشديد نحو شاشات القنوات الفضائية وتقريبهم منها ومن هذه الأسباب ما يأتي (الدليمي، 2005، ص28-29) :

1. القنوات الفضائية وسيلة فاعلة في المجتمع لخلق الوعي الاجتماعي والسياسي وتعلم طرق الحياة.

2. الفضائيات من وسائل الإعلام المتطورة لتقديم التسلية والترفيه وتعلم المعارف .

3. تتمتع بقدرة عالية على خلق الألفة والواقعية عبر تميزه بالصوت والصورة واللون والحركة .
4. تعد من وسائل الإعلام السريعة الإنتشار عبر تواجده في الأعم الأغلب من بيوتات الناس
5. تقترب كثيراً من الاتصال المواجهي ويقدم أخباره حال حدوثها بفعل البث الفضائي.

وتبرز أهمية القنوات الفضائية في نقل الأحداث وإبراز أهميتها على الوسائل الإعلامية الأخرى ليس عبر اختلاف جوهر ذلك الحدث أو تغيير معناه فذلك يبقى واحداً في عموم الوسائل الإعلامية ، لكن اختلاف الفضائيات عنها يتم عبر أسلوب النقل والأثر الذي يخلفه في نفوس المتلقين ، فالقنوات الفضائية تخلق الأثر العاطفي أولاً ويولد لدى المشاهد الحب أو الكراهية أو الخوف أو الفرح أو الحزن أو الإنفعال ، مما يولد تصوراً معيناً لدى المتلقي حول ذلك الحدث ، حيث يشير " مارشال ماكلوهان " الى ذلك بما معناه إن الصورة هي التي تكون الأثر العاطفي(الحسيني، 2005، ص97).

لقد استطاع القنوات الفضائية أن تزيح وسائل الإعلام الأخرى بسرعة، وانتقل من وسيط للتسلية ليهيمن على وظيفة الأخبار، منخلال(عطوان، 2009، ص204) :

(1) تتمتع القناة الفضائية كجهاز اخباري بالفورية التي تزيد من واقعيته، حيث ينقل الحدث

مصوراً في لحظته.

(2) القنوات الفضائيات تقدم الأحداث مصورة في مشاهد متكاملة، وصور واقعية، وهذا مايميزه

عن مسائل الأخرى.

(3) تأثير القنوات الفضائيات يتفوق بمقدار ثلاثة أضعاف على تأثير الاذاعة والصحف.

(4) تتفرد القنوات الفضائية في مجال الاخبار في تكوين الموقف العاطفي الذي يتجلى في تقع

المشاهد إلى الغضب أو الخوف أو الفرح أكثر من الوسائل الاخرى.

(5) تتمتع اخبار القنوات الفضائيات بجودة الاتصال أكثر من الاذاعة والصحف.

(6) تعمل القنوات الفضائية على تبسيط عملية الاتصال، فهو ينقل الصور على شاشة

التلفزيون ويترك للمشاهد أن يربط بين الصورة والكلمات المنطوقة.

(7) لهجة القنوات الفضائية في نقل الاخبار تقوم على البساطة والوضوح والمباشرة.

إن القنوات الفضائية تتميز عن غيره من وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى بقوة التأثير

الناجمة عن تفرد ببعض الخصائص التي تؤثر في المشاهد وتجذبه من خلال تقديمه الصوت والصورة

معاً في آن واحد، كما إن طبيعة التلفزيون تجعله سهل الوصول إلى ادراك المشاهد ببساطة دون أن

يبدل أية جهود إجهادية تثير التعب والملل، عن طريق مايقدمه من مواد فنية مصورة بأساليب علمية

واللوان طبيعية جعلت من التلفزيون أكثر جاذبية وإغراء، فضلا عن إن وجوده في المساكن مع الناس

يسهل لهم متابعة برامجه للتسلية وللاطلاع على الأحداث والواقع التي ينقلها من مكان حدوثها في نفس

زمن حدوثها في نفس زمن حدوثها بشكل فوري ومباشر، كما إن الوصورة في الوسائل المرئية تغلبت

على حواجز الأمية والتباين الثقافي بين المجتمعات (عروط، 1982، ص60).

ان السنوات الأولى من ظهور الابحاث المتعلقة بتأثيرات وسائل الاتصال، لم يكن هناك مجال

أكاديمي موحد يسمى الاتصال الجماهيري على النحو الذي كانت معروفة عليه العلوم الأخرى كعلم

النفس والاجتماع والسياسة، وهكذا فقد جرت العادة ان يكون الباحثون الذين يدرسون آثار وسائل

الإعلام من باحثي العلوم الاجتماعية الاخرى(مكاوي، والسيد، 2008، ص218).

ان دراسة الأثر المترتب على التعرض لوسائل الإعلام من قبل علماء النفس في مجال الدراسات الإعلامية وبالذات امثال(بول لازارسفيلد وكريت لوين وكارل هوفلاند) والذين أعطوا اهتماما خاصا بتأثير الرسائل الاتصالية وتغيير اتجاهات الجمهور وهكذا فقد بدأت الدراسات التجريبية الخاصة بآثار وسائل الإعلام والدور الذي تلعبه في عملية التنشئة الاجتماعية (شاوي، 2008، ص127).

كذلك إن عدم وجود دليل ملموس آنذاك يضع الأساس لعلاقة سببية بين الإعلام والتأثير في اتجاهات الجمهور جعل العديد من علماء الاجتماع ومستطلي الرأي في الولايات المتحدة الامريكية ومنذ اربعينات القرن الماضي يقومون بتقديم العديد من الدراسات المهمة والتي كانت خلاصتها (إن الإعلام ينشط افكاراً يحملها الجمهور المستهدف سلفاً أو يعمقها سواء كان التصور المعزز يسفر عن أعمال محددة أو لا(نادر، 2006، ص301).

ان أسباب ارتباط التغيير الذي يمكن أن يحدث في اتجاهات الجمهور بوسائل الإعلام إلى سبب رئيسي ومهم هو ان معظم اتجاهات الجمهور إزاء القضايا المختلفة تبنى على أساس المعلومات المنشورة عبر وسائل الاتصال الجماهيري، فعلى الرغم من أن الإعلام لا يشكل إلا عاملاً من بين عوامل أخرى متعددة تؤثر في تكوين معارف الأفراد إلا أنه يعتبر من أهم تلك العوامل، وخاصة إذا ما علمنا ان الأفراد يخصصون ما لا يقل عن 6 ساعات يوميا لوسائل الإعلام يكونون فيها عرضة لكم هائل من المعلومات والمعارف والابخار مما يجعل الفرد يأخذ قدراً كبيراً من المعلومات من خلال تلك الوسائل وخاصة القنوات الفضائية كونه يجمع بين الصوت والصورة، الامر الذي يؤدي إلى تحويل المعلومات والافكار إلى صيغ صوريه تسهم في نقل مضمون البرامج بالأسلوب التلفزيوني بسهولة إلى

ذهن المتلقي خاصة وأن استيعاب الفرد يزيد بنسبة 35% عند استخدام الصورة والصوت معاً (مصباح، 2010، ص245).

لذلك يرتبط تعرض الفرد للقنوات الفضائية بمتغير مهم وهو الوقت المتاح له والذي يعدّه الباحثون جديراً بالاهتمام عند دراسة جمهور التلفزيون حيث اهتموا بمعرفة أسلوب المتلقي في استخدام وقته وكيف يوزع الأنشطة على مدار الساعات فأصبحت (ميزانية الوقت) أداة لقياس أوقات التعرض للتلفزيون وعلاقتها بأنشطة الفرد الأخرى ، وتنقسم هذه الأوقات بصفة عامة الى وقت الصباح وتقل فيها معدلات التعرض، وقت الظهيرة، وقت المساء وهي مدة التعرض الرئيسة التي تجذب اكبر عدد من المشاهدين (القليبي، والفرنواني، 2008، ص97).

وللتعرض الى للقنوات الفضائية تأثير في عادات وأنشطة أخرى في حياة الناس إذ تغيرت هذه العادات والأنشطة وأعيد ترتيبها تبعاً لعلاقة الفرد بالتلفزيون ومن ذلك تغير مواعيد النوم وتناول الطعام حسب توقيتات البث التلفزيوني الذي يقبل عليه أفراد الجمهور لإشباع حاجات محددة كالترفيه والتفاعل مع الوسط الاجتماعي والارتباط بالآخرين الذين يشاركونهم التعرض ومساعدة النفس في الأوقات الصعبة، وهو ما أثبتته دراسة بريطانية أظهرت ارتباطاً بين الحالة النفسية للفرد وطبقته الاجتماعية وبين نوعية المضامين التلفزيونية التي يتعرض لها إذ يشاهد البرامج منحدره المستوى عندما يشعر بالقلق والتوتر ويكون من الطبقة الفقيرة في حين يختار بدقة من بين البرامج ولا يكتفي بمشاهدة أي شيء كان عندما يكون سعيداً ويمر بأوقات هنيئة (عيسى، 2008، ص301).

ان الدراسات التي حاولت معرفة الدور الحقيقي للقنوات الفضائية في التأثير على اتجاهات الأفراد، أفرزت تلك الدراسات وجود تعارض كبير في النتائج ويرجع البعض هذا التعارض إلى أن المعلومات قد تكون لها أثر إيجابي لبعض أنواع الجمهور وقد تترك آثار سلبية لدى البعض الآخر إضافة إلى اختلاف المدارس التي تقيس تأثيرات وسائل الاعلام، فالتلفزيون يمتلك دوراً كبيراً في التوجيه السياسي للأفراد، وذلك لقدرته على التحكم في الخيال وتوجيه القيم والسلوكيات، وهي مسألة أكدها كثير من علماء النفس والاجتماع والإعلام والسياسة، وقد أثبت الكثير من البحوث الميدانية تحكم التلفزيون في نمط الثقافة السائدة في كثير من المجتمعات، حيث أصبحت القنوات الفضائية اليوم الطرف الرئيس في التأثير في توجهات الشباب بحكم ما تمتلكه من تقنيات متطورة وجاذبية مؤثرة جداً (وناس، 2000، ص9-10).

إن أيّ عملية تستهدف خلق نوع من الآثار النفسية لدى المستقبل والتي تؤدي إلى تغيير في اتجاهات وسلوك الأفراد تتداخل فيها عدة عوامل قد تؤثر سلباً أو إيجاباً على حجم ونوع التأثير وهي:

1. أسلوب المتصل والمرسل:

يرى الباحثون أن الأسلوب الذي يتبعه المرسل أو القائم بالاتصال له دور كبير في التأثير على اتجاهات الجمهور فالأفراد الذين يتحدثون بسرعة وتلقائية عندما يرسلون رسالة اقناعية غالباً ما يعرفون من قبل جمهورهم على أنهم أكثر معرفة ودراية بالموضوع من أولئك الذين يتحدثون ببطء و يتريثون بحثاً عن الكلمات، الأمر الذي يؤدي إلى حدوث الاقتناع بما يقال وبالتالي فهم أكثر قدرة على التأثير في اتجاهات جمهورهم(مصباح، 2010، ص262).

2. خصائص الرسالة أو محتوى:

ان تحديد الاطار الاكثر تأثيراً للرسائل الاتصالية يعتمد على عوامل متعددة مرتبطة بسياق تقديم الرسالة وبلاستعداد الشخصي للمتلقين فالاطار الذي تقدم من خلاله الرسالة يتفاعل مع الحالة المزاجية للمتلقي ومدى دافعيته لمعالجة الرسالة وأعمال عقله فيها، ان الاستجابة للرسالة الإعلامية تتضمن عمليات نفسية كثيرة فلكي تتم الاستجابة لها يجب ان تكون الرسالة شيقة ومثيرة للاهتمام ومتناسبة مع مكونات الشخصية كما ان الاستجابة لها يتوقف على إذا ما كانت بسيطة ام مركبة مباشرة أو غير مباشرة واضحة أو غامضة(زغيب، 2009، ص149).

وإذا ما اريد للرسالة ان تكون مؤثرة ومقنعة يجب ان تحتوي على خصائص معينة منها(الختاتنة، والنوايسة، 2011، ص149):

أ. عدد الحجج:- فالقاعدة العامة تشير إلى أن عدد الحجج التي تحتويها الرسالة يمكن أن يؤدي إلى تغيير الاتجاه وذلك بسبب قدرتها على الإقناع فالكثير يعتقد أنه كلما زادت الحجج كان ذلك دليلاً على قوة الرسالة على أن يتم تقديمها بشكل متسلسل ومقنع بعيداً عن الاسراف الذي قد يؤدي إلى تشتيت انتباه المتلقي.

ب. استثارة الرسالة للانفعالات عند المتلقي بحيث يرى مغاير ان الاستثارة العالية تقلل من تركيز المتلقي على محتوى الرسالة وبالتالي فهي تقلل من تعلم الفرد وفهمه لمحتواها بينما لا يثير الخوف المنخفض اهتماماً كافياً بالرسالة أما إذا جمعت بين اثارة الخوف وتقديم المعلومات فإن العلاقة بين الخوف وتأثير الرسالة يصبح طردياً، وهذا الامر غالباً ما يتبعه رجال الدين فهم عادة ما يثيرون الخوف لدى الناس من خلال التركيز على العقاب في

الأخرة، كما ان المرشحين السياسيين يحذرون من أن خصومهم سوف يوصلون البلاد إلى حالة الإنهيار الاقتصادي...الخ.

ت. يعتبر عرض وجهتي نظر بمثابة التحصين للجمهور ضد التحول إلى وجهة نظر أخرى تعرض عليه مستقبلاً، أما إذا كانت اتجاهات المتلقين مع الاتجاه المراد تقويته فمن الأفضل عدم مناقشة الرأي المناقض والالتزام بوجهة نظر واحدة، هنا يجب الأخذ بنظر الاعتبار نوع الجمهور المستهدف فإذا كان مثقفاً ثقافة عالية فيجب تقديم وجهتي النظر المختلفتين أما إذا كان قليل الثقافة فيكتفي عرض وجهة نظر واحدة.

ث. التناسب بين محتوى الرسالة العاطفي والذهني واتجاهات المتلقين بشرط الانتفاخر مع العادات والقيم والمعايير لدى الجمهور والذي يعني أن تأثير الرسالة سيكون قليلاً أو محدوداً.

ج. البرامج الايجابية المحدودة: فالبرامج والتصريحات الايجابية المحدودة لها اثرها البالغ وسحرها الكبير على الراي العام بعكس البرامج الغير محددة والكلمات الجوفاء، فكلما كانت هذه البرامج متسمة بالأيمان بالمستقبل والتفاؤل به تضاعف تأثيرها شريطة ان يتبعها العمل والتنفيذ.

3. خصائص المستقبل وحالته الانفعالية:

غالباً ما يتم التأثير وبشكل كبير على الأفراد الذين يمتلكهم الإحساس بالنقص فهم يكونون عرضه لتغيير اتجاهاتهم وخاصة في حالة وجود حالة من الشك واللبس عن آرائهم واتجاهاتهم السابقة، حيث تلعب الحالة الإنفعالية للمستقبل دوراً كبيراً في نجاح الرسالة الاقناعية في التأثير على اتجاهاته

وقد أجريت الكثير من الدراسات والتي تناولت تأثير الحالة المزاجية على درجة أعمال العقل التي يوليها الفرد للتفكير في البراهين التي تتضمنها الرسالة وقد توصل معظم الباحثين إلى أن الأفراد الذين يمرون بحالة مزاجية سلبية أو محايدة يبذلون جهداً كبيراً في معالجة الرسائل عن الأفراد الذين يمرون بحالة مزاجية جيدة وهذا ما توصل إليه "بيتي" والذي وجد ان الحالة المزاجية للأفراد عند تعرضهم لبرنامج تلفزيوني معين تؤثر بصورة مباشرة على اتجاهاتهم نحو موضوع الرسالة، كما ان كون الرسالة ذات محتوى مركب ولا يشير استيعابها بسهولة غالباً ما تدفع مثل هؤلاء الاشخاص إلى الاقتناع بالرسالة على أساس أنها صادرة ممن هم على دراية وثيقة بالموضوع، فالقنوات الفضائية لا تعتبر ذات فعالية كبيرة في تغيير الاتجاهات القوية والتمكنة لكنها تستطيع التأثير، بقدر ما على المواقف الضعيفة أو على القضايا الجديدة التي لا تتوفر عنها معلومات كافية ولم يسمح الوقت بتشكيل اتجاهات قوية نحوها (الخالدة، ونعموش، 2008، ص195).

مما سبق يتضح أن وسائل الإعلام بصورة عامة والمرئية منها بصورة خاصة معنية بشكل رئيس بتشكيل الاتجاهات في المجتمعات , وأن هذه الوسائل المؤثرة تعمل متضافرة، وفي اتساق وتكامل على تشكيل الاتجاهات في مختلف الظروف والأوضاع ولمختلف القضايا التي تطرح على الأذهان والتي تتعلق بمختلف النواحي السياسية أو الاجتماعية أو الثقافية أو الاقتصادية.

القنوات الفضائية وقدرة التأثير السياسية:

لقد كتب الكثير منذ ربع قرن حول التأثير المتنامي للإعلام، واختلف منذ البداية رواد علوم الإعلام السياسي في تحديد نوعية العلاقة بين السياسة والإعلام. فيرى بعض الإعلاميين أن العمل السياسي والعمل الإعلامي يشكلان مجالين متميزين، ويرى بعضهم الآخر أنه لا يمكن الفصل بين هذين النشاطين باعتبار أن الوظيفة الإعلامية تكمن في تبليغ وإشراك المواطنين في الحياة السياسية، وربط قنوات الاتصال بين التشكيلات المتألفة أو المتعارضة، فأضحى الجمهور مرتبطاً بما يقرأه في الصحافة ويشاهده على الشاشة أو يسمعه في الإذاعة، لذلك فإنه لا تكتمل الحياة السياسية في الدولة العصرية، إلا بالإعلام الغزير والحوار الدائم بين المواطنين ومختلف أجهزة الحكام (مراد، 2011، ص86).

لذلك ان تشكل العلاقة بين وسائل الإعلام والنظام السياسي الكيفية التي يتم من خلالها معرفة الأفراد بالأوضاع والتحولات السياسية ، فهي تضع وسائل الإعلام في موقع أداة الوصل بين صانع القرار والمواطن ، وإن اعتماد الجمهور على التلفزيون هو جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الاعلام والنظم الاجتماعية ، فالأفراد يعدونه مصدراً مهماً لتحقيق أهدافهم وتأييد حقهم في المعرفة والحصول على المعلومات لإتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة(ختانتة، وعبد اللطيف، 2010، ص185).

إن وسائل الإعلام هي انعكاس للبيئة السياسية أي مرآة للأحداث والصراعات والتفاعلات المحلية والإقليمية والدولية على الصعيد السياسي وبدون وجود وسائل الإعلام الجماهيرية، لا يستطيع أحد من

خارج الحلقة السياسية الاطلاع على الأحداث السياسية؛ فالبيئة السياسية تبنى من قبل وسائل الاعلام، وقد جاءت الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام كما حددها جانوس Janowitz على أنها إضفاء صفة الشرعية أو القبول الاجتماعي لأفكار ومفاهيم معينة واستبعاد أفكار ومفاهيم أخرى من الجدل أو النقاش السياسي أي أنها تعمل على ترتيب قائمة الاهتمامات السياسية في إطار من القيم والمعارف والآراء بشكل متوافق واستبعاد الآراء والأفكار المتنافرة بشكل يقدم القضايا والمعلومات والموضوعات السياسية في كل متماسك من خلال عرض يقوم على الدقة والوضوح وللحقائق، مما يخلق صورة ذهنية بموضوعية هذه القضايا فتعبر بوضوح عن الواقع السياسي وتعكسه بدقة وتهتم بالتنشئة السياسية والتعبير عن المصالح وتجميع المصالح والدفاع عنها وتحقيق التكامل بين جماعات المجتمع المختلفة(عبد، 2004، ص72).

وبما إن التلفزيون يشكل مركز الثقل لوسائل الإعلام الجماهيري، نذكر الوظائف السياسية للتلفزيون من خلال النقاط الآتية (الطائي، 2006، ص88):

- (1) عرض الأحداث ومتابعة تطوراتها بصورة فورية من أماكن حدوثها.
- (2) عقد ندوات الحوار السياسي من على شاشة التلفزيون من خلال دعوة الاطراف المختلفة لعرض وجهات نظرها في الموضوعات السياسية المختلفة التي تمس اهتمامات الجماهير ومصالحها، ويقوم التلفزيون بأفناع الجماهير بالموضوعات التي تعبر عن السياسات العامة.
- (3) تقديم المتابعات الإخبارية من خلال الخبر والتعليق والتحليل والتفسير للأحداث والمستجدات بالنقل الحي المباشر، وسماع وجهات النظر المختلفة للمسؤولين والجماهير والوقوف على ردود أفعالهم إزاء قضايا واحداث الساعة.

(4) يعد التلفزيون الناطق الرسمي باسم الحكومات في العديد من الدول، خاصة تلك الدول التي تقيم قنوات تلفزيون رسمية، سيما إن الدول تختلف من حيث امتلاك قنوات التلفزيون والاشراف عليها من نظام إلى آخر.

(5) يقوم التلفزيون بنقل المعلومات والمعارف، وتبليغ اللوائح والقوانين، وعرض الخبرات وتعميمها على المشاهدين بأساليب مشوقة.

(6) قد يأخذ التلفزيون دور الناقد لكل مايتعلق بمجريات الحياة السياسية، ويفسر الأحداث والمواقف الغامضة.

(7) إن أهم مايميز التلفزيون عن وسائل الاتصال الاقناعي الأخرى قدرته على تغيير وظائفه بسرعة كبيرة وفقا للظروف والمستجدات.

إن الدول بأنظمتها المختلفة أدركت أهمية القنوات الفضائية وأثره السياسي وحرصت على أن تفرض سيطرتها عليه، ويعد النظام الحكومي الرسمي التلفزيون جزءا لا يتجزأ من المؤسسات الدولية العامة وهو أداة بيد السلطة للإقناع والتأثير السياسي. ويأتي هذا الحضور الفاعل والقوة التأثيرية للتلفزيون عن طريق(الهيبي، 1998، ص36):

1. انه يستدعي تركيزا ذهنيا من المشاهد.
2. يخاطب جميع الفئات ولا يتطلب مستوى ثقافيا أو علميا خاصا.
3. يخلق عند المشاهد سحرا تأثيريا خاصا عن طريق الألوان وسرعة المشاهدة وحرية التحكم والسرعة في تغيير البرامج التي تتحكم بالمشاهد بقدر ما يتحكم بها.

4. له قدرة عالية على تجسيد المعاني، بفضل إمكانياته في الاستعانة بكل العناصر السمعية

والبصرية والرموز اللفظية، فضلا عن سهولة التعرض له، لأنه لا يحتاج إلى مهارات.

لذلك فإن الأفراد يتابعون ما يحدث بعد وقوع الحدث السياسي عن طريق وسائل الإعلام، وفي مقدمتها

التلفزيون الذي يتولى متابعة ونقل الأحداث وتطوراتها، وإن المغزى السياسي لتلك العملية أنها تحلل

وتفسر هذه الأحداث بلغة واضحة ومقنعة هدفها جذب انتباه الرأي العام إليها ومن ثم تهيئته إلى قبول

أسبابها والأبعاد التي تنطلق منها.

ولا يمكن إهمال دور التلفزيون في التنشئة السياسية والتي هي جزء من التنشئة الاجتماعية والأخيرة

هي التي تشكل شخصية الفرد وهذه الشخصية هي التي تستطيع تحديد مدى المشاركة السياسية للفرد،

بمعنى أن المشاركة السياسية تتأثر كثيراً بشخصية الفرد، أي أن التنشئة الاجتماعية تؤثر في المشاركة

السياسية بطريقة غير مباشرة (وسيط) كونها تنمي خصائص شخصية الفرد ومدى رغبته في المشاركة

السياسية، ومثال ذلك ما أشارت إليه دراسة أحمد أبو زيد من أن (المشاركة السياسية ترتبط بمصدر

الضبط الداخلي ومن إعتقاد الفرد إنه فعال ومؤثر في بيئته وأنه مصدر قراراته ، بينما يرتبط العزوف

السياسي بمصدر الضبط الخارجي حيث الاعتقاد بأن الأمور لا تعود الى الفرد ذاته ولكن للصدفة

والحظ والظروف ، وأن الفرد لا يؤثر في القرار السياسي ومن ثم لا داعي للمشاركة غير المجدية) (أبو

زيد، 2008، ص 785 - 833).

دور القنوات الفضائية في الدعاية السياسية

ان وسائل الإعلام الحديثة ولاسيما الفضائيات التلفازية تتحول إلى التركيز على الدعاية، إلى حد أن هناك من يسمي العصر بعصر الدعاية، انطلاقا من فكرة أن الدعاية هي عملية إقناع، وبسبب الطغيان غير الطبيعي للدعاية السياسية فقد تحولت إلى "تسويق سياسي" بأخلاقيات مستوردة من التسويق التجاري، ويفهم أن "التسويق السياسي" هو مجموع العمليات التي تعنى بمعرفة وتوقع وتحريك حاجات الناس السياسية أمام موضوعات وخدمات معينة، وجعل الجهاز الإنتاجي السياسي والبشري والإعلامي في خدمة تلك الحاجات(تايلور، 2000، ص377).

عرف محمد حجاب الدعاية بأنها عملية تلاعب بالعواطف تستهدف خلق حالة من حالات التوتر الفكري والشحن العاطفي والذي لا بد وان يؤدي الى تشويه التابع المنطقي(حجاب، 2002، ص34).

وقد عرف معجم مصطلحات الإعلام الدعاية بأنها؛ التأثير على الآراء ومعتقدات الجماهير لجعلها تتخذ اتجاهها معيناً نحو نظام او مذهب بصورة ايجابية أو سلبية، كما تهدف الى تهيئة نفسيات الأفراد لقبول وجهات النظر التي تدعو لها والتشبع بها ،وقد تلجا في ذلك الى تشويه الحقائق وتحريفها(بدوي، 1985، ص129).

كما ذكر Terence عدت مفاهيم للدعاية السياسية في وسائل الإعلام الجماهيرية ولاسيما

الفضائيات التلفازية منها(Terence, 1982, p.27):

(1) أنها محاولة مقصودة يقوم بها فرد أو مجموعة أفراد، من أجل تشكيل اتجاهات جماعات أخرى أو تعديل مواقفها أو التحكم فيها، عن طريق استخدام وسائل الإعلام، والهدف من ذلك هو أن يكون رد فعل أولئك الذين تعرضوا لتأثير الدعاية هو نفسه رد الفعل الذي يرغبه الداعية، كذلك فإن.

(2) أنها المحاولة المتعمدة للتأثير في آراء الفئة المستهدفة من خلال نقل الأفكار والقيم لإقناعهم بهدف محدد، وهي مصممة بصورة واعية من أجل مصلحة القائمين على الدعاية ورؤسائهم من السياسيين، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.

(3) أنها الطريقة التي يتم فيها التأثير على آراء ومعتقدات الجماهير لجعلها تتخذ اتجاها معينا نحو الموضوعات السياسية.

ان الدعاية السياسية في وسائل الإعلام ظلت تعتمد إلى حد كبير، على استمالة العواطف بشكل مباشر أو غير مباشر، أما التفكير فيأتي في المرتبة الثانية من الأهمية عند رجل الدعاية، أي أن الدعاية يقوم باستغلال العواطف أولا قبل الشروع باستخدام التفكير والمنطق، يفهم من ذلك أن الدعاية تهدف إلى الاستمالة والاستهواء باستخدام مختلف الوسائل سواء كانت مشروعة أو غير ذلك، مما يجعلها تحصل على تأثيرات سريعة عند مختلف طبقات المجتمع على اختلاف ثقافتها، وتحتاج في ذلك إلى مساندة القوة السياسية والعسكرية لها، إلا أن تأثيراتها المستقبلية سوف تتعكس سلبا على مصداقية القائم بالفعل الدعائي ودرجة الثقة به فيما لو أراد القيام بعمل دعائي جديد، إن جوهر الخبر أو معنى الحدث لا يختلف من وسيلة إلى أخرى، فالمعنى يظل واحدا سواء نقل الخبر بواسطة الصحيفة أو الراديو أو التلفاز، أما الاختلاف فيمكن في أسلوب وطريقه التوصيل وطبيعة

الأثر الذي يتركه هذا الخبر، ففي حالة التفاز فإن الأثر العاطفي يأتي بالدرجة الأولى، والعاطفة هنا هي الصورة أو كما قال مارشال ماكلوهان:(مع الصورة.. يتكون الأثر العاطفي)(ناصر، 1998، ص 188).

إن بلاغة الصورة الإعلامية تظهر في مشهد أحداث الحادي عشر من أيلول "سبتمبر" عام 2001، إذ راقب ملايين الناس في بيوتهم في شتى أنحاء العالم انهيار برج مركز التجارة العالمي في نيويورك لحظه وقوع الحدث، فلو حملت وكالات الأنباء خبر الإنهيار من دون صور لكان من الصعب إحداث التأثير والدقة في نقل صورة الحدث، وعلى هذا الأساس نجد أن الصورة التلفازية لها تأثير كبير في اتجاهات الناس وقيمهم وسلوكهم وأفكارهم، إذ أنها أصبحت الآن الأداة الأساسية في الحرب وفي السلام، وفي البناء وفي الهدم أيضاً، والمثل الصيني يقول، "الصورة بألف كلمة(عبد الحميد، 2005، ص408).

يمكن حصر أهم السمات البارزة للقنوات الفضائية بوصفها وسيلة التوظيف السياسي بالآتي(المصالحة، 2002، ص72):

1. انه أحد قنوات التعبير السياسي عن مواقف الدولة في علاقاتها الخارجية.
2. يتعاطى مع الأحداث من منطلق سياسي وليس من منطلق مهني، ولذلك نجد أن أخبار التفاز الفضائي تأخذ النشاطات السياسية المحلية للقيادة السياسية وإعطاء الحكومة مكانها في صدر نشرات الأخبار معظم أوقاتها، لأنها معنية بتسويق الإنتاج الحكومي في مختلف المجالات على الجمهور، والاهتمام بأعمال ونشاطات القادة السياسيين بالدرجة الأولى.

3. إنه يعطي للشؤون والقضايا الخارجية المكانة التالية للأخبار الوطنية في الترتيب الهرمي

للنشرات والتعليقات والبرامج الإخبارية.

4. إنه يعبر عن طبيعة العلاقات السياسية بين الدول القائمة والدول الأخرى.

5. ويتميز بوصفه جهازا إخباريا يتصف بالفورية التي تزيد من واقعيته، فهو يقدم لنا مائة

إخبارية من موقعها وفي زمن حدوثها نفسه، وينقل لنا الأخبار في معناها ومغزاها في

الحال.

6. تضي الصور والألوان مزيدا من الواقعية على أخبار التلفاز الفضائي.

وأتاح الميزات الاتصالية التي يملكها التلفاز في مزج الواقع بالخيال للمسيطرين عليه، فرصة

استخدامه لإغراض دعائية أو سياسية عن طريق تشويه الحقائق أو التلاعب بالمنطق وتقديم صور

زائفة عن الواقع الحقيقي.

ولنجاح الدعاية السياسية ينبغي أن توازن بين العقل والعاطفة، والرسالة الاتصالية لكي تكون

فعالة لا بد أن تتمثل فيها السمات الآتية:

(1) البساطة.

(2) صلتها وارتباطها بالجمهور المخاطب بها.

(3) قدرتها على جذب الانتباه وإثارة الاهتمام.

(4) قابليتها للتصديق.

(5) التردد والتكرار المستمر لعدد من عناصرها

(6) توافقها وعدم تناقضها.

لذا فإن الدعاية السياسية التي تقوم بها الدولة عبر وسائل الإعلام تعد وسيلة فاعلة لربط الفرد بالدولة وذلك بتحريك مشاعر الولاء والحفاظ على الروح المعنوية واستثمار طاقته في خدمة المجتمع، وتهدف الدعاية السياسية إلى خلق فعل سياسي، حيث تسعى إلى محاولة توليد ردود فعل وتصرفات عن طريق استخدام وسائل مختلفة لتحقيق أهدافها عن طريق استخدام الأفكار المنمطة والغرائز ولا تتوجه إلى وعي الأفراد أو منطقتهم، كما أنها تهدف إلى توليد التصرفات بتعديل إدراك المجموعة السكانية التي تتوجه إليها وأحكامها التقييمية(دورندان، 2002، ص8).

إن الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية، هو أولى العمليات التي يشرع بها المرسل لبناء رسالته الاتصالية، لا اعتبار مهني قائم على أساس أن القائم بالاتصال في أولى خطواته يستحضر الثقافة المرجعية والأطر المهنية والتوجهات الفكرية والأيديولوجية، من أجل الشروع ببناء الرسالة وكأنه يستحضر الشكل المشروع أو المقبول طبقاً لمرجعياته، ثم يأتي بعد ذلك القرار بالتعامل مع الحدث ومن أكثر التطبيقات لهذه الفرضية هو الانتقائية (selectivity) في الحدث الإعلامي من المرسل، إذ تشير الانتقائية إلى أن عملية اختيار الحدث هي عملية سابقة لبناء الرسالة الخاصة به، والوسيلة في هذه المرحلة من عملية الاتصال على وفق الأنموذج الموضوع، تعد متغيراً أساسياً في العملية، ذلك لأن المرسل يضع في حسابه أن لكل وسيلة قدرات محدودة ويأخذ بالحسبان طبيعة الحواس التي تستقبل الرسالة وحدودها وما يرتبط بها من عمليات عقلية عندما يفك الجمهور رموز الرسالة(عطية، 2007، ص79).

فمشاهد الأحداث الدموية في العراق والإنفجارات والقتل، على سبيل المثال، والأعمال التي تنجم عن الإرهاب تصنع أثراً ابلغ مما لو ذكر ذلك في الصحف والمجلات، فالصورة المغمسة بالدم

لها تأثير عنيف وردود أفعال غاضبة في قلوب وعقول من يشاهدها، خاصة إذا رافق ذلك تحليل وتفسير وتوجيه التهم على هذه الدولة أو تلك، أو هذه المجموعة أو تلك، مما يخلق صورة سياسية مقصودة ترغب الحكومة أو وسائل الإعلام في تشكيلها.

الإشاعة ودورها في التأثير بالجمهور:

ان الإشاعة تهدف إلى إخلال الأمن وبلبلة أفكار الرأي العام والسعي إلى التأثير السلبي عليه، وهي تمر بمراحل تمهيدية تهيئ الرأي العام لتقبل الحالة المنوي إحداثها، يتم ذلك عبر الترويج للثرثرة ونشر الأقاويل ومن ثم خلق أجواء القلق وعدم الاطمئنان وصولاً إلى مرحلة إحداث التوتر الأمني أو الشغب، وهي مرحلة قد يتقبلها بعض الناس ويرفضها بعضهم الآخر (الدليمي، 2015، ص188).

وقد ذكرت الدكتورة حميدة آل سميسم في كتابها "الحرب النفسية" أهدافاً أخرى للشائعة نذكر منها الآتي (سميسم، 2005، ص98-99):

1. تحطيم الروح المعنوية للخصم: ذلك عن طريق النيل من القيم المستقرة ومن بناء التنظيم القائم والإخلال بدرجة التماسك والتضامن القائمة بين أفراد ووحدات المجتمع المختلفة.
2. كشف الحقائق: قد تحتاج جهة ما إلى حقائق معينة عن الخصم، كأن تكون بحاجة إلى معرفة خسائره في معركة ما، فنقوم هذه الجهة ببيت الإشاعات عن نتائج المعركة وخسائر العدو فيها- بشكل مضخم ومبالغ - مما قد يدفع الخصم وهو في حالة الانكسار والهزيمة إلى نشر الخسائر الحقيقية له بالتفصيل.

3. استخدامها ستاراً لإخفاء حقيقة ما أو الحط من شأن الأنباء: وذلك عن طريق إطلاق الإشاعات التي تحتضن أخباراً وأخرى حقيقية مما يؤدي إلى تشابك المعلومات وصعوبة التفريق بين الحقيقي منها والملفق.

جمهور القنوات الفضائية :

اصبحت لدراسات الجمهور مكانة متميزة في بحوث الإعلام، لذلك نرى ان كلمة الجمهور شائعة الاستخدام في هذه البحوث وهي تشير إلى المتلقين كأحد العناصر المهمة في نماذج العملية الاتصالية، وهي تشير ببساطة إلى القراء أو المستمعين أو المشاهدين لقناة اعلامية أو لمضمون معين.

إن تعريف الجمهور كما يراه تشارلز رايت بأنه: أي جمهور ينعقد شمله خلال فترة وقتية محددة , ذي حجم لا يستطيع معه رجل الاتصال أن يتفاعل مع أعضائه تفاعلاً مباشراً وجهاً لوجه (Wright,1985,p107).

اما حميدة آل سميسم تعرف الجمهور على أنه مجموعة من الأفراد يجمع بينهم ميل أو اتجاه أو عاطفة مشتركة أو إدراك في وحدة المصالح لذلك يتولد لديهم شعور بالوحدة وتحقيق الذات ويختلف مقدار هذا الشعور من جمهور إلى آخر وتتصف وظيفة الجمهور كوحدة بأنها أكبر من وظيفة الفئة الاجتماعية التي تتكون فقط من مجموعة واحدة من الناس كالنساء أو العاملين أو خريجي المعاهد.. الخ(سميسم، 2005، ص65).

ويعرف حمادة الجمهور بأنه مجموعة من الأفراد المهتمين بالقضية و يجمعهم وعي مشترك بأهمية المشكلة المثارة والرغبة في التوصل إلى حل والجمهور ليس هو الرأي العام نفسه ولكن التفاعل بين أعضائه هو الذي ينتج ما يطلق عليه في النهاية الرأي العام"(حمادة، 2008، ص226).

بينما يمثل الجمهور الهدف الأساس والنهائي في عملية الأتصال، وإذا لم يكن للقائم بالاتصال فكرة كاملة حول قدرات الجمهور العقلية وخصائصه النفسية والعاطفية ولم يكن لديه المام بجميع أهتمامات الجمهور، فسوف يحد ذلك من مقدرته على الوصول اليه وإقناعه مهما كانت الرسالة مصممة تصميماً جيداً ومهما كانت قدرات القائم بالاتصال والوسيلة جيدة فإن هناك عدة متغيرات تؤثر في المضمون الذي يتعرض له الجمهور، مثل: تفكيره وعواطفه وتعليمه وسنه وميوله(الحديدي، وعلي، 2010، ص93).

إن مصطلح الجماهير عنصر أساسي في الشكل الجماعي لجمهور وسائل الإعلام إذ يتضمن في بنيته الظاهرية العديد من الخصائص التي تميزه عن غيره(الدبيسي، 2011، ص45):

- 1- الحجم الواسع والكبير .
- 2- التباعد: فعناصر الجمهور تنتشر في مختلف الاماكن وفي انحاء العالم كافة.
- 3- عدم التجانس حيث تختلف احتياجاتهم ومصالحهم ومن ثم فأنهم يختلفون في سلوكهم الاتصالي.

4- عدم التعارف: غير معروفين بذواتهم ومجهولين لدى بعضهم البعض ولدى القائم بالاتصال.

5- غياب أي تنظيم اجتماعي وفقدان القدرة على التوحد ووجود غير مستقر في الزمان والمكان.

ويمكن القول أن هناك تصنيفات متعددة للجمهور (السوداني، 2015، ص 127-128):

1- الجمهور العنيد: وهو الجمهور الذي لا يستسلم بسهولة لوسائل الإعلام والتي تسعى إلى تغيير الجمهور أو تحويل آرائه واتجاهاته على افتراض أن تلك الوسائل لا تمتلك قوة اقناعية كافية لتغيير عقول الناس وذلك بسبب العوامل الإنتقائية التي تؤثر في فعالية الاتصال والمتمثلة في التعرض الإنتقائي والإدراك الإنتقائي والتذكر الإنتقائي.

2- الجمهور الحساس: إن وسائل الإعلام لها القدرة في التأثير بأشخاص محددين إذ أنه لا توجد دلائل قوية تؤكد بأن بعض الاشخاص أكثر اقتناعاً بالرسائل الإعلامية من غيرهم لكن الأمر يتعلق بأفراد أكثر حساسية يفترض فيهم أن يكونوا بحاجة إلى الحماية أكثر من الأطفال والمراهقين.

3- الجمهور اللامبالي: ويقصد به الجمهور السلبي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بلامبالاة فهو لا يرفضها رفضاً قاطعاً مثل الجمهور العنيد والذي يكون مهتماً بالرسالة إلا أنه يرفضها لأنها لا تتوافق مع ميوله، ولا يستقبل الرسالة مستسلماً مثل الجمهور الحساس.

كذلك تقسيم الجمهور بناء على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع وكالاتي(عبد الحميد،

2004، ص 256):

1- أصحاب الاتجاه الفعلي: وهم الذين يميلون إلى الحكم على الأشخاص والأشياء و المعاني وأوجه النشاط الإنساني في اطار القوانين والنظريات والعلاقات العلمية ويتأثر هذا الجمهور بمستوى التحصيل العلمي المنتظم وسعة الاطلاع على العلوم والثقافات الأخرى.

2- أصحاب الاتجاه المادي أو العملي: الفرد في هذه الفئة يصدر أحكامه في إطار المنفعة المباشرة والعائد المادي.

3- أصحاب الاتجاه الاجتماعي: ويرتبط هذا الاتجاه باطار الأحكام التي تتوارثها الجماعات لنمط سائد من التقاليد والأعراف والعادات التي تحكم علاقة الفرد بالغير داخل الجماعات بأنواعها المختلفة مثل العلاقات داخل الأسرة والجيرة والأصدقاء.

4- أصحاب الاتجاه المعنوي: يتأثر أصحاب هذا الاتجاه بالمنفعة أو العائد المعنوي والذي يتمثل في التوافق والانسجام والإشباع الوجداني والعاطفي والمعايير الساندة في هذا الاتجاه هي المعاني والرموز التي تدعم الحب والخير والسلام والأخوة والتعاطف وهو عكس الاتجاه المادي تماماً.

بينما نجد ان البعض الاخر من علماء الاتصال قسم الجمهور وحسب علاقته بوسائل الاتصال

إلى اربع فئات(حمادة، 2008، 418-419):

1- الجمهور المنتبه الواعي: وهو الجمهور الذي يعتمد على الوسائل المطبوعة بنفس درجة اعتماده على التلفزيون مستخدماً وسائل الإعلام للحصول على المعلومات ويميل إلى مناقشة القضايا العامة وينتمي إلى اعلى درجات السلم الاجتماعي وتكون نسبهم ضئيلة جداً.

2- الجمهور ذو الوعي الكامن: ويعتمد هذا الجمهور على الوسائل الالكترونية أكثر من الوسائل

الصحفية ويفتقد الدوافع للبحث عن المعلومات ذات الطابع السياسي.

3- الجمهور الغافل: وهو الجمهور الذي يكون معرضاً أكثر من غيره لتغيير آرائه من وقت لآخر

تبعاً للظروف التي يمر بها كما أنه غير مهتم بعالم السياسة ولا يسعى لمناقشة الامور

السياسية، كما أنه يعتمد على التلفزيون بشكل أساسي من دون اللجوء إلى الوسائل الأخرى مما

يعني أن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر تأثيراً فيه.

4- الجمهور غير المبالي: وهذا النوع من الجمهور يكون غير مبالي باستخدام وسائل الإعلام ذلك

لانه لا يمتلك أي درجة من الاهتمام العام ويكون استخدامه لتلك الوسائل بشكل محدود وينتمي

في الاغلب إلى الدرجات الاجتماعية والاقتصادية الدنيا.

هناك تصنيفاً اخر للجمهور وفق درجة تفاعله مع الوسيلة ومن وجهة نظر القائم بالاتصال إذ قسم

الجمهور الى (السوداني، 2014، ص114) :

1. الجمهور المفترض : هو مجموع الذين يملكون الوسائل التي تمكنهم من استقبال الرسائل الإعلامية

, فالذين لديهم أجهزة تلفزيون يشكلون الجمهور المفترض للقنوات التلفزيونية .

2. الجمهور الفعلي : أي الذين يستقبلون العرض الإعلامي فعلاً , مثل المشاهدين الموظفين على

برنامج تلفزيوني معين .

3. الجمهور المتعرض : هو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بصرف النظر عن إدراكها وعن الموقف الذي يتخذه منها , فهناك من الجمهور من يستجيب للرسالة وهناك من يتجاهلها.

4. الجمهور الفعال : هو الجزء الذي يتفاعل أو يستجيب للرسالة الإعلامية , وهو الجمهور المستهدف من الإعلانات والدعوات الانتخابية والذي يحاول القائم بالاتصال كسبه أو تحييده.

ولعل هذه ابرز التقسيمات التي توضح مفهوم الجمهور وتبين اقسامه، التي يمكن من خلالها التأثير على الجماهير.

أهمية دراسة الجمهور

أنشئت العديد من المؤسسات والمعاهد في مختلف الدول التي كانت تهدف وبالدرجة الأساس إلى التعرف على وجهة نظر أغلبية الشعب عن القضايا المختلفة. وقد كان هدف معظم الدراسات الإتصالية التي أُجريت هو تحديد الشروط النفسية والاجتماعية الدقيقة التي يتم عن طريقها تغيير الاتجاهات وتكوينها أو إعادة توجيهها , كما أن الابحاث التي كانت تجريها المؤسسات الإعلامية تهدف إلى التعرف على جمهورها الخاص وتصب في اتجاه الأهداف التجارية لتمثل أرضية ثابتة من أجل تخطيط محكم قائم على معرفة حقيقية الجمهور المستهدف, ووصلت الدرجة من الاهتمام بهذه الدراسات الى الحد الذي تم اعتبارها فيه "بارومتر الديمقراطية في المجتمع" فهي كما يصفها بعضهم حوار صريح ومباشر بين السلطة والشعب، والتعرف إلى آراء الجمهور يعتبر ركناً من اركان الديمقراطية وان تهميشه وعدم الأخذ به يعتبر تهميشاً للديمقراطية(الجبور، 2010، ص 224).

فإذا أراد القائم بالاتصال ضمان نجاح العملية الاتصالية بوصول الرسالة إلى الجمهور وضمان تأثره بها فيجب عليه أن يستند إلى المعلومات الخاصة بالجمهور وجمعها وتصنيفها لتحديد طبيعة فئات الجمهور الذي ستوجه له الرسالة الإعلامية وعلى أساس هذا التحديد يتم اختيار أنسب القنوات والرسائل الاتصالية التي يمكن أن تؤثر بالجمهور، لقد كان الاهتمام بدراسة الجمهور كطرف أساسي في العملية الاتصالية قد بدأ منذ ثلاثينات القرن الماضي اثر تطور وسائل الإعلام وما نتج عنه من اعتقاد راسخ بقوة التأثير الذي يمكن أن تمارسه تلك الوسائل على جمهور المتلقين، كما أن الواقع السياسي والاقتصادي وانعكاساته على الميدان الاعلامي ادى إلى بداية الاهتمام بالجمهور لمعرفة خصائصه وحاجاته وأنماط تفاعله مع الرسالة الإعلامية(قسايسة، 2010، ص61).

لقد كان هدف معظم الدراسات الاتصالية التي أجريت هو تحديد الشروط النفسية والاجتماعية الدقيقة التي يتم عن طريقها تغيير الاتجاهات وتكوينها أو اعادة توجيهها , كما أن الأبحاث التي كانت تجريها المؤسسات الإعلامية كانت تهدف إلى التعرف على جمهورها الخاص وتصب في اتجاه الأهداف التجارية لتمثل أرضية ثابتة من أجل تخطيط محكم قائم على معرفة حقيقية بالجمهور المستهدف، ووصلت الدرجة من الاهتمام بهذه الدراسات إلى الحد الذي تم اعتبارها فيه "بارومتر الديمقراطية في المجتمع" فهي كما يصفها البعض حوار صريح ومباشر بين السلطة والشعب، والتعرف إلى آراء الجمهور يعتبر ركناً من اركان الديمقراطية وأن تهميشه وعدم الأخذ به يعتبر تهميشاً للديمقراطية، فإذا ما تجاهلت الصفوة أو النخبة ارادة الجماهير وإذا ما ازدرت هذه الصفوة مشاعر الجماهير ذات الدلالة السياسية فإن هذه الصفوة ستكتشف ان الجمهور الذي كان يبدو غافلاً سيصبح

جمهوراً ثائراً هائجاً يؤكد ارادته بل ويرتب انتقامه بطريقة لا يخطئها النظر(الجبور ، 2010، ص223-224).

لذلك فإن دراسة الجمهور تعد أحد عوامل تنشيط الديمقراطية حيث تعمل الحكومات على كسب تأييد رعاياها في القرارات و المحافظة على قبول الرعايا ومصالحهم تحسباً للإنتخابات اللاحقة وتعمل الأحزاب السياسية والأشخاص المتنافسة على السلطة على تمويل الصحف ووسائل الإعلام الأخرى بهدف كسب الجمهور لصالحهم، إن آراء الجمهور واتجاهاتهم انما تصبح ذات معنى عندما يتم اتخاذ موقف معين من قبل افراد كثيرين وبحرية تامة دون أي خوف، ويتمتع هذا القرار بكثير من الشدة بحيث يسمح باتخاذ اجراء مباشر أو غير مباشر إزاء الهدف المقصود، وبالتالي تظهر أهمية دراسة الجمهور بصورة ملحة مع تزايد اعداد الوسائل الإعلامية واتساع نشاطها ونطاقها فضلا عن اتساع حجم الجمهور وحاجاته واتجاهاته بحيث لا يمكن إغفال هذا الدور في بناء مضامين اتصالية تتسجم مع الشكل الذي يظهر فيه الجمهور في عالم متطور ومتغير بشكل سريع ومتزايد.

البث الفضائي في العراق

قام الملك فيصل الثاني بافتتاح اول محطة للتلفزيون في العراق رسميا يوم 2 ايار 1956، وكانت اول مذيعة للتلفزيون في العراق هي (صبيحة المدرس)، واصبح التلفزيون بعد ثورة 14 تموز 1958 احدى ادوات الدولة السياسية ذات الاهمية الخاصة، فأصبح التلفزيون وسيلة جوهرية للاتصال بالجمهور(عبد المجيد، 2015، ص24) .

أطلق العراق أول بث تلفزيوني فضائي 1997/7/17 باسم قناة العراق الفضائية وذلك بعد معاناة كبيرة بسبب ظروف الحصار آنذاك، وتم النقل عبر القمر الصناعي المصري نايل سات(101)(شريف، 2000، ص138).

وسعت الفضائيات في الانتقال بغالبية الجمهور إلى الدول والمجتمعات الأخرى، وما تقدمه من معارف وآراء حول هذه الدول والمجتمعات ونظمها السياسية والاقتصادية، وقدرتها على تشكيل الصورة السياسية عنها، مما دفع الكثير من الدول إلى إطلاق قنواتها الفضائية الخاصة، وكان العراق من أوائل الدول التي تنبعت لأهمية دور الفضائيات، ولكن الحصار الشامل الذي كان يتعرض له العراق في أثناء عقد التسعينيات، عرقل خطه في هذا الاتجاه. ويمكن للمشاهد اليوم التمييز بين القنوات الفضائية عن طريق شعار كل منها الذي يتوزع في أحد جهات الشاشة الأربعة، وفي وقت حرصت فيه عدد من القنوات العربية على استخدام الحرف العربي بسماته الواضحة الجميلة، لم تجد قنوات أخرى إلا أن تتبنى الحرف اللاتيني، بينما حاولت مجموعة ثالثة أن تجمع الحرفين معاً، أما المجموعة الأخيرة فاخترت التعامل مع الصورة رمزا لقناتها(أبو اليزيد، 2005، ص580).

في ظل المسيرة التاريخية للفضائيات العراقية، يستعرض الباحث أول قناتين فضائيتين قبل الاحتلال الامريكي للعراق، هما:

قناة العراق الفضائية:

بدء البث الفضائي باسم قناة العراق الفضائية في 1997/7/17، وتم النقل عبر القمر الصناعي المصري نايل سات(101)، ومن ثم على القمر العربي عربسات على مدى أربع ساعات في أثناء مدة

البث المسائي التي امتدت بين الساعة السابعة مساءً والساعة الحادية عشر ليلاً بتوقيت بغداد؛ قبل أن يبدأ إرسالها المنظم في اثناء البث صباحاً ومساءً ثم استقر بعدها الإرسال على مدى (24) ساعة (شريف، 2000، ص138).

وغطى إرسال قناة العراق الفضائية الوطن العربي وأوروبا والأمريكيتين وكندا، وكانت قناة العراق الفضائية تتبع العديد من الأسس لتوزيع البرامج التلفزيونية على مدار (24) ساعة من أجل تحقيق موازنة عمل بين البرامج السياسية والثقافية والفنية، فضلاً عن تحقيق نظام إعادة مدروس؛ إذ كان يعاد عرض البرنامج الواحد مرتين في اليوم أو في الأسبوع وحسب مضمون المادة الإعلامية، ومراعاة فارق الوقت بين العراق وبقية دول العالم لضمان متابعة أكبر قدر ممكن من المشاهدين، وكان هناك ثلاثة عشر برنامجاً تلفزيونياً يستخدم أسلوب البث المباشر ويعالج مختلف الموضوعات الثقافية والفنية والاجتماعية والسياسية، كذلك كان هناك العديد من برامج المنوعات التي تعتمد على تقديم الأغنية العراقية ولاسيما التراثية، كما أعطت القناة اهتماماً وحصّة مناسبة للدراما العراقية وذلك تلبية لرغبات المشاهدين خارج العراق، كذلك كان هناك اهتمام بالبرامج الرياضية، وكانت قناة العراق الفضائية تستخدم أسلوب البث المباشر عن طريق إعداد برامج تعالج فيها الموضوعات الثقافية والفنية والاجتماعية والسياسية، وكانت تقدم برامج للمنوعات التي تعتمد على تقديم الأغنية العراقية ذات التراث العراقي والبغدادي الأصيل، وكانت القناة تتبع أسلوب الاتصال المباشر مع جمهورها عن طريق الاتصال بالهاتف من أجل تلبية طلبات المشاهدين من داخل العراق وخارجه (الحديثي، 2001، ص266).

ومع دخول قوات الإحتلال الأمريكي إلى العراق عام 2003 توقفت هذه القناة عن البث. ومن المصادفة المقصودة، أن قناة الحرة "الأمريكية" تبث برامجها اليوم على الموقع الذي كانت قناة العراق

الفضائية تبث منه، بعد أن توقف بث هذه القناة، وهو ما يشكل رسالة مفادها أن قناة الحرة الفضائية موجهة إلى العراق بشكل خاص عبر قناة "الحرة . عراق" وكذلك قناة الحرة الرئيسة والموجهة إلى المنطقة العربية(ياسين، 2004، ص59).

تلفزيون بغداد الدولي:

قام المسؤولون عن شؤون الإعلام في العاشر من كانون الأول من العام 1996، باستحداث دائرة تلفزيون بغداد الثقافي بموجب قرار حكومي أعطى الاستقلالية الإدارية والمالية للمؤسسة المستحدثة، واقترح أن يرأسها موظف بدرجة مدير عام، لتحقيق الأهداف السياسية والثقافية المنصوص عليها في قانون وزارة الثقافة والإعلام السابق، وأشار القرار إلى أن القناة يرجى منها تحقيق الأهداف السياسية للعراق على المستوى الداخلي والخارجي، وخاصة مخاطبة المغتربين العراقيين والعرب في دول العالم المختلفة، ولتنفيذ ذلك حاول العراق تأمين قناة قمرية على أحد الأقمار الصناعية عام 1993، وبعد أن عجز عن تأمين هذه القناة على القمر العربي عرصات بسبب الديون المترتبة عليه للشركة المشغلة للقمر نتيجة الحصار المفروض على العراق، تم حجز قناة قمرية في العام 1996 على القمر الأوربي "هوت بيرد 2 Hot bird" وتعرض المشروع إلى التوقف لاحقا لأسباب مالية أيضا، واعتمد المشروع في تمويله على عدة مصادر من بينها(حسين، 2000، ص73):

أ. المنحة السنوية المخصصة للدائرة من الموازنة العامة للدولة.

ب. الهبات والتبرعات وفقا للقانون.

ج. إيرادات نشاطات الدائرة.

اما القنوات الفضائية العراقية التي تأسست بعد الاحتلال الامريكي الذي عانى العراق منه ومازلت اثاره الغاشمة تقطع اوصال العراق، اتخذت الحكومة والأحزاب السياسية والشخصيات مكانا خاصا لها في فضاء العراق، فالقنوات الفضائية التي تكون كلها تجارية وترفيهية متمثلة بالإعلانات والبرامج الترفيهية في يوم، قد تصبح كلها "مواطنة، أي وطنية" في اليوم التالي بسبب حدث ما.

ان الفضائيات العراقية التي تأسست بعد الاحتلال الامريكي كثيرة، وبحسب دراسة (سازان سامان عبد المجيد، 2015) بلغت اعداد الفضائيات العراقية (60) فضائية، يستعرض الباحث مجموعة من هذه الفضائيات حسب تاريخ تأسيسها تصاعدياً وهي :

أولاً. قناة الفرات الفضائية

تعد واحدة من القنوات الفضائية العراقية العديدة المستحدثة بعد الاحتلال في 2003/4/9، وهي كالفنائيات الأخرى تبحث عن المكانة المناسبة لها في المشهد الإعلامي العراقي بما تقدمه من برامج، وبدأت القناة بثها الفضائي التجريبي يوم 2004/9/23، وتعد القناة المنبر الإعلامي المعبر عن توجهات المجلس الإسلامي الأعلى وذراعه الإعلامية، الذي يتزعمه "عمار الحكيم"، وتركز اهتمامها بالشأن العراقي في برامجها، وقد حصلت على الترخيص من هيئة الإعلام والاتصالات بتاريخ 2005/9/30، وتقدم القناة نفسها على أنها "قناة الأصالة والاعتدال" وتبث القناة برامجها على مدار الساعة وعبر أربعة أقمار صناعية هي "النايلسات، والهوت بيرد، وقمر OptusD2 و Galaxy 25" كما تبث القناة على النظام الأرضي في عدد من المحافظات وهي "بغداد، وكربلاء، والنجف، والبصرة"، وتعد قناة الفرات من القنوات الفضائية ذات طابع ديني باتجاه سياسي حزبي، إذ تهتم بشكل كبير بالأخبار الخاصة بالمجلس الإسلامي الأعلى، والتي تنصدر النشرات الإخبارية، كما تقوم بنقل وجهات

نظر وآراء ومواقف المجلس عن طريق البرامج التي تقدمها على الصعد المختلفة، وهي تعنى بعدد من الموضوعات المختلفة منها السياسي والأمني والحكومي والديني والاقتصادي والرياضي، وللقناة العديد من البرامج السياسية تتناول فيها مستجدات الأحداث السياسية والتطورات الناجمة عنها، فضلا عن البحث والخوض في العوامل والمتغيرات التي تؤثر في الشارع السياسي، وسُجلت بعض المؤشرات السلبية على تعاطي القناة مع بعض القضايا(نور، 2008، ص220).

ثانياً. قناة العراقية الفضائية

باشرت القناة بث برامجها كقناة أرضية في 2003/5/1 ويواقع أربع ساعات يوميا، ثم إلى إحدى عشرة ساعة بعد أسبوعين، وفي 2003/8/1 وصل البث إلى تسع عشرة ساعة، واتخذت القناة من قصر المؤتمرات في بغداد مقرا أداريا لها، وفي مطلع عام 2004 انتقل البث إلى الفضائي، وحاليا يصل عدد ساعات البث إلى 24 ساعة، وتبث القناة على الأقمار الصناعية "عريسات و نايلسات وهوت بيرد وهسباسات وانتلسات"، واستفادت القناة مما تبقى من الأجهزة العائدة لقنوات "تلفزيون وفضائية العراق وتلفزيون الشباب"، وتمول القناة من المال العام، وتتسم برامجها بالتنوع، ويتضمن منهاجها النشرات الإخبارية والبرامج السياسية، فضلا عن البرامج الثقافية والاجتماعية والترفيهية، والقناة مرخصة من هيئة الإعلام والاتصالات بتاريخ 2010/1/1، وكانت عملية إنتاج وبث البرامج قد عهد بها إلى شركة أجنبية هي شركة "هارس" الأمريكية وأخرى عربية هي "LBC" اللبنانية مما انعكس سلبا على طبيعة الإنتاج البرامجي لهذه القناة، وبتاريخ 2005/4/8 تسلمت الإدارة العراقية مسؤولية الإدارة المباشرة وبالإمكانات العراقية، بعد أن تم تأهيل عدد من العاملين في تلفزيون العراق سابقا وعدد

آخر من الإعلاميين العراقيين، عن طريق دورات تدريبية خارج العراق وداخله ودعوة بعض العناصر الشابة للعمل في القناة، (فاضل، 2004، ص4).

وتقدم القناة برامج متنوعة ثقافية ودينية وسياسية فضلا عن عدد من البرامج الأخرى، وتهتم القناة بالأخبار بصورة خاصة إذ تقدم خمسة عشر موجزا ونشرة إخبارية، وبسبب غياب القنوات التلفزيونية العراقية كان للقناة فرصة كبيرة لتحقيق الانتشار الجماهيري، وبالتالي استطاعت أن تكون النافذة الوحيدة للجمهور العراقي، وقد أدارت قناة العراقية الفضائية عام 2003 شركة "ساينس ايليكترونز"، التي فازت بعقد إدارته من وزارة الدفاع الأمريكية وبدأت النواة الأولى لقناة العراقية من خلال العمل بخيمة في قصر المؤتمرات، وتبنى الفكرة "احمد الركابي" والمذيع "شميم رسام"، التي تركت العراق عام 1990 لتعمل في وسائل إعلام عربية في الولايات المتحدة، وكان هؤلاء من بين مجموعة مستشارين إعلاميين جمعهم وزارة الخارجية الأمريكية في إطار الإستعداد للحرب على العراق عام 2003، (محمد، 2005، ص84).

ثالثاً. قناة الشرقية الفضائية

قناة الشرقية الفضائية شركة إعلامية مسجلة في مدينة دبي للإعلام، ويترأس مجلس إدارتها وتمويلها الإعلامي العراقي "سعد البزاز"، وأطلقت القناة بثها التجريبي في الساعة العاشرة من صباح يوم الثلاثاء المصادف 2004/3/23، وعلى مدار ثماني ساعات يوميا ولمدة ثلاثة أسابيع، ليكون يوم 2004/4/13 هو اليوم الأول الذي مثل نهاية البث التجريبي وانطلاقة البث الرسمي المنتظم وعلى مدار اليوم، وباشرت القناة في هذا اليوم بث برامجها المعدة مسبقا على القمرين الصناعيين "عربسات وبتردد 1296" و"النايلسات وبتردد 11785"، وحصلت القناة على ترخيصها من هيئة الإعلام

والاتصالات بتاريخ 2005/10/1، وكان أستوديو القناة في بغداد يتولى بث مواد وبرامج القناة ولمدة "7" ساعات يوميا يبدأ البث من الساعة "11" صباحا بتوقيت بغداد حتى الساعة "6" مساءً، ويتسلم البث بعد ذلك المقر الرئيس في مدينة دبي الإعلامية؛ فيقوم ببث مواد وبرامج القناة لغاية اليوم الثاني إلى الساعة "11" صباحا ليتولى بعد ذلك مكتب بغداد بالبث (خليل، 2008، ص120).

وتعد القناة من القنوات الفضائية "المستقلة" حسبما تعلن عن نفسها، واستطاعت القناة التقدم على مثيلاتها من القنوات العراقية خلال مدة قصيرة، وسعت القناة إلى أن تكون محايدة ولا تمثل أي جهة سياسية أو حزبية أو قومية أو دينية، وتحصل دائماً على نسبة مشاهدة عالية في العراق، وتبث القناة على الأقمار "نايلسات، وعربسات، هوت بيرد، والقمر الاسترالي UBI" وتعرض على كل رأس ساعة نشرة وموجز إخباري وبالتعاقب، أما في الوقت الحالي فتبث قناة الشرقية الفضائية موادها وبرامجها من مقرها الرئيس في مدينة دبي الإعلامية وأستوديوها في لندن والأردن. (الشمري، 2010، ص386).

رابعاً. قناة الفيحاء الفضائية

بدأت القناة بثها في الرابع من تموز العام 2004، وجاء في ديباجة التأسيس أنها فضائية تبث للشعب العراقي من داخل العراق وخارجه، والشعوب العربية في دول الجوار والإقليم، وحصلت على الترخيص من هيئة الإعلام والاتصالات بتاريخ 2009/9/11، وبأشرت القناة بثها من إمارة عجمان في دولة الإمارات العربية المتحدة، والقناة مسجلة في مدينة دبي للإعلام، ويتأسس مجلس إدارتها الإعلامي محمد الطائي، وتبث القناة برامجها عبر أقمار عدة، "النايلسات، والهوت بيرد، وجالكسي"، وتعرضت القناة إلى الإغلاق، بعد اختطاف القنصل الإماراتي في العراق عام 2006، إذ طلب

الخاطفون غلق القناة مقابل إطلاق سراحه، وهذا ما حصل فعلا بعد مدة قليلة من إطلاق سراح القنصل الإماراتي المختطف، وبعد مدة من الانقطاع عادت القناة للبث من محافظة السليمانية شمال العراق، وتهتم القناة بالبرامج السياسية والإخبارية، كما تهتم القناة بمشاكل العراقيين في جنوب العراق، وللقناة مكاتب في داخل العراق وخارجه، وتمتلك القناة ميزانية مالية ضخمة ويتضح ذلك عبر شرائها لأحد أكبر وأشهر الفنادق في محافظة السليمانية، كما تقوم القناة بمنح رواتب شهرية كبيرة للعاملين فيها تصل إلى "2000" دولار (حميد، 2008، ص136).

خامساً. قناة بغداد الفضائية

باشرت قناة بغداد بثها الفضائي بتاريخ 15 تموز 2004، وهي قناة ثقافية اجتماعية سياسية متنوعة تعنى بالشأن العراقي، وتعد قناة بغداد الفضائية من القنوات الحزبية، وتصنف أنها دينية على الرغم من ميولها السياسية، وتعد المنبر الإعلامي للحزب الإسلامي العراقي، الذي تزعمه أسامة التكريتي (سابقاً) وأياد السامرائي (حالياً). وحصلت القناة على ترخيصها من هيئة الإعلام والاتصالات بتاريخ 2006/1/1 وتتبني القناة منهجاً إسلامياً، وتقول عن منهجها بأنه وسطي ومعتدل ومنفتح على قطاعات المجتمع المختلفة، واتخذت القناة من العاصمة بغداد مقراً لها، وبعد تعرض مقرها للتفجير في نيسان من العام 2007 انتقل مقرها إلى العاصمة الأردنية عمان ومازال هناك (بدوي، 2009، ص75).

وتوفر القناة أهمية للبرامج الحوارية السياسية، ويُناقش فيها الصراع بين الكتل السياسية، وما خلفه هذا الصراع من فراغ سياسي ودستوري، وتعنى بعرض مواقف الدول المجاورة للعراق وظلال تلك المواقف على الساحة الداخلية العراقية، وكذلك تتعرض إلى التدخل الأمريكي في الشأن السياسي

والأمني للعراق، كما أن للقناة برامج دينية، وسجلت على القناة خرقها للاتحة وقواعد ونظم البث الإعلامي المعتمدة من هيئة الإعلام والاتصالات، وتعتمد القناة في تمويل برامجها على منح تحصل عليها من الحزب الإسلامي وكذلك عن طريق الإعلانات(حمادي، 2007، 134).

سادساً. قناة السومرية الفضائية

أسست قناة السومرية في السابع والعشرين من أيلول من العام 2004 لمالكها رجل الأعمال "شفيق ثابت"، وكانت البداية الخاصة بالبث في العشرين من أيلول وبمعدل "5 ساعات يوميا في سياق البث التجريبي، ثم استمر البث حتى الخامس عشر من شهر تشرين الأول من العام ذاته ليبدأ البث الرسمي للقناة، وهي قناة فضائية عراقية تتميز بإظهار قيمة العراق كبلد وكأفراد، والإهتمام بالجوانب الخاصة بالفرد العراقي، والتعامل مع القضايا السياسية المطروحة، وانطلقت مسيرة البث الرسمي والمنتظم لقناة السومرية الفضائية العراقية في 2004/10/15 المصادف أول أيام شهر رمضان وعلى مدار 24 ساعة يوميا عبر القمر الصناعي "نايلسات" أما الإجراءات الرسمية لتأسيس القناة فإنها ارتكزت على استحصال موافقات هيئة الإعلام والاتصالات، والتي عززت بحجز موجات البث والإرسال فضلا عن تسجيل القناة لدى الجهات الرسمية الحكومية والدولية، وحصلت القناة على الترخيص بتاريخ 2005/11/1، وبشان توجه القناة ومضمون رسالتها الاتصالية والهدف من انبثاقها، فإنها تعمل، حسب قولها، من أجل هدف أساسي هو الغد الأفضل "لعراق واحد"، وتسعى للمساهمة في بث الأمل عند المواطن العراقي عن طريق شعارها "نبث الحياة"، وهذا يظهر على شاشة القناة في أثناء بثها البرامجي اليومي، ولا يعني شعارها الحيادية لأنه كما يقول مدير مكتبها في بغداد "جاسم اللامي": (لا يمكن التعامل بشكل حيادي، ولكن الخط والشعار الواضح للسومرية هو المصلحة العامة)، وتسعى

القناة في الجانب السياسي إلى تناول المشهد السياسي والأمني العراقي بشكل متواصل عبر برامجها الإخبارية اليومية، وحتى في برامجها الحوارية والسياسية، كما سعت إلى استقطاب اهتمام العراقيين جميعهم بكل خلفياتهم الدينية والقومية والمذهبية والفكرية؛ فضلا عن السعي لاستقطاب العراقيين والعرب المقيمين في أنحاء العالم، وتتخذ القناة من بيروت مقرا رئيسا لها فضلا عن مكتبها الرئيس في العاصمة بغداد، وتملك عدداً من المكاتب الإعلامية في بعض المحافظات العراقية(عبد الكريم، 2008، ص96-98).

سابعاً. قناة المسار الفضائية

تأسست قناة المسار بتاريخ 2004/12/13، وبدأت عملها عبر بثها الأرضي، والقناة هي لسان حال حزب الدعوة تنظيم الداخل، الذي يتزعمه "عبد الكريم العنزي"، وجاء في بيان التأسيس أنها تركز الوعي الإسلامي والفهم الإسلامي للأحداث السياسية المحلية والعالمية، وتعد القناة من القنوات الحزبية الدينية، وتملك القناة العديد من المكاتب داخل العراق وخارجه، وتبث القناة برامجها على القمرين "تايلسات وهسباسات"، وتعتبر القناة عن مجموعة من الأهداف من أبرزها، السعي إلى اعتماد الوسطية والاعتدال في الخطاب السياسي والديني، والسعي إلى دعم العملية السياسية في العراق لاسيما وان الحزب جزء أساسي من الحكومة، وحصلت القناة على الترخيص من هيئة الإعلام والاتصالات بتاريخ 2009/9/1، وأدت الخلافات السياسية بين أجنحة الحزب قبل الانتخابات البرلمانية الأخيرة في 2010/3/7، إلى شطر القناة إلى قناتين هما "المسار المستقلة" و"المسار الأولى" التي أسست في الثاني من آذار العام 2010. (فاضل، م.س، ص136).

ثامناً. قناة الديار الفضائية

بدأ البث الفضائي لقناة الديار عام 2004 ويملكها الإعلامي العراقي فيصل الياسري، ومدعومة من شبكة راديو وتلفزيون العرب "art"، التي يعمل فيها الياسري مستشاراً، وهو صاحب مؤسسة الديار، الوكيل الوحيد حالياً في العراق للشركة العربية للتوزيع الرقمي "الأوتل"، وشعارها "فضائية عربية بنكهة عراقية"، وحصلت على الترخيص من هيئة الإعلام والاتصالات بتاريخ 2005/10/1، وتتبع القناة أسلوباً مغايراً لبقية القنوات الفضائية في عرض الأخبار، حيث أنها لا تعرض نشرات إخبارية مفصلة أو موجزة، لكنها تتطرق إلى المادة الإخبارية من خلال البرنامج اليومي "صحف اليوم" الذي يتناول أبرز ما تنشره الصحف المحلية العراقية من أخبار، وأن الرافد الأساس للجمهور في الحصول على الأخبار هو الشريط الإخباري "السبتايتل"، الذي تعرض من خلاله أهم الأخبار المحلية الخاصة بالشأن العراقي، أما العمل الإخباري في القناة، فتسعى القناة إلى أن تتبع نهجاً جديداً في أسلوب تقديم البرامج الإخبارية، تمثل في إلغاء نشرات الأخبار التقليدية المألوفة والاستعاضة عنها بقصار الأخبار، وتركز على مستجدات وتقارير مباشرة ميدانية بعنوان "بغداد اليوم" وتقارير آنية وفورية للأحداث السياسية ودون انتظار مواعيد نشرة الأخبار، وكذلك قراءة صباحية لعناوين الصحف، وقراءة تفصيلية للصحف ظهر اليوم نفسه، وكذلك برنامج "كنا هنا" وهو نقل ميداني للأنشطة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية عند حدوثها، أما "بغداد الآن" فهو مشاهدة مباشرة من بغداد، أو من على سطوح قناة الديار (عبيد، 2009، ص 129).

تاسعاً. قناة بلادي الفضائية

بدأ البث التجريبي للقناة في الخامس عشر من كانون الثاني من العام 2005، واستغرق البث ست ساعات، وتصف القناة نفسها أنها إخبارية سياسية، وتبث برامجها عبر ثلاثة أقمار صناعية هي: "عربسات، ونابلسات، وهوت بيرد"، وعلى الرغم من اهتمام القناة بالشؤون السياسية، إلا أنها تقوم بتناول شتى الموضوعات الدينية والثقافية والفنية، وتناقش القناة بالشؤون السياسية، إلا أنها تقوم وحصلت القناة على ترخيصها من هيئة الإعلام والاتصالات بتاريخ 2005/3/22، وتعد قناة بلادي من الفضائيات العراقية الحزبية التي يغلب عليها الطابع الديني على الرغم من ميولها السياسية، وتمول من تيار الإصلاح الوطني الذي يتزعمه "إبراهيم الجعفري"، وتتسم بالطابع المنوع، وتتجه القناة في معالجتها لقضايا العراق باتجاه تأييد العملية السياسية، وتبث عدداً من البرامج السياسية على مدار الساعة، ولديها عدد من المرسلين داخل العراق، ولها مكاتب عدة في محافظات العراق، ويعمل فيها مجموعة من المحللين والمساهمين الذي ينقلون الأحداث اليومية وابرز المستجدات على الساحة العراقية(فاضل، 2010، ص145).

عاشراً. قناة البغدادية الفضائية:

بدأت قناة البغدادية الفضائية بثها يوم 12 أيلول عام 2005، بعد أن قرر رجل الأعمال العراقي "عون حسين الخشلوك" المقيم في أوروبا والمنحدر من عائلة عراقية من محافظة ذي قار تأسيسها والإشراف على تنفيذها وفق معايير الاحتراف في الآراء، والحداثة في الشكل والتقنيات، والحرية في الخطاب السياسي والثقافي والفني وإبراز مكانة العراق الحقيقية، وتبث البغدادية عبر الأقمار "النابلسات والعربسات والهوت بيرد والابوتس"، وقامت القناة بإنشاء ستة استوديوهات ضخمة داخل

العراق، منها أربعة للبرامج المنوعة والدراما واثنان للبرامج الإخبارية، كما أنشأت استوديوهات جديدة في القاهرة مزودة بأحدث تقنيات البث التلفزيوني، ولها مكاتب في عمّان ودمشق وتفويض في بيروت والسويد والنرويج وهولندا وأستراليا، وتسعى لافتتاح مكاتبين في أربيل والسليمانية ولندن، وتشير القناة إلى هويتها بالقول، أنها مهنية مستقلة تتمسك بالهوية الوطنية العراقية، وتعد نفسها تعبر عن كافة المكونات العراقية المتنوعة، ومن هذا المنطلق دعت إلى استقلال العراق، واستعادة السيادة الوطنية وبناء نظام ديمقراطي حر وموحد، يقر بالتعددية الفكرية والسياسية والقومية والدينية، وتبث القناة على مدار الساعة، وتعد من وسائل الإعلام المواكبة للإحداث الجارية على الساحة العراقية، وأعطت القناة مساحة واسعة للأخبار السياسية والأمنية في العراق، من خلال تصدرها للنشرات والمواجيز الإخبارية، كذلك أعطت حيزاً للأخبار العربية والعالمية، وحصلت القناة على الترخيص من هيئة الإعلام والاتصالات بتاريخ 2006/12/6، (ناصر، 2009، ص216).

إحدى عشرة. قناة آفاق الفضائية

تأسست القناة بتاريخ 2005/12/1، وترتبط القناة بحزب الدعوة لتنظيم الخارج، الذي يتزعمه "نوري المالكي"، وظلت القناة لمدة تعاني من مشاكل فنية وإعلامية جعلت من عملها متذبذباً، وتوقفت في العام 2006 بالتزامن مع الحرب الإسرائيلية على لبنان، لاسيما وأن القناة كانت ترسل بثها الفضائي من هناك، وبدأ البث الفعلي للقناة يوم 2007/9/15، وتبث القناة برامج تتسم بالصبغة الدينية كونها تتبع لحزب إسلامي، وكذلك تعطي مساحات واسعة للنشرات الإخبارية والبرامج السياسية، وتبث اليوم على مدى 24 ساعة يوميا، وحصلت على الترخيص من هيئة الإعلام والاتصالات بتاريخ 2005/10/1، وتبث القناة إرسالها على الأقمار الصناعية " نايلسات، وهوت بيرد، و W6" وتمتلك

القناة عدداً من المكاتب الخارجية في عواصم عربية وعالمية من أبرزها "لندن، وطهران، والقاهرة، وبيروت، وغزة" كما تمتلك مكاتب في غالبية المحافظات العراقية عدا المحافظات الشمالية. (حميد، 2008، 144).

اثنتا عشرة. قناة صلاح الدين الفضائية

تأسست القناة بتاريخ 2005/10/5، وبدأت بثها التجريبي عبر القمر الصناعي نايلسات بمعدل ثلاث ساعات ثم ارتفع البث إلى 24 ساعة، والقناة تابعة لمجلس محافظة صلاح الدين وتمول من المال العام، وتولي القناة الاهتمام بالأخبار والمستجدات الخاصة بالمحافظة كأسبقية أولى، كما تهتم بالشأن السياسي الداخلي للعراق، وتعرض القناة مسلسلاتٍ وأفلاماً أجنبية وبرامج وثائقية، وتسعى القناة إلى نشر الوعي السياسي والثقافي والاجتماعي لبناء الشخصية العراقية الوطنية المستقلة، وإبعادها عن أي عقيدة أو تبعية حزبية، كما تسعى إلى تعزيز الترابط الشعبي بين أبناء العراق، وحصلت القناة على ترخيصها من هيئة الإعلام والاتصالات بتاريخ 2008/4/1 (علوان، 2009، 326).

ثلاث عشرة. قناة الحرية الفضائية

تعد قناة الحرية أول قناة عراقية أرضية تبث برامجها على التردد الأرضي من بغداد بعد الاحتلال مباشرة أي في 2003/4/9، وانطلقت كفضائية في 2006/2/1 في أول نشرة إخبارية، وكان بثها في بادئ الأمر بست ساعات ثم بتسع والآن 24 ساعة، وكان التردد في أول الأمر ضعيفاً ثم تحول التردد على قمر "النايلسات" بدءاً من 2006/6/1، لتدخل القناة عالم البث الفضائي، وحصلت القناة على الترخيص من هيئة الإعلام والاتصالات بتاريخ 2007/3/1، والقناة ناطقة باللغة

العربية على الرغم من كونها كردية من حيث الهوية والتمويل، وترتبط القناة بحزب الاتحاد الوطني الكردستاني، وتحاول شرح الخطاب السياسي الكردي للجماهير العربية من الشعب العراقي، وجاء في ديباجة التأسيس أن الغاية من إنشائها بالدرجة الأساس لجملة أمور، يأتي في مقدمتها مساهمة القوى السياسية الكردستانية وعلى رأسها الإتحاد الوطني الكردستاني في العملية السياسية للبلاد، لذلك دعت الضرورة إلى إنشاء هذه القناة بغية نقل الصورة الحقيقية عن المطالب المشروعة للشعب العراقي عموماً والشعب الكردي خصوصاً . إلى الأخوة العرب في العراق والعالم العربي تعزيزاً للعلاقات الأخوية بين الأكراد والعرب في العراق، وتهتم القناة أولاً بالأبناء الخاصة بـ "جلال الطالباني" وكتلة التحالف الكردستاني، وثانياً بالأخبار المحلية الأخرى حسب السياسة التحريرية للقناة، وعلى الرغم من أن القناة خصصت للأخبار السياسية في نشراتها حيزاً كبيراً، إلا أنها لم تغفل الأخبار التي تعنى بالشؤون الأخرى(نور، 2008، ص199-200).

اربع عشرة. قناة الرافدين الفضائية

وهي فضائية عراقية إخبارية سياسية بالدرجة الأولى؛ تمثل هيئة علماء المسلمين، تقدم البرامج السياسية والدينية والثقافية والعلمية والاقتصادية والرياضية، وانطلق بث قناة الرافدين الفضائية في 10/4/2006 ومقرها الرئيس في مدينة الإنتاج الإعلامي في "السادس من أكتوبر" في مصر، وللقناة أربعة مكاتب في عمان وسوريا وفلسطين و بغداد، وأغلق مكتب بغداد قبل نهاية العام الأول لانطلاقها بعد تعرضه للتفجير، وتبث القناة برامجها على القمر العربي "النيلسات" وعلى مدى أربع وعشرين ساعة(عبيد، 2009، ص139).

خمس عشرة. قناة الاتجاه الفضائية

تأسست قناة الاتجاه بتاريخ 2008/1/1، وجاء في ديباجة التأسيس أن القناة تسعى إلى اعتماد الموضوعية وتحاول أن تحدث فرقا لدى المتلقي في زحمة التدفق الإعلامي المحكوم باعتبارات مصلحيه أو سياسية، وتصنف القناة نفسها أنها، إخبارية وثقافية بالدرجة الأساس، فضلا عن الإشارة إلى أنها مستقلة لكنها لم تشر إلى مصادر تمويلها وارتباطها الإداري والمالي، يقع مقر القناة الرئيس في بغداد، ولها مكاتب في اربيل وبيروت والقاهرة وغزة، وتعرّف القناة نفسها أنها قناة إخبارية سياسية ثقافية، إلا أنها لاتخلو من الصبغة الدينية، وأنها ملتزمة بالموقف الوطني الملتزم من المشروع الأمريكي الصهيوني في المنطقة، وحصلت القناة على ترخيصها من هيئة الإعلام والاتصالات بتاريخ 2008/2/1 (فاضل، 2010، ص154).

ثانياً: الدراسات السابقة

1. دراسة، ميليسا جونسون **Melissa A. Johnson (1996)**، بعنوان "الأشخاص من أصول

لاتينية و التلفزيون في الولايات المتحدة "

هدفت هذه الدراسة في بحث تأثيرات مشاهدة التلفزيون من قبل النساء من أصول

لاتينية في الولايات المتحدة على عملية التثاقف، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وطبقت

على عينة من المجتمع الامريكي كذلك تبحت الدراسة إستخدا التلفزيون بهدف تعلم اللغة

الإنكليزية وكذلك إستخدامات التلفزيون باللغة الإسبانية.

وأظهرت النتائج أن النساء ممن يتابعن البرامج الحوارية هن أكثر رغبة في التثاقف.

وان النساء ذوات المستوى المادي والتعليمي الاعلى هن أكثر مشاهدة للتلفاز باللغة الإنكليزية

وبالتالي أكثر تثاقف من النساء ذوات المستوى الاقتصادي والتعليمي الاقل.

وأظهرت النتائج كذلك ان استخدام النساء من أصول لاتينية للتلفاز متفاوتة، كما هو

الحال مع النساء من أصول أخرى، وأن هذه المتغيرات الديمغرافية لتفسر سوى جزء من

أسباب التفاوت في درجات التثاقف، حيث ان 24% فقط من النساء يتابعن التلفاز باللغة

الإسبانية.

2. دراسة، **جيمس روز James Roas (2002)**، بعنوان " تأثير وسائل الاتصال على

اتجاهات المراهقين وسلوكهم السياسي"

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات الفرد وسلوكه السياسي،

من خلال استخدام منهج المسح والمنهج المقارن، وطبقت الدراسة على عينة من الأفراد وفي

مختلف مناطق سكتاهم من الحضر والريف.

خلصت الدراسة إلى أن زيادة تعرض الفرد لوسائل الاتصال تزيد من الدافعية السياسية

لديه، كما أن زيادة التعرض لوسائل الاتصال تزيد من الاهتمام السياسي للفرد، ويزداد تأثير

وسائل الاتصال على المشاركة السياسية للفرد في المناطق الريفية عنها في المناطق

الحضرية.

3. دراسة، العريزي (2007)، بعنوان " دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب

اليمني دراسة ميدانية على طلبة الجامعات "

هدفت الدراسة في التعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني، من خلال رصد اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام في استقاء معلوماتهم السياسية، والكشف عن العلاقات الارتباطية بين مستوى الاعتماد على وسائل الاعلام، وحجم المشاركة السياسية، ومستوى المعرفة السياسية لديهم، وبين المتغيرات (النوع، الجامعة، والإنتماء الحزبي، والتخصص(علمي، انساني)).

لقد استخدمت الدراسة منهج المسح، للحصول على المعلومات والوصاف عن الظاهرة المبحوثة، كما يستخدم منهج دراسة العلاقات المتبادلة، بهدف فهم اعمق للظاهرة، وقد استخدمت الدراسة الاسبانية كأداة لجمع المعلومات.

خُصت الدراسة إلى أن اعتماد الشباب الجامعي اليمني على وسائل الإعلام جاء مرتفعاً (72%)، إلا أن النتائج الاحصائية اظهرت عدم وجود علاقات ذات دلالة احصائية بين معدل الاعتماد على وسائل الاعلام، وحجم المشاركة السياسية، ومستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي اليمني.

4. دراسة، راضي (2008)، بعنوان " دور الفضائيات الإخبارية في تشكيل الصورة الإعلامية

والسياسية عن العراق "

هدفت الدراسة إلى تحديد الأبعاد والسمات الرئيسة لصورة العراق على وفق ما ترسمه القنوات الإخبارية (العربية، الحرة، الجزيرة) والوقوف على حدود التطابق والتباين في هذه الصورة

والكشف عن الأحكام والتعميمات التي تسعى الفضائيات إلى ربطها بصورة المؤسسات والأجهزة الرسمية للعراقية وكيف يتلقاها المشاهد العراقي.

يعد هذا البحث أو الدراسة وصفاً من حيث النوع وهو يتناول الظاهرة الإعلامية في إطارها العام في سياق الوصف العلمي المنهجي المستند إلى معطيات الواقع بصوره وعناصره المتعددة كما تستخدم الدراسة منهج المسح في إطار مسح جمهور وسائل الإعلام، كما تستخدم الدراسة صحيفة الاستبيان بوصفها أداة بحثية أساسية لدراسة الجمهور.

وخلصت الدراسة غياب الفروق الشاسعة في الرؤية والحكم على صورة ما يجري في العراق من وجهة نظر طلبة جامعتي الكوفة والأنبار برغم التمايز بينهم في الاتجاهات وبعض الخصائص الفكرية والسياسية والمذهبية لكن اللافت هو الاختلاف في مجال الاعتماد والمتابعة على القنوات إذ يتجه التفضيل بين طلبة جامعة الكوفة إلى قناة الحرة بالدرجة الأولى والعربية بالدرجة الثانية مقابل التفضيل من قبل طلبة جامعة الأنبار إلى متابعة قناة الجزيرة أولاً وقناة العربية بالدرجة الثانية مقابل اهتمام أقل بقناة الحرة.

5. دراسة، سوزان بويل **Boyle Susan (2008)**، بعنوان "تأثيرات نشرات الأخبار التلفزيونية

على المشاركة السياسية والاهتمام في الانتخابات الرئاسية الامريكية "

هدفت الدراسة إلى معرفة دور نشرات الاخبار التلفزيونية وتأثيرها في المشاركة السياسية لافراد المجتمع الامريكي لانتخابات الرئاسة الامريكية، استخدمت الدراسة منهج المسح الذي طبق على عينة من مختلف فئات المجتمع واختلاف مناطق سكناهم.

وخلصت الدراسة إلى أن الاخبار التلفزيونية أهم مصادر المعلومات التي يستخدمها الجمهور الامريكى وبصورة يومية، واثبتت الباحثة أن النشرات والتقارير الإخبارية التلفزيونية لها تأثير خاصة إلى الجمهور خلال الانتخابات الرئاسية الامريكية.

6. دراسة، شتياى، (2012)، بعنوان "تأثير صحافة الرأي على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي في جامعتي الشرق الأوسط واليرموك"

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى مشاركة الإعلام ممثلاً بصحافة الرأي الاردنية الورقية في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي الأردوني، ومدى اسهام صحافة الرأي في طرح القضايا المعاصرة التي تهم الشباب الاردني في المجتمع الاردني.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي بالعينة، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية تناسبية حسب حجم المجتمع في الجامعة، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت استبانة تكونت من (27) سؤالاً ملحقاتاً به (32) بديلاً.

وخلصت الدراسة إلى شعور الشباب الجامعي بالرضا عند مناقشة بعض صحف الرأي الأردنية الورقية لمشكلاتهم السياسية التي تواجههم حيث احتلت الترتيب الأول، وامتياز بعض الصحف الأردنية الورقية بسقف حرية مرتفع حيث احتلت الترتيب الثاني، واهتمامها بمناقشة مشكلات الشباب الجامعي السياسية التي تواجههم.

7. دراسة، حسن، وخلييل، (2012). بعنوان "البرامج الحوارية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي

العام من وجهة نظر طلبة الإعلام (برنامج ولكم القرار انموذجا)".

هدفت الدراسة إلى التعرف على البرامج الحوارية(برنامج ولكم القرار انوذجا) ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام، في فترات ما قبل الانتخابات النيابية العراقية في العام 2010، من وجهة نظر طلبة الاعلام، لما لها من تأثير على نتائج الانتخابات من خلال معرفة مدى قبول ورضا الجمهور في المحاور التي يناقشها البرنامج مع الضيوف المرشحين للانتخابات. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح للحصول على المعلومات والنتائج، كذلك استخدام الاستبيان كأداة للقياس.

خُصت الدراسة إلى أن الأسئلة التي قُدمت في برنامج (ولكم القرار) نالت تأييداً وبنسبة عالية لدى الطلبة، كذلك ملائمة الأسئلة لتطلعات الشعب العراقي في السياسة والأمن والاقتصاد والخدمات واحترام حقوق الإنسان في حرية الرأي والتعبير والتأكيد على تفعيل المؤسسات الحكومية والرقابية.

8. دراسة، الصوفي، والبريهي (2014)، بعنوان " دور الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة

الاكاديمية العربية في اليمن نحو"الربيع العربي"

وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو ما عرف إعلامياً بثورات "الربيع العربي" من خلال المحاور التالية: قياس اتجاهات هذه النخبة نحو وطنية الثورات، واتجاهاتها نحو أسباب قيام الثورات،

واتجاهاتها نحو محركات الثورات، واتجاهاتها نحو الأنظمة العربية، وخاصة التي قامت ضدها الثورات.

وقامت الدراسة الميدانية بتطبيق استبيان بأسلوب عشوائي، في خمس جامعات يمنية حكومية، وعلى عينة حجمها 120 مبحوثاً من الأكاديميين العرب العاملين في هذه الجامعات، ممن يحملون الدرجات العلمية (أستاذ مساعد وأستاذ مشارك وأستاذ).

وقد خلُصت الدراسة بنتائج عدة، أهمها أن % 73.3 : من النخبة الأكاديمية العربية يهتمون بمتابعة أخبار ثورات "الربيع العربي" وتطوراتها، و % 20.3 منهم يبدون اهتماماً متوسطاً، و % 5.8 لا يهتمون. وجاءت القنوات الفضائية الإخبارية كأهم مصدر في ترتيب المصادر الإعلامية التي تتابعها النخبة الأكاديمية العربية في اليمن وتستقي من خلالها الأخبار والمعلومات عن ثورات "الربيع العربي" وقد جاء على رأس هذه القنوات تفضيلاً لدى المبحوثين قنوات: الجزيرة، ثم العربية، ثم ال"بي بي سي"، ثم قناة الحرة. وجاءت الفضائيات اليمنية الخاصة في الترتيب الثاني؛ وفي الترتيب الثالث جاءت وسائل التواصل الاجتماعي. وجاء اتجاه الأكاديميين العرب نحو ثورات "الربيع العربي" إيجابياً بنسبة % 52.5 ، وسلبياً بنسبة % 34.2 ، وجاء محايداً بنسبة % 13.3 .

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

استعرضت الدراسة عدداً من الدراسات العربية والأجنبية، التي تناولت موضوعات دراسة الدور والتأثير لوسائل الإعلام، والبعض الآخر ركز على البرامج ونشرات الأخبار، في التأثير بالرأي العام، فقد استفاد الباحث من خلال الإطلاع على هذه الدراسات من جوانب أضافت أبعاداً هامة في إجراءات

هذه الدراسة، وفي وضع تصور عام للدراسة وللتحديد الدقيق لهدفق الدراسة واستخدام المنهج الملائم وفي التعرف إلى المصادر والمراجع التي يمكن الوصول إليها والإستفادة منها، كذلك ساعدت في الربط بين نتائج الدراسة الحالية ونتائج هذه الدراسات لبيان أوجه الشبه وأوجه الإختلاف بينهم.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بتركيزها على معرفة دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية، وأثر ماتتضمنه البرامج التي تعرض على هذه الفضائيات في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي، تعمل هذه الدراسة لتبيان هذا الدور بطريقة مغايرة للدراسات السابقة حيث ركزت على الاتجاهات وكيف تسعى الفضائيات على تغييرها إذ لم يجد الباحث من خلال عرض الدراسات السابقة دراسة تناولة الفضائيات العراقية وتأثيرها في تشكيل الاتجاهت لذا فإن هذه الدراسة ستكون الأولى من نوعها في العراق حسب علم الباحث.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

يتضمن هذا الفصل المنهج المتبع في هذه الدراسة والتي تهتم بـ" دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية، وكذلك يتضمن تعريفاً بمجتمع الدراسة ووصفاً لعينتها وطريقة اختيارها، ومتغيراتها وأداتها وصدقها وثباتها، إضافة إلى عرض الإجراءات التي قام الباحث باتباعها لتنفيذ الدراسة، والحصول على البيانات اللازمة، والمعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل هذه البيانات، وفيما يلي أهم الإجراءات المتخذة في هذه الدراسة:

منهج الدراسة

إنّ المنهج الملائم لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي المسحي والذي يعد من البحوث التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو الأحداث وهي لا تقتصر على دراسة خصائص الظاهرة، بل تتجاوز ذلك إلى معرفة المتغيرات والعوامل في وجود الظاهرة، (غرايبة، 2015، ص33).

تضمنت الدراسة استطلاعاً لآراء (عدد من طلبة جامعة بغداد)، بهدف قياس معارفهم وتصوراتهم واتجاهاتهم تجاه القضايا السياسية التي تعالجها الفضائيات العراقية.

مجتمع الدراسة

لقد تم اختيار طلبة جامعة بغداد مجتمعاً للدراسة، والذين بلغت أعدادهم (25000)* للعام الدراسي 2015 / 2016 لما يتمتع به هذا المجتمع من مقدرة على تقييم الأمور، ومعارف وثقافات تتيح للباحث معرفة دور الفضائيات من وجهة نظرهم في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا السياسية..

عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة العينة العشوائية البسيطة وبشكل يعكس طبيعة هذه المجتمع وهي (طلبة جامعة بغداد)، وقد بلغت عينة الدراسة (615) طالبا وطالبة(**)، إذ تم توزيع (650) استبانة على عينة الدراسة، وبعد جمع الاستبانات تم استبعاد (35) استبانة كانت إجاباتها غير صالحة، ومنها أعيدت فارغة، فكانت خلاصة الاستبانات التي تم قبولها احصائياً هي (615) استبانة، منها (112) استبانة كانت الاستجابة الأولية للمستجيبين بعدم مشاهدة الفضائيات العراقية، فخرجت من المعالجات الإحصائية الأخرى. فكانت خلاصة الاستبانات التي اجريت عليها العمليات الإحصائية كاملة هي (503).

(*) قام الباحث بمخاطبة جامعة بغداد بموجب كتاب كلية الإعلام ذي العدد /ك.أ/خ/46/1 في تاريخ 2016/3/19 لغرض الحصول على أعداد الطلبة، وزود بالمعلومات المطلوبة بموجب كتابهم ذي العدد ع/ث/801 بتاريخ 2016/4/7، الملحق(4).

(**) تم تحديد العينة بحسب جدول تحديد العينات المعتمد في الدراسات الاجتماعية والإنسانية. (Bartlett,

الجدول (1)

توزيع أفراد عينة الدراسة الكلي حسب الخصائص الديموغرافية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الجنس		
ذكر	289	47.0
أنثى	326	53.0
المجموع	615	100.0
العمر		
18-20	209	34.0
21-23	302	49.1
فأكثر 24	104	16.9
المجموع	615	100.0
التخصص		
علمي	369	60.0
إنساني	246	40.0
المجموع	615	100.0

		المرحلة الدراسية
28.8	177	الأولى
25.4	156	الثانية
22.8	140	الثالثة
23.1	142	الرابعة
100.0	615	المجموع

الجدول (2)

توزيع أفراد عينة الدراسة ممن لايشاهد القنوات الفضائية العراقية
حسب الخصائص الديموغرافية

النسبة المئوية	التكرار	المتغير
		الجنس
47.3	53	ذكر
52.7	59	أنثى
100.0	112	المجموع
		العمر
32.1	36	18-20
51.8	58	21-23
16.1	18	فأكثر 24
100.0	112	المجموع

		التخصص
36.6	41	علمي
63.4	71	إنساني
100.0	112	المجموع
		المرحلة الدراسية
27.7	31	الأولى
25.9	29	الثانية
23.2	26	الثالثة
23.2	26	الرابعة
100.0	112	المجموع

أداة الدراسة (الإستبانة)

الإستبانة أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد، عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب (غرابية، 2002، ص71)، وفي هذه الدراسة لقد تم تطوير استبانة الدراسة في ثلاثة أجزاء: الجزء الأول يتضمن المعلومات العامة التي تصف المبحوثين تبعاً للمتغيرات الديموغرافية، مثل مكان سكن الإقامة والجنس والعمر ونوع الدراسة والمرحلة الدراسية، أما الجزء الثاني فيتضمن الأسئلة المغلقة المتعلقة بهدف الدراسة، ثم الجزء الثالث: والذي تستطلع فيه الدراسة رأي العينة المبحوثة حول أكثر الفضائيات العراقية متابعة في القضايا السياسية.

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية، والمكونة من: الجنس، العمر، التخصص، والمرحلة الدراسية، وأنماط المشاهدة.

القسم الثاني: والذي يقيس أسئلة الدراسة المتعلقة بـ (دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية)، والتي تتمثل في المحاور التالية:

- المحور الأول: الفضائيات العراقية المفضلة (1-3).
- المحور الثاني: الفضائيات العراقية بصفتها مصدرا للمعلومات (4-6).
- المحور الثالث: القضايا المتابعة على الفضائيات العراقية (7-28).
- المحور الرابع: دوافع التعرض (29-44).
- المحور الخامس: الإشباعات المتحققة (45-58).

القسم الثالث: والذي يستطلع آراء العينة المبحوثة عن الفضائيات الأكثر تفضيلا في متابعة القضايا السياسية.

صدق الأداة

تم اختبار صدق أداة الدراسة عن طريق عرضها على أهل الإختصاص والخبرة من أساتذة الجامعات المتخصصين في الصحافة والإعلام ومناهج البحث العلمي، وبعض الخبراء في المجال الصحفي، وبعد تلقي الملاحظات منهم تم تعديل صحيفة الإستقصاء لتصبح صالحة للتطبيق العملي.

ثبات الأداة

الثبات بأبسط معانيه هو الموثوقية (Reliability)، ولحساب ثبات أداة الدراسة قام الباحث باستخدام طريقة معادلة الإتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا Cronbach Alpha Test، حيث كانت قيم كرونباخ ألفا لجميع متغيرات الدراسة وللإستبانة بشكل عام أعلى من (60%)، وهي النسبة المقبولة في البحوث والدراسات، حيث تراوحت قيم الثبات من (0.82- 0.87) والجدول (3) يوضح ذلك.

الجدول (3)

قيم معاملات الإتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا

قيمة معامل الثبات	الفقرات	متغيرات الدراسة
0.87	(3-1)	الفضائيات العراقية المفضلة
0.87	(6-4)	الفضائيات العراقية بصفتها مصدرا للمعلومات
0.85	(28-7)	القضايا المتابعة على الفضائيات العراقية
0.82	(44-29)	دوافع التعرض للفضائيات العراقية
0.83	(58-45)	الإشباع المتحققة من متابعة الفضائيات العراقية
0.80	(58-1)	الأداة ككل

متغيرات الدراسة

1. إن المتغير المستقل للدراسة يتمثل في دور القنوات الفضائية.
2. المتغيرات الوسيطة تتمثل في الجنس، العمر، التخصص، المرحلة الدراسية.
3. المتغير التابع يتمثل في تشكيل اتجاهات الجمهور.

إجراءات الدراسة

لتقديم نتائج دقيقة وواضحة في هذه الدراسة اتبع الباحث الخطوات الآتية:

أ- الإطلاع على أهم الأدبيات المتعلقة بالدراسة، سواء أكانت رسائل ماجستير أم أطروحات دكتوراه، أو أبحاث متخصصة.

ب- دراسة استطلاعية على عدد من افراد العينة قبل اعداد الاستبانة.

ت- إعداد صحيفة الإستبانة.

ث- تحكيم صحيفة الإستبانة من قبل خبراء ومختصين.

ح- استخلاص نتائج صحيفة الإستبانة.

خ- إعداد الرسالة بصورتها النهائية.

ج- تقديم الرسالة للجنة الدراسات العليا.

المعالجة الإحصائية

بعد بناء استمارة الإستبانة والتأكد من صدقها وثباتها، تم اعتماد برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS)، لتفريغ البيانات التي تم الحصول عليها من إجابات الإستمارة. وقد تم الإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات والتي تشمل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع محاور الدراسة المستقلة والفقرات المكونة لكل محور، وقد تم مراعاة أن يتدرج مقياس ليكرت المستخدم في الدراسة كما يلي:

أوافق	محايد	لا أوافق
3	2	1

واعتماداً على ما تقدم فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة سيتم التعامل معها على النحو الآتي: (2.34 - فما فوق: مرتفع)، (1.67-2.33: متوسط)، (1.66 - فما دون: منخفض). وفقاً للمعادلة التالية:

القيمة العليا - القيمة الدنيا لبدائل الإجابة مقسومة على عدد المستويات، أي:

$$0.66 = \frac{2}{1-3} = \underline{\underline{2}}$$

وهذه القيمة تساوي طول الفئة.

وبذلك يكون المستوى المنخفض من $1 + 0.66 = 1.66$

ويكون المستوى المتوسط من $1.67 + 0.66 = 2.33$

ويكون المستوى المرتفع من $2.34 + 0.66 = 3$

الفصل الرابع نتائج الدراسة

تم تخصيص هذا الفصل لعرض نتائج الدراسة التطبيقية التي خرجت بها الدراسة من خلال أداة الدراسة (الإستبانة)، طبقاً للطريقة المسحية الذي اعتمدهت الدراسة منهجاً لها.

نتائج الدراسة التطبيقية

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد مجتمع الدراسة عن دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية، وفيما يلي الإجابة عن أسئلة الدراسة التالية:

القسم الأول: مجال حجم وأنماط التعرض للفضائيات الإخبارية.

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لفقرات هذا القسم من استبانة الدراسة وكانت كالآتي:

جدول (1)

التكرارات والنسب المئوية لمحور مشاهدة القنوات الفضائية العراقية

الاختيار	التكرار	النسبة المئوية %
غالبا	60	9.76
أحيانا	443	72.03
لا اشاهد	112	18.21
المجموع	615	100.00

يبين الجدول رقم (1) نسبة المبحوثين الذين يشاهدون القنوات الإخبارية العراقية، فجاءت النسبة الأكبر لصالح اختيار (أحياناً) إذ بلغت (72.03%)، تليها نسبة (لا اشاهد) حيث بلغت (18.21%)، ثم (غالباً) بنسبة (9.76%).

وفيما يتعلق بالعينة التي تتراوح مشاهدتها بين (غالباً) و(أحياناً) فقد كانت لهم أيام وساعات مشاهدة متباينة، كما في الجداول أدناه.

جدول (2)

التكرارات والنسب المئوية

لاستجابات المبحوثين حول عدد الأيام التي يشاهدون فيها القنوات الإخبارية من كل اسبوع

عدد الايام	التكرار	النسبة المئوية %
يومان فأقل	273	54.3
ثلاثة ايام إلى خمسة	112	22.3
يوميًا	118	23.5
المجموع	503	100.00

يبين الجدول رقم (2) عدد الأيام من كل اسبوع التي تتابع فيها العينة المبحوثة الفضائيات

الإخبارية العراقية، وكان النسبة الأكبر لاختيار (أقل من يومين اسبوعياً) حيث بلغت (54.3%)، أما الاختياران (من 3-5 أيام) و(يوميًا) فقد جاءا بنسب متقاربة (22.3%) و(23.5%) على التوالي.

جدول (3)

التكرارات والنسب المئوية

لاستجابات المبحوثين حول عدد الساعات التي يشاهدون فيها القنوات الإخبارية كل يوم

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية %
ساعة فأقل	368	73.2
من ساعة إلى ثلاث ساعات	92	18.3
أكثر من ثلاث ساعات	43	8.5
المجموع	503	100.00

يبين الجدول رقم (3) عدد الساعات من كل يوم التي تتابع فيها العينة المبحوثة الفضائيات

الإخبارية العراقية، وكان النسبة الأكبر لاختيار (أقل من ساعة يومياً) حيث بلغت (73.2%)، يليه

الاختيار (من 1-3 ساعات يومياً) بنسبة (18.3%)، ثم أخيراً (أكثر من 3 ساعات) بنسبة (8.5%).

أما الأفراد الذي لا يشاهدون القنوات الإخبارية العراقية، فقد ذكروا أسباب عدم مشاهدتهم تلك القنوات

كما هو مبين في الجدول (4).

جدول (4)

التكرارات والنسب المئوية

لأسباب عدم مشاهدة القنوات الفضائية العراقية من قبل العينة المبحوثة

النسبة المئوية %	التكرار	السبب
15.2	17	لاتتير اهتمامي
33.0	37	كونها متحيزة لحزب أو طائفة
30.4	34	لعدم مصداقيتها
4.5	5	ليس لدي وقت
8.9	10	تعرض مواضيع مزعجة
8.0	9	تركز على أمور هامشية
100.00	112	المجموع

يبين الجدول (4) تسويغات أفراد العينة المبحوثة ممن لا يشاهد القنوات العراقية، وقد حصل

السبب (كونها متحيزة لحزب أو طائفة) على النسبة الأكبر من مجمل نسب الأسباب الأخرى، إذ بلغت

(33.0%)، تليها (عدم مصداقيتها) بنسبة مقاربة بلغت (30.4%)، ثم (كونها لاتتير الاهتمام) بنسبة

(15.2%)، فهذه أبرز الأسباب التي دفعت ببعض أفراد العينة إلى عدم مشاهدة القنوات الفضائية

الإخبارية.

القسم الثاني: مجالات الدراسة

المجال الأول: ما القنوات المفضلة؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على

إستجابات أفراد مجتمع الدراسة عن محور " الفضائيات المفضلة "، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة عن " الفضائيات المفضلة مرتبة ترتيباً تنازلياً..

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
2	القنوات الفضائية العربية	2.5924	0.61432	1	مرتفع
1	القنوات الفضائية العراقية	2.4215	0.64778	2	مرتفع
3	القنوات الفضائية الاجنبية الناطقة باللغة العربية	2.3837	0.80207	3	مرتفع
	المجموع الكلي	2.4659	0.37415		مرتفع

يتضح من الجدول رقم (5) أن المتوسطات الحسابية لـ (الفضائيات المفضلة من

منظور طلبة جامعة بغداد)، تراوحت ما بين (2.5924 و 2.3837)، حيث حاز المحور على

متوسط حسابي إجمالي (2.4659)، وهو من المستوى المرتفع، وقد حازت الفقرة رقم (2) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (2.5924)، وبإنحراف معياري (0.61432)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصّت الفقرة على (الفضائيات العربية)، فهي القنوات الأكثر مشاهدة من قبل عينة الدراسة.

وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (1) بمتوسط حسابي (2.4215) وإنحراف معياري (0.64778) وهو ضمن المستوى المرتفع، حيث نصّت الفقرة على (الفضائيات العراقية).

وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاءت الفقرة رقم (3) بمتوسط حسابي (2.3837) وبإنحراف معياري (0.80207) وهو من المستوى المرتفع، حيث نصّت الفقرة على كون الفضائيات العراقية (القنوات الفضائية الاجنبية الناطقة باللغة العربية).

وهذا يفسر أن المشاهد يعتمد أكثر على الفضائيات العربية فيما يتعلق بالقضايا السياسية، بحسب طلبة جامعة بغداد.

المجال الثاني: هل تعد الفضائيات مصدراً للمعلومات بالنسبة لطلبة جامعة بغداد؟

للإجابة عن السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة عن " اعتماد الفضائيات مصدراً للمعلومات "، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (اعتماد

الفضائيات مصدراً للمعلومات) مرتبة ترتيباً تنازلياً..

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
5	هي مصدر واحد من مصادر المعلوماتية	2.6501	0.71190	1	مرتفع
6	من الممكن لي ان استغني عن متابعة الفضائيات العراقية عند حاجتي للمعلومات	2.2604	0.85256	2	متوسط
4	أرى إن الفضائيات العراقية بالنسبة لي تشكل مصدراً رئيساً لمعلوماتي العامة دون سواها من وسائل الإعلام.	1.5805	0.81138	3	منخفض
	المتوسط العام الحسابي	2.1637	0.37452		متوسط

يتضح من الجدول رقم (6) أن المتوسطات الحسابية لـ (اعتماد الفضائيات العراقية مصدراً

للمعلومات)، تراوحت ما بين (2.6501 و 1.5805)، حيث حاز المحور على متوسط حسابي إجمالي

(2.1637)، وهو من المستوى المتوسط.

وقد حازت الفقرة رقم (5) على أعلى متوسط حسابي حث بلغ (2.6501)، وبانحراف معياري (0.71190)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصّت الفقرة على كون الفضائيات العراقية (هي مصدر واحد من مصادر المعلوماتية)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (6) بمتوسط حسابي (2.2604) وانحراف معياري (0.85256) وهو من المستوى المتوسط، حيث نصّت الفقرة على أن (من الممكن لي ان استغني عن متابعة الفضائيات العراقية عند حاجتي للمعلومات). وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاءت الفقرة رقم (4) بمتوسط حسابي (1.5805) وانحراف معياري (0.81138) وهو ضمن المستوى المنخفض، وقد نصت الفقرة على أن (أرى إن الفضائيات العراقية بالنسبة لي تشكل مصدرا رئيسا لمعلوماتي العامة دون سواها من وسائل الإعلام).

يشير هذا المحور إلى أن طلبة جامعة بغداد ينظرون إلى الفضائيات العراقية كواحدة من مصادرهم ولاتشكل أساسا لهم من جهة المعلومة.

المجال الثالث: ما أبرز القضايا التي تتابع على الفضائيات العراقية؟

للإجابة عن السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة عن " أهم القضايا التي تتابع على الفضائيات العراقية " وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (أهم القضايا التي تتابع على الفضائيات العراقية) مرتبة ترتيباً تنازلياً..

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
19	الفصائح السياسية للكتل والسياسيين	2.7952	0.40394	1	مرتفع
11	الشؤون الامنية العراقية	2.6521	0.71148	2	مرتفع
13	قضايا الفساد المالي والإداري	2.6501	0.60938	3	مرتفع
15	الحراك الشعبي في العراق	2.5865	0.71966	4	مرتفع
27	أهتم بمعرفة أخبار التعليم بالعراق	2.5825	0.72288	5	مرتفع
12	الخلافات بين الكتل السياسية	2.4851	0.75432	6	مرتفع
8	القضايا العربية	2.4215	0.72057	7	مرتفع
16	الاصلاحات السياسية	2.3797	0.84739	8	مرتفع
18	قضايا النازحين والمهاجرين	2.3519	0.81899	9	مرتفع
17	الازمة المالية	2.2763	0.78658	10	متوسط
23	أتابع قضايا الإرهاب والتطرف	2.2604	0.86416	11	متوسط
28	أحرص على ما يبث من قضايا الصحة والبيئة والأمراض	2.2485	0.77297	12	متوسط

متوسط	13	0.89120	2.2286	القضايا التي تخص البلدان المجاورة للعراق	7
متوسط	14	0.83312	2.1869	القضايا الدولية	10
متوسط	15	0.79075	2.1789	تدخلات الدول في الشأن العراقي	20
متوسط	16	0.73393	2.1451	أتابع التحولات الاجتماعية الطارئة على المجتمع العراقي	26
متوسط	17	0.89358	2.0179	أتابع الخطب الدينية	24
متوسط	18	0.65280	2.0119	أتابع الشأن الاقتصادي والبطالة والفقر	25
متوسط	19	0.80442	1.8807	تعدد الاحزاب السياسية	14
متوسط	20	0.72455	1.8628	القضايا الاقليمية غير العربية	9
متوسط	21	0.76840	1.7416	أتابع الجدل السياسي بين الكتل	22
منخفض	22	0.70364	1.3380	أتابع الجدل المذهبي والطائفي	21
متوسط		0.45773	2.2401	المتوسط العام الحسابي	

يتضح من الجدول رقم (7) أن المتوسطات الحسابية لـ (أهم القضايا التي تتابع على

الفضائيات العراقية من منظور طلبة جامعة بغداد)، تراوحت ما بين (2.7952 و 1.3380)، حيث

حاز المحور على متوسط حسابي إجمالي (2.2401)، وهو من المستوى المتوسط،

وقد حازت الفقرة رقم (19) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (2.7952)، وبإنحراف معياري (0.40394)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصّت الفقرة على كون أن من أهم القضايا التي تتابعها العينة على الفضائيات العراقية هي (الفضائح السياسية للكتل والسياسيين)، فهي الفقرة الأكثر متابعة من قبل المبحوثين من خلال القنوات الفضائية العراقية.

وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (11) بمتوسط حسابي (2.6521) وإنحراف معياري (0.71148) وهو من المستوى المرتفع أيضاً، حيث نصّت الفقرة على كون كون أن من أهم القضايا التي تتابعها العينة على الفضائيات العراقية هي (الشؤون الامنية العراقية).

وجاءت الفقرة رقم (13) في المرتبة الثالثة وبمتوسط حسابي (2.6501) وبإنحراف معياري (0.60938) وهي ضمن المستوى المرتفع ايضاً، والتي تنص على كون أن من أهم القضايا التي تتابعها العينة على الفضائيات العراقية هي (قضايا الفساد المالي والإداري).

ومن ضمن القضايا التي حظيت بمستوى مرتفع أيضاً هي قضية (قضايا النازحين والمهاجرين) والتي جاءت بمتوسط حسابي (2.3519) وانحراف معياري (0.81899).

وفي المرتبة قبل الأخيرة جاءت الفقرة رقم (22) بمتوسط حسابي (1.7416) وبإنحراف معياري (0.76840)، وهي ضمن المستوى المتوسط، حيث نصّت الفقرة على (أتابع الجدل السياسي بين الكتل). وأخيراً جاءت الفقرة التي نصت على متابعة (الجدل المذهبي والطائفي) وحظيت بمتوسط حسابي بلغ (1.3380) وانحراف معياري (0.76840)، وهي ضمن المستوى المنخفض.

ويشير هذا المحور إلى أن من أهم القضايا التي تثير اهتمام العينة المبحوثة هي فضائح السياسيين والشؤون الامنية، تليها قضية النازحين، وجاءت في آخر القائمة قضايا الجدل الطائفي والسياسي، حيث أكدت النتائج على أن العينة المبحوثة ترفض الجدل بكل أنواعه.

المجال الرابع: ما دوافع التعرض للفضائيات العراقية؟

للإجابة عن السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة عن " دوافع التعرض للفضائيات العراقية"، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (دوافع التعرض للفضائيات العراقية) مرتبة ترتيباً تنازلياً..

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المرتبة	التقدير
43	تعالج القضايا اليومية	2.5209	0.67913	1	مرتفع
33	تنقل مواقع النزاعات والخلافات السياسية	2.4851	0.73017	2	مرتفع
30	تساعدني على معرفة الواقع الذي اعيش فيه	2.4473	0.74997	3	مرتفع
41	سرعة تغطية الأحداث	2.4215	0.72333	4	مرتفع

متوسط	5	0.66985	2.2306	تجعلني على صلة بالعالم الخارجي	29
متوسط	6	0.80068	2.1014	الاكثر مشاهدة في مجتمعي	35
متوسط	7	0.69502	2.0835	تزودني بالمعلومات السياسية	38
متوسط	8	0.86698	2.0577	أنها تعكس بعداً قومياً	42
متوسط	9	0.70348	1.8131	تتوافق مع اتجاهي الحزبي	39
متوسط	10	0.68520	1.7276	تتسم بالجرأة في طرح المواضيع	40
متوسط	11	0.69029	1.7117	تنقل الاخبار والمعلومات بمصداقية	32
منخفض	12	0.60632	1.6620	توافقني دينياً	36
منخفض	13	0.70347	1.6362	تمتلك قدرة كبيرة على الإقناع	37
منخفض	14	0.71582	1.6302	توافقك مذهبياً	44
منخفض	15	0.81177	1.5765	تعبر عن آرائي السياسية	31
منخفض	16	0.42785	1.2406	إنها تمثل وجهة النظر التي اتبناها	34
متوسط		0.39860	1.9591	المتوسط الحسابي العام	

يتضح من الجدول رقم (8) أن المتوسطات الحسابية لـ (دوافع التعرض للفضائيات

العراقية بحسب طلبة جامعة بغداد)، تراوحت ما بين (2.5209 و 1.2406)، حيث حاز المحور

على متوسط حسابي إجمالي (1.9591)، وهو من المستوى المتوسط.

وقد حازت الفقرة رقم (43) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (2.5209)، وبإنحراف معياري (0.67913)، وهي ضمن المستوى المرتفع، وقد نصّت الفقرة على كون الفضائيات العراقية (تعالج القضايا اليومية)، فهو الدافع الأبرز الذي يراه طلبة جامعة بغداد لمتابعة القنوات الفضائية العراقية.

تلتها بالمرتبة الثانية الفقرة رقم (33) بمتوسط حسابي (2.4851) وإنحراف معياري (0.73017)، وقد نصت الفقرة على كون الفضائيات العراقية (تنقل مواقع النزاعات والخلافات السياسية).

وفي المراتب الاخيرة جاءت الفقرة رقم (44) بمتوسط حسابي (1.6302) وإنحراف معياري (0.71582)، وهي من المستوى المنخفض، حيث نصّت الفقرة على كون الفضائيات العراقية (توافقك مذهبياً).

وفي المرتبة قبل الأخيرة جاءت الفقرة رقم (31) بمتوسط حسابي (1.5765) وبإنحراف معياري (0.81177) وهو من المستوى المنخفض أيضاً، حيث نصت الفقرة على كون الفضائيات العراقية (تعبر عن ارائي السياسية).

وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (34) بمتوسط حسابي (1.2406)، وبإنحراف معياري (0.42785)، وهي من المستوى المنخفض كذلك، حيث نصت الفقرة على كون الفضائيات العراقية (تمثل وجهة النظر التي اتبناها).

وهذا يفسر دور الفضائيات العراقية في تناولها لقضايا الشأن العراقي اليومية، بالإضافة إلى مواضيع النزاعات والخلافات السياسية، وبمتوسطات ضعيفة جاءت الفقرات التي اشارت إلى كون الدافع لمتابعة الفضائيات العراقية هو التوافق المذهبي أو السياسي.

المجال الخامس: ما الإشباع المتحققة من متابعة الفضائيات العراقية الإخبارية؟

للإجابة عن السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة عن " الإشباع المتحققة من متابعة الفضائيات العراقية الإخبارية "، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (الإشباع المتحققة من متابعة الفضائيات العراقية الإخبارية) مرتبة ترتيباً تنازلياً..

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
45	اكسبنتي معلومات عن خلفيات وتفصيل الأحداث الجارية في العراق	2.6859	0.65348	1	مرتفع
57	أسهمت الفضائيات في ثقافة التعصب والكراهية بين المكونات والهويات	2.6600	0.72911	2	مرتفع

مرتفع	3	0.62655	2.5368	إسهام الفضائيات في زيادة حالة الوعي والمعرفة لدي كان محدودا وضئيلا	56
متوسط	4	0.70701	2.2525	كونت لدي وجهة نظري حول القضايا المطروحة إعلامياً	48
متوسط	5	0.79955	2.2445	اكسبتي معلومات عن خلفيات وتفاصيل الأحداث الجارية في العالم	47
متوسط	6	0.74233	2.1630	أسهمت في تعزيز قيم المواطنة والهوية الوطنية	54
متوسط	7	0.82658	2.1093	اكسبتي معلومات عن خلفيات وتفاصيل الأحداث الجارية في الوطن العربي	46
متوسط	8	0.80829	2.0775	مكنتني من استشراف مستقبل البلد واحتمالات تطور الأحداث فيه	49
متوسط	9	0.68596	2.0596	ساهمت في تنمية الوعي لدي بالقضايا السياسية	51
متوسط	10	0.79333	2.0457	عرفتني على سياسات الدول والأحزاب وتوجهاتها	50
متوسط	11	0.86248	1.9284	اتاحت الفضائيات فرصة المشاركة في النقاش الجماهيري	58
متوسط	12	0.87021	1.9125	حصلت من خلالها على إجابات عن تساؤلات لم تكن لدي فكرة سابقة عنها	53

متوسط	13	0.72355	1.8648	أسهمت في تعزيز ثقافة قبول الأخر (دينيا، قوميا، مذهبيا).	55
متوسط	14	0.78681	1.7137	كونت لدي آراء وقناعات عن قضايا ليس لدي فيها قناعات سابقة	52
متوسط		0.49268	2.1610	المتوسط الحسابي العام	

يتضح من الجدول رقم (9) أن المتوسطات الحسابية لـ (الإشباع المتحققة من متابعة الفضائيات العراقية الإخبارية)، تراوحت ما بين (2.6859 و 1.7137)، حيث حاز المحور على متوسط حسابي إجمالي (2.1610)، وهو من المستوى المتوسط.

وقد حازت الفقرة رقم (45) على المرتبة الأولى عن أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (2.6859) وبانحراف معياري (0.72911)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصّت الفقرة على كون الفضائيات العراقية (اكسبتي معلومات عن خلفيات وتفاصيل الأحداث الجارية في العراق) بحسب طلبة جامعة بغداد.

وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (57) بمتوسط حسابي (2.6600) وإنحراف معياري (0.72911) وهو من المستوى المرتفع أيضا، حيث نصّت الفقرة على أن الفضائيات (أسهمت في ثقافة التعصب والكراهية بين المكونات والهويات).

وفي المرتبة ما قبل الأخيرة جاءت الفقرة رقم (55) بمتوسط حسابي (1.8648) وبانحراف معياري (0.72355) حيث نصت الفقرة على أن الفضائيات العراقية (أسهمت في تعزيز ثقافة قبول الأخر - دينيا، قوميا، مذهبيا)، وهي ضمن المستوى المتوسط.

وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (52) بمتوسط حسابي (1.7137) وبانحراف معياري (0.78681) حيث نصت الفقرة على أن الفضائيات العراقية (كونت لدي آراء وقناعات عن قضايا ليس فيها قناعات سابقة)، وهي ضمن المستوى المتوسط.

وهذا المحور بشكل جاء ضمن المستوى المتوسط ليشير إلى أن الفضائيات العراقية رسخت في ترسيخ ثقافة التعصب المذهبي والطائفي بحسب عينة الدراسة، ولم تسهم بشكل مقبول في ترسيخ ثقافة قبول الآخر.

القسم الثالث: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية تعزى للعوامل الديموغرافية (الجنس، العمر، نوع الدراسة، المرحلة الدراسية).

1- الجنس:

تم استخدام اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق الإحصائية لدور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى للنوع الإجتماعي، والجدول (10) يوضح ذلك.

جدول (10)

اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى للجنس.

المصدر	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (T)	الدلالة الاحصائية
دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد	ذكر	2.262	0.246	236	501	4.406	*0.000
	أنثى	2.140	0.357	267			
	المجموع	2.2017	0.301	503	501		

*أقل من مستوى الدلالة الاحصائية (0.05) أي توجد فروق ذات دلالة احصائية

يتضح من الجدول (10) أن هناك فروقاً دالة إحصائية في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد يعزى إلى متغير الجنس، حيث بلغت قيمة الإحصائي (T) لدى طلبة جامعة بغداد (4.406) وبدلالة إحصائية (0.00)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05).

وهذا يدل على أن طلبة جامعة بغداد لديهم مستويات متباينة تجاه دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية باختلاف نوعهم الإجتماعي، حيث بلغ المتوسط الحسابي لدور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا

السياسية من منظور الطلبة الذكور (2.2628) وبلغ المتوسط الحسابي للطالبات (2.1407) ولوحظ وجود فروقات لصالح الذكور على الإناث، بحسب نتائج الجدول أعلاه.

2- العمر

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف على الفروق في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى للعمر، والجدول (11) يوضح ذلك.

جدول (11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد والتي تعزى للعمر تعزى للعمر"

المصدر	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد والتي تعزى للعمر	18-20	173	2.0959	0.32617
	21-23	244	2.2402	0.29512
	24 فأكثر	86	2.2834	0.30167
	المجموع	503	2.1980	0.31580

يتضح من الجدول (11) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى للعمر، كانت متباينة إلى حد ما، الأمر الذي يفسر بأن هناك فروقات ظاهرة بين الإستجابات، وللتعرف على الدلالة الإحصائية لهذه الفروقات تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، والجدول (12) يوضح ذلك.

جدول (12)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى للعمر".

المصدر	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد يعزى للعمر	بين المجموعات	2.867	2	1.433	15.185	*0.000
	داخل المجموعات	47.198	500	0.094		
	المجموع	50.065	502			

يتضح من الجدول (12) وجود فروق دالة إحصائياً في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد يعزى إلى متغير

العمر، حيث بلغت قيمة الإحصائي (ف) (15.185) وبدلالة إحصائية (0.00)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05).

وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة في معرفة دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد لديهم مستويات متباينة من دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية على اختلاف أعمارهم، والفروق بلغت مستوى الدلالة الإحصائية.

ولمعرفة لصالح أي من الفئات العمرية كانت الفروق الإحصائية، تم إجراء اختبار LSD Test وهو أحد اختبارات المقارنة البعدية، كما هو مبين في الجدول (13)

جدول (13)

اختبار LSD Test للمقارنات البعدية للكشف عن مصدر الفروق في اختلاف دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد باختلاف العمر.

الدلالة الاحصائية	الفرق بين المتوسطات (I-J)	مصدر العمر (J)	مصدر العمر (I)
0.000	0.14436*	21-23	18-20
0.000	0.18754*	24 فأكثر	18-20
0.000	0.14436*	18-20	21-23
0.263	0.04318-	24 فأكثر	21-23
0.000	0.18754*	18-20	24 فأكثر
0.263	0.04318	21-23	24 فأكثر

يتضح من الجدول (13) أن الفروق كانت أكثر لصالح الفئة العمرية (18-20) تجاه دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية، وذلك لأنه قيمتها الإحصائية كانت أقل من (0.05) وهي ذات دلالة إحصائية.

3- نوع الدراسة

تم استخدام اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق الإحصائية لدور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى لنوع الدراسة، والجدول (14) يوضح ذلك.

جدول (14)

اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى لنوع الدراسة.

المصدر	نوع الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (T)	الدلالة الاحصائية
دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة	علمي	2.1745	0.32879	329	501	2.301	*0.002
	إنساني	2.2423	0.28532	174			
بغداد تعزى لنوع الدراسة		2.2084	0.307055	503	501		

*أقل من مستوى الدلالة الاحصائية (0.05) أي توجد فروق ذات دلالة احصائية

يتضح من الجدول (14) أن هناك فروقاً دالة إحصائياً في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد يعزى إلى متغير نوع الدراسة، حيث بلغت قيمة الإحصائي (T) لدى طلبة جامعة بغداد (2.301) وبدلالة إحصائية (0.002)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05).

وهذا يدل على أن طلبة جامعة بغداد لديهم مستويات متباينة تجاه دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية باختلاف نوع دراستهم، حيث بلغ المتوسط الحسابي لدور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور الطلبة ذوي التخصصات العلمية (2.1745) وبلغ المتوسط الحسابي للطلبة ذوي التخصصات الإنسانية (2.2423) ولوحظ وجود فروقات لصالح التخصصات الإنسانية على التخصصات العلمية، بحسب نتائج الجدول أعلاه.

4- المرحلة الدراسية

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف على الفروق في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى المرحلة الدراسية، والجدول (15) يوضح ذلك.

جدول (15)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى المرحلة الدراسية "

المصدر	المرحلة الدراسية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى المرحلة الدراسية	الأولى	146	2.3200	0.23927
	الثانية	127	2.2044	0.27592
	الثالثة	114	2.1590	0.31765
	الرابعة	116	2.0756	0.38085
	المجموع	503	2.1980	0.31580

يتضح من الجدول (15) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى المرحلة الدراسية، كانت متباينة إلى حد ما، الأمر الذي يفسر بأن هناك فروقات ظاهرة بين الإستجابات، وللتعرف على الدلالة الإحصائية لهذه الفروقات تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، والجدول (16) يوضح ذلك.

جدول (16)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA

للكشف عن دلالة للفروق في " دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى المرحلة الدراسية "

المصدر	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى المرحلة الدراسية	بين المجموعات	4.089	3	1.363	14.793	*0.000
	داخل المجموعات	45.976	499	0.092		
	المجموع	50.065	502			

يشير الجدول (16) إلى وجود فروق دالة إحصائية في دور الفضائيات العراقية في تشكيل

اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى المرحلة الدراسية، حيث بلغت قيمة الإحصائي (ف) (14.793) وبدلالة إحصائية (0.00)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05).

وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة لديهم مستويات متفاوتة من دور الفضائيات العراقية في

تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية تعزى إلى المرحلة الدراسية، والفروق بلغت مستوى الدلالة الإحصائية.

ولمعرفة لصالح أي فئة من فئات المراحل الدراسية كانت فروقات الدلالة الاحصائية، تم استخدام اختبار Scheffee Test أحد الاختبارات البعدية لتحديد الفروق الاحصائية وكانت النتائج كما ظهرت في الجدول (17).

جدول (17)

اختبار Scheffee Test للمقارنات البعدية للكشف عن مصدر الفروق في اختلاف دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد والتي تعزى للعمر باختلاف المرحلة الدراسية

الدلالة الاحصائية	الفرق بين المتوسطات (I-J)	مصدر المرحلة الدراسية (J)	مصدر المرحلة الدراسية (I)
0.021	0.11554*	الثانية	الأولى
0.001	0.16093*	الثالثة	
0.000	0.24439*	الرابعة	
0.021	-0.11554-*	الأولى	الثانية
0.719	0.04539	الثالثة	
0.013	0.12885*	الرابعة	
0.001	-0.16093-*	الأولى	الثالثة
0.719	-0.04539-	الثانية	
0.228	0.08346	الرابعة	
0.000	-0.24439-*	الأولى	الرابعة
0.013	-0.12885-*	الثانية	
0.228	-0.08346-	الثالثة	

يتضح من الجدول (17) أن الفروق كانت أكثر لصالح فئة (المرحلة الدراسية الأولى) بالنسبة لطلبة جامعة بغداد تجاه دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية، وذلك لأنها حصلت على قيمة احصائية أقل من (0.05) وبالتالي فهي صاحبة الفرق الدال إحصائياً.

5- عدد أيام المشاهدة

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف على الفروق في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى عدد ايام المشاهدة، والجدول (18) يوضح ذلك.

جدول (18)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى عدد أيام المشاهدة"

المصدر	عدد أيام المشاهدة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى عدد ايام المشاهدة	يوميين فأقل	273	2.0619	0.34968
	3-5 أيام	112	2.2623	0.16032
	يوميًا	118	2.4517	0.08437
المجموع		503	2.1980	0.31580

يتضح من الجدول (18) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى عدد ايام المشاهدة، كانت متقاربة إلى حد ما، الأمر الذي يفسر بأن هناك فروقات ظاهرة بين الإستجابات، وللتعرف على الدلالة الإحصائية لهذه الفروقات تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، والجدول (19) يوضح ذلك

جدول(19)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في

" دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى لعدد أيام المشاهدة"

المصدر	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى لعدد أيام المشاهدة	بين المجموعات	13.119	2	6.560	88.775	0.000
	داخل المجموعات	36.946	500	0.074		
	المجموع	50.065	502			

يتضح من الجدول (19) وجود فروق دالة إحصائية في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد يعزى إلى عدد أيام المشاهدة، حيث بلغت قيمة الإحصائي (ف) (88.775) وبدلالة إحصائية (0.00)، وهي أقل من مستوى الدلالة الإحصائية (0.05).

وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة لديهم مستويات دالة إحصائياً من دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية باختلاف عدد ساعات مشاهداتهم لل قنوات العراقية، والفروق بلغت مستوى الدلالة الإحصائية، بمعنى أن هناك فروق إحصائية دالة لمتغير عدد ساعات المشاهدة.

ولمعرفة فروقات الدلالة الاحصائية لصالح من من الفئات، تم استخدام اختبار شيفيه Scheffe أحد الاختبارات البعدية لتحديد الفروق الاحصائية وكانت النتائج كما ظهرت في الجدول (20).

جدول (20)

اختبار شيفيه Scheffe Test للمقارنات البعدية للكشف عن مصدر الفروق في اختلاف دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد باختلاف عدد ساعات المشاهدة

الدلالة الاحصائية	الفرق بين المتوسطات (I-J)	مصدر ساعات المشاهدة (J)	مصدر ساعات المشاهدة (I)
0.000	*-0.20048	3-5 أيام	يوميين فأقل
0.000	*-0.38986	يوميًا	
0.000	*0.20048	يوميين فأقل	3-5 أيام
0.000	*-0.18937	يوميًا	
0.000	*0.38986	يوميين فأقل	يوميًا
0.000	*0.18937	3-5 أيام	

يتضح من الجدول (20) أن قيمة الدلالة الإحصائية لجميع فئات عدد ساعات المشاهدة جاءت ذات دلالة إحصائية، وبحسب اختبار شيفيه لتجانس المجموعات تبين أن الفروق الأكثر دلالة كانت لصالح فئة (يوميين فأقل)، بالإضافة إلى كون الفرق بين المتوسطات جاء سالباً في فئة (يوميين فأقل) إلى الفئتين (3-5 أيوم) و(يوميًا) وهذا يدل على أن فئة (يوميين فأقل) هو الأكثر دلالة احصائية، كما يبين ذلك اختبار شيفيه لتجانس المجموعات كما في جدول (21)

جدول (21)

اختبار شيفيه الثانوي لبيان أي الفئات أكثر دلالة احصائية

قيمة alpha بالنسبة للقيمة الاحصائية 0.05			العينة	ايام المشاهدة
3	2	1		
		2.0619	273	يوميين فأقل
	2.2623		112	3-5 أيام
2.4517			118	يوميًا
1.000	1.000	1.000	503	

يبين جدول (21) تسلسل فئات عدد ايام المشاهدة بحسب أكثر دلالة نزولا إلى اقلها.

5- عدد ساعات المشاهدة

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف على الفروق في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى عدد ساعات المشاهدة، والجدول (22) يوضح ذلك.

جدول (22)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن "دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى عدد ساعات المشاهدة"

المصدر	عدد ساعات المشاهدة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى عدد ساعات المشاهدة	أقل من ساعة	368	2.1503	0.33969
	1-3 ساعات	92	2.3166	0.20776
	أكثر من 3 ساعات	43	2.3516	0.12367
	المجموع	503	2.1980	0.31580

يتضح من الجدول (22) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى عدد ساعات المشاهدة، كانت متقاربة إلى حد ما، الأمر الذي يفسر بأن هناك

فروقات ظاهرة بين الإستجابات، وللتعرف على الدلالة الإحصائية لهذه الفروقات تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، والجدول (23) يوضح ذلك

جدول(23)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في

" دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور
طلبة جامعة بغداد تعزى لعدد ساعات المشاهدة"

المصدر	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى لعدد ساعات المشاهدة	بين المجموعات	3.146	2	1.573	16.762	*0.000
	داخل المجموعات	46.919	500	0.094		
	المجموع	50.065	502			

يتضح من الجدول (23) وجود فروق دالة إحصائية في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد يعزى إلى عدد ساعات المشاهدة، حيث بلغت قيمة الإحصائي (ف) (16.762) وبدلالة إحصائية (0.00)، وهي أقل من مستوى الدلالة الإحصائية (0.05).

وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة لديهم مستويات دالة إحصائية من دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية باختلاف عدد ساعات مشاهداتهم

للقنوات العراقية، والفروق بلغت مستوى الدلالة الإحصائية، بمعنى أن هناك فروق إحصائية دالة لمتغير عدد ساعات المشاهدة.

ولمعرفة لصالح من كانت فروقات الدلالة الإحصائية من الفئات، تم استخدام اختبار LSD Test أحد الاختبارات البعدية لتحديد الفروق الإحصائية وكانت النتائج كما ظهرت في الجدول (24).

جدول (24)

اختبار LSD Test للمقارنات البعدية للكشف عن مصدر الفروق في اختلاف دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد باختلاف عدد ساعات المشاهدة

الدلالة الإحصائية	الفرق بين المتوسطات (I-J)	مصدر ساعات المشاهدة (J)	مصدر ساعات المشاهدة (I)
0.000	-0.16631*	3-1 ساعات	أقل من ساعة
0.000	-0.20128*	أكثر من 3 ساعات	
0.000	0.16631*	أقل من ساعة	3-1 ساعات
0.537	-0.03497-	أكثر من 3 ساعات	
0.000	0.20128*	أقل من ساعة	أكثر من 3 ساعات
0.537	0.03497	3-1 ساعات	

يتضح من الجدول (24) الفروق ذات الدلالة الإحصائية كانت لفئة (أقل من ساعة) حيث جاءت الدلالة الإحصائية بالمقارنة مع المتوسطات للفئتين الاخريتين وكانت (0.00) وهي دالة احصائياً، وبالتالي هي التي شكلت الفرق الاحصائي ضمن فئة عدد ساعات المشاهدة.

القسم الرابع: ما الفضائيات العراقية الأكثر تفضيلاً من قبل العينة لمتابعة القضايا السياسية؟

للإجابة عن السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على

استجابات أفراد عينة الدراسة عن " الفضائيات العراقية الأكثر تفضيلاً من قبل العينة لمتابعة القضايا

السياسية " ، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

جدول (25)

تسلسل القنوات الفضائية الأكثر متابعة
من قبل طلبة جامعة بغداد مرتبة ترتيباً تنازلياً

الاختيار الثالث				الاختيار الثاني				الاختيار الاول			
%	ك	القناة	ت	%	ك	القناة	ت	%	ك	القناة	ت
27.4	138	السومرية	1	30.2	152	العراقية	1	31.8	160	العراقية	1
13.5	68	الفرات	2	21.9	110	الحرّة	2	24.3	122	الشرقية	2
12.5	63	آفاق	3	13.5	68	العهد	3	15.1	76	السومرية	3
7.2	36	البابلية	4	9.9	50	السومرية	4	12.1	61	البغدادية	4
7.0	35	دجلة	5	7.0	35	الشرقية	5	6.8	34	الحرّة	5
6.8	34	العراقية	6	6.8	34	الفرات	6	3.4	17	آفاق	6
6.8	34	الاتجاه	7	4.8	24	البغدادية	7	1.8	9	المسار	7
6.8	34	الحرّة	8	1.8	9	المسار	8	1.6	8	الحدث	8

3.2	16	الشرقية	9	1.6	8	الحدث	9	1.6	8	التغيير	9
3.2	16	التغيير	10	1.6	8	السلام	10	1.6	8	بغداد	10
1.6	8	البغدادية	11	1.0	5	ديوان	11				
1.6	8	الحدث	12								
1.6	8	السلام	13								
1.0	5	بلادي	14								
100.0	503	المجموع		100.0	503	المجموع		100.0	503	المجموع	

يبين الجدول رقم (25) تسلسل القنوات الفضائية العراقية الأكثر متابعة من قبل طلبة جامعة

بغداد بخصوص القضايا السياسية مرتبة ترتيبا تنازليا.

حيث جاءت قناة (العراقية) بالمرتبة الأولى من حيث المتابعة وبنسبة (31.8%) من مجمل

نسب القنوات الفضائية التي جاءت ضمن الاختيار الأول، تلتها في الاختيار نفسه قناة الشرقية وبنسبة

(24.3%)، ثم السومرية بنسبة (15.1%)، ثم البغدادية وبنسبة (12.1%).

أما في الاختيار الثاني من حيث المتابعة فقد جاء بالمرتبة الاولى قناة العراقية أيضا وبنسبة

(30.2%) تلتها قناة الحرة بنسبة (21.9%)، ثم قناة العهد بنسبة (13.5%).

وفي الاختيار الثالث من حيث المتابعة فقد احتلت المرتبة الاولى قناة السومرية بنسبة

(27.4%) تلتها قناة الفرات بالمرتبة الثانية وبنسبة (13.5%)، ثم قناة آفاق بنسبة (12.5%).

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

يتناول هذا الفصل مناقشة نتائج الدراسة الاحصائية والتي هدفت الى التعرف إلى دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية وذلك بناء على أسئلتها وعلى النحو الآتي :

مناقشة نتائج السؤال الرئيس للدراسة:

ما الإتجاهات التي تسعى الفضائيات العراقية تشكلها لدى الشباب الجامعي العراقي نحو القضايا السياسية؟

تمت الاجابة عن هذا السؤال من خلال الأسئلة الفرعية الآتية :

القسم الأول: مناقشة مجال حجم وأنماط التعرض للفضائيات الاخبارية ؟

أظهرت نتائج الدراسة وبحسب الجدول رقم(1) أن محور نسبة المبحوثين الذين يشاهدون القنوات الإخبارية العراقية، جاء لصالح اختيار (أحياناً) إذ بلغت (72.03%)، وهي إشارة الى أن متابعة الفضائيات العراقية هو الأكثر في عينة الدراسة ، تليها غالباً بنسبة (9.76%) الذين يشاهدون الفضائيات بخيار (غالباً)، ثم الفئة الثالثة من عينة الدراسة الذين لا يشاهدون الفضائيات العراقية ويمثلون نسبة (18.21%).

وتعزى أسباب عدم المشاهدة إلى كون الفضائيات العراقية متحيزة لصالح الأحزاب وطائفية، وأنها غير صادقة في نقلها للأحداث والأخبار، كما أظهرت نتائج الجدول(4).

كما قد أظهرت نتائج الدراسة حسب الجدول رقم(2) أن العينة اختلفت في وتيرة المشاهدة الى ثلاث فئات ؛ (أقل من يومين أسبوعياً) وهي النسبة الأكبر التي بلغت (54.3%)، وفئة تشاهد بوتيرة(من 3-5 أيام) بنسبة(23.5%)، وفئة(يوميةً) بنسبة(22.3%)، وأكدت نتائج الجدول رقم(3) أن النسبة الأكبر منها لصالح اختيار(أقل من ساعة يومياً) بنسبة(73.2%)، ثم(من 1-3 ساعات يومياً) بنسبة(18.3%)، ثم(أكثر من 3 ساعات) بنسبة (8.5%)، وهذه النتيجة توضح مراحل التأثير بالفضائيات العراقية حسب فترات التعرض، لذلك ستكون الفئة الثالثة أشد تأثيراً لطول فترة المشاهدة وهم الذين يكونون أكثر عرضة لتغيير الاتجاهات، وهم النسبة الأقل من عينة الدراسة.

القسم الثاني: مناقشة السؤال الأول: ما القنوات الفضائية المفضلة ؟

اثبتت نتائج الدراسة وبحسب الجدول رقم(5) أن محور(الفضائيات المفضلة من منظور **طلبة جامعة بغداد**)، جاء ضمن المستوى المرتفع، وجاءت الفقرة التي نصت على أن من أكثر الفضائيات تفضيلاً في متابعة القضايا السياسية لعينة الدراسة هي(الفضائيات العربية) بمستوى مرتفع، ثم تلتها(الفضائيات العراقية) بمستوى مرتفع، ثم(الفضائيات الأجنبية الناطقة باللغة العربية) بمستوى مرتفع، وهذه التقسيمات أضافت بعداً آخر لمعرفة مدى تأثير الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي العراقي، الذي يفسر درجة اعتماد العينة على الفضائيات العراقية، وربطه بوتيرة المشاهدة، وعدد أيام المشاهدة، وساعات المشاهدة.

مناقشة السؤال الثاني: الفضائيات مصدر للمعلومات؟

اتضح من نتائج الجدول رقم (6) أن محور (اعتماد الفضائيات العراقية مصدراً للمعلومات)، جاء ضمن المستوى المتوسط، وقد حازت الفقرت التي نصت على كون أن اعتماد العينة على الفضائيات العراقية مصدراً للمعلومات (هي مصدر واحد من مصادر المعلوماتية) على مستوى مرتفع، تلتها فقرة (من الممكن لي أن استغني عن متابعة الفضائيات العراقية عند حاجتي للمعلومات) على مستوى متوسط، ثم تلتها فقرة (أرى أن الفضائيات العراقية بالنسبة لي تشكل مصدراً رئيساً لمعلوماتي العامة دون سواها من وسائل الإعلام)، على مستوى منخفض، وهذا يوضح مدى اختلاف درجات الاعتماد على الفضائيات العراقية كمصدر لتلقي المعلومات وبالتالي فإن درجة التأثير في مضامين هذه الفضائيات ستكون متفاوتة حسب درجات الاعتماد وطول فترة المشاهدة سواء كانت تأثيرات سلبية أو ايجابية، هذا ما سيوضح في مناقشة سؤال الأشباكات المتحققة من متابعة الفضائيات العراقية.

مناقشة السؤال الثالث: ما أبرز القضايا التي تتابع على الفضائيات العراقية؟

أثبتت نتائج الدراسة وبحسب الجدول رقم (7) أن محور (أهم القضايا التي تتابع على الفضائيات العراقية من منظور طلبة جامعة بغداد)، جاء ضمن المستوى المتوسط، وقد حازت الفقرة التي نصت على كون أن من أهم القضايا التي تتابعها العينة على الفضائيات العراقية هي (الفضائح السياسية للكتل والسياسيين) على مستوى مرتفع، تلتها فقرة (الشؤون الامنية العراقية)، وجاءت ثالثة الفقرة التي نصت على (قضايا الفساد المالي والإداري). وهذا القضايا الثلاث كانت بحسب نتيجة

الدراسة من أبرز القضايا التي تتابعها العينة على القنوات الفضائية العراقية، بالإضافة إلى فقرة (قضايا النازحين والمهاجرين)، ويمكن تفسير مجيء هذه الفقرات ضمن أولويات المشاهدة من قبل طلبة جامعة بغداد لكونها من القضايا اليومية التي يعيشها الجمهور العراقي وتمس حياته بشكل عام، فابتداء من الفضائح السياسية والتي يروم من خلالها المشاهد التعبير عن حالة الرفض تجاه الوضع السياسي في البلاد، والتي أدت إلى تردي الوضع الأمني كتحصيل حاصل وجعلت منه قضية تستوجب المتابعة والاهتمام، وليس ببعيد عن ذلك قضايا الفساد الإداري والمالي الذي ينخر باقتصاد العراق وأمنه، ليكون بالمحصلة شعب مهجر ونازح يعيش الجوع والحرمان وقد فقد مقومات العيش الكريم.

أما الفقرة التي نصت على متابعة (الجدل المذهبي والطائفي) فقد جاءت ضمن المستوى المنخفض، وهذا يشير إلى كون المواطن العراقي ومنهم (طلبة جامعة بغداد) يناون بأنفسهم بعيدا عن الطائفية التي أذهبت بزهرة أعمارهم، وأموالهم، واستقرارهم، لذا تراهم لايطبقون مثل هذه المواد على القنوات الفضائية العراقية. ولهذا جاءت نسبة مشاهدة البرامج ذات الطابع الطائفي من قبل طلبة جامعة بغداد قليلة جدا.

وهذا يندرج تحت التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية التي تحدثها وسائل الإعلام، كما اشارت إلى ذلك نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، لاسيما في الجانب العاطفي إذ نصت على الرسائل الإعلامية تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم. كالفنور العاطفي، كأن يتعرض الفرد إلى موضوعات العنف بشكل مكثف مما يولد لديه شعوراً بالعنف هو الحياة الحقيقية، فتنقص بالتالي لديه الرغبة بمساعدة الآخرين.

مناقشة السؤال الرابع : ما دوافع التعرض للفضائيات العراقية؟

اتضح من نتائج الدراسة وبحسب الجدول رقم(8) أن محور (دوافع التعرض للفضائيات العراقية بحسب طلبة جامعة بغداد)، جاء ضمن المستوى المتوسط. وقد حازت الفقرة التي نصّت على أن أبرز دوافع متابعة الفضائيات العراقية أنها (تعالج القضايا اليومية) بمستوى مرتفع، ثم تلتها الفقرة(تتقل مواقع النزاعات والخلافات السياسية) بمستوى مرتفع، ثم الفقرة الثالثة (تساعدني على معرفة الواقع الذي اعيش فيه) بمستوى مرتفع، وهذا بحسب نتيجة الدراسة من أبرز دوافع متابعة عينة للقنوات الفضائية العراقية، ويمكن تفسير مجيء هذه الفقرات ضمن أبرز دوافع المشاهدة من قبل طلبة جامعة بغداد كونها تمثل دوافع معلوماتية تضعهم في صورة الواقع المعاش، وتوضح ما يجري في وطنهم من خلافات ونزاعات بين مختلف الكتل السياسية التي بات همها الوحيد هو الخلاف والنزاع وكيفية تحصيل المصالح الشخصية على حساب بلادهم وشعبهم.

مناقشة السؤال الخامس: ما الأشباع المتحققة من متابعة الفضائيات العراقية؟

تشير نتائج الدراسة بحسب الدول رقم (9) أن محور (الأشباع المتحققة من متابعة الفضائيات العراقية الإخبارية)، جاء ضمن المستوى المتوسط، وقد حازت الفقرة التي نصت على كون أن من أهم الأشباع المتحققة لعينة الدراسة من متابعة الفضائيات العراقية هي (اكسبنتي معلومات عن خلفيات وتفصيل الأحداث الجارية في العراق)، بمستوى مرتفع، تلتها الفقرة (أسهمت في ثقافة التعصب والكراهية بين المكونات والهويات) بمستوى المرتفع، ثم تلتها (إسهام الفضائيات في زيادة حالة الوعي والمعرفة لدي كان محدودا وضئيلا) بمستوى مرتفع، وهذا القضايا الثلاث كانت بحسب نتيجة الدراسة من أبرز الإشباعات المتحققة من متابعة عينة الدراسة للقنوات الفضائية العراقية، ويمكن تفسير ذلك أن الفضائيات العراقية كونت اتجاهات متباينة قد تعزى إلى عوامل كثيرة كالاتجاهات المسبقة للعينة، وطول فترة التعرض، والفئة العمرية، والتخصص والمستوى العلمي، هذه المتغيرات قد تفسر اختلاف الإشباعات المتحققة، بالإضافة إلى توجه الفضائيات وسياساتها ومواقفها.

مناقشة القسم الثالث: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية تعزى للعوامل الديموغرافية (الجنس، العمر، نوع الدراسة، المرحلة الدراسية)؟

1- الجنس:

أظهرت نتائج الدراسة كما في الجدول رقم (10) أن هناك فروقاً دالة إحصائية في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد يعزى إلى متغير الجنس، ودلت النتائج على أن طلبة جامعة بغداد لديهم مستويات متباينة تجاه دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية باختلاف نوعهم الإجماعي، وأن فئة الطلبة الذكور هي الفئة صاحبة الفرق الأحصائي أي هي صاحبة التأثير بمضامين الفضائيات العراقية أكثر من الإناث.

2- العمر

يتضح من نتائج الدراسة كما في الجدول رقم (11) وجود فروق دالة إحصائية في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد يعزى إلى متغير العمر، ودلت على أن أفراد عينة الدراسة لديهم مستويات متباينة من دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية على اختلاف أعمارهم، وهذه نتيجة لأختلاف ادراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية، واختلاف حدة التأثير

للفضائيات من سنة عمرية الى اخرى، لذلك فإن الفئة العمرية (18-20) كانت أكثر تأثيراً بالنسبة الى الفئات العمرية الأخرى.

3- نوع الدراسة

يتضح من نتائج الدراسة وكما في الجدول رقم (14) أن هناك فروقاً دالة إحصائياً في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد يعزى إلى متغير نوع الدراسة، ودلت النتائج على أن طلبة جامعة بغداد لديهم مستويات متباينة تجاه دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية باختلاف نوع دراستهم، ولوحظ وجود فروقات لصالح التخصصات الإنسانية على التخصصات العلمية، هذا يدل على أن طلبة التخصصات الإنسانية أكثر تأثراً تجاه الفضائيات العراقية من التخصصات العلمية التي غالباً ماتكون حيادية أو سلبية تجاه مضامين الفضائيات العراقية.

4- المرحلة الدراسية

تشير نتائج الدراسة كما في الجدول رقم (15) إلى وجود فروق دالة إحصائياً نحو دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد تعزى إلى المرحلة الدراسية، ودلت النتائج على أن أفراد عينة الدراسة لديهم مستويات متفاوتة من دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية تعزى إلى المرحلة الدراسية، وكانت المرحلة صاحبة الفرق الإحصائي هي (المرحلة الدراسية الأولى) أي أنها أكثر تأثراً في مضامين الفضائيات العراقية مقارنةً بالمراحل الدراسية الأخرى.

5- عدد أيام المشاهدة

يتضح من نتائج الدراسة كما في الجدول رقم(18) وجود فروق دالة إحصائياً في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد يعزى إلى عدد أيام المشاهدة، وأشارت النتائج إلى أن أفراد عينة الدراسة لديهم مستويات دالة إحصائياً من دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية باختلاف عدد ساعات مشاهداتهم للقنوات العراقية، وأن الفروق الدالة إحصائياً كانت لصالح فئة (يومية فأقل)، أي أنها تمثل الفئة الأكثر إيجابية تجاه مضمون الفضائيات العراقية مقارنة بالفئات الأخرى.

6- عدد ساعات المشاهدة

يتضح من نتائج الدراسة كما في الجدول رقم(22) وجود فروق دالة إحصائياً في دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية من منظور طلبة جامعة بغداد يعزى إلى عدد ساعات المشاهدة، وأشارت هذه النتائج إلى أن أفراد العينة كانت لديهم مستويات مختلفة من حيث عدد ساعات المشاهدة، كانت الفروق لصالح فئة (أقل من ساعة) في اليوم بالنسبة للفئتين الأخرتين.

مناقشة القسم الرابع: ما الفضائيات العراقية الأكثر تفضيلاً من قبل العينة لمتابعة

القضايا السياسية؟

أشارة نتائج الدراسة كما في الجدول رقم (25) أن محور " الفضائيات العراقية الأكثر تفضيلاً من قبل العينة لمتابعة القضايا السياسية "، حيث قسمت الدراسة فئات التفضيل إلى ثلاث فئات تمثل الفئة الأولى الفضائية العراقية الأكثر تفضيلاً ثم الأقل ثم الأقل، وجاءت نتائج الفئة الأولى في قناة (العراقية) بالمرتبة الأولى وبنسبة (31.8%)، وقناة الشرقية بالمرتبة الثانية بنسبة (24.3%)، وقناة السومرية بالمرتبة الثالثة وبنسبة (15.1%)، أما بالتسلسل الثاني فقد كانت كالاتي: قناة العراقية أولاً وبنسبة (30.2%)، وقناة الحرة ثانياً وبنسبة (21.9%)، وقناة العهد ثالثاً وبنسبة (13.5%)، وفي التسلسل الثالث جاءت قناة السومرية أولاً وبنسبة (27.4%)، وقناة الفرات ثانياً وبنسبة (13.5%)، وقناة آفاق ثالثاً وبنسبة (12.5%). ويمكن تفسير هذا لاختلاف أفضلية القنوات الفضائية العراقية بالنسبة للعينة واختلاف توجهات عينة الدراسة بحسب ميولها واتجاهاتها، وقد أورد الباحث في الأطار النظري مايتعلق بهذه الفضائيات من توجهات وسياسات وعائدية وانتماءات هذه الفضائيات.

الإستنتاجات:

1. كشفت النتائج إلى أن غالبية عينة الدراسة يفضلون متابعة القضايا السياسية على الفضائيات العربية، مقارنة بالفضائيات العراقية، والفضائيات الأجنبية الناطقة باللغة العربية.

2. بينت النتائج أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة يشاهد الفضائيات الإخبارية العراقية أحياناً، كذلك فإن النسبة الأكبر تشاهد الفضائيات العراقية يومين فأقل في الأسبوع، وفي فترة أقل من ساعة في اليوم.

3. تبين من نتائج الدراسة أن مجموعة من عينة الدراسة لا يشاهدون الفضائيات الإخبارية العراقية لأنها متحيزة لحزب أو طائفة، ولعدم مصداقيتها من وجهة نظرهم.

4. كشفت نتائج الدراسة أن غالبية عينة الدراسة يعد الفضائيات الإخبارية العراقية واحدة من مصادر المعلومات، التي يمكن أن يستغني عنها، ولا تمثل المصدر الوحيد لمعلوماته.

5. أظهرت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة يفضلون متابعة كل من القضايا حسب ترتيب الأهمية(الفضائح السياسية للكتل والسياسيين، الشؤون الأمنية العراقية، قضايا الفساد المالي والإداري، قضايا النازحين والمهاجرين)، ولا يفضلون متابعة(الجدل بين الكتل السياسية، والجدل المذهبي الطائفي)، في القنوات الإخبارية العراقية.

6. ان من ابرز دوافع متابعة عينة الدراسة للفضائيات العراقية، التي جاءت بمستوى مرتفع، والتي

تمثلت بدوافع معرفية، وطقوسية، هي:

- أنها تعالج القضايا اليومية.
- تنتقل النزاعات والخلافات السياسية.

- أنها ساعدتني في معرفة الواقع الذي اعيش فيه.
 - سرعة تغطية الأحداث.
7. إن ابرز الإشباعات المتحققة لدى عينة الدراسة، من متابعة الفضائيات الإخبارية العراقية، التي جاءت بمستوى مرتفع، هي:
- أنها اكسبتني معلومات عن خلفيات وتفاصيل الأحداث الجارية في العراق.
 - أسهمت الفضائيات في ثقافة التعصب والكرهية بين المكونات والهويات.
 - إسهام الفضائيات في زيادة حلة الوعي والمعرفة لدي كان محدوداً أو ضئيلاً.
8. أثبتت الدراسة أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية لدور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية تعزى للعوامل الديمغرافية (الجنس، العمر، نوع الدراسة، المرحلة الدراسية).
9. ان من أكثر القنوات تفضيلاً في المتابعة لدى عينة الدراسة هي(قناة العراقية، وقناة الشرقية، وقناة السومرية)

التوصيات:

وبناءً على النتائج والاستنتاجات التي خرج بها البحث، يمكن وضع بعض التوصيات والحلول وهي:

1. على الفضائيات العراقية معالجة القضايا السياسية بشكل وطني تصب ومصلحة الوطن وليس في مصلحة الكيل السياسية والأحزاب الساسية.
2. إن على الفضائيات العراقية كشف بؤر الفساد والمفسدين ومحاربتهم في جميع مراكز الدولة.
3. على الفضائيات العراقية تفعيل عمل الصحافة الاستقصائية لكشف مثيري الفتن والفساد والمخربين في البلد.
4. على الفضائيات العراقية تحري الصدق في نقل الأخبار والأحداث التي تتعلق بحياة المواطن.
5. الإبتعاد عن الخطاب الإعلامي الذي يثير الكراهية والعنف بين مكونات المجتمع.
6. ضرورة توحيد الخطاب الإعلامي للفضائيات العراقية ورفع شعار البناء والإعمار والتقدم في مختلف المجالات للنهوض والارتقاء.
7. ضرورة أن تقوم الفضائيات العراقية بتطوير شكل ومضمون النشرات الإخبارية والبرامج السياسية، حتى تستطيع مواكبت القنوات الفضائية العالمية.
8. يُبرز الدراسة الحاجة إلى بحوث جديدة تتناول التأثيرات غير المباشرة وطويلة الأمد على النسيج الوطني العراقي في مراحل لاحقة، وذلك بتحديد مدى تأثير وسائل الإعلام ولاسيما الفضائيات العراقية بترتيب أولويات الجمهور.

9. ضرورة وجود خطة مشتركة يضعها خبراء وأساتذة الإعلام والسياسة، يتم بمقتضاها إنشاء

جهاز إعلامي وطني مستقل عن الدولة له ميزانية مستقلة.

10. ضرورة حرص الفضائيات العراقية على شفافية ووضوح مصادر التمويل، وكشف الذمم

المالية.

11. على الفضائيات العراقية اجراء البحوث والدراسات الأستطلاعية لمعرفة اتجاهات الجماهير

نحو برامجها للتطوير من مستوى العلمي والفني في هذه البرامج.

قائمة المراجع

المراجع العربية:

— ال زعير، سعيد مبارك(2008). التلفزيون والتغيير الاجتماعي في الدول النامية. بيروت: مكتبة الهلال.

— أبو الحمام، عزام محمد(2010). الإعلام الثقافي. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

— أبو اليزيد، اشرف(2005). القيم الفنية في شعارات القنوات الفضائية العربية، بحث منشور في كتاب "الفضائيات العربية ومتغيرات العصر" أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

— أبو خليل، هنيذة أحمد(2013). درجة توجه المضمون السياسي لبرنامج باسم يوسف الساخير"البرنامج" خلال المدة من 23 تشرين الثاني 2012 إلى 25 تشرين الأول 2013.(رسالة ماجستير منشورة)، جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، عمان، الاردن.

— ابو زيد، احمد محمد(2008). العزوف السياسي وعلاقته بكل من الأكتئاب ووجهة الضبط الخارجي لدى طلب الجامعة. مجلة دراسات عربية لعلم النفس، فلسطين، 7.(4). ص785-833.

— أبو سعد، أحمد عبد اللطيف، ختاتنة، سامي محسن(2010). علم النفس الاعلامي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

— ابي نادر، جان(2006). دور الإعلام العربي في تشكيل المنظور الغربي للعرب. بحث منشور في كتاب الإعلام العربي في عصر المعلومات، ابو ظبي، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.

— إسماعيل، محمد حسام الدين(2008). الصورة والجسد، دراسات نقدية في الإعلام المعاصر، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

— إسماعيل، محمود حسن(2003). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

— الباهلي، محمد عبد العزيز(1990). التلفزيون والمجتمع. الإمارات العربية المتحدة: مكتبة المسار.

— بدر، احمد(1984). أصول البحث العلمي ومناهجه. ط9، الكويت: وكالة المطبوعات.

— بدوي، احمد زكي(1985). معجم مصطلحات الإعلام. القاهرة: دار المصري اللبناني.

— بدوي، محمد(2009). الخطاب الإعلامي للأحزاب والحركات الإسلامية في العراق، أطروحة دكتوراه(غير منشورة) جامعة بغداد، كلية الإعلام.

— تايلور، فيليب(2000). " قصف العقول"(ترجمة سامي خشبة)، سلسلة عالم المعرفة(256).

— الجبور، سناء محمد(2010). الإعلام والرأي العام العالمي والعربي. الاردن، عمان: دار اسامة للنشر.

— حجاب، محمد منير(2002). الدعاية السياسية وتطبيقاتها قديما وحديثا. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

- حجاب، محمد منير (2004). المعجم الإعلامي. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- الحديثي، وليد حسن (2001). البرامج الحوارية في قناة العراق الفضائية. بحث مقدم إلى المؤتمر القطري الأول للإعلام، منشور في كتاب وقائع المؤتمر القطري الأول للإعلام،، بغداد، وزارة التعليم العالي.
- الحديد، محمد فضل (2006). نظريات الإعلام اتجاهات في دراسات الجمهور والرأي العام. القاهرة: مكتبة نانسي دمياط.
- الحديدي، منى سعيد، وعلي، سلوى امام (2010). الاعلام والمجتمع. ط3، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- حسن، همت (2010). دراسات في نظريات الإعلام. ط1، القاهرة: مصر العربية للنشر والتوزيع.
- حسين، سمير محمد (1999). بحوث الإعلام. ط3، القاهرة: عالم الكتب.
- حسين، محمد صاحي (2000). قناة العراق الفضائية. رسالة ماجستير (غير منشور)، جامعة بغداد، العراق.
- الحسيني، أميرة (2005). فن الكتابة للأذاعة والتلفزيون. بيروت: دار النهضة العربية.
- حلس، موسى عبد الرحيم، مهدي، ناصر علي (2010). "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني"، مجلة جامعة الأزهر، 12. (2). 136.
- الحلو، محمد (1999). علم النفس التربوي نظرة معاصرة. ط1، مكتبة الأمل للطباعة والنشر.
- حمادة، بسيوني ابراهيم (2008). دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. القاهرة: عالم الكتب.

— حمادي، إياد هلال(2007). العلاقات العامة في القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية،

دراسة مسحية لأنشطة العلاقات العامة في قناتي العراقية وبغداد، رسالة ماجستير(غير

منشورة)، جامعة بغداد، كلية الإعلام.

— ختاتنة، سامي محسن، وعبد اللطيف، احمد(2010). علم النفس الاعلامي. عمان: دار

المسيرة للنشر والتوزيع.

— الختاتنة، سامي محمد، والنوايسة، فاطمة عبد الرحيم(2011). علم النفس الاجتماعي. عمان:

دار الحامد للنشر.

— خليل، رفاه فاروق(2008). أشكال ومضامين البرامج الإخبارية في قناة الشرقية الفضائية،

دراسة تحليلية لبرنامج "الحصاد" الإخباري، رسالة ماجستير(غير منشورة)، جامعة بغداد، كلية

الإعلام.

— خواطر، صلاح(1998). مبادئ علم النفس. مطبعة جامعة طنطا.

— الخوالدة، محمود عبد الله، ونعموش، حسين علي(2008). علم النفس السياسي والاعلامي.

عمان: دار الحامد للنشر.

— الخوري، نسيم(2005). فنون الإعلام والطاقة الاتصالية. بيروت: دار المنهل اللبناني

للطباعة والنشر.

— الدبيسي، عبد الكريم علي(2011). الرأي العام عوامل تكوينه وطرق قياسه. عمان: دار

المسيرة.

— الدليمي، عبد الرزاق(2005). عولمة التلفزيون. عمان: دار جرير للنشر والتوزيع .

— الدليمي، عبد الرزاق، (2015). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

— الدليمي، عبد الرزاق (2015). الدعاية والشائعات والرأي العام. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

— دورندان، غي (2002). الدعاية والدعاية السياسية. (ترجمة رالف رزق الله)، ط2، دمشق: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

— راضي، رشيد حسن، و خليل، إيثار طارق (2012). البرامج الحوارية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام من وجهة نظر طلبة الاعلام (برنامج ولكم القرار انموذجاً). (دراسة منشورة)، الجامعة العراقية، بغداد، العراق.

— راضي، وسام فاضل (2008). دور القنوات الفضائية الإخبارية في تشكيل الصورة الإعلامية والسياسية عن العراق. (دراسة منشورة)، جامعة بغداد، العراق.

— ربيع، محمد شحاتة (2011). علم النفس الاجتماعي. ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

— رشتي، جيهان (1971). الإعلام ونظرياته في العصر الحديث. القاهرة: دار الفكر العربي.

— الرفاعي، أسامة مهدي غانم (2002). البرامج السياسية في قناة الجزيرة، الجامعة المستنصرية، المعهد العالي للدراسات السياسية والدولية، رسالة ماجستير (غير منشورة)،

بغداد.

— ريم البداينه، ذياب الطراونه، اخليف العثمان، حسين وابوحسان(2009)، عوامل الخطورة في البيئة الجامعية لدى الشباب الجامعي في الأردن، المجلس الأعلى للشباب مركز القيادة الشبابية، الأردن.

— زغيب، شيماء ذو الفقار(2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

— زغيب، شيماء ذو الفقار(2009). نظريات في تشكيل اتجاهات الراي العام. ط2، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

— السامرائي، نبيهة صالح(2007). علم النفس الاعلامي. ط1، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.

— سلامة، عبد الحافظ(2007). علم النفس الاجتماعي. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

— سميسم، حميدة(2005). الحرب النفسية. القاهرة: الدار الثقافية للنشر.

— سميسم، حميدة(2005). نظريات الرأي العام. القاهرة: الدار الثقافية للنشر.

— السوداني، احمد عبد الحسين(2015). دور التلفزيون في بناء الوعي الأمني لدى الجمهور. اطروحة دكتوراه(غير منشورة). جامعة بغداد كلية الإعلام.

— السوداني، عدنان حردان(2014). التعرض للفتوات العربية الغنائية وانعكاساته على المجتمع. دراسة (غير منشورة)، جامعة بغداد، كلية الإعلام.

— السيد، ليلي حسين، مكاوي، حسن عماد(2009). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

— شتيات، ازدهار يوسف(2012). تأثير صحافة الرأي على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي في جامعتي الشرق الأوسط واليرموك.(رسالة ماجستير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الاردن.

— الشرقاوي، أنور(1998). التعلم نظريات وتطبيقات. ط5، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

— شريف، سامي(2000). الفضاءات العراقية المعاصرة. القاهرة: دار النهضة.

— الشمري، علي جبار(2010). الهوية الوطنية في قناة الشرقية الفضائية العراقية، "بحث مقدم إلى مؤتمر الفضاءات العربية والهوية الثقافية" كلية الاتصال جامعة الشارقة.

— صديق، حسين(2012)، "الاتجاهات من منظور علم الاجتماع"، مجلة جامعة دمشق، 28(3،4)،9.

— الصوفي، خالد، والبريهي، علي(2014). دور الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الاكاديمية العربية في اليمن نحو"الربيع العربي".(دراسة منشورة)، جامعة صنعاء، اليمن.

— الطائي، مصطفى حميد كاظم(2006). الفنون الاذاعية والتلفزيونية وفلسفة الاقتناع. الاسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر.

— عبد الحميد، شاکر(2005). عصر الصورة الايجابيات والسلبيات، الكويت: سلسلة عالم المعرفة المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.

— عبد الحميد، محمد(2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب.

— عبد الكريم، كفاح(2008). العوامل المؤثرة في تطور أداء البرامج الإخبارية والسياسية

التلفزيونية ودورها في تحقيق الأهداف المرسومة لها، دراسة في قناة السومرية الفضائية.

رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة بغداد، كلية الإعلام.

— عبد الله، خلدون(2010). الإعلام وعلم النفس. ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

— عبد المجيد، سazan سامان(2015). تقييم النخبة لدور وسائل الاعلام العراقية في مواجهة

الطائفية. رسالة ماجستير (منشورة)، جامعة البترا، كلية الاعلام.

— عبد النبي، سليم(2010). الإعلام التلفزيوني. ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

— عبده، عزيزة(2004). الإعلام السياسي والرأي العام. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

— عبيد، إسماعيل علوان(2009). المعالجة الإخبارية في القنوات التلفزيونية الفضائية

العراقية، دراسة تحليلية لنشرة الأخبار الرئيسية من قناة البغدادية أنموذجاً. رسالة

ماجستير (غير منشورة) جامعة بغداد، كلية الإعلام.

— عبيد، اسماعيل علوان،(2015). المعالجة الاخبارية للزمات الامنية المحلية في الفضائيات

التلفزيونية العراقية واتجاهات النخبة الاعلامية ازاءها. اطروحة دكتوراه(غير منشورة)، جامعة

بغداد، كلية الاعلام.

— عروط، مصطفى(1982). وسائل الإعلام والمجتمع. عمان: مطبعة فيلاديلفيا.

— العزيمي، وديع(2007). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني

دراسة ميدانية على طلبة الجامعات.(دراسة منشورة)، جامعة صنعاء، اليمن.

— عطوان، فارس(2009). الفضائيات العربية ودورها الإعلامي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

— عطية، عمران كاظم(2007). شبكات التلفزة الأمريكية، دراسة تحليلية للبرامج الإخبارية في شبكتي CNN وFOX NEWS تجاه القضية الفلسطينية، أطروحة دكتوراه(غير منشورة)، جامعة بغداد، كلية الإعلام.

— علوان، ياسين(2009). "دور البرامج السياسية في قناة صلاح الدين الفضائية"، مجلة جامعة تكريت، 16.(5). 326.

— عمر، السيد احمد مصطفى(2008). البحث العلمي، مفهومه..إجراءاته..ومناهجه. الكويت: مكتبت الفلاح.

— العنزي، عبد الله حميد(2014). دور وسائل الإعلام الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي.(رسالة ماجستير منشورة)، جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، عمان، الاردون.

— العنزي، عبد الله حميد،(2014). دور وسائل الاعلام الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي. (رسالة ماجستير منشورة)، جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، عمان، الاردون.

— عيسى، نهوند القادري(2008). قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التفكيك. بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية .

— غرابية، فوزي، وآخرون(2015). أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية. ط7.

عمان: دار وائل

— فاضل، وسام(2004). اتجاهات الجمهور إزاء قنوات شبكة الإعلام العراقي، بحث منشور،

مجلة كلية المعلمين، الجامعة المستنصرية، 40. 4.

— فاضل، وسام(2010). الإذاعة والتلفزيون في العراق. بغداد: دار النهدين للتوزيع والإعلان

والنشر.

— فرحات، دانا عماد(2015). دور الفضائيات اللبنانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو

الطائفية. رسالة ماجستير(منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

— فليحي، محمد جاسم(2002). صناعة العقل في عصر الشاشة، عمان: الدار العلمية الدولية

للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر.

— الفيصل، عبد الأمير(2005). الصحافة الالكترونية في الوطن العربي. ط1، عمان: دار

الشروق للطباعة والنشر.

— قسايسية، علي(2010). "تكنولوجيا الإعلام ودراسات الجمهور في المجتمعات الانتقالية"،

الاتصال والتنمية،(1)، دار النهضة، بيروت.

— القليني، فاطمة، والفرنواني، منى(2008). علم الاجتماع الإعلامي. القاهرة: مكتبة زهراء

الشرق.

— ماك دوغال، كورتييس(2000). مبادئ تحرير الأخبار(ترجمة أديب خضور)، دمشق: سلسلة

المكتبة الإعلامية.

— محمد، رافي حمدي(2005). واقع البرامج الحوارية في قناة العراقية الفضائية، البرامج

السياسية أنموذجاً، رسالة ماجستير(غير منشورة) جامعة بغداد، كلية الإعلام

— مراد، كامل خورشيد(2011).الاتصال الجماهيري والاعلام. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

— المرسومي، صلاح غضى(2015). مستوى معالجة الفضائيات العراقية لمفهوم المواطنة من

وجهة نظر الاكاديميين العراقيين العاملين في الجامعات الاردنية.(رسالة ماجستير منشورة)،

جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، عمان، الأردن.

— مسعود، حنان(1998). اتجاهات طلبة المرحلة الثانوية نحو التعليم الثانوي العام والفني والمهني

وعلاقتها بالتحصيل الدراسي.(رسالة ماجستير منشورة)، جامعة دمشق، دمشق، سوريا.

— المشاقبة، بسام عبد الرحمن(2011). نظريات الاعلام. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

— المصالحة، محمد حمدان(2002). الاتصال السياسي، مقترب نظري، تطبيقي. ط2، عمان:

دار وائل للنشر.

— مصباح، عامر(2010). علم النفس الاجتماعي في السياسة والإعلام. القاهرة: دار الكتاب

الحديث.

— مصطفى، هويدا(2005). المعالجة الإخبارية لأحداث الحرب على العراق في الفضائيات

العربية. بحث منشور في كتاب الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، القاهرة، الدار المصرية

الليبنانية.

— معوض، محمد(2000). الأزمات من منظور اتصالي، دراسات إعلامية، الرياض: دار الكتب

الحديث.

— المغربي، كامل (2011). أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية. ط 4، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

— مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلي احمد (2008). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر.

— مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلي حسن (2001). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط 1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع.

— الموسوي، محمد (2004). النظرية الإعلامية. كلية التربية جامعة البحرين، البحرين.

— ناصر، ضياء مصطفى (2009). المضامين السياسية للبرامج الساخرة في قناة البغدادية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة بغداد، كلية الإعلام.

— ناصر، محمد جودت (1998). الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، عمان: دار مجدلاوي.

— نور، حسين علي (2008). الدعوات السياسية في القنوات التلفزيونية المحلية، دراسة تحليلية مقارنة للدعوات السياسية في القنوات التلفزيونية (العراقية، الحرية، الفرات). أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة بغداد، كلية الإعلام.

— الهاشمي، مجد هاشم (2001). الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل. عمان: دار المستقبل للنشر والتوزيع.

— الهيتي، هادي نعمان (1998). الاتصال الجماهيري، المنظور الجديد. بغداد: دار الشؤون الثقافية.

— وناس، المنصف (2000). "التلفزة وتحديات التنشئة الاجتماعية". مجلة الإذاعات العربية. (1).

— ياسين، صباح(2004). "احتكار الإعلام في السياسة الأمريكية، العرب والإعلام الفضائي".

مجلة المستقبل العربي(34).

— يوسف، حنان(2005). الفضائيات العربية ومتغيرات العصر. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

المراجع الاجنبية

- AIIPORT, G.W(1954). The Nature of prejudice. Cambridg, Addison,Wesiey.
- Alpizar,KathleenSara, (2010). *New media use among achieving adolescents*, m.a (unpublished thesis), san jose state university.
- Bartlett, J. E., Kotrlik, J.W., & Higgins, Ch. C.(2001). Organizational Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research. Information Technology, Learning and Performance Journal. Vol.19, No.1, Spring,2001
- Bougadous, E.M(1931). Fundamental of Fsychoiogy. (2th ed).Edition and Grofts.
- Boyle Susan(2008). The Efects of Television News Media on Political Participation and Awareness in American Presdential Elections, Journal of Communication, vol.19,pp:318-352
- James, Roas(2002). The Effect of Mass Communication on Political Behaviors and Adolescent, *Educational Review*, 16(11).
- Jan E.Leighley 2004 ,*Mass Media and politics. A social science Perspective*, New York:Houghton MifflinCompany.

- Kim, Jin- young, (정·영). *The study of international students internet dependency*, Korean journal of communication ,volum.
- Melissa A. Johnson (1996). *Latinas and Television in the United States*, The Haward Journal of Communication, 7,
- Terence. H. Qualter(1982). *Propaganda and Psychological Warfare*,(New York: Randon House· Inc.
- Wright, Charles,(1985) , *Mass Communication : A psychological Perspective* , 4th ed, New York : Rendom House.

ملاحق الدراسة

الملحق رقم (1)

الإستبانة

جامعة الشرق الأوسط

كلية الإعلام

م / استمارة استبيان

عزيزي الطالب...

عزيزتي الطالبة...

بين أيديكم استمارة الاستبيان الخاصة برسالتي الموسومة (دور الفضائية العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية) أعتدتم لتكونوا عينتها، أرجو الإجابة على كافة الاستفسارات الموجودة في الاستمارة التي بين يديك وعدم ترك أي سؤال لغرض تحقيق أهداف البحث.

أخي المبحوث الكريم أرجو منك التفضل بملاحظة الآتي قبل الإجابة:

1. يرجى عدم كتابة اسمك على استمارة البحث.
2. المعلومات التي تعطيها تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، ولا تستخدم إلا من قبل الباحث.
3. يرجى قراءة جميع الاختيارات الخاصة بالسؤال ومن ثم حدد الإجابة التي ترغبها بوضع إشارة (✓) في المربع المناسب.
4. هناك بعض الأسئلة تحتاج إلى إجابات مكتوبة، يرجى ملاحظة ذلك.
5. هناك بعض الأسئلة التي فيها مجموعة من الخيارات بإمكانك الإجابة على أكثر من خيار.
6. ليست هناك إجابة خاطئة وأخرى صحيحة فالإجابات تستخدم لأغراض البحث العلمي.

شاكرين تعاونكم معنا

الباحث

يحيى محمد محسن

المشرف

د. يوسف حميد

أولاً: البيانات الديمغرافية :

1. الجنس:

أ. ذكر

ب. أنثى

2. الفئات العمرية :

20 - 18

23 - 21

24 - فأكثر

3. التخصص :

إنساني

علمي

4. السنة الدراسية:

أ. المرحلة الأولى

ب. المرحلة الثانية

ت. المرحلة الثالثة

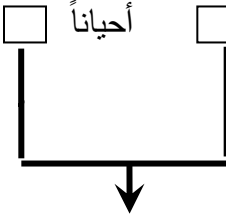
ث. المرحلة الرابعة

ثانياً: حجم وأنماط التعرض للفضائيات الإخبارية :

س1. لأي مدى تشاهد الفضائيات العراقية الإخبارية ؟

غالبا أحياناً لا أشاهد ← يرجى الأجابة على السؤال (2)،

وأيعادة الاستبانة، مع الشكر.



يرجى الإنتقال للسؤال الثالث

س2. إذا كنت لاتشاهد الفضائيات العراقية الإخبارية فما أسباب عدم المشاهدة ؟

1. ؟

2. ؟

3. ؟

س3. كم يوم تشاهد الفضائيات العراقية الإخبارية في الأسبوع؟.

• يومين فاقل

• من ثلاثة إلى خمسة أيام

• يوماً

س4. ما معدل مشاهدت الفضائيات العراقية الإخبارية يومياً ؟

أ. أقل من ساعة

ب. ساعة - 3 ساعات

ت. أكثر من ثلاث ساعات

أسئلة الإستبانة

يرجى قراءة الأسئلة وإجابة الفقرات كما هي بالواقع وكما تعبر عن أهتمامك وحسب رأيك الشخصي

معبرا عنه بكل واقعية وصدق :

ت	المجال الأول : الفضائيات المفضلة : أفضل مشاهدة القنوات التالية :	موافق	محايد	غير موافق
1	القنوات الفضائية العراقية			
2	القنوات الفضائية العربية			
3	القنوات الفضائية الاجنبية الناطقة باللغة العربية			
ت	المجال الثاني :الفضائيات بصفتها مصدر معلومات	موافق	محايد	غير موافق
4	أرى إن الفضائيات العراقية بالنسبة لي تشكل مصدرا رئيسا لمعلوماتي العامة دون سواها من وسائل الإعلام.			
5	هي مصدر واحد من مصادر المعلوماتية			
6	من الممكن لي ان استغني عن متابعة الفضائيات العراقية عند حاجتي للمعلومات			

ت	المجال الثالث : طبيعة متابعتي للفضائيا العراقية : أفضل متابعة القضايا التالية في الفضائية الإخبارية العراقية :	موافق	محايد	غير موافق
7	القضايا التي تخص البلدان المجاورة للعراق			
8	القضايا العربية			
9	القضايا الاقليمية غير العربية			
10	القضايا الدولية			
11	الشؤون الامنية العراقية			
12	الخلاقات بين الكتل السياسية			
13	قضايا الفساد المالي والإداري			
14	تعدد الاحزب السياسية			
15	الحراك الشعبي في العراق			
16	الاصلاحات السياسية			
17	الازمة المالية			
18	قضايا النازحين والمهاجرين			
19	الفضائح السياسية للكتل والسياسيين			
20	تدخلات الدول في الشأن العراقي			
21	أتابع الجدل المذهبي والطائفي			
22	أتابع الجدل السياسي بين الكتل			
23	أتابع قضايا الإرهاب والتطرف			
24	أتابع الخطب الدينية			
25	أتابع الشأن الاقتصادي والبطالة والفقير			
26	أتابع التحولات الاجتماعية الطارئة على المجتمع العراقي			
27	أهتم بمعرفة الأخبار الجامعية والتعليم في العراق			
28	أحرص على ما يبث من قضايا الصحة والبيئة والأمراض			

ت	المجال الرابع : دوافع التعرض : أتابع الفضائيات العراقية للدوافع التالية :	موافق	محايد	غير موافق
29	تجعلني على صلة بالعالم الخارجي			
30	تساعدني على معرفة الواقع الذي اعيش فيه			
31	تعبر عن ارائي السياسية			
32	تنقل الاخبار والمعلومات بمصداقية			
33	تنقل مواقع النزاعات والخلافات السياسية			
34	إنها تمثل وجهة النظر التي اتبناها			
35	الاكثر مشاهدة في مجتمعي			
36	توافقني دينياً			
37	تمتلك قدرة كبيرة على الإقناع			
38	تزودني بالمعلومات السياسية			
39	تتوافق مع اتجاهي الحزبي			
40	تتسم بالجرأة في طرح المواضيع			
41	سرعة تغطية الأحداث			
42	أنها تعكس بعداً قومياً			
43	تعالج القضايا اليومية			
44	توافقك مذهبياً			

غير موافق	محايد	موافق	المجال الخامس : الإشباع المتحققة : ساهمت الفضائيات العراقية الإخبارية في تحقيق الإشباع التالية عندي :	ت
			اكسبتي معلومات عن خلفيات وتفاصيل الأحداث الجارية في العراق.	45
			اكسبتي معلومات عن خلفيات وتفاصيل الأحداث الجارية في الوطن العربي.	46
			اكسبتي معلومات عن خلفيات وتفاصيل الأحداث الجارية في العالم	47
			كونت لدي وجهة نظري حول القضايا المطروحة إعلامياً.	48
			مكنتني من استشراف مستقبل البلد واحتمالات تطور الأحداث فيه	49
			عرفتني على سياسات الدول والأحزاب وتوجهاتها.	50
			ساهمت في تنمية الوعي لدي بالقضايا السياسية.	51
			كونت لدي آراء وقناعات عن قضايا ليس لدي فيها قناعات سابقة.	52
			حصلت من خلالها على إجابات عن تساؤلات لم تكن لدي فكرة سابقة عنها.	53
			أسهمت في تعزيز قيم المواطنة والهوية الوطنية.	54
			أسهمت في تعزيز ثقافة قبول الآخر (دينيا، قوميا، مذهبيا).	55
			إسهام الفضائيات في زيادة حالة الوعي والمعرفة لدي كان محدودا وضئيلا.	56
			أسهمت الفضائيات في ثقافة التعصب والكراهية بين المكونات والهويات.	57
			اتاحت الفضائيات فرصة المشاركة في النقاش الجماهيري	58

س5. ما القنوات الفضائية الإخبارية العراقية التي تفضل مشاهدتها لمتابعة القضايا السياسية
اختر أهم (3) قنوات إخبارية فضائية عراقية تشاهدها، بحيث يعبر الرقم (1) عن
أفضل قناة، ورقم (2) عن القناة التي تليها، ورقم (3) للقناة الثالثة؟.

	1
	2
	3

ملحق رقم (2)

جامعة الشرق الأوسط

كلية الإعلام

ماجستير إعلام

الأستاذ الفاضل.....المحترم

الموضوع / تحكيم إستبانه

تحية طيبة:

نظراً لما أعهدّه في شخصكم الكريم من علمية وخبرة، أرجو تفضلكم بأبداء الرأي والمشورة العلمية، وتحكيم إستبانه الدراسة الميدانية الخاصة بموضوع رسالة الماجستير الموسومة (دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية). وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في الاعلام، في جامعة الشرق الأوسط.

مع جزيل الشكر والتقدير

الباحث

يحيى محمد

محسن

أسماء المحكمين

الأسم	الرتبة	التخصص	مكان العمل
حميدة آل سميسم	أستاذ	إعلام	جامعة الشرق الأوسط
عزت حجاب	أستاذ	اذاعة وتلفزيون	جامعة الشرق الأوسط
هاشم السلعوس	أستاذ	اذاعة وتلفزيون	جامعة اليرموك
غازي خليفة	أستاذ	مناهج وطرق التدريس	جامعة الشرق الأوسط
عبدالجبار توفيق البياتي	أستاذ	مناهج البحث العلمي	جامعة الشرق الأوسط
عبد الحافظ سلامة	أستاذ	تكنولوجيا التعليم	جامعة الشرق الأوسط
عباس الشريفي	أستاذ	الإدارة التربوية	جامعة الشرق الأوسط
كامل خورشيد	أستاذ مشارك	إعلام	جامعة الشرق الأوسط

ملحق رقم (3)

جدول تحديد العينة

TABLE 1
Table for Determining Sample Size from a Given Population

<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	100000	384

Note.—*N* is population size.
S is sample size.

ملحق رقم (4)

كتاب جامعة بغداد

Republic of Iraq
Ministry of Higher Education
& Scientific Research
University of Baghdad
Department of Scholarships
and Cultural Relations

جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
رئاسة جامعة بغداد
قسم البعثات والعلاقات الثقافية

No. ٨٠١ / ث
Date. ٢٠١٦ / ٤ / ٧

قسم البعثات والعلاقات الثقافية

أ.د. عزت حجاب المحترم
عميد كلية الاعلام
جامعة الشرق الاوسط
تهديكم جامعة بغداد اطيب التحيات

اشارة الى رسالتكم المرقمة / ك.ا.خ/١٤٦ في ٢٠١٦/٣/١٩ نرفق لكم طياً قرص مدمج يتضمن بيانات بالعدد الكلي لطلبة جامعة بغداد مع بيان اعداد الطلبة لكل كلية بناء على طلب تسهيل مهمه طالب الماجستير يحي محمد محسن من كلية الاعلام بجامعتكم.

للتفضل بالاطلاع متمنين لكم النجاح والموفقية.. مع التقدير



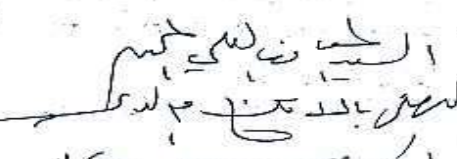
أ.م.د اياد كاظم زغير
مدير قسم البعثات والعلاقات الثقافية

نسخه منه الى
قسم البعثات والعلاقات الثقافية/للحفظ

University of Baghdad-Al-Jadriya-Baghdad-Iraq
E-mail : culturalrelations@uobaghdad.edu.iq

ملحق رقم (5)

كتاب تسهيل مهمة

Ministry of Higher Education And Scientific Research University of Baghdad Media & Public Relations		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي رئاسة جامعة بغداد قسم الاعلام والعلاقات العامة
/ .No / DATE		المعد: ٤٢ التاريخ: ٢٠١٧/٣/٢٢
جامعة بغداد - كلية العلوم شعبة الموارد البشرية الموارد الخارجية عدد: ١٩٠٨... التاريخ: ٢٠١٧/٣/٢٢	م: / تسهيل مهمة	
تحية طيبة ... يرجى تسهيل مهمة الطالب يحيى محمد محسن من جامعة الشرق الاوسط / كلية الاعلام، لأغراض بحثية (توزيع استمارة استبيان داخل الكليات المذكورة اعلاه) مع التقدير		
 أ.م.د. محاهد محمد الزريق مصطفى مدير الاعلام والعلاقات العامة ٢٠١٦/٣/٢٢	 السيد / يحيى محمد محسن السيد / يحيى محمد محسن	
طارق شخص المرسل لطف SAMA ٢٠١٦ / ٢٢ / ٢٢	السيد / يحيى محمد محسن السيد / يحيى محمد محسن فضلكم يا بيدار الى ارجاء المهنة للطلاب يحيى محمد محسن ما امكن مع التقدير	أ.م.د. يحيى محمد محسن معاون المدير العام ٢٠١٦/٣/٢٢
E-mail : sama@uobaghdad.edu.iq www.uobaghdad.edu.iq Tel. : 2786268	MPRD قسم الاعلام والعلاقات العامة	العراق- بغداد - مجمع الجادرية ط 13

ملحق رقم (6)

كتاب جامعة الشرق الأوسط

جامعة الشرق الأوسط
MIDDLE EAST UNIVERSITY

كلية الإعلام
Faculty Of Media

الرقم: ك.أ.خ/46/1
التاريخ: 2016/3/12

السادة / وزارة التعليم العالي والبحث العلمي المحترمين
رئاسة جامعة بغداد / قسم الاعلام والعلاقات العامة المحترمين

الموضوع : تسهيل مهمته

تحية طيبة وبعد ،

تؤيد لكم بأن الطالب (يحيى محمد محسن - رقمه الجامعي 401410194)
منتظم في دراسته في جامعة الشرق الأوسط- كلية الإعلام ببرفامج الماجستير
في الإعلام العام الجامعي 2015/2016، وما زال مستمر في الدراسة - ولغايات
اكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير حول رسالته المعنونة " دور
العضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية
"، سيقوم الباحث بتوزيع استمارة استبيان على طلبة جامعة بغداد.
نرجو التكرم بتسهيل مهمته البحثية وما يتطلبه من جمع معلومات حول بحثه
الذي يخص الطلبة .

وتمنئولوا بقبول فائق الاحترام والتقدير



هاتف: +9626 4790222 فاكس: +9626 4129663 ص.ب. 383، عمان 11831، الأردن
Tel: +9626 4790222 Fax: +9626 4129663 P. O. Box 383, Amman 11831, Jordan
e-mail: info@meu.edu.jo website: www.meu.edu.jo

ملحق رقم (7)

تدقيق لغوي

إلى من يهمه الأمر

الموضوع/ تدقيق لغوي

تم تدقيق رسالة الباحث (يحيى محمد محسن) طالب الماجستير في جامعة الشرق الأوسط - كلية الإعلام، والموسومة (دور الفضائيات العراقية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية)، تدقيقاً لغوياً من قبلي بناء على طلبه.
وتفضلوا بقبول فائق الاحترام...

التوقيع:.....


المدقق: أحمد عبدالرزاق العبيدي

مكتب دار الحمد - بغداد

هـ: 00964 7813542512

2016/4/16