

تعرض الجمهور لموضوعات التحرير في القنوات التلفزيونية والإشباعات المتحققة منها (دراسة ميدانية لجمهور مدينة الكوت)

م.د. خلف كريم التميمي

كلية الاعلام - جامعة واسط

المستخلص :

ان انتشار وسائل الاعلام الحكومية والمستقلة والحزبية نتيجة للتغير السياسي في العراق كان سبباً في زيادة اهتمامات الجمهور في تعزيز وتشكيل اتجاهات جديدة لدى العراقيين وتكمن مشكلة بحثنا هذا بمعرفة مدى تعرض الجمهور لموضوعات التحرير في وسائل الاعلام والإشباعات المتحققة منها.

منهج البحث وعينته : المنهج المتبع في هذا البحث هو المنهج الوصفي الدراسة المسحية كما تمثل مجتمع البحث بعينه من جمهور محافظة واسط وبالتحديد مدينة الكوت بعينة عشوائية متعددة المراحل بلغت (١٠٠) مفردة مفصلة لاحقاً في الاطار المنهجي .

نتائج البحث : تبين نتائج المشاهدين نتيجة لكثرة القنوات التلفزيونية واختلاف برامجها فقد تصدرت نتائج تفاوتت اجوبة المبحوثين في مدى تلبية حاجتهم الخبرية لـ (اخبار التحرير) من قبل القنوات التلفزيونية العراقية و ركزت القنوات التلفزيونية العراقية في تغطيتها الخاصة بأخبار التحرير على مواضيع الانسان قبل الارض وفرض الامن والاستقرار في المناطق المحررة .

الاستنتاجات : لوحظ الباحث ان الجمهور العراقي يتعرضون لموضوعات التحرير ضمن النسق الاجتماعي العائلي وكذلك أكثر الإشباعات تحققاً لدى الجمهور هي في مشاهدة موضوعات التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية .

التوصيات : يوصي الباحث بإعطاء مساحات تغطية جغرافية اكبر للإعلام الحربي ليسهم في خلق عملية تفاعل بين المشاهد والقنوات التلفزيونية .

الكلمات المفتاحية : تعرض الجمهور ، الاستخدامات والإشباعات المتحققة ،تغطية وسائل الاعلام .

:Abstract

The spread of government, independent and partisan media as a result of political change in Iraq has increased public interest in promoting and shaping new trends among Iraqis. The problem of this research is the extent to which the public has been exposed to media editing and saturation.

Research Methodology and Methodology: The methodology used in this research is descriptive approach survey study. The research community is represented by a sample of the population of Wasit Governorate, specifically the city of Al Kout with a random sample of 100 stages, detailed later in the methodological framework.

The results of the search were as follows: The difference between the results of the viewer's due to the large number of television channels and the differences in their programs. The results of the different responses of the respondents in the extent of meeting their news needs were expressed by the Iraqi TV channels. The Iraqi TV channels focused their coverage of news on editing on human subjects before the ground and security. And stability in liberated areas.

Conclusions: The researcher noted that the Iraqi public are exposed to the themes of editing within the family social context as well as the most satisfying to the public is to watch the editing topics in the Iraqi television channels.

Recommendations: The researcher recommends giving more geographic coverage areas to the media to contribute to the creation of a process of interaction between the viewers and television channels.

Keywords: Audience exposure, uses and feedback achieved, media coverage.

المقدمة

شهد العراق بعد عام ٢٠٠٣ زيادة ملحوظة في كم ونوع وسائل الاعلام وزاد معها اتجاهاتها المختلفة ، وقد احتل العراق مراتب متقدمة عربياً وإقليمياً من حيث ملكية عدد القنوات الفضائية التلفزيونية على اختلاف اتجاهاتها وميولها.

ان التغيير السياسي في العراق كان سبباً في انتشار وسائل الاعلام بما فيها الحكومية والمستقلة والحزبية وقد اصبحت تثير اهتمامات الجمهور وتشكل اتجاهات جديدة لدى العراقيين .

من هنا تتبع مشكلة البحث على اساس نقاش وحوار يثار وعلى مستويات مختلفة عن مدى تزايد اهتمام القنوات الفضائية في تغطية الاحداث الاخيرة في العراق بعد سقوط مدينة الموصل ما دفع المؤسسات الاعلامية العراقية وغير العراقية الى التواجد على ارض المعركة لنقل اخبار التحرير والنصر والاستفادة مما تملكه هذه القنوات من خصائص وسمات اتصالية وتفاعلية عالية اقنعت فئات الجمهور المختلفة بالتعرض الى قنواتها واستخدام مضامينها السياسية والاقتصادية والترفيهية على حدٍ سواء، واصبح المتلقي محور العملية الاتصالية ومركز اهتمامها واصبح مشاركاً في العملية الاعلامية بالتجول بين القنوات المتعددة المتاحة على التلفاز الواحد والاختيار الحر ثم التفاعل مع بعضها واعطاء الرأي واستقبال وجهات النظر الاخرى والتعرف على الاحداث التي تجري في مناطق العمليات المختلفة .

كل ذلك وغيره دفعنا الى دراسة مدى تعرض الجمهور لأخبار تحرير الاراضي العراقية من داعش الارهابية في القنوات التلفزيونية العراقية والإشباعات المتحققة منها والتعرف على نوع الدوافع والإشباعات التي تحققت لجمهور مدينة الكوت، سواء كانت هذه القنوات مستقلة او حزبية او حكومية .

أولاً : أهمية البحث:

يكتسب هذا البحث أهميته في التعرف على مدى (تعرض الجمهور لموضوعات التحرير في القنوات التلفزيونية والإشباعات المتحققة منها)، وما مدى الإشباعات المتحققة منها وسهولة أو صعوبة هذا التعرض وتأثره على الجمهور بمختلف عوامله الديمغرافية بالجنس والتخصص الدراسي والعمر لدى المشاهدين، وهذا يساعد في اعطاء تصور مستقبلي عن جدوى وجود كم هائل من القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية إذ ان قيمة أي وسيلة اعلامية ودرجة تأثيرها تتحدد بعدد افراد الجمهور .

كما تتبع أهمية البحث من أهمية المرحلة التي يمر فيها العراق ابان عمليات التحرير، وذلك لأن الجمهور اكثر حماسة واستجابة للتغيير وايضا هي مرحلة تمثل جمهور إعلامي يتميز بالعمومية، وهي المرحلة التي تمر فيها مرحلة التشكيل والتكوين على المستوى السياسي والامنّي والثقافي والاجتماعي والعديد من المتغيرات المرتبطة بتلك المرحلة الهامة، ولعل أهميته تظهر من نتائجها التي ستكون منطلقاً لباحثين اخرين للتعلم في دراسة موضوع التغطيات الاعلامية للإعلام الحربي في اوقات الحروب ودوافعه والإشباعات التي تنتج جراء هذا التعرض، ومستقبلها على الجمهور .

ثانياً : مشكلة البحث :

يحاول بحثنا الكشف عن مدى (تعرض الجمهور لموضوعات التحرير في القنوات التلفزيونية والإشباعات المتحققة منها) ويمكن أن نلخص مشكلة بحثنا السابقة بالتساؤلات الاتية :

- ١- ما كثافة تعرض جمهور مدينة الكوت لموضوعات التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية ؟
- ٢- ماهي الاشباعات المتحققة جراء متابعة الجمهور لموضوعات التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية؟
- ٣- ما مدى تعرض الجمهور لموضوعات التحرير في القنوات التلفزيونية غير العراقية ومدى ثقته بها ؟
- ٤- ماهي أبرز نقاط (القوة ، والضعف) في القنوات التلفزيونية العراقية وغير العراقية ؟

ثالثاً : أهداف البحث :

- ١- التعرف على كثافة تعرض الجمهور لموضوعات التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية .
- ٢- التوصل الى فهم حقيقي حول الاشباكات المتحققة جراء متابعة الجمهور لموضوعات التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية.
- ٣- معرفة أبرز نقاط (القوة ، والضعف) في القنوات التلفزيونية العراقية وغير العراقية .
- ٤- الكشف عن مدى مشاهدة لموضوعات (التحرير) في القنوات التلفزيونية غير العراقية ومدى الثقة بها .

رابعاً : منهج البحث :

المنهج المتبع في هذا البحث هو المنهج المسحي ، فالمنهج المسحي يمثل (جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف للظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من العدد الأحادي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية للدراسة) . ()

واتبع الباحث طريقة الوصف بهدف الكشف والتعرف على العلاقة بين المتغيرات المختلفة للدراسة المتمثلة في (تعرض الجمهور لموضوعات التحرير في القنوات التلفزيونية والإشباكات المتحققة منها) ، عن طريق التعرف على انماط المشاهدة والتعرف على اتجاهات الجمهور وأولوياتهم وكذلك نقاط القوة والضعف التي يحملها المبحوثين نحو القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية وغير العراقية وعلاقتها في الاشباكات المتحققة لدى جمهور مدينة الكوت .

أ- مجتمع البحث :

تمثل المجتمع المستهدف في هذا البحث بجمهور محافظة واسط وبالتحديد مدينة الكوت وقد وقع اختيار الباحث على جمهور مركز مدينة الكوت وذلك للتفاوت الكبير في المستويات التعليمية والحضرية والاجتماعية لمدينة الكوت باعتبارها مركز محافظة واسط مقارنةً بالأقضية الأخرى للمحافظة .

ويضاف الى ما تقدم أنّ مجتمع البحث تمثل بجمهور مدينة الكوت المركز من المستويات العمرية المختلفة ومن الإناث والذكور، تم اعتماده واختياره على وفق إحصائيات معتمدة من مديرية تخطيط واسط / الجهاز المركزي للإحصاء لعام ٢٠١٧، إذ بلغ عدد سكان مدينة الكوت المركز (٤٧٥٣٤٥) نسمة وتمت عبر مجموعة مراحل هي:

المرحلة الاولى:

عينة عشوائية متعددة المراحل بلغت (١٠٠) مفردة، تم اختيارها عن طريق مراحل اتبعها الباحث في اختيار العينة، تتمثل في الإفادة من تقسيم مدينة الكوت جغرافياً على عدة مناطق .
وقد وجد الباحث في بحثه حجم عينة بمقدار (١٠٠) مفردة مبرراً ذلك علمياً بالاتي :
١- الاعتماد على الرأي العلمي الذي حدده "كورساج " في مجال البحوث الاجتماعية والإعلامية والذي يقول ان (١ + ١٠٠) مفردة لكل متغير يكون ممثل طبيعي كحجم أمثل لعينة من مجتمع البحث. (١)

المرحلة الثانية :

لما كان كل منطقة من مناطق مدينة الكوت تقسم إدارياً الى عدد من المناطق، و أنّ لكل منطقة خصائص جغرافية وديموغرافية تميزها عن باقي المناطق فقد ارتأى الباحث اختيار مناطق مختلفة وبطرق عشوائية يتم اختيارها عن طريق القرعة ، وبذلك شملت العينة جميع مناطق مدينة الكوت كافة، ووقع الاختيار عن طريق القرعة على المناطق الاتية :

١- بلغ تعداد سكان مدينة الكوت الاجمالي (٤٧٥٣٤٥) نسمة ، موزعون على (٥٢) حياً سكنياً في مدينة الكوت ، فيما بلغ مجتمع البحث لمناطق مدينة الكوت (١٠) احياء سكنية تم اختيارها بطريقة عشوائية، وتم توزيع (١٠٠) استمارة من مجموع الاستمارات بما يتناسب وتعدادها السكاني.

٢- لما كانت كل منطقة تضم مجموعة من الأحياء السكنية فقد تم اختيار محلة من كل منطقة بطريقة عشوائية، وقد وقع الاختيار عشوائياً على المحلات والاحياء الاتية :

أ- حي الضباط محلة/ ١٣٣، بواقع (١٤) استمارة ، ونسبة (١٤%) .

ب- حي القادسية محلة/ ٣٠٩ ، بواقع (١٠) استمارة ، ونسبة (١٠ %) .

- ت- حي الرفيعي محلة/ ٣١٣ ، بواقع (١٠) استمارة ، وبنسبة (١٠ %) .
- ث- حي الميمون الطشاش محلة/ ٣١٥ ، وبواقع (٧) استمارة ، وبنسبة (٧ %) .
- ج- حي الجهاد ٤/ محلة / ٤١٠ ، بواقع (١١) استمارة ، وبنسبة (١١ %) .
- ح- حي الخليج العربي والوحدة محلة/ ١١٣ وبواقع (١٢) استمارة ، وبنسبة (١٢ %) .
- خ- حي الفلاحية محلة / ٢٠٧ ، بواقع (٩) استمارة ، وبنسبة (٩ %) .
- د- حي الحوراء ٣/ محلة / ٢٠٣ ، وبواقع (١٠) استمارة ، وبنسبة (١٠ %) .
- ذ- حي الكفاءات محلة / ١١١ ، وبواقع (٨) استمارة ، وبنسبة (٨ %) .
- ر- حي الربيع محلة / ١١٢ ، بواقع (٩) استمارة ، وبنسبة (٩ %) .

ب- طرق وأدوات البحث :

استخدم الباحث اداة الاستبانة بهدف جمع البيانات الخاصة بموضوع البحث ، وهي أداة مهمة إذ عن طريقها حدد الباحث الإجابات التي تم اختيارها من المبحوثين إزاء مجموعة من الأسئلة ، وقد جرى إعدادها بشكل علمي ومنهجي، ويسعى الباحث عن طريقها الى جمع البيانات الشخصية عن المبحوثين وقياس حجم المعرفة المتحققة وفقاً لما ورد في الاهداف.

ج- اختبارات الصدق :

١- الصدق:

يعد الصدق بشقيه من الشروط الضرورية واللازمة لبناء الاختبارات والمقاييس، والصدق يدل على مدى قياس الفقرات الظاهرة المراد قياسها، ويشير مفهوم الصدق إلى كون الباحث تقيس أو تصف بالفعل ما تود أن تقيسه أو تصفه، وهل الأسلوب المستخدم فعلاً في القياس؟ والصدق على أنواع:

أ- الصدق الظاهري :

ويعبر عن مدى اتفاق المحكمين الخبراء^(٢) على أن استمارة الاستبانة أو الأداة التي يقيس بها الباحث تكون صالحة لتحقيق الهدف الذي أعدت لأجله تلك الأداة لتحقيق أهداف البحث ، وإن أفضل طريقة لقياس الصدق هي الصدق الظاهري الذي هو عرض فقرات الاستبانة على مجموعة من

الخبراء للحكم على صلاحيتها، إذ أشار المحكمون الذين جرى عرض الاستمارة عليهم إلى صلاحيتها للتطبيق وإنها تقيس بالفعل ما يود الباحث قياسه، عبر إبداء عدد من الملاحظات والآراء المنهجية

...

وطور الباحث أسئلة الاستمارة عن طريق الصياغة والتعديل بما يتوافق مع هذه الملاحظات المنهجية، وقد تحقق صدق الاستبانة ظاهرياً بعرض الفقرات على مجموعة من المتخصصين في قسم الاذاعة والتلفزيون وقسم السمعية والبصرية والاختصاصات الإنسانية القريبة من الإعلام، وكانت نسبة الاتفاق للخبراء على فقرات الاستبانة (٩٠،٩٠ %) وهي نسبة جيدة ومقبولة .

وتم احتساب الصدق الظاهري على وفق المعادلة الآتية:

مجموع الفئات المتفق عليها بين المحكمين ١٠

$$\text{الصدق} = ١٠٠ \times \frac{\text{مجموع الفئات المتفق عليها بين المحكمين}}{١١} = ١٠٠ \times \frac{١٠}{١١} = ٩٠,٩٠ \%$$

١١ مجموع الفئات

وبعد عرض فقرات الاستمارة المكونة من (١١) فقرة على الخبراء، واستنادا الى ملاحظاتهم أخذ الباحث بتوجيهات الخبراء وتعديلاتهم، وحذف الفقرات جميعها التي لم حصل عليها بالتوافق من جانبهم ، وتعديل ما يجب تعديله من إعادة صياغة بعض الاسئلة على وفق مقترحاتهم ، إذ قام الباحث بالإفادة من وجهات نظر السادة الخبراء جميعهم ، ومن نتائج التحكيم تبين حصول الاستمارة على درجة اتفاق بلغت (٩٠،٩٠%).

مفاهيم نظرية

تعرض الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية والإشباعات المتحققة

لا يمكن ان نتجاهل التغيرات السياسية والتطور التكنولوجي ودورهما الملحوظ في زيادة فاعلية القنوات الفضائية التلفزيونية في التأثير بال جماهير ، وتوجيهها نحو آراء وأفكار معينة، عن طريق السعة والقدرة على الانتشار، الذي أتاح لها نشر وبث المعلومات والأحداث بأسرع وقت ممكن، مع مراعاة طبيعة واتجاه الوسيلة الناقلة والسمات والخصائص التي تتميز بها كل وسيلة اعلامية.

لذا اصبح لزاماً علينا ان نتعامل مع البث الفضائي الوافد لأنه اصبح حتمية حضارية لا يمكن تجاوزها بل يجب التعامل معها مع المحافظة على الهوية الوطنية وتحسينها بكل الطرق لحماية مجتمعاتها من تقليد النمط الاجنبي وتغلغل انماط وثقافات حياة المجتمعات الاخرى اليها لأنها تعبر عن هوية كل شعب وهي وسيلة نقل لتاريخه وتراثه الحضاري والفني.

اولا : مفهوم التعرض لوسائل الاعلام :

فهو مقدار ما يتقبله الفرد من خلال عرض للحقائق والوقائع وقد يكون هذا العرض واضحاً او ضمناً او غامضاً وبذلك فإن المصطلح يعني الشرح والبيان والتفسير ويعرف التعرض لوسائل الاتصال إنه "معرفة الافراد بالأخبار التي تنقلها وسائل الاتصال الجماهيري" إذ إن استقبال الجمهور لرسائل الاتصال الجماهيري عن طريق قراءة الصحف أو الاستماع إلى الراديو أو مشاهدة التلفزيون يعرف بالتعرض^(٣).

ثانياً: مفهوم الاشباعات :

تُعنى الاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية مُنظمة، فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين ادى ادراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي الى إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام الى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الاعلام وكان ذلك تحولاً في رؤية الجماهير على انها عنصر سلبي غير فعال الى رؤيتها على انها فعالة في انتقاء افرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الاعلام على خلاف النظريات المبكرة التي كانت ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية منفصلة وتتصرف بناءً على نسق واحد مثل نظرية الاثار الموحدة ونظرية الرصاصة السحرية^(٤).

ثالثاً : دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام الجماهيري :

اوضحت اغلب البحوث والدراسات التي قام بها باحثو دراسات الاستخدامات والإشباع على اختبار العلاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في اطار الدوافع والحاجات الاجتماعية، ذلك لان الاشباع التي تقوم على اساس تطور العلاقة بين وظائف وسائل الاعلام ومحتواها ودوافع الفرد من تعرضه لها، وتعتبر دوافع التعرض من الفروض الاساسية التي تقوم عليها دوافع التعرض لوسائل الاعلام وتنتج اساساً عن الحاجات الاساسية والاجتماعية لأفراد الجمهور وتؤدي الى توقعات يمكن اشباعها من استخدام وسائل الاعلام وترتبط مفاهيمها بالمتغيرات الديموغرافية المتعددة مثل السن والجنس، الموطن، مستوى التعليم، المستوى الاقتصادي، الاجتماعي، ذلك ان تأثير وسائل الاعلام مرتبط بهذه المتغيرات. (٥).

رابعاً : مفهوم التلفاز :

يعد التلفاز من اكثر وسائل الاتصال شيوعاً وانتشاراً لأنه يتخطى الحواجز والحدود ويصل الى اماكن بعيدة بفضل القنوات الفضائية التي ساعدت الى سهولة الحصول على البرامج المتنوعة مما يعطيها فرصة التأثير المستمر، لان المشاهد لا يمل المشاهدة، لان التلفزيون يحاول ان يرضي جميع الازواق ومختلف المستويات، واذا استغل بشكل صحيح فانه يؤدي الى نتائج ايجابية في حياة الجمهور المستهدف، بسهولة استخدامه، ووضوح رسائله، وجمالية الصورة وكذلك فهو لا يحتاج الى مهارة عالية لفك رسائله المرئية، فالرسائل المقدمة عبر التلفزيون لا تحتاج من المتلقي الى جهد عال مبذول في الحصول عليها فقرأه رواية عالمية قد تستغرق من القارئ بضعة ايام بينما يتم مشاهدتها عبر ساعة تلفزيونية، إذ أنه يعد وسيلة للتقاهم المشترك والاستفادة من المعطيات الجديدة، والتعرف على عادات الدول الاخرى وتقاليدها وثقافتها وتراثها، وان تلقت الدول ومؤسساتها الاعلامية الى هذا الكم الهائل من المواد الوافدة بما يجعلها تلتهم الظروف المثلى في التعامل مع التطورات التكنولوجية كما ونوعاً، فالحجم المعروض من المواد التلفزيونية لا يتناسب مع مستلزمات القنوات المتعددة وساعات ارسالها الطويلة لذا تلجأ المحطات الى المواد الاجنبية التي لا تحمل الهوية العربية وتصبح اعلانات لبضائع اجنبية بالمجان تدفع اجوره البلدان العربية ناهيك عن الكيف الذي يتعارض احياناً مع القيم والتوجهات العربية وهذا جزء من عولمة الثقافة (٦).

خامساً : مفهوم الجمهور :

احتلت دراسات الجمهور مكانة متميزة في بحوث الاعلام واصبحت كلمة الجمهور شائعة الاستخدام في هذه البحوث وهي تشير الى المستقبلين او المتلقين كأحد العناصر المهمة في نماذج العملية الاتصالية (المرسل ، الوسيطة ، الرسالة، المستقبل، التأثير) وهي تشير ببساطة الى القراء او المستمعين او المشاهدين لقناة اعلامية او لمضمون معين و تشير الى " مجموعة من الناس تأتي من جميع مجالات الحياة ومن مختلف الطبقات الاجتماعية وتضم افراداً يختلفون في مراكزهم ومهمهم وثقافتهم ويكون كل فرد من افراد هذا الجمهور مجهول الهوية ويواجه هذا الجمهور عادة قضايا مثيرة للاهتمام" (٧) .

الدراسة الميدانية

تعرض جمهور مدينة الكوت لأخبار (التحرير) والإشباع المتحققة منها

١- كم ساعة تشاهد اخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية يومياً ؟

أ- بحسب الأوضاع : سجلت هذه الفئة الثالثة كأقصى كثافة مشاهدة يومية لعينة الدراسة، اذ أشار ما نسبته (١٦%) من المبحوثين، بواقع (١٦)، وهو وقت متفاوت نسبياً ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهد إلى مشاهدة القنوات الفضائية العراقية في الكثير من الأحيان على النشرة الإخبارية وهي في العادة لا تتطلب وقتاً طويلاً .

ب- اقل من ساعة: احتلت كثافة مشاهدة (الأقل من ساعة) المرتبة الرابعة ضمن درجة الكثافة بواقع (١٥) و بنسبة (١٥%) .

ت- من (١-٢) ساعة : يمثل معدل مشاهدة من (١ إلى ٢ ساعة) المرتبة الثانية في كثافة المشاهدة اليومية لعينة الدراسة إذ يشاهد اخبار التحرير بواقع (١٧) وبنسبة (١٧%) من أفراد العينة .

ث- من (٣-٤) ساعة : سجلت هذه الفئة المرتبة الاولى في كثافة مشاهدة يومية لأخبار التحرير لعينة الدراسة، اذ أشار ما نسبته (٣٥%) من المبحوثين، بواقع (٣٥) مبحوثاً إلى أنهم يتابعون اخبار التحرير من (٣-٤) ساعة.

ج- اكثر من (٥) ساعات : مثل معدل مشاهدة اكثر من (٥ ساعات) المرتبة الثانية في كثافة المشاهدة اليومية لأخبار التحرير لعينة الدراسة، إذ يتابع بواقع (١٧) وبنسبة (١٧%) من أفراد العينة. (انظر جدول (١) أدناه .

جدول (١) يوضح عدد الساعات اليومية لمتابعة اخبار التحرير :

٢- مع من يشاهد / المبحوثين عينة الدراسة اخبار التحرير في القنوات التلفزيونية يوميا ؟

عدد الساعات اليومية لمتابعة المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية
اقل من ساعة	١٥	%١٥
من ١-٢ ساعة	١٧	%١٧
من ٣-٤ ساعة	٣٥	%٣٥
اكثر من ٥ ساعات	١٧	%١٧
بحسب الظروف	١٦	%١٦
المجموع	١٠٠	%١٠٠

أ- مع أفراد أسرتي: أشار عدد من المبحوثين إلى أنهم يتعرضون لأخبار التحرير مع (أفراد اسرتي) بواقع (٦٠) مبحوثا ونسبة بلغت (٦٠%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الأولى من بين الفئات الأخرى.

ب- لوحدتي: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة إذ أكد (١٦) مبحوثا ونسبتهم (١٦%) إلى أنهم يشاهدون أخبار التحرير (لوحدهم) .

ت- مع أصدقائي: بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى أنهم يشاهدون أخبار التحرير مع (اصدقائهم) (٩) مبحوثا ونسبة بلغت (٩%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الرابعة والاطيرة من بين الفئات الأخرى.

ث- مع زملائي في العمل : حصلت هذه الفئة على المرتبة الثانية والأخيرة، إذ أشار (١٦) مبحوثا ونسبتهم (١٦%) إلى أنهم يشاهدون الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة التسويقية للأحزاب السياسية مع (زملائهم في العمل). (انظر جدول ٢) أدناه.

جدول (٢) يوضح مع من يشاهد المبحوثين اخبار التحرير :

مع من تشاهد اخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية	التكرار	النسبة المئوية
لوحدي	١٥	%١٥
مع أفراد اسرتي	٦٠	%٦٠
مع زملائي في العمل	١٦	%١٦
مع أصدقائي	٩	%٩
المجموع	١٠٠	%١٠٠

٣- اذكر مدى مشاهدتك اخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية التالية :

أ- قناة العراقية : اذ أشار ما نسبته (٥٦%) من المبحوثين، بواقع (٥٦) مبحوثاً بـ (دائماً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (٢٢) مبحوثاً ، و اشار بـ (قليل) (١٢) مبحوثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (٧) مبحوثين واكد (٣) مبحوثين بـ (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبياً لدى المبحوثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة .

ب- الحرة عراق : اذ أشار ما نسبته (٥١%) من المبحوثين، بواقع (٥١) مبحوثاً بـ (دائماً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (٢٠) مبحوثاً ، و اشار بـ (قليل) (١٥) مبحوثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (١٠) مبحوثين واكد (٤) مبحوثين بـ (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبياً لدى المبحوثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة .

ت- الشرقية : اذ أشار ما نسبته (٥٦%) من المبحوثين، بواقع (٥٦) مبحوثاً بـ (دائماً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (٢٨) مبحوثاً ، و اشار بـ (قليل) (١٠) مبحوثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (١٠) مبحوثين واكد (١) مبحوثين بـ (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبياً لدى المبحوثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة .

ث- الاتجاه : اذ أشار ما نسبته (٤٧%) من المبحوثين، بواقع (٤٧) مبحوثاً بـ (دائماً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (٢١) مبحوثاً ، و اشار بـ (قليل) (٢٣) مبحوثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (٣) مبحوثين

- واكد (٦) مبحثين ب (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبيا لدى المبحثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة ..
- ج- الفرات : اذ أشار ما نسبته (٤٥%) من المبحثين، بواقع (٤٥) مبحثاً ب (دائماً) ، بينما اشار ب (كثير) بواقع (٢٩) مبحثاً ، و اشار ب (قليل) (١٩) مبحثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (٦) مبحثين واكد (١) مبحثين ب (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبيا لدى المبحثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة .
- خ- العهد : اذ أشار ما نسبته (٤٣%) من المبحثين، بواقع (٤٣) مبحثاً ب (دائماً) ، بينما اشار ب (كثير) بواقع (٤٠) مبحثاً ، و اشار ب (قليل) (١٠) مبحثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (٤) مبحثين واكد (٣) مبحثين ب (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبيا لدى المبحثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة .
- هـ- ديالى : اذ أشار ما نسبته (٢٠%) من المبحثين، بواقع (٢٠) مبحثاً ب (دائماً) ، بينما اشار ب (كثير) بواقع (١٥) مبحثاً ، و اشار ب (قليل) (٣٤) مبحثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (١١) مبحثين واكد (٢٠) مبحثين ب (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبيا لدى المبحثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة .
- ع- الرشيد : اذ أشار ما نسبته (١٩%) من المبحثين، بواقع (١٩) مبحثاً ب (دائماً) ، بينما اشار ب (كثير) بواقع (١٤) مبحثاً ، و اشار ب (قليل) (٥٤) مبحثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (٧) مبحثين واكد (٦) مبحثين ب (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبيا لدى المبحثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة .
- غ- اسيا : اذ أشار ما نسبته (٣٠%) من المبحثين، بواقع (٣٠) مبحثاً ب (دائماً) ، بينما اشار ب (كثير) بواقع (٢٤) مبحثاً ، و اشار ب (قليل) (٣٣) مبحثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (١٠) مبحثين واكد (٣) مبحثين ب (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبيا لدى المبحثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة .
- ف- الغدير : اذ أشار ما نسبته (١٨%) من المبحثين، بواقع (١٨) مبحثاً ب (دائماً) ، بينما اشار ب (كثير) بواقع (٢٢) مبحثاً ، و اشار ب (قليل) (٣٧) مبحثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (١٣) مبحثين واكد (١٠) مبحثين ب (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبيا لدى المبحثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة .

ق- دجلة : اذ أشار ما نسبته (١٤%) من المبحوثين، بواقع (١٤) مبحوثاً بـ (دائماً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (٢٢) مبحوثاً ، و اشار بـ (قليل) (٤٤) مبحوثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (١٤) مبحوثين واكد (٦) مبحوثين بـ (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبيا لدى المبحوثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة .

ث- السومرية : اذ أشار ما نسبته (٤٣%) من المبحوثين، بواقع (٤٣) مبحوثاً بـ (دائماً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (٣٠) مبحوثاً ، و اشار بـ (قليل) (١٥) مبحوثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (٧) مبحوثين واكد (٥) مبحوثين بـ (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبيا لدى المبحوثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة .

ص- المسار : اذ أشار ما نسبته (٣٤%) من المبحوثين، بواقع (٣٤) مبحوثاً بـ (دائماً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (٢٨) مبحوثاً ، و اشار بـ (قليل) (١٨) مبحوثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (٥) مبحوثين واكد (١٥) مبحوثين بـ (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبيا لدى المبحوثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة .

ض- النعيم : اذ أشار ما نسبته (٢٠%) من المبحوثين، بواقع (٢٠) مبحوثاً بـ (دائماً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (١٩) مبحوثاً ، و اشار بـ (قليل) (٢١) مبحوثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (٢٥) مبحوثين واكد (١٥) مبحوثين بـ (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبيا لدى المبحوثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة .

ط- افاق : اذ أشار ما نسبته (٢٣%) من المبحوثين، بواقع (٢٣) مبحوثاً بـ (دائماً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (٢٤) مبحوثاً ، و اشار بـ (قليل) (١٣) مبحوثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (٢٢) مبحوثين واكد (٨) مبحوثين بـ (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبيا لدى المبحوثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة .

ك- بلادي: اذ أشار ما نسبته (٣٩%) من المبحوثين، بواقع (٣٩) مبحوثاً بـ (دائماً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (٢٦) مبحوثاً ، و اشار بـ (قليل) (١٧) مبحوثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (٨) مبحوثين واكد (٢) مبحوثين بـ (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبيا لدى المبحوثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة .

م- النجباء : اذ اشار ما نسبته (٣٠%) من المبحوثين، بواقع (٣٠) مبحوثاً بـ (دائماً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (٤٣) مبحوثاً ، و اشار بـ (قليل) (١٧) مبحوثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (٨) مبحوثين واكد (٢) مبحوثين بـ (كلا) وهو مدى مشاهدة لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية متفاوت نسبيا لدى المبحوثين ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى قنوات مختلفة وبرامج متنوعة . .
(انظر جدول (٣) أدناه .

جدول (٣) يبين مدى مشاهدة اخبار التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية :

ت	اسم القناة	مدى المشاهدة				
		كلا	قليل جداً	قليل	كثير	دائماً
١-	العراقية	٣	٧	١٢	٢٢	٥٦
٢-	الحرية عراق	٤	١٠	١٥	٢٠	٥١
٣-	الشرقية	١	١٠	١٠	٢٨	٥١
٤-	الاتجاه	٦	٣	٢٣	٢١	٤٧
٥-	الفرات	١	٦	١٩	٢٩	٤٥
٦-	العهد	٣	٤	١٠	٤٠	٤٣
٨-	ديالى	٢٠	١١	٣٤	١٥	٢٠
٩-	الرشيد	٦	٧	٥٤	١٤	١٩
١٠-	اسيا	٣	١٠	٣٣	٢٤	٣٠
١١-	الغدير	١٠	١٣	٣٧	٢٢	١٨
١٢-	دجلة	٦	١٤	٤٤	٢٢	١٤
١٣-	السومرية	٥	٧	١٥	٣٠	٤٣
١٤-	المسار	١٥	٥	١٨	٢٨	٣٤
١٥-	النعيم	١٥	٢٥	٢١	١٩	٢٠
١٦-	افاق	٨	٢٢	١٣	٢٤	٣٣
١٧-	بلادي	٥	١٢	١٧	٢٦	٣٩
١٨-	النجباء	٢	٨	١٧	٤٣	٣٠

٤- عبر أي قناة تلفزيونية عراقية تتابع اخر موضوعات التحرير والتطورات الامنية ؟

- أ- قناة العراقية : احتلت المرتبة الاولى بواقع (٤١) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بتلبية الاحتياجات الخيرية فقد أشار (٢٩) مبحثاً بـ (كثير جداً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (١٠) مبحثاً ، و اشار بـ (قليل) (١) مبحثاً بينما اجاب (بقليل جداً) (١) مبحثين ولم يؤكد أي من المبحثين بـ (كلا) وهذا يبين تفاوت نسبيا لدى المبحثين في مدى تلبية قنواتهم المفضلة حاجتهم الخيرية .
- ب- قناة الحرة عراق : احتلت المرتبة الثانية بواقع (٢٠) تكراراً ، فيما يتعلق بتلبية الاحتياجات الخيرية فقد أشار (١٤) مبحثاً بـ (كثير جداً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (٤) مبحثاً ، و اشار بـ (قليل) (١) مبحثاً بينما لم يجب احد (بقليل جداً) من المبحثين وأكد (١) مبحثاً بـ (كلا) وهذا يبين تفاوت نسبيا لدى المبحثين في مدى تلبية قنواتهم المفضلة حاجتهم الخيرية .
- ت- قناة الاتجاه : احتلت المرتبة الثانية بواقع (٦) تكراراً ، فيما يتعلق بتلبية الاحتياجات الخيرية فقد أشار (٤) مبحثاً بـ (كثير جداً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (١) مبحثاً ، و اشار بـ (قليل) (١) مبحثاً بينما لم يجب احد (بقليل جداً) من المبحثين وأكد (٦) مبحثاً بـ (كلا) وهذا يبين تفاوت نسبيا لدى المبحثين في مدى تلبية قنواتهم المفضلة حاجتهم الخيرية .
- ث- قناة الشرقية : احتلت المرتبة الثانية بواقع (١٧) تكراراً ، فيما يتعلق بتلبية الاحتياجات الخيرية فقد أشار (١٠) مبحثاً بـ (كثير جداً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (٤) مبحثاً ، و اشار بـ (قليل) (١) مبحثاً بينما اشار (١) مبحثاً (بقليل جداً) من المبحثين وأكد (١) مبحثاً بـ (كلا) وهذا يبين تفاوت نسبيا لدى المبحثين في مدى تلبية قنواتهم المفضلة حاجتهم الخيرية .
- ج- قناة الفرات : احتلت المرتبة الثانية بواقع (١١) تكراراً ، فيما يتعلق بتلبية الاحتياجات الخيرية فقد أشار (٩) مبحثاً بـ (كثير جداً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (١) مبحثاً ، و اشار بـ (قليل) (١) مبحثاً بينما لم يجب احد (بقليل جداً) من المبحثين وكذلك لم يجب أي مبحثاً بـ (كلا) وهذا يبين تفاوت نسبيا لدى المبحثين في مدى تلبية قنواتهم المفضلة حاجتهم الخيرية .
- ح- قناة السومرية : احتلت المرتبة الثانية بواقع (٤) تكراراً ، فيما يتعلق بتلبية الاحتياجات الخيرية فقد أشار (٣) مبحثاً بـ (كثير جداً) ، بينما اشار بـ (كثير) بواقع (١) مبحثاً ، ولم يجب بـ (قليل) مبحثاً

بينما لم يجب احد (بقليل جداً) من المبحوثين وكذلك لم يجب أي مبحوثاً بـ (كلا) وهذا يبين تفاوت نسبيا لدى المبحوثين في مدى تلبية قنوتهم المفضلة حاجتهم الخيرية .

خ- قناة بلادي : احتلت المرتبة الثانية بواقع (٢) تكراراً ، فيما يتعلق بتلبية الاحتياجات الخيرية فقد أشار (٢) مبحوثاً بـ (كثير جداً) ، بينما لم يشر بـ (كثير) ، ولم يجب بـ (قليل) مبحوثاً بينما لم يجب احد (بقليل جداً) من المبحوثين وكذلك لم يجب أي مبحوثاً بـ (كلا) وهذا يبين تفاوت نسبيا لدى المبحوثين في مدى تلبية قنوتهم المفضلة حاجتهم الخيرية . (انظر جدول (٤) أدناه

جدول (٤) يوضح اسم القناة ومدى تليبيتها للحاجة الخيرية :

ت	اسم القناة	التكرار	كم تلبية نشرات الاخبار لقناتك المفضلة حاجتك الخيرية				
			كلا	قليل جداً	قليل	كثير	كثير جداً
١-	قناة العراقية	٤١	/	١	١	١٠	٢٩
٢-	قناة الحرة عراق	٢٠	١	/	١	٤	١٤
٣-	قناة الاتجاه	٦	/	/	١	١	٤
٤-	قناة الشرقية	١٧	١	١	١	٤	١٠
٥-	قناة الفرات	١١	/	/	١	١	٩
٦-	قناة السومرية	٤	/	/	/	١	٣
٧-	بلادي	٢	/	/	/	/	٢
	المجموع	١٠٠	٢%	٢%	٥%	٢١%	٧١%

٥- قناتك المفضلة تغطي أي المواضيع الخاصة بالتحريير أفضل من غيرها ؟

أ- تحرير المناطق: أشار عدد من المبحوثين إلى أن قناتهم المفضلة تحتوي على هذه الفئة بواقع (٢٠) مبحوثاً ونسبة بلغت (٢٠%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الثانية من بين الفئات الأخرى.

ب- اغاثة النازحين: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة إذ أكد (١٤) مبحوثاً ونسبتهم (١٤%) إلى أنهم يشاهدون يتعرضون لهذه الفئة .

ت- فرض الامن والاستقرار: بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى أنهم قناتهم تلبي هذه الفئة بواقع (٢٠) مبحثاً وبنسبة بلغت (٢٠%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الثانية من بين الفئات الأخرى.

ث- اعادة الخدمات للمدنيين: أشار عدد من المبحوثين بواقع (١١) مبحثاً وبنسبة بلغت (١١%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الرابعة من بين الفئات الأخرى.

ج- الحفاظ على البنى التحتية: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الخامسة إذ أكد (٩) مبحثاً ونسبتهم (٩%) إلى أنهم يشاهدون أخبار التحرير المتعلقة بالحفاظ على البنى التحتية .

ح- التركيز على الانسان قبل الارض: بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى أنهم يشاهدون أخبار التحرير الخاصة التركيز على الانسان قبل الارض بواقع (٢٦) مبحثاً وبنسبة بلغت (٢٦%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الاولى. (انظر جدول ٥) أدناه.

الجدول (٥) يوضح تغطية القنوات الفضائية المواد الخيرية أفضل من غيرها :

ت	الفقرة	التكرار	النسبة المئوية
١-	تحرير المناطق	٢٠	٢٠%
٢-	اغاثة النازحين	١٤	١٤%
٣-	فرض الامن والاستقرار	٢٠	٢٠%
٤-	اعادة الخدمات للمدنيين	١١	١١%
٥-	الحفاظ على البنى التحتية	٩	٩%
٦-	التركيز على الانسان قبل الارض	٢٦	٢٦%
	المجموع	١٠٠	١٠٠%

٦- أي البرامج التلفزيونية التي تتابعها عبر قناتك المفضلة ؟

أ- الدراما والمسلسلات : أشار عدد من المبحوثين إلى أنهم يتابعون الدراما والمسلسلات على هذه الفئة بواقع (٧) مبحثاً وبنسبة بلغت (٧%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الرابعة من بين الفئات الأخرى.

ب- الاخبار والبرامج السياسية : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الاولى إذ أكد (٥٠) محوثا ونسبتهم (٥٠%) إلى أنهم يشاهدون البرامج السياسية .

ت- البرامج الترفيهية : بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى أنهم يتعرضون لهذه الفئة بواقع (١٣) محوثا ونسبة بلغت (١٣%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الثانية .

ث- البرامج الدينية : أشار عدد من المبحوثين بواقع (٢) محوثا ونسبة بلغت (٢%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الثامنة والاخيرة من بين الفئات الأخرى.

ج- البرامج الرياضية : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة إذ أكد (١٠) محوثا ونسبتهم (١٠%) إلى أنهم يشاهدون البرامج الرياضية .

ح- برامج العلوم والتكنولوجيا : بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى أنهم يشاهدون هذه الفئة الخاصة التركيز على العلوم والتكنولوجيا بواقع (٥) محوثا ونسبة بلغت (٥%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة السابعة من بين الفئات الأخرى.

خ- البرامج التعليمية: بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى أنهم يشاهدون البرامج التعليمية الخاصة بالتركيز على العلم والمعرفة بواقع (٦) محوثا ونسبة بلغت (٦%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الخامسة من بين الفئات الأخرى.

هـ- البرامج الاقتصادية : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة إذ أكد (٧) محوثا ونسبتهم (٧%) إلى أنهم يشاهدون أخبار الاقتصاد والمال. (انظر جدول ٦) أدناه.

جدول رقم (٦) يبين البرامج التلفزيونية التي يتابعها الجمهور عبر قنواتهم المفضلة :

ت	البرامج التلفزيونية	التكرار	النسبة المئوية
١-	الدراما والمسلسلات	٧	٧%
٢-	الاخبار والبرامج السياسية	٥٠	٥٠%
٣-	البرامج الترفيهية	١٣	١٣%
٤-	البرامج الدينية	٢	٢%
٥-	البرامج الرياضية	١٠	١٠%
٦-	برامج العلوم والتكنولوجيا	٥	٥%
٧-	البرامج التعليمية	٦	٦%
٨-	البرامج الاقتصادية	٧	٧%
	المجموع	١٠٠%	١٠٠%

٧- اضافة الى القنوات التلفزيونية العراقية ؟ ما مدى مشاهدتك لأخبار التحرير في القنوات

التلفزيونية غير العراقية ومدى ثققتك بها ؟

أ- قناة العربية :

- مدى الاستخدام : احتلت مؤشر (كثير) الاولى بواقع (٧٠) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الاستخدام ، وأشار (٢٠) مبحوثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (١٠) مبحوثاً .

- مدى الثقة : احتلت فئة (كثير) (٢٥) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الثقة ، وأشار (٦٥) مبحوثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (١٠) مبحوثاً .

ب- قناة الجزيرة :

- مدى الاستخدام : اشار لمؤشر (كثير) بواقع (١٥) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الاستخدام ، وأشار (٢٠) مبحوثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (٦٥) مبحوثاً .

- مدى الثقة : احتلت فئة (كثير) (٢٤) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الثقة ، وأشار (٦٠) مبحوثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (١٦) مبحوثاً .

ت- قناة روسيا اليوم :

- **مدى الاستخدام :** احتلت مؤشر (كثير) الاولى بواقع (٦٠) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الاستخدام ، وأشار (٢٢) مبحثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (١٨) مبحثاً .
- **مدى الثقة :** احتلت فئة (كثير) (٥٠) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الثقة ، وأشار (٤٠) مبحثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (١٠) مبحثاً .
- ث- **قناة بي بي سي :**
- **مدى الاستخدام :** احتلت مؤشر (كثير) بواقع (٤٢) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الاستخدام ، وأشار (٣٢) مبحثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (٢٦) مبحثاً .
- **مدى الثقة :** احتلت فئة (كثير) (٣٥) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الثقة ، وأشار (٣٧) مبحثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (٢٨) مبحثاً .
- ج- **قناة الحرة :**
- **مدى الاستخدام :** اشار لمؤشر (كثير) بواقع (٧٥) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الاستخدام ، وأشار (١٣) مبحثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (١٢) مبحثاً .
- **مدى الثقة :** احتلت فئة (كثير) (٦٧) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الثقة ، وأشار (٢٢) مبحثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (١١) مبحثاً .
- ح- **قناة الحدث :**
- **مدى الاستخدام :** اشار لمؤشر (كثير) بواقع (٥٠) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الاستخدام ، وأشار (٤٠) مبحثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (١٠) مبحثاً .
- **مدى الثقة :** احتلت فئة (كثير) (٣٣) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الثقة ، وأشار (٥٦) مبحثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (١١) مبحثاً .
- خ- **قناة المنار :**

- **مدى الاستخدام :** اشار لمؤشر (كثير) بواقع (٢٥) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الاستخدام ، وأشار (٧٠) مبحوثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (٥) مبحوثاً .
 - **مدى الثقة :** احتلت فئة (كثير) (٤٠) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الثقة ، وأشار (٥٧) مبحوثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (٣) مبحوثاً .
 - د- **قناة الميادين :**
 - **مدى الاستخدام :** اشار لمؤشر (كثير) بواقع (٨٠) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الاستخدام ، وأشار (١٥) مبحوثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (٥) مبحوثاً .
 - **مدى الثقة :** احتلت فئة (كثير) (٧٥) تكراراً من مجموعة (١٠٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الثقة ، وأشار (٢٢) مبحوثاً بـ (قليل) ، بينما اشار بـ (كلا) بواقع (٣) مبحوثاً . (انظر جدول ٧ أدناه).
- جدول (٧) يوضح مدى مشاهدة أخبار التحرير في القنوات التلفزيونية غير العراقية ومدى ثقة الجمهور فيها :**

ت	اسم القناة	مدى الاستخدام			مدى الثقة		
		كلا	قليل	كثير	كلا	قليل	كثير
١-	قناة العربية	١٠	٢٠	٧٠	١٠	٦٥	٢٥
٢-	قناة الجزيرة	٦٥	٢٠	١٥	١٦	٦٠	٢٤
٣-	قناة روسيا اليوم	١٨	٢٢	٦٠	١٠	٤٠	٥٠
٤-	قناة بي بي سي	٢٦	٣٢	٤٢	٢٨	٣٧	٣٥
٥-	قناة الحرة	١٢	١٣	٧٥	١١	٢٢	٦٧
٦-	قناة الحدث	١٠	٤٠	٥٠	١١	٥٦	٣٣
٧-	قناة المنار	٥	٧٠	٢٥	٣	٥٧	٤٠
٨-	الميادين	٥	١٥	٨٠	٣	٢٢	٧٥

٨- اذكر برنامج تلفزيوني قريب من الواقع تقدمه افضل قناة عراقية ؟ ومن قبل أي مذيع؟ وما مستوى ثققتك بهما ؟

أ- قناة الشرقية :

- اسم البرنامج : احتل برنامجي الحرف الواحد ل احمد ملا طلال وبرنامج اطراف الحديث للدكتور مجيد السامرائي (٢٩) تكراراً من مجموع (١٠٠) تكراراً
- مدى الثقة : احتلت فئة (كثير) (٢٠) تكراراً من مجموعة (٢٩) تكرار فيما يتعلق بمدى الثقة ، وأشار (٨) مبحوثاً ب (قليل) ، بينما اشار ب (كلا) بواقع (١) مبحوثاً .
ب- قناة العراقية :

- اسم البرنامج : احتل برنامج الرد السريع ل علي جواد (٣٠) تكراراً من مجموع (١٠٠) تكراراً .
- مدى الثقة : احتلت فئة (كثير) (٢٨) تكراراً من مجموع (٣٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الثقة ، وأشار (١) مبحوثاً ب (قليل) ، بينما اشار ب (كلا) بواقع (١) مبحوثاً .
ت- قناة البغدادية :

- اسم البرنامج : احتل برنامج سحور سياسي ل عماد العبادي (٩) تكراراً من مجموع (١٠٠) تكراراً .

- مدى الثقة : احتلت فئة (كثير) (٦) تكراراً من مجموعة (٩) تكرار فيما يتعلق بمدى الثقة ، وأشار (٢) مبحوثاً ب (قليل) ، بينما اشار ب (كلا) بواقع (١) مبحوثاً .
ث- قناة الاتجاه :

- اسم البرنامج : احتل برنامج بوصلة الاسبوع ل امل علي (١٠) تكراراً من مجموع (١٠٠) تكراراً .

- مدى الثقة : احتلت فئة (كثير) (٨) تكراراً من مجموعة (١٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الثقة ، وأشار (١) مبحوثاً ب (قليل) ، بينما اشار ب (كلا) بواقع (١) مبحوثاً .
ج- قناة الفرات :

- اسم البرنامج : احتل برنامج المعقب ل (٧) تكراراً من مجموع (١٠٠) تكراراً .
- مدى الثقة : احتلت فئة (كثير) (٦) تكراراً من مجموعة (٧) تكرار فيما يتعلق بمدى الثقة ولم يشر أي مبحوثاً ب (قليل) ، بينما اشار ب (كلا) بواقع (١) مبحوثاً .
ح- قناة دجلة :

- اسم البرنامج : احتل برنامج بصراحة ل عماد الطائي (٥) تكراراً من مجموع (١٠٠) تكراراً.
 - مدى الثقة : احتلت فئة (كثير) (٤) تكراراً من مجموعة (٥) تكرار فيما يتعلق بمدى الثقة ، وأشار (١) مبحثاً ب (قليل) ، بينما لا اشار ب (كلا) أي من المبحثين .
 - قناة السومرية :
 - اسم البرنامج : احتل برنامج زاوية اخرى ل نبييل جاسم (١٠) تكراراً من مجموع (١٠٠) تكراراً .
 - مدى الثقة : احتلت فئة (كثير) (٧) تكراراً من مجموعة (١٠) تكرار فيما يتعلق بمدى الثقة ، وأشار (٢) مبحثاً ب (قليل) ، بينما اشار ب (كلا) بواقع (١) مبحثاً . (انظر جدول ٨) أدناه.
- جدول (٨) يبين البرامج التلفزيونية القريبة من واقع المبحثين ؟ ومن قبل أي مذيع؟ وما مستوى ثققتك بهما ؟

ت	اسم القناة	التكرار	اسم البرنامج	اسم المذيع	مدى الثقة		
					كثير	قليل	كلا
١-	الشرقية	٢٩	بالحرف الواحد اطراف الحديث	احمد ملا طلال مجيد السامرائي	٢٠	٨	١
٢-	العراقية	٣٠	الرد السريع	علي جواد	٢٨	١	١
٣-	البغدادية	٩	سحور سياسي	عماد العبادي	٦	٢	١
٤-	الاتجاه	١٠	بوصلية الاسبوع	امل علي	٨	١	١
٥-	الفرات	٧	المعقب فارس المنصة	لجنة شعراء	٦	/	١
	دجلة	٥	بصراحة	عدنان عماد الطائي	٤	١	/
	السومرية	١٠	زاوية اخرى	نبييل جاسم	٧	٢	١
٦-	المجموع	١٠٠			%٨٣	%١٤	%٣

٩- أي الخطابات تكون أكثر تأثيراً على الجمهور في القنوات التلفزيونية العراقية؟

- أ- المسؤولون الحكوميون: أشار (٢٠) من المبحوثين من بين (١٠٠) مبحوثاً إلى أنهم يتابعون المسؤولين الحكوميين فيما بينت نسبة الثقة نسب متفاوتة بالإجابات اذ اشار بـ (كثير) (١٠) تكرارا ، و اشار بـ (قليل) (٧) مبحوثاً واوضح (٣) بـ (لا) .
- ب- نواب البرلمان: أشار (٥) من المبحوثين من بين (١٠٠) مبحوثاً إلى أنهم يتابعون المسؤولين الحكوميين فيما بينت نسبة الثقة نسب متفاوتة بالإجابات اذ اشار بـ (كثير) (٢) تكرارا ، و اشار بـ (قليل) (١) مبحوثاً واوضح (٢) بـ (لا) .
- ت- منظمات المجتمع المدني: أشار (١٨) من المبحوثين من بين (١٠٠) مبحوثاً إلى أنهم يتابعون المسؤولين الحكوميين فيما بينت نسبة الثقة نسب متفاوتة بالإجابات اذ اشار بـ (كثير) (١٢) تكرارا ، و اشار بـ (قليل) (٤) مبحوثاً واوضح (٢) بـ (لا) ..
- ث- رجال الدين: أشار (٢٢) من المبحوثين من بين (١٠٠) مبحوثاً إلى أنهم يتابعون المسؤولين الحكوميين فيما بينت نسبة الثقة نسب متفاوتة بالإجابات اذ اشار بـ (كثير) (١٥) تكرارا ، و اشار بـ (قليل) (٧) مبحوثاً ولم يجب احداً بـ (لا) .
- ج- قادة الاحزاب: أشار (٢٠) من المبحوثين من بين (١٠٠) مبحوثاً إلى أنهم يتابعون المسؤولين الحكوميين فيما بينت نسبة الثقة نسب متفاوتة بالإجابات اذ اشار بـ (كثير) (٩) تكرارا ، و اشار بـ (قليل) (٧) مبحوثاً واوضح (٤) بـ (لا) ..
- ح- زعماء العشائر: أشار (١٥) من المبحوثين من بين (١٠٠) مبحوثاً إلى أنهم يتابعون المسؤولين الحكوميين فيما بينت نسبة الثقة نسب متفاوتة بالإجابات اذ اشار بـ (كثير) (١٠) تكرارا ، و اشار بـ (قليل) (٣) مبحوثاً واوضح (٢) بـ (لا) . (انظر جدول ٩) أدناه.

جدول (٩) يوضح الخطابات الأكثر تأثيراً على الجمهور في القنوات التلفزيونية العراقية :

ت	الفقرة	التكرار	مدى الثقة		
			كثير	قليل	كلا
٢-	المسؤولون الحكوميون	٢٠	٣	٧	١٠
٣-	نواب البرلمان	٥	٢	١	٢
٤-	منظمات المجتمع المدني	١٨	٢	٤	١٢
٥-	رجال الدين	٢٢	/	٧	١٥
٦-	قادة الاحزاب	٢٠	٤	٧	٩
٧-	زعماء العشائر	١٥	٢	٣	١٠
المجموع			١٠٠	١٣%	٢٩%

١٠- برأيك ماهي أبرز نقاط الضعف في القنوات التلفزيونية العراقية؟

أ- عدم الجاذبية : أشار عدد من المبحوثين إلى ان نقاط الضعف تمثل بهذه الفئة بواقع (١٧) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٧%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الثالثة من بين الفئات الأخرى.

ب- ضعف الاداء الفني : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الاولى إذ أكد (٩) مبحوثاً ونسبتهم (٩%) إلى ضعف الاداء الفني وجاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة .

ت- عدم الاهتمام بالواقع الاجتماعي: بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى أنهم يرون عدم الاهتمام بالواقع الاجتماعي، بواقع (٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٨%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الخامسة .

ث- التحزب السياسي : أشار عدد من المبحوثين بواقع (٤٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٤٠%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الاولى من بين الفئات الأخرى.

ج- التخندق الطائفي : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة إذ أكد (٢٠) مبحوثاً ونسبتهم (٢٠%) إلى ان الطائفية كانت سبباً في تردي واقع الاعلام العراقي وجاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية .

ح- ضعف اداء المقدمون والمذيعون: بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى ضعف اداء المقدمون والمذيعون، بواقع (٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٦%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة السادسة من بين الفئات الأخرى.. (انظر جدول ١٠) أدناه.

جدول (١٠) يوضح أبرز نقاط الضعف في القنوات التلفزيونية العراقية؟

ت	الفقرة	التكرار	النسبة المئوية
١-	عدم الجاذبية	١٧	١٧%
٢-	ضعف الاداء الفني	٩	٩%
٣-	عدم الاهتمام بالواقع الاجتماعي	٨	٨%
٤-	التحزب السياسي	٤٠	٤٠%
٥-	التخندق الطائفي	٢٠	٢٠%
٦-	ضعف اداء المقدمون والمذيعون	٦	٦%
	المجموع	١٠٠	١٠٠%

١١- برأيك ماهي أبرز نقاط القوة التي تتمتع بها قنواتك المفضلة ؟

أ- ترسيخ القيم الاجتماعية : أشار عدد من المبحوثين إلى ترسيخ القيم الاجتماعية وحصلت هذه الفئة بواقع (١١) مبحوثا وبنسبة بلغت (١١%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الرابعة من بين الفئات الأخرى.

ب- مراعاة القانون : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة إذ أكد (١١) مبحوثا ونسبتهم (١١%) إلى مراعاة القانون وجاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة .

ت- احترام حقوق الانسان: بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى احترام حقوق الانسان، بواقع (٩) مبحوثا وبنسبة بلغت (٩%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة السادسة .

ث- نبذ الطائفية والعنصرية : أشار عدد من المبحوثين بواقع (١٨) مبحوثا وبنسبة بلغت (١٨%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الثانية من بين الفئات الأخرى.

ج- نقل الاحداث بواقعية : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة إذ أكد (٢٥) مبحوثا ونسبتهم (٢٥%) إلى نقل الاحداث بواقعية وجاءت هذه الفئة بالمرتبة الاولى.

ح- نوعية الصورة والديكور والغرافيك: بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى نوعية الصورة والديكور، بواقع (١٠) مبحوثا وبنسبة بلغت (١٠%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الخامسة من بين الفئات الأخرى..

د- توظيف افضل الكفاءات الاعلامية فيها: بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى توظيف افضل الكفاءات الاعلامية ، بواقع (١٦) مبحثا وبنسبة بلغت (١٦%) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الثالثة من بين الفئات الأخرى. (انظر جدول ١١) أدناه.

جدول (١١) أبرز نقاط القوة التي تتمتع القنوات التلفزيونية العراقية :

ت	الفقرة	التكرار	النسبة المئوية
١-	ترسيخ القيم الاجتماعية	١١	%١١
٢-	مراعاة القانون	١١	%١١
٣-	احترام حقوق الانسان	٩	%٩
٤-	نبذ الطائفية والعنصرية	١٨	%١٨
٥-	نقل الاحداث بواقعية	٢٥	%٢٥
٦-	نوعية الصورة والديكور والجرافيك	١٠	%١٠
٧-	توظيف افضل الكفاءات الاعلامية فيها	١٦	%١٦
المجموع		%١٠٠	%١٠٠

٦٧	ذكر	النوع الاجتماعي
٣٣	انثى	

التحصيل الدراسي	
٤	لا يقرأ ولا يكتب
١٣	يقرأ ويكتب
١٠	حاصل على الشهادة الابتدائية
١٥	حاصل على الشهادة المتوسطة
١١	حاصل على الشهادة الإعدادية
٣٥	حاصل على شهادة جامعية أولية
١٢	شهادة جامعية عليا (دبلوم عالي، ماجستير، دكتوراه)
١٠٠	المجموع

متغير الوظيفة (المهنة)	
٣٠	موظف
١٢	لا يعمل
١٠	طالب
١٤	متقاعد
١١	كاسب
١٢	ربات بيوت
١١	عامل
١٠٠	المجموع

العمر	٢٨-١٨ سنة	٣٨-٢٩ سنة	٤٨-٣٩ سنة	٥٨-٤٩ سنة	٥٩ فما فوق
	١٠	١٧	٣٢	١٨	٢٣

النتائج والاستنتاجات والتوصيات :

اولا: النتائج :

- ١- تباينت مشاهدة المبحوثين لموضوعات التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية ولعل ذلك يعود إلى لجوء المشاهدين الى كثرة القنوات التلفزيونية واختلاف برامجها .
- ٢- تفاوتت اجوبة المبحوثين في مدى تلبية حاجتهم الخيرية لـ (اخبار التحرير) من قبل القنوات التلفزيونية العراقية.
- ٣- ركزت القنوات التلفزيونية العراقية في تغطيتها الخاصة بأخبار بالتحرير على مواضيع الانسان قبل الارض وفرض الامن والاستقرار في المناطق المحررة؟
- ٤- احتلت الاخبار والبرامج السياسية المرتبة الاولى في اجابات المبحوثين من بين البرامج الاخرى.
- ٥- اختلفت اجابات المبحوثين في اجاباتهم حول مدى مشاهدتهم لأخبار التحرير في القنوات التلفزيونية غير العراقية ومدى الثقة بها .
- ٦- اظهرت اجابات المبحوثين حول أبرز نقاط القوة التي تتمتع بها القنوات التلفزيونية ما بين نقل الاحداث بواقعية وبين نوعية الصورة والديكور والجغرافيا و نبذ الطائفية والعنصرية ؟
- ٧- كشفت اجابات المبحوثين حول أبرز نقاط الضعف التي تتمتع بها القنوات التلفزيونية ما بين التحزب السياسي وبين عدم الجاذبية و عدم الاهتمام بالواقع الاجتماعي ؟

ثانياً: الاستنتاجات :

- ١- لوحظ الباحث ان الجمهور العراقي يتعرضون لموضوعات التحرير ضمن النسق الاجتماعي العائلي .
- ٢- أكثر الإشباعات تحققاً لدى الجمهور هي في مشاهدة موضوعات التحرير في القنوات التلفزيونية العراقية وقد يعود هذا إلى أن أغلب القنوات التلفزيونية العراقية تعتمد على تقديم المضمون الامني في برامجها أكثر من أي مضمون آخر.
- ٣- قلة اهتمام القنوات التلفزيونية العراقية بتناول موضوعات عن احوال النازحين واطماعهم في المجتمع وكيفية العناية بهم .

٤- جمهور البالغين هو جمهور نشيط يختار المضمون الذي يريد التعرض له ويكون هذا الانتقاء وفقاً لحاجاتها واهتماماتها.
ثالثاً : التوصيات :

- ١- يوصي الباحث القائمين على القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية وغير العراقية على اعطاء اهمية كبرى وقصوى خاصة في اوقات الحروب للمواقف الوطنية والانسانية ومراعاة حقوق الانسان .
- ٢- يوصي الباحث القائمين على القنوات التلفزيونية عن الابتعاد كل البعد عن المواقف التي تسهم في تكريس سياسات الانقسام .
- ٣- يوصي الباحث بالاهتمام بأمور الاخراج والبت المباشر وتحديث الاخبار، والاهتمام بأدراج مقاطع فيديو لاهم الاحداث التي تجري في مناطق التحرير .
- ٤- يوصي الباحث بإعطاء مساحات تغطية جغرافية اكبر للإعلام الحربي ليسهم في خلق عملية تفاعل بين المشاهد والقناة التلفزيونية .
- ٥- يوصي الباحث بجراء دراسات وبحوث حول الاعلام الحربي .

قائمة الهوامش والمصادر :

- ١- روجر ويمر وجوزيف دومينيك ، مدخل الى مناهج البحث الإعلامي ، ترجمة صالح خليل ابو أصبع وفاروق منصور (بيروت : المنظمة العربية للترجمة ، ٢٠١٣) ص١٩٣.
- ٢- الخبراء والمحكمون حسب الدرجة العلمية هم :
• أ. د. رياض خمات العتايي/ قسم الصحافة/كلية الاعلام / جامعة واسط..
• أ.م.د. اقبال كاظم المؤمن/ قسم الصحافة / كلية الاعلام /جامعة واسط.
• أ.م.د. محمد حسين علوان/ قسم الصحافة/ كلية الاعلام/ جامعة واسط.
- ٤- احمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الاعلام، القاهرة، دار الكتاب المصري، ١٩٨٥م، ص١٥٤.
- ٥- حسن عماد مكايي ،ليلي حسين والسيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط٧، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٨، ص٢٤٠.
- ٦- محمود عبدالله، حسين علي العموش، علم النفس السياسي والاعلامي، الاردن ، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص٢٦١.
- ٧- أحمد عبد الملك ، دراسات في الاعلام والثقافة والتربية ، ط١ ، الدوحة ، مطابع علي بن علي ، ٢٠٠٢، ص ١٥٦ .
- ٨- حسن عماد مكايي وليلي السيد احمد .الاتصال ونظرياته المعاصرة .القاهرة : الدار المصرية اللبنانية للنشر، ٢٠٠٨، ص٢١٨.