

دور القنوات الفضائية المحلية في تعزيز الشعور بالموطنة لدى الجمهور العراقي

دراسة ميدانية للمدة من ٢٠١٩/١/١ ولغاية ٢٠١٩/٣/٣١

أ.م.د. محمد حسين علوان

كلية الأعلام/ جامعة واسط

drmohammedalsadi@gmail.com

المقدمة :

افرز التعرض الجماهيري للتلفزيون ابعادا ومديات جديدة مع التطورات التكنولوجية في مجال البث التلفزيوني المباشر عن طريق الاقمار الصناعية وتحول المشاهد من متلقٍ محلي للقنوات التلفزيونية التي تعمل امام انظار الحكومات والمؤسسات الرسمية في دول العالم الى متلقٍ دولي لمئات القنوات التلفزيونية الفضائية التي تستخدم اقماراً صناعية عدة وتتحدث بلغات عدة، وتقدم افكارا ومضامينَ وقيماً عدة ترتبط بأجندات مختلفة.

وفي ظل الاجواء التقنية والاتصالية تلك، برزت عادات وانماط جديدة للتعرض استفادت من تخطي القنوات الفضائية للحواجز الجغرافية والسياسية وتجاوز الرقابة التقليدية في دول العالم، مما جعل المتلقي بمواجهة كم هائل من الصور والافكار والبرامج، والرؤى لم تكن معتادة لديه في البيئة المحلية الخاضعة للرقابة الرسمية.

يعد التلفزيون من اهم وسائل الاعلام التي ظهرت في القرن العشرين ، ويتميز بمزايا عديده يشارك فيها وسائل الاعلام ،وينفرد دونها بمزايا اخرى ، اذ يقدم لمشاهديه المعرفة ويزودهم بالخبرات في مشاهد ولقطات متتابعة ومتكاملة ، تعتمد على الصورة الحية المعبرة ، المقترنة بالصوت الدال على عمق المشاعر ومغزى الاحداث والوقائع بشكلها الطبيعي الذي يزيد من واقعيته . تمارس وسائل الأعلام دوراً مهماً في توجيه الاهتمام نحو القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والدينية والأوضاع الداخلية والخارجية للدول، ولاسيما إذا ما تحدثنا عن الانتشار المتزايد لوسائل الإعلام المرئية نتيجة لما تحقق في العقود الثلاثة الأخيرة من القرن العشرين من تطورات مهمة في مجال تكنولوجيا الاتصال، حيث تزايد عدد القنوات التلفزيونية الفضائية وتوسع المجال الجغرافي الذي تغطيه بإرسالها في عصر أطلق عليه "عصر السماوات المفتوحة".

ومن هنا يرتبط الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في المجتمع ارتباطاً وثيقاً بمحددات ومتغيرات سياسية واجتماعية واقتصادية وغيرها، وتختلف هذه المتغيرات من مجتمع لآخر ومن فترة زمنية لأخرى، لذا تُعد وسائل الإعلام بشكل عام والفضائيات بشكل خاص إحدى الأدوات المهمة في إيصال الأخبار والمعلومات وإعطائها تفسيرات في قوالب محددة من أجل رسم ملامح الصورة التي أريد لها أن تتكون في ذهنية الجمهور والتي قد تكون صورة سلبية أو ايجابية وذلك عبر تركيز وسائل الإعلام على جوانب معينة من القضية المثارة وإهمال جوانب أخرى ووضعها في قوالب تخدم أجندة دون أخرى، يحدث ذلك وبشكل خاص في الأحداث السياسية ولاسيما في الأزمات والصراعات والتنافس السياسي، فالإعلام هو المصدر الأساسي لمعلومات الجمهور عن قضايا غالباً ما تكون بعيدة عن الخبرة المباشرة لمعظم الأفراد، ما يجعلها في مقدمة المصادر التي تؤثر على الجمهور بقصد تكوين رأي عام وصورة عقلية تجاه حكومة ما أو حزب أو منظمة، فتختلف طبيعة الصورة المتشكلة في عقول الناس باختلاف الموضوع المتناول في الإعلام.

وتعد المواطنة المفهوم الاساسي الذي تنهض عليه المجتمعات الحديثة، لأنها الاساس الدستوري للمساواة في الحقوق والواجبات، بين ابناء الوطن الواحد، فهي أداة لبناء مواطن قادر على العيش بسلام وتسامح مع غيره، على أساس المساواة وتكافؤ الفرص، والعمل قصد الاسهام في بناء وتنمية الوطن، والحفاظ على العيش المشترك فيه.

إذ أصبحت المواطنة من القضايا التي تفرض نفسها بقوة عند معالجة أي بعد من ابعاد التنمية البشرية أو الانسانية أو مشاريع الإصلاح والتطور الشاملة بصفة عامة, تتفرع منه مفاهيم عدة في الحقوق والواجبات والالتزامات, ويعد مصطلح المواطنة من المبادئ الاساسية في الأنظمة السياسية الديمقراطية, ومظهراً من مظاهر دولة المؤسسات, وتتأكد أهمية تعزيز الشعور بالمواطنة لتعميق الشعور بالواجب تجاه المجتمع, وتنمية الشعور بالانتماء للوطن والاعتزاز به, وتعريف الشباب بمؤسسات مجتمعهم, المختلفة ودورها الحيوي في الحفاظ على منجزات المجتمع والتي من واجبهم احترامها ومراعاتها.

الإطار المنهجي للبحث :

مشكلة البحث :

تتمثل مشكلة البحث في معرفة دور القنوات الفضائية المحلية في تعزيز الشعور بالمواطنة لدى الجمهور العراقي .

وقد افرزت مشكلة البحث التساؤلات الاتية:

١- ما كثافة تعرض عينة البحث لقضايا المواطنة التي تعرضها القنوات الفضائية المحلية ؟

٢- ما أهم القنوات الفضائية المحلية التي تعمل على تعزيز الشعور بالمواطنة من وجهة نظر المبحوثين؟

٣- ما القنوات الفضائية المحلية الأكثر تفضيلاً لعينة الدراسة والتي تتابع من خلالها موضوعات المواطنة؟

٤- ما دور القنوات الفضائية المحلية في تعزيز الشعور بالمواطنة لكل محور من محاورها (الانتماء الوطني, البعد القانوني, البعد السياسي, البعد الاقتصادي, البعد الاجتماعي, البعد الثقافي) لدى عينة البحث

أهمية البحث :

تأتي أهمية البحث من كون المواطنة من القضايا ذات الابعاد السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية، التي تعبر عن العلاقة التي تربط الفرد بالدولة من جانب، وبالمجتمع الذي يعيش فيه من جانب آخر، فهي تعبر عن معايير الانتماء، ومستوى المشاركة من قبل الافراد في بناء الدولة العراقية الحديثة وادارتها، كما تعبر المواطنة عن وعي الفرد بالحقوق والواجبات، والنظر للأخر وصيانة المرافق العامة، والحرص على المصلحة الوطنية، فهي تعكس مدى ادراكه كمواطن لدوره في بناء المجتمع المتناسك، القائم على التنوع والجامع للأطياف كلها، والضامن للحقوق جميعها، والمتوحد في مجابهة التحديات التي تواجه المجتمع.

أهداف البحث :

١- التعرف على أهم القنوات الفضائية المحلية التي تعمل على تعزيز ابعاد المواطنة وقيمتها.

٢- التعرف على مدى اسهام القنوات الفضائية المحلية في تعزيز المواطنة في ابعادها الانتماء للوطن , القانونية , السياسية , الاقتصادية , الاجتماعية , الثقافية .

الدراسات السابقة :

دراسة ثريا احمد البدوي, وعنوانها: دور الإعلام في دعم المواطنة في مصر, ٢٠٠٦(١), وسعت هذه الدراسة إلى التعرف على علاقة بنية وأداء الإعلام المصري بعملية تعزيز المواطنة من خلال الإجابة على التساؤل القائل : هل تعمل بنية وأداء وسائل الإعلام في مصر في اتجاه تأكيد وتعزيز المواطنة كمفهوم وكحقوق وممارسة أم تهديداً وانتهاكاً؟. وحاولت الباحثة الإجابة عن هذا التساؤل من خلال دراسة تحليلية لعينة من صحف الأهرام, الأهالي, والأسبوع, إضافة إلى دراسة ميدانية على عينة من المثقفين من النخب الإعلامية وعينة من جمهور المواطنين المصري, وخلصت الدراسة إلى أن سيادة نمط الملكية الخاصة التجارية على وسائل الإعلام وإن كان يعكس أداءً متنوعاً ومختلفاً، إلا أنه ينتهك المواطنة كفكر وكحقوق وممارسة ويهددها

سعيًا نحو تقديم الصالح الخاص على الصالح العام، كما ان سيادة نمط الملكية الحكومية لا يعكس إلا توجهات الدولة، ومن ثم يصبح الإعلام أداة دعائية للنظام ولسياسته مما ينتهك المواطنة، كما ان نمط الملكية الحزبية لا يحقق إلا أهداف الحزب ويصبح الأداء الإعلامي في النهاية أداة لتحقيق مصلحة القائمين عليه، وكشفت الدراسة الميدانية عن تقدير مجتمع الدراسة لدور الإعلام في تعزيز المواطنة الاجتماعية في حين ينخفض دور الإعلام في تعزيز المواطنة السياسية.

٢- دراسة اميمة محمد محمد عمران، وعنوانها: حقوق المواطنة في الخطاب الصحفي المصري، ٢٠٠٧ (٢) وتهدف الدراسة إلى التعرف على طبيعة وحجم اهتمام الصحف المصرية اليومية بحقوق المواطنة ورصد القضايا والموضوعات المتعلقة بحقوق المواطنة التي يركز حولها اهتمام الصحف اليومية، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وتعتمد منهج المسح الإعلامي في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بحقوق المواطنة، حيث اعتمدت تحليل المضمون كأداة بحثية، وقد استعملت الباحثة عينة من الصحف اليومية المصرية، كصحيفة الأهرام ذات التوجه الحكومي، وصحيفة الوفد وتمثل الصحافة الحزبية، وصحيفة المصري اليوم وتمثل الصحافة الخاصة، حيث كشفت نتائج الدراسة عن تنوع الأهداف والوظائف التي يستهدفها الخطاب الصحفي من خلال طرح قضايا المواطنة، وجاءت وظيفة النقد والتغيير في المقدمة، وتلتها وظيفة طرح المشكلات، وهو ما يشير إلى اهتمام صحف الدراسة بأداء دورها الرقابي من خلال نقد الممارسات الحكومية، فضلاً عن طرح مشكلات المواطنين وتقديم خدمات لهم، إلى جانب ذلك لم تهمل صحف الدراسة دورها الإرشادي والتثقيفي في إطار تناول حقوق المواطنة.

٣- دراسة بدر حمد الصلال، وعنوانها: دور القنوات الفضائية الكويتية الرسمية والخاصة في تعزيز المواطنة لدى الشباب الكويتي (٢٠١٢) (٣)، وسعت الدراسة إلى معرفة دور القنوات الفضائية الكويتية الرسمية والخاصة في تعزيز أبعاد المواطنة لدى الشباب الكويتي، ومعرفة مدى دور هذه الفضائيات في غرس قيم المواطنة لدى هذه الشريحة، تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استعملت المنهج المسحي والاستبانة كأداة لجمع البيانات، والتي وزعت على عينة من (٣٧٠) طالب وطالبة من طلبة جامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا في دولة الكويت، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها ان القنوات الكويتية الخاصة سجلت متوسطات حسابية مرتفعة من حيث التعريف بأحوال المجتمع الكويتي ونشر الوعي السياسي، والتعريف بالمؤسسات والشخصيات الوطنية الفاعلة في المجتمع الكويتي.

٤- دراسة سناء يوسف صقر، وعنوانها: دور فاعل لوسائل الإعلام المحلية في تعزيز المواطنة لدى الجمهور البحريني (٢٠١٣) (٤) وهدفت الدراسة إلى التعرف على واقع وسائل الإعلام المحلية ودورها في توعية الجمهور بالمواطنة، وقد اعتمدت الدراسة منهج المسح الإعلامي على عينة عشوائية من (٤٠٠) مفردة من الذكور والإناث، مختلفي الأعمار والمستوى العلمي، حيث توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الوطنية (البحرينية) بمؤسساتها المختلفة تمارس دوراً محورياً في تعزيز المواطنة لدى الرأي العام، معتبرة أن أكثر الوسائل التي يتابعها الجمهور البحريني هي الإنترنت بالدرجة الأولى ثم التلفزيون ثم الصحف وأخيراً الإذاعة.

رابعاً: فروض الدراسة :

الفرض الأول : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية المحلية ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة حرص المبحوثين على التعرض لموضوعات المواطنة في القنوات الفضائية المحلية ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية المحلية في الحصول على معلوماتهم عن موضوعات المواطنة ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

الإجراءات المنهجية للبحث:

منهج البحث ونوعه

يُعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف إعطاء معلومات كافية ودقيقة حول الظاهرة موضوع البحث، والتي تعتمد على فهم الظاهرة موضع الدراسة ومعرفة عناصرها ومكوناتها عن طريق جمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها بدقة وموضوعية(٥)، واستخدم الباحث المنهج المسحي، كونه يستهدف تصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية، ويهتم في دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور، وتصنيف الدوافع والحاجات، والمعايير الثقافية والاجتماعية، وكذلك الأنماط السلوكية ودرجتها أو شدتها .

مجتمع البحث وعينته :

يتمثل مجتمع الدراسة بجميع مستخدمي التلفزيون ممن كانت أعمارهم أكثر من (١٨) عاماً فما فوق ولجميع المستويات التعليمية ومختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية، والمالكين لأجهزة استقبال البث الفضائي (الستلايت) والساكين في داخل حدود وحدات أمانة بغداد التي هي عاصمة العراق وتقع في وسطه على نهر دجلة الذي يشطرها شطرين يسميان الرصافة والكرخ. تبلغ مساحة محافظة بغداد (٤٥٥٥) كم ٢ موزعة على عشر وحدات سكنية بلدية تابعة لأمانة بغداد ست منها في جانب الرصافة وأربع في جانب والكرخ. ويبلغ مجموع سكان مدينة بغداد بحسب مسح الأحوال المعيشية في العراق عام ٢٠٠٤ يبلغ (٦٠٥٤١٢٦) مليون نسمة.

عينة البحث:

قام الباحث بتوزيع (٤٥٠ استمارة) استبيان بشكل عشوائي في مدينة بغداد ، بلغ عدد المسترجع منها (٤٢٦) وقد قام الباحث باستبعاد ستة استمارات لعدم اكتمال الإجابات فيها. وبذلك فإن حجم عينة الدراسة يكون (٤٢٠) مبحوثاً ، بواقع (٢١٠) استمارة للرصافة و(٢١٠) استمارة للكرخ ،ممن يتعرضون للتلفزيون وممن كانت أعمارهم أكثر من ١٨ سنة فما فوق.

نوع العينة :

اعتمد الباحث طريقة العينة العمدية في اختيار عينة الدراسة، وهي التي يقصد بها أن يعتمد الباحث إلى تحديد مفردات معينة للعينة يجري عليها الدراسة ، بحيث تكون مجاله البحثي ١٠ .فاشترط في المبحوثين أن تتوافر لديهم سمة التعرض للتلفزيون .

أداة جمع البيانات :

لتحقيق أهداف البحث، اعتمد الباحث على استمارة استبيان في جمع البيانات الميدانية صممت لهذا الغرض، ويقصد بالاستبانة تلك الوسيلة التي تستعمل لجمع المعلومات والبيانات، عن طريق استمارة تشتمل على تساؤلات أو عبارات أو فقرات أو رسوم وإشكال، تدور حول مشكلة بحث جديرة بالاهتمام، توجه إلى عينة من المبحوثين ممن لهم صلة بالمشكلة المبحوث، ويطلب منهم الإجابة أو التأشير أو الاختيار، تحت إشراف الباحث أو من ينوب عنه وأعادتها إلى مصدرها لاستكمال بقية الإجراءات(٦). وقد قام الباحث بتصميم الاستبانة في ضوء تساؤلات الدراسة وأهدافها، وفي ضوء الإطار النظري له، ووفق

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .

الصدق والثبات :

الصدق :

يعرّف الصدق بأنه قدرة الأداة على قياس ما وضعت من أجله (٧)، والصدق الذي يناسب مثل هذه الأداة هو الصدق الظاهري الذي يعتمد على عرض الأداة على مجموعة من المختصين لتقرير مدى صلاحية الفقرات لقياس ما أعدت لقياسه ، لذلك عرض الباحث أداته على نخبة من الخبراء والمختصين في الإعلام والسياسة وعلم الاجتماع والقياس والتقويم* ، وقد أبدى الخبراء آراءهم ومقترحاتهم فتمّ تعديل بعض الفقرات، وإدماج عدد منها، وإضافة بعض الكلمات أو حذفها ليكتمل بناء الفقرات.

الثبات :

ولغرض استخراج الثبات لفقرات الاستبانة، استعمل الباحث طريقة تحليل التباين (معادلة كرونباخ ألفا) ، فبلغت قيمة معامل ثبات الاختبار (٠,٨١) .

مجالات البحث :

المجال الزمني :

استغرق العمل الميداني للبحث للمدة من ٢٠١٩/١/١ ولغاية ٢٠١٩/١/٣١، وشمل العمل الميداني مراحل إعداد وتنظيم وتوزيع واستخراج نتائج الاستبانة.

المجال المكاني :

نظراً لصعوبة تطبيق هذه الدراسة على الجمهور العراقي بأكمله من قبل الباحث، لذلك ارتأى تطبيق الدراسة في العاصمة بغداد لتكون مجالاً جغرافياً للدراسة.

المجال البشري :

تم تطبيق الدراسة على عينة من الجمهور العراقي في العاصمة بغداد وعددهم (٤٢٠) مبحوثاً ومن كلا الجنسين وممن يتعرضون للقنوات التلفزيونية الفضائية .

تعريف المفاهيم والمصطلحات :

١- الدور : يشير إلى معايير السلوك أو القواعد التي تحكم وصفاً معيناً في البناء الاجتماعي أو الوظيفي أو الأداء الذي يقوم به الإعلام بالنسبة للجمهور في مجالات مختلفة منها (التعليم، الإخبار، التنمية، والترفيه) (٨)، أما إجرائياً: فيقصد الباحث بالدور هنا هو ما تقدمه وسائل الإعلام من مادة إلى الجمهور من أجل تعزيز الشعور بالمواطنة.

٢- التعزيز : هو عملية تدعيم السلوك الإنساني وتنظيمه وتقويته ، لكي يصبح الإنسان جديراً بالحياة، وواتقاً بقدرته على التكيف مع التحديات الأساسية فيها، من خلال إضافة المثيرات الإيجابية أو إزالة المثيرات السلبية (٩).

٣- المواطنة: وهي العلاقة بين الفرد والدولة كما يحددها قانون تلك الدولة، وبما تتضمنه تلك العلاقة من واجبات وحقوق في تلك الدولة، ويعتبر مفهوم (المواطنة Citizenship) من المفاهيم الغربية الذي ارتبط ظهوره بكتابات المفكرين والفلاسفة الغربيين لاسيما في المدينة الفاضلة لأفلاطون (١٠)، ولغايات هذه الدراسة يقصد بالمواطنة: الشعور بالانتماء، والوحدة الوطنية، والرغبة في المشاركة في الحياة العامة، والحرص على ممارسة حقوق المواطنة كافة وتأدية واجباتها انطلاقاً من كونها واجباً وطنياً يتعين أدائه.

الإطار النظري للدراسة: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

اعتمدت هذه الدراسة على مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، والفكرة الأساسية لهذا المدخل تتلور في أن المتلقي داخل المجتمعات الحديثة يعتمد على وسائل الإعلام كمصادر معلومات تسهم في تكوين معارفه وتوجهاته إزاء ما يقع في المجتمع أو

المجتمعات الأخرى، حيث يحصل الأفراد على قدر هائل من المعلومات عن طريق وسائل الإعلام تجعلهم أكثر فهما وأقل قلقا، كما تساعدهم في توجيه سلوكهم واتخاذ قراراتهم، فالمتغيرات التي أصابت حياة الإنسان الحديث جعلته شديد الاهتمام بما يجري حوله، كما فرضت أنماطا جديدة وأساليب أكثر كفاءة في الحصول على المعلومات جعلت وسائل الإعلام المصدر الرئيس للمعلومات عن الأحداث الجارية(١١). وتتسبب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الى ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش اللذين صاغا هذه النظرية وطورا مداخلها وأهدافها منذ عام ١٩٧٦ وحتى بداية التسعينات وتهدف هذه النظرية وبصفة عامة الى الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أثارا قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما(١٢). ويشكل منظور اعتماد الفرد على وسائل الإعلام جزءا من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام، ويقوم هذا المنظور الخاص على دعامين هما: الدعامة الأولى: أن هناك أهدافا للأفراد(الفهم - التوجيه - السلوك) يبعون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية

الدعامة الثانية: اعتبار وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، وتتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها، مروراً بعملية الأعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات ثم نشرها بصورة أخرى(١٣). ويؤكد ديفلير وروكيتش أنه كلما زاد المجتمع تعقيدا زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول الى مصادر معلومات ووسائل الإعلام، والتي يكون لها تأثيرات على الأفراد(١٤)، والفرضية الرئيسية لنموذج الاعتماد كما قدمها ديفلير وبال- روكيتش هي: أن وسائل الإعلام تتداخل في علاقات معقدة مع قائمة كبيرة من المتغيرات المرتبطة مع بعضها البعض، واتي يمكن تجميعها في هذه الفئات: وسائل الإعلام، والجمهور، والمجتمع، وأنه يجب أخذ هذه القائمة من المتغيرات في الاعتبار بطريقة فردية وتفاعلية، وذلك من أجل تحقيق فهم أكبر للتأثيرات الاتصالية(١٥).

وتشير النظرية الى أن الأفراد يزداد اعتمادهم على مصادر معلومات ووسائل الإعلام في أوقات الصراع والتغير الاجتماعي، ولذلك يفترض أنه في المجتمعات ذات الأنظمة الإعلامية النامية يزداد اعتماد الجمهور على مصادر معلومات ووسائل الإعلام في أوقات زيادة عدم الاستقرار أو الصراع، أي أن كثافة علاقات الاعتماد للفرد ترتبط ايجابيا بأدراكات التهديد في البيئة الطبيعية والاجتماعية. كما تشير النظرية الى أنه يزداد الاعتماد على مصادر المعلومات المتاحة عند غياب البدائل الأخرى للحصول على المعلومات، فكلما كان الفرد أكثر اعتمادا على قناة اتصالية بعينها كانت درجة التنبؤ بنتائج الاتصالات كبيرة، وكلما كانت البدائل الوظيفية متاحة للفرد كليا وكيفيا بشكل كبير كان الاعتماد على قناة اتصالية معينة وتأثيرها أقل(١٦). وتقوم النظرية على عدة افتراضات هي(١٧) :

تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة، وتبعا لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة الى المعلومات والأخبار، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتمادا على وسائل الإعلام في حالة عدم الاستقرار.

٢- يعتبر النظام الإعلامي مهما للمجتمع وتزداد درجة اعتماده عليه في حالة إشباعه لاحتياجات الجمهور، وتقل درجة اعتماده على النظام الإعلامي في حالة وجود قنوات بديلة للمعلومات.

٣- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية. ويؤكد نموذج الاعتماد على الطبيعة التفاعلية لعمليات تأثير وسائل الإعلام بصورة أساسية وتفاعل نظم وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والتأثير على استجابات الجمهور والتي تؤثر على المجتمع ووسائل الإعلام(١٨).

ويعد تشكيل اتجاهات نحو قضية معينة هو أحد نتائج الاعتماد على وسائل الإعلام والتي هي أحد أشكال التأثيرات المعرفية، حيث تمدنا وسائل الإعلام بتدفق لا نهائي عن الأحداث والموضوعات والأشخاص مما يساعد الجماهير على تكوين اتجاهات نحو تلك الأشياء من خلال العمليات الانتقائية التي يقوم بها الأفراد(١٩).

فتأثيرات وسائل الإعلام تبدأ بالتأثيرات المعرفية أي تكوين معارف ومعلومات جديدة أو تعزيز لها وتأثيرات عاطفية والتي تتضمن التأثير على شعور وعواطف الجمهور نحو موضوع أو قضية معينة تتضمن تغيير سلوك الجمهور وذلك باتخاذ موقف معين والسلوك نحوه دون أشكال أخرى من أنواع السلوك فالمعرفة هي إحدى عناصر الاتجاه وهي مؤثر أساسي في السلوك يجعل الفرد يقبل أو يرفض متأثراً ببنائه المعرفي الذي يشمل عدداً أكبر من المعارف والمعلومات والخبرات التي تتفاوت أهميتها وتتباين في طبيعتها وفي علاقاتها بموضوع الاتجاه حيث تؤثر في العنصر الشعوري والتقويمي للفرد نحو موضوع الاتجاه(٢٠).

الإعلام وتعزيز المواطنة:

يؤدي الإعلام وبوسائله المختلفة دوراً بارزاً في تعزيز الشعور بالمواطنة، من خلال تعريفه بحقوقه وواجباته في الميادين كافة، وكذلك في بناء المجتمع، من خلال الارتقاء بالرؤى والتصورات التي تساعد الناس على أن يصبحوا قيمة مضافة في عملية التنمية وانصهار الجماعة الوطنية والالتفاف حول مشروع الدولة الديمقراطية، ويمثل الإعلام المنبر الجماهيري الأضخم للتعبير عن آراء المواطن وهمومه، وعرض قضاياها وشكاواها، وأن وسائل الإعلام في ضوء حرية تدفق المعلومات وعصر السماوات المفتوحة، باتت هي أبرز الأدوات لانتقال الثقافات وتبادل الخبرات بين مواطني مختلف الدول في شتى بقاع المعمورة. وإذا كان الوعي بالمواطنة هو نقطة البدء في بناء المجتمع، فإن المشاركة وتحقيق المساواة هو من يجعل المواطنة قيمة عليا في المجتمع، وهنا تأتي قدرة وسائل الإعلام على الاقتراب من قضايا المجتمع وتمثيلها من وجهة نظر الجماهير، حيث تساهم بدور كبير في ترسيخ مفاهيم الوعي والمشاركة والممارسة، ومن ثم تحويل المجتمعات نحو الحداثة والديمقراطية(٢١).

حيث تقوم وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية، بنشر المعلومات عن خطط الحكومة، كما تظهر رد الفعل الشعبي اتجاه الحكومة وخطتها، مما يساعد في اتخاذ القرار السياسي الملائم لحقيقة اتجاهات الرأي العام، بما يدعم المشاركة الشعبية في اتخاذ القرار السياسي، فعملية نقل المعلومات عن قرارات وسياسات النخبة الحاكمة إلى الجماهير، ونقل مطالب وردود فعل الجماهير إلى النخبة الحاكمة، من شأنها العمل على تأكيد قيمة ثقافة المواطنة السياسية(٢٢).

وتقوم وسائل الإعلام بتعزيز دور مؤثر في التنشئة الاجتماعية والسياسية التي تتمثل في اكتساب الأفراد قيماً ومبادئ وسلوكيات واتجاهات تساهم في تكوين سمات شخصيته، بالشكل الذي يساعده على إتباع سلوك يتكيف مع حاجات المجتمع، فالإعلام يقوم بهذه المهمة من خلال بناء الفرد والمجتمع عبر تأكيد الجوانب التربوية والفكرية والأخلاقية والسياسية الخاصة بالفرد، فهي تزود الفرد بالمعلومات وتشارك في تكوين وترسيخ القيم الاجتماعية والسياسية وخلق فهم مشترك حولها(٢٣).

وتسهم وسائل الإعلام في تشكيل الثقافة السياسية للمجتمع، ومنهم الشباب التي تعد من أهم مقومات مجتمع المواطنة، عن طريق تزويد الأفراد بالمعلومات السياسية، كما تساهم في تدعيم وترسيخ إبعاد المواطنة السياسية من خلال نقل المعلومات عن قرارات النخبة الحاكمة وسياساتها إلى الجماهير، ونقل المعلومات عن مطالب وردود فعل الجماهير إلى النخبة، وهذا التدفق المستمر للمعلومات من أعلى إلى أسفل وبالعكس من شأنه العمل على تأكيد قيمة المواطنة في بعدها السياسي، إضافة إلى المناقشات غير الرسمية التي تساعد على نشر ثقافة المواطنة بما يدفع المواطنين للمشاركة(٢٤).

وفي هذا الإطار تقوم وسائل الإعلام بخلق شعور بالولاء والوحدة الوطنية، من خلال نشر قيم ومبادئ المواطنة الموحدة للمجتمع، مثل: حب الوطن، والمحافظة على الممتلكات العامة، ونشر ثقافة التسامح، وقبول الآخر ونبذ التعصب، وتشجيع العمل الجماعي والتطوعي وتنمية الحس الأمني من خلال مراقبة كل ما هو غريب وعدم الانجرار وراء الإشاعات والأخبار المغرضة لأن وسائل الإعلام جزء من الحياة العامة في أي بلد وإنها تزدهر وتنتشر عندما تعبر عن آراء ومصالح وتطلعات مجمل مكونات المجتمع، لأنها تعتبر محور أساسي في أي نظام ديمقراطي(٢٥).

فالإعلام بأدواته المختلفة ووسائله من تلفزيون، وراديو، وصحف، وانترنت، وفضائيات وغيرها تسهم بشكل كبير في نقل القيم وتعزيزها وغرسها، والتأثير على السلوك الإنساني من خلال استقبال ما تعرضه هذه الوسائل، وعلى حد قول العالم النفسي (هوفمان) عند إشارته للأبناء وتأثير وسائل الإعلام عليهم، أشار إلى أن الأبناء عندما يقفون أمام وسائل الإعلام، فأنهم كقطعة الإسفنج التي تمتص ما تتعرض له، ويضيف إلى أن المؤسسات الإعلامية تؤثر على الفرد بشكل كبير، ويعتلي هذا التأثير على تأثيرات أخرى، فالإعلام كمؤسسة اجتماعية، أصبحت تسهم بشكل كبير بعملية التنشئة الاجتماعية، والتنشئة السياسية(٢٦).

حيث تسهم وسائل الإعلام بنصيب كبير في عملية تحديث المجتمع الإنساني، فهي تقوم بدور فعال في انتشار المعرفة، وبلورة القوانين والقواعد الجديدة التي تستلزمها عملية التنمية في المجتمع لدفع عجلة التغيير نحو التكامل، ومعاونة التعليم نحو التربية على سلوكيات المواطنة، والتدريب على اكتساب مهاراتها، فضلاً عن تهيئة الأجواء الملائمة للمناقشة والحوار، لتكوين الرأي العام السليم، بمعنى ان الإعلام هو عامل أساسي في نشر المعلومات المتعلقة بموضوعات المواطنة، من إشاعة القيم المتصلة بها وذلك لخلق شخصية افراد المجتمع الجديدة التي تتسم بروح التسامح والتعاون والمشاركة خدمة للصالح العام(٢٧).

نتائج الدراسة الميدانية :

يتناول هذا المبحث نتائج الدراسة الميدانية والتي تم إجراؤها على (٤٢٠) مبحوث من الذين يتعرضون للقنوات الفضائية المحلية، وكانت النتائج كالآتي :

توصيف عينة الدراسة طبقاً لمتغيراتهم الديموجرافية .

جدول رقم (١) توصيف عينة الدراسة طبقاً لمتغيراتهم الديموجرافية.

التغيرات	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكر	٢٣٦	٥٦,١٩ %
	أنثى	١٨٤	٤٣,٨١ %
الفئة العمرية	٢٩ - ١٨	١٢٢	٢٩,٠٦ %
	٣٩ - ٣٠	١٩١	٤٥,٤٧ %
	٤٠ سنة فأكثر	١٠٧	٢٥,٤٧ %
المستوى التعليمي	متوسط	١٢٤	٢٩,٥٢ %
	جامعي	٢٤٠	٥٧,١٤ %
	دراسات عليا	٥٦	١٣,٣٤ %
الوظيفة	طالب	٩٨	٢٣,٣٣ %
	موظف	٢١٦	٥١,٤٤ %

أعمال حرة	١٠٦	%٢٥,٢٣
مرتفع	٩٩	%٢٣,٥٧
متوسط	٢٢٩	% ٥٤,٥٢
منخفض	٩٢	%٢١,٩٢

المعدل الأسبوعي لتعرض المبحوثين للقنوات الفضائية المحلية:
جدول رقم (٢) يوضح توزيع العينة حسب المعدل الأسبوعي للتعرض للقنوات الفضائية المحلية

معدل التعرض	التكرار	النسبة المئوية
يومية	٢٢٢	٥٢,٨٥
بصورة غير منتظمة	١٣٢	٣١,٤٢
من ٣-١ مرات	٣٦	٨,٥٧
من ٥-٤ مرات	٣٠	٧,١٦
المجموع	٤٢٠	% ١٠٠

تشير بيانات الجدول الى أن الذين يتعرضون للقنوات الفضائية المحلية (يومية) جاءوا بالمرتبة الأولى بنسبة ٥٢,٨٥%، وهم غالبية أفراد العينة، ثم المبحوثون الذين يتعرضون لها بصورة غير منتظمة بنسبة ٣١,٤٢% ثم من (٣-١مرات) بنسبة ٨,٥٧% ثم من (٤-٥مرات) بنسبة ٧,١٦% وقد جاءوا بالمرتبة الأخيرة.

الأمر الذي يشير إلى أن غالبية المبحوثين يتعرضون للقنوات الفضائية المحلية بصورة يومية.

الوقت الذي يقضيه المبحوثين في التعرض للقنوات الفضائية المحلية

جدول رقم (٣) يوضح الوقت الذي يقضيه المبحوثين في التعرض للقنوات الفضائية المحلية

الوقت	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	١٣٨	٣٢,٨٦
من ساعة لأقل من ساعتين	١٧٨	٤٢,٣٨
من ساعتين لأقل من ثلاث	٤٤	١٠,٤٨
أكثر من ذلك	٦٠	١٤,٢٨
المجموع	٤٢٠	% ١٠٠

يتبين من الجدول السابق إلى أن من يقضون (من ساعة لأقل من ساعتين) يوميا في التعرض للقنوات الفضائية المحلية جاءوا بالترتيب الأول بنسبة ٤٢,٣٨ % ثم الذين يقضون (أقل من ساعة) بنسبة ٣٢,٨٦ % ثم الذين يقضون (أكثر من ذلك) بنسبة ١٤,٢٨%، والذين يقضون (من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات) جاءوا بالترتيب الأخير بنسبة ١٠,٤٨ %، الأمر الذي يشير إلى

أن غالبية المبحوثين يتعرضون للقنوات الفضائية المحلية لمدة تتراوح من ساعة لأقل من ساعتين وهو وقت لا بأس فيه يخصصه أفراد العينة للتعرض للقنوات الفضائية المحلية. كثافة تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية المحلية:

جدول رقم (٤) يوضح توزيع المبحوثين حسب معدل تعرضهم للقنوات الفضائية المحلية

المعدل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	١١٢	٢٦,٦٧
أحيانا	١٦٨	٤٠,٠٠
نادرا	١٤٠	٣٣,٣٣
المجموع	٤٢٠	% ١٠٠

تشير بيانات الجدول إلى أن الذين يتعرضون للقنوات الفضائية المحلية بمعدل (أحيانا) جاءوا بالترتيب الأول بنسبة ٤٠,٠٠٪، ثم الذين يتعرضون لها (نادرا) بنسبة ٣٣,٣٣٪، وفي الترتيب الأخير الذين يتعرضون لها (دائما) بنسبة ٢٦,٦٧٪. الفترة المفضلة لدى المبحوثين في التعرض لمواد وبرامج القنوات الفضائية المحلية:

جدول رقم (٥) يوضح الفترة التي يفضلها المبحوثين في التعرض لمواد وبرامج القنوات الفضائية المحلية

الفترة المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
الفترة الصباحية	٣٢	٧,٦٢
فترة الظهيرة	٣٠	٧,١٤
الفترة المسائية	١٥٨	٣٧,٦٢
فترة السهرة	٣٤	٨,١٠
لا يوجد وقت محدد	١٦٦	٣٩,٥٢
المجموع	٤٢٠	% ١٠٠

تشير بيانات الجدول (٥) أن أفضل الفترات التي يشاهد فيها المبحوثين مواد وبرامج القنوات الفضائية المحلية هي (لا يوجد وقت محدد) والتي جاءت بالترتيب الأول بنسبة ٣٩,٥٢٪ من مجموع أجابات المبحوثين، ثم من يفضل الفترة المسائية بنسبة ٣٧,٦٢٪ ثم من يفضل فترة السهرة بنسبة ٨,١٠٪ ثم من يفضل الفترة الصباحية بنسبة ٧,٦٢٪ وفي الترتيب الأخير جاء المبحوثين الذين يفضلون فترة الظهيرة في تعرضهم لمواد وبرامج القنوات الفضائية المحلية بنسبة ٧,١٤٪. الأمر الذي يشير إلى أن غالبية المبحوثين لا يوجد لديهم وقت محدد في تعرضهم لمواد وبرامج القنوات الفضائية المحلية. القنوات الفضائية المحلية الأكثر تفضيلا لدى المبحوثين :

جدول رقم (٩)

يوضح توزيع المبحوثين حسب القنوات الفضائية الأكثر تفضيلا

القناة	التكرار	النسبة المئوية
العراقية	٣٩١	٩٧,٧٥

الشرقية	٣٠١	٧٥,٢٥
السومرية	٢٥٦	٦٤,٠
بغداد	٩٣	٢٣,٢٥
الحرية	٦٢	١٥,٥
الفرات	٣٧	٩,٢٥
أخرى	١١	٢,٧٥

ن=٤٢٠

أُتيح للمبحوثين اختيار أكثر بديل

تشير بيانات الجدول إلى أن قناة العراقية الفضائية جاءت بالترتيب الأول كأكثر القنوات الفضائية المحلية تفضيلاً من قبل المبحوثين بنسبة ٩٧,٧٥٪ ثم قناة الشرقية بنسبة ٧٥,٢٥٪ ثم قناة السومرية بنسبة ٦٤,٠٪ ثم قناة بغداد بنسبة ٢٣,٢٥٪ ثم قناة الحرية بنسبة ١٥,٥٪ ثم قناة الفرات بنسبة ٩,٢٥٪ وفي الترتيب الأخير جاءت فئة أخرى بنسبة ٢,٧٥٪, الأمر الذي يشير إلى أن غالبية المبحوثين يشاهدون قناة العراقية الفضائية كونها القناة الرئيسية التي تمثل وجهة نظر الحكومة العراقية والناطقة باسم شبكة الأعلام العراقية.

المواد والبرامج الأكثر متابعة في القنوات الفضائية المحلية

جدول رقم (١٠)

يوضح توزيع المبحوثين حسب المواد والبرامج الأكثر متابعة في القنوات الفضائية المحلية

النسبة المئوية	التكرار	المواد والبرامج المفضلة
٧٨,٠	٣١٢	النشرات ومواجيز الأخبار
٧٢,٠	٢٨٨	البرامج الإخبارية والسياسية
٤٩,٥	١٩٨	المسلسلات
٣٥,٢٥	١٤١	الإعلانات
٢٩,٠	١١٦	برامج الحوارات
٢٢,٧٥	٩١	البرامج والمواد الدينية
١٨,٢٥	٧٣	البرامج العلمية
١٦,٥	٦٦	البرامج الرياضية
١٤,٥	٥٨	البرامج والمواد الثقافية
٩,٧٥	٣٩	البرامج الاقتصادية

ن=٤٢٠

ملاحظة: أُتيح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل.

تشير بيانات الجدول إلى أن النشرات ومواجيز الأخبار جاءت بالترتيب الأول كأكثر المواد والبرامج متابعة من قبل المبحوثين بنسبة ٧٨,٠٪، وهذا ما يشير إلى أهمية الوظيفة الإخبارية التي تقوم بها القنوات الفضائية المحلية والتي يجدها المبحوثون بأنها تمثل الوظيفة الرئيسية من حيث الفورية في تغطية الأحداث وربط الجمهور بالعالم الخارجي، ثم جاءت البرامج الإخبارية

والسياسية بنسبة ٧٢,٠٪ ثم المسلسلات التلفزيونية بنسبة ٤٩,٥٪ ثم الإعلانات بنسبة ٣٥,٢٥٪ ثم برامج الحوارات بنسبة ٢٩,٠٪ ثم البرامج والمواد الدينية بنسبة ٢٢,٧٥٪ ثم البرامج العلمية بنسبة ١٨,٢٥٪ ثم البرامج الرياضية بنسبة ١٦,٥٪ ثم البرامج والمواد الثقافية بنسبة ١٤,٥٪ وفي الترتيب الأخير جاءت البرامج الاقتصادية بنسبة ٩,٧٥٪.

مدى إسهام وسائل الإعلام العراقية في تعزيز الشعور بالانتماء الوطني لدى عينة الدراسة :

جدول (١١) يبين مدى إسهام وسائل الإعلام العراقية في تعزيز الشعور بالانتماء الوطني لدى عينة الدراسة

ت	الفقرة	موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	عززت الشعور بقيمة حب الوطن والانتماء اليه	١٥٥	٣٦,٩٠	١٧٢	٤٠,٩٥	٩٣	٢٢,١٤	٤٢٠	١٠٠
٢	تتمي الشعور بأهمية المحافظة على الممتلكات العامة	١٤٩	٣٥,٤٨	١٨٦	٤٤,٢٩	٨٥	٢٠,٢٤	٤٢٠	١٠٠
٣	شجعت على نبذ الطائفية والتعصب	١٤٠	٣٣,٣٣	١٥١	٣٥,٩٥	١٢٩	٣٠,٧١	٤٢٠	١٠٠
٤	أدركت من خلالها خطر الإرهاب	١٩٩	٤٧,٣٨	١٤٢	٣٣,٨١	٧٩	١٨,٨١	٤٢٠	١٠٠
٥	نمت الحس الأمني	١٧٢	٤٠,٩٥	١٦٦	٣٩,٥٢	٨٢	١٩,٥٢	٤٢٠	١٠٠
٦	تعزز ثقافة التسامح وقبول الآخر	١٤٠	٣٣,٣٣	١٧١	٤٠,٧١	١٠٩	٢٥,٩٥	٤٢٠	١٠٠

٧	عمقت مفهوم الهوية الوطنية من خلال إبرازها تراث وثقافة العراق	١٥٢	٣٦,١٩	١٥٧	٣٧,٣٨	١١١	٢٦,٤٣	٤٢٠	١٠٠
---	--	-----	-------	-----	-------	-----	-------	-----	-----

تشير نتائج البحث إلى أن نسبة (٣٦,٩٠ %) من عينة الدراسة توافق على قيام وسائل الإعلام العراقية بدور مهم في تعزيز الشعور بقيمة حب الوطن والانتماء إليه، وأن نسبة (٤٠,٩٥ %) من العينة توافق إلى حد ما على قيام وسائل الإعلام العراقية بهذا الدور، بينما ترى نسبة (٢٢,١٤ %) منهم أنها غير موافقة على أداء وسائل الإعلام العراقية لهذا الدور، وتجد نسبة (٣٥,٤٨ %) من عينة الدراسة أن وسائل الإعلام العراقية تقوم بدور ايجابي في تنمية الشعور بأهمية المحافظة على الممتلكات العامة، بينما نجد ان نسبة (٤٤,٢٩ %) تجد إلى حد ما على أن وسائل الإعلام العراقية تقوم بهذا الدور، وأن نسبة (٢٠,٢٤ %) منهم ترى أن هذه الوسائل لا تقوم بدور ايجابي في تنمية الشعور بأهمية المحافظة على الممتلكات، وأشارت نسبة (٣٣,٣٣ %) من عينة الدراسة على أنها توافق بأن وسائل الإعلام العراقية كان لها دوراً في تشجيع الشباب الجامعي على نبذ الطائفية والتعصب، وان نسبة (٣٥,٩٥ %) من العينة توافق الحد ما على قيام وسائل الإعلام العراقية بهذا الدور، وان نسبة (٣٠,٧١ %) من عينة الدراسة ترى أن هذه الوسائل لا تقوم بدور ايجابي من هذه الناحية، وأن نسبة (٤٧,٣٨ %) من عينة الدراسة توافق على أنها أدركت خطر الإرهاب من خلال وسائل الإعلام العراقية، وان نسبة (٣٣,٨١ %) من عينة الدراسة توافق إلى حد ما على أنها أدركت خطر الإرهاب عن طريق هذه الوسائل، بينما نجد ان نسبة (١٨,٨١ %) منهم غير موافقة على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام العراقية بالتعريف بخطر الإرهاب، بينما توافق نسبة (٤٠,٩٥ %) من عينة الدراسة على أن وسائل الإعلام العراقية قد نمت الحس الأمني لدى الجمهور العراقي من خلال ما تقدم من برامج وفعاليات مختلفة، بينما نسبة (٣٩,٥٢ %) من العينة توافق إلى حد ما على أن وسائل الإعلام العراقية تقوم بهذا الدور، وان نسبة (١٩,٥٢ %) من عينة الدراسة ترى أن وسائل الإعلام العراقية لا تقوم بهذا الدور، وترى نسبة (٣٣,٣٣ %) من عينة الدراسة توافق على ان وسائل الإعلام العراقية تعزز ثقافة التسامح وقبول الآخر، وان نسبة (٤٠,٧١ %) توافق إلى حد ما على هذا الدور، بينما نجد نسبة (٢٥,٩٥ %) لا توافق على قيام وسائل الإعلام العراقية بهذا الدور، وتجد نسبة (٣٦,١٩ %) من عينة الدراسة ان وسائل الإعلام العراقية عمقت مفهوم الهوية الوطنية من خلال إبرازها تراث وثقافة العراق، وان نسبة (٣٧,٣٨ %) من عينة الدراسة توافق الى حد ما على قيام وسائل الإعلام العراقية بهذا الدور، بينما نجد نسبة (٢٦,٤٣ %) من العينة لا توافق على هذا الدور لوسائل الإعلام العراقية.

دور وسائل الإعلام العراقية في تقديم معلومات كافية عن البعد القانوني للمواطنة بالنسبة لعينة الدراسة
جدول (١٢) يبين دور وسائل الإعلام العراقية في تقديم معلومات كافية عن البعد القانوني للمواطنة بالنسبة لعينة الدراسة

ت	الفقرة	موافق		موافق الى حد ما		غير موافق		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	تُعرّف بمفهوم المواطنة كحقوق وواجبات.	١٦٠	٣٨,١٠	١٧٦	٤١,٩٠	٨٤	٢٠,٠٠	٤٢٠	١٠٠
٢	ساهمت في شرح مبادئ الدستور العراقي	١١٩	٢٨,٣٣	٢٠٧	٤٩,٢٩	٩٤	٢٢,٣٨	٤٢٠	١٠٠
٣	تُعرّف بالقوانين والأنظمة السائدة في البلد	١٥٢	٣٦,١٩	١٧٢	٤٠,٩٥	٩٦	٢٢,٨٦	٤٢٠	١٠٠
٤	تُعرّف بالعهود والمواثيق الدولية الخاصة بحقوق الإنسان	١٤١	٣٣,٥٧	١٨٣	٤٣,٥٧	٩٦	٢٢,٨٦	٤٢٠	١٠٠
٥	دفعت الى اكتساب الحقوق وعدم التنازل عنها	١٤٧	٣٥,٠٠	١٦١	٣٨,٣٣	١١٢	٢٦,٦٧	٤٢٠	١٠٠
٦	تُعرف بان المواطنة الصالحة تقوم على احترام الحقوق والحريات لمكونات المجتمع العراقي كافة	١٤٣	٣٤,٠٥	١٩١	٤٥,٤٨	٨٦	٢٠,٤٨	٤٢٠	١٠٠
٧	شجعت على أداء الواجبات بإخلاص وتقاني	١٣٦	٣٢,٣٨	١٧٧	٤٢,١٤	١٠٧	٢٥,٤٨	٤٢٠	١٠٠

بيانات الجدول إن نسبة (٣٨,١٠٪) من عينة الدراسة توافق على أن وسائل الإعلام العراقية تعرف بمفهوم المواطنة كحقوق وواجبات, أن نسبة (٤١,٩٠٪) من العينة توافق إلى حد ما على هذا الدور, بينما ترى نسبة (٢٠,٠٠٪) منهم أن وسائل الإعلام العراقية لا تقوم بهذا الدور, في حين ترى نسبة (٢٨,٣٣٪) من عينة الدراسة أن وسائل الإعلام العراقية ساهمت في شرح مبادئ الدستور العراقي, وأن نسبة (٤٩,٢٩٪) منهم توافق إلى حد ما على هذا الدور, بينما نسبة (٢٢,٣٨٪) من العينة تجد أن وسائل الإعلام العراقية لم تقوم بهذا الدور, يتضح من بيانات الجدول أعلاه أن نسبة (٣٦,١٩٪) من عينة الدراسة أكدت أنها تعرفت من خلال وسائل الإعلام العراقية على القوانين والأنظمة السائدة في البلد, وأن نسبة (٤٠,٩٥٪) من العينة توافق إلى حد ما على أن وسائل الإعلام العراقية قامت بهذا الدور, بينما نجد نسبة (٢٢,٨٦٪) منهم لا توافق على ما ذهب إليه الآخريين, تعرفت نسبة (٣٣,٥٧٪) من عينة الدراسة بالعهد والمواثيق الدولية الخاصة بحقوق الإنسان والمواطنة من خلال

وسائل الإعلام العراقية، وأن نسبة (٤٣,٥٧٪) من العينة توافق إلى حد ما مع هذا الرأي، بينما نسبة (٢٢,٨٦٪) منهم ترى عكس ذلك، ترى نسبة (٣٥,٠٠٪) من عينة الدراسة أن وسائل الإعلام العراقية دفعتهم إلى المطالبة بحقوقهم القانونية والتمسك بها، وأن نسبة (٣٨,٣٣٪) من العينة توافق إلى حد ما مع هذا الرأي، بينما تجد نسبة (٢٦,٦٧٪) من العينة أن وسائل الإعلام العراقية لم تقوم بهذا الدور، تشير النتائج أن نسبة (٣٤,٠٥٪) من عينة الدراسة تعرفت من خلال وسائل الإعلام العراقية أن احترام حقوق وحرية الآخرين تعتبر من أهم مقومات المواطنة الصالحة، بينما تعتبر نسبة (٤٥,٤٨٪) منهم أن هذه الوسائل قامت إلى حد ما بهذا الدور، بينما ترى نسبة (٢٠,٤٨٪) أن وسائل الإعلام العراقية لم تقوم بهذا الدور، تؤكد نسبة (٣٢,٣٨٪) من عينة الدراسة أن وسائل الإعلام العراقية قد شجعتهم على أداء واجباتهم بإخلاص وتفاني، وأن نسبة (٤٢,١٤٪) منهم توافق إلى حد ما على هذا الدور، بينما ترى نسبة (٢٥,٤٨٪) من العينة أن وسائل الإعلام العراقية لم تقوم بهذا الدور.

تقديرات عينة الدراسة لدور وسائل الإعلام العراقية في تعزيز الشعور بالمواطنة من خلال بعدها السياسي
الجدول (١٣) يبين تقديرات عينة الدراسة لدور وسائل الإعلام العراقية في تعزيز الشعور بالمواطنة من خلال بعدها السياسي

ت	الفقرة	موافق		موافق الى حد ما		غير موافق		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	أدركت أهمية دوري بالمشاركة في العملية السياسية	١٦٣	٣٨,٨١	١٨٣	٤٣,٥٧	٧٤	١٧,٦٢	٤٢٠	١٠٠
٢	عززت المعرفة بمبادئ الحكم الديمقراطي	١٢١	٢٨,٨١	١٩٧	٤٦,٩٠	١٠٢	٢٤,٢٩	٤٢٠	١٠٠
٣	أصبحت بفضلها أؤمن بالتنوع بين مكونات الشعب العراقي وانبذ الخلاف	١٥٢	٣٦,١٩	١٧٢	٤٠,٩٥	٩٦	٢٢,٨٦	٤٢٠	١٠٠
٤	حفزت على المشاركة في التصويت واختيار الأصلح	١٣٩	٣٣,١٠	١٩١	٤٥,٤٨	٩٠	٢١,٤٣	٤٢٠	١٠٠
٥	عززت الحرص على سمعة الوطن في الداخل والخارج	١٣١	٣١,١٩	١٨١	٤٣,١٠	١٠٨	٢٥,٧١	٤٢٠	١٠٠
٦	أسهمت في رفع مستوى الوعي السياسي	١٣٣	٣١,٦٧	٢٠٧	٤٩,٢٩	٨٠	١٩,٠٥	٤٢٠	١٠٠
٧	نمت الوعي بأهمية التعددية الحزبية في المحافظة على الحكم الديمقراطي	١٢٦	٣٠,٠٠	١٧٧	٤٢,١٤	١١٧	٢٧,٨٦	٤٢٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول أن نسبة (٣٨,٨١٪) من عينة الدراسة توافق أنها أدركت أهمية المشاركة في العملية السياسية من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام العراقية من معلومات في هذا الصدد، وأن نسبة (٤٣,٥٧٪) من العينة توافق إلى حد ما على هذا الرأي، بينما ترى نسبة (١٧,٦٢٪) أن وسائل الإعلام العراقية لم تقدم ما يكفي من معلومات كي تترك من خلالها أهمية

المشاركة السياسية، وتشير نتائج الجدول أيضا أن نسبة (٢٨,٨١ %) من عينة الدراسة توسعت لديها المعرفة بمبادئ الحكم الديمقراطي من خلال المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام العراقية، وان نسبة (٤٦,٩٠ %) من العينة توافق إلى حد ما على هذا الرأي، أما ما تبقى من عينة الدراسة ونسبتهم (٢٤,٢٩ %) فإنهم يرون عكس ما ذهب إليه الآخرون، وتبين أن نسبة (٣٦,١٩ %) من عينة الدراسة ومن خلال المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام العراقية أصبحت تتقبل التنوع بين المكونات الشعب العراقي وتتبدد الخلاف، وأن نسبة (٤٠,٩٥ %) من العينة توافق إلى حد ما على هذا الدور، بينما نسبة (٢٢,٨٦ %) من عينة الدراسة ترى أن هذه الوسائل لا تقوم بهذا الدور، وتوضح بيانات البحث ان نسبة (٣٣,١٠ %) من عينة الدراسة ترى أن وسائل الإعلام العراقية قد حفزتها على المشاركة في الانتخابات واختيار الأفضل، وأن نسبة (٤٥,٤٨ %) من العينة تتوافق إلى حد ما مع هذا الدور، بينما ترى نسبة (٢١,٤٣ %) من العينة ان وسائل الإعلام العراقية لا تقوم بهذا الدور، وتدل بيانات البحث ان نسبة (٣١,١٩ %) من عينة الدراسة عززت الشعور لديهم للمحافظة على سمعة العراق في المجالين الداخلي والخارجي، وان نسبة (٤٣,١٠ %) من العينة توافق إلى حد ما على هذا الدور، أما من لا يتفق معهم على هذا الدور فإن نسبتهم بلغت (٢٥,٧١ %) من مجموع عينة الدراسة، وتؤكد بيانات الجدول ان نسبة (٣١,٦٧ %) من عينة الدراسة ترى ان وسائل الإعلام العراقية قد أسهمت في رفع مستوى الوعي السياسي لديهم، وان نسبة (٤٩,٢٩ %) من عينة الدراسة توافق إلى حد ما على هذا الدور لوسائل الإعلام العراقية، بينما تجد نسبة (١٩,٠٥ %) ان وسائل الإعلام العراقية لا تقوم بهذا الدور، يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة (٣٠,٠٠ %) من عينة الدراسة توافق على أن وسائل الإعلام العراقية قد نمت لديهم الوعي بأن التعددية الحزبية من أهم مبادئ الحكم الديمقراطي، وأن نسبة (٤٢,١٤ %) من العينة توافقهم إلى حد ما، بينما يوجد نسبة (٢٧,٨٦ %) من العينة غير موافقة على هذا الدور لوسائل الإعلام العراقية.

دور وسائل الإعلام العراقية في تقديم المعلومات والبيانات الكافية حول البعد الاقتصادي للمواطنة :

جدول (١٤) يبين دور وسائل الإعلام العراقية في تقديم المعلومات والبيانات الكافية حول البعد الاقتصادي للمواطنة

ت	الفقرة	موافق		موافق الى حد ما		غير موافق		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	تشرح طبيعة النظام الاقتصادي السائد في البلد	١٠٨	٢٥,٧١	١٧٨	٤٢,٣٨	١٣٤	٣١,٩٠	٤٢٠	١٠٠
٢	اعتمد عليها في معرفة أحوال البلد الاقتصادية	١٤٥	٣٤,٥٢	١٧١	٤٠,٧١	١٠٤	٢٤,٧٦	٤٢٠	١٠٠
٣	تُعرف بأهمية ترشيد الاستهلاك في تنمية اقتصاد البلد	١٢٣	٢٩,٢٩	٢١٠	٥٠,٠٠	٨٧	٢٠,٧١	٤٢٠	١٠٠
٤	عرفت بالمشاكل الاقتصادية التي يعاني منها الشباب الجامعي العراقي	١١٦	٢٧,٦٢	٢٢٢	٥٢,٨٦	٨٢	١٩,٥٢	٤٢٠	١٠٠
٥	أسهمت في محاربة الفساد المالي والاداري	١٢٣	٢٩,٢٩	١٩٣	٤٥,٩٥	١٠٤	٢٤,٧٦	٤٢٠	١٠٠

٦	شجعت على الاستثمار خدمة للسالغ العام	١٠١	٢٤,٠٥	١٩٥	٤٦,٤٣	١٢٤	٢٩,٥٢	٤٢٠	١٠٠
٧	أكدت على دور الطاقات الشبابية في بناء اقتصاد البلد	١٢٠	٢٨,٥٧	١٦٥	٣٩,٢٩	١٣٥	٣٢,١٤	٤٢٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول أن نسبة (٢٥,٧١٪) من عينة الدراسة توافق على أنها تعرفت على طبيعة النظام الاقتصادي السائد في البلد من خلال المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام العراقية، وأن نسبة (٤٢,٣٨٪) من العينة تتفق إلى حد ما مع هذا الرأي، بينما يرى (٣١,٩٠٪) من العينة أنها غير موافقة على أن وسائل الإعلام العراقية تقدم الشرح الوافي عن طبيعة النظام الاقتصادي السائد في العراق، ويتضح ان نسبة (٣٤,٥٢٪) من عينة الدراسة توافق على أنها اعتمدت على وسائل الإعلام العراقية في معرفة أحوال العراق الاقتصادية، وأن نسبة (٤٠,٧١٪) من العينة توافق إلى حد ما على أن وسائل الإعلام العراقية قامت بهذا الدور، بينما نجد نسبة (٢٤,٧٦٪) من العينة غير موافقة على أن وسائل الإعلام العراقية قد عرفت بأحوال العراق الاقتصادية، وتشير نتائج الجدول أن نسبة (٢٩,٢٩ %) من عينة الدراسة توافق بأنها تعرفت أهمية ترشيد الاستهلاك في تنمية اقتصاد البلد، وان نسبة (٥٠,٠٠٪) من العينة توافق إلى حد ما مع هذا الاختيار، بينما ترى نسبة (٢٠,٧١٪) من العينة أنها لم تتعرف إلى ذلك عن طريق وسائل الإعلام العراقية، وتعرفت نسبة (٢٧,٦٢ %) من عينة الدراسة إلى المشاكل الاقتصادية التي يعاني منها العراق من خلال المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام العراقية، وأن نسبة (٥٢,٨٦٪) من العينة توافق إلى حد ما على هذا الرأي، فيما ترى نسبة (١٩,٥٢٪) من عينة الدراسة أن وسائل الإعلام العراقية لم تقدم المشاكل الاقتصادية في البلد بالشكل المطلوب، وتجد نسبة (٢٩,٢٩ %) من عينة الدراسة أن وسائل الإعلام العراقية أسهمت في محاربة الفساد المالي والإداري، وأن نسبة (٤٥,٩٥٪) من العينة توافق إلى حد ما على هذا الرأي، بينما تؤكد نسبة (٢٤,٧٦٪) من العينة أن وسائل الإعلام العراقية لم تحارب الفساد، وترى نسبة (٢٤,٠٥ %) من العينة أن وسائل الإعلام العراقية شجعت على الاستثمار، وأن نسبة (٤٦,٤٣٪) من العينة توافق إلى حد ما على هذا الرأي، فيما تجد نسبة (٢٩,٥٢٪) من العينة أن وسائل الإعلام العراقية لم تشجع على الاستثمار، وتشير بيانات الجدول إلى أن نسبة (٢٨,٥٧ %) من عينة الدراسة ترى أن وسائل الإعلام العراقية أكدت على دور الطاقات الشبابية في بناء الاقتصاد الوطني، وأن نسبة (٣٩,٢٩٪) من العينة تتفق إلى حد ما مع هذا الرأي، بينما نسبة (٣٢,١٤٪) من العينة ترى أن وسائل الإعلام العراقية لم تهتم بالطاقات الشبابية.

دور وسائل الإعلام العراقية في التعبير عن المواطنة في بعدها الاجتماعي بشكل واضح وكافي :

جدول (١٥) يبين دور وسائل الإعلام العراقية في التعبير عن المواطنة في بعدها الاجتماعي بشكل واضح وكافي

ت	الفقرة	موافق		موافق الى حد ما		غير موافق		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	عززت التماسك الاجتماعي بين شرائح المجتمع وطوائفه المتنوعة	١١٧	٢٧,٨٦	١٩٣	٤٥,٩٥	١١٠	٢٦,١٩	٤٢٠	١٠٠
٢	عمقت قيم المجتمع الأصيلة	١٢٨	٣٠,٤٨	١٧٢	٤٠,٩٥	١٢٠	٢٨,٥٧	٤٢٠	١٠٠

١٠٠	٤٢٠	٢٥,٤٨	١٠٧	٤٦,١٩	١٩٤	٢٨,٣٣	١١٩	عززت أهمية التواصل بين جميع مكونات المجتمع العراقي	٣
١٠٠	٤٢٠	٢١,١٩	٨٩	٤٩,٧٦	٢٠٩	٢٩,٠٥	١٢٢	اتسم اداءها بالمسؤولية اتجاه التنوع في المجتمع العراقي	٤
١٠٠	٤٢٠	٢٠,٩٥	٨٨	٤٥,٩٥	١٩٣	٣٣,١٠	١٣٩	شجعت على رفض العادات والتقاليد والممارسات الخاطئة في المجتمع	٥
١٠٠	٤٢٠	٢٠,٠٠	٨٤	٥٣,٣٤	٢٢٤	٢٦,٦٧	١١٢	أسهمت في تعزيز التكامل الاجتماعي بين أبناء الوطن الواحد	٦
١٠٠	٤٢٠	٢٣,٥٧	٩٩	٥١,٩٠	٢١٨	٢٤,٥٢	١٠٣	بينت الحقوق الاجتماعية للشباب الجامعي العراقي	٧

تبين أن نسبة (٢٧,٨٦%) من عينة الدراسة توافق على أن وسائل الإعلام العراقية عززت التماسك بين شرائح المجتمع وطوائفه المتنوعة, وأن نسبة (٤٥,٩٥%) من العينة توافق إلى حد ما على هذا الرأي, بينما ترى نسبة (٢٦,١٩%) من العينة ان وسائل الإعلام العراقية لا توافق على ما تقدمه وسائل الإعلام العراقية في هذا الجانب من دور, تشير النتائج ان نسبة (٣٠,٤٨%) توافق على أن وسائل الإعلام العراقية عمقت قيم المجتمع الأصيلة لدى المجتمع العراقي, وأن نسبة (٤٠,٩٥%) من العينة توافق إلى حد ما على هذا الرأي, بينما ترى نسبة (٢٨,٥٧%) من العينة أن وسائل الإعلام العراقية لم تقوم بهذا الدور, تتفق نسبة (٢٨,٣٣%) من عينة الدراسة على أن وسائل الإعلام العراقية عززت التواصل بين مكونات المجتمع العراقي, بينما ترى نسبة (٤٦,١٩%) من العينة أن وسائل الإعلام العراقية عززت إلى حد ما التواصل بين مكونات المجتمع العراقي, ونسبة (٢٥,٤٨%) ترى أن وسائل الإعلام العراقية لم تقوم بهذا الدور, توافق نسبة (٢٩,٠٥%) من عينة الدراسة على أن أداء وسائل

الإعلام العراقية أُنسَم بالمسؤولية اتجاه التنوع في المجتمع العراقي، وأن نسبة (٤٩,٧٦٪) من العينة توافق إلى حد ما على هذا الرأي، بينما ترى نسبة (٢١,١٩٪) منهم خلاف ذلك، ويتضح من بيانات الجدول نسبة (٣٣,١٠٪) من عينة الدراسة توافق على أن وسائل الإعلام العراقية شجعتهم على رفض العادات والتقاليد والممارسات الخاطئة في المجتمع، وأن نسبة (٤٥,٩٥٪) من العينة توافق إلى حد ما على هذا الرأي، كما تشير البيانات إلى أن نسبة (٢٠,٩٥٪) من العينة ترى أن وسائل الإعلام العراقية لم تعزز هذه الجانِب، توافق نسبة (٢٦,٦٧٪) من عينة الدراسة على أن وسائل الإعلام العراقية أسهمت في تعزيز التكامل الاجتماعي بين أبناء الوطن الواحد، بينما توافق إلى حد ما نسبة (٥٣,٣٤٪) أن وسائل الإعلام العراقية تقوم بهذا الدور، وأن نسبة (٢٠,٠٠٪) من هذه العينة ترى خلاف ذلك، وتشير النتائج أن نسبة (٢٤,٥٢٪) توافق على أن وسائل الإعلام العراقية عرفت الشباب العراقي بأهمية نيل حقوقه الاجتماعية، وأن نسبة (٥١,٩٠٪) من العينة توافق إلى حد ما على أن وسائل الإعلام العراقية عرفت المجتمع العراقي بحقوقه الاجتماعية، بينما نجد نسبة (٢٣,٥٧٪) من العينة ترى أن وسائل الإعلام العراقية لم تقوم بهذه الدور.

دور وسائل الإعلام العراقية في تعزيز المواطنة في بعدها الثقافي :

جدول (١٥) يبين دور وسائل الإعلام العراقية في تعزيز المواطنة في بعدها الثقافي

ت	الفقرة	موافق		موافق الى حد ما		غير موافق		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	تطالب برعاية الطاقات الشبابية	١٠٩	٢٥,٩٥	١٩٠	٤٥,٢٤	١٢١	٢٨,٨١	٤٢٠	١٠٠
٢	شجعت على مواصلة التعليم لبناء مواطن فاعل في المجتمع	١٢٥	٢٩,٧٦	٢٠٢	٤٨,١٠	٩٣	٢٢,١٤	٤٢٠	١٠٠
٣	تعزز حرية الرأي و التعبير	١٤٦	٣٤,٧٦	٢٠٠	٤٧,٦٢	٧٤	١٧,٦٢	٤٢٠	١٠٠
٤	تنمي القدرات	١٢٦	٣٠,٠٠	٢٠٤	٤٨,٥٧	٩٠	٢١,٤٣	٤٢٠	١٠٠

								المعرفية للشباب	
١٠٠	٤٢٠	٢٠,٧١	٨٧	٥٤,٢٩	٢٢٨	٢٥,٠٠	١٠٥	عرفت بثقافة المجتمعات العالمية	٥
١٠٠	٤٢٠	٢٥,٤٨	١٠٧	٤٤,٤٦	١٨٨	٢٩,٧٦	١٢٥	شجعت على المحافظة على خصوصية الثقافة العراقية	٦
١٠٠	٤٢٠	٢٦,٦٧	١١٢	٤٨,٨١	٢٠٥	٢٤,٥٢	١٠٣	شجعت على التواصل بين الثقافات	٧

تشير بيانات الجدول أن نسبة (٢٥,٩٥%) من عينة الدراسة على أن وسائل الإعلام العراقية تطالب برعاية الطاقات الشبابية, وأن نسبة (٤٥,٢٤%) من العينة توافق إلى حد ما على هذا الدور, بينما تؤكد نسبة (٢٨,٨١%) من العينة أن وسائل الإعلام العراقية لم تقوم بهذا الدور, وتبين أن نسبة (٢٩,٧٦%) من عينة الدراسة توافق على أن وسائل الإعلام العراقية شجعتهم على مواصلة التعليم لبناء مواطن فاعل في المجتمع, وأن نسبة (٤٨,١٠%) من العينة توافق إلى حد ما على هذا الدور لوسائل الإعلام العراقية, بينما تذهب نسبة (٢٢,١٤%) من العينة إلى أن وسائل الإعلام العراقية لم تقوم بهذا الدور, تؤكد نسبة (٣٤,٧٦%) من عينة الدراسة أنها توافق على دور وسائل الإعلام العراقية في تعزيز حرية الرأي والتعبير, بينما تجد نسبة (٤٧,٦٢%) من العينة أنها توافق إلى حد ما على هذا الرأي, وأن نسبة (١٧,٦٢%) غير موافقة على الرأي القائل بأن وسائل الإعلام العراقية عززت حرية الرأي والتعبير, وتوافق نسبة (٣٠,٠٠%) من عينة الدراسة على أن وسائل الإعلام العراقية نمت لديهم القدرات المعرفية من خلال ما تقدمه من معلومات في هذا الصدد, وأن نسبة (٤٨,٥٧%) توافق إلى حد ما على هذا الرأي, بينما نسبة (٢١,٤٣%) من العينة لا توافق على الرأي نفسه, وتعرفت نسبة (٢٥,٠٠%) من عينة الدراسة بثقافة المجتمعات العالمية من خلال وسائل الإعلام العراقية, وأن نسبة (٥٤,٢٩%) من العينة تؤيد إلى حد ما هذا الرأي, بينما تؤكد نسبة (٢٠,٧١%) من العينة أن وسائل الإعلام العراقية لم تقوم بهذا الدور, وتشير النتائج أن نسبة (٢٩,٧٦%) من عينة الدراسة ترى أن وسائل الإعلام العراقية قد شجعتهم على المحافظة على خصوصية الثقافة العراقية, وأن نسبة (٤٤,٤٦%) من العينة توافق على هذا الرأي, بينما نسبة (٢٥,٤٨%) من العينة لا توافق هذا الرأي, وترى نسبة (٢٤,٥٢%) من عينة الدراسة أن وسائل الإعلام العراقية شجعت على التواصل بين الحضارات, وأن نسبة

(٤٨,٨١٪) من العينة توافق على هذا الرأي، بينما تؤكد نسبة (٢٦,٦٧٪) من العينة ان وسائل الإعلام العراقية لم تقوم بهذا الدور.

مدى تعزيز وسائل الإعلام العراقية لأبعاد المواطنة من وجهة نظر عينة الدراسة :

جدول (١٦) يبين مدى تعزيز وسائل الإعلام العراقية لأبعاد المواطنة من وجهة نظر عينة الدراسة

المحاور	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
١	محور الانتماء الوطني	٤٢٠	١٤,٨٧٧	٣,٧٦٨
٢	محور البعد القانوني	٤٢٠	١٤,٤٩٣	٣,٦١٩
٣	محور البعد السياسي	٤٢٠	١٤,٧٦٦	٣,٥٧٥
٤	محور البعد الاقتصادي	٤٢٠	١٤,٠٤٣	٣,٣٧٢
٥	محور البعد الاجتماعي	٤٢٠	١٤,١٨٨	٣,٤٨٦
٦	محور البعد الثقافي	٤٢٠	١٤,١٩٦	٣,٤٨٩

تشير بيانات الجدول أن لوسائل الإعلام العراقية دور في تعزيز المواطنة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي أعلى من (١٤) وهو معيار الاختبار الفرضي لكل محور من محاور المواطنة

أما فيما يتعلق في ترتيب المحاور فقد أظهرت النتائج بأن محور الانتماء الوطني قد جاء بـ (المرتبة الأولى) بمتوسط حسابي (١٤,٨٧٧)، وانحراف معياري (٣,٧٦٨)، وجاء محور البعد السياسي للمواطنة بـ (المرتبة الثانية)، بمتوسط حسابي (١٤,٧٦٦) وانحراف معياري (٣,٥٧٥)، ثم جاء محور البعد القانوني للمواطنة بـ (المرتبة الثالثة)، بمتوسط حسابي (١٤,٤٩٣) وانحراف معياري (٣,٦١٩)، وقد جاء محور البعد الثقافي للمواطنة بـ (المرتبة الرابعة) حيث كان المتوسط الحسابي له (١٤,١٩٦) وانحراف معياري (٣,٤٨٩)، ويليه بـ (المرتبة الخامسة) محور البعد الاجتماعي بمتوسط حسابي (١٤,١٨٨) وانحراف معياري (٣,٣٧٢)، أما محور البعد الاقتصادي فقد جاء بـ (المرتبة السادسة) والأخيرة بمتوسط حسابي (١٤,٠٤٣) وانحراف معياري (٣,٣٧٢). ومن وجهة نظر الباحث فإن حصول محور الانتماء الوطني والمحور السياسي على المراتب المتقدمة في درجة التعزيز يعود إلى الظروف السائدة في البلد حيث يخوض العراق حرب ضد الإرهاب وضد الفساد، مما جعل معظم وسائل الإعلام العراقية تركز أكثر على الموضوعات التي تعزز الانتماء الوطني، والبعد السياسي للمواطنة.

نتائج اختبار فروض البحث:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية المحلية ومتغيراتهم الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

جدول رقم (٣١)

يوضح العلاقة بين كثافة تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية المحلية ومتغيراتهم الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي)

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة مربع كاي الجدولية	قيمة مربع كاي المحسوبة	نادرا	أحيانا	دائما	كثافة تعرض العامل الإحصائي السمات الديموغرافية	
							النوع	
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٢	٥,٩٩	٢٢,٠٠١	٦٢	٩٣	٧٦	ذكر	
				٧٨	٧٥	٣٦	أنثى	
				١٤٠	١٦٨	١١٢	المجموع	
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٤	٩,٤٩	١٢,٢٣٧	٤٤	٧٣	٢٢	٢٠ - ٢٩	الفئة العمرية
				٨٨	١١٣	٢٢	٣٠ - ٣٩	
				٢٢	٢٨	٨	٤٠ فأكثر	
				١٥٤	٢١٤	٥٢	المجموع	
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٤	٩,٤٩	٥٢,١٦٥	٥٦	٤٢	١٨	متوسط	المستوى التعليمي
				٧٤	١١٥	٥٧	جامعي	
				١٠	١٤	٣٤	عليا	
				١٤٠	١٧١	١٠٩	المجموع	
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٤	٩,٤٩	١٢,٠٢٨	٤٤	٣٨	٢٨	طالب	المهنة
				٦٢	٨٤	٥٨	موظف	
				٣٦	٤١	٢٩	إعمال حرة	
				١٤٢	١٦٣	١١٥	المجموع	
غير دال عند مستوى (٠,٠٥)	٤	٩,٤٩	٧,٧٧٧	٢٧	٣٩	١٦	مرتفع	المستوى الاقتصادي والاجتماعي
				٨١	١١٧	٥٨	متوسط	
				١٣	٤٦	٢٣	منخفض	
				١٢١	٢٠٢	٩٧	المجموع	

تشير بيانات الجدول رقم (٢٣) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين كثافة تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية المحلية، حيث كانت قيمة مربع كأي المحسوبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (٠,٠٥) .. وأجمالا فقد ثبت صحة الفرض الأول القائل بوجود فروق

ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية المحلية ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع, السن , المستوى التعليمي , المهنة).

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة حرص المبحوثين على الاطلاع على موضوعات المواطنة في القنوات الفضائية المحلية ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع, السن, المستوى التعليمي, المهنة, المستوى الاقتصادي والاجتماعي).
جدول رقم (٣٢) يوضح العلاقة بين درجة حرص المبحوثين على الاطلاع على موضوعات المواطنة في القنوات الفضائية المحلية ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع ، السن ، المستوى التعليمي ، المهنة ، المستوى الاقتصادي والاجتماعي)

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة مربع كاي الجدولية	قيمة مربع كاي المحسوبة	نادرا	أحيانا	دائما	حرص المبحوثين والعامل الإحصائي	السمات الديموجرافية
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٢	٥,٩٩	٩,١٤٣	٨٩	١٤٢	٤٨	ذكر	النوع
				٤٢	٨١	١٨	أثنى	
				١٣١	٢٢٣	٦٦	المجموع	
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٤	٩,٤٩	٩,٦٩١	٣٦	٧٤	١٨	٢٩ - ٢٠	الفئة العمرية
				٨١	١١٢	٢٩	٣٩ - ٣٠	
				١٩	٣٤	١٧	٤٠ فأكثر	
				١٣٦	٢٢٠	٦٤	المجموع	
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٤	٩,٤٩	١٢,٦٦٠	١٤	٣٢	٢٧	متوسط	المستوى التعليمي
				٩٩	١٥٤	٣٨	جامعي	
				٢٦	١٩	٩	عليا	
				١٣٩	٢٠٧	٧٤	المجموع	
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٤	٩,٤٩	١٥,٩٠٣	٦٤	٦٢	١٨	طالب	المهنة
				٦٣	١١٣	٣٥	موظف	
				٢٢	٣٩	٤	إعمال حرة	
				١٤٩	٢١٤	٥٧	المجموع	
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٤	٩,٤٩	٩,٧٣٥	٣١	٧٤	٢٤	مرتفع	المستوى الاقتصادي والاجتماعي
				٦٠	١٢٨	٣٦	متوسط	
				٢٣	٢٩	١٥	منخفض	
				١١٤	٢٣١	٧٥	المجموع	

تشير بيانات الجدول رقم (٢٤) الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين درجة حرص المبحوثين على التعرض لموضوعات المواطنة في القنوات الفضائية المحلية، حيث كانت قيمة مربع كأي المحسوبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (٠,٠٥).
وبذلك ثبت صحة الفرض الثاني بوجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص متغيرات المبحوثين الديموجرافية ودرجة حرصهم على الاطلاع على موضوعات المواطنة في القنوات الفضائية المحلية.
الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية المحلية في الحصول على معلوماتهم عن موضوعات المواطنة ومتغيراتهم الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

جدول رقم (٣٣) اختبار (ت) لمعرفة الفروق بين المبحوثين حسب متغيراتهم الديموجرافية ودرجة اعتمادهم على القنوات الفضائية المحلية في الحصول على معلوماتهم عن قضايا وموضوعات المواطنة

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة مربع كاي الجدولية	قيمة مربع كاي المحسوبة	قليلة	متوسطة	كبيرة	اعتماد المبحوثين والعامل الاحصائي	السمات الديموجرافية
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٢	٥,٩٩	١٢,٧٥٧	٦٠	١٢٧	٤٩	ذكر	النوع
				٦٨	٩٧	١٩	أنثى	
				١٢٨	٢٢٤	٦٨	المجموع	
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٤	٥,٩٩	١١,١١٧	٣٦	٥٧	٣١	٢٩ - ٢٠	الفئة العمرية
				٨٢	١٣٧	٢٢	٣٩ - ٣٠	
				١٧	٢٧	١١	٤٠ فأكثر	
				١٣٥	٢٢١	٦٤	المجموع	
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٤	٩,٤٩	١٤,٦٨٢	١٨	٧٢	٢٥	متوسط	المستوى التعليمي
				٦٨	١٣٥	٣٧	جامعي	
				١٤	٢٢	١٩	عليا	
				١١٠	٢٢٩	٨١	المجموع	
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٤	٩,٤٩	١٨,٠٣٣	٣١	٤٩	٢٣	طالب	المهنة
				٥٨	١١٦	٤٢	موظف	
				٢٣	٥٠	٢٨	إعمال حرة	
				١١٢	٢١٥	٩٣	المجموع	
دال عند مستوى (٠,٠٥)	٤	٩,٤٩	١١,١٨٦	٣٨	٣٧	٢٨	مرتفع	المستوى الاقتصادي والاجتماعي
				٦٨	١٢٢	٣٥	متوسط	
				٢٩	٤٧	١٦	منخفض	

				١٣٥	٢٠٦	٧٩	المجموع
--	--	--	--	-----	-----	----	---------

أظهرت بيانات الجدول رقم (٢٥) الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين درجة اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية المحلية للحصول على معلوماتهم بشأن قضايا المواطنة , حيث كانت قيمة مربع كأي المحسوبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (٠,٠٥). ومن هنا فقد ثبت صحة الفرض الثالث القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين درجة اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية المحلية للحصول على معلوماتهم بشأن موضوعات المواطنة .

نتائج البحث الميدانية:

١. جاء المبحوثون الذين يتعرضون للقنوات الفضائية المحلية (يومية) بالمرتبة الأولى بنسبة ٥٢,٨٥%, وهم غالبية أفراد العينة، ثم المبحوثون الذين يتعرضون لها بصورة غير منتظمة بنسبة ٣١,٤٢% ثم من (١-٣مرات) بنسبة ٨,٥٧% ثم من (٤-٥مرات) بنسبة ٧,١٦% وقد جاءوا بالمرتبة الأخيرة.
٢. جاء المبحوثون الذين يقضون (من ساعة لأقل من ساعتين) يوميا في التعرض للقنوات الفضائية المحلية بالترتيب الأول بنسبة ٤٢,٣٨% ثم الذين يقضون (أقل من ساعة) بنسبة ٣٢,٨٦% ثم الذين يقضون (أكثر من ذلك) بنسبة ١٤,٢٨%, والذين يقضون (من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات) جاءوا بالترتيب الأخير بنسبة ١٠,٤٨%.
٣. جاء المبحوثون الذين يتعرضون للقنوات الفضائية المحلية بمعدل (أحيانا) بالترتيب الأول بنسبة ٤٠,٠٠%, ثم الذين يتعرضون لها (نادرا) بنسبة ٣٣,٣٣%, وفي الترتيب الأخير الذين يتعرضون لها (دائما) بنسبة ٢٦,٦٧%.
٤. جاءت قناة العراقية الفضائية بالترتيب الأول كأكثر القنوات الفضائية المحلية تفضيلا من قبل المبحوثين بنسبة ٩٧,٧٥% ثم قناة الشرقية بنسبة ٧٥,٢٥% ثم قناة السومرية بنسبة ٦٤,٠% ثم قناة بغداد بنسبة ٢٣,٢٥% ثم قناة الحرية بنسبة ١٥,٥% ثم قناة الفرات بنسبة ٩,٢٥% وفي الترتيب الأخير جاءت فئة أخرى بنسبة ٢,٧٥%.
٥. جاءت النشرات ومواجيز الأخبار بالترتيب الأول كأكثر المواد والبرامج متابعة من قبل المبحوثين بنسبة ٧٨,٠%, وهذا ما يشير الى أهمية الوظيفة الإخبارية التي تقوم بها القنوات الفضائية المحلية والتي يجدها المبحوثون بأنها تمثل الوظيفة الرئيسية من حيث الفورية في تغطية الأحداث وربط الجمهور بالعالم الخارجي، ثم جاءت البرامج الإخبارية والسياسية بنسبة ٧٢,٠% ثم المسلسلات التلفزيونية بنسبة ٤٩,٥% ثم الإعلانات بنسبة ٣٥,٢٥% ثم برامج الحوارات بنسبة ٢٩,٠% ثم البرامج والمواد الدينية بنسبة ٢٢,٧٥% ثم البرامج العلمية بنسبة ١٨,٢٥% ثم البرامج الرياضية بنسبة ١٦,٥% ثم البرامج والمواد الثقافية بنسبة ١٤,٥% وفي الترتيب الأخير جاءت البرامج الاقتصادية بنسبة ٩,٧٥%.
٦. تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين كثافة تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية المحلية، حيث كانت قيمة مربع كأي المحسوبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (٠,٠٥). ألا جزئيا في المستوى الاقتصادي والاجتماعي غير دال.

٧. تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين درجة حرص المبحوثين على التعرض لموضوعات المواطنة في القنوات الفضائية المحلية، حيث كانت قيمة مربع كأي المحسوبة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥).

٨. تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وبين درجة اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية المحلية للحصول على معلوماتهم بشأن موضوعات المواطنة، حيث كانت قيمة مربع كأي المحسوبة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥).
التوصيات :

- ١- ضرورة اهتمام وسائل الاعلام العراقية، بأعداد البرامج التي تجذب الجمهور لمتابعتها.
- ٢- ضرورة اهتمام وسائل الإعلام العراقية، بتقديم المعلومات الكافية التي تعزز البعد الاقتصادي والبعد الاجتماعي والبعد الثقافي للمواطنة.
- ٣- ضرورة اهتمام وسائل الإعلام العراقية، بأعداد البرامج التي تبث الأمل، والتفاؤل بالمستقبل لدى الجمهور العراقي
- ٤- العمل على التخطيط لبرامج توجيهية، لإرشاد الجمهور العراقي، ورفع مستوى الوعي لديهم في الأصعدة كافة، من خلال برامج وقائية وتنموية وبرامج توعوية حول كل ما يمكن أن يعمل على اضعاف ابعاد المواطنة لديهم.
- ٥- ضرورة اهتمام وسائل الاعلام العراقية بتطوير برامجها، بما يلبي رغبات الجمهور العراقي، وجعلها أكثر حيوية، وتفعيل دورهم في إعداد وتقديم هذه البرامج لضمان تعزيز متابعتهم لهذه الوسائل.
- ٦- ضرورة أن تركز المؤسسات الإعلامية العراقية على كل ما يمكن أن يعزز ابعاد المواطنة، وذلك بالاعتماد على منظومة القيم المستمدة من التعاليم السماوية، والثقافة العربية، والعادات والتقاليد الأصيلة.

مصادر البحث وهوامشه :

- ١- ثريا احمد البديوي، دور الإعلام في دعم المواطنة في مصر، أعمال المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر، الإعلام وتحديث المجتمعات العربية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٦.
- ٢- أميمه محمد عمران، حقوق المواطنة في الخطاب الصحفي المصري، مصر، جامعة أسيوط، كلية الآداب، ٢٠٠٧.
- ٣- بدر حمد الصلال، دور القنوات الفضائية الكويتية الرسمية والخاصة في تعزيز المواطنة لدى الشباب الكويتي، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، ٢٠١٢.
- ٤- سناء يوسف صقر، دور فاعل لوسائل الإعلام المحلية في تعزيز المواطنة لدى الجمهور البحريني، رسالة ماجستير غير منشورة، البحرين، الجامعة الأهلية، ٢٠١٣.
- ٥- محمد منير حجاب، أساليب البحوث الإعلامية والاجتماعية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢، ص ٨٠.
- ٦- مصطفى حميد الطائي: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، الإسكندرية، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، ٢٠٠٧، ص ٢٤٢.
- ٧- سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠٠٢، ص ٢٦٦.
- ٨- وهؤلاء المحكمين هم كل من: ١- أ د. وسام فاضل راضي/جامعة بغداد/كلية الاعلام، ٢- أ د. عبد النبي خزعل/جامعة بغداد/كلية الاعلام، ٣- أ م د. طالب عبد المجيد/جامعة بغداد/كلية الاعلام، ٤- أ د. كامل حسون القيم/جامعة بابل /كلية الآداب، ٥- أ م د. فوزي هادي جواد الهنداوي/جامعة بغداد/كلية اللغات.
- ٨- كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، بيروت، دار الجيل للنشر والطباعة والتوزيع، ١٩٩٤، ص ٩٠.
- ٩- رانجيت سينغ مالهي، وروبرت دبليو ريزير، تعزيز تقدير الذات، الرياض، ترجمة مكتبة جرير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥، ص ٢٥.
- ١٠- رضا عطية إبراهيم، المواطنة والانتماء وأثرها على الدولة والمجتمع والأسرة، القاهرة، مكتبة الأسرة، ٢٠٠٧، ص ١٨.

- ١١- د. ليلي حسين السيد, "دور وسائل الاتصال في أمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية" في: المؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام - جامعة القاهرة: الإعلام وقضايا الشباب ٢٥-٢٧ مايو ١٩٩٨, ص ١٧٣-٢٠٨.
١٢. د. حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد, الاتصال ونظرياته المعاصرة, القاهرة, الدار المصرية اللبنانية, ط٣, ٢٠٠٢, ص ٣١٤.
١٣. د. محمد عبد الحميد, نظريات الإعلام واتجاهات التأثير, القاهرة, عالم الكتب, ٢٠١٠, ص ٢٩٨.
- ١٤- سوزان يوسف القليني, "مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في أوقات الأزمات: دراسة حالة على حادث الأقصر" في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام, جامعة القاهرة, كلية الإعلام, ع ٤, ١٩٩٨, ص ٣٣-٦٤.
- "15-Ball- Rokeach, S .J. "The Origins of Individual Media – System.33 Dependency; A Sociological Framework
Communication Research. V.12
N.4.1985. PP.485-510
- ١٦- ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش, نظريات وسائل الإعلام, تر: كمال عبد الرؤوف, القاهرة الدار الدولية للنشر والتوزيع, ١٩٩٣, ص ١٩.
١٧. د. محمد منير حجاب, نظريات الاتصال, القاهرة, دار الفجر للنشر والتوزيع, ٢٠١٠, ص ٣٠٣.
- 18-Hill (2006) Dictionary Of Media and Communication Studies, London, Hodder Arnold, Anne & James Watson.
p.19
- ١٩- دنائلة عمارة, علم النفس الإعلامي, مفاهيم أساسية ودراسات امبيريقية, القاهرة, دار النهضة العربية, ٢٠٠٨, ص ٧٣.
- ٢٠- د. عاطف عدلي العبد, الرأي العام وطرق قياسه, القاهرة, دار الفكر العربي, ٢٠٠٥, ص ٥.
- ٢١- ماجد سالم تريان, الإعلام البديل وتعزيز قيم المواطنة, مجلة صدى الإعلام, المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية, الصفحة الالكترونية, العدد السادس, نيسان ٢٠١٢م, على الموقع (www.madacenter.org).
- ٢٢- زهير بوسيلة, الصحافة المكتوبة والديمقراطية في الجزائر, رسالة ماجستير غير منشورة, جامعة الجزائر, كلية العلوم السياسية والإعلام والاتصال, قسم علوم الإعلام والاتصال, ٢٠٠٤, ص ١٩.
- ٢٣- ياسين البكري, وهالة كريم تركي, التنشئة الاجتماعية والسياسية والتحول الديمقراطي في العراق, بغداد, دار التنوير الثقافية العامة, ٢٠١٣, ص ٨٥.
المصدر نفسه, ص ٨٧.
- ٢٥- محمد رضا محمد حبيب, دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في التنقيف السياسي للشباب المصري دراسة مسحية, مجلة هرمس, مركز اللغات والترجمة بجامعة القاهرة, العدد الرابع, ٢٠١٣, ص ٩٢.
- ٢٦- حميد لفرأوي, دور المؤسسات الإعلامية في غرس قيم الوحدة الوطنية, نت, تاريخ الدخول ٢٤-٥-٢٠١٤.
http://recherchegeo.blogspot.com/2011/12/blog-post_3319.htm
- ٢٧- فاطمة حسين عواد, الإعلام الفضائي, عمان, دار أسامة للنشر والتوزيع, ٢٠١٠, ص ٣٢.